

TEDx

Manual del Organizador

¡Felicitaciones!

¡Bienvenido a la

comunidad TEDx!

Ahora eres parte de una comunidad global de hacedores que creen en el poder de compartir ideas. Como organizador de TEDx, tienes acceso completo a una plataforma conectada globalmente - que no sólo contribuye a promover el pensamiento innovador a nivel local, sino que difunde esas ideas a nivel mundial.

Sabes que requiere mucho trabajo y pasión organizar un evento para que sea un éxito. Es por eso que te hemos escogido para representar a TED, porque posees la creatividad y energía para llevar la experiencia TEDx a tu comunidad. Pero sabes que crear un evento TEDx no es una aventura en solitario; formas parte de una comunidad vibrante, dispuesta a brindar su apoyo en cada paso que des.

¡Bienvenido al equipo TEDx!

Cómo utilizar este manual

Este es un documento dinámico producido a partir de las mejores experiencias de los organizadores de TEDx y curado por el personal de TEDx. Si bien las normas y directrices se mantendrán constantes, el documento es actualizado periódicamente con enlaces a la inspiración, a las normas y a los recursos que la comunidad considera más relevantes.

Para consultar este documento puedes hacerlo tanto en su versión impresa o tenerlo a mano en una computadora. Los hipervínculos están integrados para ayudarte a navegar a lo largo del documento, como así también para conectarte con recursos por fuera de él.

Los temas que trata este manual son:

- Gestión de equipos
- Sede
- Patrocinio y Finanzas
- Diseño del Programa
- Oradores
- Desarrollo de la Marca y Mercadotecnia
- Audiencia
- Fotografía y Video
- Posterior al Evento

Dividimos el manual en dos grandes apartados:

Los fundamentos de TEDx y Cómo organizar un TEDx

Los fundamentos de TEDx ofrece una visión general de lo que se necesita para realizar un evento TEDx. Incluye una hoja de referencia para explicar el valor de TEDx, una Línea de Tiempo de Tareas que muestra cuándo se desarrollarán determinadas tareas en el transcurso del evento (y también cuándo comenzar a pensar en ellas), un Cronograma de Tareas planificadas a realizar antes, durante y posterior al evento, como así también las Reglas de Conformidad de TEDx.

Cómo organizar un TEDx es la clave del manual. Cada capítulo comprende una parte diferente en relación a las facetas específicas de un evento, tales como “Sede” u “Oradores”. Cada sección incluye los principios rectores y las mejores prácticas; algunas secciones profundizan algunos fundamentos, así mismo, ofrecen enlaces con contenidos relevantes e inspiradores. Los íconos y diagramas dentro del manual destacarán este contenido más profundo.

Iconos y Diagramas Internos



Consideraciones Adicionales

Qué hay que verificar una vez que tienes los elementos imprescindibles bajo control.



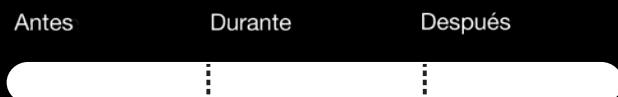
Inspiración

Enlaces a vídeos educativos, sitios web y otros medios de difusión inspiradores relacionados con TEDx.



Plantillas y Muestras

Ejemplos para comenzar y herramientas para realizar el trabajo.



Mini Línea de Tiempo

Para saber cuándo en el transcurso del evento una sección es más relevante.

Dificultad



Tiempo



Costos



Reglas



Evaluador de Tarea

Para comprender a primera vista lo que cada tarea exige

Fundamentos de

TEDx

- ▶ El Valor de TEDx
- ▶ Reglas de Conformidad de TEDx
- ▶ Línea de Tiempo de Tareas
- ▶ Cronograma de Tareas

El Valor de TEDx

"Entonces, ¿qué es TEDx?"

Sin duda, como organizador, te harán esta pregunta muchas veces. Míralo como una oportunidad para mostrar el espíritu y la experiencia TEDx. Podrías estar hablando con un potencial voluntario, un patrocinador o con un asistente.

Cuéntenles que TED es un evento anual que reúne a los pensadores y hacedores más importantes del mundo para compartir ideas que son relevantes en cualquier disciplina, como: tecnología, entretenimiento, diseño, ciencia, humanidades, negocios, desarrollo. Explica que en un evento TEDx se combinan los oradores con los vídeos de TEDTalks para promover el debate y conexiones profundas. Y con el espíritu de “ideas que vale la pena difundir”, TED creó TEDx, un programa de conferencias locales y organizadas de forma independiente para compartir una experiencia similar a TED.

Explica que el deseo de TEDx es que se convierta en un foro local para las ideas dentro de cada comunidad con el fin de inspirar a la s personas a cambiar sus vidas, su futuro y el mundo. Coméntales por qué estás organizando tu evento; habla sobre tu temática, cuenta sobre el proceso, deja que se enteren quién es parte de la comunidad que estás construyendo. ¡Invítalos a participar!

Reglas de Conformidad de TEDx

La belleza de TEDx es que es abierto y adaptable, y los organizadores pueden adaptar el programa para satisfacer las necesidades e intereses de diversos públicos. Pero esa apertura implica también que todos los organizadores deben permanecer fieles a las reglas de TEDx para mantener cierta homogeneidad en todo el mundo.

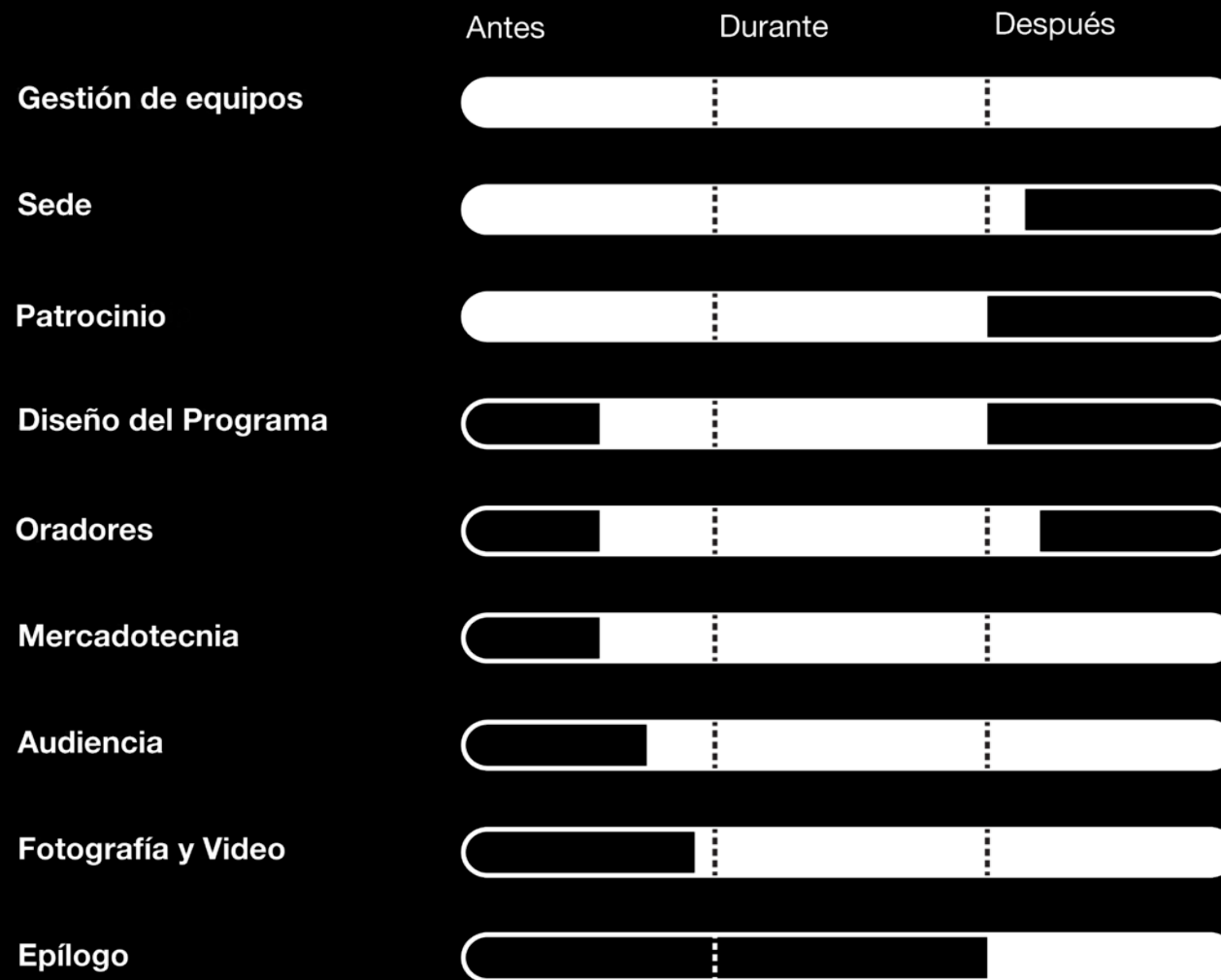
Reconocemos que hay una importante cantidad de reglas que queremos que sigas, pero si las tienes presentes, poseerás lo necesario para comenzar.

Reglas de Conformidad de TEDx

1. Los eventos TEDx deben ser interdisciplinarios.
2. Cada evento TEDx debe tener una licencia independiente.
3. Los eventos TEDx sólo deben durar un día.
4. Sólo los eventos donde el principal licenciatarario haya asistido a TED pueden tener más de 100 asistentes.
5. El valor de las entradas no puede exceder los \$100 USD y deberán recibir siempre la aprobación de TED.
6. Los nombres de los eventos TEDx deben estar basados en la localización, correspondientes a la ciudad, barrio, o calle, y no a región, estado, país o continente.
7. Siempre preséntate como un evento TEDx organizado de forma independiente. Deja claro esto mediante el uso del logotipo correcto y el lenguaje.
8. El formato de un evento TEDx es el siguiente: el video de introducción de TEDx, una sesión de charlas de 18 minutos cada una, junto a un 25% del contenido total conformado por vídeos de TED.com, con pausas entre ellos. No habrá paneles, talleres o preguntas y respuestas.
9. Los eventos TEDx deben ser autónomos, y nunca deben ser marca compartida o asociados a otras organizaciones. Las compañías sólo pueden relacionarse con los eventos TEDx como patrocinadores.

10. No se permiten patrocinadores en el escenario. Los patrocinadores no pueden influir en tu evento.
11. El video oficial de introducción a TED que presenta al curador de TED, Chris Anderson, debe ser reproducido al comienzo de tu evento.

Línea de Tiempo de Tareas



Cronograma de Tareas

	Antes	Durante	Después
Gestión de equipos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has armado tu equipo? ✓ ¿Has desarrollado un organigrama para tu equipo? ✓ ¿Has diagramado un cronograma de planificación? ✓ ¿Te has reunido con frecuencia con tu equipo? ✓ ¿Te has puesto en contacto con el Google Groups de TEDx? ✓ ¿Has consultado el PB Wiki en búsqueda de ejemplos y consejos? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Tienes una lista de verificación y un programa del día del evento? ✓ ¿Conoce cada uno sus tareas y responsabilidades? ✓ ¿Tienes un plan de contingencia para los equipos, los oradores, y los voluntarios? ✓ ¿Designaste a un equipo narrador/ bloguero del evento? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Agradeciste a tus voluntarios?
Sede	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has buscado una sede que se adapte al tamaño, al tenor y a las necesidades de equipamiento de tu evento? ✓ ¿Has examinado los requisitos del seguro de tu sede? ✓ ¿Has diseñado un plano de la escenografía del escenario? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tú o el coordinador del día del evento ¿han revisado los equipos y la disposición del escenario? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Completaste todos los requisitos relacionados al alquiler de tu sede?

Cronograma de Tareas

	Antes	Durante	Después
Patrocinio y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Conoces las normas contables en tu ciudad, estado y país? ✓ ¿Has desarrollado un presupuesto? ✓ ¿Has visto qué servicios y equipamiento podrían obtenerse mediante donaciones en especies? ✓ ¿Has desarrollado un kit de sponsors? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Le agradeciste a tus sponsors durante el transcurso del programa? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Agradeciste a tus patrocinadores? ✓ ¿Completaste alguna documentación relacionada a donaciones o de contabilidad?
Diseño del Programa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has elegido el tema? ✓ El diseño de tu programa ¿se adapta al formato tradicional de TED? ✓ ¿Has incluido en el programa una variedad de estilos de comunicación, de disciplinas, de actuaciones y de duración de las intervenciones de cada orador? ✓ ¿Has elegido un presentador del evento y le has explicado sus responsabilidades? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El presentador del evento ¿tiene conocimiento de las reglas de TEDx y un guión del día del evento? ✓ ¿Tienes almacenadas y listas las presentaciones de los oradores y los videos? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Le agradeciste a tu anfitrión?

Cronograma de Tareas

	Antes	Durante	Después
Oradores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has conformado un grupo dinámico y diverso de oradores? ✓ Los oradores ¿han firmado el compromiso y el formulario de autorización? ✓ Los oradores ¿comprenden su rol y el formato de presentación? ✓ ¿Has revisado la presentación de los oradores y ensayaste con ellos? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Te reuniste con los oradores para asegurarte que comprenden el formato del día, dónde deberían situarse y cuándo? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Agradeciste a los oradores?
Desarrollo de la Marca y Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has creado una identidad única? ✓ ¿Has creado una sitio web y un blog del evento? ✓ ¿Has completado y mantienes actualizado el sitio del evento? ✓ ¿Has divulgado tu evento? ¿Has creado una sección de prensa en tu sitio web? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has incentivado al público a publicar en Twitter, en blogs y en Facebook? ✓ ¿Están sus regalos expuestos? ✓ ¿Se muestran correctamente los carteles? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Armaste una entrada de blog que resuma la cobertura de prensa y de redes sociales del evento? ✓ ¿Publicaste partes de tu evento en el blog de TEDx?

Cronograma de Tareas

	Antes	Durante	Después
Audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Le has enviado a tu audiencia la aplicación para participar? ✓ ¿Has confirmado la lista de invitados? ✓ ¿Has pensado en crear la comunidad de TEDx más grande de todas? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le diste a todos una credencial? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has quedado en permanecer en contacto con tu comunidad TEDx? ✓ ¿Le enviaste el formulario oficial de comentarios y sugerencias de TEDx a los asistentes?
Fotografía y Video	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuentas con seguridad con el equipo audiovisual y equipamiento general? ✓ ¿Has planificado una producción de fotos y vídeos? ✓ ¿Tienes mapa del audio y video de la sede? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has montado las cámaras para tomar primeros planos, planos de las pantallas y planos del público? ✓ ¿Le diste al equipo de producción una copia del guión? ✓ ¿Tienes personal suficiente para captar todo el audio y el video que necesitas? 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Has rotulado todo lo que has grabado? ✓ ¿Editaste tus vídeos cuidadosamente? ✓ ¿Enviaste la transcripción para ser traducida? ✓ ¿Subiste los vídeos a YouTube? ✓ ¿Subiste las fotos a Flickr?
Posterior al Evento			<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Enviaste y recibiste de vuelta la encuesta entregada a la audiencia? ✓ ¿Completaste la encuesta para el organizador? ✓ ¿Tienes tu sitio del evento actualizado?

Cómo organizar un **TEDx**

Contenidos

1 Gestión de equipos	19	6 Desarrollo de la Marca y Mercadotecnia	77
‣ <u>Armado del equipo</u>	21	‣ <u>Trabajar con las directrices de TEDx</u>	83
‣ <u>Coordinación del equipo</u>	23	‣ <u>Crear una identidad y una historia únicas</u>	92
‣ <u>Llevar adelante el evento</u>	26	‣ <u>Diseñar la presencia en línea</u>	96
2 Sede	28	7 Audiencia	100
‣ <u>Selección del lugar</u>	30	‣ <u>Invitación a los asistentes</u>	102
‣ <u>Montaje del evento</u>	34	‣ <u>Sostener la comunidad TEDx</u>	105
3 Patrocinio y Finanzas	39	8 Fotografía y Video	107
‣ <u>Determinar las necesidades de patrocinio</u>	45	‣ <u>Grabación del evento</u>	110
‣ <u>Planificación del presupuesto</u>	50	‣ <u>Edición de imágenes y publicación de vídeos</u>	117
‣ <u>Acercamiento a los patrocinadores</u>	52	‣ <u>Compartir tu evento</u>	120
4 Diseño del Programa	58	9 Posterior al Evento	123
‣ <u>Desarrollo del programa</u>	62	‣ <u>Compartir tu experiencia TEDx</u>	125
‣ <u>Representación del contenido</u>	65	‣ <u>Comentarios y renovación</u>	128
5 Oradores	67	‣ <u>Asumir con TEDx el rol de organizador</u>	130
‣ <u>Curar a los oradores</u>	70	Soporte adicional	135
‣ <u>Preparar a los oradores</u>	72	‣ <u>Personal de TEDx: ¿Quiénes somos?</u>	137
		‣ <u>Otros recursos para el organizador</u>	138
		‣ <u>Inspírete con tus compañeros de TEDx</u>	142

Gestión de Equipos

- ▶ Armado del equipo
- ▶ Coordinación del equipo
- ▶ Llevar adelante el evento

Dificultad	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Tiempo	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Costos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Reglas	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>



El espíritu de TED

El primer paso de cualquier organizador de un TEDx, es reunir un equipo básico, un grupo de expertos con compromiso que harán que el evento se haga realidad. Tú eres el organizador, pero definitivamente, ¡TEDx es producto del esfuerzo de un equipo! Convocarás a los principales pensadores y hacedores de tu comunidad para compartir ideas que vale la pena difundir, y para lograrlo, tendrás que apoyarte en tu equipo.

Es cierto que uno de los mayores desafíos es ser organizador de un evento TEDx, pero en el espíritu y con el objetivo de crear una comunidad, ese puede ser el rol más gratificante. Para que un evento TEDx sea estupendo, se requiere una gestión de equipos también estupenda. ¡Vamos equipo!

Armado del equipo

Principios rectores

1 Logra el equipo organizador adecuado

Esto es lo más difícil. Aunque es importante contar con personas que compartan la visión de TED, reúne individuos con autogestión, organizados y trabajadores.

2 Crea un grupo primario pequeño

El proceso de gestión puede funcionar mucho mejor si trabajas con un grupo pequeño de voluntarios dedicados. Ellos pueden responsabilizarse de las tareas primarias. Busca personas que tengan tanto las habilidades como la disponibilidad de dedicación necesarias.

3 Saber cuándo contratar a un profesional

Los eventos TEDx suelen realizarse gracias a la dedicación de voluntarios y con recursos financieros limitados. Sin embargo, asignar parte del presupuesto a la asistencia de profesionales puede llevar a ahorrar tiempo, como también mejorar la calidad del evento. Considera la posibilidad de contratar proveedores para el diseño gráfico, para el entrenamiento de los oradores, y para la producción audiovisual.

Mejores Prácticas

Elegir a los voluntarios adecuados puede ser una de las partes más difíciles de la experiencia TEDx, pero puede reportar las mayores recompensas.

► Busca capacidades críticas

Al contratar los miembros del equipo organizador, si no tienes experiencia en la planificación de eventos o en gestión de proyectos, intenta convocar miembros del equipo organizador con este tipo de experiencia. Ellos pueden brindarte ideas vitales y ayudarte a navegar los desafíos de montar un evento.

► Crea un equipo secundario de voluntarios más amplio

Un equipo secundario de voluntarios puede asistir al grupo primario en sus tareas, así como al personal del evento.

- ▶ **Haz participar al grupo primario en la convocatoria y selección de voluntarios**
Los miembros del grupo primario podrían acceder a posibles voluntarios buscando en sus propias redes sociales. Asimismo, considera delegar en un miembro del grupo primario la tarea de convocar y gestionar a los voluntarios.
- ▶ **Solicita a los voluntarios firmar un acuerdo de voluntariado**
Este documento debe incluir lo que se espera del trabajo del voluntario, incluyendo las directrices en torno al protocolo de comunicación, el compromiso de tiempo, plazos de entrega y la comprensión de cómo representar a la marca TEDx.
- ▶ **Expresa tu reconocimiento**
Al igual que tú, los voluntarios brindarán una cantidad significativa de su tiempo a esta misión. Encuentra maneras de expresarles el valor de su tarea durante el proceso de convocatoria y durante la planificación del evento. Desde beneficios tales como mencionarlos en el sitio web hasta un evento de agradecimiento a los voluntarios; esto ayudará a construir y sostener un grupo de voluntarios felices y comprometidos.



Plantillas y Muestras

- ▶ [Sample volunteer agreement](#) (Modelo de contrato de voluntarios)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Coordinación de tu equipo

Principios rectores

1 Involucra a tu equipo en el espíritu de TEDx

Tú no debes ser el único predicador de TEDx de tu equipo. Ayúdalos a comprender la esencia de lo que están creando, exponiéndolos a TEDx. Vean una transmisión simultánea o asistan juntos a un evento TEDx durante el proceso de planificación.

2 Crea un plan de organización

Asigna funciones específicas a los miembros del grupo primario y crea un plan de organización que establezca la estructura general del equipo, como así también los objetivos principales, responsabilidades y las metas de cada uno.

3 Reúnete regularmente con tu grupo primario

El diablo está en los detalles, por lo tanto reúnete con tu grupo primario regularmente (por ejemplo, semanalmente) para estar actualizados y conversar los pasos siguientes.

Mejores Prácticas

► **Asigna roles relacionados con las tareas principales del evento**

Divide los componentes más importantes de este manual en roles específicos que los miembros del grupo primario podrían ejercer. Los roles son: patrocinio, sede, oradores, desarrollo de la marca y mercadotecnia. También asigna roles para ciertas tareas de gestión de proyectos, como gestión del voluntariado y presupuesto.

► **Designa a un presentador del evento**

Escoger a una persona para que sea el narrador oficial, es una manera coherente y estupenda de mantener a la gente interesada e informada sobre el evento y también tener tu blog actualizado. Delega esta tarea tan importante y productiva en un miembro apasionado del equipo.

► **Nombra a un experto en reglas**

Una manera de mantener la coherencia de la experiencia y la marca TEDx radica en seguir las reglas. Además de ti, debe haber otro miembro de tu equipo primario familiarizado profundamente

con las reglas. Esto puede ayudar a evitar problemas innecesarios a medida que avanzas con tu evento.

► **Adopta el rol de curador**

Como organizador del evento, tú eres el administrador máximo del evento. Supervisa al equipo primario y haz frente a tareas individuales según sea necesario o si lo deseas.

► **Asigna un suplente**

Ejercer un buen liderazgo significa no delegar toda la responsabilidad en una sola persona. Así, mantén a un miembro del equipo bien informado del proceso y establece una estrategia con él en caso de necesitar que te reemplace en tu evento TEDx.

► **Utiliza herramientas de gestión de proyectos**

Considera usar software libre de gestión de proyectos, como Basecamp u Open Atrium. Dropbox, Google Groups y PB Wiki (PBworks), pueden ser muy útiles para la gestión de contenidos con tu equipo.

► **Desarrolla una línea de tiempo del proyecto**

Usa la línea de tiempo que aparece al comienzo de esta guía para diseñar un plan general de implementación y diseña otra más detallada con los plazos clave.

► **Únete a la Comunidad Wiki de TEDx**

En la Comunidad Wiki de TEDx encontrarás recursos de TED y de otros equipos sobre gestión de proyectos de TEDx y otros temas. Una vez que tu evento es aprobado, una semana después recibirás una invitación al Wiki (revisa tu carpeta de correo no deseado-spam). Si nunca recibiste el e-mail, ponte en contacto con: tedxbranding@ted.com para que te envíen la invitación. Para añadir a los miembros de tu equipo al Wiki, envía sus nombres e e-mails a: tedxbranding@ted.com.

► **Sé flexible**

Sin duda, en cualquier evento se presentan conflictos de programación de último momento, problemas técnicos y otros escollos. Siempre que sea posible, ten un plan alternativo.

► **Mantén la diversión**

El nivel de compromiso que se necesita para organizar un TEDx puede parecer intimidante. Divertirse puede ayudarte y ayudar a otros a que el proceso sea más sencillo. Haz actividades grupales como “comidas a la canasta” (potlucks) junto con las reuniones, o asistir a algún evento divertido con tu equipo.

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Llevar adelante el evento

Principios rectores

1 Lleva un registro de los detalles

La producción del evento es una de las partes más dinámicas del proceso de planificación de un TEDx. Si tú o alguno de los de tu equipo no tienen experiencia en producción, ten en cuenta contratar a gente que sí la tenga. Establece encuentros regularmente y listados de comprobación para estar al tanto de las cosas.

2 Sé flexible

En el apuro y ajetreo del día del evento, siempre sucede algo fuera de lo previsto. Designa a alguien para que sea el manager responsable y que tenga pensado varios planes alternativos.

Mejores Prácticas

- ▶ **Elabora un libreto del día del evento**
Elabora un libreto y una línea de tiempo del día del evento que puedan consultar los voluntarios, el presentador del evento y los proveedores.
- ▶ **Haz un ensayo general**
Pide a los voluntarios y proveedores que participen del ensayo de las actividades del evento y de los sistemas de prueba y ejecución de comandos establecidos en el libreto.
- ▶ **Confirma todo**
En las semanas previas al evento, confirma la sede, a los proveedores, a los voluntarios y a los oradores. Asegúrate que cada uno sepa sus responsabilidades del día. Incluye el proceso de confirmación en la línea de tiempo del proyecto.
- ▶ **Elabora una lista de comprobación del día del evento**
Se puede utilizar una lista de comprobación para hacer el seguimiento de los sistemas e instalaciones mientras se prueban y mientras se confirma al personal. Organiza la lista por categoría



Plantillas y Muestras

- ▶ [Event day rundown - TEDxSanDiego](#) (Sumario del día del evento - TEDxSanDiego)
- ▶ [Project Gannt Chart - TEDxOakville](#) (Proyecto del diagrama de Gannt - TEDxOakville)
- ▶ [Project Gannt Chart - Generic](#) (Proyecto del diagrama de Gannt - Genérico)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Sede

- ▶ Selección del lugar
- ▶ Montar tu evento

Dificultad



Tiempo



Costos



Reglas



Antes

Durante

Después



El espíritu TED

Parte del encanto y desafío de un evento TEDx es que puede llevarse adelante en cualquier lugar. En el pasado, los eventos TEDx se desarrollaban en casas familiares, bibliotecas, cines, salas de conferencia, auditorios escolares, centros comunitarios, teatros municipales y muchos otros. ¡Las posibilidades abundan!

Cualquier sede que elijas, recuerda que el objetivo de TEDx es conectar a la gente con las ideas y entre sí. Sedes apropiadas a los eventos y un diseño del escenario detallado, son las claves para crear intimidad con tu audiencia.

Selección del lugar

Principios rectores

1 Esfuérzate por la intimidad

Encuentra un equilibrio entre el tamaño del lugar y la audiencia. Que sea más grande, no significa que sea mejor.

2 Prioriza el confort

Cuanto más grande sea el evento, más espacio necesitarás darle a la gente para distenderse, desplazarse, y tomarse un respiro.

3 Elige lo simple

Recuerda que la sede establece el tono del evento y puede dictar su complejidad en general.

Mejores Prácticas

Aunque el espíritu del evento es el mismo, independientemente de su tamaño, alojar a una docena de personas en el living de tu casa es algo muy diferente si invitas a un centenar a un teatro. Aquí te mostramos una de las mejores prácticas que te ayudarán a seleccionar el mejor lugar para tu evento:

Eventos TEDx pequeños y medianos (de 5 a 100 personas)

- ▶ Piensa en tu evento como una fiesta ambiciosa, con una lista de invitados diversa y bien seleccionada.
- ▶ Selecciona un ambiente acogedor. Busca un lugar que sea más ancho que profundo, con la menor distancia posible entre el escenario y el público, como un teatro o un auditorio (en oposición a una sala de conferencias). Esto ayuda a establecer una conexión entre los oradores y el público, y entre los miembros de la audiencia. TED es particularmente aficionado a los teatros con asientos “estilo continental” (filas muy espaciadas, sin pasillo central, y una pendiente generosa, permitiendo una buena visión a cada uno)

- ▶ Evita los salones de baile. La orientación plana dificulta la visión de la gente, como también los techos muy altos y las luces brillantes, ya que impide crear un clima como el de TED.
- ▶ Busca una sede con una estructura ya construida. Universidades, auditorios municipales y corporativos funcionan muy bien. La sede deberá tener:
 - ✓ La capacidad de proyectar y ver vídeos
 - ✓ Un lugar para ubicar la comida y la bebida
 - ✓ Baños ubicados convenientemente
 - ✓ Salas de exposiciones para los patrocinadores, para los materiales de los oradores, para los blogueros, etc..
 - ✓ Un lugar para fiestas para almuerzos patrocinados y otros eventos.
- ▶ Averigua si tu lugar es una sede sindical ya que tu presupuesto se beneficiará notablemente.

Eventos TEDx grandes (más de 100 personas)

- ▶ Ten en cuenta nuestras recomendaciones para un evento de 5 a 100 personas.
- ▶ Asegúrate de que tu licencia de TEDx te permita invitar a más de 100 personas.
- ▶ Cuanto más grande es tu evento, más difícil se hace crear intimidad. Recuerda que el objetivo no es montar el evento en el lugar más grande de tu área, sino seleccionar la sede que mejor se ajusta al tamaño de tu audiencia y tus necesidades. Un espacio para 300 personas se ve y se siente muy diferente a otro para 1000 personas. Se perderá la sensación de intimidad si hay amplios espacios vacíos.



Otras consideraciones

Áreas especiales

Considera establecer espacios fuera del área principal de la sede, una sala de estar o un gran auditorio para extras. En el pasado, los eventos TEDx seleccionados incluían áreas especiales, tales como:

- ▶ **Sala de informática:** Un área para que los asistentes puedan interactuar con softwares y aparatos nuevos, tecnologías y otros productos. Este es un gran lugar para integrar de forma creativa a tus patrocinadores/socios.
- ▶ **Sala de los blogueros:** Establece un área para los blogueros fuera del auditorio, con escritorios, sillas, tomas de corriente (las computadoras portátiles dentro del auditorio pueden ser una distracción).
- ▶ **Salón de emisión simultánea:** Si crees que habrá exceso de público, instala monitores o pantallas fuera del auditorio principal.

Transporte

En la medida de lo posible, elige una sede donde el transporte público sea accesible; esto hará que tu evento sea más accesible para un público más amplio y reducirá el impacto ambiental.



Inspiración

Sitio Web

Popular en Taipei: Para el evento de 2011, TEDx Tapei, montó una sala de informática desplegable en frente de la sede principal. La sala fue un espacio para conversar acerca de las ideas que surgieron durante el evento. Incluía “la muestra del futuro”, el “hotel del futuro”, una cafetería, sala de emisión simultánea y una exposición de oradores.

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Montaje del evento

Principios rectores

1 Crea un objetivo central

Un escenario abarrotado de cables, múltiples portátiles y equipos de proyección, distrae la atención. Mantén un escenario ordenado para que tu audiencia preste atención por completo a los oradores y sus actuaciones.

2 Crea una buena iluminación

La iluminación añade un sentido teatral y evita la sensación de un recital de la escuela. Las luces de una casa deben ser atenuadas o apagadas cuando los oradores están hablando y la audiencia debe estar a media luz.

3 Ten en cuenta la vista desde la audiencia

Considera cuidadosamente los asientos. Asegúrate que todos pueden ver la pantalla y a los oradores.

Mejores prácticas

Estos son algunos de los elementos básicos de un diseño óptimo del escenario que le darán confianza a tus oradores y asegurarán a cada uno una presentación fantástica.

- ▶ **Telón de fondo oscuro**

Para aquellos organizadores sin formación profesional en escenografía, la manera más sencilla de crear un telón de fondo es colgar una cortina negra (o de color oscuro).

- ▶ **Pantalla de presentación**

Coloca la pantalla de video o proyector en donde el público no tenga que girar la cabeza para verla y que no interfiera con el orador. Utiliza una pantalla de alta calidad para ver los vídeos de TEDx Talks y para las diapositivas de los oradores.

- ▶ **Oscurece el ambiente**

Trata de bloquear el sonido ambiente o los ruidos del exterior.

► **Decoración**

Con poca decoración, tu escenario puede lucir frío y sin gracia. Una pieza de arte interesante, un dispositivo tecnológico, o un mueble (que represente la temática de tu evento, por ejemplo), le otorgará a tu evento un elemento distintivo de personalidad y resaltarán a los oradores en el escenario. La puesta en escena preferida de TEDx es una biblioteca, dos sillones, una mesa lateral, estanterías con libros y objetos, un gran globo terráqueo y una alfombra. Puede ser estilo vintage o moderno. Ambos son adecuados.

► **Iluminación estratificada**

Si la iluminación es plana, hasta la representación más apasionante parece sin brillo. Si tu sede sólo posee luces fluorescentes, evita un ambiente de “sala de conferencias” mediante el agregado de lámparas de piso y colocándolas a los pies del escenario.

► **Fácil entrada y salida**

Ofrécele al presentador una manera simple de subir y bajar del escenario. No es necesario un camerino, todos los participantes y anfitriones pueden subir al escenario desde la audiencia. Esto hace ganar tiempo y suaviza las transiciones.



Otras consideraciones

Responsabilidad ambiental

En el espíritu de TED, haz que tu evento sea lo más sostenible y con el menor impacto ambiental posible. Sigue estas sugerencias para lograr un evento más ecológico:

► **Consumo de energía**

- Apaga las luces y el aire acondicionado cuando los ambientes no se usan.
- Configura las computadoras, impresoras, y otros dispositivos electrónicos a modo de “suspensión” después de unos minutos.

► **Transporte**

- Explica a tus oradores y al público las opciones de transporte público.

- Provee de pases gratuitos para el transporte público.
- Compensa al personal de TEDx y a los asistentes por vía aérea con bonos de carbono.
- Estimula los viajes compartidos.
- Utiliza vehículos híbridos o de alta eficiencia.
- Si se utilizan taxis, elige compañías con vehículos híbridos.
- **Diseño del evento**
 - Diseña carteles que puedan usarse nuevamente.
 - Crea carteles y programas utilizando materiales reciclados.
 - Para la iluminación, reemplaza las bombillas incandescentes por lámparas fluorescentes compactas o luces LED.
 - Compra muebles hechos con materiales reciclados; recicla o dona elementos que ya no necesitas.
 - Solicita cordones hechos con materiales reciclados.
- **Papel**
 - Utiliza el correo electrónico en lugar de comunicación basada en papel.
 - Utiliza ambos lados del papel para tus impresiones.
 - Utiliza productos de papel reciclado.
- **Servicio de comidas**
 - Elige bebidas y aperitivos cuyos envases sean biodegradables.
 - Emplea envases reutilizables para el café o el agua.
 - Si se deben usar desechables, compra platos, tazas, y cubiertos que se pueden convertir en residuos para abono.
 - Provee de alimentos naturales y orgánicos.
 - Sirve café, té y otras bebidas orgánicas y de comercio justo.
 - Utiliza recipientes a granel de sal, pimienta, Ketchup, etc., para las comidas tipo bufete.
 - Ofrece pescados y mariscos sostenibles y comidas vegetarianas.
- **Agua**
 - Provee de agua para beber en jarras o recipientes refrigerados, en lugar de botellas de plástico individuales.

‣ **Residuos**

- Reduce al mínimo los residuos en tu sede a través de un reciclado integral y un sistema de reutilización.
- Provee de contenedores reciclables claramente etiquetados (palabras y dibujos) .
- Establece contenedores reciclables para papeles y botellas

‣ **Baños**

- Utiliza papel higiénico biodegradable, jabón y toallas de papel.



Inspiración

Sitio web:

Ejemplos de eventos bien montados

- **Una sala de estar de cartón:** Un estudio de diseño local creó una escenografía sin cartón, agregó un televisor en el que se mostraban los TEDxTalks y un almuerzo (¡pizza!).
- **Tema el espacio:** El tema de una [TEDxVorobyovy-Gory](#) fue “El espacio.” El evento muestra en el escenario un diseño “fuera de este mundo” con el objetivo de representar eso, con una serie de planetas colgados horizontalmente sobre una cartulina blanca del horizonte de Moscú.
- **Pizarras como telón de fondo:** El telón de fondo del escenario de TEDxCMU eran paneles pintados con pintura de pizarra. El tema del evento, *ImPossible* (Imposible) se escribió con tiza en la pared. Al final del evento, se invitó al público asistente a escribir sus ideas y dibujos.
- Echa un vistazo a [the collection of best stage designs](#) (la colección de los mejores escenarios) en la pagina de Facebook de TEDx.



Plantillas y Muestras

- ▶ [Name badge samples](#) (Ejemplos de nombres de los distintivos)
- ▶ [Sample stage design](#) (Ejemplo de diseño de escenario)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Patrocinio y Finanzas

- **Determinar las necesidades de patrocinio**
- **Planificación del presupuesto**
- **Acercamiento a los patrocinadores**

Dificultad



Tiempo



Costos



Reglas



Antes

Durante

Después



El espíritu TED

En TED abordamos el patrocinio de manera diferente. Vemos a nuestros patrocinadores como socios involucrados con un proyecto. Por eso, es importante tomarse el tiempo para formarlos acerca de la filosofía y valor de TED.

Busca empresas y organizaciones que tengan como objetivo hacer un mundo mejor a través de la tecnología, el entretenimiento, el diseño, la ciencia, el arte, los alimentos, los medios de comunicación y la colaboración. Hazles saber a los patrocinadores que trabajar con TEDx brinda oportunidades de hacer algo diferente dentro de sus comunidades.

Reglas

1. **Enviar el nombre del patrocinador a TEDx primero para su aprobación.** Todos los potenciales patrocinadores deben presentarse y aprobarse ANTES de que tú te comuniques con ellos.
2. **Sigue la política de TED de patrocinadores aprobados.** TED prohíbe estrictamente el patrocinio de compañías u organizaciones que se ocupan de:
 - ▶ Tabaco/cigarrillos
 - ▶ Productos/servicios dirigidos al público adulto
 - ▶ Armas/municiones
3. **Los patrocinadores no pueden influir en el contenido.** Los patrocinadores no dispondrán del control editorial o poder de veto sobre tu programación.
4. **No habrá patrocinadores sobre el escenario.** Los patrocinadores no estarán presentes sobre el escenario y sus logos tampoco. Los patrocinadores no promocionarán sus compañías o productos en el escenario de TEDx.
5. **Mantén tu presencia en las redes sociales sin patrocinador.** No tienes permitido promocionar a tu patrocinador en Twitter, en Facebook, o en otra red social.
6. **Limita el uso de los logotipos de tus patrocinadores.** A varios patrocinadores se les permitirá su logotipo en una diapositiva al comienzo y al final de cada video de TEDx. Esta dispositiva aparecerá en pantalla por un máximo de 3 segundos. Las tarjetas de cuña previa y posterior con el logo de

los patrocinadores debe coincidir con el formato especificado en las plantillas de TEDx.

7. **No busques patrocinadores en otras conferencias de TED.** Los organizadores de TEDx no pueden hacer propuestas o involucrarse en discusiones con patrocinadores o socios ya existentes de TED en las conferencias de TED: TED, TEDActive y TEDGlobal.
8. **Los organizadores deben buscar sus propios patrocinadores.** El equipo de TED no proveerá de introducciones a patrocinadores, o negociará ningún patrocinio en nombre de los organizadores de TEDx.
9. **Respetar los límites de financiación.** La financiación total del patrocinio por eventos con menos de 100 asistentes no podrá exceder los \$10 000 USD en efectivo (no incluye especies, o los costos de la sede). Para eventos de más de 100 asistentes, el límite es \$20 000 por patrocinador. Cualquier solicitud para exceder este monto debe ser aprobado por escrito por TED.
10. **Los eventos TEDx no pueden ser utilizados para recaudar fondos.** Los eventos TEDx no deben utilizarse para recaudar fondos para beneficencia ni por ninguna otra causa. Si el evento se lleva a cabo a través de una organización sin fines de lucro, el evento no puede usarse como recaudador de fondos para organización. Todo el dinero debe destinarse a cubrir los costos de producción del evento de TEDx.
11. **Respetar las reglas de pago.** En la medida de lo posible, haz que los patrocinadores paguen a los proveedores directamente.

12. **Envía un resumen a TED del patrocinio de tu evento.** Incluye una lista de los patrocinadores, qué patrocinarán y con cuánto dinero contribuirán. Tanto las especies como el dinero en efectivo deben ser declarados.
13. **Los eventos TEDx no pueden ser usados para hacer dinero.** Todas las ganancias de tu evento TEDx deben ir a tu evento TEDx. Si al final tienes un excedente de dinero disponible, debes invertirlo en tu próximo evento TEDx, en un evento TEDx in a Box, o considera darlo a una escuela para que organicen un evento TEDx. Este tipo de donaciones no se la considera “recaudación de fondos”.
14. **Respetar las reglas en torno a los productos de la marca TEDx.** Los productos de marca pueden regalarses. Los productos de la marca TEDx sólo pueden ser vendidos durante tu evento, no antes, ni después, ni en Internet. Las ganancias de la venta de estos productos, deberán usarse para apoyar a tu evento. El logotipo y marca TEDx no están autorizados para fines comerciales.
15. **Regular las librerías en tu sede:** Si te asocias con una librería para presentarle a los asistentes una selección de obras, asegúrate que:
 1. Todos lo recaudado de la venta de los libros debe ir a la librería. La librería debe dotar de personal y hacer el envío de los pedidos.
 2. Las ganancias de los elementos personalizados, tales como camisetas y tazas, pueden ser compartidos entre el evento TEDx y la librería.
 3. Los libros de los oradores pueden ser parte de la librería de TEDx, pero deben ser vendidos junto con otros títulos.

4. Los oradores pueden firmar sus libros pero sólo como una parte de una venta de libros más grande y con la presencia de la librería.

Determinar las necesidades de patrocinio

Principios rectores

1 Dar prioridad a las necesidades presupuestarias

Haz un presupuesto del proyecto antes de comenzar y prioriza los costos más importantes para tu evento; esto puede ayudar a acercarte a patrocinadores de una manera focalizada.

2 Ten en cuenta las contribuciones en especie

Muchos costos del evento TEDx pueden cubrirse a través de contribuciones en especie. Otros costos requieren dinero en efectivo. Determinar cuánto de cada contribución necesitas, te ayudará a priorizar a quién dirigirte.

3 Utiliza el mercado patrocinador de TEDx

TEDx ha compilado una lista de empresas que han proveído de servicios en especie a eventos TEDx en el pasado. Asegúrate de consultar esta lista cuando planees tu presupuesto.

Mejores prácticas

El Mercado patrocinador de TEDx

- ▶ Las compañías que aparecen en la página siguiente ofrecen servicios o productos en especies a los organizadores de TEDx que buscan socios patrocinantes para sus eventos. Sigue las instrucciones que hay al lado de cada lista.
- ▶ Es responsabilidad de cada organizador junto con el representante de cada compañía determinar los términos de cada asociación dada, dentro de las reglas de patrocinio.
- ▶ Para una lista de socios más actualizada, visita el sitio web de TEDx.

Herramientas Web

Compañía	Descripción	Instrucciones
Amiando	Venta de entradas en Internet y registración	E-mail offers@amiando.com
Applicaster	Nueva difusión para dispositivos móviles	E-mail j.laor@applicaster.com
Basecamp	Gestión de proyectos basado en la web	Crea una cuenta gratuita ; envía un email a jason@37signals.com con tu dirección de cuenta Basecamp y el nombre de tu evento
FatDUX Zagreb	Widget (complemento) “del Muro de Tweets”	E-mail vc@fatdux.com
Livestream	Transmisión por Internet de alta calidad	E-mail alex.schuster@livestream.com
MailChimp	E-mail marketing, listas de correo	E-mail tedx@mailchimp.com
Review Room	Registración en Internet	Para mayor información visita el sitio web (website)
Ustream	Transmisión por Internet de alta calidad	Crea una cuenta gratuita; envía un email a events@ustream.tv

Servicios

Compañía	Descripción	Instrucciones
Ana Goelzer Propaganda Design	Servicios de diseño para materiales creativos	E-mail ana@anagoelzer.com

Compañía	Descripción	Instrucciones
<u>Blend: Human Driven Design</u>	Servicios de diseño para marketing	E-mail patrick@blenditbetter.com

Mercancías en general

Compañía	Descripción	Instrucciones
<u>Counter Culture Coffee (USA only)</u>	Café recién tostado y expreso-cervecería	E-mail mark@counterculturecoffee.com
<u>O'Reilly Media</u>	Libros de Oreilly.com	E-mail marsee@oreilly.com

Costos que son generalmente cubiertos por el patrocinio

- ▶ Costos de la sede (efectivo o en especie)
- ▶ Seguro de la sede (en especie)
- ▶ Carteles y Señalética (en especie)
- ▶ Camisetas (en efectivo)
- ▶ Tarjetas de visita (en efectivo o en especie)
- ▶ Tarjetas de identificación de los oradores (en efectivo o en especie)
- ▶ Tarjetas de identificación de los asistentes (en efectivo o en especie)
- ▶ Programas del evento (en especie)
- ▶ Producción del evento (en especie)
- ▶ Servicio de comida (en efectivo o en especie)

Ejemplos de paquetes para patrocinadores

- El logotipo aparece en los programas impresos/El logotipo aparece en el escenario en una diapositiva antes del show, en la introducción y en los intervalos/El logotipo aparece en el sitio web.
- “Agradecimiento especial” será dado por el presentador durante el evento.
- Puede proveer productos en una bolsa de regalo y/o un regalo para los oradores.
- Demostración del producto previo al evento (o durante la comida de un patrocinador).
- El logotipo del patrocinador impreso en la camiseta de TEDx siempre debe ser mas pequeño que el logo de TEDx.
- En la sede del evento, el área dedicada al socio debe estar fuera del escenario principal.
- Los logos de los patrocinadores en diapositivas selectas de vídeos de TEDx



Inspiración

Sitio web

- **Los juegos:** [TEDxAustin](#), el socio AMD montó juegos en el XLab de su fundación “Changing the Game”, con la que acerca juegos interactivos a las escuelas para fines educativos.
- **Conexión a través de la comida:** En el evento [TEDxManhattan](#), en New York City, con el lema “Una nueva forma de comer” un proveedor de comidas orgánico llamado The Cleaver Company patrocinó el almuerzo. Las loncheras fueron agrupadas de a cinco --cada una un plato diferente-- y se las entregó a los asistentes con instrucciones para comer con alguien que no conocían.
- **Colaboración con el periódico:** [TEDxPuraVida](#) se asoció con un periódico de Costa Rica, La Nación, para construir una página dedicada a TEDxPuraVida en el sitio web de La Nación y

transmitir el evento en vivo. La Nación también entrevistó a los oradores del evento y organizadores y presentó estos artículos interactivos en su web.



Plantillas y muestras

- ▶ [Sample sponsorship package - TEDxMcGill](#) (Muestra de paquete para patrocinadores)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Planificación del presupuesto

Principios rectores

1 Comprender las normas contables

Las normas difieren de país en país, por eso, la manera de establecer las finanzas y el sistema contable de tu evento depende de donde vivas. Tú puedes registrar una organización sin fines de lucro; al hacerlo no puede haber nada relacionado con TED, TEDx o el nombre de tu evento. Incluso puedes gestionar el evento a través de una organización sin fines de lucro ya existente.

2 Estima de más

A menos que tengas una amplia experiencia en planificación de eventos, la regla de oro en presupuestos es de multiplicar x 1.5 veces lo que estimaste.

Mejores prácticas

- ▶ **Prepara un presupuesto detallado desde el comienzo**
Desarrolla un presupuesto desglosado punto por punto de las categorías claves, tales como Sede (incluye bebida y comida), Fotografía y Video (durante y después del evento), Mercadotecnia (Marketing), Oradores, Administración y Audiencia. Usa el presupuesto para realizar un seguimiento también del patrocinio y de las donaciones.
- ▶ **Trabaja en estrecha colaboración con el organizador del patrocinio**
Reúnete periódicamente con el voluntario encargado del desarrollo del patrocinio. Juntos pueden planificar estrategias sobre las necesidades y oportunidades y supervisar los progresos en la recaudación de fondos.
- ▶ **Toma nota de los gastos que deben ser pagados por adelantado**
El financiamiento no llega siempre de manera sincronizada con tu programación. La gente muchas veces aplaza la compra de boletos hasta último momento y muchas veces hay demoras con las donaciones de los patrocinadores, entonces no siempre se cuenta con el dinero de estas cosas para compensar los gastos que se producen antes del evento. Toma nota de los gastos que necesitas pagar antes y después del evento.

▶ **Ten claro los gastos caros**

Los gastos como un servicio de comida, pueden ser muy altos. Toma nota al principio del proceso de estos artículos caros. Ellos pueden ayudar a enfocar los esfuerzos de tus patrocinadores.



Plantillas y muestras

- ▶ [Budget template](#) (Plantilla de presupuesto)
- ▶ [Sample budget - TEDxDuke](#) (Ejemplo de presupuesto - TEDxDuke)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Acercamiento a los patrocinadores

Principios rectores

1 Considera a los patrocinadores como socios

En TEDx, el patrocinio se trata de asociación y colaboración en torno a tu temática y a las ideas que esperas difundir. Buscar patrocinadores que comparten tu visión, que comprenden la marca TED, y que pueden colaborar en ideas innovadoras contigo, es fundamental para un patrocinio exitoso.

2 Muestra el valor de TEDx

Mientras la marca TED es fuerte en muchas áreas, destaca el valor de TEDx y los beneficios que las empresas patrocinantes tendrán si son asociados con la marca.

2 Haz que la contribución sea simple

El mejor incentivo a los patrocinadores, es hacer que la contribución sea accesible y sencilla. Crear mecanismos como una entidad que reciba las donaciones en efectivo y un nivel escalonado de patrocinio, harán más sencillas sus contribuciones y ayudará a financiar con éxito tu evento.

Mejores Prácticas

La convocatoria de patrocinadores es un desafío para muchos organizadores, y el desafío inicial es traducir TED y TEDx en un lenguaje corporativo comprensible para ellos. Generalmente, al acercarse a un potencial patrocinador, tendrás que explicar qué es un evento TEDx, generar entusiasmo y convencer a los potenciales patrocinadores que el apoyo a tu esfuerzo vale la pena.

► Adopta un espíritu de colaboración.

A nuestros patrocinadores los llamamos socios. Incentivamos a nuestros socios a concebir el patrocinio como colaboración y a ser parte de algo significativo. Buscamos socios que quieran tener un diálogo auténtico con la comunidad TED/TEDx. Animamos a los socios a ser lo más creativos posible en la búsqueda de formas interesantes y con valor agregado para llegar a su/nuestro/tú público.

► **Considera la posibilidad de patrocinadores para espacios y programas fuera del escenario principal.**

Crea un laboratorio de demostración de TEDx y explora espacios fuera del escenario principal. Establece un estudio TEDx con un presentador entrevistando a los socios; que haya una producción de contenidos en el evento pero fuera del escenario principal. Fomenta la idea de que TEDx es la plataforma de lanzamiento de nuevas ideas de tu comunidad; presenta un laboratorio en tu sede para experimentar con las ideas nuevas, involucra a la comunidad de maneras significativas (piensa en las iniciativas de TED y cómo los patrocinadores pueden apoyarlas de manera local, como el [TED-ED](#)).

► **Utiliza la presentación de diapositivas de patrocinio**

TED creó una presentación de diapositivas que pueden usar o inspirarse cuando se acercan a potenciales patrocinadores. Para obtener una copia de esta presentación, revisa el e-mail que recibiste de TED cuando la licencia de tu evento fue aprobada, o accede directamente desde [TEDx Wiki](#).

► **Envía una carta de patrocinio**

Es importante educar a los potenciales patrocinadores acerca de TED Y TEDx y acercarse a ellos con un espíritu de colaboración. Hemos creado una plantilla que puedes usar para llegar a los patrocinadores y que podrás encontrarla al final de esta sección.

► **Establece un mecanismo para recibir contribuciones**

La manera más sencilla de contribuir que tienen los patrocinadores es pagarles directamente a los proveedores o proporcionar contribuciones en especies. Sin embargo, muchos patrocinadores potenciales encuentran esto difícil de manejar y por eso eres tú quien tiene que establecer estructuras que te permitan recibir dinero. Muchos organizadores de TEDx en los EE.UU. y en el extranjero han establecido 501 (c)3 u organizaciones sin fines de lucro para poder recibir los fondos. Otros han encontrado organizaciones socias para que reciban el dinero en nombre del organizador y pagar a los proveedores por servicios.

► **Crea rangos de patrocinio**

Crear rangos de patrocinio puede ayudar a involucrar más patrocinadores y además mantener el control de tu presupuesto. Otros eventos TEDx han tenido \$100, \$500, y más de \$1 000 USD como rangos de patrocinio.

► **Crea un kit de patrocinio**

Será de suma utilidad si creas un kit especial para patrocinadores que les muestre el plan, el valor, y lo que lograrán con el evento.

► **Elige patrocinadores que se ajustan al tono y temática de tu evento**

Recuerda que el motor de búsqueda de cada empresa es una buena combinación para TED o tu evento específico de TEDx.

► **En especie versus contribución en efectivo**

Es importante identificar lo antes posible qué necesidades serán cubiertas con dinero en efectivo y cuáles serán cubiertas en especie. Acercarse a compañías por donaciones de dinero versus contribuciones en especie requiere un enfoque ligeramente diferente.

► **Explica TED y TEDx**

Cuando hablamos con potenciales patrocinadores, siempre explica qué es una TEDtalk, porque eso distingue a TED de otras conferencias. Explica a los potenciales socios que una presentación TED y TEDx es “una charla de 18 minutos o menos que transmite las ideas más innovadoras del planeta con pasión.” Explica también que los oradores de TED y TEDx abordan las preguntas más difíciles de la humanidad, respondiendo a ellas con innovación, espíritu empresarial y optimismo permanente. Indica a tus patrocinadores que tu evento TEDx es un espacio en tu comunidad que inspira a la gente a cambiar sus vidas, su futuro, y en definitiva el mundo. La audiencia de TEDx es un notable grupo de personas de mente abierta, curiosa, inteligente, y deseosa de aprender. Si has organizado un evento TEDx antes, busca historias en tu comunidad que demuestren cómo la gente se ha visto afectada positivamente por tu evento TEDx, qué vidas han sido mejores por el acceso a un amplio espectro de ideas y quiénes, como resultado de esto, se han inspirado para crear una mejor vida para los demás.

► **Encuentra maneras de que los patrocinadores participen:**

- Entabla un diálogo auténtico con tu comunidad.
- Interactúa con líderes del pensamiento de la comunidad.
- Relaciónate con oradores y expertos de áreas específicas.
- Apoya acciones en torno a un tema significativo.
- Recibe diferentes puntos de vista.
- Apoya actividades previas a la conferencia que sean significativas.

► **Contactar patrocinadores**

Sé creativo comunicando tu visión del evento, los temas que has elegido y los oradores que seleccionaste o tienes planes de convocar. Al mismo tiempo, es igualmente importante comunicarles anticipadamente los beneficios para su compañía. Por ejemplo, puede ser una oportunidad para lanzar un nuevo producto, crear una red, mostrar un proyecto, proveer entretenimiento y mercadotecnia a los invitados. Y por último, brinda a los potenciales patrocinadores un presupuesto detallado, mostrándoles que el dinero que estás solicitando para el evento, ellos verán exactamente a dónde irá.

► **Coordina el contacto con los patrocinadores**

Algunos potenciales patrocinadores estarán íntimamente familiarizados con TEDx y la marca TED, otros tal vez nunca escucharon hablar de ella. Coordinar el acercamiento dependerá de cuán familiarizado esté el patrocinador con la marca. Muchos organizadores de TEDx se han contactado con los patrocinadores por etapas; primeramente por carta, luego con un resumen del proyecto en una página, seguido de un llamado telefónico, posteriormente una presentación en persona de diapositivas o un portfolio, y finalmente llamadas telefónicas y charlas detalladas.

► **Firma acuerdos de patrocinio claros y específicos**

El patrocinio de TEDx difiere de otras conferencias, por lo tanto es importante asegurarse de que tus acuerdos de patrocinio dan relieve específicamente a lo que el patrocinador tiene la intención de proveer, cómo lo proveerá, y qué obtendrá a cambio.

► **No te acerques a patrocinadores en las conferencias TED**

Los organizadores TEDx no pueden acercarse o entablar conversaciones con patrocinadores/ socios de TED en las conferencias TED—TED, TEDActive y TEDGlobal. El equipo de TED no provee de presentaciones a patrocinadores, ni negocia patrocinio en nombre de los organizadores de TEDx.



Otras consideraciones

Qué puedes ofrecerle a los patrocinadores

- ▶ Un “muchas gracias” al patrocinador desde el escenario (que incluye mostrar brevemente una diapositiva con su logotipo)
- ▶ Reconocimiento al patrocinador en el programa impreso o en tu sitio web. (Nota: el logotipo del patrocinador no debe aparecer en el frente o en la contraportada de tu programa impreso. Tampoco debe aparecer en la página principal de tu sitio web y siempre debe ser más pequeño que el logo de TEDx)
- ▶ Ubicación del logotipo del patrocinador en los monitores de video durante los intervalos.
- ▶ Una "comida patrocinada por": un anuncio de que la comida o merienda fue proporcionada por el patrocinador.
- ▶ Un regalo del patrocinador a todos los asistentes.
- ▶ Una breve demostración, dada por el patrocinador, para exhibir nueva tecnología fuera del lugar principal de la sede.
- ▶ Puedes ofrecerle a los patrocinadores la opción de mostrar su logotipo en una diapositiva al comienzo y al final de tus videos de TEDx en el siguiente orden:
 - ✓ Gráficos de introducción
 - ✓ Tu logotipo de TEDx
 - ✓ Plantilla previa del logotipo del patrocinador (Sponsor pre-roll card) (3 segundos máximo)
 - ✓ Charla
 - ✓ Plantilla previa del logotipo del patrocinador (Sponsor pre-roll card) (3 segundos máximo)
 - ✓ Plantilla final del logo del patrocinador (3 segundos máximo)

Lo que NO PUEDES ofrecerle a los patrocinadores

- ▶ Publicidad de productos o presentaciones largas por parte de los patrocinadores.
- ▶ El control editorial de tu evento o la dirección creativa de ningún contenido.
- ▶ El derecho a decidir quién o qué aparece en el escenario, o quiénes asistirán a tu evento.



Inspiración

Video

Momento de aprendizaje: Ronda Carnegie, quien dirige las asociaciones de TEDGlobal, habla de cómo TED ve el patrocinio y el “Sponsorship Puzzle” (el rompecabezas del patrocinio).



Plantillas y muestras

- ▶ [Sample letter to sponsors](#) (Ejemplo de carta a los patrocinadores)
- ▶ [Sample presentation for sponsors - TEDxSydney](#) (Ejemplo de presentación para los patrocinadores)
- ▶ [Sponsorship presentation template](#) (Plantilla de presentación de patrocinadores)
- ▶ [Pre-roll card example](#) (Ejemplo de plantilla previa)
- ▶ [Post-roll card example](#) (Ejemplo de plantilla final)
- ▶ [Sponsor agreement template](#) (Plantilla de acuerdo con el patrocinador)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Diseño del programa

- ▶ Desarrollo del programa
- ▶ Representación del contenido

Dificultad	● ● ● ● ●
Tiempo	● ● ● ● ●
Costos	● ● ● ● ●
Reglas	● ● ● ● ●



El espíritu TED

El programa –los vídeos, los oradores y las actuaciones— definen más que cualquier otra cosa un evento TEDx.

El programa ideal de TEDx es una experiencia multidisciplinaria, que abarca una combinación de temas destacando pensamientos innovadores a través de una amplia gama de profesionales y campos. Así las charlas de TEDx sean en vivo o sean filmadas previamente, las selecciones que hagas alrededor del diseño del programa establecerá el tono de tu evento y guiará las conversaciones posteriores. ¡Sé reflexivo y diviértete!

Reglas

1. **Céntrate en ideas multidisciplinarias y transformadoras.** Tu evento TEDx debe ser variado en disciplinas y debe destacar el poder de las ideas para cambiar actitudes, vidas y el mundo.
2. **Las charlas no pueden durar más de 18 min.** Ese es el máximo de duración, pero puede ser más corta. TED a menudo pide a los oradores que presenten charlas de 3, 5, o 9 minutos.
3. **Reproduce el oficial video introduction (video oficial de introducción) del curador de TED, Chris Anderson, al comienzo de tu evento.** El objetivo es asegurarse que tu audiencia comprenda qué es TEDx y la diferencia entre TEDx y TED.
4. **Deben mostrarse un mínimo de dos vídeos oficiales pre-grabados de TEDTalks.** Esta regla se aplica a los eventos que duran la mitad de un día (es decir, dos sesiones de 90 minutos). Para eventos más largos, 1 de cada 4 charlas –o el 25% del total del contenido de tu programa –debe estar compuesto por TEDtalks oficiales pre-grabados. Charlas del sitio TEDxTalks no aplican.
5. **Ten en cuenta agregar 15 minutos a cada sesión.** Con esto tendrás en cuenta las transiciones, introducciones y pequeños retrasos que ocurrirán inevitablemente.
6. **Cada una de las personas que aparecen en el escenario durante tu evento deben firmar [TEDx Speaker Release Form](#) (formulario de**

- autorización de oradores de TEDx).** Esto le otorga el derecho a TED y a otros a editar y distribuir vídeos donde ellos o sus presentaciones aparecen.
7. **Los oradores no pueden utilizar un podio o atril, a menos que circunstancias especiales lo justifiquen.** Estos elementos desconectan al orador de la audiencia, crea un clima excesivamente formal, y alienta a los presentadores a leer sus notas, lo que siempre es aburrido de ver.
 8. **Debes grabar en video todo el contenido original del escenario (charlas en vivo, actuaciones, etc.)** Al finalizar el evento, debes hacer este video accesible a TED y al público cargando el material filmado al TEDxTalks Channel en YouTube.
 9. **No habrá paneles, intervalos entre sesiones, preguntas y respuestas y conferencias magistrales.** Estos formatos están estrictamente prohibidos; ellos no se ajustan al formato de TED.
 10. **Tu evento no debe durar más de un día.**
 11. **Como organizador de TEDx, no debes hacer un TEDxTalk en tu propio evento.**

Desarrollo del programa

Principios rectores

1 Sigue el formato tradicional de TED

El programa representativo de TED es de 90 minutos: 4 oradores con 18 minutos cada uno, además de algunas presentaciones más cortas.

2 Estructura bloques

La gente necesita tiempo para pensar lo que ha visto (y para usar el baño). Un día completo debe ser dividido por “intervalos de conversaciones” informales, almuerzo, y concluir con una recepción/cena.

3 Mantén un ritmo constante

Resiste la tentación de programar mucho; es estresante para ti y para la audiencia.

Mejores Prácticas

► La elección de tu temática

TED se trata de charlas cortas poderosas centradas en un sólo tema o idea, por eso, estructura tu programa con un tema o un hilo conductor que relacione a los oradores con tu selección de TEDTalks pre-grabados. Conecta sus trabajos y pensamientos con grandes temas –el universo, el futuro, ideas globales. Esto ayuda a que las ideas fluyan de una presentación a la otra.

► No sobrecargues tu programa

Permite presentaciones que se relacionen libremente unas con otras para que la audiencia haga conexiones y lleguen a sus propias conclusiones.

► Elige a un presentador

En una situación ideal, el organizador del evento de TEDx no es el presentador en el escenario. El presentador en el escenario –el maestro de ceremonias– es la cara pública de tu evento TEDx. El presentador será responsable de introducir todo el contenido original de tu evento y representará tu visión para el evento. Incluso, es trabajo del presentador hacer que la charla del orador y las introducciones a los vídeos sean cortas, y a los oradores en tiempo. Ninguna conversación durará

más de 18 minutos (máximo). Elige a tu presentador del escenario cuidadosamente y educa a esa persona con todas las reglas de TEDx.



Otras Consideraciones

Responsabilidades del presentador

► Introducciones

El presentador realiza pequeñas introducciones de los oradores, de los vídeos y de otras partes de tu programa. Ninguna debe durar más de 30 segundos. Estimula a la audiencia, pero no reveles lo que el orador va a decir.

► Control del tiempo

El presentador mantiene el control del tiempo de presentación de los oradores fomentando el cumplimiento del tiempo asignado y las transiciones rápidas.

► Solución de problemas

El presentador responde rápidamente a las dificultades técnicas o demoras en el programa –debe ayudar a los oradores de la manera menos traumática y mas rápida posible para resolver los problemas técnicos.

► Anuncios

El presentador anuncia cualquier cambio en la programación.

► Conexiones

El presentador ayuda a relacionar el contenido del escenario con el tema del evento, trazando conexiones que alimenten la conversación durante los intervalos.

► La participación del público

El presentador estimula al público a interactuar con los oradores: aplausos, risas, aliento, etc. Es más divertido hablar con una audiencia animada y además se reproduce mejor en las filmaciones. Establece desde el comienzo un circuito de retroalimentación en tu evento. ¡Tus oradores y asistentes saldrán beneficiados!



Inspiración

Algunos ejemplos de temáticas de eventos

- ▶ **De conferencias de TED:** El gran descubrimiento, Las grandes preguntas, Inspirado por la naturaleza, La búsqueda de la felicidad, y los Íconos, Genios e Inconformistas.
- ▶ **De eventos TEDx:** TEDxUSC: Ideas Fortalecidas, TEDxAmsterdam: Un paso adelante, TEDxBoston: Ideas revolucionarias, TEDxTelAviv: Prosperando en la turbulencia, y TEDxBucharest: La esencia de un mundo cambiante.

Video

Momento de aprendizaje: Ve: [“How to design a program and recruit speakers.”](#) (Cómo diseñar un programa y convocar oradores)



Plantillas y muestras

- ▶ [Sample program agenda - TEDxPeachtree](#) (Ejemplo de agenda del programa)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Representación del contenido

Principios rectores

1 Comienza fuerte

Abre la mente de las personas desde el comienzo con una charla inicial inspiradora.

2 Conéctate a tu temática

Varía el ritmo de la programación mezclando las charlas de 18 minutos con otras cortas o contrapuntos, actuaciones conmovedoras y demostraciones emocionantes.

3 Mezcla el contenido

En lo posible, varía la duración de los oradores. Mantén el programa con buen ritmo y sin monotonías.

4 Finaliza con emoción

Reserva a los oradores y a los TEDtalks más apasionantes para el final del día. Es en ese momento cuando los asistentes están más abiertos a estremecerse. Les dejará una sensación que se quedará con ellos –y tal vez los motive a actuar.

Mejores prácticas

► Crea una línea del programa

Dentro de cada sesión, querrás que tu programa cubra una mezcla de temas que se relacionen ligeramente unos con otros, permitiéndole a la audiencia hacer conexiones y sacar sus propias conclusiones.

► Integra la música como amenizador entre charlas

La música ayuda a darle a tu audiencia un poco de respiro y a prepararse para la siguiente presentación.

► Gestionando multimedia

Planificar cómo manejar multimedia para las presentaciones de tus oradores hará que tu programa marche mejor. Demoras y fallas técnicas son frustrantes para los oradores y la audiencia.

► **Archivando presentaciones**

Carga todas las presentaciones en una o dos computadoras domésticas, en lugar de usar las portátiles de los oradores. Esto asegura la compatibilidad y ayuda a acelerar la transición entre presentadores. Asegúrate de hacer copias de seguridad en DVD-R o CD-ROM. Si tus oradores necesitan usar sus propios sistemas, pídeles que lleguen temprano para probar los sistemas. Pídeles también que traigan todos los cables y adaptadores que necesitarán para la salida de video. Ellos deberán traer también una copia de seguridad de la presentación en un disco o en una unidad flash (Flash drive).

► **Reproducción de video**

Ejecuta los vídeos desde una computadora doméstica. (Si debes ejecutar un video desde un reproductor de DVD, asegúrate que todos tus discos están en el formato correcto). Prueba todo de antemano.

► **Usando micrófonos**

Los oradores de TED usan auriculares con micrófonos. Ten en cuenta esta opción si tu sede requiere micrófonos. Designa a un utilero para ayudar a los oradores a ajustar sus micrófonos.

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

➔ **Volver al capítulo introductorio**

➔ **Volver al índice**

Oradores

- ▶ Curar a los oradores
- ▶ Preparando a los oradores

Dificultad



Tiempo



Costos



Reglas



Antes

Durante

Después



El espíritu TED

La selección, invitación y preparación de los oradores es una de las tareas más importantes que tendrás que llevar adelante como organizador de TEDx. Los oradores incorporan momentos poderosos, inolvidables y únicos a tu evento y ayudarán a relacionar el tema de tu evento TEDx a cuestiones locales o acontecimientos actuales.

Apunta a curar a un grupo de oradores que quieran inspirar y deleitar más que educar. Mira esto como una oportunidad para destacar las mentes innovadoras dentro de tu comunidad y, al mismo tiempo, mostrar a la audiencia global de TED el pensamiento local inteligente.

Reglas

1. **No se puede pagar a los oradores.**
2. **Hasta el 75% de tu programa puede consistir en oradores en vivo.**
3. **Las charlas no deben exceder los 18 minutos.**
4. **Toda persona que aparezca en el escenario, debe firmar una autorización.**
5. **Los oradores no pueden apoyar o financiar ningún segmento de tu evento TEDx.**
6. **El personal de TED no ayuda al organizador de TEDx a identificar, contactar o confirmar oradores.**
7. **Los oradores deben confirmar la autoría.** Cada orador debe afirmar que él o ella es el/la única/o autora/o de su presentación y poseedora/or de todos los derechos del contenido de su charla.
8. **Cada orador debe estar de acuerdo con informarte acerca de cualquier material de terceras partes.** Ellos deberán entregarte un permiso por escrito para usar ese material de su fuente original, el cuál deberás tener en tus archivos –y proporcionárselo a TED en caso que tu charla sea seleccionada para aparecer en TED.com.
9. **Los oradores deben obtener los permisos de los contenidos de todas las presentaciones mediáticas.** Las imágenes, la música, los clips de video que aparecen en las presentaciones de TEDx para el uso de TED en video en

todo el mundo y para la distribución en Internet, debe ser precisada y clarificada. No utilices imágenes de terceras partes que aparecen en la Internet, a menos que ellos estén claramente licenciados por Creative Commons (Attribution / NonCommercial/NonDerivative) para su reutilización.

Gestionando oradores

Principios rectores

1 Busca voces locales dinámicas

Trata de encontrar voces que pocos hayan escuchado, o gente que pueda presentar sus disciplinas con una nueva perspectiva.

2 Busca historias únicas y perspectivas inusuales

Bríndale a la comunidad global de TED acceso a perspectivas que de otra manera no encontrarán.

3 Aboga por la diversidad

Asegúrate que tu programa represente una variedad de poblaciones, etnias, clases sociales y la temática elegida.

Mejores prácticas

- ▶ **Pídele a los oradores firmar un compromiso.** En ese compromiso se les solicitará:
 - ✓ Enviar las presentaciones de diapositivas para su revisión 3 semanas antes del evento.
 - ✓ Participar de convocatorias y de reuniones a través de Skype para revisar sus presentaciones.
 - ✓ Trabajar con un entrenador de oradores (si es necesario).
 - ✓ Presentarse en la sede para ensayar el día anterior al evento o temprano el mismo día.
 - ✓ Asegurarse que la charla no exceda el tiempo asignado.



Inspiración

Video

- ▶ Echa un vistazo al taller “[How to design a program and recruit speakers](#)” ((Cómo diseñar un programa y convocar oradores)



Plantillas y muestras

- ▶ [Sample speaker invitation - TEDxBangalore](#) (Ejemplo de invitación a oradores)
- ▶ [Speaker sample release form - TEDxEdges](#) (Ejemplo de formulario de autorización del orador)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Preparando a los oradores

Principios rectores

1 Informa a los oradores de lo que se espera

El formato y estilo TEDx es diferente de lo que a menudo la mayoría de los oradores ha experimentado.

2 Proporciona pautas de diseño

El diseño de la presentación en pantalla de los oradores es la clave del éxito. Por lo tanto, anima a los oradores a seguir los consejos de TED ya que ayudan a que su presentación sea la adecuada.

3 Actúa como un consejero y alguien a quien consultar

Dado que esta experiencia es nueva para la mayoría de los oradores, asegúrate de que ellos saben que tú estás para ayudarles. Pídeles a los oradores que te envíen sus presentaciones por lo menos dos semanas antes del evento, así podrás revisarlas y hacerles sugerencias.

Mejores prácticas

▶ Asegúrate que los oradores comprenden sus roles para el día del evento.

▶ En el evento

Ellos se sentarán con el público y subirán al escenario desde allí. Se les sugerirá que permanezcan durante todo el evento y que se entremezclen durante los intervalos.

▶ Durante la charla

La charla no debe superar el tiempo asignado (nunca más de 18 minutos). Házles saber cómo le señalarás que su tiempo se acaba.

▶ Después de la charla

Se espera que permanezcan en el evento durante todo el día; como mínimo, que se queden para el intervalo de conversación posterior a su charla, así los asistentes pueden acercarse y hacerles preguntas.

► **Refuerza las pautas discursivas**

Debes recordarle a los oradores las pautas sobre su presentación en cada conversación.

- Hablar a una audiencia en general.
- Evitar el uso de jergas.
- No abarcar demasiado; centrarse en un aspecto de la historia.
- No hacer promociones de ventas.
- Mantener la presentación dentro de los 18 minutos o menos. El límite de tiempo se aplicará estrictamente.

► **Proporciona pautas de presentación en pantalla**

El diseño de la presentación en pantalla de los oradores es la clave del éxito. Por lo tanto, anima a los oradores a seguir estos consejos que ayudarán a que las ideas importantes de la presentación se destaquen:

► **Menos es más**

Una imagen gráfica simple, sólida, o un texto sucinto contará la historia mejor que un collage saturado o un párrafo entero. Recuerda que la audiencia necesita procesar todo lo que se dice mientras observan las diapositivas. En lugar de una diapositiva compleja, muestra varias diapositivas, cada una con una idea, imagen o dato específico. Elimina diapositivas con titulares en viñetas; son agotadoras.

► **Utiliza poco texto**

Rara vez se necesita más de 6 líneas en una diapositiva. Una o dos líneas son suficientes. Fuentes como las sans-serif (Helvética, por ejemplo) son más sencillas de leer a distancia que las fuentes serif (Times New Roman, por ejemplo). El texto debe ser lo suficientemente grande como para que puedan leerlo los que están más lejos del escenario.

► **Ten en cuenta el fondo de la diapositiva**

Un fondo simple hace más sencilla la lectura. Si se usa un fondo oscuro o negro, resaltará el texto

► **Gráficos, imágenes y fotos.**

Utiliza imágenes llamativas, datos y palabras grandes como recurso nemotécnico para facilitar al público la memoria visual. Es responsabilidad de los oradores asegurarse que todas las

imágenes utilizadas en sus charlas están debidamente autorizadas. Usa solamente fotos y gráficos de alta resolución. Fotos de alta calidad de cámaras digitales se verán mucho mejor que imágenes extraídas de Internet.

► **Prepárate para una variedad de formatos de presentación en pantalla**

Nunca podrás saber con certeza con qué tipo de presentación en pantalla te encontrarás –y siempre se producen cambios de último momento. Los oradores deberán crear diapositivas en cualquiera de estas dimensiones:

- Pantalla panorámica de alta definición (relación de aspecto 16:9): 1920x1080 (alta resolución)
- Pantalla panorámica de alta definición (relación de aspecto 16:9): 1280x720 (baja resolución)
- Cuadrado de pantalla (relación de aspecto 4:3): 1024x768 (alta resolución)
- Cuadrado de pantalla (relación de aspecto 4:3): 800x600 (baja resolución)

Provee a los participantes del escenario con la resolución y la relación de aspecto de tu proyector, la relación de aspecto de tu pantalla, y las versiones de Power Point y Keynote que tengas instalados en tu computadora doméstica.

- **Realiza ensayos.** Los ensayos ayudarán a tus oradores a pulir sus presentaciones y para que estén dentro del tiempo límite. Los primeros ensayos pueden ser en persona o virtuales (a través de un servicio de video chat como Skype). Programa un ensayo general para todos los oradores el día anterior o el día del evento antes de que lleguen los invitados. Si tienes un entrenador de oradores, te recomendamos que esté presente el día del ensayo.
- **Continúa en contacto con los oradores**
Continúa en contacto con los oradores después del evento. Agradéceles personalmente sus participaciones.



Otras Consideraciones

Los mandamientos de TED

Estos 10 consejos se dan a todos los oradores de la conferencia TED cuando preparan sus charlas. Ellos pueden ayudar a tus oradores de TEDx a modelar charlas que tendrán un impacto profundo en tu audiencia.

1. **Sueña en grande**
Esfuézate por crear la mejor charla que jamás hayas dado. Revela algo nunca visto ni oído. Haz algo que la audiencia recordará para siempre. Comparte una idea que pudiera cambiar el mundo.
2. **Muéstrate tal cual eres**
Comparte tus pasiones, tus sueños, tus temores. Sé vulnerable. Habla del fracaso y también del éxito.
3. **Plantea temas complejos con palabras simples**
No intentes deslumbrar a la audiencia con tu inteligencia o hablar en abstracto. Explica todo. Da ejemplos. Cuenta historias. Sé específico.
4. **Conéctate con las emociones de las personas**
¡Háznos reír! ¡Háznos llorar!
5. **No hagas alarde de tu ego.**
No presumas. Es la manera más segura de desviar la atención de todos
6. **¡No venderás desde el escenario!**
A menos que TED te solicite hacerlo, no hablarás de tu compañía u organización, tampoco promocionarás tus productos o servicios, ni solicitarás fondos desde el escenario.
7. **Siéntete libre de comentar las charlas de otros oradores,** para alabarlos o criticarlos. ¡La controversia energiza! ¡El apoyo entusiasta es poderoso!
8. **No leas tu charla**
Las anotaciones están bien. Si la opción es leer o divagar, entonces lee.
9. **Termina tu charla a tiempo**
Hacer lo contrario, es robarle el tiempo a otros oradores que están a continuación. No lo vamos a permitir.
10. **Ensaya tu charla** en frente de un amigo de confianza para la claridad, para el tiempo y el impacto.



Inspiración

Video

- ▶ [“How to prepare your speakers”](#) (Cómo preparar a tus oradores)
- ▶ [“What makes a great TEDTalk”](#) (Qué hace a una gran charla)
- ▶ [“Transforming your presentation into a visual story”](#) (Transformando tu presentación en una historia visual)
- ▶ [“The art and science of great visuals”](#) (El arte y ciencia de las grandes representaciones visuales)



Plantillas y muestras

- ▶ [Speaker preparation timeline](#) (Línea de tiempo para la preparación del orador)
- ▶ [Speaker toolkit - TEDxMcGill](#) (Herramienta del orador-TEDxMcGill)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Desarrollo de la marca y mercadotecnia

- ▶ Trabajar con las directrices de TEDx
- ▶ Crear una identidad y una historia únicas
- ▶ Diseñar la presencia en línea

Dificultad	● ● ● ● ●
Tiempo	● ● ● ● ●
Costos	● ● ● ● ●
Reglas	● ● ● ● ●



El espíritu TED

TEDx es una comunidad increíble compuesta por gente que organiza eventos extraordinarios alrededor del mundo. Pero lo que define a TED y a TEDx va más allá de un formato de evento: es la manera en que contamos nuestras historias, la voz con la que nos dirigimos a nuestra comunidad y cómo nos presentamos ante el mundo.

Tu licencia te dará más que un evento –te dará acceso a una plataforma abierta y adaptable como es TEDx. Pero para que organizadores como tú continúen adaptando este programa global satisfaciendo las necesidades de sus comunidades, todos debemos acordar con seguir los estándares de comunicación presentados por TEDx. Estas directrices nos ayudan a hablar unificadamente mientras adoptamos nuestros acentos propios y únicos.

Si luego de haber revisado esta sección tienes alguna pregunta acerca del marketing (mercadotecnia) o la promoción de tu evento TEDx, por favor, pónete en contacto con TED vía e-mail. Por mercadotecnia a: tedxstories@ted.com o por asuntos de prensa a: tedxpr@groupsjr.com

Reglas

Identidad

1. **Debes seguir las directrices de la marca TEDx.** Las directrices han sido creadas con el fin de mantener la calidad y la fuerza de la identidad de la marca TEDx. Las directrices abarcan el uso correcto del logotipo e identidad de TEDx y especificaciones completas para publicaciones y aplicaciones en pantalla.
2. **Nunca utilices el logotipo de TED o TEDx.** Sólo tu **logotipo** del evento TEDx aprobado, que incluye el slogan de TEDx, puede ser usado. El slogan requerido es “x=evento TED organizado de forma independiente”. Tu logotipo TEDx aprobado debe aparecer en cada página de su sitio web, en toda tu comunicación saliente, y todos los materiales de mercadotecnia. Siempre usa el nombre de tu evento aprobado sin espacio entre “TEDx” y el nombre del lugar. Nunca uses el logotipo de TED, incluso en imágenes.
3. **Utiliza la plantilla del logotipo oficial de TEDx.** Descarga el [logo template](#) (la plantilla del logotipo) del sitio web. Tendrás que ajustarlo para incluir el nombre aprobado de tu evento. No puedes ajustar el espacio entre las letras, la

alineación, la proporción, las mayúsculas y minúsculas, o el color del logotipo. Siempre usa Helvetica. Si no tienes Helvetica puedes sustituirla por Arial que está permitida. El logotipo de tu evento TEDx sólo se puede colocar sobre un fondo blanco o negro sólido. El logotipo siempre debe tener espacio suficiente alrededor de él y no quedar compartimentado.

4. **Siempre incluye la descripción de la misión de TEDx.** La descripción de TEDx (visita el sitio web de TEDx para obtener una copia) debe figurar en todos los materiales de comunicación, materiales de mercadotecnia y sitio web.

Prensa de TEDx

1. **Logra la aprobación de los comunicados de prensa.** Todos los comunicados de prensa deben ser enviados y aprobados por el jefe de relaciones con los medios, Melody Serafino, TEDxPR@grouppsjr.com. Sólo usa el official language (el lenguaje oficial) cuando describas a TEDx.
2. **Pon una copia requerida en la página de prensa de tu sitio web.** La copia requerida la puedes encontrar en PR page (comunicados de prensa) del sitio web de TEDx
3. **No hables por TED.** Siempre representate a tí mismo como un organizador participante de tu evento específico de TED. El personal de TED debe ser el vocero oficial de TED y del programa en su conjunto.
4. **Los medios no pueden tomar fotografías o filmar tu evento.** Los medios sólo pueden usar las fotos oficiales y vídeos generados por tu equipo de producción en el evento. Los medios y otras audiencias pueden bloquear y twittear durante tu evento.

Presencia en línea

1. **Completa la página de tu evento TEDx.** Agrega la mayor cantidad de información posible una vez que tu licencia es aprobada. Los campos requeridos incluyen el sitio web de tu evento, el día de tu evento, páginas de redes sociales, el canal de Twitter, la dirección de tu sede, el precio de los boletos (el precio del boleto debe ser aprobado por TED) y la URL de la transmisión en Internet (si es que planeas transmitirlo).
2. **Siempre usa en línea tu nombre aprobado por TEDx.** La URL para el sitio web de tu evento, tu usuario de Twitter, la página de Facebook, etc, sólo deben usar el nombre del evento de TEDx aprobado. No compres un nombre de dominio o comiences a usar propiedades sociales hasta que el nombre de tu evento sea aprobado. Si tu licencia es transferida o no renovada, debes renunciar o transferir la propiedad de todos los sitios web de marca o cuentas. TEDx no se hace responsable de los gastos incurridos durante la compra, transferencia, o reventa de nombres de dominio relacionados con TEDx.
3. **Nunca mostrar contenido prohibido.** Los sitios web de TEDx no pueden mostrar publicidad o actividades comerciales. Ellos tampoco deben mostrar contenidos relacionados con fabricantes de armas, de municiones, empresas fabricantes de cigarrillos, organizaciones de juego en línea, asuntos relacionados con el comercio sexual, otras conferencias o seminarios. Nunca muestres imágenes de TED. Los logotipos de los patrocinadores no están permitidos en la página principal de tu sitio web, pero pueden aparecer en otras y deben ser más pequeños que el logotipo de TEDx.

4. **Tu sitio web y Facebook deben tener la información requerida acerca de TEDx.** En la página principal de tu web y en las pestañas de Facebook, debe haber un enlace visible hacia [TEDx Program](#) page (la página del programa de TEDx). La página principal de tu web debe incluir una descripción de [“What is TEDx?”](#) (“¿Qué es TEDx?”). Si tu sitio web no está en Inglés, el texto de la descripción de TEDx debe ser traducido con exactitud. Tanto la copia traducida como la versión en Inglés deben aparecer en la página.
5. **La foto de perfil de tu página de Facebook debe contener una foto del logo de tu evento TEDx, y la imagen en tu Twitter debe ser el logo de tu evento TEDx.**
6. **No puedes poner los logos de tus patrocinadores en la página principal del sitio web de tu evento TEDx.** Los logotipos de los patrocinadores deben ir en una página de tu sitio web dedicada a los patrocinadores.
7. **Las reglas para los patrocinadores se aplican también a las redes sociales.** Nunca debes promocionar a tus patrocinadores a través de la página de Facebook de tu evento, de tu cuenta de Twitter u otras propiedades de redes sociales.

Trabajar con las directrices TEDx

Principios rectores

1 Ten en cuenta las directrices de la marca TEDx

El sitio web de TEDx contiene tanto escritos recomendados como requeridos para describir TEDx al mundo. Recurre a ellos cuando estés desarrollando tus materiales de comunicación y tu presencia en línea.

2 La marca TEDx tiene poder. ¡Úsalo!

Tanto TED como TEDx tienen marcas únicas y conectadas. El equipo TEDx en TED ha proporcionado instrucciones detalladas sobre la marca para que puedas tener el reconocimiento apropiado de la marca para tu evento. La adhesión a estas pautas no es sólo una regla estricta, sino que además conecta tu evento con toda la comunidad y público de TEDx. Además te permite celebrar y promover la singularidad de la marca de tu evento TEDx.

Mejores prácticas

- **Utiliza la plantilla de TEDx para personalizar tu logo.**

El programa de TEDx tiene parámetros estrictos sobre la apariencia del logotipo. El logotipo de tu evento siempre tiene que incluir el nombre del lugar. Utiliza el [TEDx logo template](#) (la plantilla del logotipo de TEDx) para crear el logotipo de tu evento.

TED^x Austin
x = independently organized TED event

TED^x
San Francisco
x = independently organized TED event

- ▶ **Tipo de letra:** El tipo de letra (Helvética) es una parte integral de nuestra identidad visual y no debe ser cambiada o sustituida. Helvética viene pre instalada en la mayoría de las computadoras, pero si no tienes acceso a ella puedes utilizar Arial. Si tienes una versión diferente de Helvética (Helvética Neue, por ejemplo) utiliza el estilo Regular de tu versión.
- ▶ **Kerning (interletraje o interletra):** El espacio entre letras en la [logo templates](#) (plantilla del logotipo) de TEDx se establece en 0. No ajustes esta configuración.
- ▶ **Alineación:** El nombre de tu evento debe alinearse siempre a la izquierda en relación con el logotipo de “TEDx”, y debe tener exactamente la misma altura que el logo de “TEDx”. El espacio entre letras de la [logo templates](#) (plantilla del logotipo) de TEDx se establece en 0. No ajustes esta configuración.



- ▶ **Color:** El logotipo de tu evento TEDx debe incluir siempre el rojo “TEDx”, y el texto en negro o blanco para otras palabras. Utiliza un fondo sólido, todo blanco o todo negro. (Para el perfil de tu evento en TED.com, recomendamos fondo blanco). No coloques el logotipo de tu evento TEDx sobre fondos de otros colores, u otros diseños fotográficos o ilustraciones.



- ▶ Otra cosa que deberás evitar es colocar el nombre del lugar en mayúsculas y el uso del eslogan de dos líneas para nombres cortos (ver más abajo).



Do not set the placename in all caps, or change its size.



Do not change the color of TEDx, the placename, or the "x" in the tagline.



Only use the 2-line template for longer placenames. Do not change the color of the "X" in TEDx.



The logo consists of the word "TED" in a bold, red, sans-serif font, followed by a red "x" that is slightly smaller and positioned to the right of "TED".

x = independently organized TED event

The logo consists of the word "TED" in a bold, red, sans-serif font, followed by a red "x" that is slightly smaller and positioned to the right of "TED".

**x = independently
organized TED event**

- **Elige el tipo de color para el logotipo de TEDx basado en el formato de visualización.**
Cuando imprimas offset, si es posible, utiliza color directo (Pantone). Si el color directo no está disponible, utiliza el proceso de cuatro colores (CMYK). Cuando se trabaja en formatos web o de pantalla, utiliza colores web o RGB. Para el rojo de TED, las especificaciones de color son: Pantone 485, CMYK 01/100/100/0, RGB 255/43/6, y Web FF 2B 06. Para el negro de TED las especificaciones de color son: Pantone Black, CMYK 0/0/0/100, RGB 0/0/0, Web 00 00 00.



TED Red

Pantone 485

CMYK 0/100/100/0

RGB 255/43/6

Web FF 2B 06



TED Black

Pantone Black

CMYK 0/0/0/100

RGB 0/0/0

Web 00 00 00

► **Sigue las directrices para el slogan oficial de TEDx de una o dos líneas.**

El logotipo de TEDx es una obra de arte única que ha sido creada para identificar la marca TEDx y comercializar todos los eventos TEDx. TEDx tiene un slogan oficial que tiene una relación de composición fija con TEDx, con algunas excepciones: “x=evento TED organizado de forma independiente”, debe ser incluido en el logotipo, así sea en una línea o dos líneas. (No cambies la redacción del slogan –aquí sólo se mostrarán las versiones aprobadas). Es preferible el logo de una línea. Sin embargo, en situaciones donde no hay espacio suficiente para utilizar un logotipo de ese ancho, el slogan del logotipo en dos líneas se puede utilizar.

► **Utiliza el slogan de dos líneas para los nombres de lugares que contengan letras con trazado descendente.**

Para los nombres de los lugares que contengan letras con trazado descendente (p, q, g, j, y) utiliza el formato de dos líneas apiladas, de esta manera las letras con trazado descendente no tocan el slogan.



► **Mantén una separación alrededor del logotipo.**

Para que sea completamente legible y asegurarse de que el logotipo de tu evento se presenta de la mejor manera posible, una mínima separación debe mantenerse alrededor del perímetro del logotipo. Otros logotipos, gráficos, o copias deben quitarse de esta zona. (Los logotipos no deben quedar “encerrados” por otros logotipos o imágenes. Otros logotipos no deberán aparecer en el área del logotipo de tu evento TEDx).



- ▶ **Aumenta la legibilidad del logo de tu evento manteniendo el ancho total mayor a 2.0 pulgadas (5 centímetros).**

Las proporciones deben mantenerse constantes cuando se cambia el tamaño de tu logotipo. Si el ancho es más pequeño que 2.0 pulgadas, el slogan será ilegible.





Inspiración

Sitio web

Marca bilingüe de TEDxRamallah: [TEDxRamallah](#) usó los dos idiomas, inglés y árabe y diseños gráficos en todos los aspectos de sus eventos. En el escenario, en los programas, y en la sede –la versión en Inglés y en árabe del logotipo de TEDxRamallah estaban uno al lado del otro.



Plantillas y muestras

- ▶ [TEDx logo template](#) (Plantilla del logotipo de TEDx)
- ▶ [TEDx logo generator](#) (Generador del logotipo de TEDx)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envíe tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Crear una identidad y una historia únicas

Principios rectores

1 Busca lo local

El propósito de TEDx es llevar TED a tu comunidad a tu manera. Aprovechando la creatividad y la singularidad de tu ciudad, pueblo, escuela o comunidad, lograrás hacer que tu evento sea especial.

2 Sé creativo, diferente y participativo

TEDx es inspiración, ideas y comunidad, por eso, sé creativo, diferente e invita a tu comunidad a involucrarse.

3 Cuenta tu historia: ¿por qué TEDx? ¿por qué aquí?

El propósito de TED es contar historias. Tu identidad será única para tu evento y una herramienta de marketing también.

Mejores prácticas

Para evitar confusión con la marca TED, es imprescindible que dejes en claro que tu evento es organizado de forma independiente en todas las etapas de preparación y presentación.

► Ir más allá del logotipo

Más allá del logotipo, existen otros elementos donde puedes ser creativo con el diseño de tu evento, por ejemplo: el libro del programa de tu evento TEDx, el fondo de pantalla de Twitter, los afiches promocionales, el diseño del escenario, el material de promoción, y artículos de regalo. Piensa en símbolos de tu comunidad o un elemento visual fuerte que pueda extraerse de tu tema y expandirlo.

► Elabora tu historia

Presentando tu evento TEDx y el programa TEDx como un todo, como una historia coherente a través de una variedad de medios (vídeos, imágenes, blogs), llegarás a más personas y

aumentarás tu plataforma. He aquí cómo puedes aplicar la narración en tu estrategia de promoción y marketing:

- ▶ Designa a un “narrador” oficial de tu equipo del evento—un escritor responsable de desentrañar y compartir la historia de tu TEDx con el personal de TED y tu comunidad.
- ▶ Piensa junto con otros una variedad de ideas sobre cómo hacer tu evento único y qué historias querrán capturar y luego pon en práctica esta estrategia en todos los aspectos de tu evento TEDx.
- ▶ Convoca un equipo editorial de voluntarios para escribir entradas semanales en tu blog.
- ▶ Entrevista a los oradores acerca de un tema que les interese y crea una serie de clips de video pequeños para publicarlos en Twitter o en Facebook.
- ▶ Recoge las historias e interacciones que se producen durante tu evento TEDx desde el punto de vista de los asistentes. Por ejemplo, crea una cartulina con los oradores del evento y pídele a los asistentes que escriban allí; o pídele a los asistentes que se comprometan a representar “una idea que vale la pena hacer”.
- ▶ Alienta a la audiencia a bloguear y twittear durante tu evento.
- ▶ Después de tu evento, escribe una entrada de blog resumiendo los tweets, blogs, publicaciones en Facebook, imágenes, y la cobertura de la prensa de tu evento.
- ▶ ¡Envíanos un e-mail y cuéntanos tu historia! Trabajaremos contigo para darle forma a tu historia y compartirla a través de las plataformas de TEDx, incluyendo Twitter, Facebook, el blog y el boletín de prensa de TEDx.
- ▶ **Crea una página de prensa en tu sitio web.**
Esto ayudará a dirigir todas las solicitudes de los medios de comunicación hacia una fuente única y coherente. Invita a los periodistas locales a visitar la página. Proporciona un enlace en la página de tu sitio al programa de TEDx para que puedan obtener información detallada sobre la naturaleza del programa de TED. Recuerda que todas las preguntas acerca de TED debes dirigir las a Melody Serafino, TEDxPR@groupsjr.com. Todos los comunicados de prensa también deben ser aprobados por ella.



Inspiración

- ▶ **TEDxAmoskeagMillyard hace “Inside Out”:** En TEDxAmoskeagMillyard, ellos participaron del premio al ganador del JR’S TEDprize del proyecto “Inside Out” y pegaron fotos enormes de la ciudad y de la comunidad a lo largo de Manchester, en New Hampshire donde el evento se realizó. Esto le dio la oportunidad a una pequeña ciudad de mostrar su comunidad y ganar reconocimiento internacional.
- ▶ **Abundan los superhéroes en TEDxUSC:** El tema del TEDxUSC 2011 fue “Las acciones hablan más fuerte” y este tema incorporó el motivo de un superhéroe fenomenal en todo lo relacionado al evento, incluyendo un programa al estilo comic en las diapositivas de introducción de los oradores y en las tarjetas identificatorias.

Sitios Web

- ▶ **Tomando vuelo con TEDxVorobyovy-Gory:** El nombre TEDxVorobyovy-Gory fue un evento TEDx en Moscú, Rusia, que se refiere a una estación de metro llamada Sparrow Hills. Los organizadores implementaron un tema de aves en cada aspecto de su evento, incluyendo el diseño del escenario, el libro del programa y el sitio web.
- ▶ **Gafas de sol en TEDxGuelphU :** Para el evento TEDx llamado “Envision 2020,” TEDxGuelphU utilizó gafas rojas en su sitio web, en todas sus propiedades en línea y como fondo de pantalla de Twitter, y prosiguió con una campaña durante el evento tomando fotografías de los asistentes y oradores luciendo las gafas de sol temáticas.
- ▶ **Asistir a la escuela de TEDxAcademy:** En el TEDxAcademy, un evento TEDx en Grecia, el equipo ejecutó una estrategia de marca coherente en todos sus materiales impresos con la temática cuaderno/escuela. Desde las directrices del orador hasta el programa siguió esta temática.



Plantillas y muestras

- ▶ [Sample posters, signs, and banners](#) (Ejemplos de carteles, letreros y pancartas)
- ▶ [Sample press release](#) (Ejemplo de comunicado de prensa)
- ▶ [Sample press invitation](#) (Ejemplo de invitación a la prensa)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a lauren@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Diseñar la presencia en línea

Principios rectores

1 Las redes sociales son tus amigas

Las redes sociales son la herramienta de comunicación de nuestros tiempos y TEDx tiene sus raíces en la tecnología y en la innovación, por lo tanto es algo natural que ellas sean una buena manera de correr la voz acerca de tu evento.

2 Informar, pero no excederse

Es importante mantener a la audiencia y al público informado acerca de días importantes, de las actualizaciones de los oradores, de las actividades del evento. Pero si hay demasiada información, dejarán de prestarle atención.

3 Mantén una comunicación simple

Cuando desarrolles material de comunicación, siempre será mejor si lo haces de manera simple y directa.

Mejores Prácticas

- ▶ **Haz actualizaciones periódicas en la página de tu sitio web del evento TEDx**
Manteniendo la página del evento actualizada puedes evitar confusiones con TED o con el público en general acerca de cambios que se produzcan en tu evento.
 - ▶ **Actualizaciones periódicas**
Actualiza cualquier información importante al menos una vez a la semana. Es crucial que mantengas al tanto al público y a TED de cambios que pudieran producirse en tu evento. Si la página de tu evento no ha sido actualizada con la información más reciente al día del evento, tu próximo evento no será aprobado.
 - ▶ **Cambios de fecha**
Nuestro sistema te permitirá cambiar la fecha de tu evento después que la licencia haya sido aprobada. Si quieres cambiar la fecha de tu evento, sigue estos pasos:

- ✓ Ve a [world map of TEDx events](#) (mapa mundial de los eventos TEDx) y revisa los otros eventos TEDx desarrollándose en tu región y/o área local.
- ✓ Si cambias la fecha, eso puede afectar otro evento TEDx, es decir, si es dentro del mismo período de 4-8 semanas y lo suficientemente cerca como para que tu audiencia se superponga –contacta al organizador del otro TEDx y discútanlo.
- ✓ Una vez que hayas establecido y confirmado una nueva fecha y es aceptable para otros organizadores en tu región, cámbiala en tu sitio del evento.
- ✓ Infórmanos de la fecha nueva.

► **Crea un sitio web**

► **Adquiere un dominio**

Te recomendamos que compres un nombre de dominio dedicado, debido a que un nombre de dominio (en contraposición a un blog) lo hará más sencillo de encontrar. Puedes optar por comprar alojamiento de web de un servicio pago o una cuenta de alojamiento gratuita. Sin embargo, no permitimos a ningún sitio TEDx ofrecer publicidad de ningún tipo, por lo tanto, asegúrate que cualquier tipo de servicio de alojamiento que elijas no requiera publicidad.

► **La URL de tu sitio**

Para una mayor visibilidad, la URL de la página principal de tu sitio debe ser el nombre de tu evento TEDx, como por ejemplo, www.TEDxTokyo.com. El dominio .com de nivel superior debe ser tu primera opción, seguido del dominio de nivel superior de tu país (www.TEDxTokyo.jp). Si esos no se encuentran disponibles, .org y .net deben ser las opciones.

► **Nombre de dominio**

Cuando compres tu nombre de dominio TEDx, estarás autorizado a mantener el nombre de dominio en tanto que tú eres el titular de la licencia cuyo nombre del evento corresponde exactamente con el nombre de dominio en cuestión. Por favor, no registres sin permiso de TED nombres de dominio que correspondan a otros eventos TEDx, incluyendo eventos futuros que no han sido aún autorizados. Nosotros desaprobamos a los ocupantes ilegales.

► **Contenido del sitio**

Incluye el día y lugar de tu evento, información acerca de tus oradores, una descripción de tu sede, e información sobre TEDx y TED.

► **Crea una página en Facebook**

Recomendamos crear una página de fans, en lugar de un grupo. ¿Por qué? Cuando la gente se une a una página de fans, ésta envía una notificación a cada suministro de noticias de tus amigos. Tu página de fans debe incluir información en tu pestaña de “info” (enlaces a TED.com/TEDx, acerca de TED y de tu evento de TEDx). ¡Usa tu página para involucrar a la audiencia antes de tu evento!:

- Solicita sugerencias de oradores y sede (si no están confirmados).
- Anuncia a los oradores y la sede cuando los confirmes.
- Publica todas las fotos que tengas --sede, oradores, etc.
- Publica información acerca del organizador (¡de ti!) y del presentador (si es otra persona).
- Destaca otros eventos TEDx en tu región con los días en que se están desarrollando.
- Publica las charlas diarias de TEDTalks/TEDxTalks en tu página de fans.
- Comparte un anuncio del blog de TED.com o TEDx.
- Pide a tu audiencia que elija su TEDTalk favorito y que explique por qué.
- Comparte lo que estás haciendo con la gran comunidad de TED publicándolo en las páginas de fans de TED.com y de TEDx. Estas páginas tienen cientos de miles de fans que no sólo están interesados en lo que estás haciendo, también pueden ayudarte con tu evento.

► **Crea una cuenta en Twitter**

Twitter se ha convertido en una de las herramientas más poderosas de promoción de Internet. Úsala para mantener a tus asistentes informados –y encontrar nuevos fans –con actualizaciones oportunas y breves; es una manera también de curar tus tweets. Por ejemplo, antes del evento, debes crear entusiasmo a través de publicaciones en Twitter de entradas de tu blog e incentivando a la gente a registrarse. Durante el evento, debes publicar en Twitter imágenes de detrás de escena y de citas de los oradores. Y después del evento, debes también publicar en Twitter fotos y vídeos.

- Twittea todo: reuniones de planificación, los anuncios de los oradores, notas de logística.
- Inicia conversaciones con otros usuarios de Twitter (por ejemplo, [@TEDChris](#))



Otras Consideraciones

► Webcasts (Transmisiones en Internet)

Si estás planeando hacer webcasting de tu evento, es importante que se lo hagas saber a la comunidad de TEDx (otros organizadores tal vez quieran organizar eventos que muestre el webcast de tu evento). Completa el campo “Webcast URL” tan pronto sepas la URL. Si tienes un webcast pero no tienes aún la URL, ingresa la URL de tu sitio web – o un marcador de posición (placeholder page) en tu sitio web que contenga información de tu webcast.

► Enlaces

Sólo agrega enlaces a tu sitio web de tu evento. No subas enlaces personales, o enlaces de sitios corporativos, etc.

► Después de tu evento

Después de tu evento, recuerda agregar al sitio de tu evento los momentos más destacados. (Agregar destacados es pre requisito para renovar tu licencia).

- ✓ Agrega una etiqueta de Flickr
- ✓ Agrega la URL de tu lista de vídeos de YouTube
- ✓ Asegúrate que la lista de oradores está actualizada
- ✓ Sube una foto nueva de tu evento



Plantillas y muestras

- [Sample website design](#) (Ejemplo de diseño de sitio web)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Audiencia

- ▶ Invitación a los asistentes
- ▶ Sostener la comunidad TEDx

Dificultad	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Tiempo	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Costos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
Reglas	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>



El espíritu TED

TEDx es más que una serie de eventos – es una comunidad global que comprende individuos de diversas naciones, culturas y formaciones. Por eso, a quiénes invites es tan importante como lo que programes: tus invitados se llevarán de tu evento TEDx que hay “ideas que vale la pena difundir” al mundo. Los organizadores deberán elegir su audiencia cuidadosamente, elegir participantes de una amplia variedad de formaciones, que puedan contribuir a la conversación.

Reglas

1. **Cumple con los límites de asistentes.** Sólo permite la cantidad de asistentes que te admite tu licencia.
2. **Utiliza el formulario de comentarios.** Inmediatamente después de tu evento, envía a todos los asistentes un enlace del TEDx Attendee Feedback Form (formulario oficial de TEDx de comentarios de los asistentes). El formulario de comentarios de tu evento será utilizado para evaluar y renovar tu licencia.

Invitación a los asistentes

Principios rectores

1 Envía una solicitud

Para simplificar el proceso de selección, solicita a los invitados potenciales que completen una solicitud. El esfuerzo puesto en hacerlo, demostrará su compromiso de participar en tu evento.

2 Explica a los asistentes qué podrán encontrar

Bríndales información acerca del tamaño de tu evento, el lugar, la temática, y si contará con oradores en vivo o habrá TEDtalks grabadas previamente (o ambas cosas).

Mejores Prácticas

La solicitud para posibles asistentes debe incluir esta información básica:

- ✓ Una descripción clara de TED, TEDx y de tu evento TEDx
- ✓ El día de tu evento TEDx
- ✓ Nombre
- ✓ Apellido
- ✓ Nombre de empresa/organización
- ✓ Puesto de trabajo/descripción/cargo
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Dirección
- ✓ Números telefónicos
- ✓ ID de Skype

TED también recomienda incluir formatos de respuestas largas, tales como:

- ✓ Cuéntanos acerca de ti
- ✓ Nombra tres enlaces web que nos ayuden a saber más de ti
- ✓ ¿Qué esperas obtener de este evento TEDx?



Otras Consideraciones

► Proporciona credenciales con nombres

Ayudar a los asistentes a recordar los nombres los hará sentirse más cómodos al hablar con otros.

► Límites de audiencia

Debido a las limitaciones de espacio o a los límites de audiencia, no todos los que apliquen para asistir a tu evento obtendrán un boleto. Como organizador del evento, es tu responsabilidad hacer frente a cualquier problema que surja en tu comunidad debido a que no todos pueden asistir. Si la gente expresa descontento en las redes sociales u otras plataformas, por favor, aborda estas cuestiones de manera amable e incluyente. Considera [offering a live-streaming event](#) (ofrecer la transmisión del evento en vivo) en otro lugar para hacer frente al desborde de público, o solicita a terceros que preparen una fiesta organizada en torno a tu evento.

► Recogiendo comentarios de eventos en otros idiomas

Si la mayoría de los asistentes a tu evento hablan otro idioma que no es el Inglés, utiliza uno de nuestros formularios traducidos que se encuentran en el PB Wiki de TEDx [non-english attendee feedback forms](#) (formularios de comentarios para asistentes no angloparlantes). Si no se encuentra el formulario traducido en tu idioma, envíanos un e-mail solicitando una versión de la encuesta para que la traduzcas antes de enviarla a tus asistentes. Nos complace proporcionar una copia de las respuestas de tu audiencia cuando lo solicitan.



Plantillas y muestras

- ▶ [Guest management systems](#) (Sistemas de gestión de invitados)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envíe tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Gestión de la comunidad TEDx

Principios rectores

1 El primer evento TEDx es sólo el comienzo

El primer evento TEDx en una comunidad es realmente el comienzo. Es el primer paso para crear una comunidad rica y dinámica que has contribuido a promover.

2 Permanece en contacto—incluso después del evento

Con el fin de seguir creando la emoción y el interés por futuros eventos TEDx e ideas inspiradoras, es importante permanecer en contacto con tu audiencia, oradores y otros participantes de la comunidad.

Mejores Prácticas

► Herramientas para gestionar a los asistentes

Estas herramientas gratuitas facilitan el proceso de organización y comunicación con los asistentes. Envíanos un e-mail si tienes otras sugerencias.

- Eventbrite: Herramienta de organización en línea que incluye un sistema de boletos/registro
- Google Forms: Es una herramienta fácil de usar para crear formularios electrónicos y capturar información en Google Docs
- Amiando: Gestión de eventos en línea y herramienta de registro de asistentes –disponible de manera gratuita para los organizadores de eventos TEDx gratuitos, y con un descuento del 20% para aquellos organizadores de eventos TEDx pagos. Incluye plantillas especiales de TEDx.
- DoAttend: Capacidades de gestión de registros offline (fuera de línea) claras y simples, y con alto grado de personalización.
- Guestlist: También es simple, claro y personalizable.



Plantillas y muestras

- ▶ [TEDx audience survey](#) (Encuesta de audiencia de TEDx)
- ▶ [TEDx Audience Survey - Non-English](#) (Encuesta a audiencia de TEDx-no angloparlante)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirlo? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Fotografía y video

- ▶ Grabación del evento
- ▶ Edición de imágenes y publicación de vídeos
- ▶ Compartir tu evento

Dificultad



Tiempo



Costos



Reglas



Antes

Durante

Después



El espíritu TED

Grabar tu evento es una excelente oportunidad de ofrecer tus charlas a una audiencia aún más amplia. La fotografía y el video son una parte muy importante para contar la historia de tu evento TEDx y ayudan a TED a compartir esa historia con el mundo.

La grabación de video y las fotografías suelen ser las partes más técnicas del evento TEDx. Es útil contar con un equipo de gente que esté familiarizado con estos medios, o buscar profesionales que lleven adelante este proceso. Ten en cuenta que si bien te alentamos a lograr la mejor calidad, tu principal objetivo es difundir ideas en tu comunidad local. Si no estás familiarizado con la fotografía y el video ¡trata de hacerlo simple!

Reglas

1. **Debes obtener el permiso de TED para el webcast (transmisión por Internet) y para publicitar la transmisión de tu evento.**
2. **Cualquier webcast debe ser gratuito y no debe incluir publicidad.**
3. **Si un webcast se emite desde el sitio web de un tercero, debes obtener la aprobación de TED.**
4. **Todos los eventos en los que se proyecte el webcast, deben ser realizados en espacios no comerciales y ser gratuitos para los participantes.**
5. **Las fiestas de más de 100 personas para ver el webcast, deben ser aprobadas por TED previamente.**
6. **Tu evento en vivo, las charlas, y otro contenido grabado en tu evento no puede ser distribuido en la televisión abierta, por cable, satelital, o a la carta.**
7. **No está permitido crear archivos de webcasts de eventos TEDx.**

Grabación del evento

Principios rectores

1 Conectar las cámaras

No querrás que de repente se apague el equipo. Para que no ocurra, lleva también unos alargadores/ extensores. (Si tienes que usar baterías, lleva de más).

2 Conocer el tiempo total de duración

El equipo de camarógrafos y de AV deben tener un listado ordenado con la duración exacta de las charlas, así podrán preparar diferentes tomas de antemano.

3 Familiarizarse con los medios visuales del orador

Si los oradores tienen diapositivas, debes saber el tiempo de las mismas en relación con el discurso. Las diapositivas también ayudan en el proceso de edición más tarde. –puedes incluir alguna si hay algún error o si necesitas cortar una sección.

Mejores Prácticas

Diapositivas y medios visuales

► Recolectar los materiales de presentación

Si los oradores tienen diapositivas o medios visuales, el presentador o del equipo de AV, deben recolectar copias de ellos para la post-producción. Estos materiales son muy útiles cuando se editan las charlas para TED.com

► Reproducir las diapositivas en el video

Si es posible, reproduce en el video las diapositivas y los materiales de presentación como aparecen en la pantalla. Si esto no se puede hacer, deja una esquina de la pantalla en tu plano general, así sabrás cuándo avanzar las diapositivas en la etapa de post-producción.

Encuadre

► Encuadra tu toma

Encuadra tu toma para que haya un fondo limpio. Capta el logotipo de tu evento en el encuadre.

Audio

► **Esfuézate por la buena calidad del sonido**

La calidad del sonido es tan (o más) importante que la calidad del video. Lo primero que la gente nota es la mala calidad del audio. Te sugerimos que alquiles micrófonos. Trae auriculares para que puedas escuchar lo que reproduce el micrófono y captar problemas con los niveles de grabación y frecuencia.

► **“Probando, probando, 1-2-3”**

Asegúrate de probar los micrófonos antes del show. Tendrás que ajustar el nivel de volumen de acuerdo a cada orador. Recuerda a los oradores quitarse las alhajas ruidosas como aretes colgantes o collares, que puedan golpetear con el micrófono.

Iluminación

► **Ilumina al orador**

El orador debe estar bien iluminado. Modula la iluminación manteniendo al orador unos pocos metros delante del fondo para evitar sombras pronunciadas.

► **Modula la iluminación**

Si tu evento es un ambiente con tubos fluorescentes, agrega unas lámparas de pie para iluminar al orador.

Filmando con cámaras de video

Mantén los movimientos de cámaras deliberados. Incluso si cuentas con un equipo de profesionales dirigiendo las cámaras para una edición en vivo, todos los operadores de cámara deben moverse con fluidez en caso de editar el material después. Diles que filmen como si su cámara estuviera siempre al aire –sin sacudidas o movimientos bruscos.

► **Usando una cámara**



Los espectadores se conectan mejor con los primeros planos. Filma dentro de un rango entre primeros y medianos planos, en lugar de planos amplios. Usa un trípode para obtener imágenes estables y mantén el objetivo a la altura de los ojos con el orador.

► **Usando dos cámaras**

Es ideal contar con más de una cámara en tu evento. Si es posible, ubica las dos cámaras en un ángulo de 20 grados a ambos lados del orador.



Usa la cámara #1 para primeros planos

El primer plano incluye la cabeza y los hombros del orador. El plano general, capta al orador de la cintura para arriba; este plano establece al orador en el lugar. Usa un trípode para obtener imágenes estables y mantén el objetivo a la altura de los ojos con el orador. El primer plano le permite a los espectadores conectarse con el orador y verlo con claridad.



Usa la cámara #2 para ángulos más amplios

La cámara 2 debe captar al orador de la cabeza a los pies como posición predeterminada/base. Los planos amplios deben distinguirse de los primeros planos y dar un sentido de lugar.

Recuerda que el propósito de tener más de una cámara es recoger secuencias variadas. No querrás filmar los mismos planos con ambas cámaras, ya que limitará la variedad de secuencias y las posibilidades de edición.

► Usando tres cámaras



Las cámaras adicionales brindan una cobertura variada. Puedes agregar planos medios y/o revertir ángulos sobre los hombros del orador para mostrar a la audiencia. Asegúrate de especificar a los camarógrafos qué cámara hará cada toma; ten en cuenta sus tipos de lentes cuando determines esto.

Cuatro cosas que debes evitar al utilizar una cámara de video

► **Movimiento de la cámara**

No hagas giros alrededor mientras filmas. Si usas el zoom, hazlo para enfatizar o puntualizar algo del orador. No debes acercar o alejar si tienes una cámara para primeros planos y otra para planos amplios.

► **Refocalización sobre la marcha**

Evita refocalizar el objetivo de la cámara durante la presentación. Si debes hacerlo, hazlo cuando el orador sube al escenario, pero asegúrate que una de las cámaras está haciendo una buena toma mientras la(s) otra(s) están enfocando. Considera usar auriculares para que los operadores de cámaras se puedan comunicar.

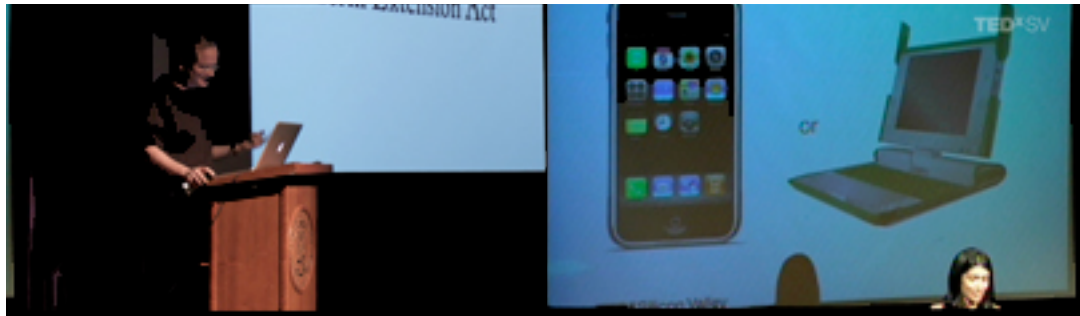
► **Abandonar una cámara**

No coloques una cámara y luego la abandones. Los camarógrafos deben filmar y prestar atención a los oradores para que haya la mayor cantidad de secuencias útiles posibles.

► **Apagar una cámara**

Nunca debes apagar una cámara(s) mientras los oradores están en el escenario. Prevé los cambios de cinta, así nunca te quedas sin ella en el momento en que lo necesitas

Dos tomas que debes evitar al usar cámara de video



1. Mutilar la diapositiva

2. Decapitar al orador



Otras Consideraciones

Formato de vídeo

Debes entregar los vídeos en uno de nuestros [recommended formats](#) (formatos recomendados). Si grabas en otro formato, debes convertir el material antes de enviarlo a TED.com.

Consejos avanzados para usar cámaras de video.

- ▶ **Ensayar**

Si el tiempo lo permite, lleva a los presentadores de TEDx al escenario antes de que comience el evento. Esto les hará familiarizarse con el espacio y les brindará a los camarógrafos la oportunidad de conocer cómo se mueve cada presentador en el escenario. Obviamente que es importante captar el evento TEDx entero, pero los camarógrafos deben estar más preocupados por los oradores que por el presentador. Dile a tu equipo que las charlas que TED publica en Internet son sólo de los oradores.

- ▶ **Abrir el plano (lentamente) durante el aplauso**

Al final de cada discurso, los oradores de TED y de TEDx inspiran aplausos y en ocasiones ovaciones. La cámara de plano amplio y la de la audiencia deben anticipar esto y abrir el plano lentamente para enfatizar el entusiasmo en aumento en la sala. Recuerda mover la cámara más suave de lo que crees que es necesario para crear una transición más suave.



Inspiración

Videos

- ▶ [“How to Shoot a TEDTalk”](#) (Cómo filmar una charla TEDx)
- ▶ [“How to Shoot Your TEDx Event”](#) (Cómo filmar tu evento TEDx)
- ▶ [“Setting up your webcast”](#) (Configuración del webcast--transmisión por Internet)



Plantillas y muestras

- ▶ [Sample production script - TEDxLincoln](#) (Ejemplo de producción de guión)
- ▶ [Sample stage map](#) (Ejemplo de plano del escenario)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Edición de imágenes y carga de vídeos

Principios rectores

1 Agrega gráficos al comienzo y al final de los vídeos

Debes abrir cada video con el logotipo oficial autorizado para tu evento. Los extractos (reels) de cierre son bienvenidos, pero no son obligatorios.

2 Traduce las charlas si es necesario

Cada vez más las charlas de eventos TEDx son vistas alrededor del mundo, ya sea después o durante los eventos a través de transmisiones en vivo. Considera traducir las charlas o enlazarlas al programa de traducción de código abierto para doblar los vídeos antes de ser cargados.

3 Un video bien editado tiene mejores oportunidades de aparecer en TED.com

Dado que TED selecciona muy pocas charlas de TEDx para publicar en TED.com, tú seguramente querrás estar en ese grupo. Un video bien editado tiene mejores oportunidades de ser considerado por TED.com.

Mejores Prácticas

Te recomendamos crear extractos (reels) para la introducción y el cierre que sean únicos para tu evento, siempre siguiendo nuestras [branding guidelines](#) (directrices de marca).

Tu logo debe estar claramente separado de cualquier texto o gráfico. Eliminaremos los vídeos que rompan las reglas de TED y te pediremos que lo arregles y vuelvas a cargarlo. Si no estás seguro de los extractos (reels) del comienzo y del final, envíanos un email, ([email us](#)) para su aprobación.

► Los logotipos de los patrocinadores en tus vídeos

Puedes ofrecer a un patrocinador la opción de poner su logo en una diapositiva al comienzo y al final de cada uno de tus vídeos de TEDx. Esta diapositiva puede aparecer en pantalla durante un máximo de 3 segundos.

► **La presentación y el contenido del orador son los elementos más importantes**

Buscamos oradores atractivos y carismáticos cuyas charlas propugnen ideas frescas que se apoyen en evidencias concretas y relevantes para un público internacional más amplio. Las mejores charlas identifican claramente el problema, proponen una solución inteligente y única; analizan cómo la solución puede ejecutarse e imaginan un futuro potencial con esa solución implementada.

► **El video debe hacer tomas desde tres ángulos, con una relación de aspecto de 16:9, y ser preferentemente en alta definición.** Esto no es obligatorio, pero es recomendable para la consideración de TED.com.

► **La buena calidad del audio es vital**

Si no podemos escuchar bien a tu orador, simplemente no podremos considerar tu charla para su publicación en TED.com.

► **Envíanos una lista pequeña de tus charlas favoritas**

El personal de TEDx mira los vídeos de todos los eventos y las mejores charlas son sometidas una revisión extensa por una junta editora conformada por personas de los equipos de TED.com y de TEDx.

► **Asegúrate de tener los materiales de apoyo**

Nosotros editamos todos los vídeos que van a TED.com internamente. Si tu charla es seleccionada para su uso en TED.com, vamos a solicitar el uso de todos los materiales. Estos incluyen:

- ✓ Las imágenes de todas las cámaras, incluyendo las tomas a la audiencia. Preferimos imágenes en bruto, sin editar, en soportes físicos tales como cintas de grabación, discos duros, etc., o puedes enviar el material electrónicamente mediante su carga en nuestro sitio FTP. Aceptamos material digitalizado en sólo dos formatos/especificaciones:
 - HD QUICKTIME FILE: 1080/24P o 720/24P @ Apple Pro Res 4:2:2 codec
 - SD QUICKTIME FILE: NTSC o PAL @ Apple Pro Res 4:2:2 codec
- ✓ La presentación de diapositivas original del orador y cualquier otro video/medio usado durante las presentaciones. Puedes enviar esto directamente por e-mail si es más sencillo para ti.
- ✓ El formulario de autorización del orador (puedes enviarlo por e-mail). Guarda este documento en tus archivos; nosotros sólo lo necesitaremos si tu charla es elegida para TED.com. De lo contrario, no nos envíes este formulario.

- ✓ Fotografías de alta resolución de los oradores y sus datos biográficos para que podamos incluir las biografías a sus charlas.

Una vez que es confirmado que tu charla TEDx se publicará en TED.com, alguien del equipo de TED te contactará con una copia de la transcripción para que apruebes. Esta transcripción la utilizan nuestros traductores voluntarios para agregar subtítulos a las charlas para las audiencias internacionales.



Inspiración

Sitio web

Hablando por señas en TEDxSudeste: TEDxSudeste tradujo algunas de sus charlas al lenguaje de señas. Las versiones grabadas de estas charlas muestran la pantalla picture-in-picture con una persona hablando por señas.

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Compartir tu evento

Principios rectores

1 El público asistente de TEDx es sólo la punta del iceberg

Una de las características distintivas de un evento TEDx es la capacidad no sólo de generar y compartir ideas, sino de difundirlas extensamente a través de la tecnología y el video. Piensa en tu audiencia mas allá del público en la sala.

2 Los webcasts (transmisiones en Internet) en vivo pueden ser complicados; planifícalos

Los webcasts en vivo son fabulosos. Permiten que más personas vean tu evento mientras se despliega en diferentes lugares. Pero organizarlas puede ser complicado y estar plagado de dificultades técnicas. Si planeas un webcast (transmisión en Internet), prueba el sistema y planifícalo.

Mejores Prácticas

Webcast (Transmisión en Internet)

Si estás planeando un webcast (transmisión en Internet) de tu evento, es importante que se lo hagas saber a la comunidad TEDx. (Otros organizadores tal vez quieran organizar eventos para mostrar tu webcast). Tan pronto sepas la URL, completa el campo “Webcast URL”. Si sabes que tendrás el webcast pero no tienes aún la URL, pon la URL de tu sitio web –o una página en tu sitio web que contenga información de tu webcast.

Filmar un documental de tu evento

Si tú o alguien que conoces deseara rodar un documental corto o un largometraje en tu evento TEDx, debe seguir las siguientes directrices:

- ✓ Se puede filmar un documental específico de tu evento TEDx, pero no puedes filmar un documental general sobre TEDx.
- ✓ No se pueden usar los logotipos lisos de TEDx ni el de TED.

- ✓ No se permite la filmación dentro del teatro mientras el evento se está llevando a cabo; sólo el equipo de filmación autorizado para filmar las charlas de TEDx tiene la autorización de filmar dentro del teatro durante las charlas y los intervalos.
- ✓ Puedes hacer tomas en áreas de descanso, pero no dentro del salón principal.
- ✓ Las charlas de TEDx no pueden ser reeditadas o remezcladas; un máximo de 30 segundos de cualquier charla de TEDx podrás mostrarla en tu documental .



Otras consideraciones

Si en tu documental planeas incorporar TEDTalks que se muestran en el evento, por favor lee y sigue las siguientes reglas:

- ✓ Los documentalistas pueden usar extractos de TEDTalks dentro de sus films siempre y cuando el orador esté de acuerdo. TED debe obtener la autorización de cada orador para cualquier uso no producido por TED.
- ✓ Para que TED haga la solicitud al orador, tú debes presentarle a TED un resumen por parte del documentalista del uso previsto de las imágenes, del punto de vista o perspectiva del film, y el plan de distribución. También queremos ver biografías breves sobre el equipo creativo (del productor, del director, etc.).
- ✓ Si el orador está de acuerdo, le daremos al documentalista las imágenes en un DVD, en uno de nuestros formatos estándar (cualquier conversión que sea necesaria será responsabilidad del documentalista). Dependiendo de la conferencia en particular, el material de archivo/imágenes será entregado en uno de los siguientes formatos: DVCPRO NTSC, DVCPRO PAL, DVCPRO NTSC Anamorphic or DVCPRO HD 1080i60. No entregamos material de archivo/imágenes en cinta/tape.

No se cobrará derecho de licencia, pero las imágenes deben ir acompañadas de una cita en pantalla (generalmente en el tercio inferior) haciendo alusión a TED.com.



Inspiración

Transmisión multilingüe en vivo para TEDxMonterey: Mientras TEDxMonterey se transmitía en vivo en Inglés, los espectadores de todo el mundo tuvieron la opción de escuchar la interpretación en Chino, Ruso, Español, Coreano y Japonés de estudiantes de posgrado del Monterey Institute of International Studies.

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Posterior al evento

- ▶ Compartir tu experiencia TEDx
- ▶ Comentarios y renovación
- ▶ Asumir con TED el rol de organizador

Dificultad



Tiempo



Costos



Reglas



Antes

Durante

Después



El espíritu TED

Has terminado el impresionante evento TEDx, estás satisfecho, pero un poco cansado también –¿y nosotros queremos más? Las conclusiones son importantes y como el programa de TEDx crece, es imprescindible que hables de las conversaciones y del multimedia desarrollados en tu evento TEDx.

El éxito del programa de TEDx depende de los informes y comentarios de los organizadores. ¡Lo que estás creando es importante y debe ser compartido!

Reglas

1. **Comparte tus comentarios.** Al terminar tu evento, tendrás que completar y presentar el TEDx Organizer Close Out form (formulario oficial de cierre del organizador de TEDx) ¡El éxito del programa de TEDx depende de tus apreciaciones!

Compartir tu experiencia TEDx

Principios rectores

1 Envía tu historia al blog de Tumblr de TEDx

TEDx tiene un Tumblr ([TEDx has a Tumblr](#))—y es un espacio donde compartimos innovaciones y publicaciones interesantes de eventos TEDx alrededor del mundo. Queremos que todos sepan qué fantástico eres y las cosas increíbles que haces.

2 ¡Continúa contándole al mundo acerca de TEDx!

Actualiza tu blog personal, sitio web y las cuentas de redes sociales para compartir los enlaces al sitio web de tu evento TEDx. Cita o twittea a organizadores, voluntarios u oradores. Recuerda hacerlo breve y cálidamente, con una frase inspiradora acerca de TEDx o tu evento personal.

Mejores Prácticas

A las personas les encanta revivir momentos increíbles y eventos a los que han asistido. Permite que escriban sobre ello en el blog, que creen un mini documental, o que publiquen una buena selección de excelentes fotografías de tu evento. Tal vez también desees escribir a (tedxstories@ted.com) para contarnos cómo sientes que fue el día del evento —a nosotros nos encantan esos e-mails.

Contamos con destacados de eventos TEDx en la sección “selecciones del editor de TEDx” del sitio web y en nuestro boletín de noticias mensual de TEDx. Envíanos información por e-mail a (tedxeditor@ted.com) si desees que consideremos incluir lo que pasó en tu evento.

Narrando ideas y ejemplos

- ▶ Exhibe el proyecto de diseño de tu TEDx –desde un montaje impresionante a un póster increíble del evento. Echa un vistazo a este [cardboard stage design by TEDxYouth@Porto](#) (diseño en cartón para el escenario del TEDxYouth@Porto).
- ▶ Cuéntanos una experiencia personal, como ésta: [personal diary by Kaila Colbin of TEDxChCh](#), (el diario personal de Kaila Colbin del TEDxChCh) que relata su experiencia en TEDActive.
- ▶ Graba una entrevista personal con uno de los oradores o un miembro organizador de TEDx, como [this conversation between Kelo Kubu, Organizer of TEDxSoweto, and the TEDxCapetown Organizers](#) (conversación entre el organizador del TEDxSoweto, Kelo Kubu y los organizadores del TEDxCapetown).
- ▶ Demuestra cómo implementaste la tecnología para destacar tu evento TEDx. Toma por ejemplo, TEDxWaterloo's Twitter wall (el muro de Twitter del TEDxWaterloo) y TEDxBuenosAires' outdoors viewings of its simulcast (las proyecciones de exteriores de la emisión en simultáneo del TEDx BuenosAires).
- ▶ Comparte el gran video promocional que creaste para tu evento, el video de detrás de escena, o un video que narre sobre aquel orador que provocó un gran impacto. [TEDxThessaloniki had a very mysterious video trailer](#) (TEDxThessaloniki tuvo un video con avances del evento muy misterioso) y [TEDxIstanbul created this video for TEDxAthens](#) (TEDxIstanbul creó este video para TEDxAthens) para mostrar en su evento.

Cómo enviar una entrada al Tumblr de TEDx

1. Ir al TEDx.Tumblr.com.
2. Ir a “Submit” (“Enviar”) en la parte superior izquierda de la página.
3. Haz clic sobre la flecha que aparece junto a “Submit a Text Post” (“Envía una entrada de texto”). En el menú desplegable, haz clic en el tipo de contenido que estás enviando –las opciones son texto, fotografía, enlace, cita y video.
4. Escribe, carga, etc. Recuerda incluir tu nombre y el nombre de tu evento TEDx.
5. Haz clic en “Submit” (“Enviar”).
6. Envía un e-mail a TED para hacernos saber que enviaste una entrada y proporciona cualquier tipo de instrucciones/detalles.

7. ¡Nos encanta también compartir las historias de los asistentes de tu evento, por favor anímalos a que nos las envíen también!

Tumblr no es sólo un espacio para promocionar tu evento y tu transmisión en vivo (para eso puedes visitar el [Upcoming Events page on TED.com](#)) –(la página de TED.com con los próximos eventos), es incluso un lugar para compartir las mejores prácticas, las mejores fotos, testimonios, las innovaciones de diseño, los perfiles de los oradores notables y otros aspectos destacados de tu evento TEDx.



Inspiración

Sitio web

Si quieres inspiración para crear un blog, echa un vistazo a [TEDxAmsterdam's blog](#) (el blog de TEDxAmsterdam)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Comentarios y renovación

Principios rectores

1 Comunícate nuevamente con nosotros

Al terminar tu evento, tendrás que llenar y enviar el TEDx Organizer Close Out form (formulario oficial de cierre del organizador de TEDx). ¡El éxito del programa de TEDx depende de tus aportes!

2 ¡Vuelve a aplicar!

Vuelve a aplicar para tu licencia de evento, accediendo a tu perfil de TED; ve a “My TEDx Events” (mis eventos TEDx) y haz clic en “Apply for a new license” (aplicar para una nueva licencia). Si no planeas renovar tu licencia, por favor, dinos lo antes posible. Otros organizadores tal vez quieran utilizar el nombre de tu evento.

Mejores Prácticas

- ▶ **Proporciona comentarios de los webcasts (transmisiones en Internet)**
Si brindaste un webcast, debes también completar y enviar el TEDx Webcast Audit form -- formulario oficial de auditoría de webcast de TEDx (es rápido –sólo necesitamos saber cuánta gente sintonizó el webcast).
- ▶ **Programa un análisis posterior**
Además de proporcionar los comentarios a TEDx, podría ser útil para ti obtener comentarios de tu equipo sobre cómo se desarrolló el evento.
- ▶ **Busca a un sucesor si tú no vas a renovar**
Considera capacitar a alguien de tu equipo para que siga haciendo crecer tu comunidad y tu evento. Esta nueva licencia debe ser solicitada; tú no puedes transferirle tu licencia a nadie.

► **Si alguien quiere hacerse cargo de tu licencia de TEDx**

- ✓ Envía un e-mail a TEDxApplications@ted.com y pide la expiración de tu licencia.
- ✓ Haznos saber quién se hará cargo de tu licencia.
- ✓ La persona que se hará cargo de tu licencia debe aplicar formalmente para el nombre del evento TEDx e incluir en su aplicación la relación con la licencia original.

Nota: La regla de que debe haber menos de 100 personas en tu evento, se aplica a la licencia actual de cualquier evento TEDx. Si el anterior licenciataria asistió a TED y recibió a más de 100 personas, esa regla no se traslada al nuevo licenciataria que no haya asistido a una conferencia TED.

► **¿Estás buscando hacer más?**

Aquí tienes otras maneras de continuar participando con TEDx –antes de planear tu próximo evento:

- Sube a tu sitio web los destacados de tu evento o crea un nuevo sitio para presentarlos.
- Conviértete en un [TEDx Mentor](#) (mentor de TEDx) y ofrece orientación a los nuevos organizadores en tu región.
- Subtitula y traduce tus vídeos en [dotSUB](#).



Plantillas y muestras

- [Post event checklist](#) (Lista de tareas posteriores al evento)

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Asumir con TED el rol de organizador

Principios rectores

1 Compartir con la comunidad

Como titular de una licencia TEDx y como miembro de la comunidad TEDx, es tu responsabilidad dar la bienvenida a los titulares de licencias nuevos en la comunidad y de transmitir tu conocimiento. Acércate a los nuevos miembros de la comunidad y dales la bienvenida. ¡Tus experiencias pueden hacer más sencillo el trabajo de otros organizadores!

2 Únete a otras iniciativas de TED

¡En TED están sucediendo cosas grandiosas! Regístrate para saber qué está pasando.

3 Involúcrate más con TEDx

Ahora que eres un organizador veterano de TEDx, tienes mucho para contribuir. Mantente atento a lo que está sucediendo dentro de la comunidad global de TEDx.

Mejores Prácticas

Ofrece tus ideas

Puedes ofrecer tus conocimientos acerca del proceso de planificación de un evento TEDx en el [TEDx Google Group](#) (para titulares de licencias solamente). Publica materiales –calendarios de programas, código fuente, consejos útiles, para que otros organizadores puedan reutilizarlos en sus eventos en [the TEDx Wiki](#) (el Wiki de TEDx). Comparte fotografías, video e historias de tu evento con la [TEDx community](#) (comunidad de TEDx) global.

Toma la iniciativa con TED

► TEDx in a Box

Para miembros de comunidades en desarrollo y desatendidas, los eventos TEDx pueden ser un catalizador para el aprendizaje y la inspiración. A través de nuestra iniciativa "TEDx in a

Box" la gente en esas comunidades accede a todo lo que necesiten para organizar un evento TEDx en una maleta pequeña y portátil.

Cómo participar:

- ✓ Compra un TEDx in a Box para un evento en una comunidad mundial en desarrollo o desatendida. (El costo de la caja es de \$2 000 USD, más gastos de gestión y envío).
- ✓ Alienta a la gente que conoces que vive y trabaja en comunidades en desarrollo en el mundo a organizar un evento TEDx in a Box.
- ✓ Organiza un evento TEDx en una comunidad en desarrollo o desatendida -- Suraj Sudhaker es organizador del TEDxKibera [enlace], un evento TEDx en un barrio marginal en Nairobi, Kenya. Él comenzó su travesía de TEDx con un evento y educó a la comunidad de Kibera sobre TED y TEDx, y los capacitó para organizar sus propios eventos TEDx.
- ✓ Traduce el documento Developing World Toolkit document (el Kit de herramientas para el mundo en desarrollo). Si tú o alguien de tu comunidad TEDx está interesado en traducir este documento, pueden comunicarse por e-mail a tedx@ted.com.

► **El TED Prize (El Premio TED)**

El TED Prize (el premio TED) se otorga anualmente a una persona excepcional que recibe \$100 000 USD, y más importante aún, el "One Wish to Change the World" ("Un deseo para cambiar el mundo"). Como organizador de TEDx, puedes apoyar a los ganadores del TED Prize mediante la participación de tu comunidad local en la ejecución de sus deseos. Otras maneras en que algunos organizadores se han involucrado, incluyen:

► **Proyecto Inside Out**

En el TED2011, JR, un artista callejero, fue el destinatario del TED Prize y su deseo fue "use art to turn the world inside out" ("utiliza el arte para poner el mundo al revés"). Puedes apoyar el deseo de JR organizando una acción de grupo –de cinco o más personas y crear y coordinar una exhibición juntos—en tu evento TEDx.

Cómo participar:

- ✓ Descarga y revisa las [guidelines for group actions](#) (directrices para las acciones de grupo).
- ✓ A través de tu sitio web, blog, de tu cuenta de Twitter, etc., anuncia tu plan para coordinar una acción de grupo en tu evento TEDx.

- ✓ Elige a alguien que dirija la conversación en tu evento.
- ✓ Establece una hora específica para aquellos que estén interesados en reunirse.
- ✓ Una vez que la acción del grupo se ha decidido, envía un e-mail al equipo del TED Prize; ellos te guiarán en la ejecución y documentación de tu acción.
- ✓ Comparte la historia de tu participación en el deseo de JR en el [TEDx Blog](#) (blog de TEDx).

► **The Charter for Compassion (La carta de la Compasión)**

[Charter for Compassion](#) (La carta de la compasión) es el resultado del [Karen Armstrong's 2008 TED Prize wish](#) (el deseo del premio TED 2008, de Karen Armstrong). La carta, escrita por personas de todo el mundo y de múltiples religiones, un consejo multinacional de pensadores y líderes, busca cambiar la conversación para que la “compasión” se convierta en una palabra clave del discurso público y privado.

Cómo participar:

- ✓ Incorpora la Carta de la Compasión en tu evento TEDx mediante la solicitud a los asistentes para que firmen la carta.
- ✓ Proporciona un espacio donde los asistentes puedan obtener información acerca de la carta
- ✓ Pídele a alguien involucrado con una delegación local de la Carta para que hable en tu evento.

► **TED Fellows (Los becarios de TED)**

Los becarios de TED (TED Fellows) son un extraordinario grupo de personas que trabajan en proyectos en sus respectivas comunidades para transformar el planeta. A través de tu evento TEDx, tu comunidad TEDx puede participar en proyectos que estén trabajando tanto global como localmente. Por ejemplo:

► **One Million Bones (Un millón de huesos)**

[One Million Bones](#) (Un millón de huesos) es un proyecto de la becaria de TED, Naomi Natale. Es una instalación artística para recaudar fondos y diseñada para reconocer a las millones de víctimas que han sido asesinadas o desplazadas por genocidio. Un millón de personas crearán un hueso cada una para representar una víctima o a un sobreviviente. Colocados en conjunto,

este millón de huesos, inundará el National Mall, en Washington, DC, en la primavera del 2013, en honor a las víctimas y como un llamado a los ciudadanos a la acción.

Cómo participar:

- ✓ Para ser parte del proyecto, puedes hacer un hueso y patrocinarlo (por \$5 dólares).
- ✓ Organiza un evento en el que invitas a tus amigos a hacer huesos.
- ✓ Ayuda de manera voluntaria a difundir el proyecto One Million Bones (Un millón de huesos).



Inspiración

Inside Out Project (Proyecto Inside Out): “Inside Out” un proyecto artístico iniciado por el artista callejero francés y ganador del [2011 TEDPrize winner, JR](#). Las fotografías sacan a la luz el maltrato a comunidades minoritarias en Pakistán.

The Charter for Compassion (La carta de la Compasión) del TEDxAmsterdam y el TEDxKids@TheHill: En el evento [TEDxYouth@Amsterdam](#), los artistas trabajaron elementos de la Carta en una canción.

En el [TEDxKids@TheHill](#), Erin Henry habló acerca de su trabajo como fundadora del [Children’s Charter for Compassion](#) (Carta de la compasión de los niños), un proyecto aprobado de la Carta.

One Million Bones (Un millón de huesos) en TEDxYouthCastelleja: Como parte del proyecto en el [TEDxYouth@Castilleja](#) durante los intervalos cada uno de los asistentes creó un hueso de papel maché para ser presentado en el National Mall en Washington, DC.

¿Lograste una mejor práctica o una mejor plantilla y deseas compartirla? Envía tus ideas por correo electrónico a TEDxEditor@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Soporte adicional

- ▶ Personal de TEDx: ¿quiénes somos?
- ▶ Otros recursos para el organizador
- ▶ Inspírate con tus compañeros de TEDx

Siempre las preguntas y las sugerencias son bienvenidas. Antes de contactarnos, revisa en nuestro sitio web si en las Frequently Asked Questions (preguntas frecuentes) ya hemos respondido tu pregunta.

También te recomendamos solicitar apoyo de la comunidad de TEDx. Muy a menudo otros organizadores pueden responder a tus preguntas –y ofrecer consejos útiles. Publica tus preguntas en el TEDx Google Group o en el TEDx Youth Google Group.

Personal de TEDx: ¿quiénes somos?

El personal de TEDx, con sede en New York City, trabaja con colaboradores de todo el mundo para desarrollar el programa.

Lara Stein, Directora de TEDx/Directora de Licencias.

Lara dirige la estrategia mundial, el crecimiento, y la visión para el programa de TEDx. Puedes hacerle preguntas a Lara acerca de la estrategia regional de TEDx, el nombramiento de tu evento, y del programa de TEDx en general. E-mail: lara@ted.com

Salome Heusel, Relaciones Estratégicas.

Salome ayuda a los organizadores a planear y ejecutar eventos, proporcionando directrices desde el proceso de aplicación hasta el día del evento. Ella planifica los talleres de TEDx y actividades en las conferencias TED. Puedes preguntarle a Salome acerca del proceso de solicitud de licencias, del mercado patrocinador de TEDx y de asistir a TED como un organizador de TEDx. E-mail: salome@ted.com

Lauren Cucinotta, Directora de Desarrollo de Marca/Constructora de la Comunidad.

Lauren monitorea todos los eventos TEDx para mayor claridad de la marca y el cumplimiento de las normas. Ella recoge historias, y mejores prácticas, y ayuda a los organizadores a sacar el mejor provecho de la plataforma. Puedes preguntarle a Lauren dónde y cómo usar tu logo, las directrices referidas a las redes sociales y de tu sitio web. E-mail: lauren@ted.com

Becca Pace, Gerente de Desarrollo Global.

Becca trabaja para expandir el programa TEDx en el mundo en desarrollo con iniciativas y eventos TEDx especiales de socios.

Puedes preguntarle a Becca acerca de TEDxChange, de TEDx in a Box y de TEDx in the developing world (Tedx en el mundo en desarrollo). E-mail: becca@ted.com

Monica Goff, Coordinadora.

Monica revisa todas las solicitudes de licencias de TEDx entrantes y guía a los aplicantes a través del proceso de planificación para asegurarse que los eventos se ajustan al programa de TEDx (por ejemplo, nombre, temática, oradores, formato, lugar). Ella asiste al director de licencias con los viajes y es la persona para la comunicación interna de TEDx en TED. E-mail: monicag@ted.com

David Webber, Gerente de Post Producción.

David ayuda a los organizadores a cerrar sus eventos—desde completar los formularios de comentarios requeridos hasta adquirir las fotografías y vídeos --y amplificar el impacto después de tu evento. David está a cargo de TEDx en YouTube y en Flickr. Puedes preguntarle a David acerca de cómo grabar tu evento, cómo lograr que tus charlas TEDx aparezcan en TED.com, y de derechos de autor de fotografías y vídeo. E-mail: webber@ted.com

➔ [Volver al capítulo introductorio](#)

➔ [Volver al índice](#)

Otros recursos del organizador

Los organizadores de TEDx cuentan con una riqueza de recursos a su disposición, desde el personal de TED en la oficina principal, hasta mentores de TEDx y embajadores en el terreno. También son bien recibidas las sugerencias sobre qué otras cosas podrían facilitar tu rol de organizador. Por favor envíasalas a tedx@ted.com. Ten presente que otros organizadores de TEDx son tus recursos más importantes.

Embajadores TEDx

Uno de los objetivos principales del programa de TEDx es fortalecer la colaboración regional entre los organizadores de TEDx en comunidades TEDx ya existentes en el mundo. TEDx ha nombrado gente para ayudar a supervisar y hacer crecer las conexiones regionales dentro de sus comunidades.

Los organizadores de TEDx pueden consultar y pedir asistencia a estos embajadores.

Europa:

- ▶ Stephan Balzer, TEDxBerlin E-mail: s.balzer@redonion.de
- ▶ Jim Stolze, TEDxAmsterdam E-mail: jimstolze@gmail.com

Asia:

- ▶ Todd Porter, TEDxTokyo E-mail: todd@tedxtokyo.com
- ▶ Jason Hsu, TEDxTaipei E-mail: jason@tedxtaipei.com

China:

- ▶ Tony Yet, TEDxGuangzhou E-mail: tony@tedtochina.com

África:

- ▶ Kelo Kubu, TEDxSoweto E-mail: kelo.kubu@gmail.com
- ▶ Suraj Sudhakar, TEDxKibera E-mail: surajsudhakar@gmail.com

Corea del Sur:

- ▶ Victor Choi, TEDxMyeongDong E-mail: victochoi@gmail.com
- ▶ Hanseok Ryu, TEDxSeoul E-mail: hanseoky@gmail.com

Brasil:

- ▶ Rodrigo Cunha, TEDxAmazonia E-mail: rodrigocvc@gmail.com
- ▶ TEDxSantander, TEDxSP

India:

- ▶ Kiruba Shankar, TEDxChennai E-mail: kiruba@kiruba.com
- ▶ Ram Sahasranam, TEDxBLR E-mail: ram.sahasranam@gmail.com

Mentores TEDx

El programa de mentores de TEDx se basa en el conocimiento de organizadores experimentados que ofrecen su trabajo voluntario para apoyar a nuevos organizadores en sus regiones. El proceso es abierto: cualquiera puede solicitar un mentor u ofrecerse como tal. Así es cómo funciona.

Solicitar un mentor.

Para solicitar un mentor, completa la información en el [TEDx PB Wiki](#).

Nota: Si tienes una licencia para “Menos de 100 Asistentes”, y tienes un mentor que haya asistido a una conferencia TED, eso no te permite realizar un evento para más de 100 personas (sólo el licenciataria primario que haya asistido a una conferencia TED puede hacerlo). Por favor, no le pidas a tu mentor que sea el licenciataria primario de tu evento para poder realizar un evento de más de 100 personas --eso va en contra del espíritu del programa de TEDx.

Conviértete en un mentor.

Los organizadores de un evento de TEDx exitoso experimentan directamente lo que se necesita para planificar, diseñar, y curar un evento independiente como es la experiencia TED. Si deseas ofrecer tu tiempo voluntariamente para ayudar a otros organizadores de TEDx en tu región, por favor, completa la información en el [TEDx PB Wiki](#).

El programa de mentores de TEDx es una iniciativa nueva, y siempre buscamos maneras de mejorar este proceso. Por favor, envíanos tus ideas y sugerencias a [email us](#).

TEDx Wiki

El [TEDx PB Wiki](#) es un excelente recurso de información y plantillas publicados por los organizadores de TEDx para que cualquiera pueda usarlo para planificar un evento TEDx con licencia. Una semana después de que se apruebe tu licencia TEDx, se te dará acceso automático a Wiki. ¡Te recomendamos cargar tus recursos personales a Wiki y compartirlos con otros organizadores también! Envía por e-mail las sugerencias a Lauren Cucinotta.

TEDx Google Group

El [TEDx Google Group](#) ofrece discusiones de temas específicos entre los organizadores TEDx. Puedes pedirle a otros organizadores de TEDx que compartan sus mejores prácticas y perspectivas, organización de eventos, como así también buscar temas en los archivos de conversaciones pasadas. Para participar, por favor solicita la pertenencia al grupo a http://groups.google.com/group/tedx_licensees. Envía las sugerencias por e-mail a Lauren Cucinotta, Directora de Desarrollo de Marca TEDx.

TEDx Tumblr Blog

The [TEDx Tumblr blog](#) ofrece un espacio en línea donde la comunidad TED y el público en general pueda leer excelentes noticias dentro de la comunidad TEDx. Mensajes --imágenes, videos, citas e historias conmovedoras de asistentes o de organizadores TEDx--están clasificadas por tema. Las historias son bienvenidas en cualquier momento; las mejores se centran en un sólo aspecto específico del evento TEDx. Envía tu historia a TEDx.Tumblr.com y haz click en “submit” (“enviar”) en el lado izquierdo de la página. (Para más detalles, consulta Storytelling -Narración de Historias-, de la página 69). O sugiere una historia a la Directora de Desarrollo de Marca TEDx, Lauren Cucinotta.

TEDx Learning Series (Series de capacitación TEDx)

La [TEDx Learning Series](#) (Series de capacitación TEDx) es una serie de webinars (seminarios en línea) organizados de manera independiente que profundizan temas que los organizadores expresaron interés en saber más. Los webinars se desarrollan una vez al mes en TED.com. Ted envía invitaciones a los licenciarios activos y publica información acerca de los próximos webinars en el TEDx Google

Group. Sugiere un tema para el webinar a la Directora de Desarrollo de Marca TEDx, Lauren Cucinotta.

TEDx Workshop Videos (Videos del Taller TEDx)

Los [TEDx Workshop Videos](#) están diseñados para formar a los organizadores de TEDx y sus comunidades acerca de temas específicos de la comunidad TEDx, según lo presentado por el equipo de TED y otros organizadores de TEDx. Si asistes a una conferencia TED, alguien de TED te contactará y te pedirá que presentes un tema y los envíes; un número selecto de presentaciones serán elegidas para cada conferencia.

- ▶ [From TED Staff at TED conferences \(Del personal de TED en las conferencias TED\)](#)
- ▶ [From TEDx'ers at TED conferences \(De la comunidad de TEDx en las conferencias TED\)](#)

Talleres de los Organizadores de TEDx

Los talleres de Organizadores de TEDx, organizados y asistidos por organizadores de TEDx, proporcionan una oportunidad a quienes ya han organizado eventos o planifican organizar un evento TEDx, de juntarse para discutir mejores prácticas y estrategias para implementar el programa TEDx en sus regiones. El primer taller de TEDx fue el [TEDx Asia Organizers Workshop](#) (Talleres de los organizadores de TEDxAsia) y atrajo a 20 organizadores de varios países de Asia a la Gran Muralla China. Ese evento fue el puntapié inicial de numerosas colaboraciones entre TEDx en el continente y produjo nuevas conversaciones en torno a objetivos compartidos por la comunidad. Si estás interesado/a en organizar un taller, envía un e-mail a Salome Heusel.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

Inspírate con tus compañeros de TEDx

Es cierto que implica una gran logística planificar un evento TEDx, pero comenzar con ideas inspiradoras puede ayudar a estimular la creatividad. Aquí hay unos ejemplos inspiradores de eventos TEDx actuales y pasados:

TEDxUSC, lanzado en 2009, fue pionero del programa TEDx. Organizado por la administración de la University of Southern California, el evento TEDxUSC se realiza una vez al año en el campus de la universidad. El evento del 2011 atrajo a 1 200 personas. Los oradores anteriores fueron: un renombrado investigador del cáncer, un músico ganador de un Grammy, un astronauta, un ingeniero en robótica, un neurocientífico cognitivo, un violinista experimental, y un experto en lingüística.

TEDxNASA combina el formato especial y la belleza de TED con la genialidad y el alcance de la NASA, la agencia gubernamental de los EE.UU. que dirige el programa espacial de la nación y lleva a cabo la investigación aeronáutica y aeroespacial. TEDxNASA, se lleva a cabo una vez al año y cuenta con oradores que presentan las últimas ideas sobre el espacio, la tecnología y la ciencia.

TEDxCLE en Cleveland, Ohio, se centró en destacar las voces locales y regionales. Su primer evento en el 2010 fue pequeño, con menos de 100 asistentes, pero tuvo tanto éxito que sus organizadores asistieron al TEDActive y así pudieron realizar un evento de más de 100 personas en el 2011. Ellos continúan haciendo crecer a la comunidad TEDxCLE.

TEDxKibera se lleva a cabo en Kibera, el mayor barrio marginal de Nairobi, Kenya. El organizador del evento y miembro del Acumen Fund, Suraj Sudhakar, quería ayudar a las comunidades pobres urbanas a usar TEDx como plataforma para intercambiar ideas. Su visión de la primera conferencia TEDxKibera en 2009 fue suscitar el debate sobre temas como VIH/SIDA y la pobreza. Desde entonces, él ha implementado un sistema de mentores para que los asistentes a TEDx puedan crear eventos en otras áreas.

TEDxSKE es un evento TEDx semanal celebrado en la casa del organizador en Beirut, Líbano. Cada semana una pequeña y dedicada comunidad de entusiastas de TED y TEDx se reúnen en TEDxSKE para ver las charlas recientes de TED.com y discutir ideas.

TEDxVilaMadá es un evento TEDx mensual en el barrio Vila Madalena de San Pablo, Brasil. Está diseñado para reunir a personas creativas de la comunidad en la ciudad. Los eventos TEDxVilaMadá se complementan con dos oradores de TEDTalks.

TEDxYouthCastilleja es un evento TEDx anual realizado en Palo Alto, California. Organizado el 20 de Noviembre con motivo del Día Universal del Niño y TEDxYouthDay. TEDxYouthCastilleja da la bienvenida a asistentes de 13 to 18 años. Los oradores y las actividades interactivas atienden específicamente a los jóvenes.

¿Lograste otro ejemplo y deseas compartirlo? Envía tus ideas por correo electrónico a lauren@ted.com.

- ➔ [Volver al capítulo introductorio](#)
- ➔ [Volver al índice](#)

El Manual del Organizador de  fue traducido al español por Andrea Pisera.

¡ Gracias y buena suerte!