



Presentación de caso Premios Eikon

“Abrir Fronteras”, reactivando Providencia a través del arte urbano. Bulleit Bourbon

Categorías a postular:

Categoría 9: Patrocinio o sponsoring cultural/deportivo // 9.1 Patrocinio sponsoring cultural.

Departamentos:

Diageo Chile
Lira Arte Público
Agencia Grupo Mass+ Chile
Digitas Argentina
PhD Media Chile

Responsables:

Inés Caruso, Marketing & Innovation Director, Diageo
Julián Menendez, PR & Communications Manager, Diageo
Aracelly Vera, Reserve Marketing Lead, Diageo
Jorge Montalva, On Trade Executive, Diageo
Rocio Olivera, Gerente Grupo Mass+ Chile
Felipe Rabi, Director Área Producción Grupo Mass+ Chile
Andrea Guerrero, Directora de Cuentas Grupo Mass+ Chile
Esteban Barrera, Cofundador y Director General Lira Arte Público

En el corazón de cada comunidad hay artistas, emprendedores, historias y lugares de socialización que suelen ser bares o restaurantes. El contexto de pandemia no ha sido fácil para ellos, es por eso que Bulleit Bourbon, como marca enfocada en construir comunidad, forjó una alianza con el estudio creativo **Lira Arte Público** para presentar **Abrir Fronteras**, un proyecto de colaboración artística que busca promover el arte urbano en la ciudad como una herramienta de regeneración social para reactivar la emoción por los espacios públicos y alentar a la gente a regresar a sus bares locales favoritos para disfrutar con responsabilidad.



1. Introducción

Originario de Kentucky, USA, Bulleit Bourbon es una de las marcas de whiskey americano más premiadas y de más rápido crecimiento de la categoría en el mundo, respaldada por una gran tradición familiar que remonta a principios del siglo XIX.

La marca se define como un whiskey de frontera, inspirada en el espíritu pionero de los aventureros de la época, pero con una visión moderna que entiende a la frontera no como un lugar físico, sino como un propósito compartido entre personas que buscan superar los límites de lo convencional.

La cultura independiente, el arte urbano y las intervenciones en espacios públicos son parte de los proyectos que Bulleit impulsa en el mundo y localmente para destacar el trabajo de artistas, creadores y lugares que se ubican en los límites de estas fronteras culturales modernas. En este territorio, Bulleit busca crear comunidad, apoyar la cultura local y posicionarse como un actor relevante frente a su audiencia target.

Bulleit Bourbon se comercializa hace años en el territorio nacional, pero no tenía activa sus comunicaciones hasta el 2021 que relanza la marca.

2. Diagnóstico: Cómo nace Abrir Fronteras

Para el relanzamiento de la marca Bulleit Bourbon en Chile se buscó realizar un proyecto que conectara los territorios culturales de la marca con los intereses de su audiencia y una tensión relevante a la industria de bebidas como la reactivación luego de la pandemia.

Se comenzó con el insight que, a raíz de la pandemia, el interés por los espacios públicos, el contacto de las personas con la cultura urbana y los momentos de disfrute en bares y restaurantes se detuvieron por un largo tiempo, afectando fuertemente a las comunidades de artistas urbanos, bares y emprendimientos gastronómicos locales.

Por esta razón, se pensó en un movimiento de colaboración de gran escala que permitiera conectar a artistas, emprendimientos y bares locales en un circuito único de cultura urbana con el fin de revitalizar los barrios y comercios de la zona.

El proyecto

Desde Grupo Mass+ se propuso y forjó una alianza estratégica con el colectivo creativo Lira Arte Público, como gestores culturales y curadores del circuito artístico, aliados clave para que el proyecto no solo fuera una activación de marca, sino que se convirtiera en un orgullo para la comunidad local y un movimiento de arte que abriera fronteras sociales de género, de formatos, entre lo privado y lo público, lo individual y lo colectivo, la academia y la calle, la galería y la calle.

El proyecto colaborativo Abrir Fronteras se ubicó en el corazón de Providencia, por ser un epicentro de la cultura y gastronomía en la región Metropolitana con una alta concentración de bares, restaurantes y espacios culturales afines, e incluyó:

- Cuatro macro-murales de gran escala en la comuna de Providencia, desarrollados en los ejes estratégicos de la comuna y con mayor flujo peatonal como son: Avenida Providencia, Eliodoro Yáñez y Manuel Montt.
- Trabajo de cuatro artistas nacionales de diversos estilos, pero aunados por su talento y una firme convicción de abrir fronteras a través del arte.
- Un plan de reactivación cultural para reavivar el interés por los espacios públicos, bares y restaurantes mediante un circuito de cultura urbana con free walking tours, proyecciones nocturnas, música en vivo y una versátil y amplia gama de activaciones de marca en bares locales asociados.

3. Propuesta/enunciado de la Campaña

Objetivo General

Reactivar la vitalidad de la comuna de Providencia a través de un circuito de intervenciones artísticas urbanas para impulsar el comercio local, revivir la emoción por los espacios públicos y alentar a las personas a volver a sus bares favoritos para disfrutar con responsabilidad.

Objetivos Específicos

- Involucrarse con la escena cultural local y apoyarla para activar el propósito de marca dentro de un sector de interés, logrando mayor alcance y awareness.
- Celebrar la diversidad cultural de cuatro artistas urbanos nacionales brindándoles espacios para realizar su arte a gran escala, aportando al patrimonio cultural de la ciudad.
- Conectar a consumidores y a la comunidad interesada en el arte urbano con bares y emprendimientos gastronómicos locales mediante activaciones de marca impulsadas por el circuito artístico creado.



Públicos Objetivos

- Comunidades de la escena artística y cultural de la región Metropolitana.
- Locatarios y dueños de bares y emprendimientos gastronómicos de la comuna de Providencia.
- Vecinos de la comuna de Providencia.
- Público en general:
 - Consumidores de Bulleit.
 - Consumidores de whiskey.
 - Potencial consumidor de whiskey.

Mensajes Claves

- Desde Bulleit, desarrollamos un compromiso de reactivación conectando a dos sectores duramente golpeados por la pandemia como el arte urbano y la industria de bares y restaurantes.
- A través de una propuesta artística trabajamos para reavivar la emoción por los espacios públicos y animar a los consumidores a regresar a sus bares locales favoritos para disfrutar con responsabilidad.
- Nos involucramos con la industria creativa local para visibilizar y apoyar a artistas locales, creamos un circuito de murales y arte al aire libre que nos permitió crear comunidad y conectar con nuestros consumidores que tienen una afinidad por el arte urbano.
- Los murales se realizaron con Photio: nanotecnología chilena, que cuenta con un componente purificador de aire, que se agrega a la pintura para replicar el efecto descontaminante de los árboles. El circuito completo replica el efecto purificador equivalente a un total acumulado de 725 árboles adultos.

Canales de comunicación (internos y/o externos) utilizados:

Propios:

- Instagram de Bulleit en Chile @bulleitcl.

Externos:

- Medios tradicionales: Con el fin de obtener un mayor alcance, se gestionaron entrevistas y notas en medios como diarios, revistas y radios con voceros de la marca, los artistas, el colectivo Lira Arte Público y representantes de Photio.
- Plataformas digitales: Con el afán de llegar al público del segmento de Bulleit se gestionaron entrevistas y notas en medios digitales de arte, panoramas, turismo, cultura y de sostenibilidad.

- Redes Sociales: Se generaron contenidos en medios sociales y terceras voces validadoras (influencers). Además de las cuentas de los partners estratégicos:
 - Lira Arte Público @liraartepublico
 - Director de Lira Arte Público, Esteban Barrera @estebanbarrera
 - Artistas: @rodrigoestoy.cl @almeyv @paulagarridomirando @anis88_cl
 - Rodrigo Guendelman a través de @santiagoadicto, media partner de la marca y de Lira.
 - Grupo Mass+, agencia de Brand PR y Comunicaciones de Bulleit en Chile @grupomasscl
 - Photio @photio.cl

4. Desarrollo / ejecución del proyecto

El plan de comunicaciones y el desarrollo del proyecto se dividió en cuatro etapas:

- **Etapla planificación (abril a junio 2021):** Grupo Mass+ identificó y desarrolló la alianza entre Bulleit y Lira Arte Público. En conjunto se realizó la selección de artistas, curaduría obras, zona de intervención, plan de acción anual y definición de mensajes claves.
- **Etapla lanzamiento (julio 2021):** Se reactivaron las comunicaciones de la marca anunciando la alianza estratégica con Lira Arte Público y al lanzamiento de Abrir Fronteras como plan de acción anual mediante difusión masiva en prensa/earned media y acciones de engagement con influenciadores, artistas y KOL's mediante el envío de press kit creativos e invitaciones a sesiones de coctelería en bares y restaurantes de la comuna de Providencia, resultando en una fuerte repercusión tanto en prensa como en redes sociales a través del hashtag #BulleitFrontier.
- **Etapla ejecución (agosto 2021 a febrero 2022):** Con una frecuencia bimensual avanzó en la implementación de los 4 macro-murales comunicando cada uno con narrativas específicas que destaquen la historia de cada artista y su obra. El plan de comunicación contó además con un calendario editorial dedicado a capitalizar hitos y fechas relevantes para generar conversaciones y cobertura en torno a los murales. Por ejemplo, se destacó el elemento sostenible de los murales en fechas relevantes a la sostenibilidad, Día de la Tierra. También se activaron dinámicas de engagement con los influencers, prensa y la comunidad de Bulleit, como visitas guiadas a los murales, activaciones en bares de la comuna y envío de

kit creativos. Durante todo el período Bulleit también apoyó conversatorios, exposiciones y talleres de diseño en la galería de Lira Arte Público en el GAM, reforzando su compromiso con los espacios de fomento del arte urbano y emergente.

- **Etap a cierre (marzo 2022):** Con la realización del cuarto y último mural, se invitaron a medios de panoramas y cultura, influencers, artistas y a la comunidad local a celebró el circuito completo con un festival de arte urbano del 23 al 27 de marzo, transformando las calles de Providencia en una galería de arte. La agenda cultural contó con proyecciones nocturnas en formato mapping, tour a pie gratuitos con guías especializados y los mismos artistas, música en vivo, coctelería y gastronomía en bares y restaurantes de la zona.

Los murales

El circuito “**Abrir Fronteras**”, está compuesto por los siguientes murales:



Mural #1: **Horizonte** de Rodrigo Estoy, en Román Díaz 26, Providencia.

“El mural habla de ese momento en que cambiamos nuestro punto de vista, nuestra perspectiva y luego de un proceso íntimo y reflexivo nos decidimos a ampliar nuestras fronteras. La intervención está llena de simbolismos y elementos que pueden ser interpretados libremente, pero para mí representan la exploración de nuevos horizontes, la libertad con la que podemos movernos y las raíces de lo que somos y nos llevamos a cada lugar”

El mural fue seleccionado entre los **100 mejores murales del mundo del 2021 por Street Art Cities**, una comunidad artística que rastrea por todo el mundo los

mejores murales y le designa a sus seguidores un rol activo a través de votaciones mensuales.



Mural #2: **La Travesía** de Alme, en Eliodoro Yáñez, esquina Av. Providencia.

“Me gusta la idea de pensar que por esta ventana tuvo que pasar un primer avión y que otros lo siguieron. Que uno armó el camino para otros. También me gusta pensar en este avión como una persona en libre tránsito, errante, que es seguido o acompañado por sus recuerdos sin importar cuántas fronteras tenga que pasar o dónde vaya. Esa memoria siempre estará con él”



Mural #3: **Portal** de Paula Garrido, en Esquina Av. Providencia con Manuel Montt.

“Con mi obra intento abrir un portal de calma y conexión dentro del ajetreado ritmo de la ciudad. Portal es una ventana que invita a conectarse con la naturaleza

autóctona de Chile y llama a cuidarla para poder preservarla. Es un pequeño oasis dentro de Santiago, que espero que muchas personas puedan disfrutar y atesorar”



Mural #4: **Migrar** de Anís en esq. de Av. Providencia con Obispo Pérez de Espinoza

“Abrir Fronteras, para mí, tiene que ver con generar nuevos caminos, nuevas formas. Este mural simboliza a una mujer que trae su historia de otro lugar. Para representar eso, elegí flores latinoamericanas que acompañan esta presencia femenina, apreciando esa feminidad que viene llegando con ganas de vivenciar lo nuevo”

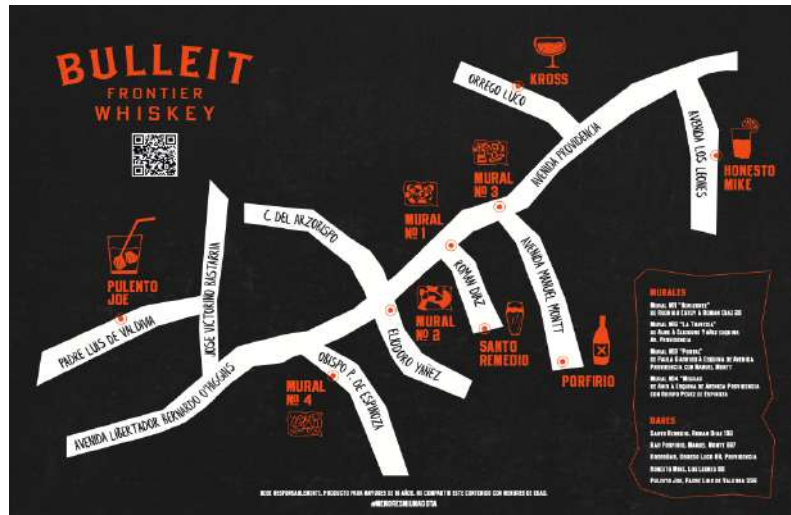
Descripción de acciones relevantes:

Press Kit: la etapa de lanzamiento contó con un press kit destinado a influenciadores, periodistas, artistas y KOLs en el segmento de la marca, que los invitaba a convertirse en artistas con un lienzo en blanco, 3 sprays de los colores de Bulleit -naranja, blanco y negro-, un stencil con el logo de la marca y una botella Bulleit. Se lograron más de 100 publicaciones orgánicas y diferentes propuestas artísticas.



**Algunas capturas del contenido publicado por quienes recibieron el kit en sus redes sociales.*

El segundo press kit se activó en la etapa de cierre, invitando a participar del circuito de cultura urbana del 23 al 27 de marzo con productos y merchandising de la marca junto con un mapa con el calendario de actividades, la ubicación de los murales y bares asociados.



Influencers: trabajamos con más de 50 influenciadores con quienes realizamos diversas dinámicas a lo largo del año a nivel experiencial y en sus redes sociales para contar la historia de cada mural, invitar a conocerlos, amplificar la alianza con Lira Arte Público y a crear comunidad en torno a Bulliet.

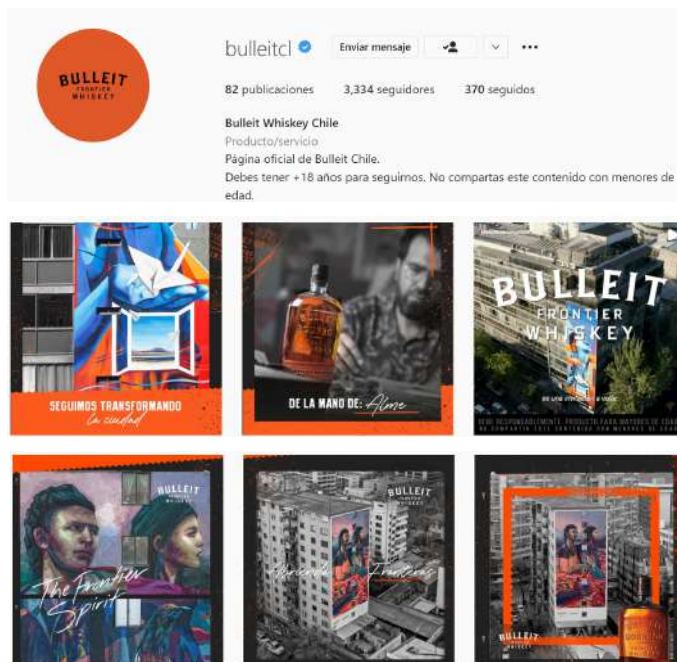
PR y Branded Content: Con el objetivo de generar share of voice de la marca se gestionó un calendario editorial anual con notas específicas en torno a diversas temáticas e hitos de los murales en medios digitales, impresos y emisoras radiales. Para potenciar la comunicación, se realizaron alianzas con medios masivos como Bio Bio, El Mostrador y Cooperativa. Además, de medios lifestyle, de cultura y panoramas.

Bares y Restaurantes: La conexión con la industria de bares y gastronomía fue un eje central de la campaña, realizando activaciones con sesiones de música, arte urbano y coctelería abiertas al público en lugares como Santo Remedio, Bar Porfirio, KrossBar, Honesto Mike y Pulento Joe.

Vía Pública (OOH): Se activó un plan de visibilidad en vía pública con espacios en la zona de Providencia que comunicaron el circuito de cultura urbana realizado del 23 al 27 de marzo.



Contenidos digitales: la historia de cada mural y su artista fue contada en las redes sociales propias de Bulleit.



5. Resultados y evaluación

Al analizar los resultados de la campaña, podemos decir que el principal logro es que pudimos generar un impacto positivo en el paisaje de la comuna de Providencia, apoyando a artistas nacionales, comunidades locales y al sector de



bares y restaurantes. Además de conectar con nuestro target de marca de una manera genuina y relevante gracias a la excelente gestión de Lira Arte Público.

A nivel comunicacional, se superaron las expectativas, logrando excelente cobertura durante todo el periodo de campaña con un 100% de sentimiento positivo.

Alcanzamos a más de **2.3 millones** de personas a través de la gestión de prensa con una cobertura total de **111 artículos** con mención a Abrir Fronteras, destacándose diversos medios de comunicación a nivel nacional de arte, cultura y misceláneo:

- El Mostrador
- Bio Bio Chile
- Diario Sustentable
- Radio Pauta
- Radio Oasis
- Radio Duna
- Radio Rock & Pop
- Finde LT
- Presslatam
- Chef & Hotel
- Culturizarte
- Cual es tu huella
- Socialgram
- Raro Magazine
- Is Morbo
- Trashi Magazine
- Majos

Generamos más de **1.400 publicaciones** en redes sociales de influencers y medios digitales con más de 145 posteos y 1.300 historias que alcanzaron más de **19 millones de impresiones**.

Trabajamos con más de **50 influenciadores**, creadores y colaboradores de diversos alcances junto con un pool de micro influenciadores que contaron la historia de Bulleit y Lira Arte Público e invitaron a sus seguidores a disfrutar del arte, bares y restaurantes de Providencia. Algunos de los perfiles a destacar:

- SantiagoAdicto
- Max Cabezón
- Florencia Landaeta
- Hector Morales
- Clase Básica
- Catalina Lucero
- Paulina Andrade
- Paloma Correa
- Juan Pablo Ubilla
- Paloma Fuentes
- Florencia de Wara Diseño
- Felipe Díaz
- Christian Knabet
- Tomás Id
- Daniel López
- Gonzalo Gac
- Camila Cruz



A través de la cuenta de Bulleit Chile patrocinamos 4 publicaciones, que alcanzaron a más de **6 millones** de personas con más de **24 millones de impresiones** a lo largo del año.

Respecto al circuito, las ubicaciones de los murales son recorridos por cerca de **25 mil personas al día** sumando a esto que por el eje Providencia transitan diariamente más de **2 millones** de personas (según datos de la Municipalidad de Providencia).

En cuanto a vía pública, tuvimos una cobertura promedio de 71 mil personas por elemento OOH y un promedio de contacto de 14 millones por elemento OOH.

A raíz de la ejecución de los murales

La obra “Horizonte” de Rodrigo Estoy fue elegida dentro de las 100 mejores del 2021 por la comunidad “Street Art Cities”. Esta nominación entrega un reconocimiento al trabajo del artista y consolida a “Abrir Fronteras” como un circuito de arte urbano relevante en la escena a nivel nacional e internacional.

###

ACERCA DE BULLEIT BOURBON WHISKEY

Bulleit Bourbon es un premiado whiskey americano que se produce y embotella en Kentucky, USA. En 1987, Tom Bulleit dejó una exitosa carrera en derecho para cumplir el sueño de toda una vida de revivir una antigua receta familiar y la tradición de hacer whiskey. Ahora, Bulleit se ha convertido en uno de los whiskies de más rápido crecimiento en el mundo. Es un whiskey que rompe los moldes y está impregnado de tradición familiar, habiendo sobrevivido a través de generaciones. Conocido por su alto contenido de centeno y maíz, es producido en pequeños lotes, se disfruta en todo el mundo y es el favorito entre los bartenders en el mundo.

ACERCA DE LIRA ARTE PÚBLICO

Fundado en 2014, Lira Arte Público nace como un espacio de vanguardia para fomentar y difundir el arte urbano nacional y latinoamericano. En la actualidad operamos como estudio creativo especializado en la realización, articulación, curaduría, producción y documentación de proyectos de arte en el espacio público a nivel global. A lo largo de estos años de trabajo, el aprendizaje y la experiencia adquirida nos ha llevado al desarrollo de más de 40 intervenciones en Chile y el extranjero, sumando más de 15.000 m² de proyectos artísticos que avalan nuestra trayectoria y experticia en lo que respecta al arte en el espacio público.