



Convocatoria Altos Estudios-EICTV NUEVOS CONSUMIDORES, NUEVOS MEDIOS, COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y ESTRATEGIA DIGITAL.

Este taller nace de una pregunta muy concreta "***¿qué debe tener en cuenta una buena historia en 2020?***", por tanto, afronta los retos de la nueva comunicación en la era de la conectividad.

El taller, en dos semanas intensivas, proporciona a los asistentes el conocimiento y la práctica para entender y aprovechar los nuevos medios, los cambios sociales en las personas y consumidores, y las puertas que se abren a las nuevas narrativas. Lo abordaremos desde la perspectiva de la sociología, y desde la mirada del comunicador que crea, produce y distribuye contenido.

Uniendo teoría, práctica y participación de una forma muy efectiva, el taller está confeccionado para ser punto de inflexión en la carrera de las personas que lo reciban. La metodología profesional empleada hace que los asistentes comprendan y se manejen con el gran desafío actual de la industria del contenido: "*la producción de historias pasa por su mejor momento pero, a la vez, cada vez es más complejo captar la atención de unos usuarios que reciben cotidianamente miles de estímulos compitiendo por atraer su interés*".

¿Cómo entender a un usuario/espectador que ha cambiado tanto? ¿Qué vemos cuando miramos a las personas como nodos de un área de influencia y no sólo como individuos? ¿Cómo desarrollar un proyecto transmedia que funcione? ¿Cómo integrar los medios sociales desde una perspectiva estratégica y con unos objetivos claros? ¿Cómo desarrollar los mejores contenidos para marcas e instituciones? ¿Cómo adaptarnos a la dictadura de las plataformas y sus formatos para seguir creando valor? ¿Qué implica la hiper-conexión? ... Éstas y otras preguntas serán tratadas en el taller, con el fin de profundizar en la gran cuestión: *¿qué debe tener en cuenta una buena historia en 2020?*

Los dos profesionales que impartirán el taller forman parte de la asociación Innovación Audiovisual, un proyecto transmedia que reúne a 70 expertos. Innovación Audiovisual se ha convertido en un blog donde sacan sus ideas a pasear, también en una serie de foros físicos donde se debate acerca de los constantes cambios de la sociedad digital, en un Manifiesto, en una sección dentro de un programa de radio... dando cuerpo a un grupo de colaboración profesional entre personas que practican los diferentes oficios reunidos en la comunicación.

La de febrero de 2020 será la quinta edición de este taller, por el cual ya han pasado 46 estudiantes procedentes de **catorce nacionalidades**: Argentina (Buenos Aires, Córdoba y Tucumán), Uruguay (Montevideo), Chile (Chiloé, Santiago y Valparaíso), Bolivia (La Paz), Perú (Lima), Ecuador (Quito), Colombia (Bogotá, Armenia, Salento y Bucaramanga), Brasil (Río de Janeiro), Venezuela (Caracas), México (CDMX, Durango y Oaxaca), El Salvador (San Salvador), Honduras (Tegucigalpa), Cuba (La Habana) y España (Madrid).



Fecha: Del 17 al 28 de febrero de 2020

Duración: 2 semanas

Lugar: Escuela Internacional de Cine y Televisión, San Antonio de los Baños (Cuba)

Costo de la matrícula: 1.800 euros

Cantidad de participantes: 15

Cantidad mínima obligatoria: 10

De no cubrirse la cantidad mínima obligatoria de plazas requeridas, la EICTV se reserva el derecho de suspender la realización del Taller hasta un mes antes del inicio del mismo. En tal caso, se realizarán los reembolsos correspondientes a las prematriculas abonadas previamente por los inscritos. La EICTV no se responsabiliza con los costes asociados al viaje (boleto aéreo, visa, etc.). En caso de que el interesado decida no asistir al taller por cualquier motivo, el abono de la prematricula no le será reembolsado.

Dirigido a: profesionales de la comunicación que desean profundizar en las oportunidades narrativas que nos abre esta sociedad cambiante y orgánica-digital en que vivimos, a saber:

- ✓ Profesionales en cadenas de TV.
- ✓ Profesionales en productoras de TV/cine/documental.
- ✓ Profesionales del marketing/publicidad/creatividad.
- ✓ Profesionales del periodismo con interés por las nuevas formas de contar historias.
- ✓ Productores audiovisuales.
- ✓ Guionistas.
- ✓ Estrategas en comunicación.
- ✓ Docentes universitarios en las áreas de comunicación.
- ✓ Periodistas.
- ✓ Graduados en Periodismo, Publicidad y/o Comunicación audiovisual
- ✓ Y en general toda persona con interés profesional en los nuevos medios.

Por las cuatro primeras ediciones han pasado personas con perfiles profesionales muy variados: periodistas de investigación, directores de telenovelas, productores de cine y series, CEO's de agencias de publicidad, estrategias de comunicación, creativos publicitarios, diseñadores gráficos, social media strategists, ilustradores, programadores de televisión, programadores culturales, docentes universitarios, fotógrafos, guionistas, directores de gabinetes de comunicación de alcaldías ...

Objetivos del taller:

1. Comprender cuáles son las claves que configuran una comunicación transmedia, desde el punto de vista de la narrativa, la producción y la distribución.
2. Comprender qué fenómenos sociológicos están cambiando al público, que es el destino de nuestra comunicación.



3. Comprender qué nuevas oportunidades aparecen ante nuestra comunicación gracias a la universalización progresiva de Internet...
 - En los modos de contar historias.
 - En los modos de producir, distribuir y hacer circular las historias.
4. Conocer experiencias reales que desarrollan con éxito nuevas narrativas tomando en cuenta los cambios en el nuevo ciudadano, las nuevas tecnologías y los nuevos medios.
5. Llevarse un método de trabajo para **APLICAR** lo visto en su vida profesional.

Profesores:

Eduardo Prádanos / España
Luis Miguel Barral / España

Contenido:

1. Introducción a los nuevos medios y las nuevas narrativas.
 - Cómo Sociedad, Tecnología y Conectividad afectan al Storytelling, y viceversa.
2. La narrativa transmedia.
 - Definiendo transmedia.
 - ¿Por qué una narrativa transmedia?
 - Sobre el concepto de "experiencia inmersiva" y su recorrido.
 - El atractivo para el público y los desafíos que presenta a creadores, productores y distribuidores.
 - Las figuras profesionales del Transmedia Storyteller y el Transmedia Producer.
 - ¿Cómo hacer un proyecto transmedia?
 - Análisis profundo de casos
3. La plasticidad sociológica de la(s) audiencia(s):
 - Somos individuos sí, pero también somos comunidades.
 - ¿Qué vemos cuando miramos a las personas como nodos de un área de influencia?
4. La Conectividad en Redes Sociales:
 - Las venas por dónde discurre nuestra vida digital.
 - ¿Qué implica la híper-conexión?
 - ¿Qué implica la híper-personalización?
 - ¿Qué oportunidades y dificultades aporta la conectividad a quien crea, produce y distribuye contenido?
5. Branded content: ¿qué pintan las marcas en todo esto?
 - La gran masa de recursos que potencialmente están a disposición de las historias de marca.

- Somos consumidores sí, pero también ciudadanos.
 - ¿Es el branded content una simple mutación de la publicidad, o hay algo más de fondo?
 - Cuando los consumidores dijeron "*si te ganas un préstamo de mi atención será a cambio de un interés*".
 - Interesar con tu historia no basta: la promoción del contenido ya forma parte del contenido.
 - Branded Coherent Content
 - Análisis profundo de casos
6. Crowd Media: nuevos modos de crear y compartir riqueza.
- Crowdfunding: mucho más que dinero.
 - ComuniZar: la danza del Yo y el Nosotros.
 - La cultura del Intercambio Peer to Peer y las nuevas dinámicas de creación colaborativa.
7. Social Media Strategy.
- La estrategia de la presencia en medios sociales de las historias.
 - La orquestación de medios propios, medios ganados y medios pagados.
 - ¿Todas las plataformas me sirven igual? No, tendrás que elegir las adecuadas a cada historia y a cada público.
 - Paid Social
8. Presentación de Caso Práctico.
- Desde el segundo día del taller los participantes trabajan en equipos para crear un proyecto que presentarán en público el día que concluye el taller. De este modo, ponen en práctica lo aprendido en un ejercicio 100% profesional y se llevan de vuelta a sus países este eficiente método de trabajo.

Requisitos:

- Ser graduados de una escuela de cine, tener estudios universitarios o estar vinculado al medio audiovisual y/o publicitario.
- Enviar por email currículum vitae u hoja de vida con sus datos personales y profesionales.
- Enviar por email planilla de inscripción

Informaciones generales:

La asistencia y la puntualidad a las aulas son obligatorias y de estricto cumplimiento.

El alojamiento y la alimentación están incluidos en el precio del taller.

Es de obligatorio cumplimiento traer seguro médico reconocido en Cuba y cumplir con todos los controles sanitarios que establecen las autoridades. El seguro médico cubrirá la atención hospitalaria y especializada en caso de necesitarla. Para más información visite la página www.asistur.cu



La escuela cuenta con áreas deportivas y transporte a la ciudad los fines de semana. Existen los servicios de cafetería abierta las 24 horas, restaurante, tienda, lavandería, telefonía internacional, email e Internet.

La escuela se otorga el derecho de seleccionar los candidatos a este curso de acuerdo a su documentación y fecha de solicitud de inscripción y de sustituir a cualquier profesor, en caso de presentarse algún inconveniente.

Síntesis curricular de los ponentes:

Eduardo Prádanos es el CEO y director general creativo de la agencia de innovación creativa FLUOR Lifestyle.

Decidió fundar FLUOR Lifestyle con el sueño de crear una agencia en la que primara el desarrollo profesional y personal de la gente unido a las conexiones con el mejor talento especializado. De ahí viene el nombre, ya que el flúor es el noveno elemento de la tabla periódica, el más reactivo de todos y el que mejores compuestos forma con el resto.

Con su dirección creativa, FLUOR Lifestyle ha ganado el Premio Mejor Agencia Independiente de Innovación de España (FICE), además de más de 20 premios nacionales e internacionales en Transmedia, Branded Content, innovación en medios sociales...

Eduardo es, además, fundador del proyecto 'Innovación Audiovisual, una red de innovación colaborativa formada por 70 profesionales con el fin de compartir e inspirar experiencias a través de un blog, foros, podcasts, talleres...

Ha trabajado en más de 120 marcas y proyectos, siempre desde la perspectiva de la innovación social, creativa o estratégica, tales como Movistar+, ING, El Corte Inglés, Hyundai, NBC Universal, Calle 13, SYFY, Pescanova, AMC Networks, Sephora o Fundación Everis, entre otras.

Es una de las personas que más proyectos transmedia ha ayudado a crear en España, desde los inicios del primer Transmedia Producer de España (Play TV - Grupo Globomedia) en 2009, donde participó en el desarrollo de las estrategias transmedia de 'Águila Roja' (TVE) y 'El Barco' (Antena 3), pasando por, entre otros, el juego de narrativa interactiva para 'La zona' (Movistar+), el 10º aniversario de SYFY o su cómic '100 crisis de un papá primerizo: el libro que todos los padres deben leer', en el que cuenta sus vivencias en su nueva etapa como padre. Además, es el único español miembro del advisory board del EuroTransmedia. En el año 2013, Eduardo fue el creador y director de la primera formación en Transmedia Storytelling, Social TV y nuevas narrativas audiovisuales de España (Unidad Editorial). También fue el creador del primer



postgrado en Branded Content (Unidad Editorial). Posteriormente, creó y dirige desde entonces el Postgrado en Branded Content y Transmedia Storytelling (Inesdi), el cual lleva 12 ediciones, siendo el más longevo.

Eduardo es profesor de Nuevos Medios en la prestigiosa Escuela Internacional de Cine y TV de Cuba (EICTV), la cual está considerada una de las entidades más importantes del mundo para los creadores audiovisuales. También es co-director junto a Luis Miguel Barral del Taller Innovación Audiovisual en la EICTV, que reúne durante 15 días a profesionales de toda Latinoamérica que quieren aprender cómo contar una buena historia en el siglo XXI.

Es profesor en varias escuelas de negocio, tales como el Instituto de Empresa - IE Business School o ECAM y ha impartido conferencias en México, Perú, Cuba, Bolivia, la República Dominicana, Venezuela y Bruselas.

Webs y redes sociales:

Twitter: <https://twitter.com/eduardopradanos>

LinkedIn: <https://es.linkedin.com/in/eduardopradanos>

Blog: <https://eduardopradanos.com/>

FLUOR: <http://fluorlifestyle.com/>

#FLUORblog: <http://fluorlifestyle.com/blog/>

Eduardo Prádanos en el blog de Innovación Audiovisual y en su blog:

El paquete: algo más que "el Netflix" cubano. <https://innovacionaudiovisual.com/2015/02/10/el-paquete-algo-mas-que-el-netflix-cubano/>

¿Cuál es la diferencia entre Transmedia, Crossmedia, multiplataforma, merchandising y productos licenciados? <https://eduardopradanos.com/2012/03/02/cual-es-la-diferencia-entre-transmedia-crossmedia-multiplataforma-merchandising-y-productos-licenciados/>

¿Mercadear con la influencia? Una reflexión sobre la 'exfluencia' <https://innovacionaudiovisual.com/2018/09/17/mercadear-con-la-influencia-una-reflexion-sobre-la-influencia-y-la-exfluencia/>

¿Y si en vez de educar a los hijos empezamos por los padres? <https://innovacionaudiovisual.com/2017/02/20/nuevos-padres-para-nuevos-hijos/>



Luis Miguel Barral González nació en Madrid, 1966. Es Co-Fundador de Two Much research studio, empresa de investigación social enfocada a comprender la vida entre marcas y ciudadanos, creada en 1990.

Junto a su socia y hermana, Pepa Barral, ha participado en cientos de investigaciones para clientes como Real Madrid, Spotify, RTVE, Repsol, Tuenti, Nacional Financiera, Instituto Costarricense de Turismo, UCCI (Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas) Greenpeace, Ecoalf, Telefónica, TIGO, Ticketea, Festivales de música (BBK Live, Azkena Rock, Cruilla, Utopía, Bime), Lánzanos, OCU, Génesis, Coca Cola, Schweppes, PSOE, Izquierda Unida, Partido Popular, Aldeas Infantiles, Idealistas.org, Iberia, Puleva, Hojiblanca, Iberdrola, Segundamano, Gas Natural ...

Es uno de los fundadores del colectivo Innovación Audiovisual, comunidad formada por 70 profesionales de los diferentes oficios de la comunicación, y forma parte de Singular Solving, equipo de profesionales transdisciplinares nacido para dar soluciones orquestadas a problemas complejos.

Es geógrafo, formado en comunicación, ciencias sociales, humanidades, medio ambiente y desarrollo sostenible. Vive en proceso formativo permanente, nunca ha dejado ni dejará de recibir formación. Participa como profesor invitado de investigación social en universidades y escuelas de negocio de América Latina y España, donde cuenta con más de quince años de experiencia docente.

En los años recientes su línea de investigación preferente se centra en el concepto de CrowdMedia, entendido como el campo socio-tecnológico donde operan las comunidades formadas por personas desde la Afinidad y el Propósito Común, con especial atención al fenómeno del intercambio Peer to Peer (P2P). Este nuevo fenómeno social está cambiando la relación del consumidor-ciudadano con las marcas e instituciones, y lo que exige y espera de ellas para incorporarlas a su vida. Es co-autor de la investigación El Consumidor Coherente, donde profundiza en esta línea de pensamiento.

Junto a su colega Eduardo Prádanos, desarrolla actividad docente sobre la nueva comunicación en la era de la conectividad, en instituciones educativas como la Escuela Internacional de Cine y Televisión de Cuba e Inesdi Digital Business School, así como en proyectos educativos in-company.

Twitter: https://twitter.com/luismi_barral

LinkedIn: <https://es.linkedin.com/in/luismiguelbarral>

Web: <http://www.twomuchrs.com>

Blog: <http://inteligenciaetica.com>

Blog: <https://innovacionaudiovisual.com>

Web: <https://www.singularsolving.com>

Luis Miguel Barral en el blog de Innovación Audiovisual:

¿Qué hace Innovación Audiovisual en la Escuela de Cine y Televisión de Cuba?

<http://innovacionaudiovisual.com/2017/09/29/innovacion-audiovisual-la-escuela-cine-tv-cuba/>



El consumidor coherente <http://innovacionaudiovisual.com/2018/03/26/el-consumidor-coherente/>

El cambio de modelo <https://innovacionaudiovisual.com/2018/08/22/el-cambio-de-modelo/>

La danza del Yo y el Nosotros. <https://innovacionaudiovisual.com/2016/11/17/la-danza-del-yo-y-el-nosotros/>

Pagar y No pagar. No hay ningún dilema. <https://innovacionaudiovisual.com/2014/10/22/pagar-y-no-pagar-no-hay-ningun-dilema/>

Sobre dichos, hechos y coherencia. <https://innovacionaudiovisual.com/2014/05/01/sobre-dichos-hechos-y-coherencia/>