

TALLERS D'INNOVACIÓ EN COMUNICACIÓ SOCIAL

Trobada formativa per entitats i ciutadania

Carles López Cerezuela

PRIMERA JORNADA

10-10,30: EL CONTEXT DE LA COMUNICACIÓ SOCIAL ACTUAL.

- La semiprofessionalització de la comunicació social en la societat en xarxa.
- Innovació comunicativa vs posveritat i fake news.
- Hiperestimulació i saturació.
- La bretxa digital i la bretxa mediàtica.
- Arquitectura de l'hegemonia cultural. Com arriba a tindre èxit un fenomen social? El cas del feminisme.
- Activisme líquid.
- Correcció política. Social Justice Warriors i Virtue Signalling.

10,30-11,30

Detecció de noves tendències i valors.

- El fenomen Cabronazi i Visto en las Redes.
- El Meme social.
- Youtubers.
- Instagramers.
- Challenge social.
- Performance virtual. El cas de Paulo Coelho.

- Performance en vídeo. Menjar ciment.
- Story Telling.
- Fils de Twitter.
- Animalisme.
- Social Justice Warriors.
- El cas Netflix.
- Movistar + i la correcció política. El centinel·la de la plaça pública.
- El vídeo vertical.
- Les màscares i la imatge personal.
- El cas de musical.ly

11,30-12,00 Pausa.

12,00-14,00 hores. Exercicis pràctics.

- Detectar exemples de noves tendències en les nostres xarxes.
- Detectar noves tendències ideològiques en camí de l'hegemonia a través dels mitjans.
- Detectar linxaments virtuals del moment. Causes i desenvolupament. Anàlisi del perdó.
- Debat sobre l'ocupació de l'espai d'entreteniment per la comunicació social. Tot ha de ser divertit?

SEGONA JORNADA

16-17,30

- Perímetres creatius i credibilitat.
- Llibertat d'expressió i límits creatius. La ofensa i la transgressió.

- El paradigma de la interacció virtual i la seua realitat. Trolls i Haters.
- El concepte de viralitat. Característiques bàsiques d'un viral.
- Emocions i comunicació. Els valors del canvi de social i les seues emocions associades.
- El sentit figurat i el llenguatge escrit.
- El valor relacional.
- Relacions amb els mitjans:
 - El surfing mediàtic.
 - El periodisme de copiar i apegar.
 - El clickbate.
 - L'agenda mediàtica.
 - El tall de veu i vídeo. El cas de Carolina Martin.

17,30-18,00 Pausa.

18-20,00 Exercicis pràctics.

- Fanatització, polarització i emocions ideològiques. Anàlisi grupal de comunicació política en el cas de Catalunya.
 - Simbologia.
 - Relat.
- Detectar exemples de viralitat i exposar-los en públic.

TERCERA JORNADA.

10,00-11,30 hores. POSITIVE BRAINSTORMING

Com fer una bona tempesta d'idees creativa?

- Calendari i horari. Productivitat i temps. Oci, calma i creativitat.
- Espai o escenari.

- Interacció i sinèrgia. La inspiració es contagia.
- Regles de funcionament.
 - El joc de suma zero.
 - El repartiment de paraules.
 - La puntuació de propostes.
 - El dret de vet.
- Mètodes d'inspiració.
 - La cadena inconscient d'idees.
 - Investigació dels formats actuals. Spin-off o imitació.
- Perímetres morals.
- Conclusions.

11,30-12 hores. Pausa.

12,00-14,00. Exercicis pràctics.

Resolució de casos pràctics per equips de brainstorming.

16-17,30

Principis bàsics d'estratègia comunicativa.

- Construcció de marca global.
- Alineació de valors i missió.
- Agendització.
- Regles bàsiques del marketing social:
 - WHY.
 - WHAT
 - HOW
 - WHERE
 - WHO

- WITH
- WHOM.

Formats bàsics disponibles.

- **Video.**
 - Esquetx
 - Plissarra blanca.
 - Youtuber.
 - Veu en off + foto
 - Entrevista. Attac TV.
- **Audio.**
 - Podcast.
 - Música. L'exemple del Movimiento Naranja.
- **Imatge.**
 - Fotografia.
 - Meme.
 - Caricatura.
- **Cartell-Banner.**
 - Canvas.
- **Text.**
 - Prosa.
 - Poesia.
 - Text portat a fotografia.
- **Paraula.**
 - Conferència clàssica.
 - Conferència mixta amb preguntes escrites/virtuals amb hashtag.
 - TedTalk estricte.
 - TedTalk mixt.

- Pechacucha.
- Entrega de premis.

18,00-19,30 Exercicis pràctics.

Resoldre casos pràctics de campanyes de marqueting social.

19,30-20,00 Avaluació de la jornada formativa.