

Comunicació cultural: nous reptes i estratègies

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 10/07/2019 - 10:22 | Última modificació: 10/07/2019 - 12:14



Un bon projecte cultural ha d'anar acompanyat d'una bona estratègia de comunicació. I a la vegada, una bona comunicació no és res sense un bon projecte al darrere.

La comunicació és una eina que cada vegada ha anat prenent més força i interès en l'àmbit cultural, convertint-se en essencial. La jornada del passat 9 de juliol organitzada per l'SDE '[Repensar la comunicació cultural: visibilitat, reputació, influència](#)' [2] buscava presentar les noves possibilitats que ofereixen la comunicació i el màrqueting al món cultural. Una jornada molt participativa, pensada per atraure un públic variat: tant a professionals vinculats al sector cultural com a periodistes especialitzats en cultura.

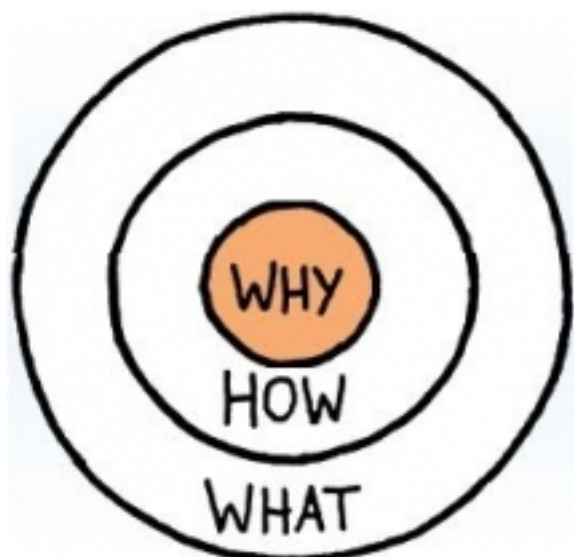
De la mà de [Cristina Salvador](#) [3], comunicadora cultural, s'ha donat l'oportunitat d'aturar-se i reflexionar sobre com ha evolucionat durant les darreres dècades la comunicació, i concretament la comunicació cultural, així com quins són els reptes actuals.

De tota la sessió en destaquem els següents aspectes:

Conèixer el nostre públic: es pretén posar la persona al centre. La cultura té o ha de tenir un fort component social i ha de servir per crear comunitat, i la comunicació cultural és una de les millors eines que pot ajudar a aconseguir aquest propòsit.

Territori de conversa: No només comunicar esdeveniments i activitats sino generar continguts que propiciïn la conversa i intercanvi d'opinions. Com més singulars siguin les temàtiques de l'equipament o esdeveniment més moviment hi haurà a les xarxes socials.

Per què fem el que fem?



És indispensable tenir clar el perquè abans de fer altres preguntes, ja que la resposta ens marcarà el camí cap a una bona comunicació. Una de les prioritats del comunicador és traduir el perquè del projecte d'una forma senzilla però sense caure en el simplisme.

Com ser visibles als mitjans de comunicació: la sessió ha permès recollir un seguit de consells i bones pràctiques per tal d'establir una bona relació amb els periodistes culturals. El propòsit és que ambdues parts obtinguin beneficis d'aquesta relació.

En definitiva, alguns dels **aspectes claus per ser notícia són que les propostes culturals siguin innovadores, impactants, i fins i tot polèmiques i virals**. Així ho posen de manifest alguns dels exemples que es van mostrar a la part final de la sessió, molts d'ells d'àmbit internacional i amb pressupostos probablement elevats.

Des d'**Interacció** creiem en la necessitat d'apropar aquestes idees a l'àmbit local i per això **ens comprometem a buscar projectes amb una comunicació innovadora arreu del territori per presentar-vos-els**.

[Inicia sessió](#) [4] o [registra't](#) [5] per enviar comentaris

Categories: Gestió cultural

Etiquetes: comunicació

Etiquetes: mitjans de comunicació

Etiquetes: màrqueting

- [6]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2019/comunicaciocultural>

Enllaços:

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <https://sde.cultura.gencat.cat/cultura/agendahistoricdetall.php?idact=3187>

[3] <http://interaccio.diba.cat/members/salvadorbc>

[4] <http://interaccio.diba.cat/>

[5] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[6] <http://interaccio.diba.cat/node/8031>

