



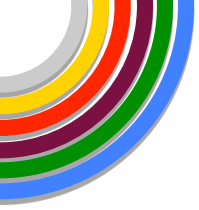
# Vols ser notícia i gestionar amb eficàcia la teva imatge pública?

Cristina Salvador, aPortada Comunicació

@sdeicec @cultura\_cat  
@artssantamonica  
@csalvadorb @aPortadaCat  
#sdecomcult

**I.**

**Com ser notícia als  
mitjans de comunicació**



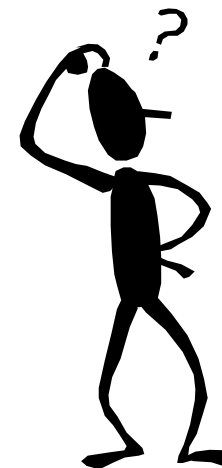
## I. Com ser notícia als mitjans

# Què és la comunicació?



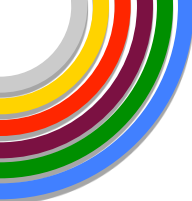
# I. Com ser notícia als mitjans

## PROCÉS D'INTERACCIÓ ENTRE EMISSOR I RECEPTOR D'UN MISSATGE



Del missatge unidireccional a la  
conversa global.

El missatge es defineix en  
l'intercanvi



# I. Com ser notícia als mitjans

**Fes-ho  
bé**

**Fes-ho  
saber**

# RES NO AGRADA TOTHOM

## POSICIONAR VOL DIR ESCOLLIR

CAL DEFINIR BÉ EL PRODUCTE I TROBAR  
**L'ELEMENT DIFERENCIADOR,**  
AQUELL QUE ENS APORTARÀ  
**L'AVANTATGE COMPETITIVA**



## I. Com ser notícia als mitjans

# A NINGÚ NO LI AGRADEN LES ETIQUETES

## PERÒ POSICIONAR VOL DIR DEFINIR

CAL POSAR **NEGRE SOBRE BLANC**  
UN MOVIMENT / ESTIL / PRODUCTE

EI/la **COMUNICADOR ÉS QUI TRADUEIX**

# I. Com ser notícia als mitjans

**Eficàcia operativa (“qualitat”)**

**+**

**Diferenciació percebuda  
(percepció de qualitat)**

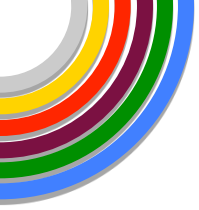
**+**

**Vinculació emocional  
(sentiment de pertinença)**

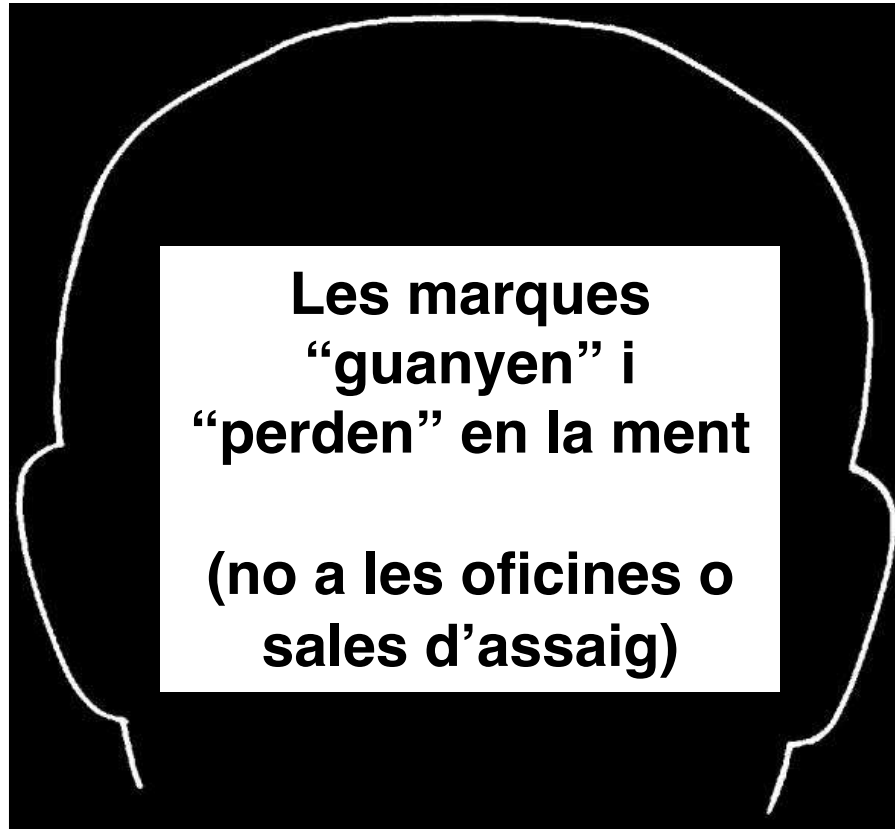
**=**

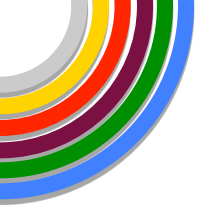
**Competitivitat**



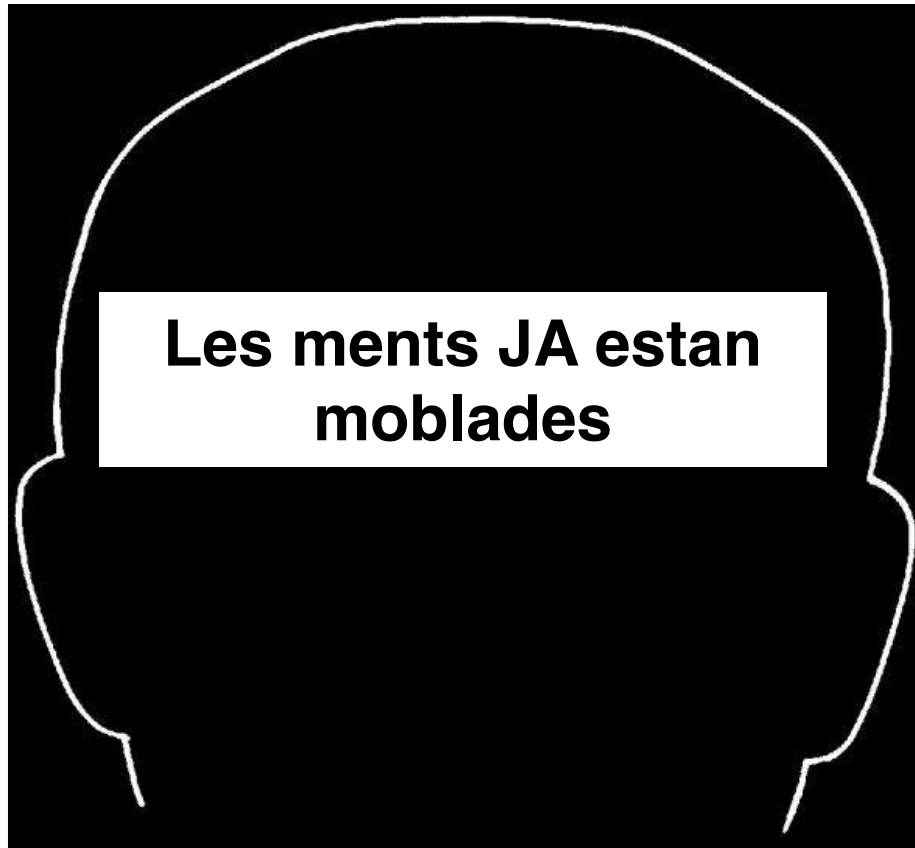


# I. Com ser notícia als mitjans





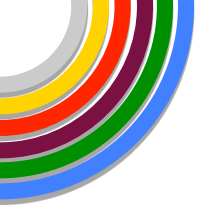
# I. Com ser notícia als mitjans



# I. Com ser notícia als mitjans

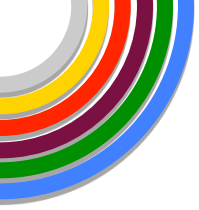
**“No s’arribarà on es vol però  
sí fins on es pugui, en funció  
de la situació inicial”**

**Les ments són  
selectives i no assimilen  
allò que no és coherent  
amb la imatge ja  
formada**



# I. Com ser notícia als mitjans





# I. Com ser notícia als mitjans

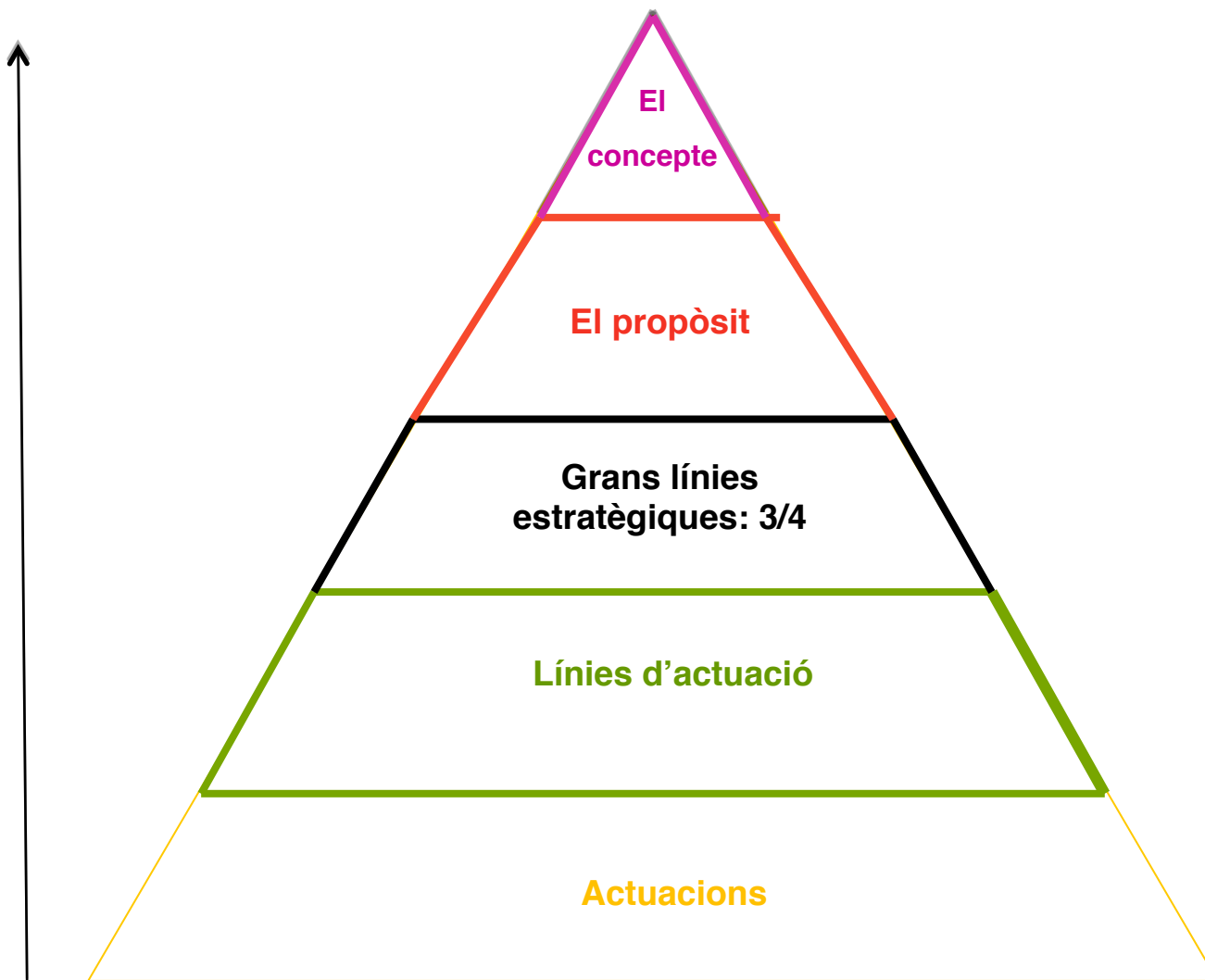
## I tu, saps qui ets?

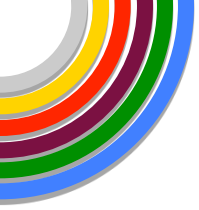


# Què cal fer?

- Identificar i prioritzar els atributs propis
- Identificar els competidors.
- Analitzar el mercat i el públic objectiu
- **Definir una piràmide de posicionament**

# I. Com ser notícia als mitjans





# I. Com ser notícia als mitjans

Tenim clara la proposta de valor

**Simon Sinek,**

I el seu cercle d'or

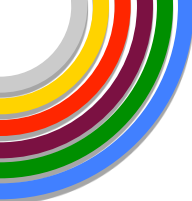
**PER QUÈ**

**COM**

**QUÈ**







# EXERCICI

## Comparteix el teu posicionament





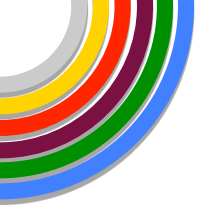
## I. Com ser notícia als mitjans

Cal vincular a una marca **valors emocionals**, tenir clar el **fet diferencial** + **paraula clau** i gestionar el seu **storytelling** de cares a saber comunicar per tal que sigui explicat, és a dir, **gestionar converses**

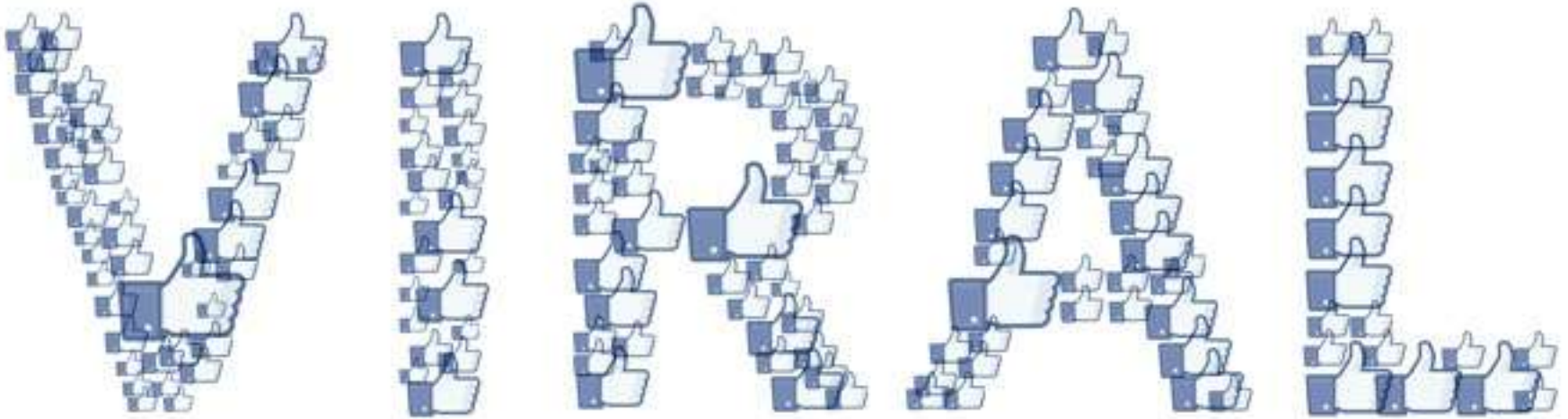


## I. Com ser notícia als mitjans

**La clau perquè el teu  
projecte sigui notícia és  
el posicionament i un  
relat ...**



# I. Com ser notícia als mitjans



## El Pla de comunicació

- Dissenyar la imatge pública a partir d'un **posicionament**
- Definir quin és el **públic** objectiu. A qui ens adrecem? Com ho fem?
- Definir els **missatges clau** del projecte/servei/artista
- Treballar una imatge de **marca**
- Preparar **materials** informatius, gràfics, audiovisuals i TIC
- Escollir els **portaveus**: qui són els emissors del missatge
- Treballar un **calendari** comunicatiu del projecte
- Coordinar la relació amb els **mitjans de comunicació**

# I. Com ser notícia als mitjans

## El mapa de públics

Cal identificar el públic al qual ens adrecem o que volem atraure en funció del producte que tenim:

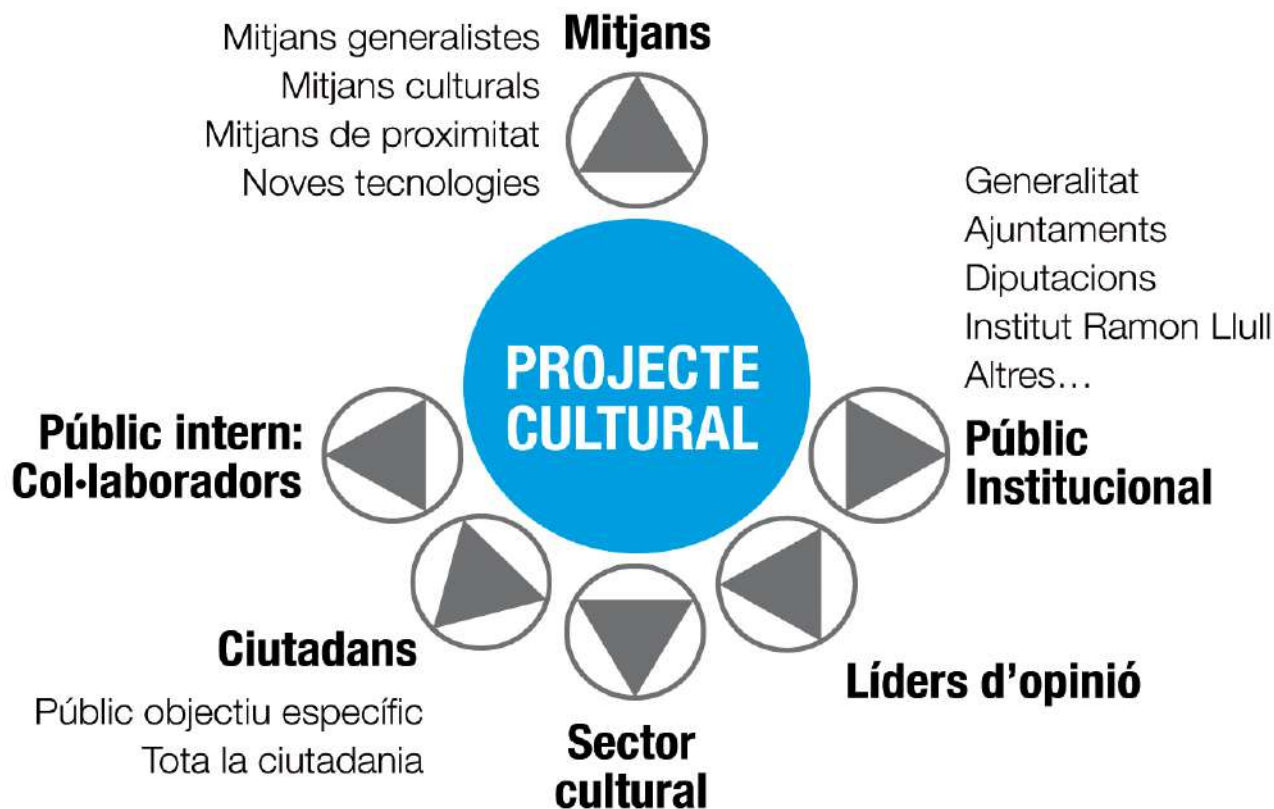
- Específic
- Local / proximitat
- Global (tot territori + turistes)
- Edat específica (nadons)
- Tots públics
- Ocasionals
- Tots els públics
- Ampli

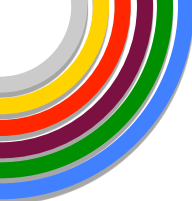
Cada públic té el seu canal de comunicació i cal trobar el canal més adequat per a cada un d'ells.

**Comunicar al gruix de la població no és sempre la millor opció! Cal segmentar i personalitzar la informació.**

# I. Com ser notícia als mitjans

## El mapa de públics





# I. Com ser notícia als mitjans

## Què i com són els mitjans?

- Tenen ideologia pròpia
- Són empreses i competeixen per l'audiència
- Estan en crisi - transformació
- Informen i/o entretenen
- Responen a la influència de:
  - Anunciants
  - Audiència
  - Polítics i institucions
  - Propietaris/accionistes

# EL PAÍS

# LA VANGUARDIA

# el Periódico

# EL PUNT AVUI+





# I. Com ser notícia als mitjans

## ALS DIARIS... QUI ÉS QUI?

Cada producte cultural correspon a un àmbit de comunicació, cal conèixer bé quin periodista treballa cada un d'aquests àmbits als mitjans de comunicació, especialment premsa escrita, i no saturar-los amb informacions que no els interessin (SPAM):

- polítiques culturals
- equipaments culturals
- llibres
- arts plàstiques
- **arts escèniques (teatre/ dansa/circ)**
- música (clàssica/moderna)
- Cinema
- museus
- Patrimoni
- etc.

# I. Com ser notícia als mitjans

## QUI ÉS QUI?:

### Els diaris

Ens adreçarem a:

- Caps de cultura
- Redactor de teatre/dansa/circ de la secció
- Col·laboradors externs
- Crítics

Cal definir molt bé quan ens adrecem a cada un d'ells:

- Estratègia comunicativa o fet d'especial interès
- Prèvies i seguiment informatiu
- Articles de fons
- Estrenes



# I. Com ser notícia als mitjans

## Pautes per a la relació amb els mitjans



### PRÀCTIQUES CORRECTES

- Parlar només si es té alguna cosa interessant per explicar
- Definir els missatges que es volen emetre
- Ser honest/a
- Mostrar una actitud de col·laboració
- Anticipar les preguntes i les respostes – preparar converses, no missatges
- Respectar la independència, el criteri del periodista

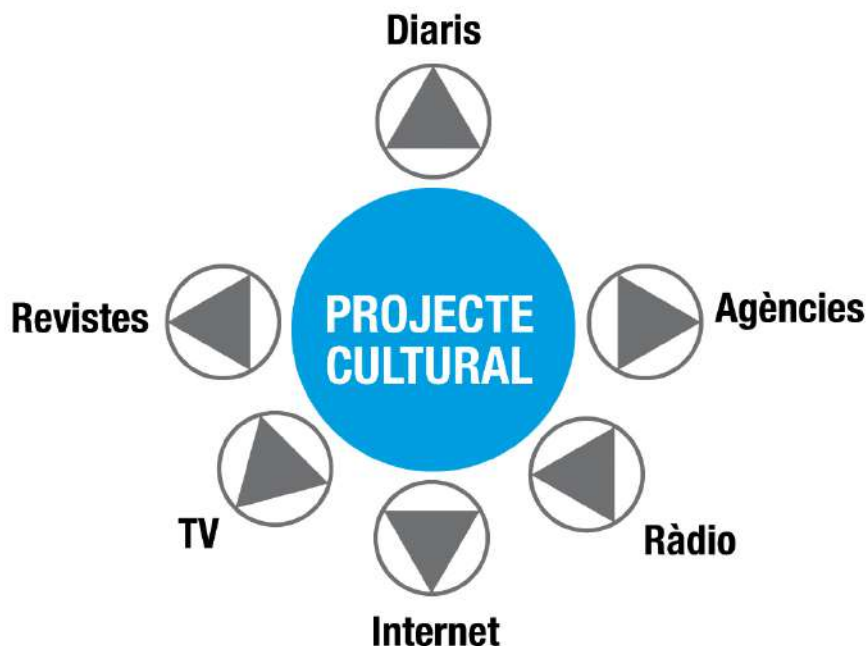


### PRÀCTIQUES INCORRECTES

- Parlar off the record
- Veure el periodista com un enemic
- Vendre “la moto”
- Convertir una pregunta compromesa en alguna cosa personal
- Subestimar el poder dels mitjans
- No respondre les trucades de periodistes
- Donar exclusives, prioritzar uns mitjans per damunt d’altres

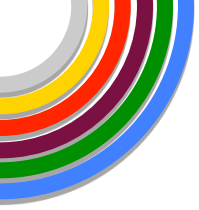
# I. Com ser notícia als mitjans

## Mitjans de comunicació



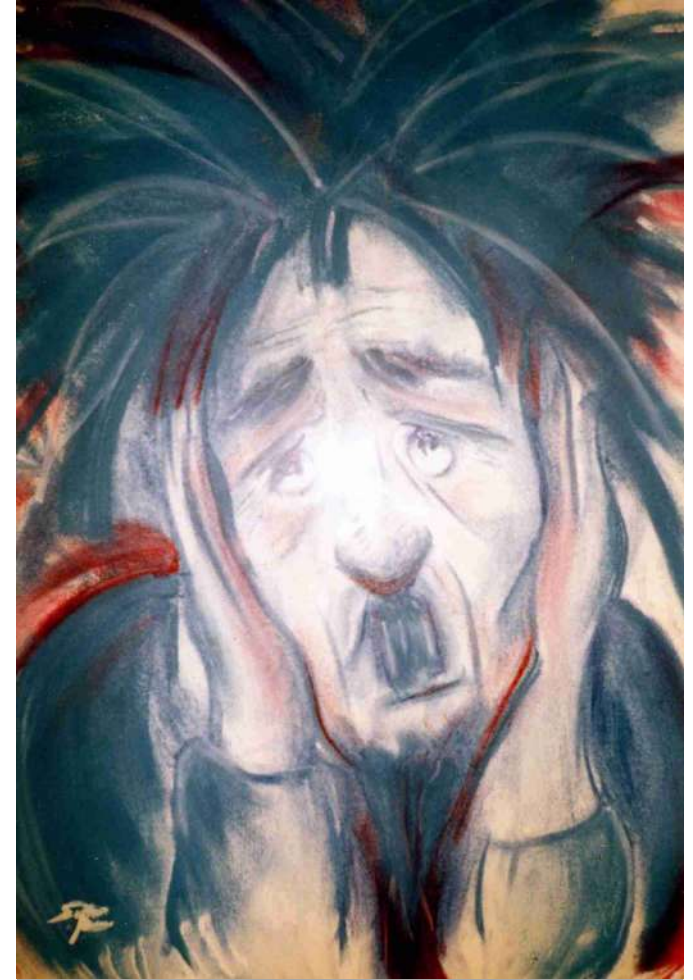
Versió on-line dels mitjans tradicionals  
(TV, Ràdio, premsa...)

Mitjans exclusivament digitals,  
xarxes socials, blogs...



## I. Com ser notícia als mitjans

# Com han canviat els mitjans darrerament...



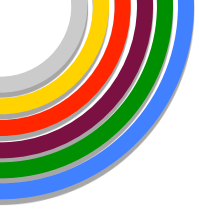
# I. Com ser notícia als mitjans

## Televisió: El consum a la carta

- Canvi en el panorama de les audiències: fragmentació i especialització
- Creix el consum de TV per Internet – envelliment audiència
- TV a la carta
- Periodisme ciutadà



**NETFLIX**



# Televisió: El contingut és el rei



MasterChef



# I. Com ser notícia als mitjans

## Ràdio: El mitjà més flexible

- Mitjà que s'ha adaptat a noves tecnologies
- Conversa global – participació audiència
- Fragmentació i especialització
- Consum a la carta:

## PODCAST





# I. Com ser notícia als mitjans

## Diaris: Perden prescripció i qualitat?

- Reducció de capçaleres, concentració
- Pèrdua de llocs de treball qualificat
- Accions promocionals agressives
- Per primar la immediatesa: confluència de continguts multiplataforma. Es redueix:
  - **Qualitat**
  - **Credibilitat**
  - Poder de **prescripció** i creació d'opinió
- Diaris que fan TV... Quin periodista fa què? **Periodista multitasking**
- Periodisme de versions. Influint en les notícies

# I. Com ser notícia als mitjans

## Redaccions multimèdia

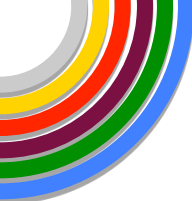
- **Economització recursos = Obligació a la immediatesa**
- Dificultat per contrastar la informació, verificar les fonts
- Periodistes són gestors de continguts, fotògrafs, càmeres...

✓ **NO ES PRIMA LA QUALITAT, SINÓ L'AGILITAT**

✓ **EL DIARI NO POT COMPETIR AMB RAPIDESA.**

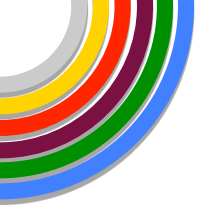
✓ **NO ES DÓNA VALOR AL FET DIFERENCIAL: LA CAPACITAT DE PRESCRIPCIÓ I GENERACIÓ D'OPINIÓ**





# I. Com ser notícia als mitjans





# I. Com ser notícia als mitjans



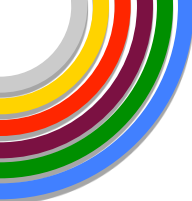
# I. Com ser notícia als mitjans

## Diaris: Off-line a la baixa – notícies en xarxa

Les notícies a Internet es llegeixen diferent:

### ➤ Nou llenguatge





# I. Com ser notícia als mitjans

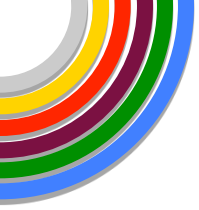
## Diaris: Off-line a la baixa – noves audiències



# I. Com ser notícia als mitjans

## El futur dels mitjans

- ✧ Vídeo (upclose, periscope...)
- ✧ Data journalism
- ✧ Online engagement
- ✧ Gap entre públic lector i fullejador de notícies
- ✧ Contingut a xarxes i missatgeria
- ✧ Narració immersiva (360)
- ✧ VR
- ✧ Podcasting
- ✧ Adblocking



# I. Com ser notícia als mitjans

## Què és notícia avui?

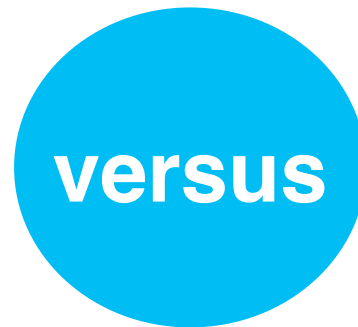




# I. Com ser notícia als mitjans

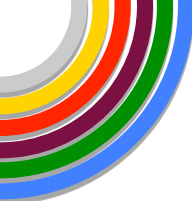
## Què és notícia?

- proper
- humà
- extraordinari
- urgent
- La polèmica
- negatiu
- La por
- L'ocult



- llunyà
- impersonal
- habitual
- important
- El consens
- positiu
- La tranquil·litat
- La transparència

**Les històries humanes**



# I. Com ser notícia als mitjans

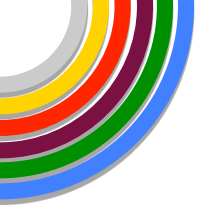
## Un nou escenari



... O els fets alternatius

**II.**

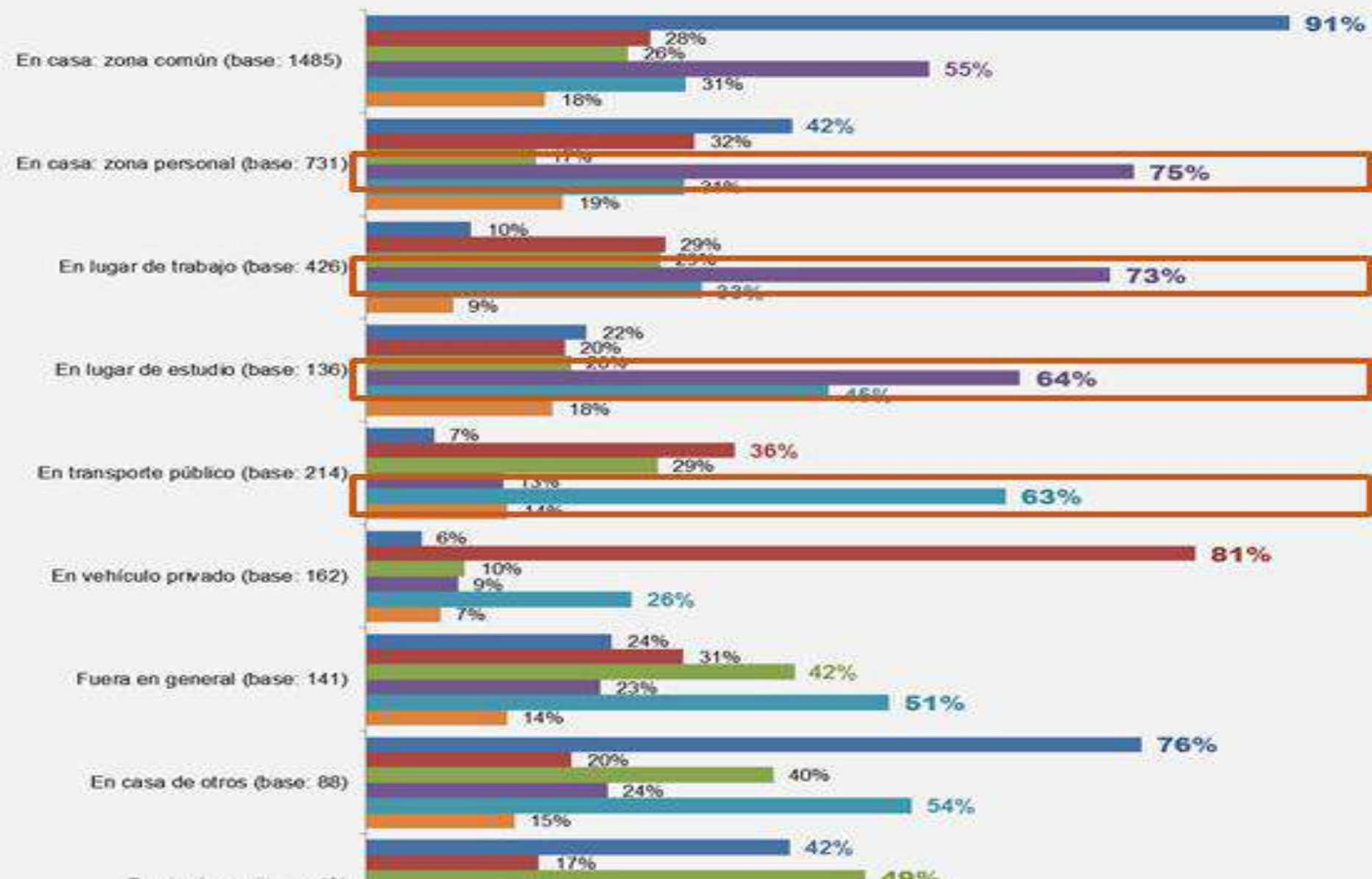
# **Mix de comunicació i omnichannel**



# Uso de soportes según lugar de consumo

ENTRE USUARIOS DE NOTICIAS ONLINE EN ESPAÑA

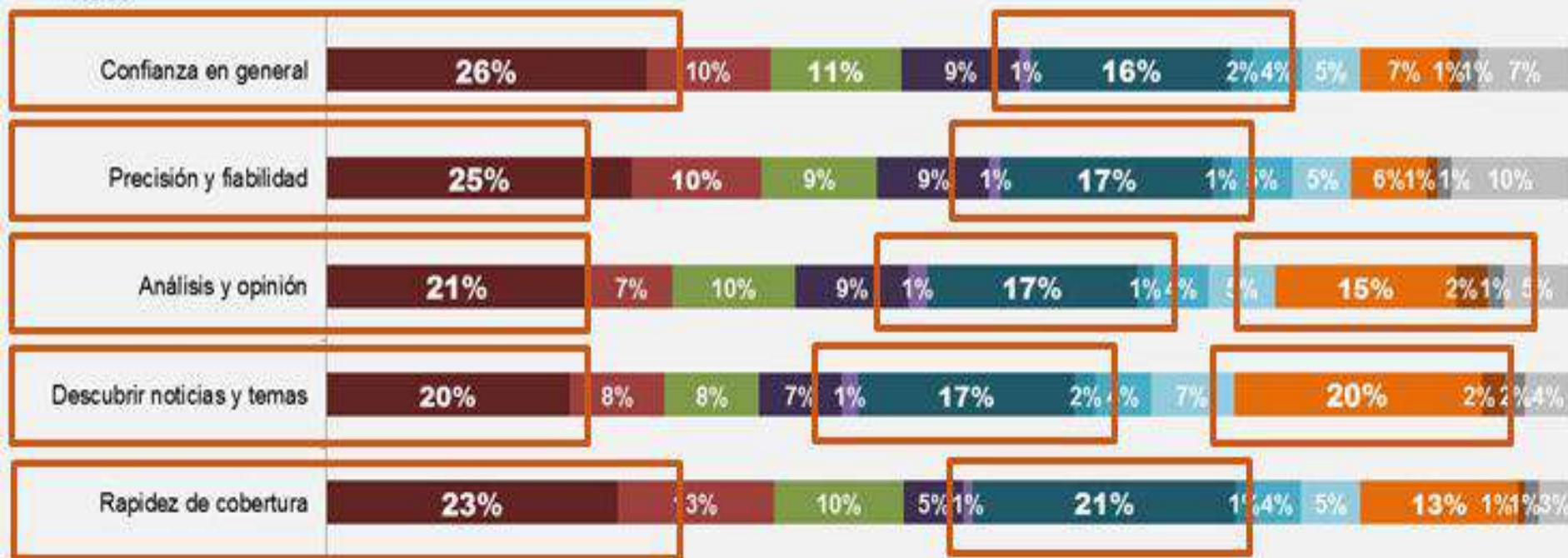
■ Televisión ■ Radio ■ Periódico impreso ■ Internet en ordenador ■ Internet en teléfono móvil ■ Internet en tableta



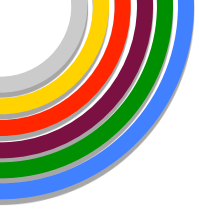
# Soporte preferido para informarse según finalidad

ENTRE USUARIOS DE NOTICIAS ONLINE EN ESPAÑA QUE UTILIZARON ALGUNO EN LA SEMANA ANTERIOR

- Programas e informativos de televisión
- Canales de televisión de noticias 24 horas
- Programas e informativos de radio
- Periódicos impresos
- Revistas impresas
- Sitios web y apps de periódicos
- Sitios web y apps de revistas informativas
- Sitios web y apps de televisiones y radios
- Sitios web y apps de otros medios informativos
- Redes sociales
- Blogs
- Otros
- No sé

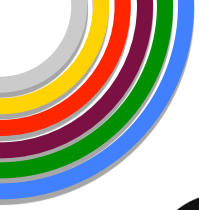


DIGITALNEWSREPORT.ES 2015. CC-BY. Encuesta YouGov para Reuters Institute Digital News Report. @digitalunav



# Omni-Channel Marketing in Media





# The Guardian

## Brands

Transparent



Open  
Journalism

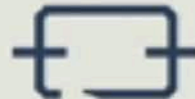


Curious

Omnichannel



Open  
Innovation



Connected

Storytellers



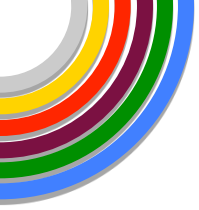
Open  
Ideas



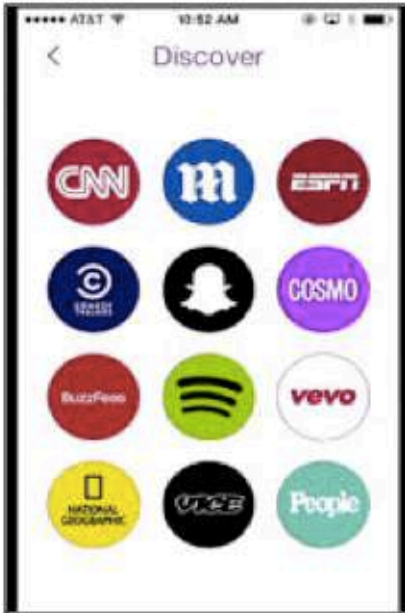
Consumers

## Progressives

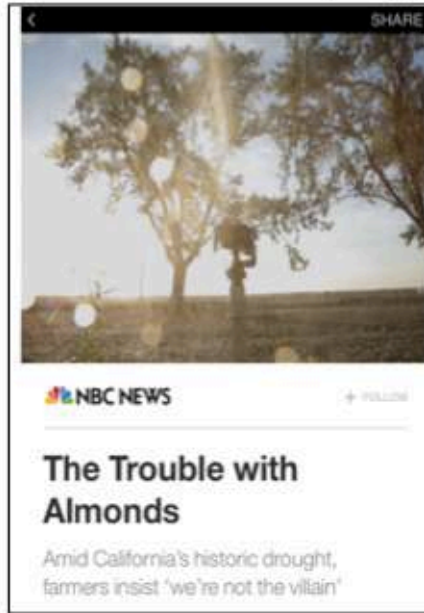




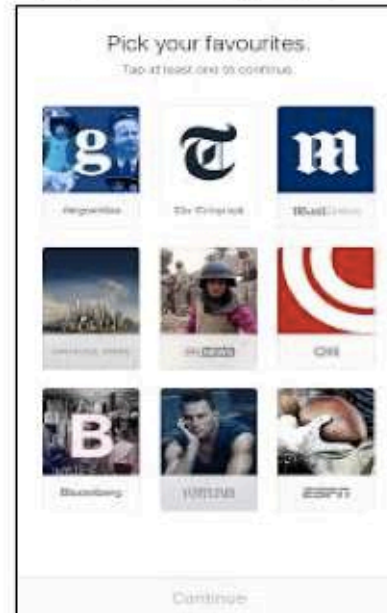
### Snapchat Discover (Jan)



### Instant Articles (May)

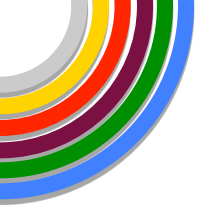


### Apple News (Sep)



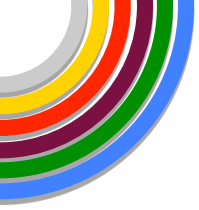
### Twitter Moments (Oct)



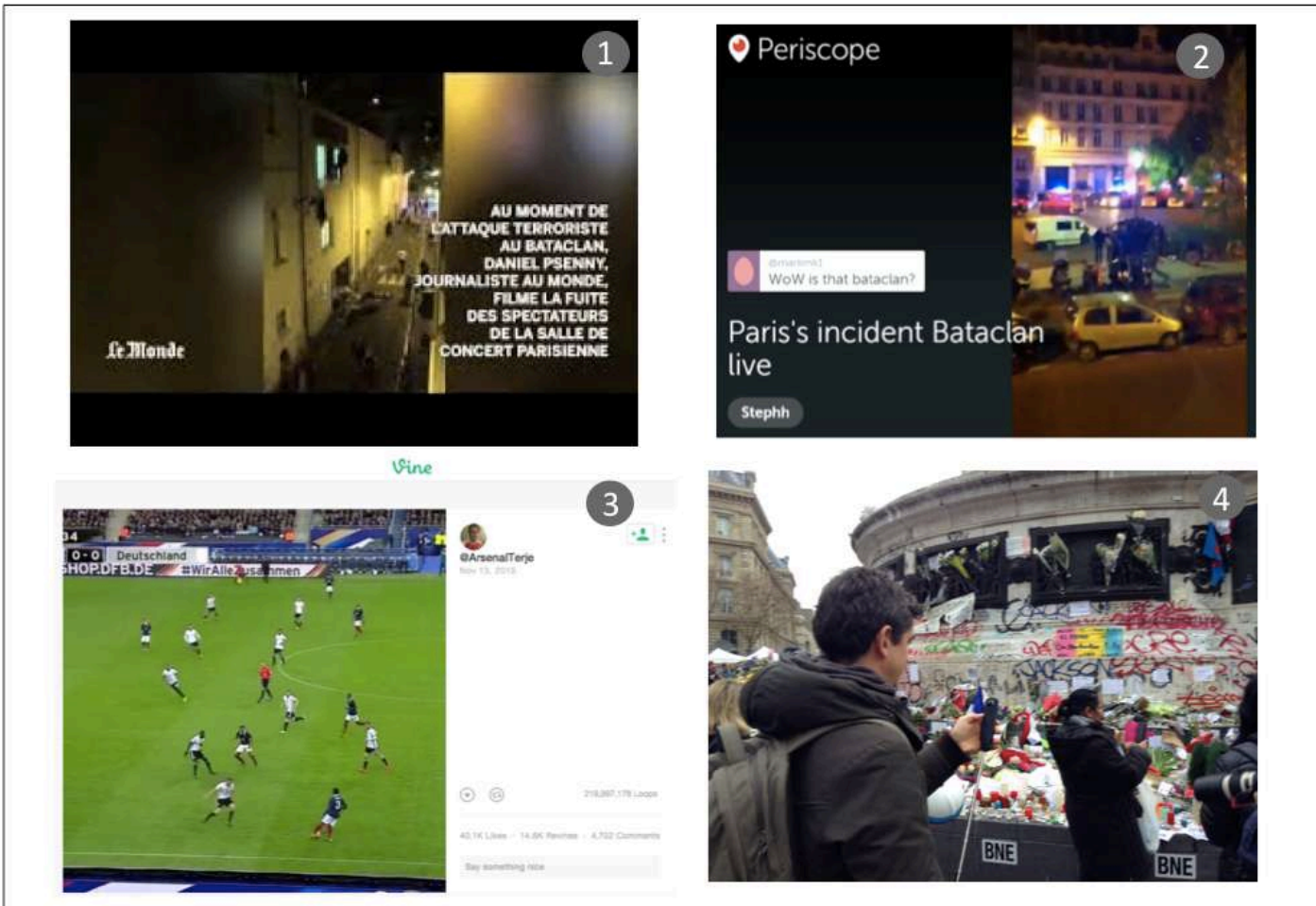


# Periodisme ciutadà: El caçador caçat





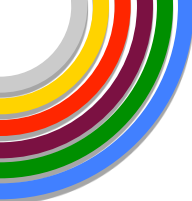
# La gent: font de la notícia



# La gent: font de la notícia

- Després dels atemptats de París, des del Govern belga es va instar i demanar als ciutadans que deixessin la seva vena periodística a les xarxes per evitar que els terroristes coneguessin les operacions que s'estaven duent a terme.





# La gent: font de la notícia

**Yves-Alexandre**  
@yvesalexandre Seguir

Post cat pics, not police movements  
[#BrusselsLockdown](#) [#BelgianSurrealism](#)

Ver traducción



**TineEckhout**  
@TineEckhout Seguir

May the force be with us.  
[#BrusselsLockdown](#)

Ver traducción



**Matteo Albania**  
@m\_albania Seguir

Residents told to stay away from windows.  
Not sure they got the message  
[#BrusselsLockdown](#)

Ver traducción



**patrick de francquen**  
@patrickfrancquen Seguir

Darko is using his satellite dish to track the bad guys ... Almost there  
[#BrusselsLockdown](#)

Ver traducción



**Jayco le Satirique**  
@JaycoleSatirique Seguir

BREAKING NEWS : Belgium Police using the new 200mph Hovercat during terrorist operations [#BrusselsLockdown](#)

Ver traducción



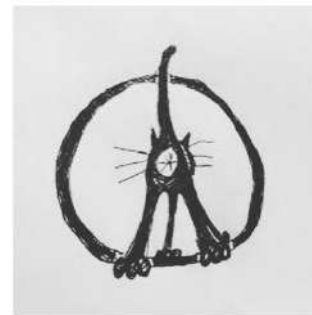
**Gilles Bordelais**  
@Gilles\_B1 Seguir

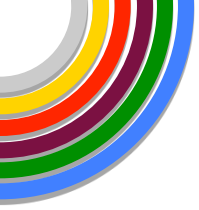
This, dear outsiders, is how we fight terrorism here. They haven't got a chance! We haz kittens! [#BrusselsLockdown](#)

Ver traducción



**Kayle Giroud** @GiroudKayle · 28 nov  
Merci la Belgique pour ton humour belge qui surmonte tous les obstacles [#BrusselsLockdown](#) [#Belgium](#) [#ProudOfYou](#) 🇧🇪






# La gent: font de la notícia

 **Federale Politie**   
@FedPol\_pers



 Seguir

Voor de katten die ons gisteren geholpen hebben... Alsjeblieft! #BrusselsLockdown

 Ver traducción

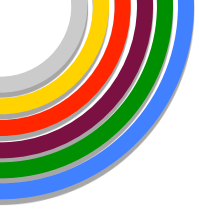


RETWEETS 3.280  
ME GUSTA 5.477






12:13 - 23 nov. 2015





## Les apps més usades

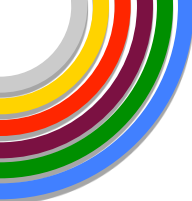
- |              |  |                   |  |
|--------------|--|-------------------|--|
| 1. Facebook  |   | 6. Viber          |   |
| 2. WhatsApp  |   | 7. Kakao Talk     |   |
| 3. Messenger |   | 8. Clash of Clans |   |
| 4. Instagram |   | 9. We Chat        |   |
| 5. Line      |  | 10. Twitter       |  |

Font: Mary Meeker annual trends



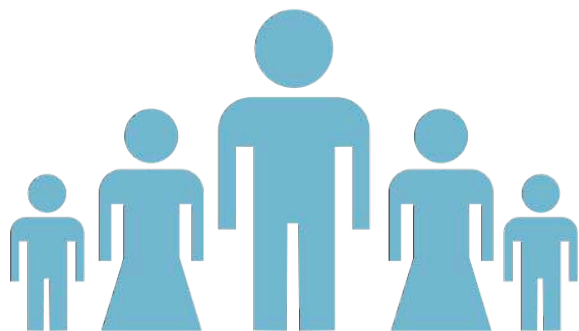
# El consumidor contemporani

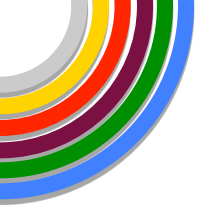




## III. El consumidor contemporani

# Com és el consumidor contemporani?



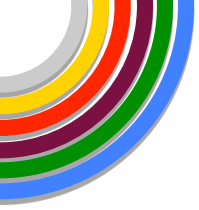


# III. El consumidor contemporani



**I WANT TO  
~~BELIEVE~~**

*know*



## III. El consumidor contemporani

# 1

# • Hiper- connectat

8+ Minji

8+ Baxter

8+ Monica

## III. El consumidor contemporani

# Hiper-connectat



Hiperconnectivitat



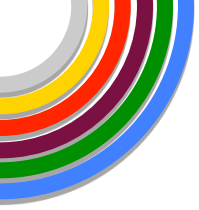
Frontera online-offline difosa



Internet de les coses



Tot un món a la butxaca



### III. El consumidor contemporani

# 2. Comprador de temps



## III. El consumidor contemporani

# Comprador de temps



El món més petit



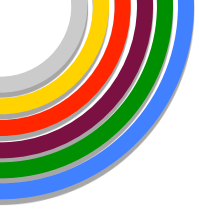
Immediatesa de *l'online*



Versatilitat



*Convenience*



## III. El consumidor contemporani

# 3. Anhela el benestar



## III. El consumidor contemporani

# Anhela el benestar



Per combatre hiperconnectivitat

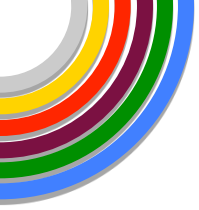


Mindfulness



Parar el món





### III. El consumidor contemporani

# 4. Informat



## III. El consumidor contemporani

# Informat



Exigència cap a les marques



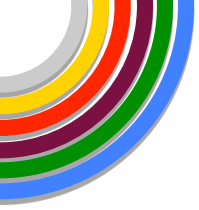
Comprador expert i influencer



Autenticitat



Transparència



## III. El consumidor contemporani

# 5. Experiències immersives

The background image shows an immersive experience dome. The dome's structure is a black grid of triangles. Inside, a large, glowing red planet with orange and yellow flames dominates the upper half. The sky is filled with stars and a pinkish-purple nebula. In the foreground, several people are silhouetted against the bright background, appearing to be engaged in the experience. One person is standing near a circular opening in the dome, while others are on the right side, looking towards the planet.

## III. El consumidor contemporani

# Experiències immersives



Personalitzades, interactives



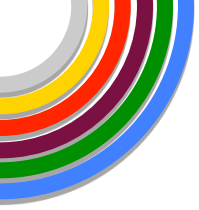
Multidisciplinàries, sensorials



Transmèdia



Tecnològiques



## III. El consumidor contemporani

# 6 . Creador



## III. El consumidor contemporani

# El consumidor creador



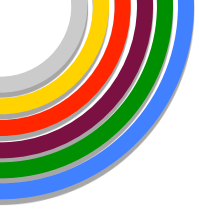
Hiperpersonalització



Creació democràtica, participació



Intel·ligència col·lectiva



## III. El consumidor contemporani



# 7. Nous escenaris



## III. El consumidor contemporani

# Nous escenaris



L'espai públic

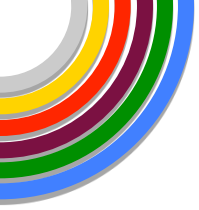


Hometainment



Món virtual





## III. El consumidor contemporani

# 8. El consumidor responsable



## III. El consumidor contemporani

# El consumidor responsable



Eco



Local



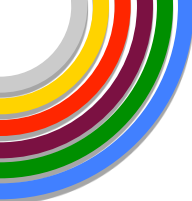
0 Residus, sostenibilitat, economia circular



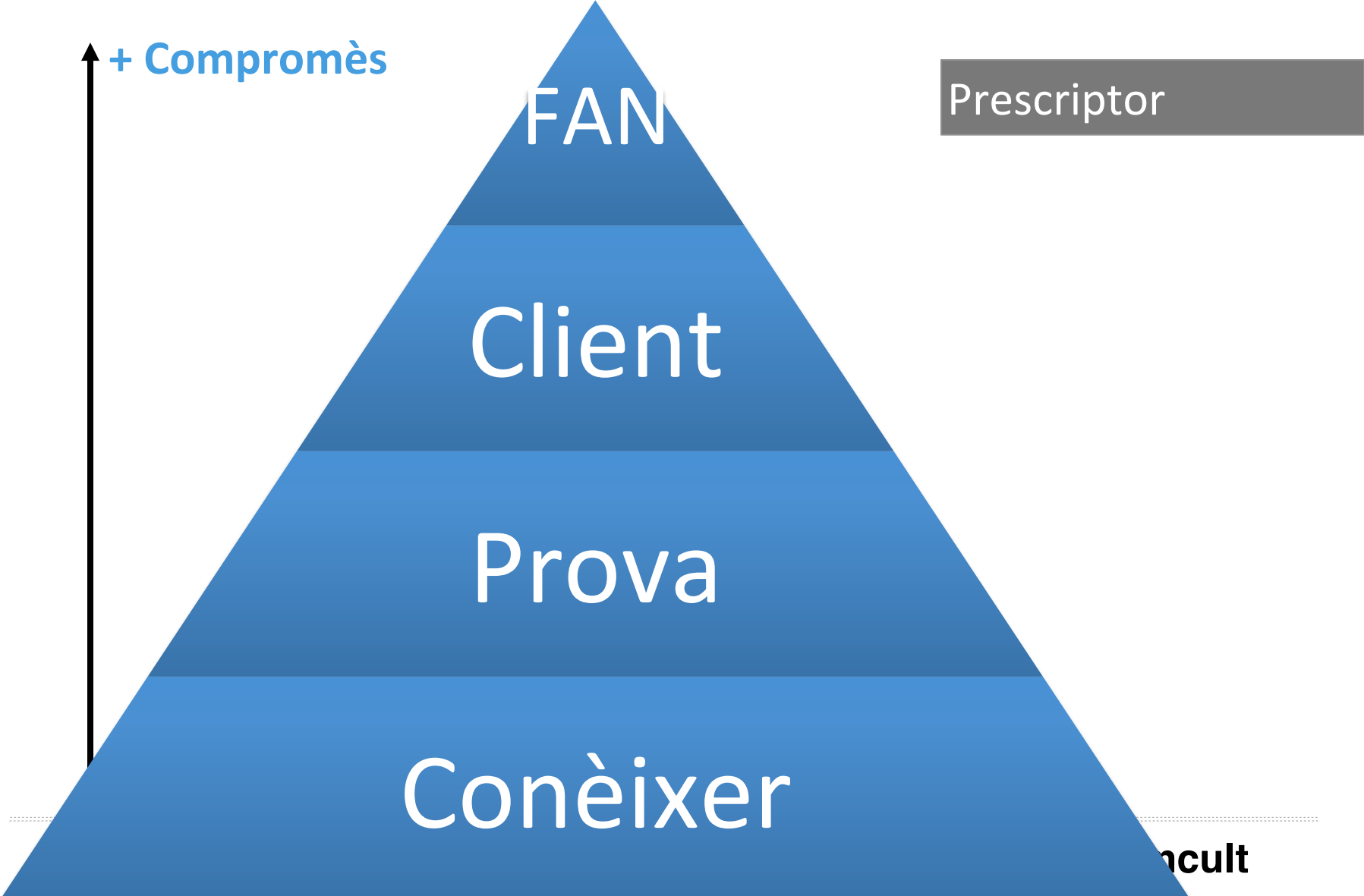
Sa

# IV.

## El funnel de conversió



# IV. El funnel de conversió



# La llei de l'oferta i la demanda



## Oferta:

- Tenir bons equipaments
- Oferir bons productes i serveis culturals
- Tenir una bona formació d'artistes
- Suport a la creació
- Afavorir l'accés (preu, temporal, geogràfic)

## Demanda:

- Bona educació artística
- Gestionar la participació a les arts
- Fer que la cultura estigui present a les converses
- Afavorir un bon periodisme (i comunicació) cultural
- Gestionar el boca-orella

## Highly engaged

Urban arts eclectic

3%

Traditional culture cultures

4%

## Some engagement

Fun, fashion and friends

16%

Bedroom DJs

2%

Mature explorers

11%

Mid-life hobbyists

4%

Dinner and a show

20%

Retired arts and crafts

4%

Family and community  
focused

9%

attend and may also participate

participate only

## Not currently engaged

Time-poor dreamers

4%

Older and home-bound

11%

A quiet pint with the match

9%

Limited means,  
nothing fancy

3%



## **Consum a la carta – NO al compromís a llarg termini**

- ✓ Reducció d'abonaments
- ✓ Increment venda individual
- ✓ Augment venda última hora (tendència low cost)
- ✓ Increment venda creuada
- ✓ Compra per prescripció: reducció risc
- ✓ Valoració molt alta incentius a la compra

**Cal més inversió en comunicació per a la venda individual que per al públic abonat...**

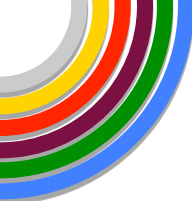
# Què exigeixen avui els públics?

- ✓ **Accés** – facilitat per a provar
- ✓ **Elecció** – dones llibertat d'escollir?
- ✓ **Influència** – dones protagonisme? Aliments l'ego?
- ✓ **Informació/educació**– sap el client què li convé?
- ✓ **Qualitat** – són bons els productes que ofereixes?
- ✓ **Seguretat** – et preocupes pel seu benestar?
- ✓ **Value for money** – és just el preu que demanes pel que dones?



## IV. El funnel de conversió

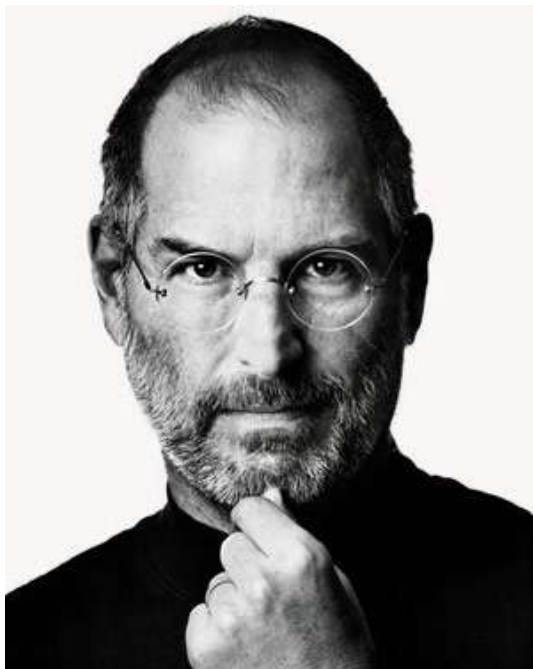
Si fas les coses  
igual com  
sempre, res no  
canviarà..



## IV. El funnel de conversió

# Preguntar o sorprendre?

Conèixer els públics no és el mateix a delegar-los tota la decisió respecte del que els oferim... els hem de sorprendre!



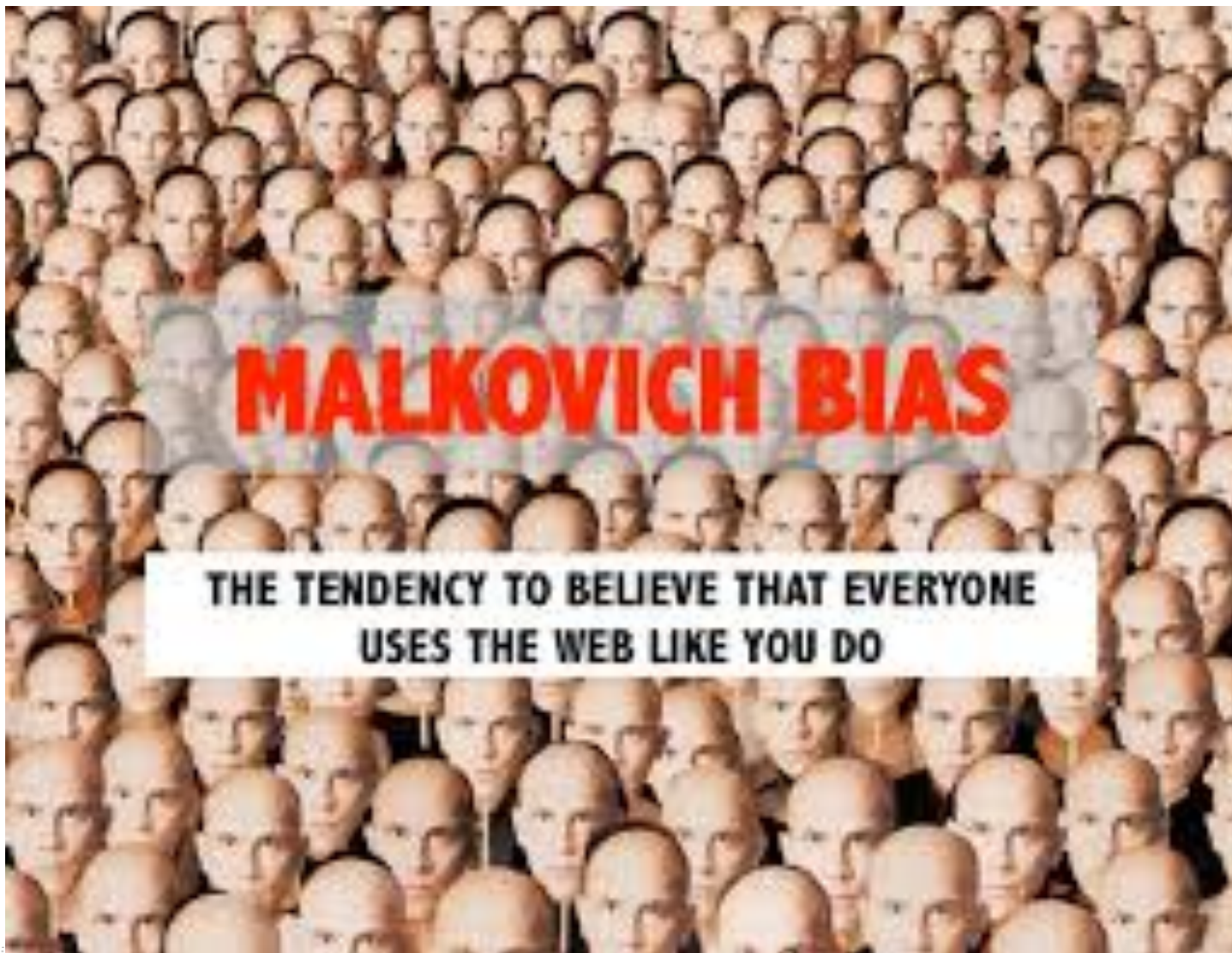
**No provis de complaure les necessitats dels teus clients, anticipa't a elles!**

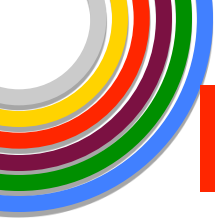
“You can't ask customers what they want and try to give this to them. By the time you get it built, they want something else”

**Steve Jobs**



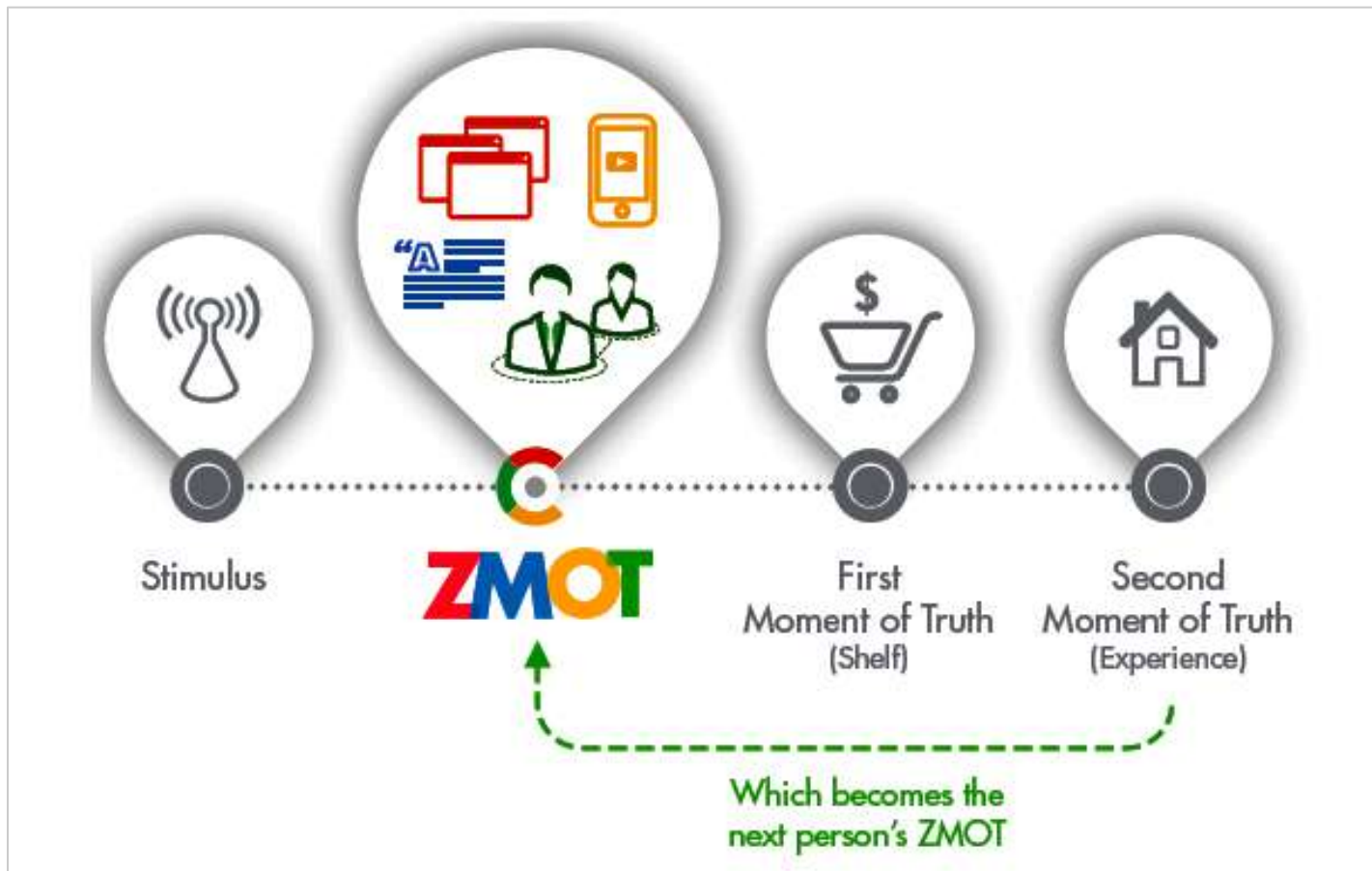
# Imprescindible superar el Biaix de Malkovitz: tu no ets el teu usuari





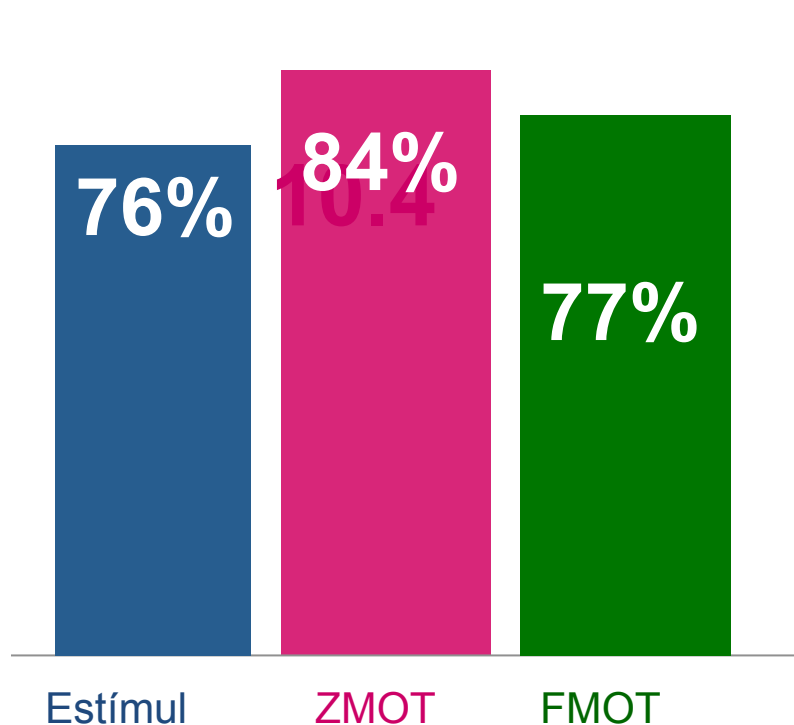
## IV. El funnel de conversió

# ZMOT (Moment Zero de la Veritat)



## IV. El funnel de conversió

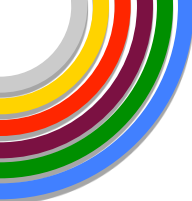
### Creix en importància



(PUSH) Publicitat offline i online, Newsletter, articles i notícies a revistes, product placement...

(PULL) Cerca informació a Internet, comparació preus online, vaig llegir comentaris en un fòrum, em vaig fer amic de Facebook de la marca...

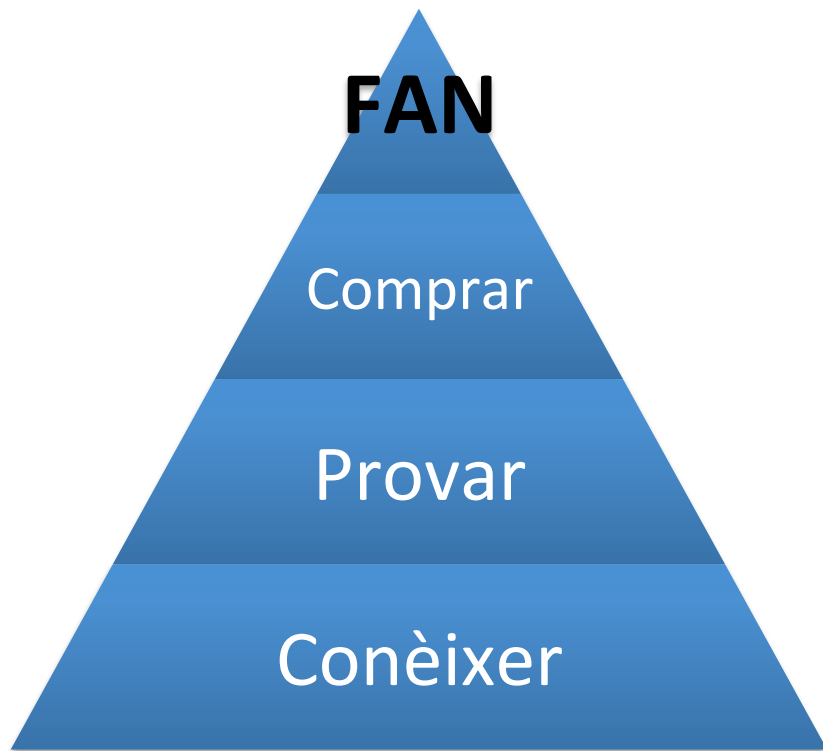
(COMPRA) Packaging, recomanació prescriptor, publicitat al punt de venda, prova de producte a la sala, museu o botiga...



## IV. El funnel de conversió

# Exercici

## El funnel de conversió





## IV. El funnel de conversió

- A. Sou un nou centre cultural a Manresa i necessiteu...
- B. Sou un grup de música català...
- C. Teniu una exposició a Barcelona...
  1. Que la gent us **conegui**
  2. Que aquells que han sentit a parlar de vosaltres, **vinguin**
  3. Que aquells que han vingut alguna vegada, **tornin**
  4. Que aquells que han tornat, siguin **fans**

**Pausa caffè...**





**V.**

**Noves estratègies de comunicació  
cultural**

# La fidelització

**“És 6 vegades més rendible fidelitzar que captar nous segments”**



# La fidelització

**Fidelitzar el públic actual és 6 vegades més barat que captar-ne de nou.**

Fidelitzar significa augmentar el nivell d'implicació i compromís. Això vol dir:

- ✓ fer que vingui més sovint
- ✓ fer que vingui amb més gent (member get member)
- ✓ fer que vingui a fer coses noves
- ✓ fer que s'hi estigui més estona
- ✓ fer que usi d'altres serveis (bar, botiga ...)
- ✓ fer que vingui a participar
- ✓ fer que parli de nosaltres
- ✓ fer que es comprometi (abonament, donatiu...)

## MNAC – AMICS DEL MNAC

← → ↻  ☆

**AMICS**  
MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA

Fes-te Amic!

Regala

Oct 2015  
05  
Agenda d'activitats

Ja som 2.526 Amics!

Conex els nostres membres corporatius

Subscriu-te al butlletí:

catà [castellano](#) [english](#)

- Inici
- La Fundació
- Membres
- Activitats
- Notícies
- Publicacions
- Recomanem
- Informació general

**MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA**

### Fes-te Amic del MNAC: 1000 anys d'art, 1000 anys de Catalunya.

El Museu Nacional d'Art de Catalunya ofereix una excel·lent visió de conjunt de l'art català a través dels diferents estils i períodes, des del romànic o el gòtic als nostres creadors moderns. Els Amics del MNAC som l'expressió d'una societat civil compromesa amb la preservació i la difusió del nostre patrimoni artístic i fer-se Amic del MNAC, doncs, significa donar suport al Museu i participar activament en el projecte compartit de potenciar-lo i de fer-lo més present en la vida del nostre país i a tot el món.

► [Ajúdenos-hi. La seva col·laboració és important.](#)

### Destaquem:

#### Producte del mes

Durant el mes de setembre els Amics del Museu Nacional us podeu beneficiar del 30 % de descompte en l'adquisició de llibres del museu!  
No ho deixeu escapar!  
► [Llegir més](#)

#### Passejada de Museu a la Ricarda (1r grup)

No us perdeu l'oportunitat única de conèixer per dins la casa de cap de setmana que Antoni Bonet i Castellana (1913-1989) va construir.....  
► [Llegir més](#)

La Ricarda © Amics del MNAC

#### Conferència: Cavallers de plom. De capseta reliquiari a objecte emissor de significats

► [Llegir més](#)

Anònim, Xipre, Capseta amb guerrers, cap a 1250-1280 © Museu Nacional d'Art de Catalunya

- ✓ Habilita *microsite* específic pels amics, amb contingut exclusiu
- ✓ Els Amics són prescriptors i se'ls ofereix la possibilitat de regalar el carnet
- ✓ S'ofereixen promocions i oportunitats més enllà de l'àmbit cultural

## V. Noves estratègies ComCult

### WHITNEY MUSEUM – MEMBERSHIP PROGRAM



**CURATE YOUR OWN MEMBERSHIP**  
ONLY AT THE WHITNEY

SOCIAL    INSIDER    LEARNING    FAMILY    PHILANTHROPY

**WHITNEY**

✓ Arribar a un públic segmentat a través de la personalització dels beneficis “d’amic”



**CURATE YOUR OWN (STARTING AT \$85)**  
*NEW*  
Customize your experience and maximize your benefits  
Join Get

**CHOOSE**

**\$85** **INDIVIDUAL** Core benefits for one, plus one series

**\$125** **DUAL** Core benefits for two, plus one series

**SELECT YOUR SERIES**  
1ST SERIES INCLUDED; EACH ADDITIONAL SERIES \$40

**YOUR TOTAL:** **\$245**

- Core benefits for one
- Social
- Insider
- Learning
- Family
- Philanthropy

Tax deductibility: \$201

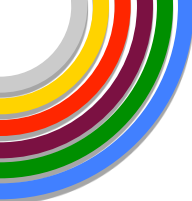
**SOCIAL**

**INSIDER**

**LEARNING**

**FAMILY**

**PHILANTHROPY**



# V. Noves estratègies ComCult

## AMICS DE LA SAGRADA FAMÍLIA



En la sortida anual, els Amics coneixen el centre de treball de Galera



Els Amics de la Sagrada Família van visitar el dia 26 de maig el centre de treball que la Basilica té a Galera, al municipi de Gaià (Bages). El grup va poder conèixer aquest espai, on tenen lloc totes les tasques de construcció del temple abans que les peces arribin ja prefabricades a la Basilica. Entre d'altres, van poder veure els panells que estan conformant les torres centrals i van poder conèixer de prop el seu procés constructiu.

# V. Noves estratègies ComCult



Generalitat de Catalunya  
Departament de Cultura

## PHENOMENA – CLUB PHENOMENA

CLUB  
phenomena  
THE ULTIMATE CINEMATIC EXPERIENCE

**DÍA DEL SOCIO**  
SÁBADO 21 MAYO

INVITAMOS A TODOS LOS SOCIOS A UN PREESTRENO

BASADA EN  
HECHOS REALES

UNA PELÍCULA DE **ROMAN POLANSKI**

PASE PRIVADO SOCIOS

CLUB  
phenomena  
THE ULTIMATE CINEMATIC EXPERIENCE

SÁBADO 25 JUNIO · 14:20H

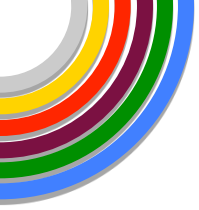
PASE GRATUITO PARA SOCIOS  
LOS SOCIOS PODRÁN TRAER A UNO O VARIOS ACOMPAÑANTES POR 3€ CADA ENTRADA

DEJA QUE TE SORPRENDAMOS...

# Personalització

**“El client és el rei”**





## V. Noves estratègies ComCult

# SALA BECKETT – TAQUILLA INVERSA



- ✓ El públic decideix el preu de l'entrada

# FESTIVAL GREC – TÚ FAS EL GREC

**VOLS PROGRAMAR EL CARTELL MUSICAL DEL GREC FESTIVAL DE BARCELONA 2015?**  
T'imagines escollir els artistes que tocaran en el pròxim Grec Festival de Barcelona 2015?  
Deixa d'imaginar, perquè junts no hi ha concerts impossibles.  
Ja pots comprar les entrades per veure els artistes que vosaltres voleu proposar i votar. Gràcies per haver-nos ajudat a programar el cartell!

**COMPRA**

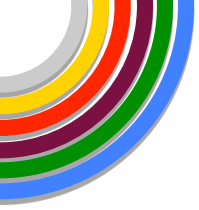
**ENCARA NO SAPS QUÈ ÉS COONCERT?**  
**ENTRA I DESCOBREIX COM ACONSEGUIR QUE EL TEU ARTISTA FAVORIT TOQUI A LA TEVA CIUTAT**

**COONCERT**  
JUNTS, NO HI HA CONCERTS IMPOSSIBLES

Copyright © 2015 Social Eventos Culturales, S.L. B66203274. Tots els drets reservats.  
Avis Legal | [www.cooncert.com](http://www.cooncert.com)

Powered by:  
**COONCERT**

- ✓ Empoderar al públic fent que puguin personalitzar la carta d'espectacles

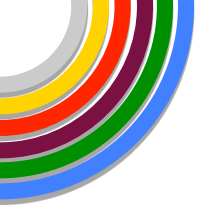


## V. Noves estratègies ComCult

### Shakira



✓ El repertori del concert el decidia el públic assistent



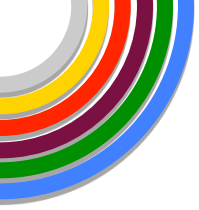
## V. Noves estratègies ComCult



# TEATRENEU – PAY PER LAUGH

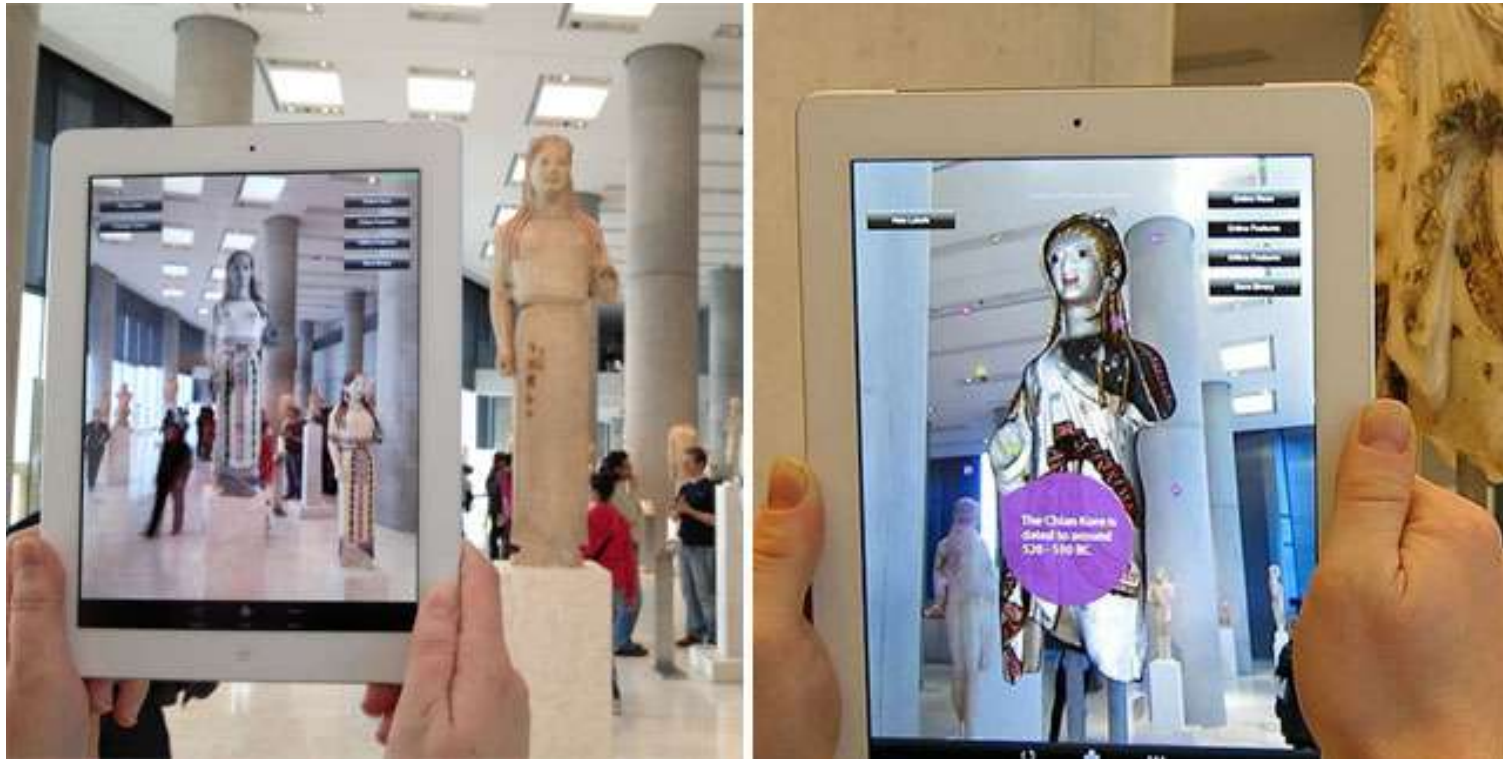


✓ Pagues pel que rius. Preu personalitzat al nivell de satisfacció.



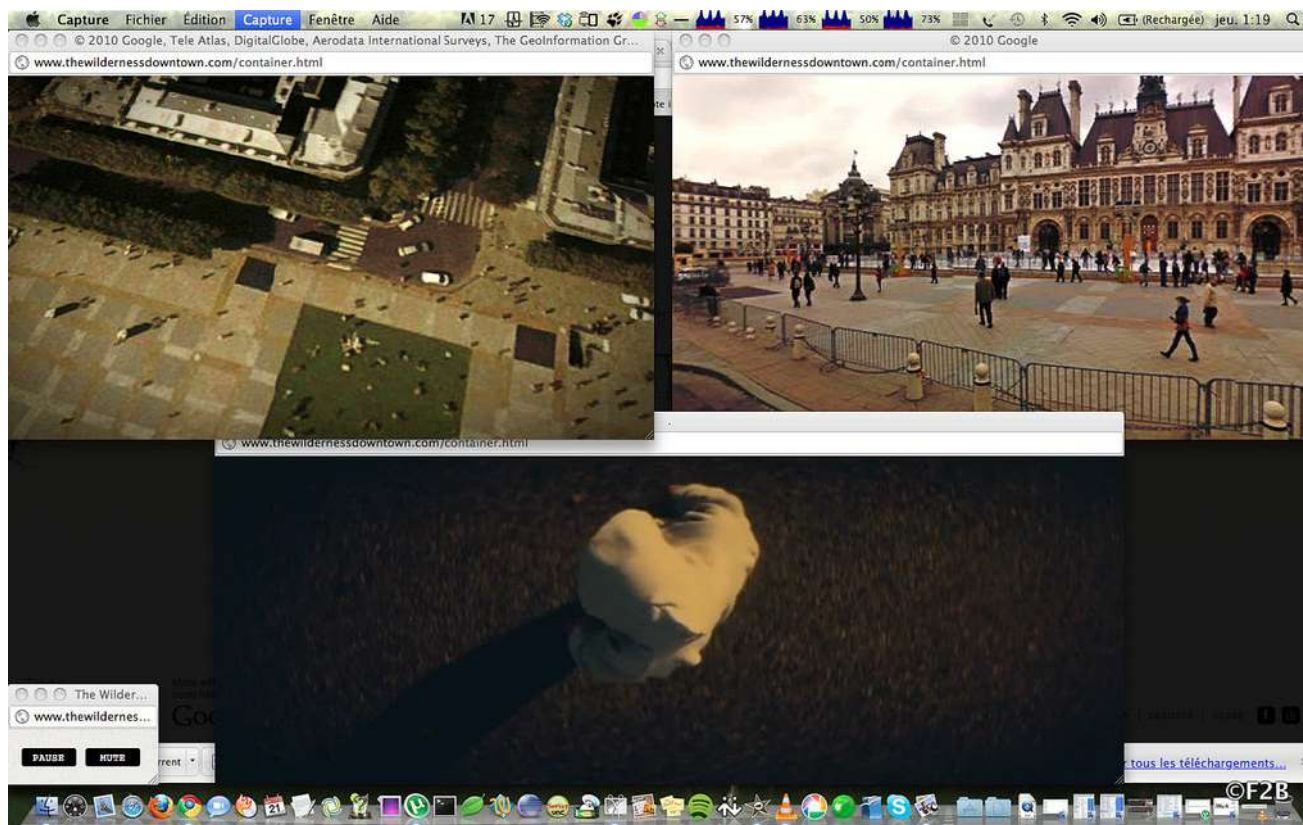
## V. Noves estratègies ComCult

# MUSEU DE L'ACRÒPOLIS (ATENES)

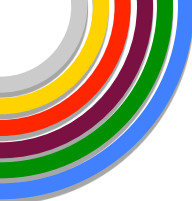


Projecte europeu CHES (Cultural-Heritage Experiences Social interactions & Storytelling) permet personalitzar la visita amb 3D i jocs de realitat augmentada.

## ARCADE FIRE – THE WILDERNESS DOWNTOWN



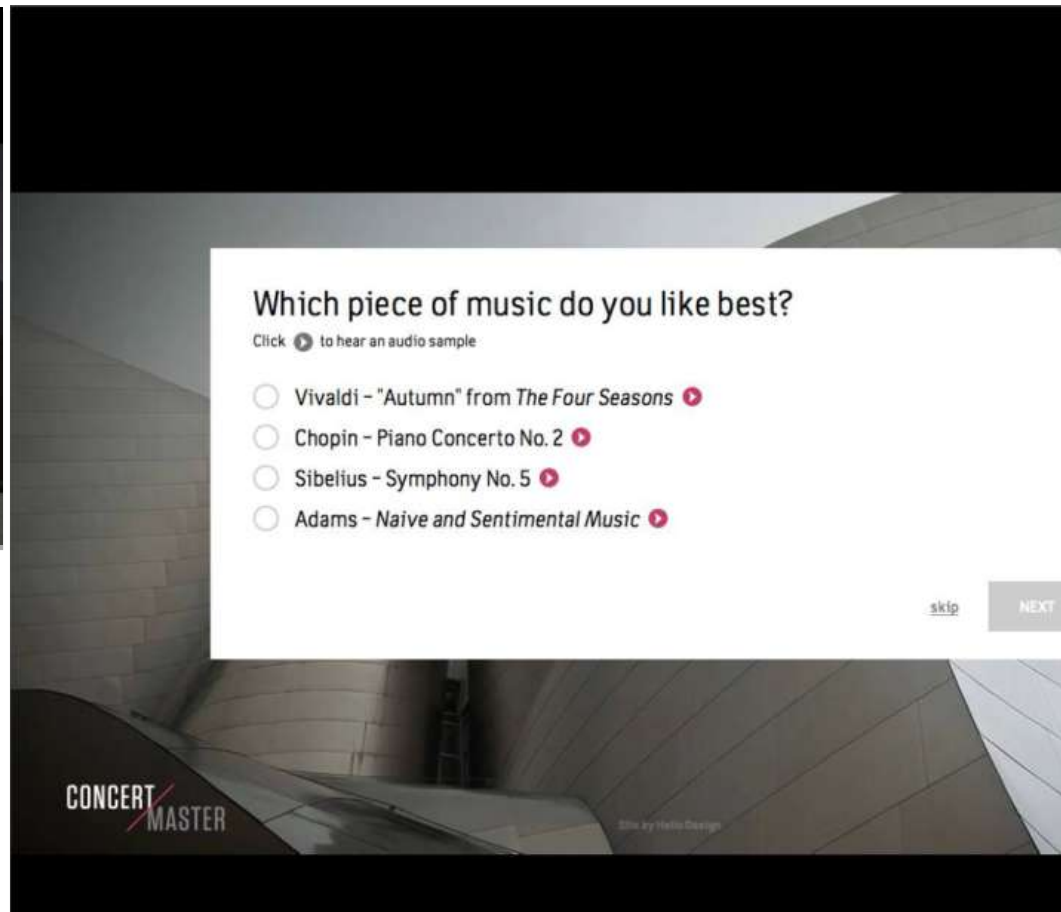
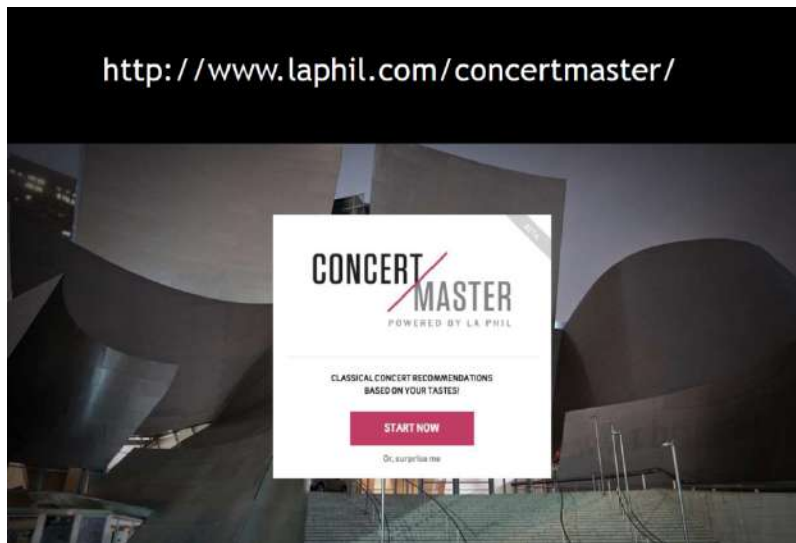
- ✓ Experiència personalitzada, productes únics – amb google street view
- ✓ Recorregut propi, selecció de càmeres i compartició a xarxes

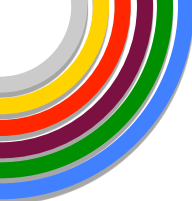


# V. Noves estratègies ComCult



## LA PHIL (ORQUESTRA FILHARMÒNICA LOS ÀNGELES)





# V. Noves estratègies ComCult



## LA PHIL (ORQUESTRA FILHARMÒNICA LOS ÀNGELES)

Uplifting and inspiring music indeed. Another question...  
Who's your favorite Beatle?

Paul McCartney   Ringo Starr   George Harrison   John Lennon

skip   NEXT

PRELIMINARY RESULTS:

LA PHIL

Which character would you like to spend the day with?

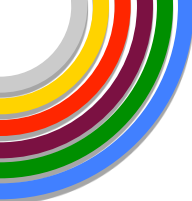
Willy Wonka   Mr. Darcy   The Fonz   Yoda

skip   NEXT

PRELIMINARY RESULTS:

CONCERT MASTER

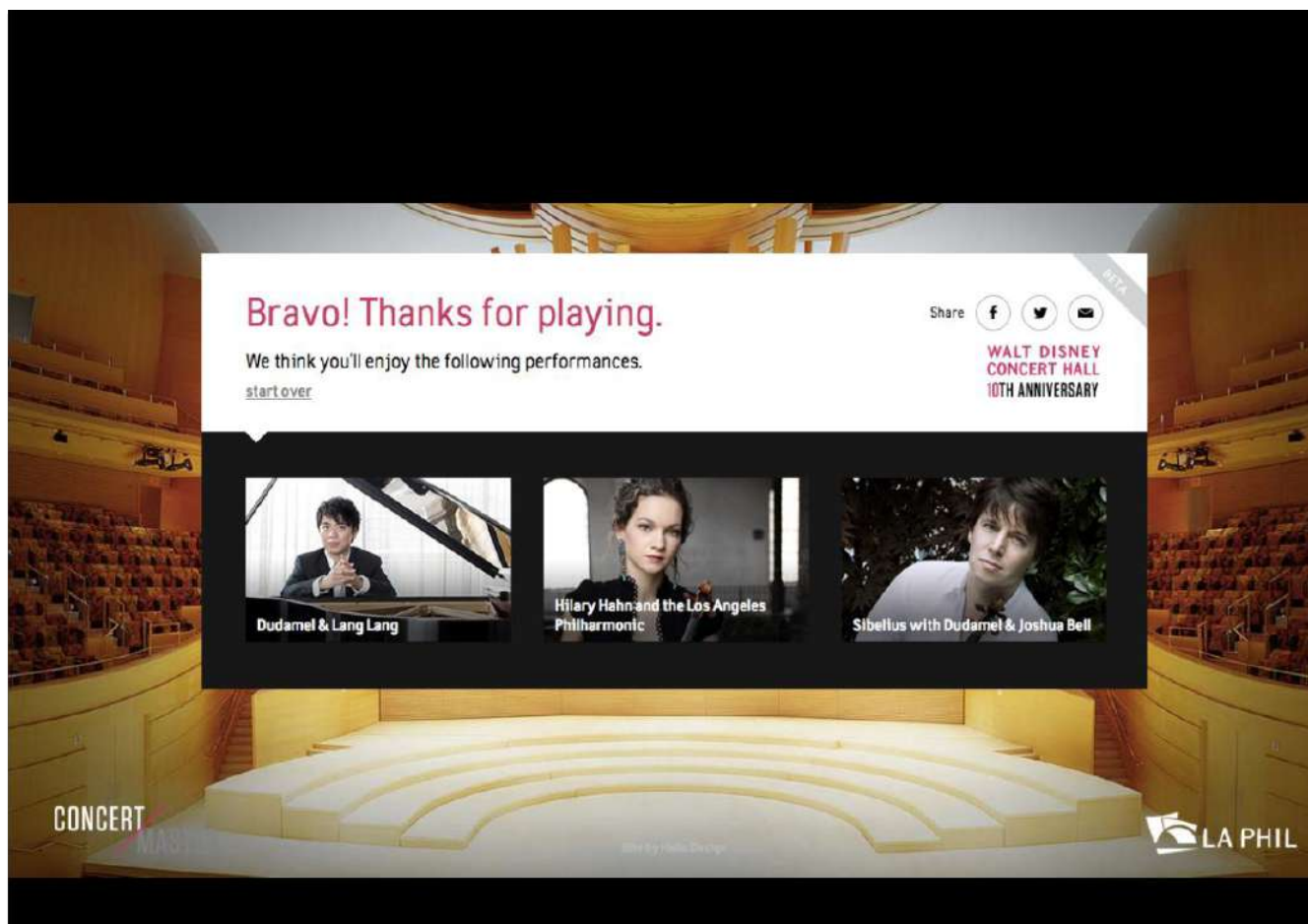




# V. Noves estratègies ComCult



## LA PHIL (ORQUESTRA FILHARMÒNICA LOS ÀNGELES)



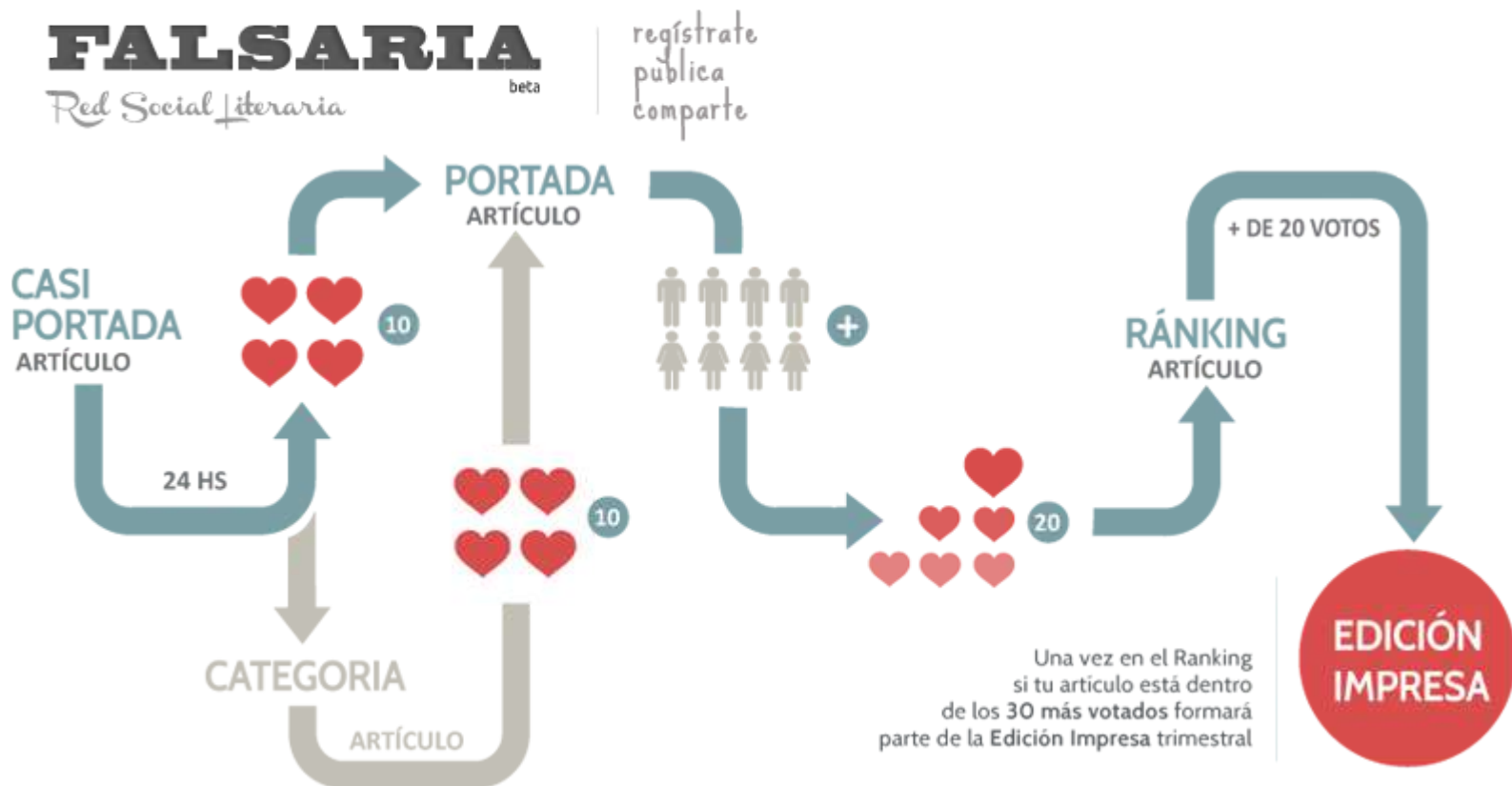
# YOUFEELM



- ✓ Plataforma de cinema on demand on l'espectador pot decidir què veure, quan i on.
- ✓ Projeccions a la carta a través de votacions.
- ✓ Personalització de l'experiència amb col·loquis, exposicions o concerts

# V. Noves estratègies ComCult

## FALSARIA



L'usuari es converteix en agent que valida el contingut i decideix quins llibres es publicuen.  
Edició col·laborativa en format concurs

## V. Noves estratègies ComCult

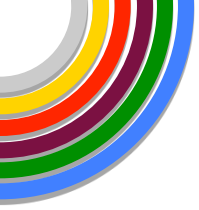
# MAGANEWS MAGAZINES



- ✓ Start-up sueca que ha dissenyat una màquina expenedora de revistes i diaris.

# Intel·ligència col·lectiva

## De les dades al coneixement

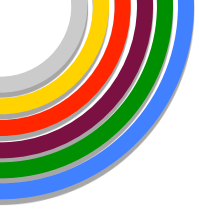


## V. Noves estratègies ComCult

# KOSMOPOLIS



Hackathon de periodisme de dades sobre la fam a l'Estat espanyol. Per explorar les possibilitats del Big Data com a font d'informació per al periodisme.

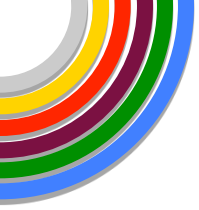


## V. Noves estratègies ComCult

### MUSEU D'ART DE DALLAS



Check-in on-line a diversos llocs per guanyar recompenses: aparcament gratuït, ús privat cinema del museu... I així comprendre experiència d'usuari



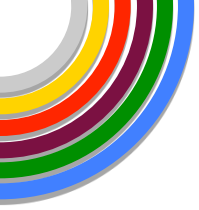
## V. Noves estratègies ComCult

### INSTITUT D'ART DE MINNEAPOLIS



Es demana la participació del públic per prendre decisions del comissariat de les exposicions: ubicació, durada, contingut...





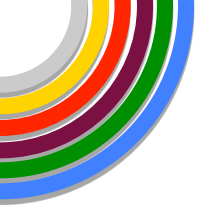
## V. Noves estratègies ComCult

### QUILL – NARRATIVE SCIENCE



Quil: Big Data storytelling

Chris Hammond: “En 5 anys els ordinadors podran escriure un premi Pulitzer”



# V. Noves estratègies ComCult

## MANUSCRITICS



# V. Noves estratègies ComCult

## #MUSEUMWEEK



Museu Egipci de Barcelona @Museu\_Egipci · 25 abr.  
#MuseumWeek #heritageMW

Des de fa 25 anys, la Fundació Arqueològica Clos contribueix a preservar l'herència de l'antic Egipte i a difondre'n el seu coneixement. Una de les darreres adquisicions és excepcional: l'Estela de Falsa-porta de Khuenptah i la seva mare Meritites.



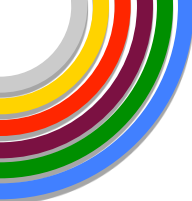
On this 6th day of #MuseumWeek devoted to #natureMW, discover why Tongariro National Park is so important for Maori culture!

#Unite4Heritage @MuseumWeek



Tongariro National Park: Where culture and nature meet

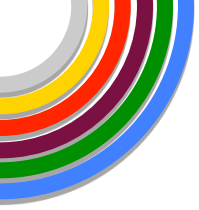
#sdecomcult



# V. Noves estratègies ComCult

## #GAUDÍLIVE





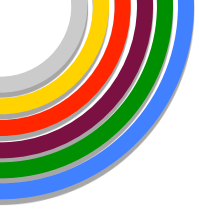
# V. Noves estratègies ComCult

## POP-UP MUSEUM



# Branded content

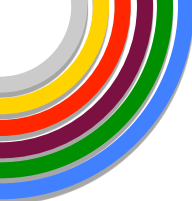
**Les marques també aposten per la cultura**



# V. Noves estratègies ComCult

## DOMESTIC DATA STREAMERS





# V. Noves estratègies ComCult

## AIRBNB

Where are you going?

Become a Host Trips Messages

**\$10** Per Night

Check in: mm/dd/yyyy Check out: mm/dd/yyyy Guests: 1

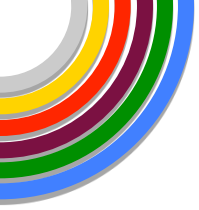
**Request to Book**

**Van Gogh's Bedroom**  
Chicago, IL, United States

Vincent

Entire home/apt 2 Guests 1 Bedroom 1 Bed





# V. Noves estratègies ComCult



## SEAT - Musicathon

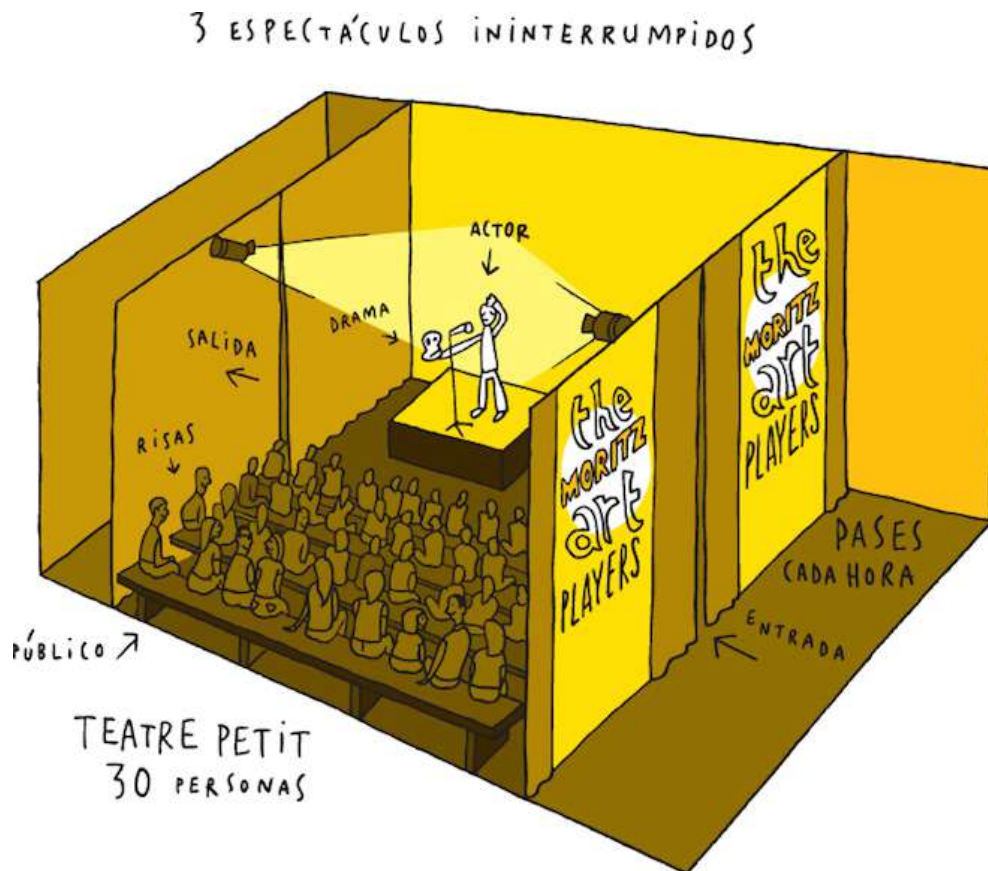


# SUBTRAVELLING (TMB)

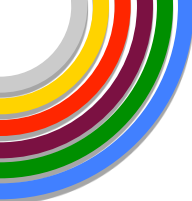


Festival de cinema com Subtravelling de TMB amb peces audiovisuals creades des del mòbil en màxim 3min amb temàtica metro o bus

# THE MORITZ ART PLAYERS



- ✓ Edició temàtica Palo Alto Market i Moritz Art Players.
- ✓ Teatre en format urbà i de proximitat
- ✓ Tres espectacles de manera alterna i ininterrompuda tot el cap de setmana



# V. Noves estratègies ComCult

## ETNA & ARTPLANT



# V. Noves estratègies ComCult

## NETFLIX i The New York Times

SECTIONS HOME SEARCH

The New York Times

PAID POST

BrandStudio

**NETFLIX** | ORANGE IS THE NEW BLACK

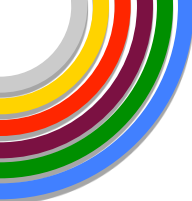
### Women Inmates: Why the Male Model Doesn't Work

As the number of women inmates soars, so does the need for policies and programs that meet their needs

By Melanie Deziel

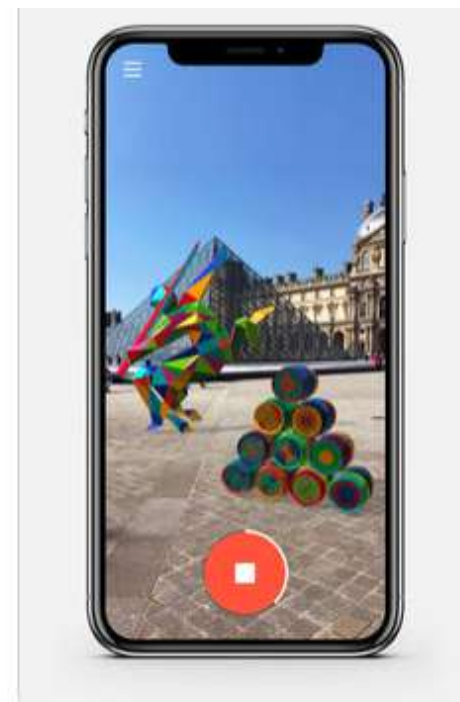
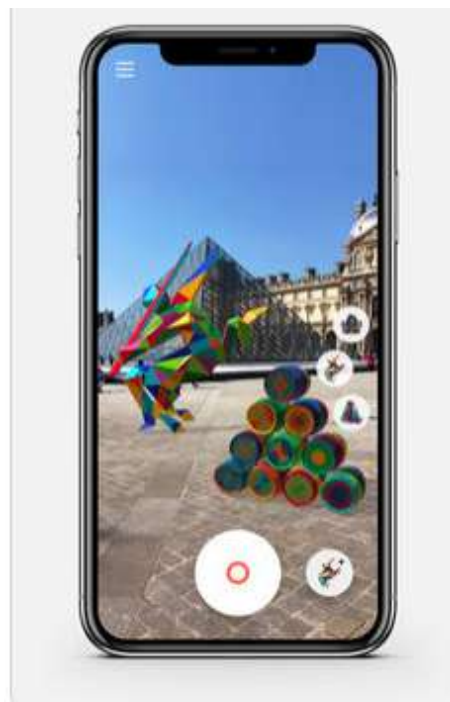
A0228276 A0221709 F0272381 A0221709 0228276 221709 12381 1709 1276

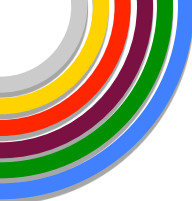
Netflix patrocina un article d'actualitat a The New York Times relacionat amb la temàtica d'una de les seves series d'èxit, Orange is The New Black.



# V. Noves estratègies ComCult

## RÉMY MARTIN & MATT W. MOORE





## THE ANTARCTIC BIENNALE

**THE  
ANTARCTIC  
BIENNALE: A  
CRAZY IDEA  
BECOMES  
REALITY**

288 | March 2017  
By Anna Somers Cocks



The biennial team goes out to the Antarctic

# Més enllà de la funció

**Experiències que allarguen el consum  
cultural**



## SIXTOPAZ TEATRE – LLIGA DE TEATRE



- ✓ La productora teatral Sitxo Paz Teatre ha creat la APP “La Lliga de Teatre”.
- ✓ En format trivial fomenta la participació dels espectadors i crea una experiència *post funció*.

## CCCB – RUTES PER LA CIUTAT

VISITA ▾ EXPOSICIONES ACTIVIDADES MULTIMEDIA ▾ EL CCCB ▾

Busca 🔍 | AGENDA

### Actividades

Has filtrado por

× Itinerarios

[Borrar todos los filtros](#)

Por categoría

- Artes escénicas
- Audiovisuales
- Cursos y talleres
- Debates
- Festivales
- × Itinerarios
- Música

Por comunidad

- Educación
- Familia
- Gratuito
- Amigos CCCB

Por tema

- Arte
- Ciencia
- Cine y audiovisuales

Actuales | Pasadas | Itinerantes

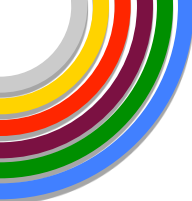
		
17 octubre 2015 - 21 mayo 2016 ITINERARIOS Itinerarios CCCB 2015 - 2016 <b>El Raval. Territorio cosmopolita</b> Itinerario a pie	24 octubre 2015 - 14 febrero 2016 ITINERARIOS Itinerarios CCCB 2015 - 2016 <b>El Poblenou. La ciudad productiva</b> Itinerario a pie	7 noviembre 2015 - 21 febrero 2016 ITINERARIOS Itinerarios CCCB 2015 - 2016 <b>La Barceloneta. La ciudad marítima</b> Itinerario a pie
		
21 noviembre 2015 - 5 marzo 2016 ITINERARIOS Itinerarios CCCB 2015 - 2016 <b>El Eixample. La forma de la ciudad</b> Itinerario a pie	17 enero, 2 abril 2016 ITINERARIOS Itinerarios CCCB 2015 - 2016 <b>El Carmel y Nou barris. Del derecho a la vivienda al derecho a la ciudad</b> Itinerario a pie	12 marzo 2016 ITINERARIOS Itinerarios CCCB 2015 - 2016 <b>Besòs. Río metropolitano</b> Itinerario en autocar

✓ Ofereix rutes per la ciutat; el punt de trobada és el propi museu

### LLIBRERIA CALDERS

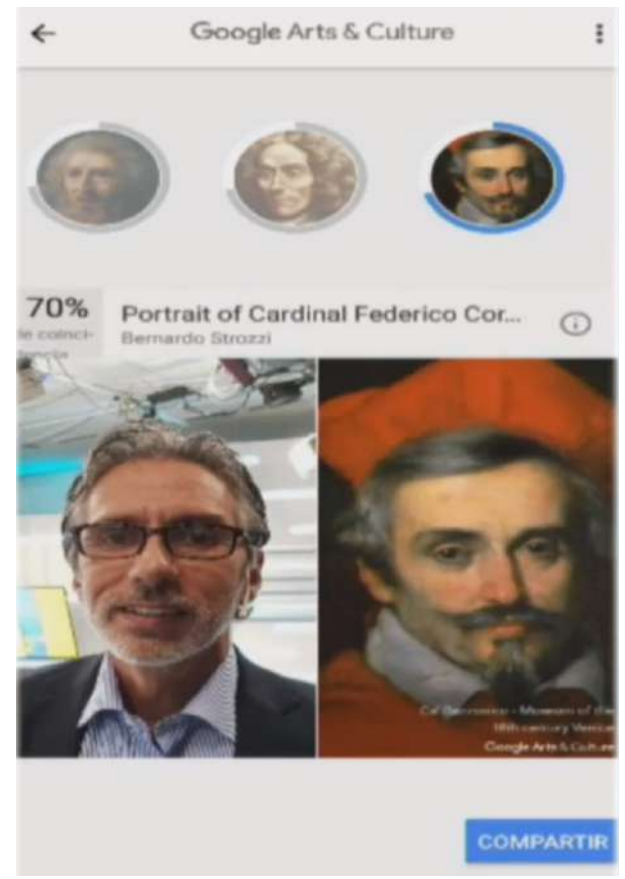
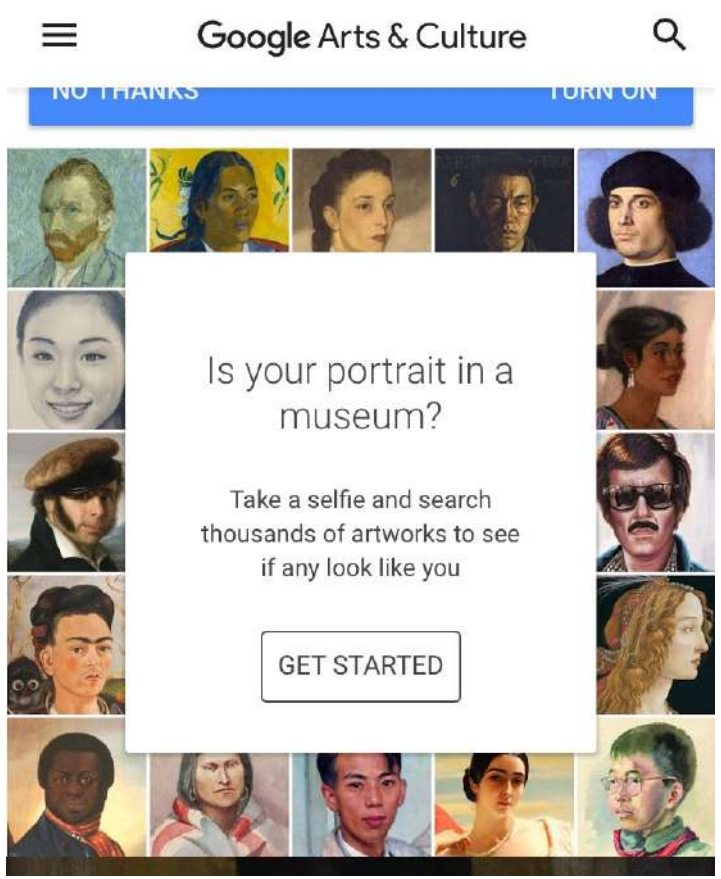


✓ Moltes llibreries van més enllà de la venda de llibres  
(Coworking, música, cafeteria... Experiència cultural holística)



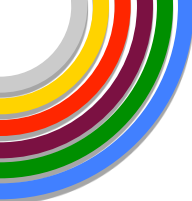
# V. Noves estratègies ComCult

## GOOGLE ARTS & SELFIES



# Transmèdia

**La força de la transformació digital**



# V. Noves estratègies ComCult



## MUSEO NACIONAL DEL PRADO

**Spotify**

MUSEO NACIONAL DEL PRADO

USUARIO Museo Nacional del Prado

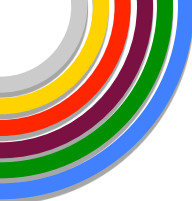
ABRIR EN SPOTIFY

PLAYLISTS PÚBLICAS

- La cabalgata de los encantados - Museo Nacional del Prado
- Menú a la carta. Picnic naturalezas muertas. Julio... - Museo Nacional del Prado
- Fiestas y banquetes que no te debes perder... - Museo Nacional del Prado
- Zona VIP. Ángel Carmona. Radio3 - Museo Nacional del Prado
- Un cuento de hadas. Virginia Díaz. Radio3 - Museo Nacional del Prado
- Tiempo de fábulas. Los Mitos y los Dioses. Elena... - Museo Nacional del Prado

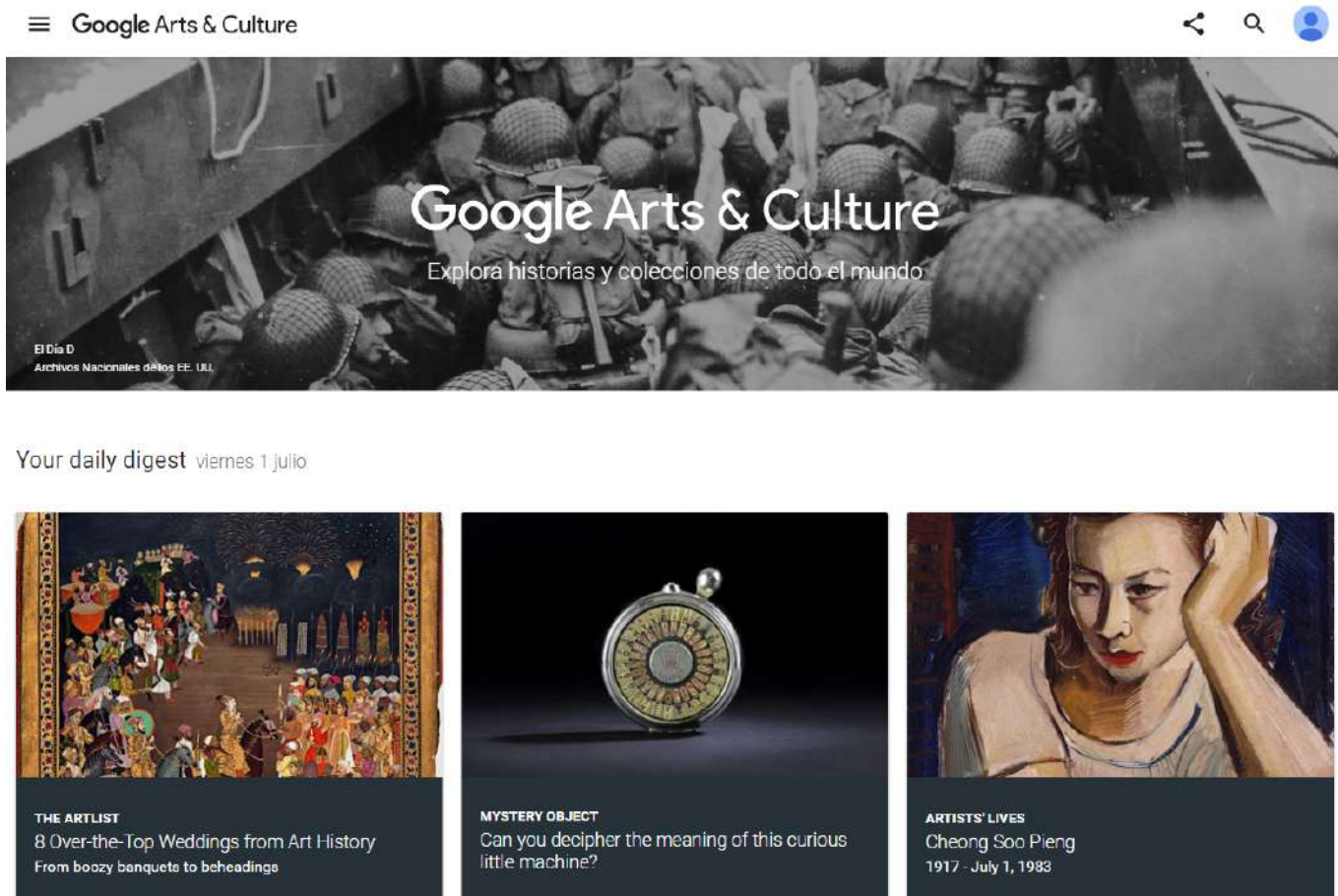


# radio 3

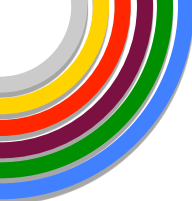


# V. Noves estratègies ComCult

## GOOGLE ARTS & CULTURE



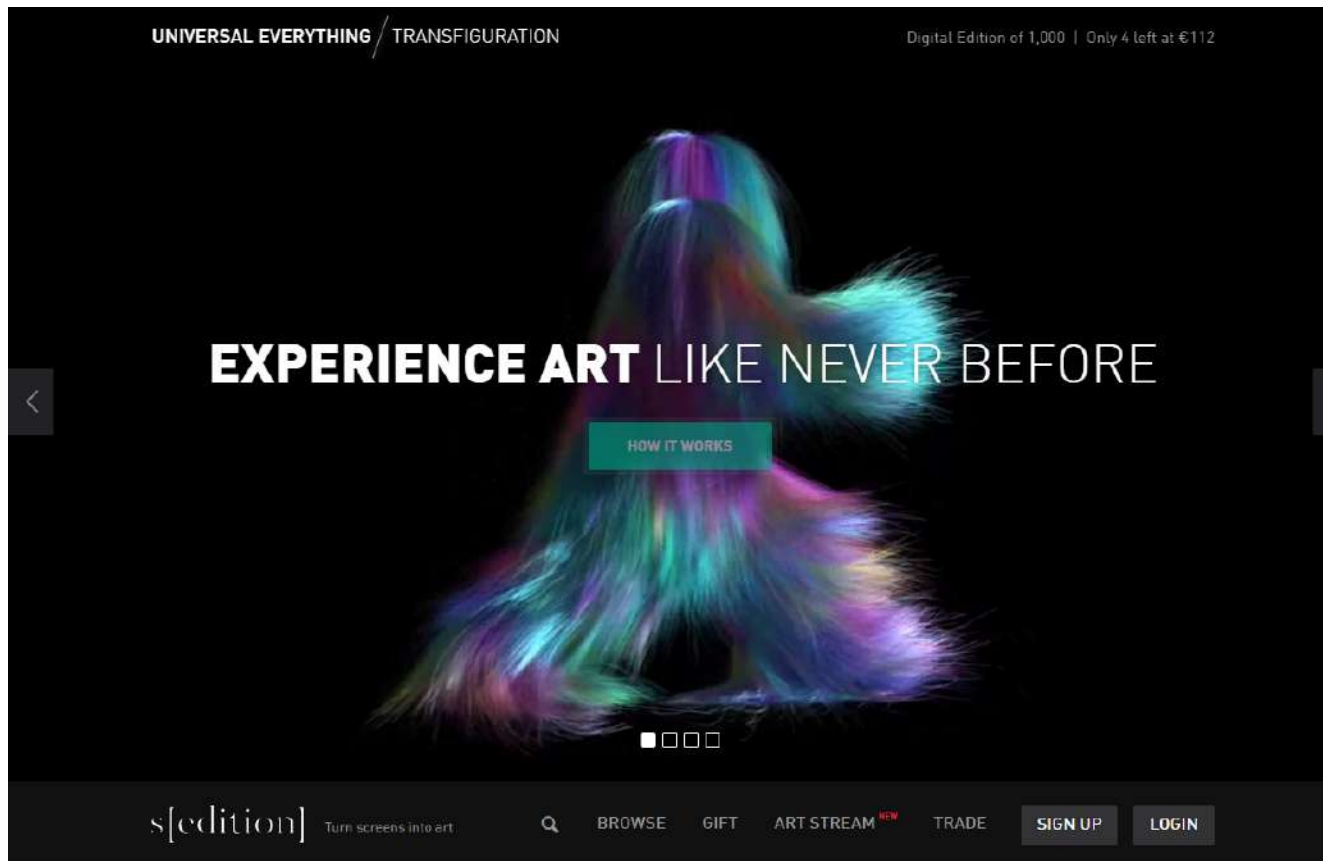
Ens permet explorar obres d'art de més de 850 museus



# V. Noves estratègies ComCult



## S EDITION



### FEATURED ARTWORKS

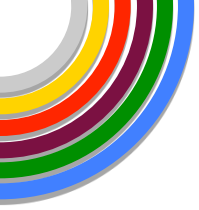
[All featured artworks >](#)

Obres d'art que només es poden gaudir on-line. Artistes com Damien Hirst



**#sdecomcult**



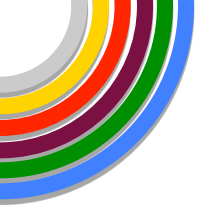


## V. Noves estratègies ComCult

### SECRET CINEMA

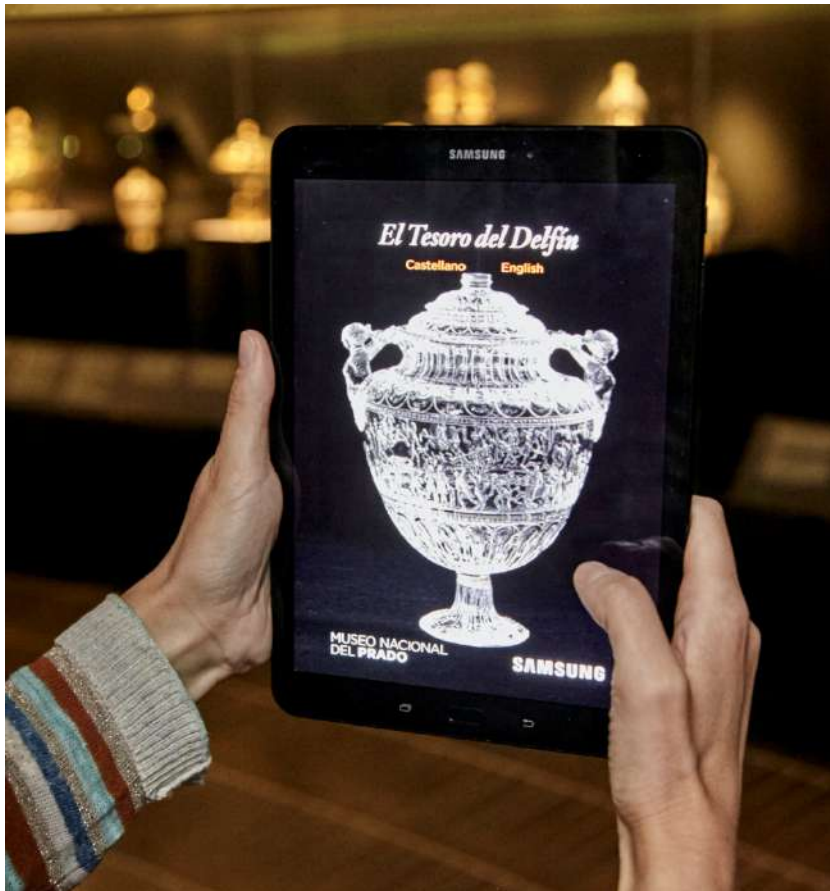


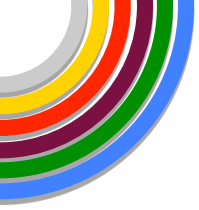
Sala de Londres que ofereix experiències transmediades secretes (ex. “Cadena perpètua” a la presó després d’embenar els ulls i treure les pertinències)



# V. Noves estratègies ComCult

## EXPOSICIÓ 'TESORO DEL DELFÍN' – MUSEO DEL PRADO

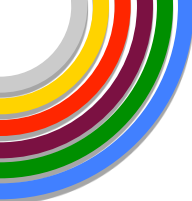




# V. Noves estratègies ComCult

## REBLINK – ART GALLERY OF ONTARIO





## V. Noves estratègies ComCult

### GAME OF THRONES EXIBICIÓ ITINERANT

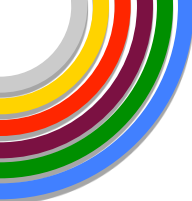


Llibres + sèrie + exposició itinerant + cosplay

# Street màrqueting

**L'espai públic com a canal de comunicació**

“Redescobreix la ciutat”



# V. Noves estratègies ComCult

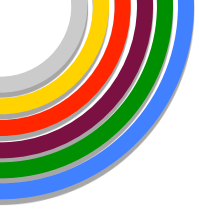


## MARIA CANALS



### “Toca’m, sóc teu” Portem el piano a tots el racons de la ciutat

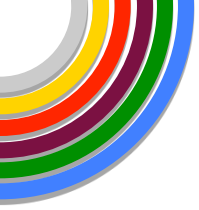




# V. Noves estratègies ComCult

## MUSEO BELLAS ARTES DE BILBAO



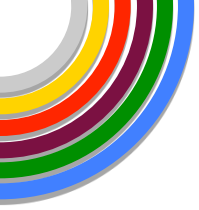


# V. Noves estratègies ComCult

## BIBLIOMETRO



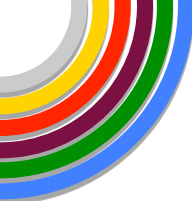




# V. Noves estratègies ComCult

## MUSEO ESCULTURA VALLADOLID

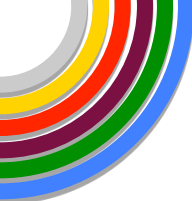




# V. Noves estratègies ComCult

## VANCOUVER SCIENCE WORLD MUSEUM

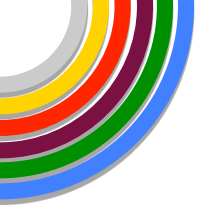




# V. Noves estratègies ComCult

## RIJKSMUSEUM – THE NIGHT WATCH

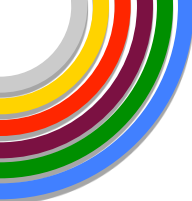




## V. Noves estratègies ComCult

### MUSEU HEINEKEN – THE BOTTLE WITH A MISSION

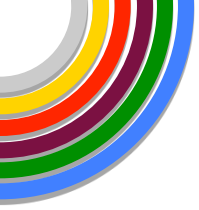




# V. Noves estratègies ComCult

## NATIONAL GEOGRAPHIC MUSEUM

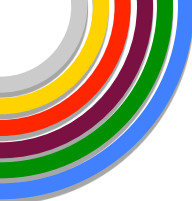




# V. Noves estratègies ComCult

## #IKEAENELMUSEO

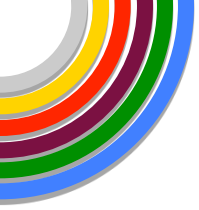




# V. Noves estratègies ComCult

## HAN SOLO: UNA HISTORIA DE STAR WARS





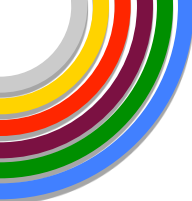
## V. Noves estratègies ComCult



# Open

## Cap a la cultura oberta



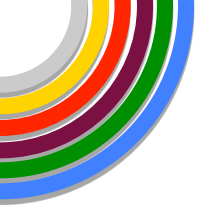


## V. Noves estratègies ComCult

### GRAN TEATRE DE LICEU



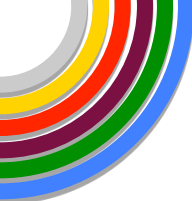
L'arxiu del Liceu – 50.000 documents, dels quals 30% disponibles al web - és únic a l'estat i excepcional a tot el món. **Un dels quatre únics arxius que es conserven íntegrament, juntament amb el de San Carlo, el Covent Garden i l'Escala de Milà.**



## V. Noves estratègies ComCult

# EL BULLILAB – FERRAN ADRIÀ



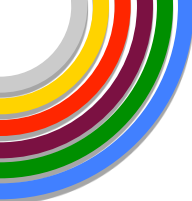


## V. Noves estratègies ComCult

### TATE MODERN



Tota la col·lecció de la Tate està disponible a GitHub (open data).  
Experiència **Hack the Space**: acampar al museu durant la nit i fer peça creativa de data (guanyador – data Ai Weiwei dels 5mil morts terratrèmol)

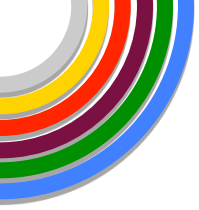


## V. Noves estratègies ComCult

# THE SMITHSONIAN COOPER-HEWITT



Comparteix també col·leccions a Github; 3D scan data de la mansió d'Andrew Carnegie per als makers; codi font "Cooper Hewitt" en obert per a dissenyadors.



## V. Noves estratègies ComCult

# WELLCOME COLLECTION



Museu dedicat a la relació medicina-art i cultura. Comparteix més de 100.000 imatges d'obres d'art que es poden usar lliurement sense finalitat comercial.

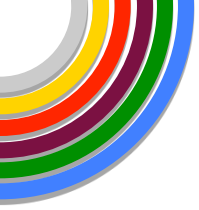
# Immersiu

De l'storytelling a l'storyliving

# EMP MUSEUM



- ✓ Museu del pop i rock'n'roll a Seattle dissenyat per Frank Gehry
- ✓ A través de simuladors i realitat augmentada et fa sentir una estrella del rock



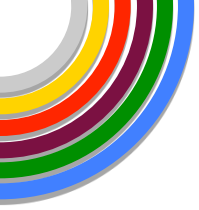
## V. Noves estratègies ComCult

# THE HEINEKEN EXPERIENCE



**“We are not a museum, we are an experience”**

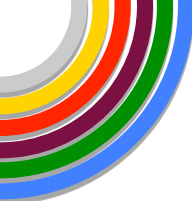




# ALAMO DRAFTHOUSE



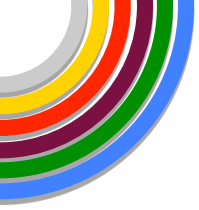
Projecció de la pel·lícula Jaws d'Spielberg amb el públic dins un llac damunt de flotadors gegants per cadena EUA Alamo Drafthouse



# V. Noves estratègies ComCult

## EDIBLE CINEMA

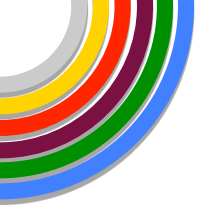




# V. Noves estratègies ComCult

## MUSEO NACIONAL THYSSEN-BORNEMISZA





# V. Noves estratègies ComCult



## MORI BUILDING DIGITAL ART MUSEUM



# Campanyes virals

**Fes que tothom en parli**

### CAMPANYES VIRALS

## Les 7 claus de l'èxit:

**1.POSICIONA'T:** T'has de comprometre; emociona

**2.SORPRÈN:** Sigues original

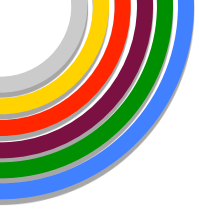
**3.MIRA:** Usa suport audiovisual

**4.ATRAU:** No t'anunciïs, fes que vinguin

**5.EXPLICA 1 HISTÒRIA:** Oblida't del producte, explica el benefici

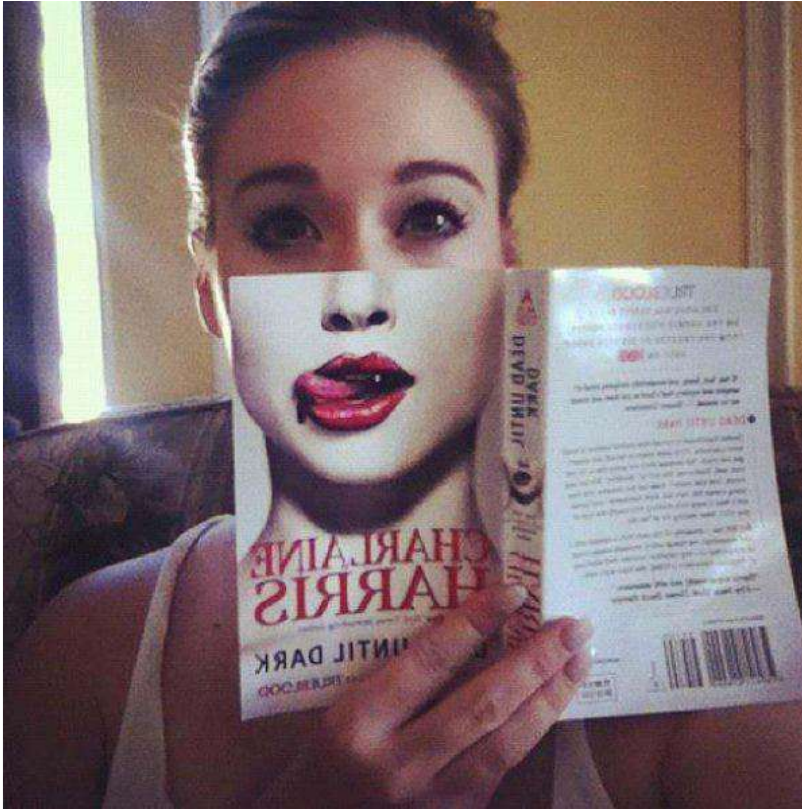
**6.LLIBERTAT:** permet compartir, comentar, accedir, discrepar

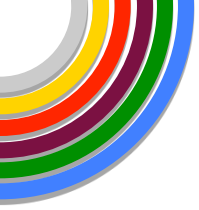
**7.CALL TO ACTION:** no oblidis l'objectiu final, genera conversió



# V. Noves estratègies ComCult

## #BOOKFACE





# V. Noves estratègies ComCult

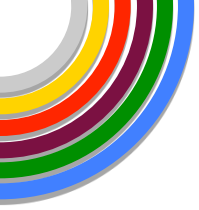
## BOOKTUBERS



June Book Haul + #bookshopcrawl

booksandquills · 34,438 views

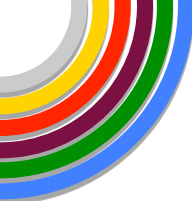




# V. Noves estratègies ComCult

## ESCUELA ARTE MUSEO SAO PAULO

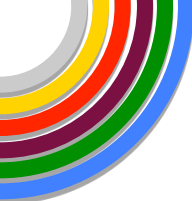




# V. Noves estratègies ComCult

## GETTY CENTER EN LOS ÁNGELES

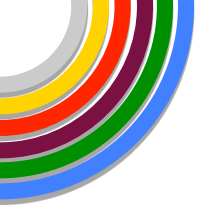




# V. Noves estratègies ComCult

## FESTIVAL MOT - BOOKCROSSING

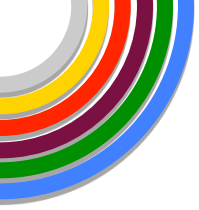




# V. Noves estratègies ComCult

## BOOKS ON THE UNDERGROUND PROJECT





## V. Noves estratègies ComCult

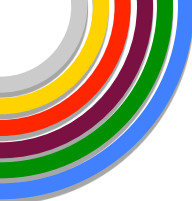
### BEYONCÉ, JAYZ I EL MUSÉE DU LOUVRE



El darrer videoclip de la parella, gravat al Louvre i vist 56 milions de vegades

# L'art de l'efímer

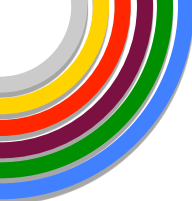
**Sorprèn-me, fes que sigui únic i breu**



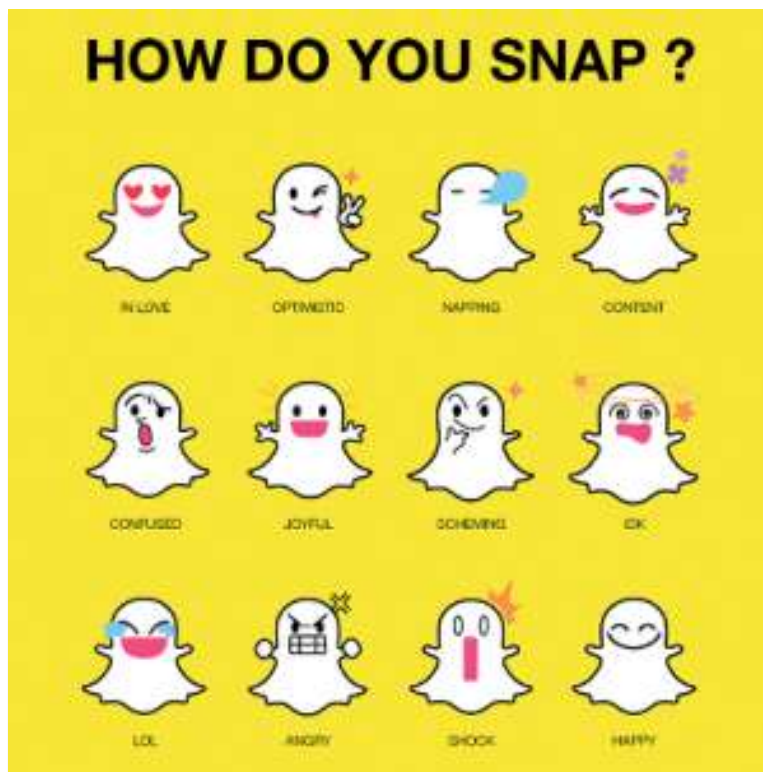
## IV. Noves estratègies Comcult

# L'art de l'efímer

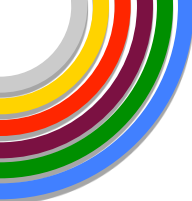




# V. Noves estratègies ComCult

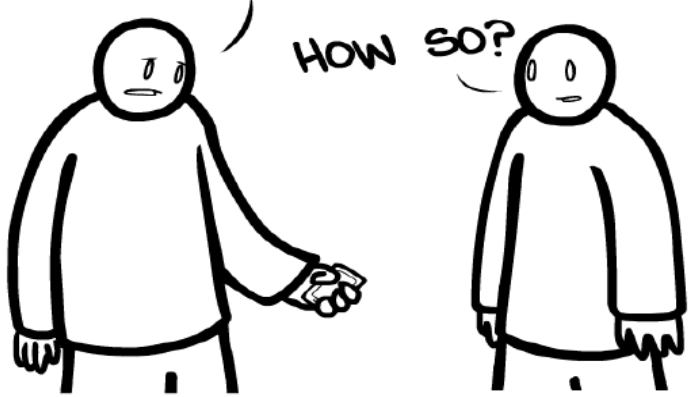




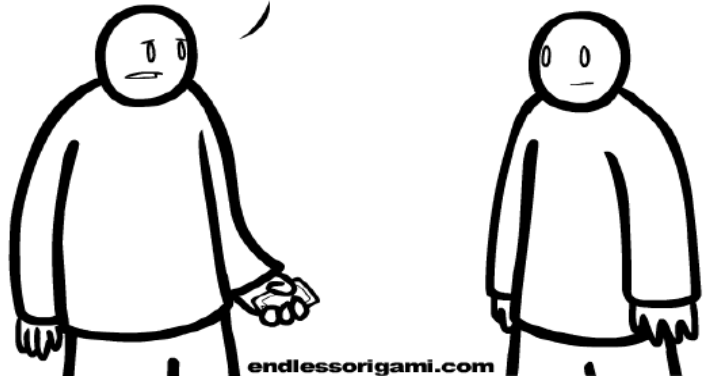


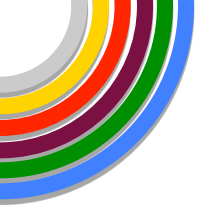
# V. Noves estratègies ComCult

SNAPCHAT HAS RUINED ME...



I CAN'T LAST LONGER THAN 10 SECONDS ANYMORE





# V. Noves estratègies ComCult

## CASA BATLLÓ



# V. Noves estratègies ComCult

## VIZCAYA MUSEUM & GARDEN



**VIZCAYA MUSEUM & GARDENS**

**Vizcaya Museum and Gardens**  
Te gusta esta página · 27 de mayo · Editado ·

Live in the moment with us and check us out on #Snapchat: VizcayaMuseum

Me gusta · Comentar · Compartir

27 · Orden cronológico

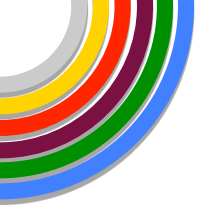
**Sanja Jovanovic** I love you, but this photo is horrible.. 😞  
Me gusta · Responder · 9 de junio a las 20:06

**Vizcaya Museum and Gardens** It's actually a Snapcode, so you can scan it and find us on Snapchat. We'll be putting back the regular logo shortly.  
Me gusta · Responder · 1 - 10 de junio a las 19:22

**Eliane Rissatto Rodrigues** Hi! I'm not receiving any snapchats from your account!! What's happening ?? Send news from Vizcaya! I miss this place so much!  
Me gusta · Responder · 11 de junio a las 21:25

**Vizcaya Museum and Gardens** Glad to see you're interested! Stay tuned and you'll see more snaps coming through soon. If there's anything in particular that you want to see, let us know! ❤️  
Me gusta · Responder · 13 de junio a las 14:25

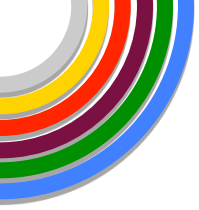
Escribe un comentario...



# V. Noves estratègies ComCult

## BANKSY

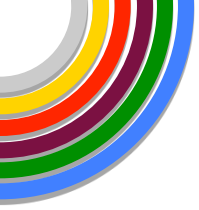




# V. Noves estratègies ComCult

## PRADA – 24h MUSEUM



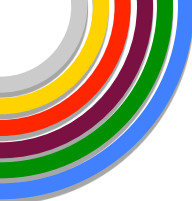


# V. Noves estratègies ComCult

## NOTODOFILMFEST

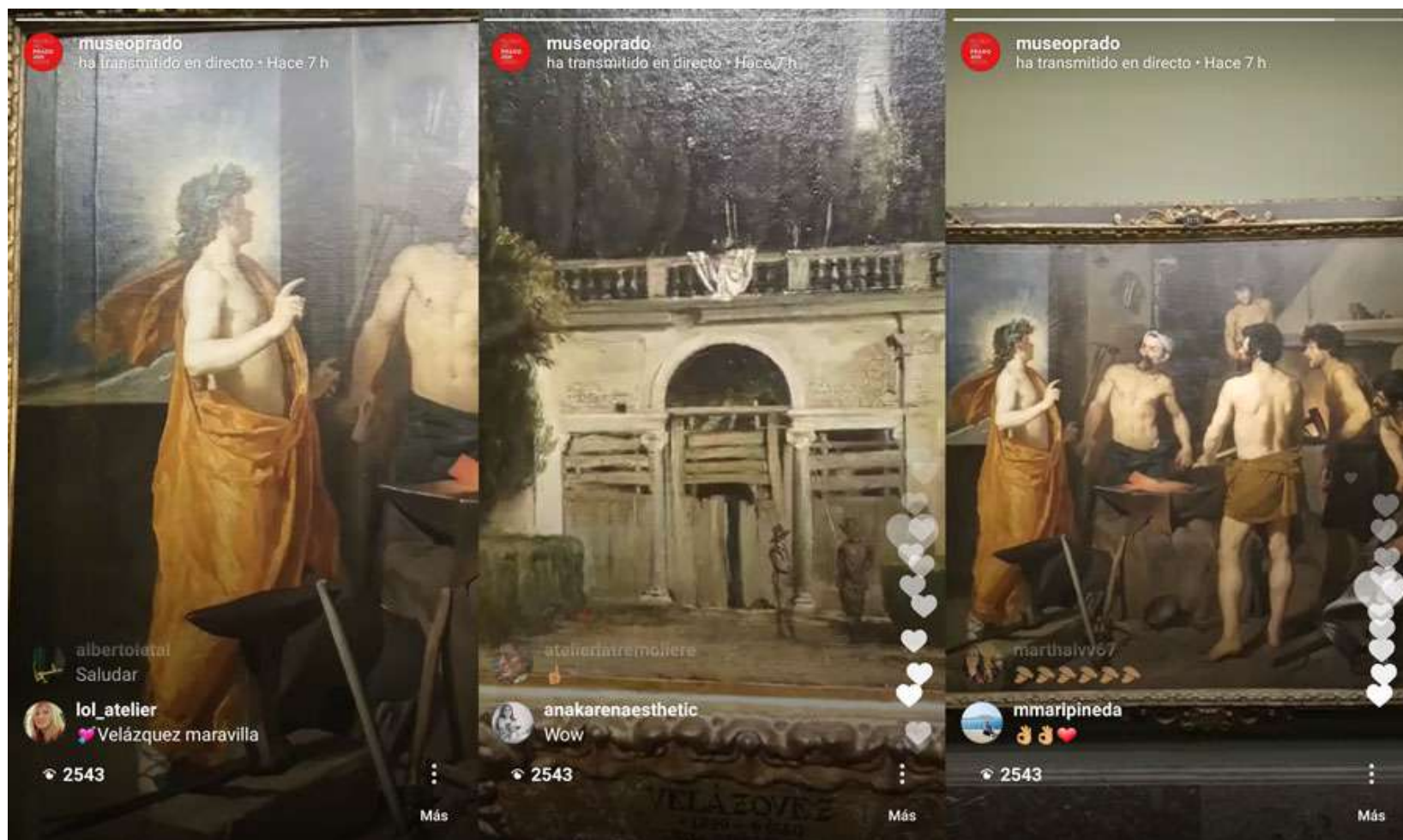


Autocine al semàfor de 30 segons



# V. Noves estratègies ComCult

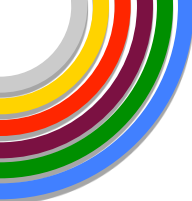
## MUSEO DEL PRADO A INSTAGRAM



# Ludificació (gaming)

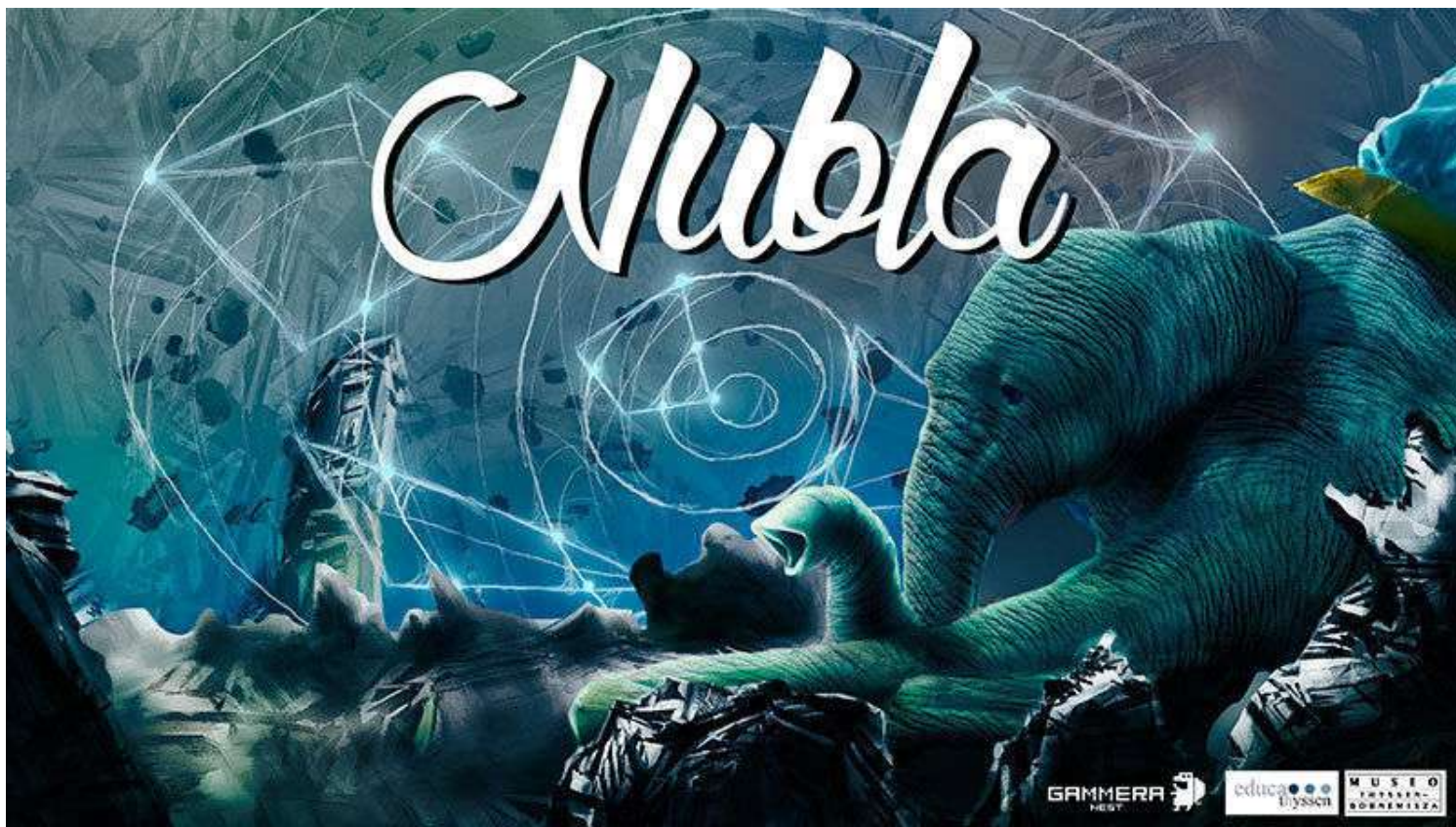
L'homo ludens



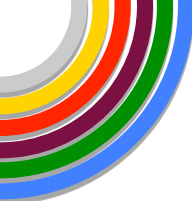


# V. Noves estratègies ComCult

## NUBLA - MUSEU THYSSEN-BORNEMISZA



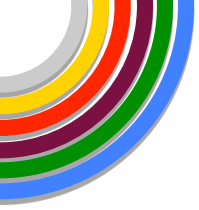
Videojoc amb Playstation i Museu Thyssen per oferir viatge per les obres d'art



# V. Noves estratègies ComCult

## MoMA – ART LAB IPAD

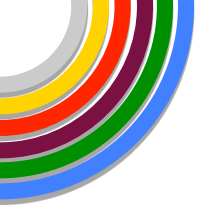




# V. Noves estratègies ComCult

## MUSEÉ LOUVRE & NINTENDO 3DS





# V. Noves estratègies ComCult

## VISITA CARLSBERG



# V. Noves estratègies ComCult

## COLDPLAY – HIDDEN LYRICS



Following

OCEANS: Found in (the reputedly haunted) Dartford Library, Kent, UK in Emily Brontë's Wuthering Heights. #lyricshunt  
[pic.twitter.com/smtY65m4Zp](https://pic.twitter.com/smtY65m4Zp)

Reply Retweet Favorite More

Oceans

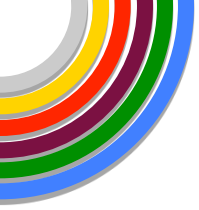
wait for your call, Love  
the call have come  
Ready to fall up  
Ready to climb  
And I'm ready for it all, Love  
Ready for the pain  
meet me, Sun and  
meet me, again  
in the rain  
in the rain

betwixt the walls, Love  
I'm trying to change  
but I'm ready for it all, Love  
I'm ready for the change  
meet me in blue sky  
meet me, again  
in the rain  
in the rain  
in the rain

You've got to find yourself alone in this world  
You've got to find yourself alone

A sky full of stars

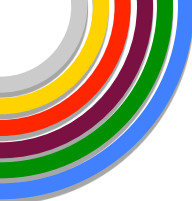
'cause you're a sky, 'cause you're a sky full of stars  
I'm gonna give you my heart  
'cause you're a sky, 'cause you're a sky full of stars  
'cause you light up the path of stars  
And I don't care, go on and tear me apart  
I don't care if you do  
'cause in a sky, 'cause in a sky full of stars  
I think I saw you



# V. Noves estratègies ComCult

## VIVEZ VERSAILLES

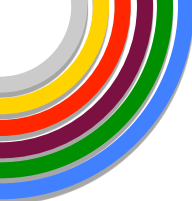




## V. Noves estratègies ComCult

### MUSEU EPISCOPAL DE VIC – VICUS UNA CIUTAT EN JOC





# V. Noves estratègies ComCult

## NEW YORK PUBLIC LIBRARY – FIND THE FUTURE





# MOLTES GRÀCIES!

**Cristina Salvador Branera**

[Cristina.salvador@oportada.com](mailto:Cristina.salvador@oportada.com)

[@csalvadorb](#) [@aPortadaCat](#)

[www.oportada.com](http://www.oportada.com)

**VI.**

**Taula de periodistes culturals**



## VI. Taula de periodistes culturals

- Nacho Orovio. Cap secció cultura. **La Vanguardia**
- Esteve Plantada. Cap secció cultura. **NacióDigital**
- Anna Pérez-Pagès. Directora Àrtic. **Betevé**
- Clàudia Rius. Redactora. **Núvol**

## SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Tel. 935.565.199

[sde.icec@gencat.cat](mailto:sde.icec@gencat.cat)

[www.sde.cultura.gencat.cat](http://www.sde.cultura.gencat.cat)

---