

Museos y Content Marketing. Hacia un nuevo modelo de generación de contenidos culturales

Publicat per [Interacció](#) [1] el 14/06/2013 - 09:45 | Última modificació: 11/12/2015 - 14:57



[Santos M. Mateos Rusillo](#) [2] | [ZER](#) [3]. Revista de Estudios de Comunicación, nº 34 (2013)

Los museos vienen aplicando, desde hace ya bastantes décadas, la teoría y práctica de la difusión cultural para generar contenidos culturales que faciliten la accesibilidad cognitiva y emocional de los visitantes a sus colecciones. Últimamente están apareciendo campañas y acciones de comunicación comercial que, lideradas desde los departamentos de comunicación de los museos, están creando unos contenidos cuyo objetivo final es publicitario, sirviéndose para ello de la técnica del Content Marketing. Este artículo presenta este nuevo modelo de generación de contenidos, mediante el análisis de algunos casos internacionales en los que se ha aplicado de forma exitosa.

PDF [Museos y Content Marketing. Hacia un nuevo modelo de generación de contenidos culturales](#) [4]

[Inicia sessió](#) [5] o [registra't](#) [6] per enviar comentaris

Etiquetes: apps

Etiquetes: publicitat

- [7]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2013/06/14/museos-y-content-marketing-hacia-un-nuevo-modelo-de-generacion-de-contenidos-cultur>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <https://interaccio.diba.cat/members/mateosrs>

[3] <http://www.ehu.es/zer/>

[4] https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/cidoc_zer34-01-mateos.pdf

[5] <https://interaccio.diba.cat/>

[6] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[7] <https://interaccio.diba.cat/node/3963>