

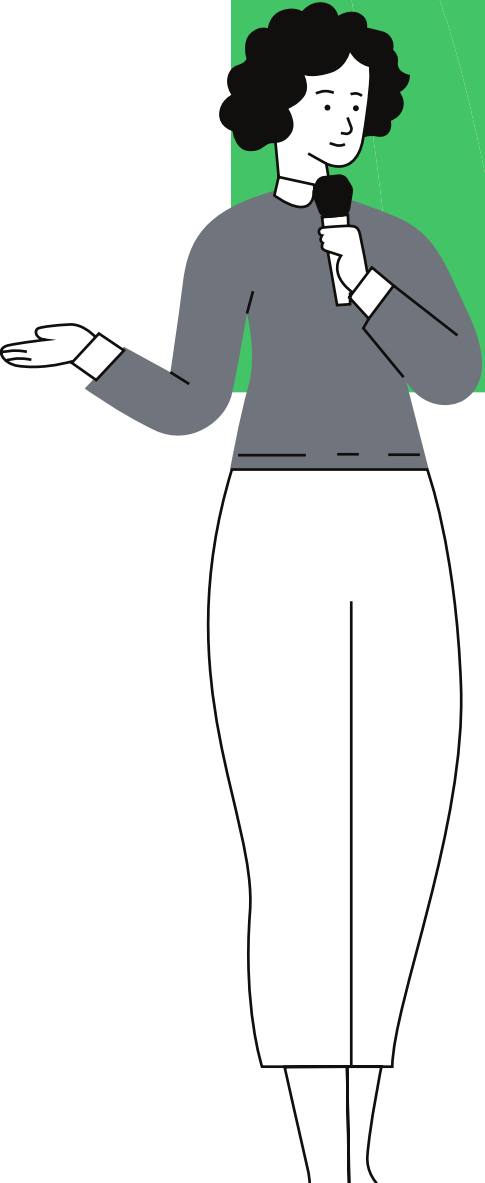
09/06/2021

¿Cómo comunicar tu actividad cultural para llegar a más públicos?

Katherine Subirana Abanto

Periodista. Coordinadora editorial de
El Dominical del Diario El Comercio.
Maestranda en Género y Desarrollo
(UNMSM)





¿Qué tomar en cuenta?

- 1 Marketing cultural
- 2 Cobertura de prensa
- 3 Creación de comunidades
- 4 Difusión alternativa

Marketing cultural

Es el conjunto de acciones y estrategias cuyo objetivo es el de incrementar el interés cultural en la sociedad por medio de la difusión y publicidad, colaborando en el proceso ya sea de formación o consolidación en la imagen de la organización

- 1 Valor estético
- 2 Valor espiritual
- 3 Valor social
- 4 Valor histórico
- 5 Valor simbólico
- 6 Valor de autenticidad

Cobertura de prensa

Busca que las actividades, productos o servicios ofrecidos tengan buena presencia en medios de comunicación. Sin embargo, no todos los medios deberían publicar la misma información, ni todos manejan el mismo formato.

- 1 Conocer el medio
- 2 Conocer el formato
- 3 Ofrecer contenido diferenciado
- 4 ¿En qué medio me conviene salir?
- 5 Cuidar la relación con las y los periodistas
- 6 ¿Qué hacer cuando se publica la nota?

Creación de comunidades

Redes
Sociales

Comunidades
culturales

Interacción
con el público

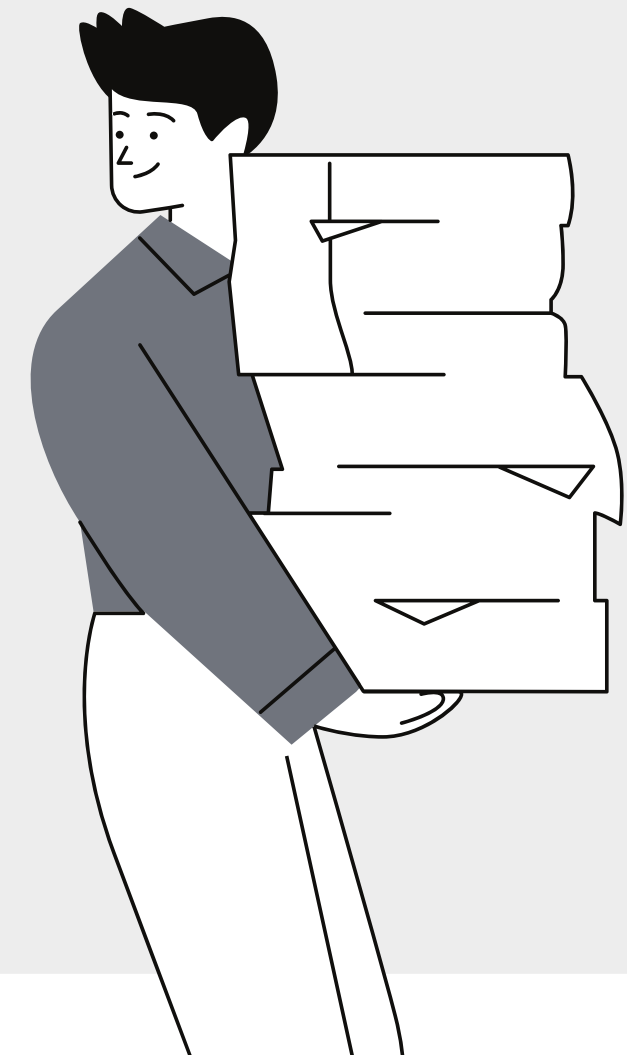
¿Es necesario
estar en todas
las redes?

¿Cómo elegir
en qué redes
estar?

¿Por qué
interactuar con
el público?

¿Cómo
interactuar con
el público?

¿Cómo se
crean
comunidades?



Canales alternativos

Podcasts

Videoblogs

Influencers

¿Cuáles son los canales alternativos?

¿Cómo elegir el canal correcto?

¿Qué puedo ofrecerle al público?

¿Cómo interactuar con el público?

¿Cómo se crean comunidades?



Evaluación

1

Monitoreo constante de los canales usados para la difusión



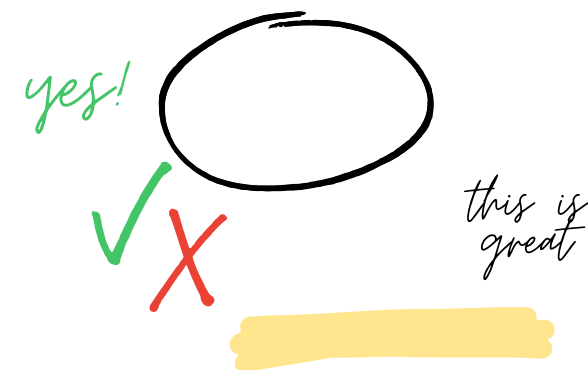
2

¿Cuáles fueron los más efectivos?



3

Autoevaluación



4

Nunca olvides pedir retroalimentación



Muchas gracias

Pueden encontrarme
en redes como
[@catasubirana](#)