

Museos y medios de comunicación. Claves, estrategias y herramientas para establecer y mantener una relación vital para los museos

Publicat per [Interacció](#) [1] el 23/01/2014 - 11:22 | Última modificació: 05/02/2026 - 14:02



[Santos M. Mateos Rusillo](#) [2] | [e-rph](#) [3] Revista Electrónica de Patrimonio Histórico. nº 13, diciembre 2013

Resumen Los medios de comunicación son uno de los públicos más relevantes para los museos y equipamientos patrimoniales. Si los museos, fruto de un buen trabajo de relaciones públicas, son capaces de establecer y mantener una relación fluida con los medios de comunicación, éstos ofrecen canales comunicativos idóneos para contactar con el resto de sus públicos. Algo que les convierte de facto en aliados de los museos.

Lamentablemente, pocas de las historias generadas por las instituciones museísticas llegan a convertirse en noticias. Para que así sea, para tener una buena relación que desemboque en publicity, es indispensable un buen conocimiento de las rutinas informativas de los medios, de la forma de trabajar de los periodistas y del concepto de noticia. Este artículo presenta las claves, estrategias y herramientas al alcance de los responsables de comunicación de los museos para establecer y fortalecer una relación provechosa con los medios de comunicación.

PDF [Museos y medios de comunicación. Claves, estrategias y herramientas para establecer y mantener una relación vital para los museos](#) [4]

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

Etiquetes: comunicació

- [7]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/01/23/museos-y-medios-de-comunicacion>

Enllaços:

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

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

[3] <http://www.revistadepatrimonio.es/index.php>

[4] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140007.pdf>

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

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

[7] <https://interaccio.diba.cat/node/4667>