

Grupo 1219 Respiro creativo

Plan de acción WEBBOSS

Abril 26- 2020

Integrantes

Natalie Herrera - nataliehg39@gmail.com

Carolina Gualdrón Gómez-
carolina.gualdrong@gmail.com

Birna Avila - birnavila@icloud.com

Dónde estamos?

- ❖ El sector creativo necesita encontrar nuevas formas de participar efectivamente en las redes sociales.
- ❖ Las decisiones que se toman para dar a conocer el trabajo puede no estar cumpliendo los requisitos técnicos.
- ❖ No pretendemos hacerlos expertos sólo que no se lancen a la red sin ningún fundamento.
- ❖ Buscamos proteger los contenidos y la autoría.
- ❖ Buscamos generar Awareness de los SI y los NO para las redes sociales.

Proyectos

Proyectos Audio - Visuales

Musical, imagen en movimiento, locución, artes escénicas.

Proyectos Manuales

Artes plásticas, artesanía, cocina con valor artístico, entre otras.

Proyectos culturales

Ferias, celebraciones culturales regionales, no es necesariamente desarrollada por profesionales.

Claridad

Saber quienes participan en el negocio ayuda a definir la estrategia de comunicación en redes.



El caso de Francisco

Francisco es un coreógrafo innovador, quiere lanzar su primera obra en las redes sociales para impulsar su carrera. Posiblemente tenga la oportunidad de encontrar un patrocinador su deseo es que pueda mostrar su obra en vivo a un público específico que lo siga y permanezca fiel a sus creaciones. Francisco desconoce sus posibilidades y limitaciones, no sabe definir su audiencia y no sabe las normas y formatos aceptados en las redes. Queremos ayudarlos a ser efectivo y que sus posibles patrocinadores lo contacten para lograr hacer de su producción una realidad rentable con la mejor difusión posible en las redes y alcanzar su público deseado.

A pair of white ballet slippers is shown from a low angle, resting on a light-colored floor. The slippers are made of a shiny, satin-like material and have thin, pointed toes. The ribbons are tied around the ankles. The background is a plain, light-colored wall.

El caso de Francisco

Francisco es un coreógrafo innovador, quiere lanzar su primera obra en las redes sociales para impulsar su carrera. Posiblemente tenga la oportunidad de encontrar un patrocinador su deseo es que pueda mostrar su obra en vivo a un público específico que lo siga y permanezca fiel a sus creaciones. Francisco desconoce sus posibilidades y limitaciones, no sabe definir su audiencia y no sabe las normas y formatos aceptados en las redes. Queremos ayudarlos a ser efectivo y que sus posibles patrocinadores lo contacten para lograr hacer de su producción una realidad rentable con la mejor difusión posible en las redes y alcanzar su público deseado.

Lo que Francisco quiere vs. lo que necesita

- Velocidad - Vender rápidamente la taquilla → La planeación requiere tiempo, debe empezar por registrar y estar seguro de que tiene todos los derechos a su nombre o a nombre de su compañía, es decir los otros miembros del equipo deben cederle los derechos.
- Cubrimiento - llegar a muchos → Debe tener muy claro a quienes quiere llegar y cuál es su capacidad de respuesta (Ej. Cuantas sillas tiene la sala en donde se va a presentar y cuantos días estará disponible)
- Efectividad - que los que vean su publicidad compren la boleta → La efectividad dependerá del momento en el cual se encuentre su audiencia y de las diferenciaciones frente así competencia (ej. El circo del Sol)
- Ganancias - Presentar más temporadas → ¿Vender boletas es su única posibilidad para recibir ganancias?
- Reputación - Ser reconocido por su gran trabajo. → La reputación sostenida sólo se consigue con una presencia sostenida en ellas redes, los medios tradicionales fuera de las redes también han servido pero es evidente que para muchos es indispensable la presencia.
- Oportunidades - Nuevas formas sostenibles de exponer su talento y vivir de los que él y su compañía hacen → Solo la observación del comportamiento de sus audiencias le dará a Francisco un panorama acertado para detectar nuevas oportunidades.

Registrar

Dos tipos de derechos de autor

En concreto, según la ley española y los tratados a los que ella adscribe, existen dos grandes grupos o tipos de derechos de autor:

1. Los derechos morales:

Protegen los intereses no patrimoniales del autor. Estos derechos no se pueden ceder ni renunciar; tampoco embargar o enajenar.

Se refieren a la esfera más íntima y vinculada a la personalidad del autor. A través de estos se protege la identidad y reputación del creador de la obra.

2. Los derechos económicos, patrimoniales o de explotación:

Son los únicos que se pueden ceder a un tercero. Esta cesión se realiza mediante un contrato o la aceptación de los términos y condiciones.

Son los derechos que permiten una compensación económica por el uso de las obras del titular por parte de otra persona o empresa.

Para Colombia <http://derechodeautor.gov.co/home>

El panorama requiere de preparación

Como podemos ver Francisco debe planear muy bien la ejecución de sus acciones en la red para contactar a sus inversionistas probablemente deberá ser más directo.

Ruta probable



Gracias grupo 1219