





Tu historia es la pieza clave que articula tu diseño, marca y cultura. Tu historia es lo que dices, haces y sienten las personas que se relacionan contigo. La creas con una personalidad, propósito, principios, procesos, producto... y no te la pueden copiar.

Hemos creado este programa para ayudar a crear empresas más humanas y honestas. Empresas que importen.

Durante 24 sesiones indagaremos en la psicología de las personas y las sociedades para conocernos mejor, que es lo que nos permite crear y vender de forma diferenciadora, rentable y sostenible.

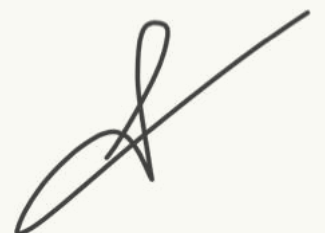
Aprenderemos a contar el qué, el cómo y porqué de lo que haces. Crearemos personalidades de marca usando técnicas y elementos narrativos universales que el arte y la publicidad han usado desde el principio de los tiempos como el amor, la nostalgia, la esperanza, la épica...

Aprenderemos cómo la palabra, la imagen, el vídeo, el sonido, las transiciones... son parte fundamental de la experiencia de todo producto digital para aumentar el placer de uso, el deseo de compra, la evocación, la identificación con unos valores y la conversión.

Analizaremos las mejores campañas publicitarias de la historia, los mejores diseños de productos físicos y digitales e incluso las empresas que innovaron dejando una impronta imborrable para las futuras generaciones.

Resumiendo: trabajaremos desde la estrategia y la artesanía de lo efímero para intentar llegar a lo eterno que es llegar a la fidelización desde lo ético y lo memorable.

José Luis Antúnez  
Director del Programa de Diseño de Mensaje y Narrativa





# Del fondo a la forma, explorando los sentidos.

Todo proyecto significativo nace del fondo para después crear la forma. Ese proceso de transformación, que va de la esencia a lo tangible y de la idea al producto, brilla cuando acción y narración se unen para bailar juntas. He ahí el secreto de los mejores diseños, empresas y profesionales.

¿Cómo diseñar el fondo para que articule todo lo que se hace? Sabiéndolo contar a través de los qués, cómo y porqués.

Creemos que los productos, servicios y marcas necesitan saber contarse mejor. Desde la panadería de la esquina hasta la presidencia de un país —da igual la magnitud del proyecto— y lo hará por todos los canales posibles. Sus mensajes se transmitirán por voz, texto, imágenes, sonidos, aromas y hasta sabores. Somos seres perceptivos, cualquier sentido es útil para entender, usar, comunicar y vender.

# Del parecer al ser: ¿en qué crees?

Hace más de 2.000 años que empezamos a ser conscientes de nuestro lugar en el mundo. Desde ese momento, las religiones y las ideologías políticas son básicamente historias que nos contamos para dar sentido a la vida y entender quiénes somos, qué hacemos y por qué lo hacemos.

Hoy día la religión y la política forman parte de nuestra identidad. Nos definimos por lo que creemos, hacemos... y desde hace unos años por lo que usamos y compramos. Tus decisiones de consumo te posicionan personal, social y políticamente. Este fenómeno es más intenso desde que podemos publicar una opinión o una foto en pocos segundos y relacionarnos con las marcas directamente. Se es cristiano o ateo, liberal, vegano... y del Real Madrid o del Barça, de HBO o Netflix, de Twitter o Instagram.

Y es que la crisis de las religiones y las ideologías está dejando un hueco que las marcas ocupan con agrado. Las marcas empiezan a tener su propio credo y corpus ideológico. Sólo hay que ver la legión de creyentes de Apple, Nike, Patagonia... Como dice Georges Levi, los consumidores de hoy tienen tanta necesidad de creer en sus marcas como la tenían los griegos con sus mitos.

Consumir no va de comprar cosas. Va de quiénes somos y quién queremos ser. Es una cuestión de identidad personal y social. Hay que pasar del parecer al ser. Creemos que los productos, las marcas, las empresas y el capitalismo en su conjunto se deben de regir por los principios de dignidad y elegancia.

*Una empresa que funciona en un país que no funciona es inútil.*

Adriano Olivetti

# La persona más influyente del mundo

Estamos en 1994. Steve Jobs, por aquel entonces CEO de NeXT, fue al soleado y amplio comedor de la empresa y le preguntó a uno de sus trabajadores:

—¿Quién es la persona más influyente del mundo?

El trabajador, sorprendido, lo pensó y dijo convencido:

—Nelson Mandela.

Jobs esbozó una pequeña sonrisa y replicó henchido:

—No, es la persona que sabe contar historias porque fija la visión, los valores y la agenda. Disney es la mejor marca contando historias. Seré el mejor en contarlas.

Trece años después, en 2007, subió al escenario y presentó el iPhone contando una historia, a través de palabras y producto, que aún hoy día pone la piel de gallina.





# Para quién es este programa

Este no es un programa para cualquiera. Definir, dar propósito y forma, requiere de cierta madurez. El alumno ideal de este programa es alguien en un momento senior de su carrera, en una posición de influencia en su organización y con un anhelo de entender para elevar contando.

El diseño del mensaje y la narrativa, al igual que la creación del producto, es una tarea transversal a toda una organización. Todo acto comunica, por eso todas las áreas de la empresa influyen en la manera en que esta se cuenta.

Directores de marketing o *dircoms* encontrarán un crecimiento natural en este programa, pero también responsables de innovación, creatividad, directores de diseño o CEOs tienen cabida en él, si en sus manos está contar a usuarios, clientes, inversores, prensa o trabajadores.

El objetivo del programa no es formar a un perfil específico, sino aportar una visión estratégica global y transversal para crear mejores productos, servicios y organizaciones.

Sólo habrá doce alumnos y una sola promoción simultáneamente. Creemos que la calidad pasa por ser pocos y poder conocernos todos. De esa forma se generará un ambiente de confianza en el que sea posible hablar, conocer los puntos fuertes y débiles de cada uno y enriquecernos mutuamente.



# José Luis Antúnez lleva 20 años trabajando con algunas de las startups y empresas globales más destacadas en diseño de producto digital, marca y cultura.

Muchas personas le conocen por fundar Evento Blog España (EBE) en 2006 y organizarlo hasta 2011, llegando a ser el segundo gran congreso europeo de innovación web, reuniendo a más de 2.000 personas durante varios años. Antes, en 2001, Antúnez funda Ideasapiens, que acaba vendiendo en 2006.

Otras, en cambio, le conocen por su labor pionera de creación de hilos de negocio en Twitter y su capacidad de reflexión entorno a lo digital. Algunos de sus relatos han superado los 10 millones de impresiones llevándole a liderar proyectos de alcance global en banca, medios, comercio online, deportes...

En la actualidad, José Luis trabaja desde [sensa.design](#) ayudando a startups y grandes empresas a crear sus estrategias digitales con el diseño de productos y servicios. Muy probablemente en algún momento estés usando, viendo o escuchando algo que ha pasado por sus manos.



# CONTENIDO

# Historia del diseño, de las marcas y los negocios: la necesidad de crear y consumir

El diseño en lo público, privado y divino:  
de Grecia a hoy.

Principios de diseño para la confianza, el deseo y la rentabilidad.

La tecnología, el baby boom y el origen de la clase media.

Teoría de la comunicación: relación entre el medio y el mensaje.

Los grandes temas universales en el arte y en la venta.

Historia de las ideas, narrativas y marketing para moldear la sociedad.

Los mejores productos y campañas de publicidad de la historia.

El impacto de internet en la manera de crear, vender y relacionarnos.

Marcas con propósito: consumir como acto identitario y social.

# Narrativas escritas, visuales, sonoras e interactivas

Técnicas narrativas de la ficción para la emoción, la evocación, la pertenencia y la memorabilidad.

Narrativas diferentes en marcas similares durante el siglo XX y XXI.

Narrativa fotográfica.

Narrativa cinematográfica.

Narrativa sonora y musical.

Escritura para mejorar la experiencia de usuario.

Animaciones y transiciones para mejorar la experiencia de usuario.

# Ejerciendo la profesión

---

La cultura como sistema.

---

Cómo crear la arquitectura de marca.

---

La artesanía y estrategia de contarse, relacionarse y crear comunidad.

---

¿Cómo posicionarte y diferenciarte en tiempos líquidos?

---

¿Cómo importar? Qué tienen en común los productos y marcas que importan.

---

Para qué sirven los datos y para qué no.





## Profesores invitados

Hacer el programa dentro del Instituto nos permite llegar a profesores de más nivel y talla internacional. La estructura y el grueso del curso lo impartirá José Luis Antúnez pero contaremos con la visita y clases de algunas personas muy relevantes y experimentadas en ámbitos cruciales. En todas ellas el director del programa estará presente, ayudando a conectar el conocimiento invitado con el tronco del temario.

## Profesor asistente

Este programa, como todos los del Instituto, cuenta con una persona que ejerce de profesor asistente, conocedora de la materia y el temario, con experiencia en el ámbito que se enseña y cuya función es apoyar en el día a día de las clases y las prácticas para que todos los participantes se sientan siempre atendidos.

## Orientación y tutoría

Un programa como este es un paso importante en la carrera de cualquier persona. Es justo honrar esa entrega correspondiéndola con nuestro compromiso.

José Luis Antúnez no va ser sólo profesor sino orientador durante toda la semana, para cuestiones técnicas o de consejo profesional siempre que un alumno lo requiera.

# Cómo serán las clases

Las clases duran cuatro horas, de 4 a 8 de la tarde los viernes. Como norma general, la primera mitad la dedicaremos a la teoría, el estudio y la reflexión. La segunda mitad será más práctica y se dedicará a ejercicios que nos hagan aplicar los conceptos tratados previamente.

La mayoría de las clases tendrán lugar en la sede del Instituto. En algunas ocasiones haremos salidas, para visitar exposiciones, empresas o —por qué no— para celebrar la clase en algún otro lugar que pueda merecer la pena.

El Instituto imparte en paralelo un programa ejecutivo para directores de producto y otro sobre diseño de interacción. Sacaremos partido a esa coincidencia dedicando algunas sesiones a trabajar en ejercicios conjuntos.

Tras la ceremonia de graduación, los alumnos pasarán a formar parte de la lista de antiguos alumnos del Instituto, donde se intercambia información, recursos y ofertas de empleo de manera habitual. También, como cortesía, serán suscriptores gratuitos de los **canales** de conocimiento del Instituto.

# Un espacio amable

El espacio del Instituto está disponible para los alumnos que viajen desde fuera, quienes quieran trabajar en sus proyectos o deseen, en algún momento, tomar un café y hacer uso de la biblioteca.



*La sala Bauhaus*

Más como un salón y menos como un aula, habitar más que ocupar. Las personas aprendemos escuchando, y practicando pero también conversando, sometiendo nuestras ideas al criterio de quienes saben más o tienen puntos de vista distintos. Conscientes de ello, hemos diseñado nuestra sede pensando en favorecer esos entornos y esas complicidades.

# Un espacio amable

La sede del Instituto está en Goya 27, en pleno centro de Madrid. El espacio consiste en cinco grandes áreas en un total de 380 m<sup>2</sup>, acondicionados para el trabajo, el estudio, la conversación y la enseñanza de la manera más confortable.

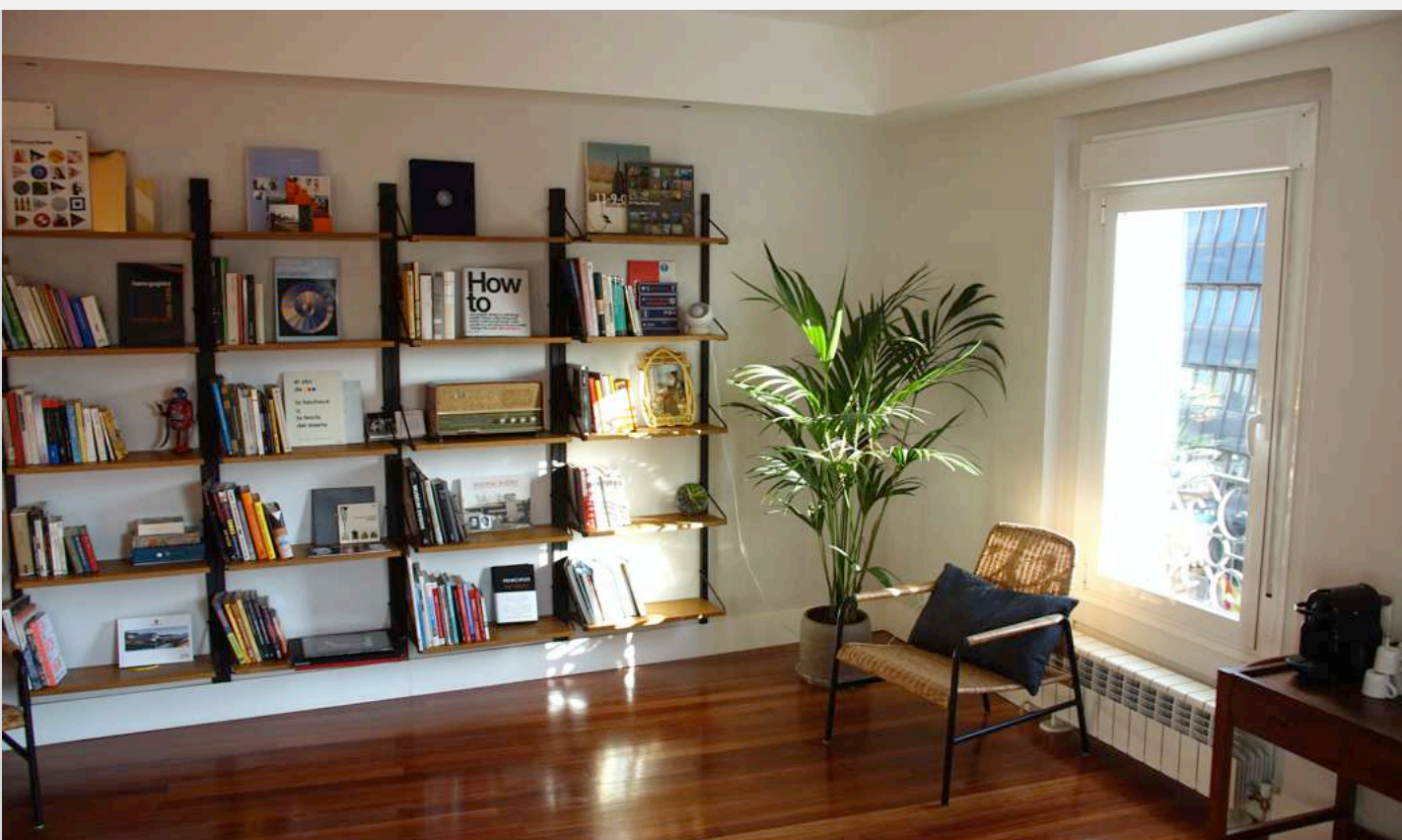
Acceder a la sede del Instituto en transporte público es muy sencillo. Tanto el bus 21 como el 53 paran en la puerta (parada Goya - Velázquez) y la línea 4 de metro tiene paradas equidistantes.



*Sala principal*



*Una de las salas de trabajo*



*La luz de tarde hace especialmente agradables los ratos en la biblioteca*



# De septiembre a abril de 2021

La primera sesión será el 18 de septiembre de 2020 y terminaremos a finales de abril de 2021. Serán seis meses de trabajo, 4 horas las tardes de los viernes (de 16h a 20h) con algún viernes de descanso o festivo. En total 24 sesiones reales de 4 horas más el tiempo de trabajo y ejercicios que se le dedique en casa. Y en todo momento, durante la semana, estaremos disponibles para consultas, comentarios y apoyo.

## Qué precio tiene el programa

El precio del curso es de 6.000 euros. La matrícula se pagará por adelantado, en el momento de la confirmación de plaza.

## Beneficios para alumnos

Los alumnos de los programas ejecutivos y profesionales tienen siempre prioridad de inscripción y descuentos notables (10-20%) en los cursos y eventos que organiza el Instituto de forma periódica.

También reciben una suscripción gratuita a los **canales** de conocimiento del Instituto.



# El proceso de selección

La calidad del programa depende en gran medida de que el grupo sea pequeño y las personas estén bien seleccionadas. Vamos a invertir muchas horas en revisar solicitudes, buscar referencias y mantener entrevistas en las que conocernos mutuamente con los candidatos para aclarar incertidumbres y asegurar que el grupo, en su conjunto, tiene sentido.

Si tras leer todo el dossier, has preguntado y reflexionado sobre lo que supone un programa así y sientes que es el momento, escribe un mensaje y cuéntanos sobre ti. Nos interesa especialmente tu relación con el diseño, la tecnología, la comunicación... Cuéntanos lo que más te inquieta, tu momento vital y los motivos que te llevan a querer cursar este programa.

Puedes escribir a [narrativa@tramontana.net](mailto:narrativa@tramontana.net)  
Recibiremos solicitudes hasta septiembre de 2020.



# Financiación a plazos

Hemos puesto en marcha un plan para que quien lo necesite pueda financiar este programa en el Instituto Tramontana con muy buenas condiciones y la tranquilidad de poder pagar sin tener que hacer un sacrificio de golpe. Estos son los detalles:

Importe financiado  
6.000 € - 100%

En cuánto  
tiempo

Cuota  
mensual

Intereses  
totales

Interés aplicado  
3,50%

**6 meses**

**1.010 €**

61 €

**12 meses**

**510 €**

114 €

**24 meses**

**259 €**

221 €

**36 meses**

**176 €**

329 €

Al tratarse de una financiación bancaria, ambas partes tenemos que cumplir con ciertos requisitos, pero nosotros nos encargamos de facilitarlos para que no sean farragosos:

- Acreditar ingresos o aval del solicitante (tú o familiares)
- Contratar un seguro de vida (lo costea el Instituto)
- Firmar ante notario (lo costea el Instituto)

Si decides solicitar plaza y contemplas financiar el programa, indícalo en el mensaje de solicitud a [narrativa@tramontana.net](mailto:narrativa@tramontana.net)

# Presupuesto de formación de empresa (Fundae)

Si trabajas en una empresa, independientemente de su tamaño y fecha en la que te incorporaste, tu empresa dispone por derecho de un importe mínimo anual de 420€ para formación, siendo la mayoría de las veces una cantidad muy superior, que te permitirá costear una parte o la totalidad de este programa.

Para conocer con exactitud de qué importe dispone tu empresa para tu formación y cuáles son los pasos a seguir, te recomendamos contactar con tu departamento de recursos humanos. Si desconocen la cuantía del presupuesto, no te preocupes, podéis escribirnos a [financiacion@tramontana.net](mailto:financiacion@tramontana.net) y el Instituto se encargará de hacer los trámites necesarios para conocer cuánto presupuesto tenéis disponible. También puedes encontrar más información en la página oficial de **FUNDAE**.

No olvides que para poder usar ese presupuesto, este programa tiene que ser pertinente con tu puesto de trabajo y la actividad de la empresa en la que trabajas.



# Protocolo sanitario

El Instituto Tramontana dispone de espacio y medidas suficientes para afrontar con completa seguridad las clases de este curso.

Por fortuna, algunos de los principios en los que nos basamos, nos hacen cumplir todas las medidas de prevención sanitaria necesarias: el espacio es amplio, con salones en los que se puede estar a más de 2 m. de distancia con comodidad y los grupos son pequeños. En este dossier tienes algunas fotos de nuestra sede que ilustran esta idea.

Aún así, hemos establecido un protocolo sanitario para asegurar al máximo la salud de quienes nos encontramos en el Instituto, sin sacrificar el confort. En la web del Instituto puedes encontrar el **Protocolo de Salud y Seguridad** con las medidas que hemos decidido tomar mientras exista riesgo de contagio: procedimientos de entrada y salida, de ventilación, mascarillas y gel desinfectante para asistentes, distribución y uso de espacios, etc.

Si estás considerando solicitar plaza en este programa, por favor, revisa antes el protocolo sanitario para asegurarte de que está a la altura de lo que esperas.

Los mejores profesionales saben que el acierto está entre el delectus y la utilitas; en puntos distintos, tramos enteros de ese recorrido.

La madurez profesional trae un secreto: ninguna gran obra —artística, empresarial o social— existe sólo en el terreno de lo utilitario y funcional; pero tampoco hay creación duradera ni próspera que se apoye sólo en lo emocional. El sentir necesita del usar, lo funcional demanda lo lírico, la poesía se complementa con la estructura y la razón se realiza cuando la acompaña la percepción de los sentidos.

*Delectus*

*Utilitas*



# Los contextos, la historia, las ideas y la economía condicionan el qué, el cómo y el porqué de la técnica.

Que el entendimiento ilumine el ejercicio. El acto de crear algo por repetición o imitación, el método sin reflexión o la herramienta sin cerebro... Son lugares de mediocridad. El profesional completo y capaz, el que abre camino y crea prosperidad, sabe que antes de actuar debe entender, antes de ejecutar debe aprehender.

Aprendemos y formamos a personas que quieren gravitar y elevarse en esta tétrada, entre estos cuatro puntos cardinales.





La Tramontana es el viento que se forma en el centro de Europa y descarga su fuerza en el sur, cuando llega al Mediterráneo.

Así, por accidente, conecta dos actitudes alternativas de un mismo espíritu humanista, de norte a sur. Por ella, nuestro Instituto se llama así.



*La Tramontana*

