

# CURSO PRÁCTICO DE CREACION DE CONTENIDOS COMUNICATIVOS

Vivimos en una época cargada de siglas y mensajes con códigos que solo entiende quien está en un sector determinado.

Además, nunca ha habido tantos canales y herramientas diferentes de comunicación, cada uno con sus propias características .

**8 HORAS**

*Incluye el trabajo práctico con dos acciones comunicativas: desde la Coordinadora y desde las ONGs participantes*

En esta vorágine, nos hemos convencido de que el medio es el mensaje. Lo importante parece ser “estar”: en redes, en podcasts, en prensa, en una acción de marketing...

Pero, ¿ qué redactamos, contamos y compartimos? ¿Cómo lo hacemos? ¿Cómo nos coordinamos?

Este curso-taller quiere volver a la esencia: para comunicar hay que tener contenido. Tenemos que capacitarnos para crearlo y adaptarlo a los diferentes medios.

# SESIÓN 1

Presentación de 2 acciones comunicativas con las que se quiere trabajar.

- **Fundamentos y competencias para la creación de contenidos:**

- **Las ideas fuerza:** ¿Qué son? Vamos a generarlas a partir de las acciones concretas a comunicar.
- **¿Qué queremos contar y cómo?** Definir las 5 claves
- **Textos para nuestra web.**
- **El sutil arte del boletín.**
- **Redactar.** Nota. Dossier. Branded Content. Otros formatos.
- **Pensar para las redacciones**
- **Ejercicio práctico:** Redactar nota de prensa. Ponerla en común
- **Ejercicio práctico:** Cita a ciegas. La elección de lo publicable. (Sobre las notas de prensa redactadas).

**Duración: 4 horas**

**Juana Ciganda y Berta Bernarte**

*Acostumbradas a que siempre nos pregunten pero ¿en qué consiste realmente vuestro trabajo? somos socias de la microcooperativa **Aloa Comunicación** y especialistas en estrategia comunicativa, creación de contenidos, relación con la prensa y formación, entre otras cosas.*

# SESIÓN 2

• Y aquí están las redes.

- **Cómo convertirse en persona creadora de contenidos para redes sociales**

1. **Pasos prácticos**
2. **Redacción / creación**
3. **Recomendaciones y dudas**

- **Cómo optimizar el esfuerzo:** ¿Son todas iguales? ¿Qué nos incomoda? ¿Necesitamos estar en todas? Miramos las redes a través de nuestras campañas
- **Ejercicio práctico:** Elaboración de post adaptados para cada red que vayamos a utilizar en las acciones comunicativas.
- Presentación de los post. Análisis de los procesos. Dificultades y ritmos.

Tras el feedback, volvemos redactar para las diferentes redes.

- **Representación:** dar un paso adelante, portavocía y preguntas incómodas.

**Duración: 4 horas**