

Estrategias de creación, difusión y dinamización de contenidos low cost

Descripción del curso

El curso pretende dar a conocer la variedad de formatos que existen hoy en día para lanzar una experiencia cultural mediante estrategias de comunicación online y offline. Los bloques temáticos de la asignatura se estructuran de la siguiente manera: en primer lugar se analiza cómo innovar a la hora de crear una experiencia o proyecto centrado en el contenido. En el segundo bloque se presentan los nuevos formatos y herramientas digitales ágiles y sencillas. En el tercer bloque se pone énfasis en cómo ser creativos a la hora de difundir el contenido en vivo: live content y live streaming. Y el último bloque lo dedicamos a la creación de un plan de medios de nuestro proyecto teniendo en cuenta la comunicación omnicanal, pensando en la variedad de públicos y en las particularidades de cada canal.

Personas destinatarias

Artistas, personal de centros culturales, gestores culturales, curadores, comunicadores, profesionales creativos en general. El cupo es de 40 personas.

Fecha

Del 7 al 28 de junio de 2021.

Modalidad y metodología

La modalidad del curso es totalmente en línea. Habrá 1 masterclass en vivo de 1 hora cada semana, haciendo un total de 4 masterclasses.

Las masterclasses serán a los días 7, 14, 21 y 28 de junio a la 1 PM de Paraguay.

Los participantes contarán además con bibliografía y enlaces, así como con un espacio de dudas y preguntas fuera de las masterclasses.

Programa del curso

1. Innovación en la creación de contenidos

Un plan de contenidos efectivo es clave para la comunicación de nuestro proyecto o experiencia, pero ¿cómo los estructuramos, trabajamos y perdemos el miedo al folio en blanco? Veremos también diferentes acciones centradas en el contenido que rompen las normas y van más allá en la difusión cultural.

2. Herramientas digitales

Afortunadamente cada día existen más herramientas que nos facilitan la dinámica de trabajo, y sobre todo la creación de contenidos diferentes. En este bloque conoceremos herramientas para hacer más fácil el día a día y enfrentarnos de manera autónoma a las diferentes necesidades digitales que tengamos.

3. Contenido en vivo: live content y live streaming

El consumo de video no para de crecer. Por ello, cualquier proyecto ha de contemplar en su plan la creación de material audiovisual y su correcta distribución en algunos canales.

4. Comunicación y difusión omnicanal en instituciones culturales

La clave de la comunicación hoy en día es la omnicanalidad. Los impactos no deben ocurrir solo en un canal. Un proyecto ha de tener en cuenta todos los canales, tanto off como online, y el Plan de Medios es la herramienta que nos permitirá tener una visión 360° de nuestra difusión.

Bibliografía

- BERNOFF, JOSH y LI, CHARLENE: "Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies". 2011
- BYUNG-CHUL, HAN: "En el enjambre". 2014
- GIL MARTÍNEZ, VÍCTOR ALEJANDRO: "Coolhunting. El arte y la ciencia de descifrar tendencias". 2009
- HALVORSON, KRISTINA: "Content Strategy for Everything". 2015
<https://www.slideshare.net/khalvorson/content-strategy-for-everything>
- JOHNSON, STEVEN: "Where good ideas come from". 2011
- KAWASAKI, GUY: "El arte de cautivar". 2013
- MEJIDE, RISTO: "Urbrands. Construye tu marca personal como quien construye una ciudad". 2014
- POLO HERNANZ, FERNANDO y POLO HERNANZ, JUAN LUIS: "#Socialholic: Todo lo que necesitas saber sobre marketing en medios sociales". 2012

- RODRÍGUEZ, DELIA: “Memecracia. Los virales que nos gobiernan”. 2013
- SALAS, CARLOS: “Storytelling: la escritura mágica: Técnicas para ordenar las ideas, escribir con soltura y hacer que te lean”. 2017
- STALMAN, ANDY: “Brandoffon: El Branding del futuro”. 2014

Requisitos para los participantes

Manejo de informática e Internet a nivel de usuario (videoconferencias, e-mail, navegación web, redes sociales, ofimática básica).

Docente

[Pilar Delgado Mesonero](#) (Barcelona) es Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Salamanca. Amplió su formación con un máster en Comunicación Cultural en la Universidad de Barcelona, un máster en Marketing Digital y un posgrado en Growth Hacking. Ha trabajado en consultoría, conceptualización de exposiciones y comunicación en diferentes empresas e instituciones privadas. Actualmente es la responsable de Comunicación de [Casa Vicens Gaudí](#), la primera casa realizada por el arquitecto Antoni Gaudí. Desde 2006 está en el ámbito digital con su blog sobre arte contemporáneo y comunicación cultural [“El Dado del Arte”](#).