



Facultad de **Información y Comunicación**

Universidad de la República.

Facultad de Información y Comunicación.

Instituto de Comunicación.



Creatividad II 2024

Gonzalo López Baliñas | Marcelo Bonomi

Bienvenidas.
Bienvenidos.
Bienvenidxs.

Nos presentamos



Marcelo
Bonomi



Gonzalo
López Baliñas



Mag. Gonzalo López Baliñas

Director Creativo Ejecutivo

Habilidades

Dirección Creativa
Planificación Estratégica
Redacción Creativa

Es Director Creativo Ejecutivo en Alva, donde lidera todas las áreas creativas de la agencia en sus cuatro pilares: comunicación, género, sustentabilidad e innovación.

Desde 2006 comienza su experiencia en comunicación, creatividad y asesoramiento publicitario.

Es Máster en Innovación y Emprendimiento de Universitat de Barcelona y Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de la República. Trabajó en las agencias locales siendo reconocido como Mejor Director Creativo de Uruguay en 2012 y 2014 y también en agencias internacionales como Director General Creativo y parte del equipo global de MullenLowe para proyectos mundiales.

En 2021 fue seleccionado por Google para la Masterclass Intensiva RARE Leadership Academy, un proyecto de Google y Universidad de Berlín para formar a los líderes creativos del mañana.

En su carrera logró más de 100 premios internacionales entre los que destacan 5 Cannes Lions, New York Festivals y D&AD Awards.

Ha liderado equipos de diseño gráfico, editorial, digital y conceptual para empresas locales y multinacionales como Antel, Unilever, FNC, El Observador, SUAT, CCU, SURCO, Banque Heritage, Aiva, Mosca, Bill & Melinda Gates Foundation,

Ha sido jurado en Campana de Oro, Tatakúá, El Ojo de Iberoamérica, New York Festivals, AdStars, IAB Mixx Uruguay e IAB Mixx Perú.

Fue docente de creatividad en Brother Montevideo y actualmente en FLACSO en *Comunicación Digital para Bien Público* y Grado 3 en Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República.

Alva Creative House
es la sinergia de
empresas que
trabajan juntas por
un **futuro más
brillante** a través del
cambio cultural y la
comunicación .

alva

Una agencia de publicidad independiente,
innovadora y responsable.

 ReAcción


Impulsa el cambio cultural de las personas y
organizaciones a través de la ingeniería
ambiental y la comunicación.

 E M P A T H Y

Una consultora para lograr los cambios
culturales necesarios. Diversidad, Género y
Generaciones como miradas integrales.



**y reducir costos
operativos**

A man with dark hair and a mustache, wearing a brown t-shirt, is looking intently at a roller skate he is holding. The skate has a dark upper, light-colored laces, and four colorful wheels (yellow, pink, and purple). The background is a plain, light-colored wall. The word "JUGUETES" is overlaid in white, bold, sans-serif font on the left side of the image.

JUGUETES



Mag. Marcelo Bonomi

Desarrollador de negocios

Habilidades

Asador

Hablo con la gente

Me cuesta ser serio

¡Hola! 🖐️

Soy Marcelo Bonomi, profesional desarrollo de negocios con una formación académica que incluye una Licenciatura en Comunicación, un Posgrado en Marketing de la Facultad de Ciencias Económicas y Administración, y una Maestría en Innovación y Emprendimientos de la Universidad de Barcelona y OBS Business School.

En mis más de 15 años de carrera, he aplicado mis conocimientos para liderar la expansión y fortalecimiento de negocios en múltiples sectores, tanto a nivel nacional como internacional. Utilizo una estrategia integrada que alinea la comprensión del mercado con la ejecución de iniciativas de crecimiento y valor agregado.

Recientemente, he iniciado una Diplomatura en Nuevas Economías en la Universidad Nacional de Córdoba, que me permite incorporar conceptos vanguardistas en el desarrollo y asesoramiento empresarial.

Mi meta es impulsar negocios innovadores y eficaces, maximizando el potencial de cada proyecto y empresa con la que colaboro.

**¿Qué nos
gusta?**

Es la primera vez que encaramos C2 juntos (esta clase).

En común tenemos la vocación, la garra y la escucha.

Nos conocemos de hace años, muchos más de lo que recordamos.

Nuestro objetivo es que se vayan de C2, pero que no se quieran ir.

Haciendo sí, pero con pensamiento crítico.

Con criterio, entendiendo dónde está parada la comunicación, la publicidad y sobre todo, las personas.

**Quién de
ustedes se
quiere
presentar?**

Cómo va a ser C2?



**El curso está
"vivo". Lo vamos
haciendo juntxs.**

**Como siempre, vamos a
conocernos un poco :)**

**Qué les gusta
Qué quieren
Qué les interesa más.**

**Nos sirve para planificar y
hacer clases más
disfrutables.**

<https://forms.gle/FTaBsdX3S86o5MeEA>





Crono 2024

Clases Clave

Semestre 2 2024

1 (07/08) +

Presentación.
Programa.
Rompehielo.
Objetivos.

2 (14/08)

Armar el brief.

3 (21/08)

Romper el
Brief.
Concepto y
Estrategia.

4 (28/08)

Sorpresita

5 (04/09) +

Técnicas para
ideas.
Brief Parcial.

6 (11/09)

Repaso

7 (18/09)

Invitadx.

8 (25/09)

Respuestas a
dudas en clase.
Libre para
entrega parcial.

Clases Clave

Semestre 2 2024

9 (02/10)

Esto es por plata, nene.

10 (09/10)

Entrega Parcial

11 (16/10)

Nuevas Economías.
(invitadx)

12 (23/10)

Investigación de Escritorio.
Consigna Parcial 2 sobre:
Nuevas Economías.

13 (30/10)

Festivales e ideas que tenés que conocer.

14 (06/11)

Todo lo que querés saber sobre trabajar en publicidad

15 (13/11)

Respuestas a dudas ó Sorpresa

16 (20/11)

Entrega Parcial 2

**¿Qué motiva
a C2?**

¿Cómo encarar esta asignatura?



¿Cómo encarar esta asignatura?

| ENTENDER | APLICAR | CREAR | |
|---|---|--|---------------------|
| Qué es la creatividad y cómo ejecutarla en un marco real. | Herramientas, técnicas, procesos e investigación. | Ideas originales que aporten valor comercial, social y colectivo | PRÁCTICAS |
| El contexto actual y el futuro. | Tiempo para experimentar y sacarse dudas. | Un esquema para completar un portfolio a través de contenidos propios. | PERSPECTIVAS |

Una pregunta

Por qué es importante la creatividad?

Es una pregunta, che.

En naranja las que vamos a tocar.

Situación actual

- Cambio constante.
- La creatividad es requerida por agencias, pero no solo por ellas.
- Necesidad de incorporar saberes digitales y actualizarse.
- Comprensión de la tecnología y sensibilidad para entender el mercado y las personas.



Pensamiento analítico e innovación



Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje



Resolución de problemas complejos



Pensamiento crítico y análisis



Creatividad, originalidad e iniciativa



Liderazgo e influencia social



Uso, seguimiento y control de la tecnología



Diseño y programación de tecnología



Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad



Razonamiento, resolución de problemas e ideación

Tipo de habilidad

● Resolución de problemas

● Autogestión

● Trabajando con gente

● Uso y desarrollo de tecnología

Ejercicio Rompehielo

¿Nos ejercitamos un poco?

**Naufragaste y estás en una isla desierta.
Solo tenés una hoja, un lápiz, una botella y un corcho para intentar salvarte. ¡Y querés salvarte!**

**Tenés 10 minutos para intentar salvarte. ¿Qué hacés?
Es tu única chance de sobrevivir.**

Sí. Esta es la consigna (no preguntes nada más).

Pista: Un mensaje te puede salvar.



¿Te salvaste?

**Compartimos los mensajes.
Evaluamos quiénes podrán ser rescatados..
Reflexionamos sobre el ejercicio.**



Programa 2024

Objetivos generales

- **Cambios progresivos, incorporando perspectivas.**
- **Colaboración: trabajos grupales (4-5 personas)**
- **Inspira y sostener el interés.**
- **Visualizar objetivos.**
- **Foco en resolución de problemas a través de propuestas.**
- **Comprender el mercado.**
- **Educar la sensibilidad.**
- **Dos proyectos en entregas y defensas con presentaciones grupales.**

/ Primeras 6-7 clases

- **Nivelar.**
- **Brief.**
- **Técnicas Creativas.**
- **Publicidad, Estrategia y Marcas**
- **Oposiciones y creatividad.**
- **Posicionamiento, evolución y tipos.**
- **Formación de grupos (4-5) para Parcial 1 y 2.**
- **Entrega de Parcial sobre brief real de ANEP.**

/ Evaluación 1 :)

En grupos de 4-5 personas, van a hacer una propuesta de campaña para ANEP de acuerdo al brief recibido y procesado.

Van a aplicar herramientas creativas para proponer un concepto creativo de campaña, diferencial, racional creativo y posibles ejecuciones.

Afiche: Vendiendo su concepto.

Video: De 1 a 3 videos o contenidos para tiktok o stories.

Radio: De 1 a 3 piezas de radio para difundir en radio (Escrito o bocetado)

Posteos: 3 Posteos para redes de FIC. (Bocetado y escrito)

Idea Extra: En el formato que quieran.

Idea Extra: Una idea de mural (Obligatorio para grupos de 5. Bocetado)

Entrega . Parcial 09.10: Presentación en formato PDF con links embebidos en drive o similar.

DESTACADOS C2 2023

<https://lnk.bio/creatividad>

/ Últimas 6-7 clases

- **De dónde vienen los recursos**
- **Repaso de lo anterior**
- **Entregables Campaña**
- **Invitados**
- **Qué necesito para conseguir trabajo.**
- **Revisión y creación**
- **Nuevas Economías**

/ Evaluación 2 :)

En los mismos grupos de 4-5 personas, van a utilizar **Pensamiento de Diseño** Para Crear y vender un podcast sobre nuevas economías.

Van a aplicar herramientas creativas, investigación, problema + solución. En base a eso van a tener que presentar un posicionamiento y un piloto de cómo funcionaría.

Parcial Entrega Semana 20.11: Investigación De Escritorio + Síntesis (PPT de referencia en EVA) + VIDEO de 4 minutos presentando su podcast.

En el video van a contar el concepto creativo publicitario de su Podcast y 2 ejemplos de **piezas creativas diferentes.**

DESTACADOS C1 2022 y 2023

Un re- repasito.

**Pregunta.
Qué es la
creatividad?**

“Mis observaciones críticas sobre la doble oposición dialéctica material inmaterial / natural-artificial subyace en que las técnicas son consideradas por sus autores exclusivamente materiales y ligadas al manejo de herramientas interpuestas.

Pero no admiten la existencia, ni por tanto la acción, de las técnicas mentales, que como tales, tienen también un carácter operacional, como por ejemplo, los procesos de la ideación, la previsión, la planeación o el cálculo.

Toda técnica, sea material o mental, tiene sus leyes, sus procesos, su modo de empleo, su habilidad en el “manejo” y su “manual de instrucciones”.

Joan Costa

Recuperado de: “Hacia el pensamiento complejo”, por Joan Costa para Joan Costa Institute.

<http://www.joancostainstitute.com/pdfs/hacia-el-pensamiento-complejo.pdf>

Qué es lo que está pasando?

“La cultura de una colectividad es el conjunto formado por los sistemas de representación, los sistemas normativos y los sistemas de acción de esta colectividad”.

Los sistemas de acción comprenden las mediaciones técnicas. La técnica es, pues, también un “sistema particular de acción”, un “subcomponente de la cultura”.

***La creatividad siempre vive en esas rupturas.
Es parte de lo que se conoce como pensamiento complejo.***

Recuperado de: “Hacia el pensamiento complejo”, por Joan Costa para Joan Costa Institute.
<http://www.joancostainstitute.com/pdfs/hacia-el-pensamiento-complejo.pdf>

Pensamiento complejo

Ruptura entre acción y comunicación.

Reducción y compartimentalismo.

Relaciones y dimensiones de los sistemas.

Recuperado de: "Hacia el pensamiento complejo", por Joan Costa para Joan Costa Institute.
<http://www.joancostainstitute.com/pdfs/hacia-el-pensamiento-complejo.pdf>

Qué es lo que está pasando?

***La creatividad parece arte pero no lo es.
Es práctica. Es datos. Es arte. Es ciencia. Es
empatía. Es cultura.***

***Surge de una falsa dicotomía entre técnica y
humanidad. Entre medición y sentimientos.
Entre persuasión y conveniencia.***

43

***Reducirla a una cosa u otra es el error más
grave que podemos cometer.***

Re su mien do

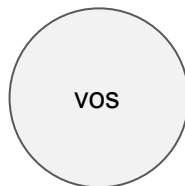
recibís mensajes

sos parte de la
sociedad
tenés tus valores y
creencias

tenés costumbres

tenés defectos

tenés aspiraciones



creás mensajes

necesitás llegar a otras
personas
comunicar valores y
creencias

nuevas costumbres

nuevas soluciones

nuevas oportunidades

Sí, es para una agencia.

O para el diseño

periodismo

escritura

una empresa de software

tus redes sociales

personas que programan

**y para quienes necesiten
llegar a otro con algo más
que un argumento racional.**

**Un mensaje
final sobre
conectar.**



**juntaba botellas de Coca-Cola
por 5 centavos
del envase para conseguir
dinero para comer,**

Tarea en EVA

Presentarse en el foro en 2 párrafos.

Gracias.