



Repensar la comunicació cultural

Visibilitat, reputació, influència

Cristina Salvador, fundadora BOTH

@sdeicec @cultura_cat
@_crissalvador @weaare_both
www.weareboth.com

#sdecomcult

9 de juliol de
2019

I.

La comunicació i el màrqueting cultural avui

QUÈ ÉS EL MÀRQUETING?

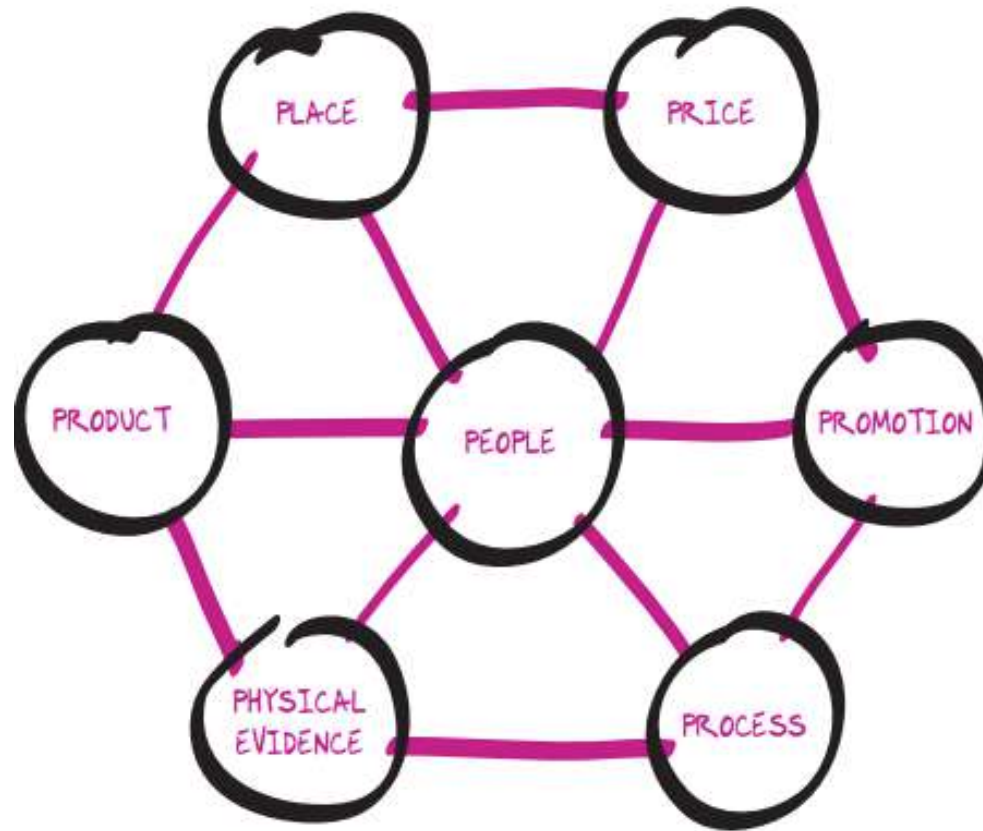
- Segons **Kotler**, el màrqueting és l'activitat humana dirigida a satisfer necessitats i desitjos a través del procés d'intercanvi.
- Segons **Colbert**, el màrqueting de les empreses culturals és l'art d'identificar els segments de mercat susceptibles d'interessar-se pel producte, ajustant a aquest les variables de la composició comercial per tal de posar el producte en contacte amb un nombre suficient de consumidors i, d'aquesta manera, aconseguir els objectius corresponents a la missió de l'empresa.

- **Orientació a la producció**
 - demanda major que l'oferta: tot el que es produeix es ven
- **Orientació al producte**
 - demanda similar a l'oferta, si el producte és bo es vendrà
- **Orientació a la venda**
 - oferta major que la demanda, inducció a la compra encara que no es necessiti
- **Orientació al màrqueting**
 - oferta major que demanda, la base és el q necessita el consumidor
- **Orientació a la comunicació**
 - oferta major que demanda, cal empatitzar amb el consumidor i sintonitzar amb valors. El consumidor s'ha d'identificar amb producte

LES 4Ps... PRODUCT- PRICE - PLACEMENT - PROMOTION

- **Producte**
Qualitat, identitat, percepcions... Servei, idea, producte, bé físic...
- **Preu**
De premium a basic; ofertes, condicions i restriccions, abonaments,...
- **Distribució**
Canals escollits per vendre el producte
- **Promoció**
Estratègies de comunicació per donar a conèixer l'existència i identitat del producte, per arribar al consumidor amb missatges racionals i emocionals. Construcció de valor i percepció de marca

La revolució de les Ps



NECESSITAT (insight)	<ul style="list-style-type: none"> • El nostre producte respon a una necessitat real de la ciutadania? • hi ha algun fet real al mercat que ens garanteixi la nostra viabilitat?
BENEFICI (objectiu)	<ul style="list-style-type: none"> • Què aporta el nostre producte? • Quin valor de consum té? • Què guanya el país / la cultura amb el producte?
PROJECTE (estratègia)	<ul style="list-style-type: none"> • En què consisteix el nostre projecte? • Quina estratègia hi ha al darrera?



**Coneixem el nostres públics?
El seu dia a dia?
Les necessitats i tendències?
En què els podem ajudar?**



EXERCICI

- ESCULL UN PROJECTE

Defineix...

- Com és el teu públic?
- Quin és el seu dia a dia?
- Quins "pains" té?
- Com el pots ajudar? Quina és la teva proposta de valor?
- En quina tendència et sustentas?
- Quin és el teu territori de conversa?

II.

**Com ser notícia als
mitjans de comunicació**



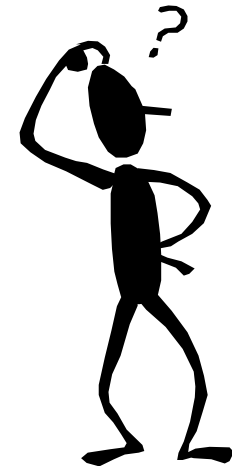
Com ser notícia als mitjans

Què és la comunicació?



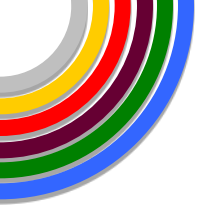
Com ser notícia als mitjans

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



Del missatge unidireccional a la
conversa global.

El missatge es defineix en
l'intercanvi



Com ser notícia als mitjans

**Fes-ho
bé**

**Fes-ho
saber**

RES NO AGRADA TOTHOM

POSICIONAR VOL DIR ESCOLLIR

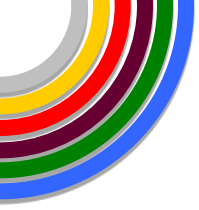
CAL DEFINIR BÉ EL PRODUCTE I TROBAR
L'ELEMENT DIFERENCIADOR,
AQUELL QUE ENS APORTARÀ
L'AVANTATGE COMPETITIVA

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

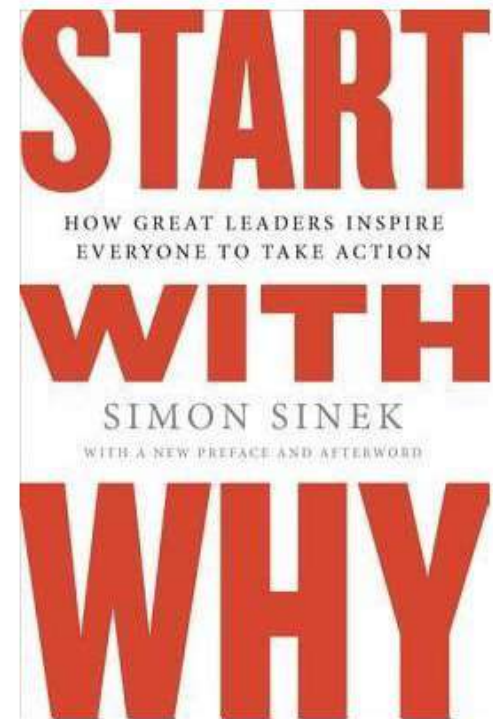
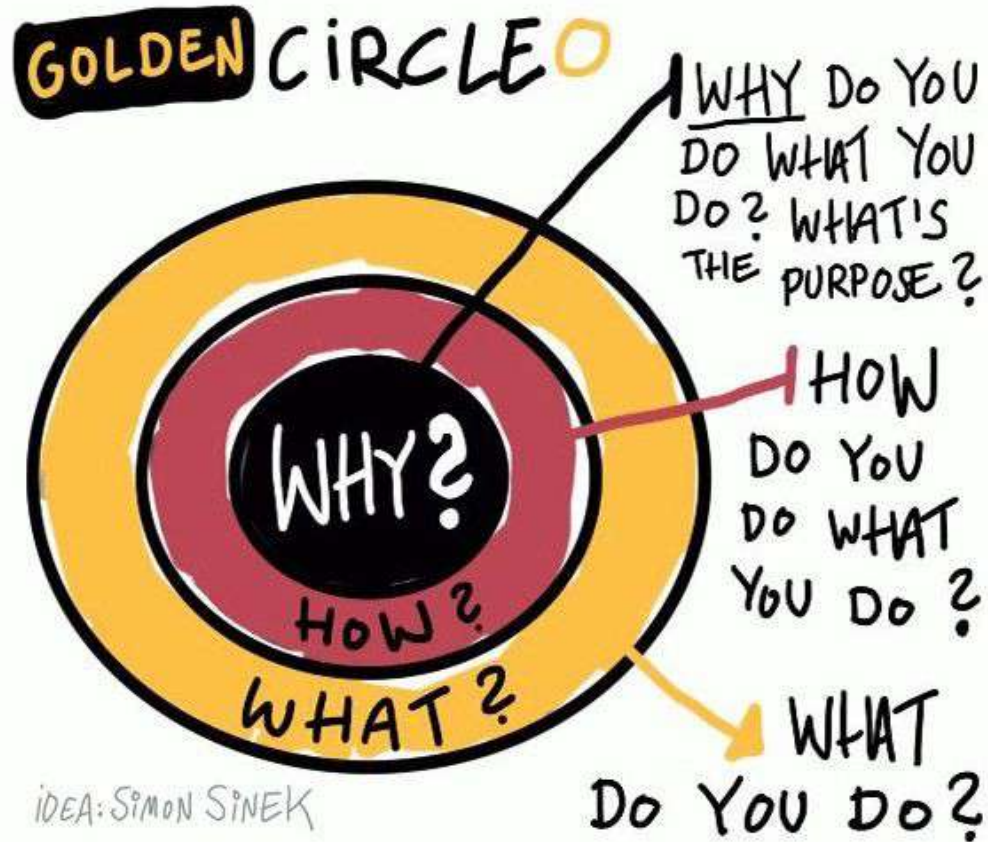


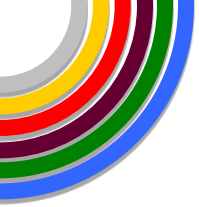
Com ser notícia als mitjans

I tu, saps qui ets?



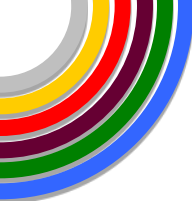
Com ser notícia als mitjans





Com ser notícia als mitjans





EXERCICI

Comparteix el teu propòsit





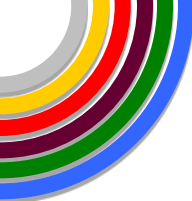
Com ser notícia als mitjans

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**

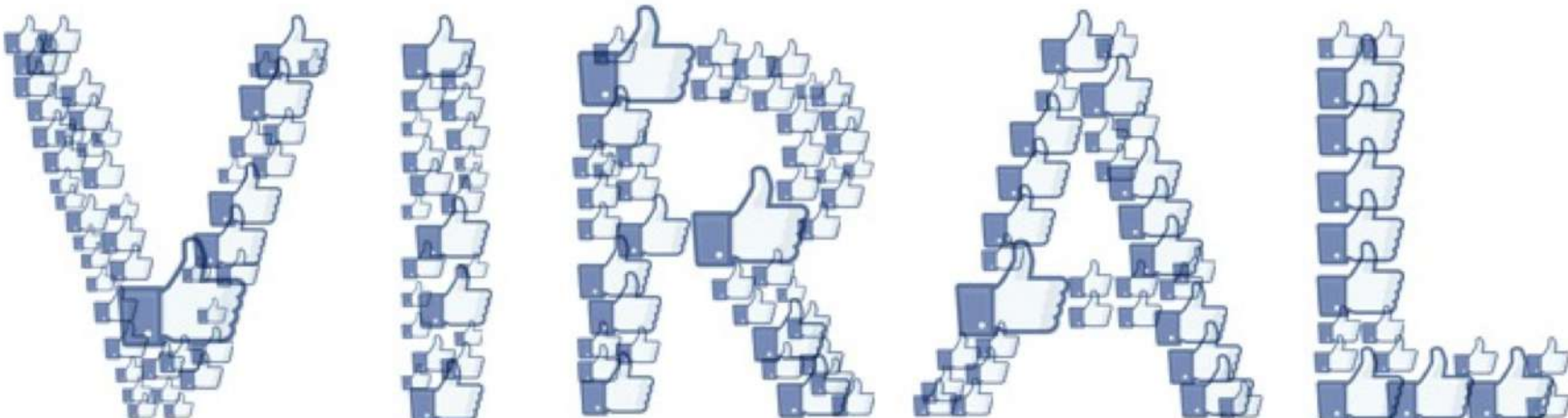


Com ser notícia als mitjans

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



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**

El mapa de públics

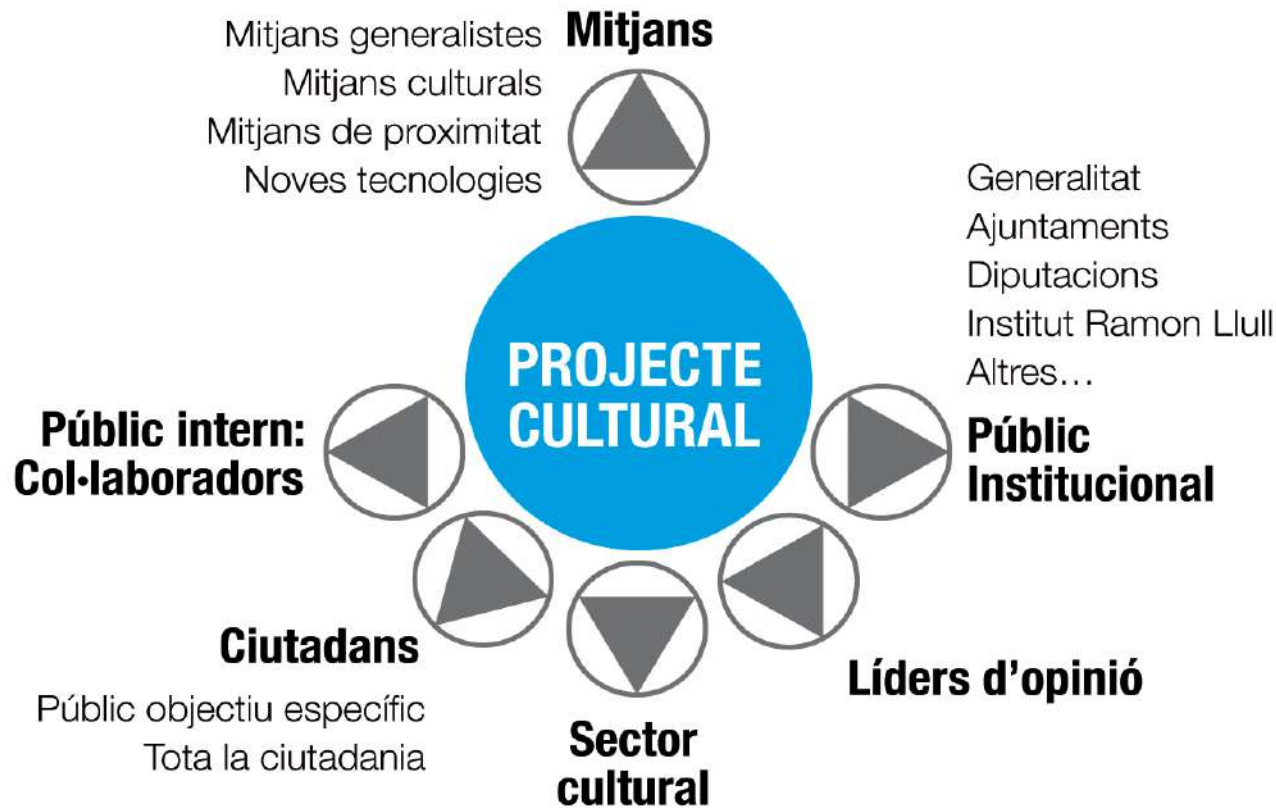
Cal identificar el públic al qual ens adrecem o que volem atraure en funció del producte que tenim:

- Específic (gènere)
- Local / proximitat
- Habitual
- Edat específica (nadons)
- Tots públics
- Global
- Esporàdic
- De 0 a 100 anys

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.

El mapa de públics



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



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.

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



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**

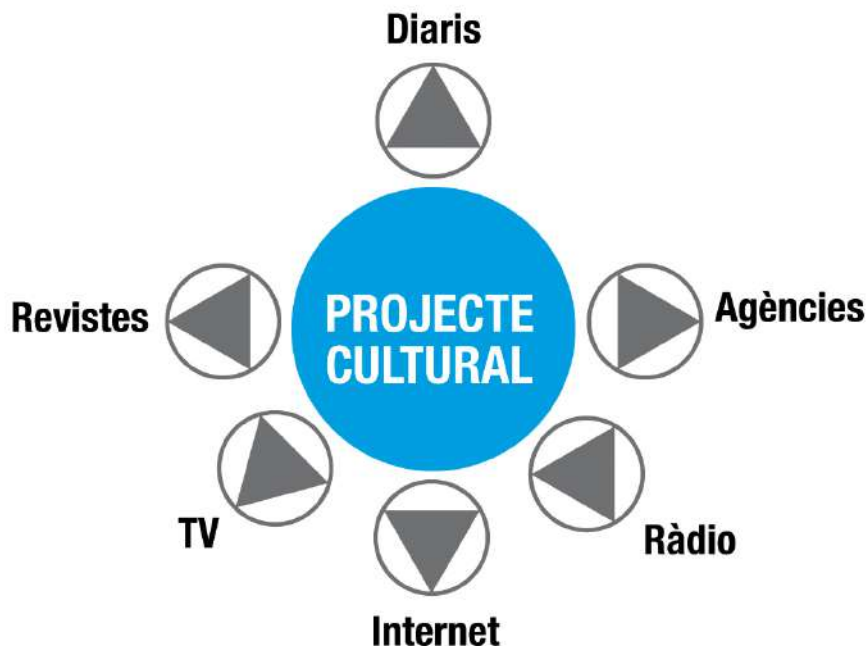


PRÀCTIQUES INCORRECTES

- **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**

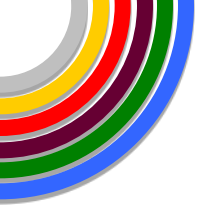
Com ser notícia als mitjans

Mitjans de comunicació



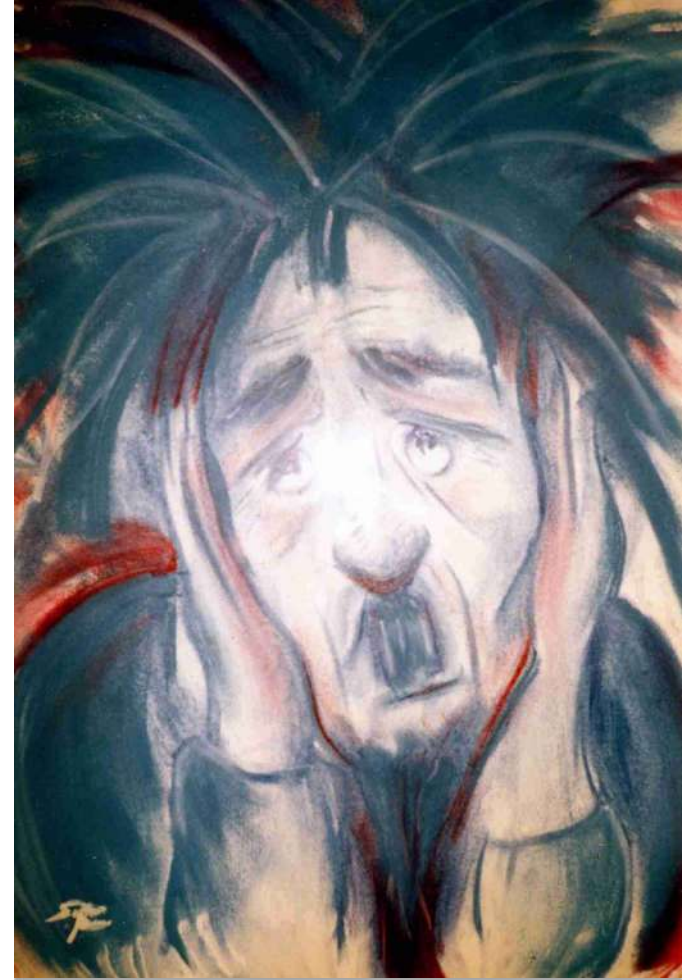
Versió on-line dels mitjans tradicionals
(TV, Ràdio, premsa...)

Mitjans exclusivament digitals,
xarxes socials, blogs...



Com ser notícia als mitjans

Com han canviat els 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



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



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

Redaccions multimèdia

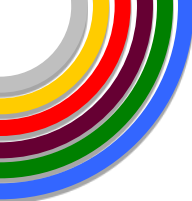
- **Economització recursos = Obligació a la immediatesa**
- Dificultat per contrastar la informació, verificar les fonts
- Periodistes són gestors de continguts, fotògrafs, càmeres...

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

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

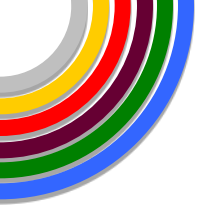
✓ **NO ES DÓNA VALOR AL FET DIFERENCIAL: LA CAPACITAT DE PRESCRIPCIÓ I GENERACIÓ D'OPINIÓ**





Com ser notícia als mitjans





Com ser notícia als mitjans



Com ser notícia als mitjans

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

Les notícies a Internet es llegeixen diferent:

➤ **Nou llenguatge**

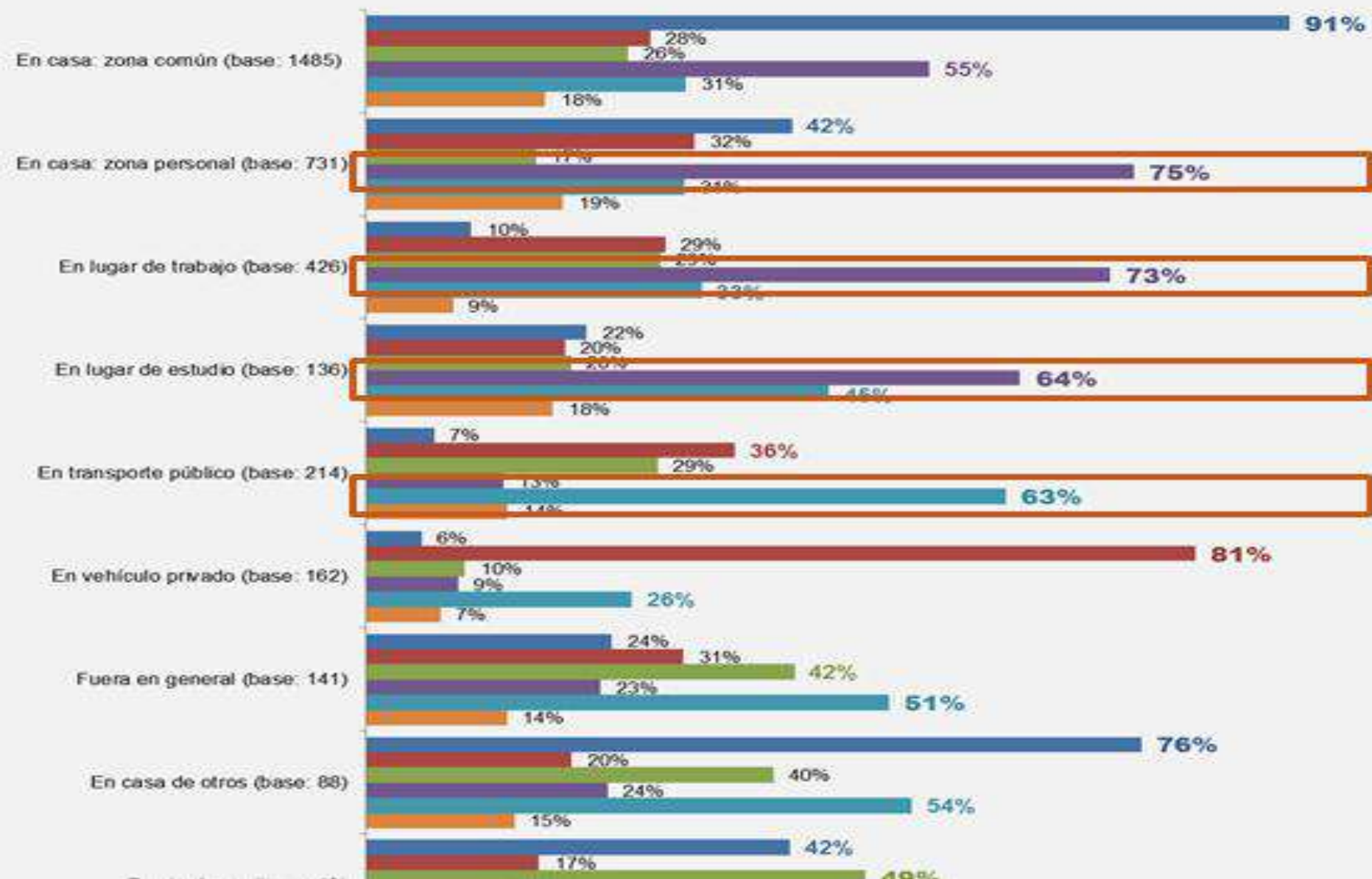




Uso de soportes según lugar de consumo

ENTRE USUARIOS DE NOTICIAS ONLINE EN ESPAÑA

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

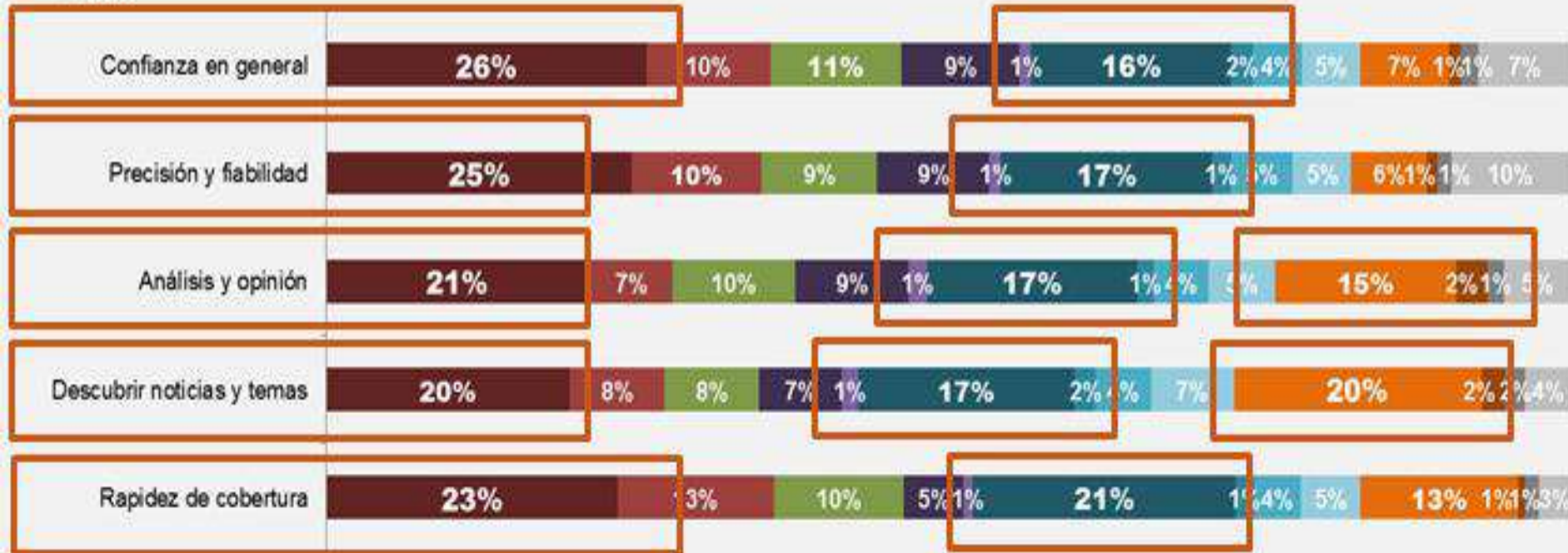




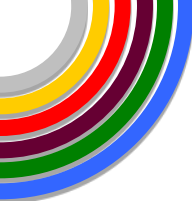
Soporte preferido para informarse según finalidad

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

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



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

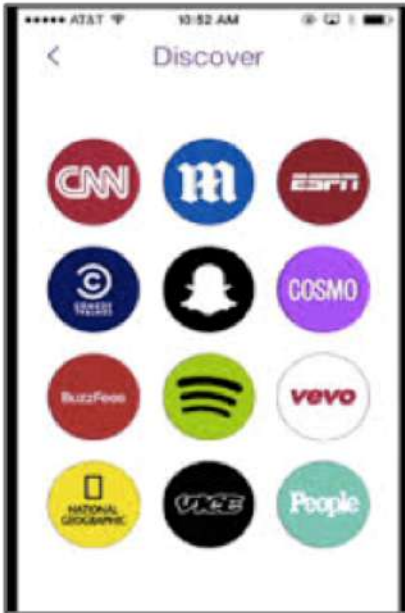


Omni-Channel Marketing in Media

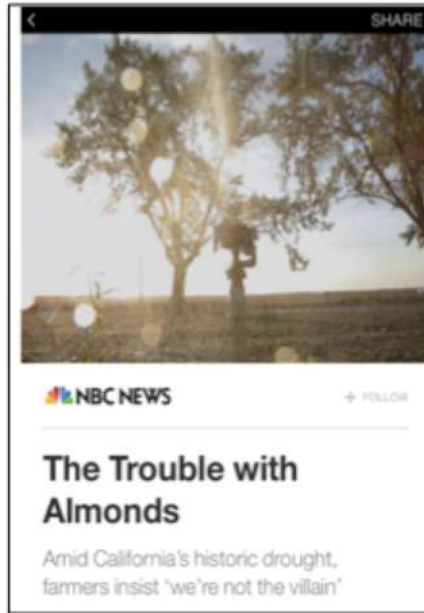




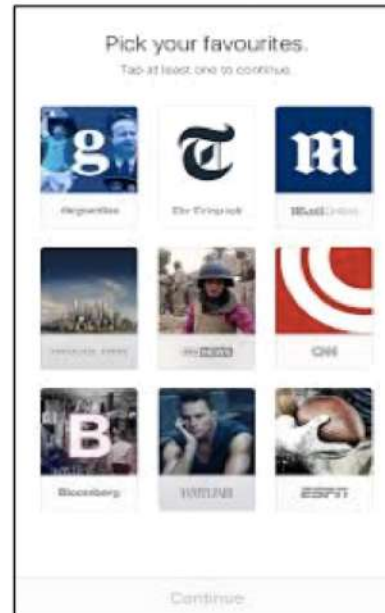
Snapchat Discover (Jan)



Instant Articles (May)

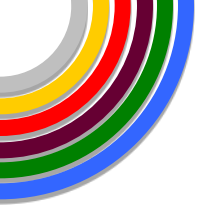


Apple News (Sep)



Twitter Moments (Oct)





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

Microinfluencers de la cultura

WHY MICRO-INFLUENCERS

● **Trusted**

Opinions evoke high degrees of credibility and confidence from friends & followers.

● **Brand Relevant**

High connection with brand, product, and brand-relevant topics.

● **High in Volume**

Exist in greater numbers than mega- or macro- influencers, able to generate content at scale.



● **Are Loyal**

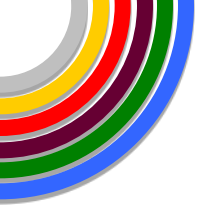
Have existing brand relationship based on purchase history and positive brand affinity.

● **Will Advocate**

Will recommend or publically support brand and products.

● **Have Influence**

Able to drive friends & followers to take a desired action.



Com ser notícia als mitjans

Tu ets el mitjà



El futur dels mitjans

- ✧ Vídeo (upclose, periscope...)
- ✧ Periodisme de dades
- ✧ Online engagement
- ✧ Gap entre públic lector i fullejador de notícies
- ✧ Contingut a xarxes i missatgeria
- ✧ Narració immersiva (360)
- ✧ Realitat virtual i/o augmentada
- ✧ Podcasting
- ✧ Adblocking



Com ser notícia als mitjans

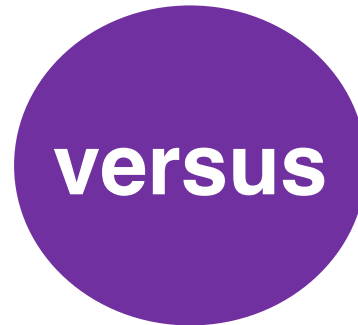
Què és notícia avui?



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

HOW TO SPOT FAKE NEWS

sde

Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura



CONSIDER THE SOURCE

Click away from the story to investigate the site, its mission and its contact info.



READ BEYOND

Headlines can be outrageous in an effort to get clicks. What's the whole story?



CHECK THE AUTHOR

Do a quick search on the author. Are they credible? Are they real?



SUPPORTING SOURCES?

Click on those links. Determine if the info given actually supports the story.



CHECK THE DATE

Reposting old news stories doesn't mean they're relevant to current events.



IS IT A JOKE?

If it is too outlandish, it might be satire. Research the site and author to be sure.



CHECK YOUR BIASES

Consider if your own beliefs could affect your judgement.



ASK THE EXPERTS

Ask a librarian, or consult a fact-checking site.

IFLA

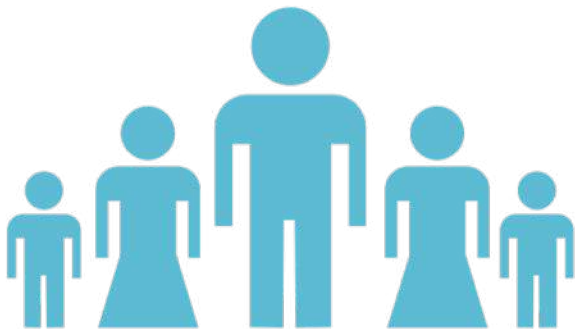
International Federation of Library Associations and Institutions

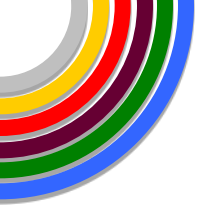
#sdecomcult

III.

**Com són els públics i com hem
de generar comunitat**

Com són els públics? Quines són les tendències clau?





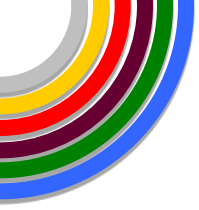
Públics de la cultura i comunitat



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

I WANT TO
~~BELIEVE~~

know



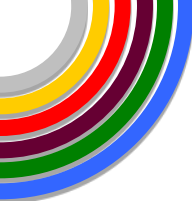
1

Hiper- connectat

8+ Minji

8+ Baxter

8+ Monica



Hiper-connectat



Hiperconnectivitat



Frontera online-offline difosa



Internet de les coses



Tot un món a la butxaca

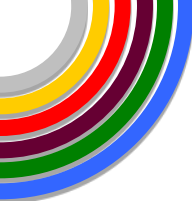


Públics de la cultura i comunitat



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

2. Comprador de temps



Comprador de temps



El món més petit



Immediatesa de *l'online*



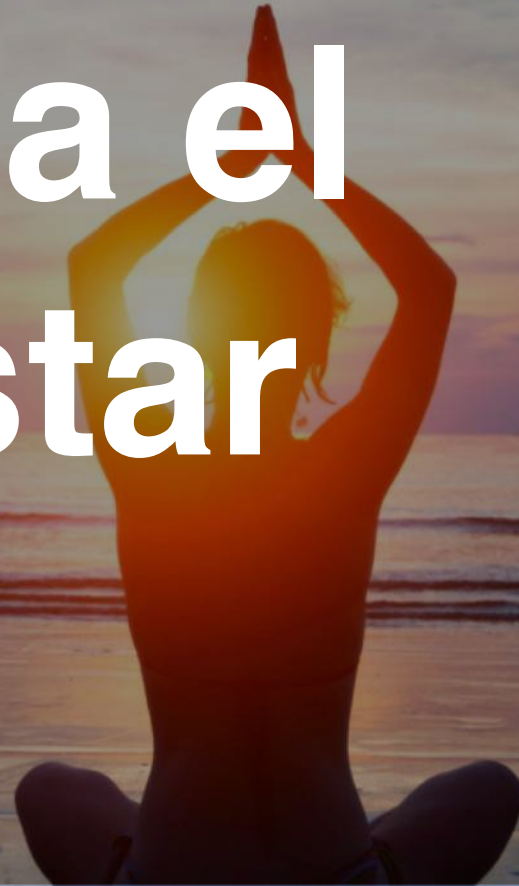
Versatilitat

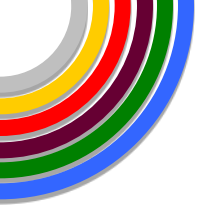


Convenience



3. Anhela el benestar





Anhela el benestar



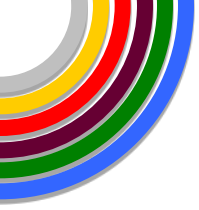
Per combatre hiperconnectivitat



Mindfulness



Parar el món



4. Informat

Informat



Exigència cap a les marques



Comprador expert i influencer



Autenticitat



Transparència



5. Experiències immersives

The background image shows an immersive experience inside a geodesic dome. A large, glowing red planet dominates the upper left portion of the dome's view. The rest of the dome is filled with a starry space scene. In the foreground, several people are silhouetted against the bright light from the dome, looking out at the space scene. One person is standing in the center, while two others are on the right, appearing to be in conversation or looking at something together.

Experiències immersives



Personalitzades, interactives



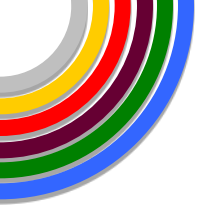
Multidisciplinàries, sensorials



Transmèdia



Tecnològiques



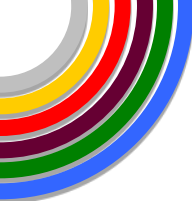
Públics de la cultura i comunitat



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

6 - Creador





El consumidor creador



Hiperpersonalització



Creació democràtica, participació



Intel·ligència col·lectiva



7. Nous escenaris



Nous escenaris



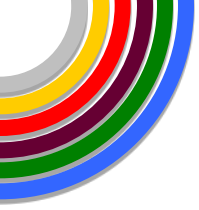
L'espai públic



Hometainment



Món virtual



8. El consumidor responsable



El consumidor responsable



Eco



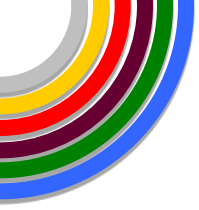
Local



0 Residus, sostenibilitat, economia circular



Sa



Públics de la cultura i comunitat



+ Compromès

FAN

Client

Prova

Conèixer

EL FUNNEL DE
CONVERSIÓ

ncult

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%

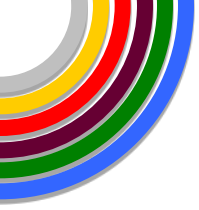
Consum a la carta – NO al compromís a llarg termini

- ✓ 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

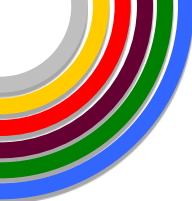
Cal més inversió en comunicació per a la venda individual que per al públic abonat...

Què exigeixen avui els públics?

- ✓ **Accés** – facilitat per a provar
- ✓ **Elecció** – dones llibertat d'escollir?
- ✓ **Influència** – dones protagonisme? Alimentes 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?

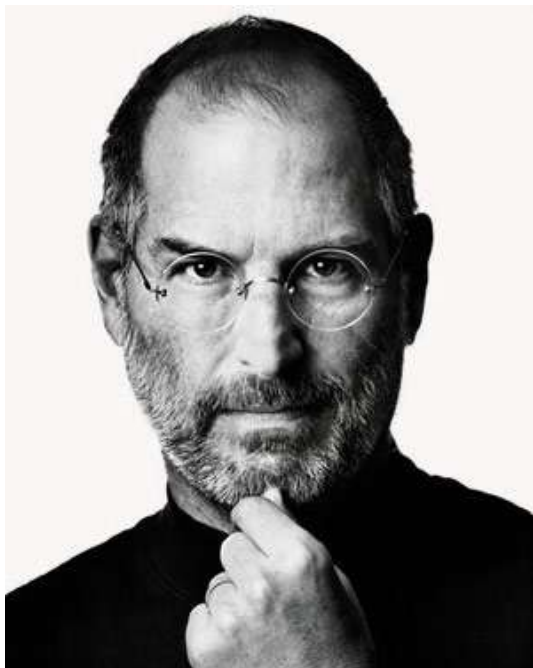


Si fas les coses
igual com
sempre, res no
canviarà..



Preguntar o sorprendre?

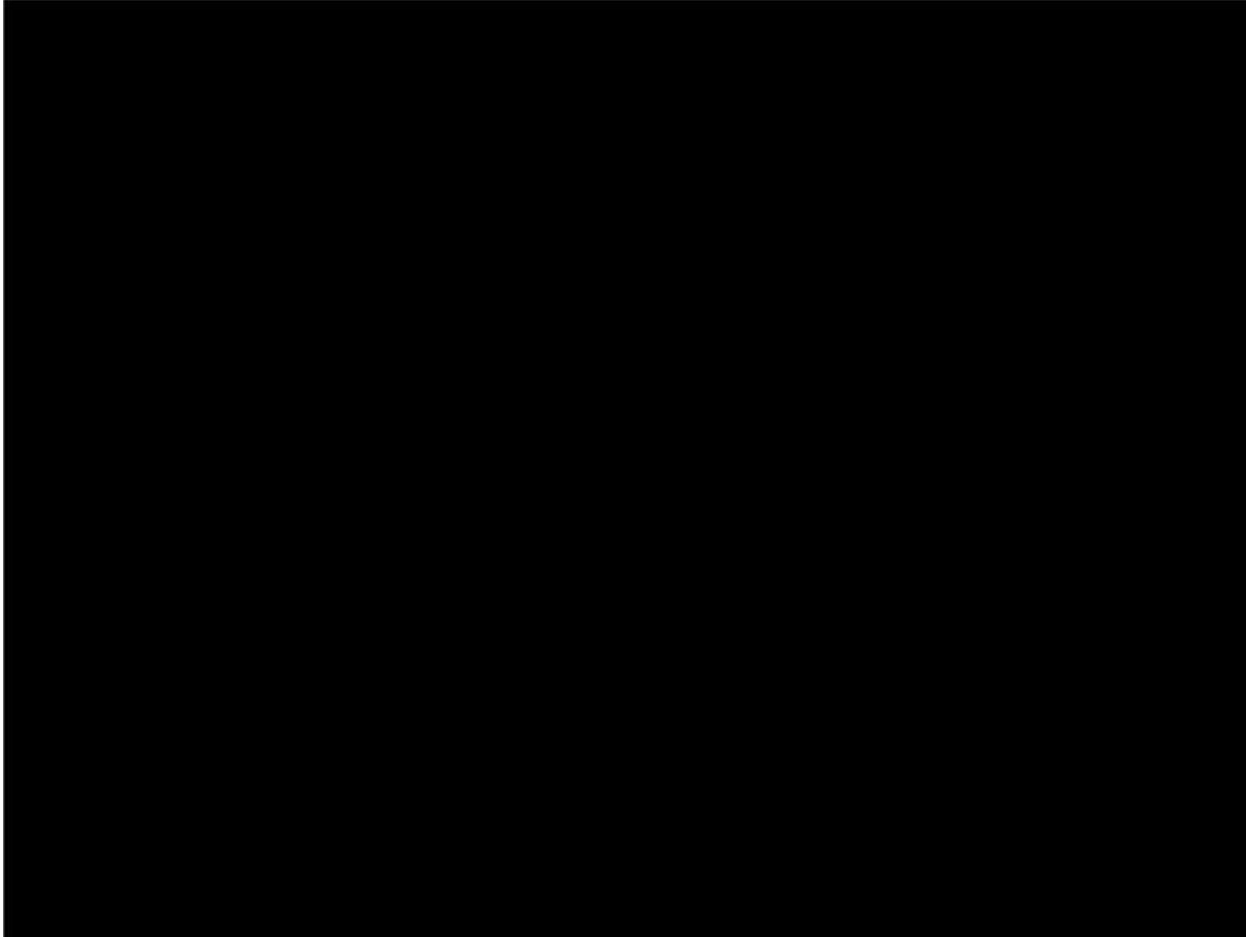
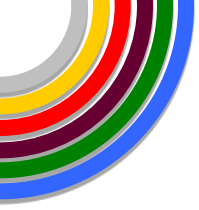
Conèixer els públics no és el mateix a delegar-los tota la decisió respecte del que els oferim... els hem de sorprendre!



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

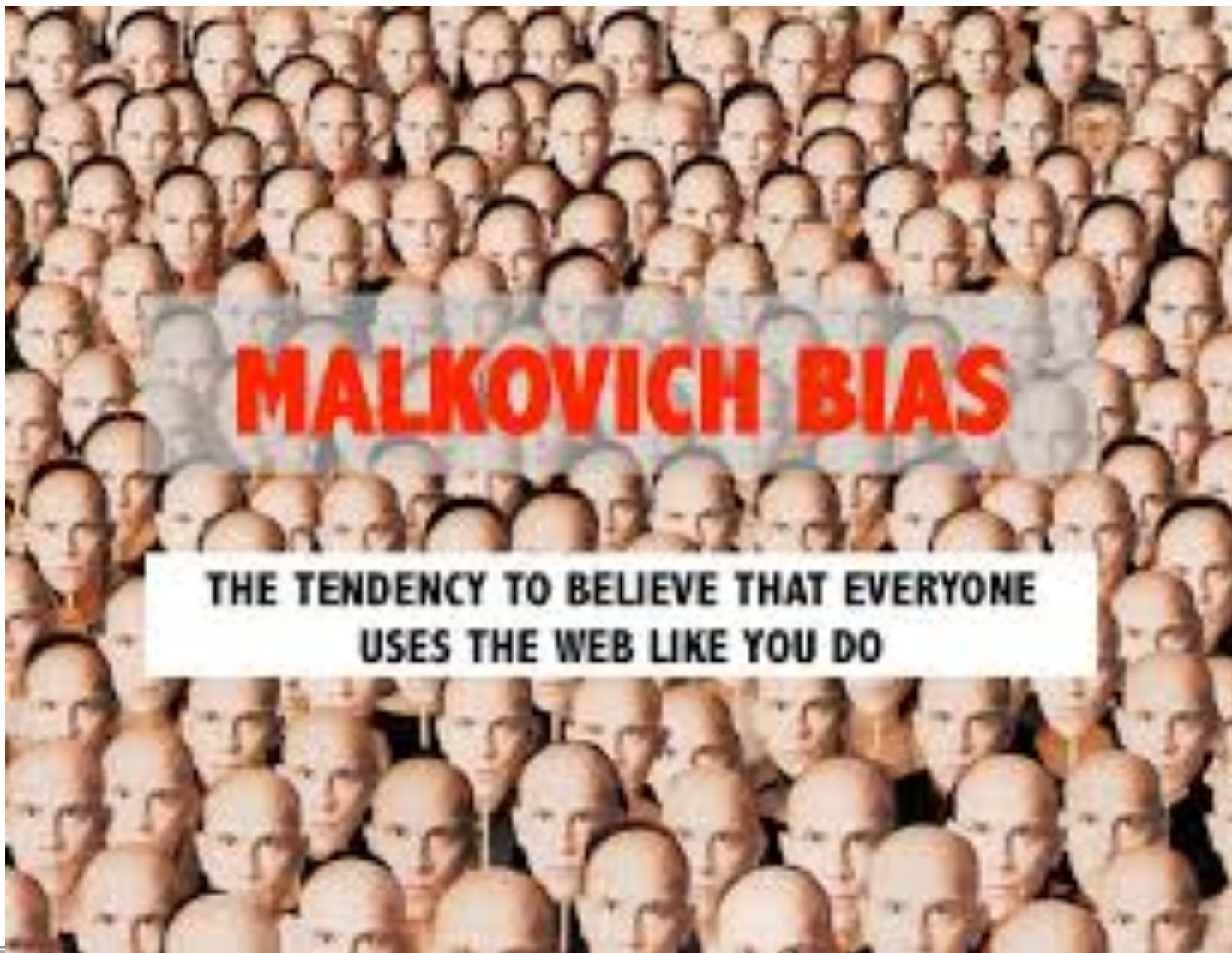
“You can't ask customers what they want and try to give this to them. By the time you get it built, they want something else”

Steve Jobs





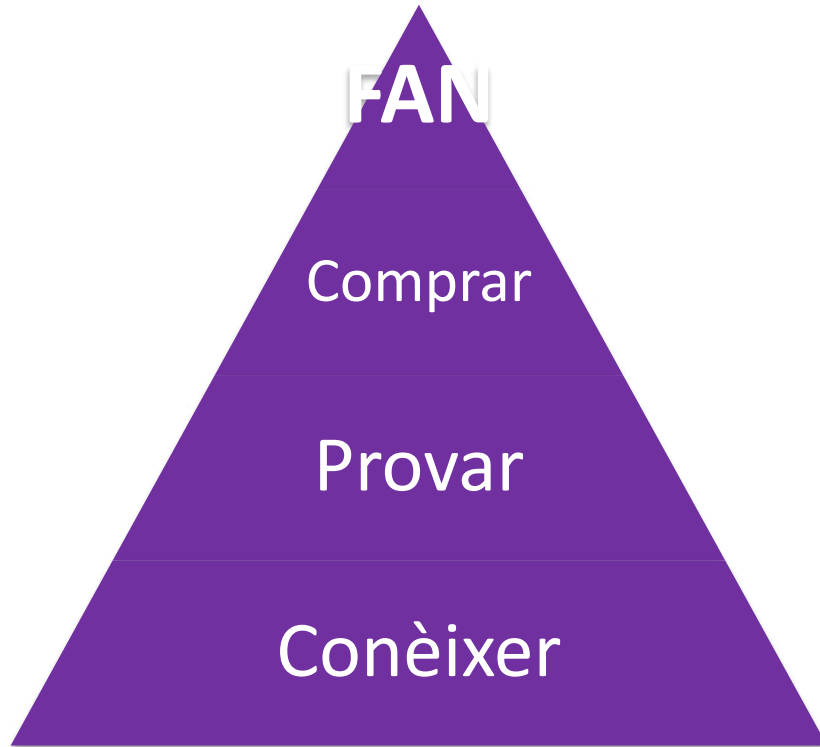
Imprescindible superar el Bias de Malkovitz: tu no ets el teu usuari





Exercici

El funnel de conversió



- A. Sou un nou centre cultural a Tortosa i necessiteu...
- B. Sou un grup de circ català...
- C. Teniu una exposició d'art 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...

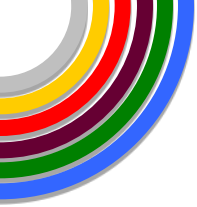


V.

**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:

Subscriu-te al butlletí: català 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-te 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.
▶ [Ajuda'ns-hi. La teva 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

The graphic shows five colored starburst icons representing different membership benefits: Social (orange), Insider (pink), Learning (blue), Family (red), and Philanthropy (purple). Each icon is accompanied by its respective label.

✓ 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

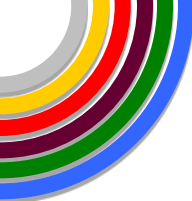
YOUR TOTAL:
\$245

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

Tax deductibility: \$201

SOCIAL
INSIDER
LEARNING
FAMILY
PHILANTHROPY

The screenshot shows a digital interface for selecting a membership. It features a 'CHOOSE' section with 'INDIVIDUAL' (\$85) and 'DUAL' (\$125) options. Below is a 'SELECT YOUR SERIES' section where five series (Social, Insider, Learning, Family, Philanthropy) are listed with checkboxes, all of which are selected. A 'YOUR TOTAL' section shows a total of \$245. A list of included benefits is shown on the left, and a 'Tax deductibility' note is at the bottom.



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



V. Noves estratègies ComCult



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

TEATRENEU – PAY PER LAUGH



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



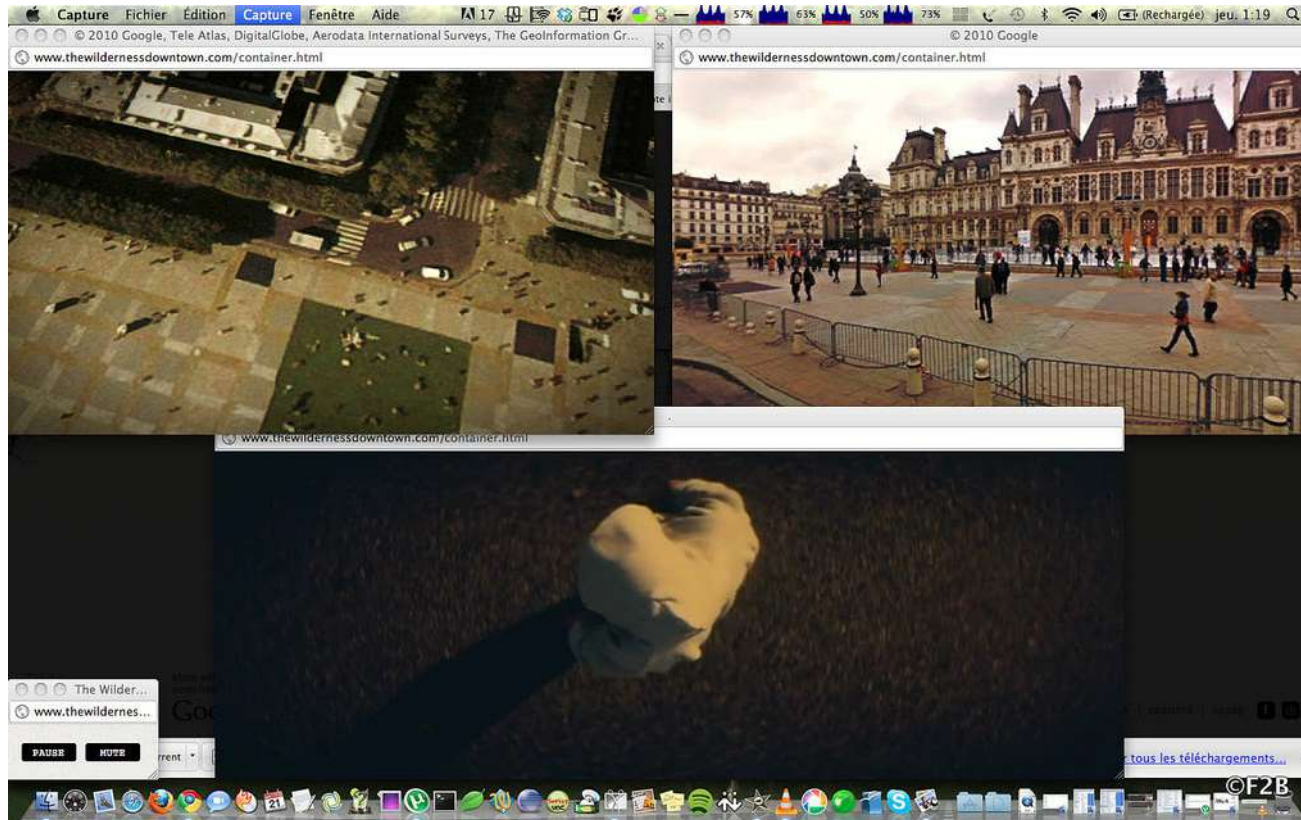
V. Noves estratègies ComCult

MUSEU DE L'ACRÒPOLIS (ATENES)

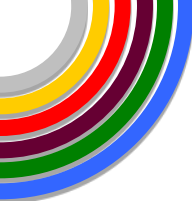


Projecte europeu CHES (Cultural-Heritage Experiences Social interactions & Storytelling) permet personalitzar la visita amb 3D i jocs de realitat augmentada.

ARCADE FIRE – THE WILDERNESS DOWNTOWN



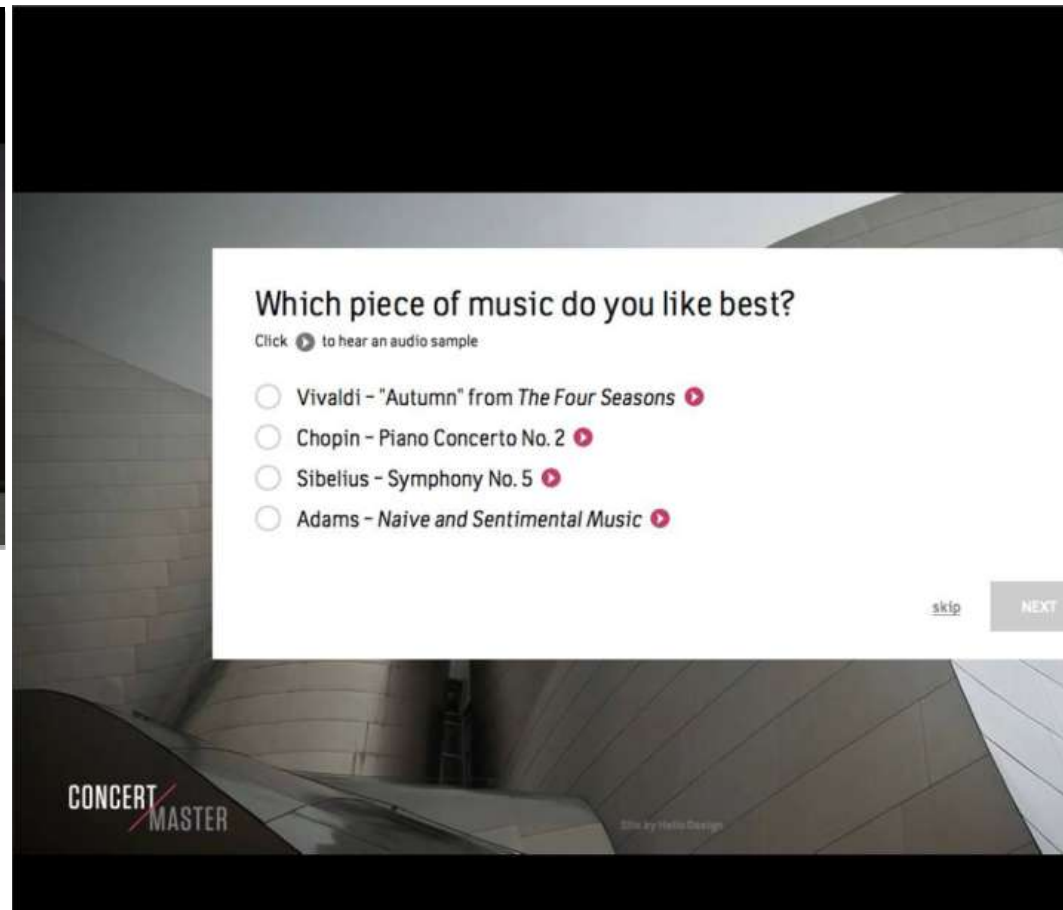
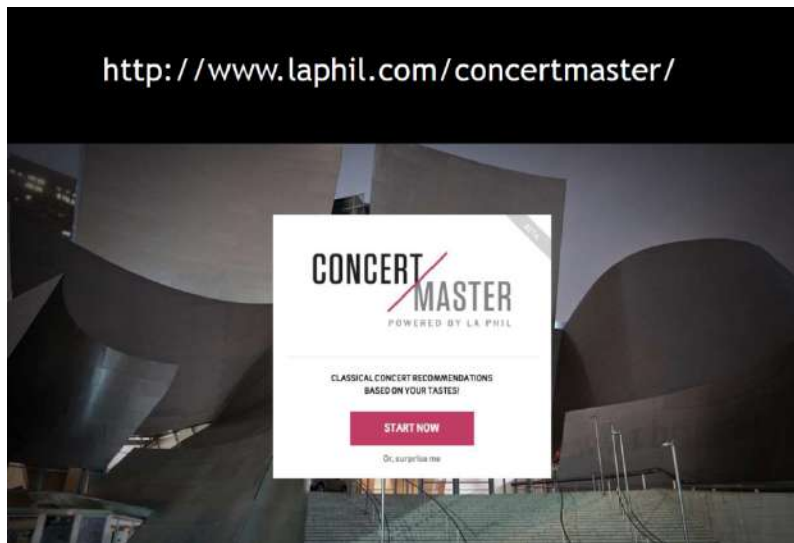
- ✓ Experiència personalitzada, productes únics – amb google street view
- ✓ Recorregut propi, selecció de càmeres i compartició a xarxes



V. Noves estratègies ComCult

LA PHIL (ORQUESTRA FILHARMÒNICA LOS ÀNGELES)

<http://www.laphil.com/concertmaster/>





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

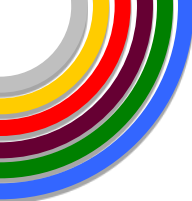
PRELIMINARY RESULTS:

Which character would you like to spend the day with?

Willy Wonka Mr. Darcy The Fonz Yoda

skip NEXT

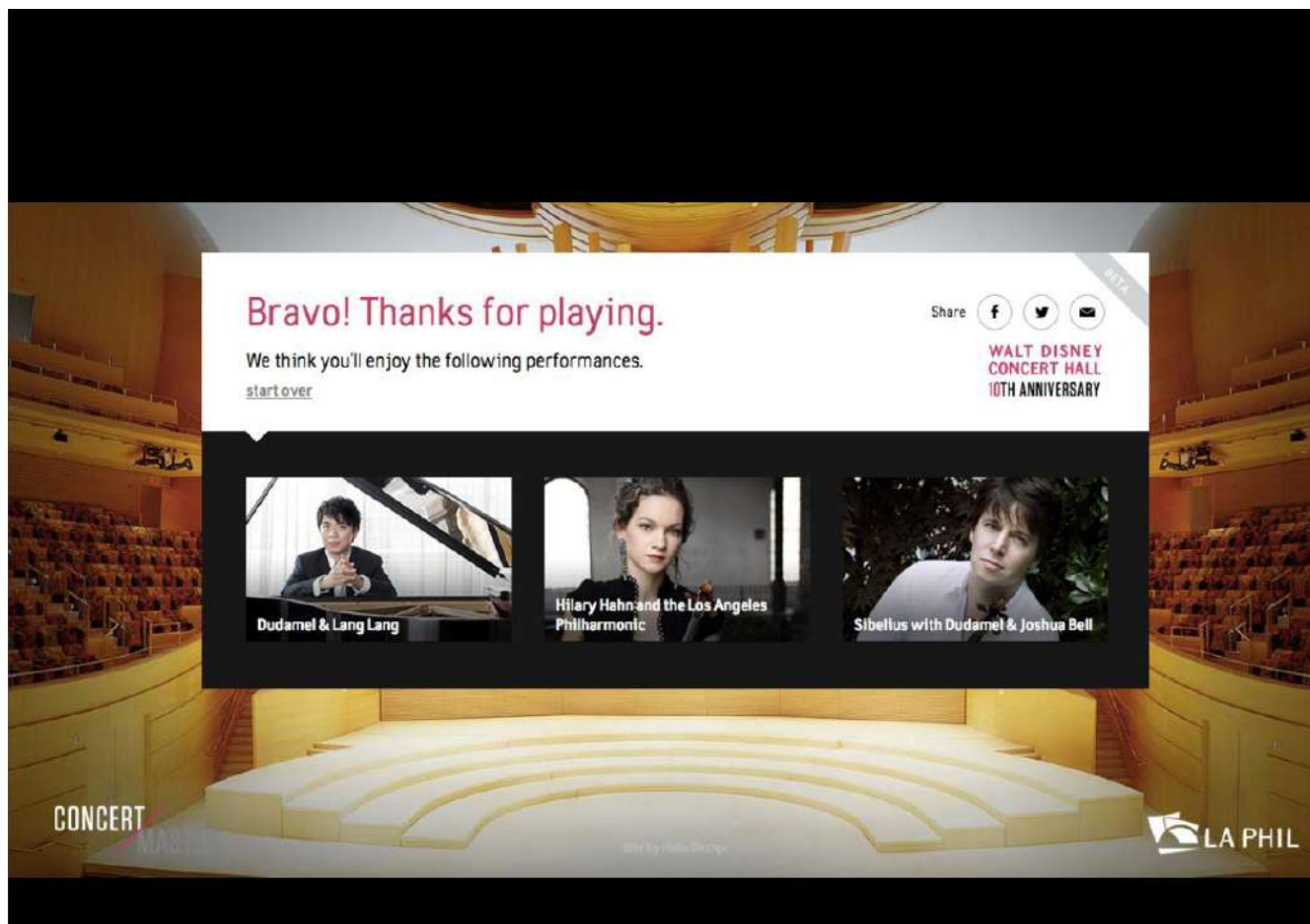
PRELIMINARY RESULTS:



V. Noves estratègies ComCult



LA PHIL (ORQUESTRA FILHARMÒNICA LOS ÀNGELES)



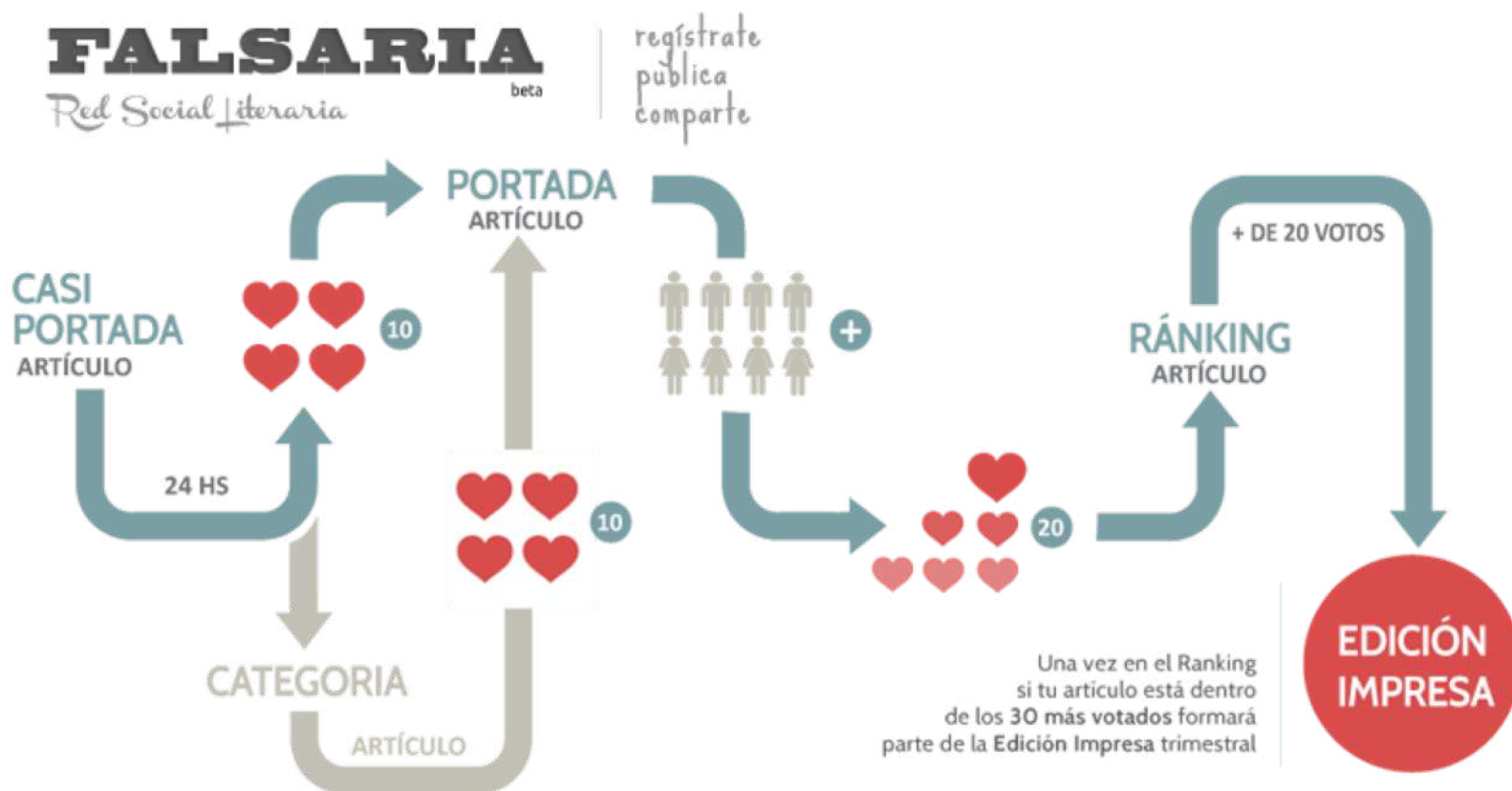
YOUFEELM



- ✓ 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

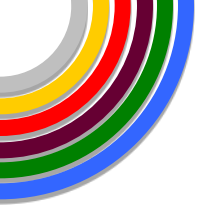
FALSARIA



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

Intel·ligència col·lectiva

De les dades al coneixement

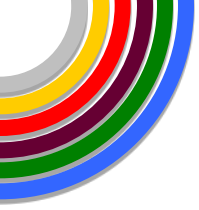


V. Noves estratègies ComCult

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.

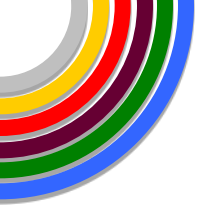


V. Noves estratègies ComCult

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

QUILL – NARRATIVE SCIENCE



Quil: Big Data storytelling

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

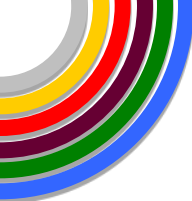


V. Noves estratègies ComCult



MANUSCRITICS

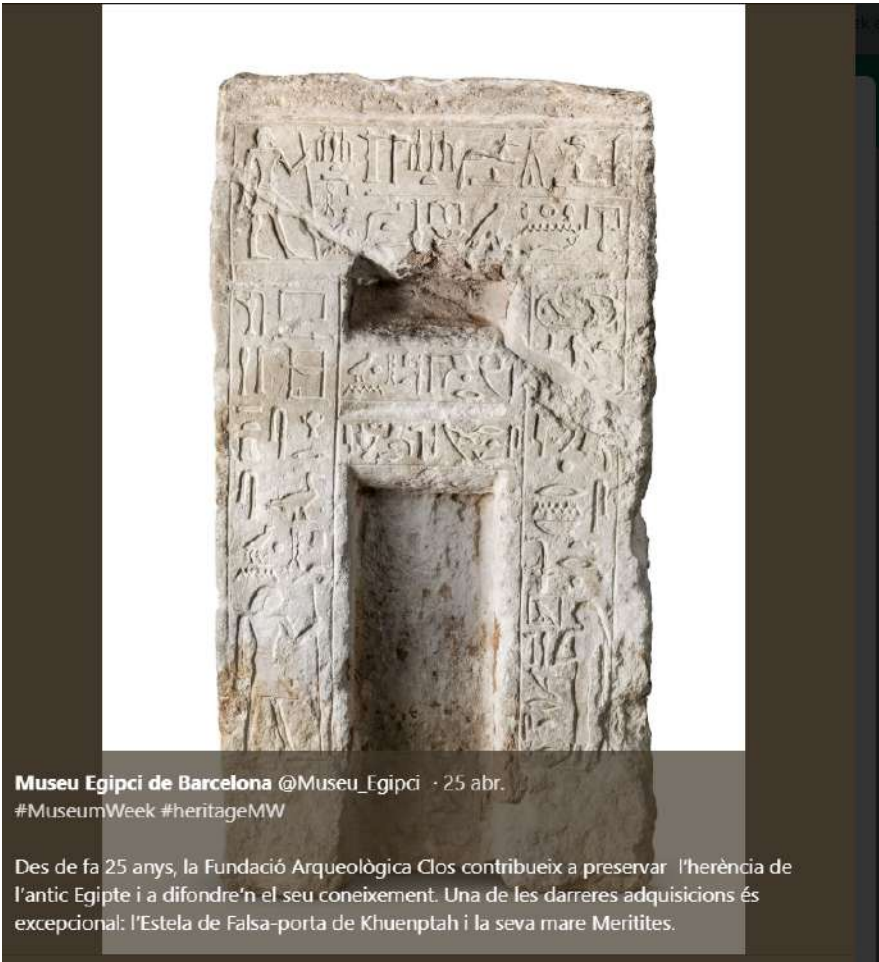




V. Noves estratègies ComCult



#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 Khuenphah 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



#sdecomcult



V. Noves estratègies ComCult

#GAUDÍLIVE





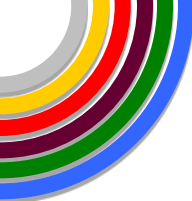
V. Noves estratègies ComCult

POP-UP MUSEUM



Branded content

Les marques també aposten per la cultura



V. Noves estratègies ComCult



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

AIRBNB



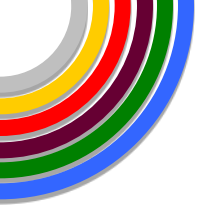


V. Noves estratègies ComCult



SEAT - Musicathon





Casa SEAT

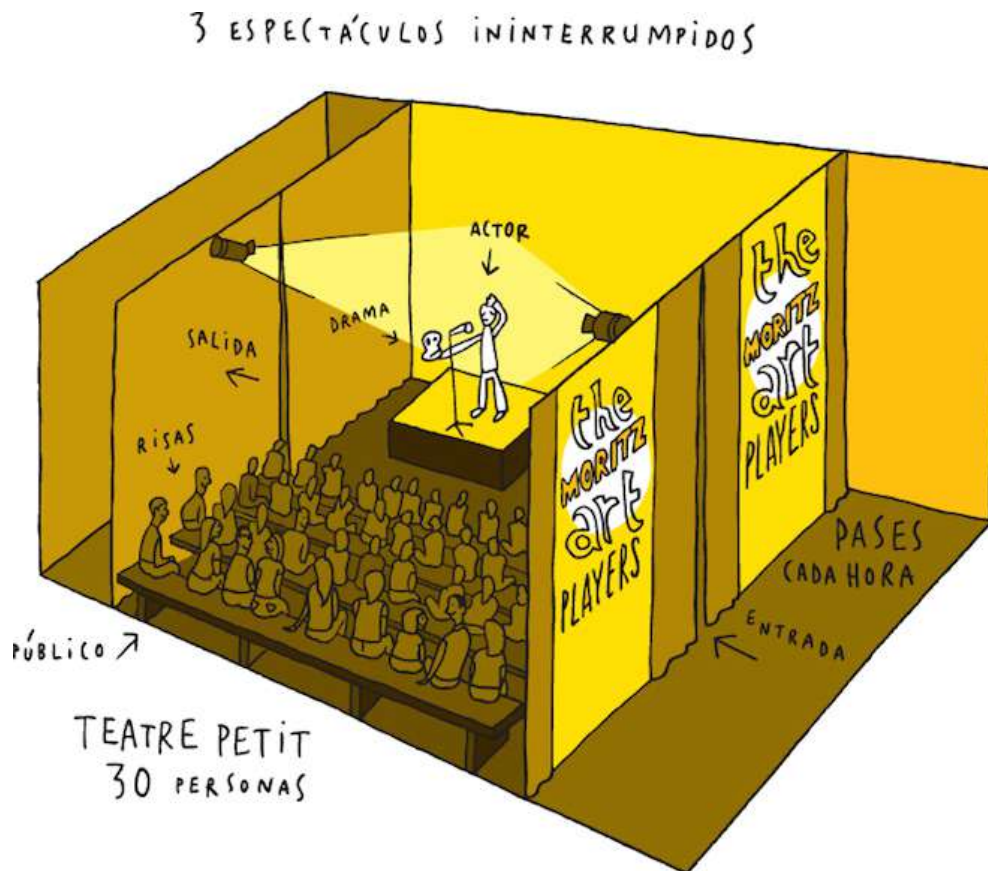


SUBTRAVELLING (TMB)

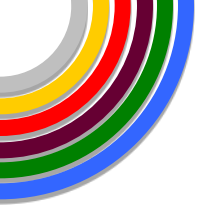


Festival de cinema com Subtravelling de TMB amb peces audiovisuals creades des del mòbil en màxim 3min amb temàtica metro o bus

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

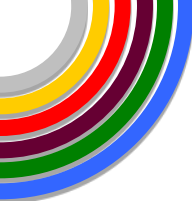


V. Noves estratègies ComCult

ETNA & ARTPLANT



DIY Van Gogh, Renoir, Monet...



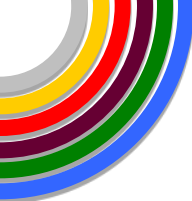
V. Noves estratègies ComCult



NETFLIX i The New York Times

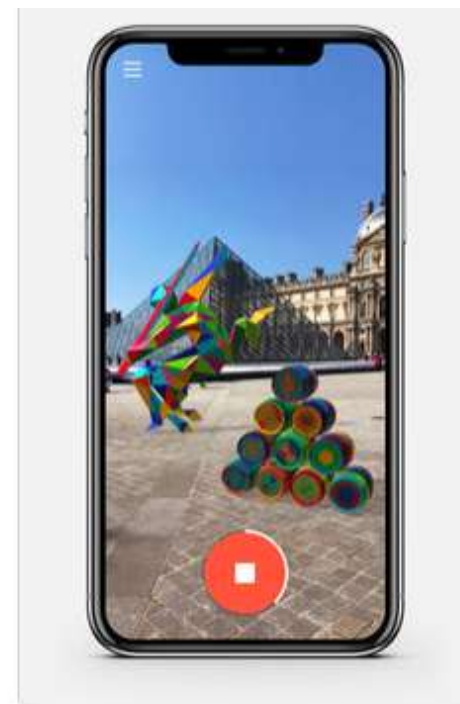
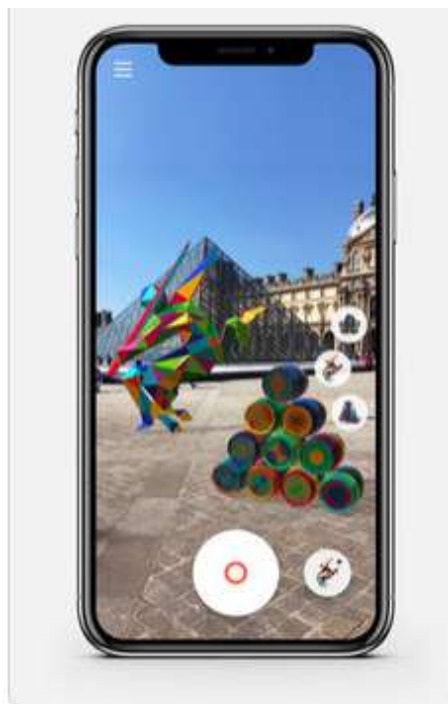


Netflix patrocina un article d'actualitat a The New York Times relacionat amb la temàtica d'una de les seves series d'èxit, Orange is The New Black.

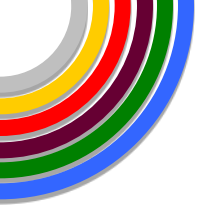


V. Noves estratègies ComCult

RÉMY MARTIN & MATT W. MOORE



Realitat virtual per redescobrir espais



V. Noves estratègies ComCult



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

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

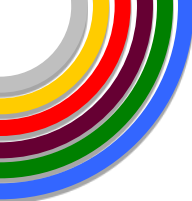
Més enllà de la funció

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*.

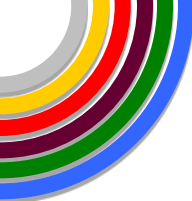


V. Noves estratègies ComCult

LLIBRERIA CALDERS



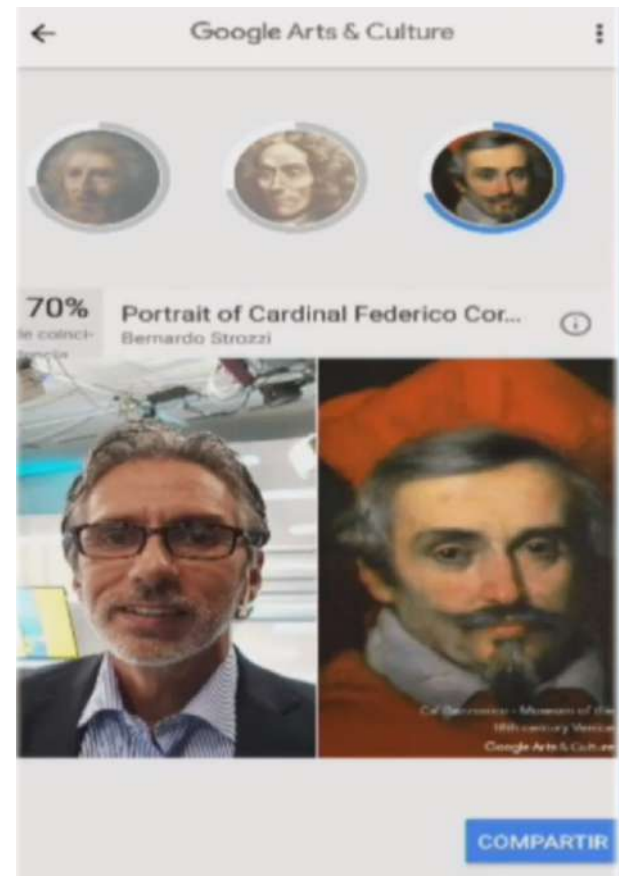
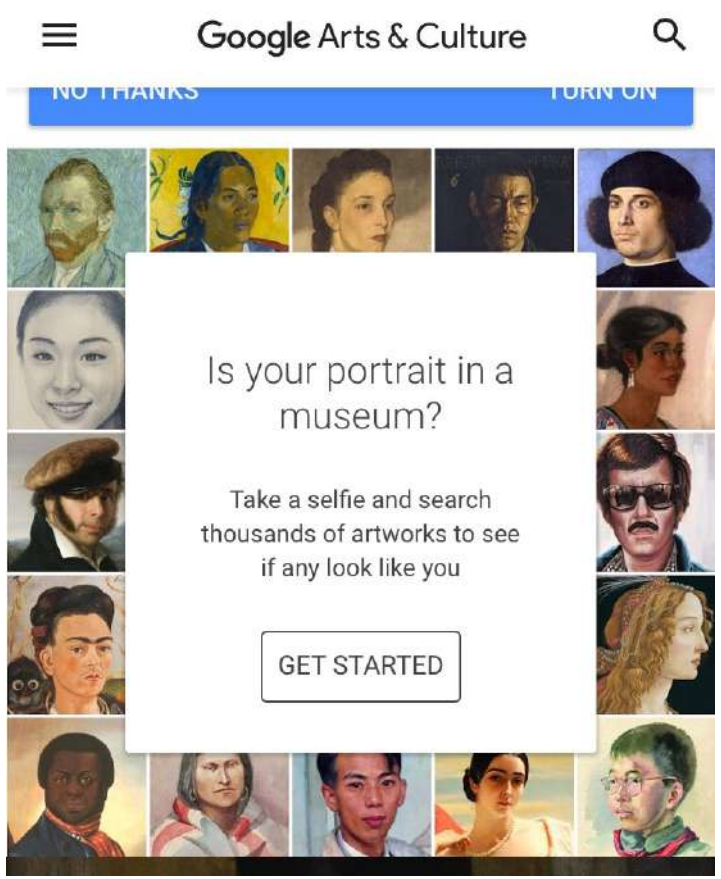
- ✓ Moltes llibreries van més enllà de la venda de llibres (Coworking, música, cafeteria... Experiència cultural holística)

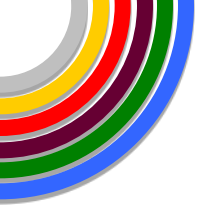


V. Noves estratègies ComCult



GOOGLE ARTS & SELFIES



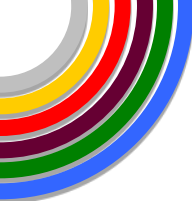


V. Noves estratègies ComCult



Transmèdia

La força de la transformació digital



V. Noves estratègies ComCult

Campanya MOMA "Send me"

Send me 🌍



Bill Owens, 'World Savings Opening Day, from the series Working (I Do It For The Money)', 1975

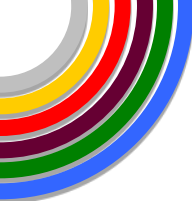
Send me cake 🍰



Unknown, 'Untitled [Little girl with birthday cake]', ca. 1950

> Text Message

T'envia una obra d'art de tornada d'un emoji



V. Noves estratègies ComCult



MUSEO NACIONAL DEL PRADO

MUSEO NACIONAL DEL PRADO

USUARIO Museo Nacional del Prado

ABRIR EN SPOTIFY

PLAYLISTS PÚBLICAS

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

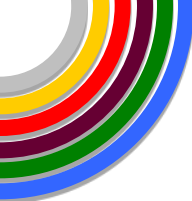


radio 3

Música i art junts



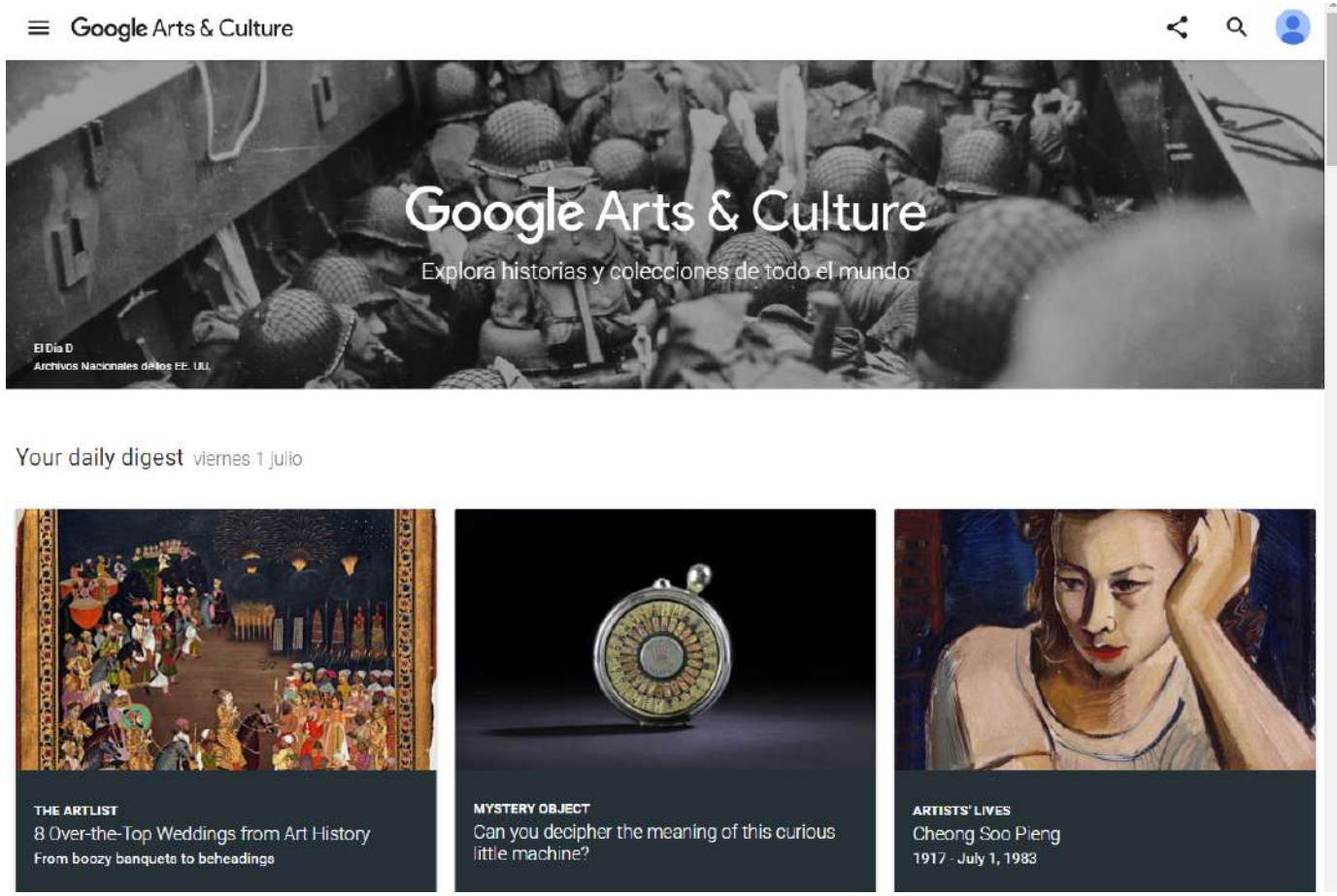
#sdecomcult



V. Noves estratègies ComCult



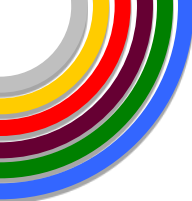
GOOGLE ARTS & CULTURE



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



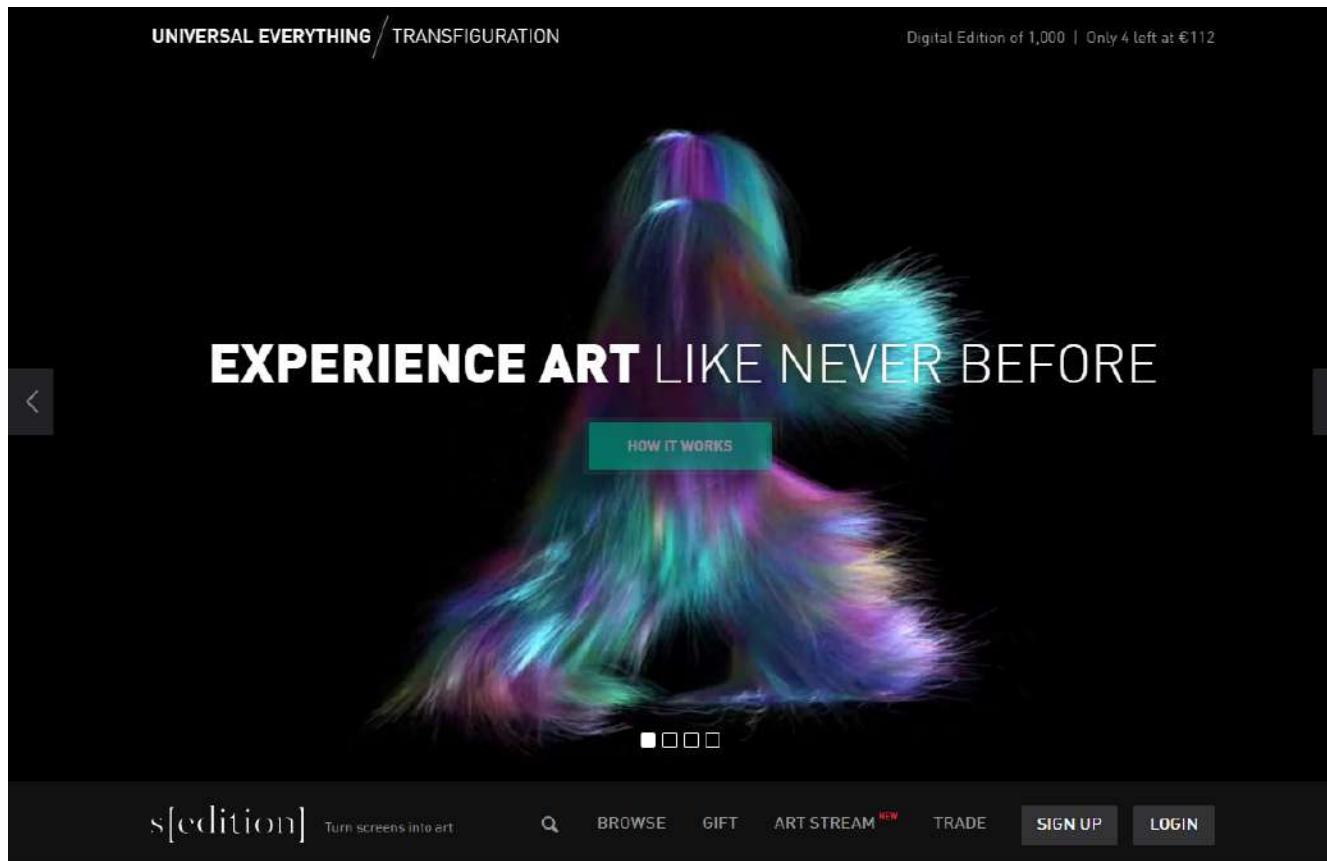
#sdecomcult



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

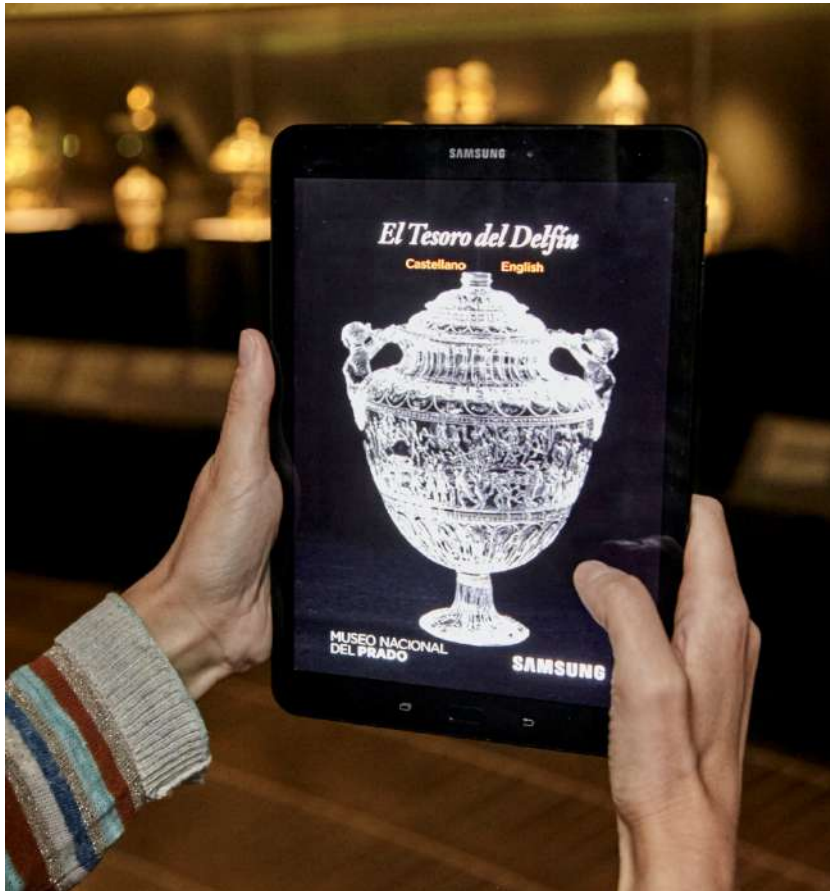


Sala de Londres que ofereix experiències transmediades secretes (ex. “Cadena perpètua” a la presó després d’embenar els ulls i treure les pertinences)



V. Noves estratègies ComCult

EXPOSICIÓ 'TESORO DEL DELFÍN' – MUSEO DEL PRADO



Samsung, aplicació per a tablet i android





V. Noves estratègies ComCult

REBLINK – ART GALLERY OF ONTARIO



Realitat augmentada dona vida a les peces del museu canadenc



V. Noves estratègies ComCult



GAME OF THRONES EXIBICIÓ ITINERANT



Llibres + sèrie + exposició itinerant + cosplay



V. Noves estratègies ComCult

El “Robot preservation” de Jimmy Nelson

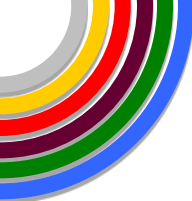


Un robot que – a través de les fotografies de Jimmy Nelson – preserva cultura indígena

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

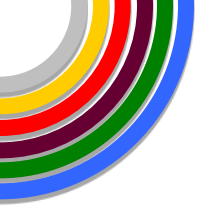




V. Noves estratègies ComCult

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



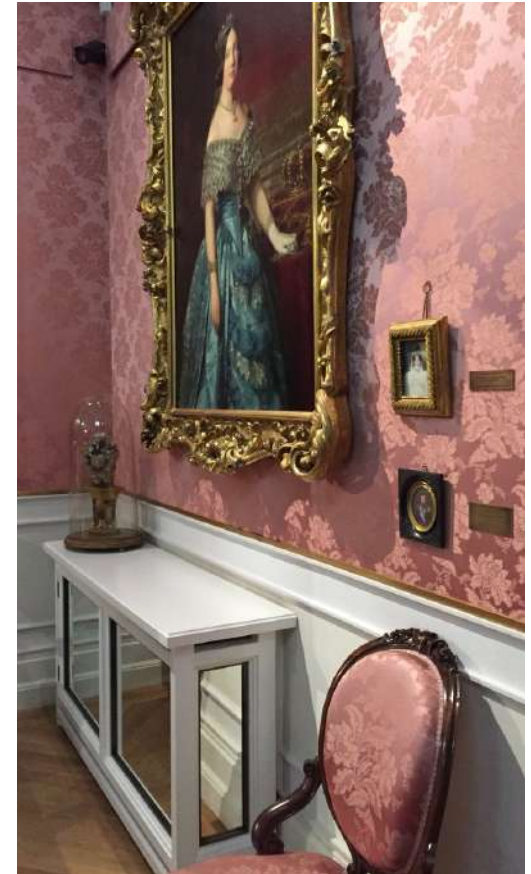


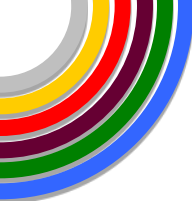
V. Noves estratègies ComCult

#IKEAENELMUSEO



Museu del romanticisme





V. Noves estratègies ComCult

HAN SOLO: UNA HISTORIA DE STAR WARS



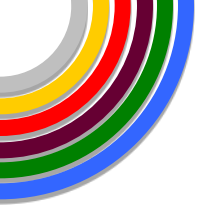


V. Noves estratègies ComCult



Open

Cap a la cultura oberta



V. Noves estratègies ComCult

EL BULLILAB – FERRAN ADRIÀ





V. Noves estratègies ComCult

TATE MODERN



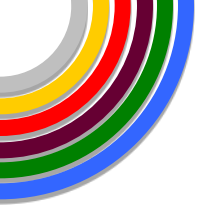
Tota la col·lecció de la Tate està disponible a GitHub (open data).
Experiència **Hack the Space**: acampar al museu durant la nit i fer peça creativa de data (guanyador – data Ai Weiwei dels 5mil morts terratrèmol)



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



V. Noves estratègies ComCult

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



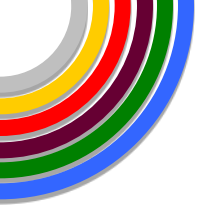
“We are not a museum, we are an experience”



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



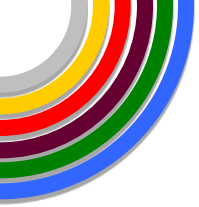


V. Noves estratègies ComCult



TEAM LAB TOKYO





V. Noves estratègies ComCult



IDEAL BARCELONA



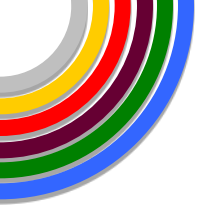
Campanyes virals

Fes que tothom en parli

CAMPANYES VIRALS

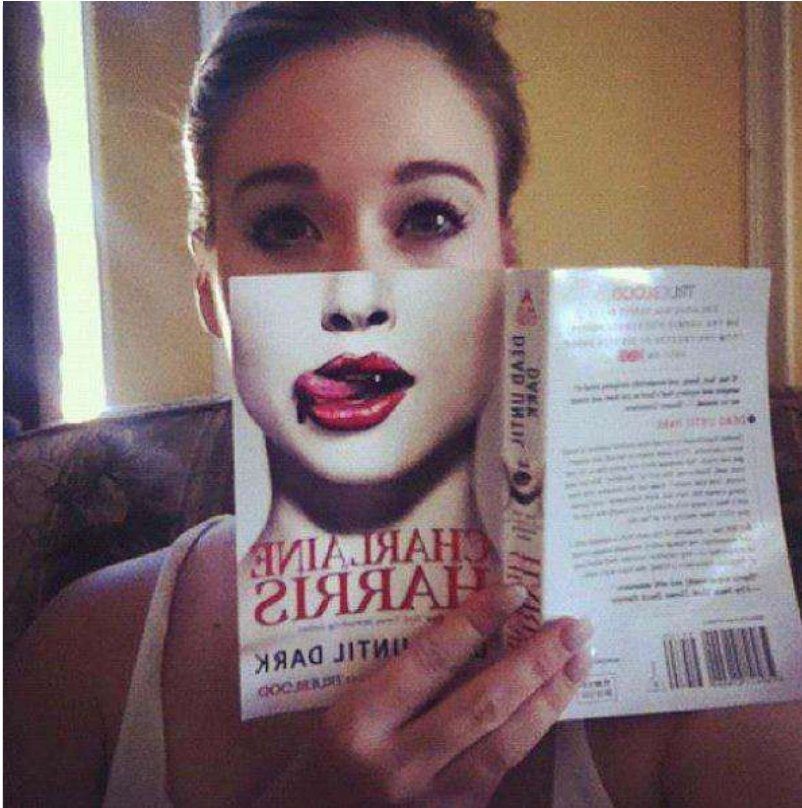
Les 7 claus de l'èxit:

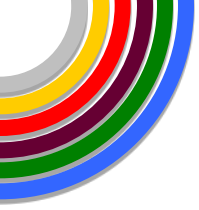
- 1.POSICIONA'T:** T'has de comprometre; emociona
- 2.SORPRÈN:** Sigues original
- 3.MIRA:** Usa suport audiovisual
- 4.ATRAU:** No t'anunciïs, fes que vinguin
- 5.EXPLICA 1 HISTÒRIA:** Oblida't del producte, explica el benefici
- 6.LLIBERTAT:** permet compartir, comentar, accedir, discrepar
- 7.CALL TO ACTION:** no oblidis l'objectiu final, genera conversió



V. Noves estratègies ComCult

#BOOKFACE





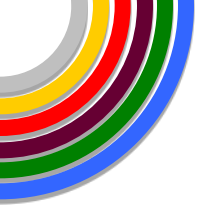
V. Noves estratègies ComCult

BOOKTUBERS



June Book Haul + #bookshopcrawl

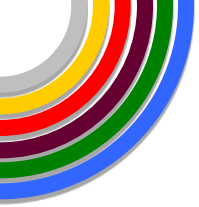
booksandquills · 34,438 views



V. Noves estratègies ComCult

ESCUELA ARTE MUSEO SAO PAULO



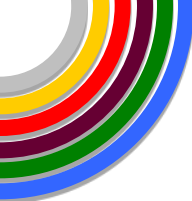


V. Noves estratègies ComCult



GETTY CENTER EN LOS ÁNGELES





V. Noves estratègies ComCult



FESTIVAL MOT - BOOKCROSSING





V. Noves estratègies ComCult

BOOKS ON THE UNDERGROUND PROJECT



Emma Watson, 100 llibres amagats al metro de Londres



V. Noves estratègies ComCult

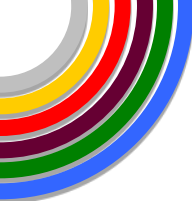
BEYONCÉ, JAYZ I EL MUSÉE DU LOUVRE



El darrer videoclip de la parella, gravat al Louvre i vist +60 milions de vegades

L'art de l'efímer

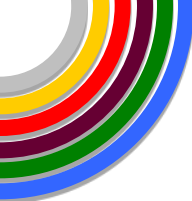
Sorprèn-me, fes que sigui únic i breu



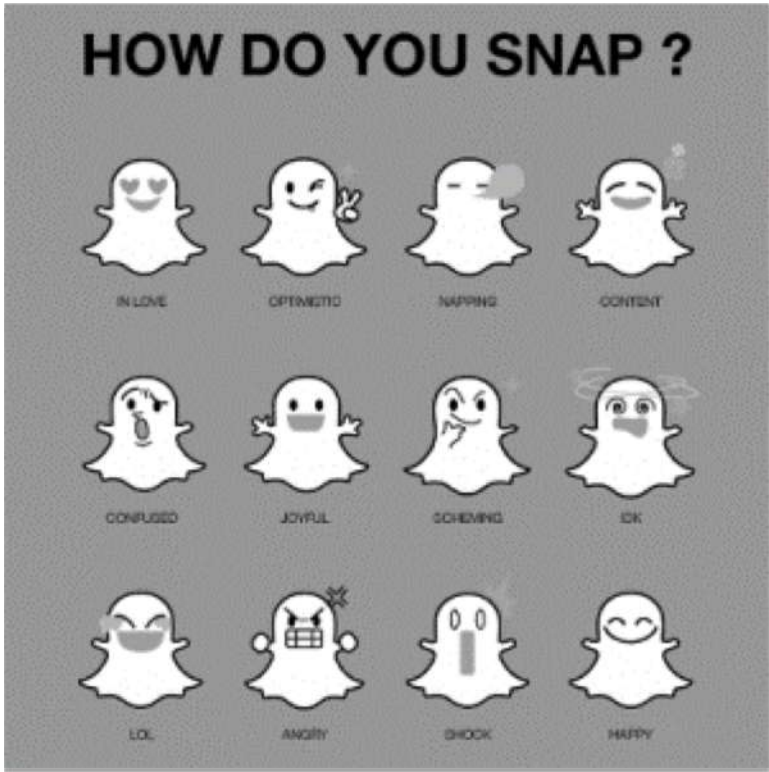
IV. Noves estratègies Comcult

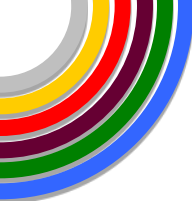
L'art de l'efímer





V. Noves estratègies ComCult





V. Noves estratègies ComCult



CASA BATLLÓ



casabatllo Seguir

1,887 publicacions 84.1k seguidores 1,944 seguidos

Casa Batlló | Gaudí Barcelona
 UNESCO World Heritage by Antoni Gaudí. 1906
 Everyday from 9 a.m. to 9 p.m.
bit.do/eUauv

Agenda Magic Nights Magic Nights Restoration Press Guest Book Fes el turista



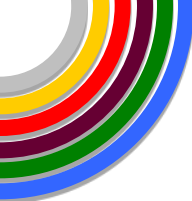

THIS WEEK IN MAGIC NIGHTS

MONDAY
GIGI MCFARLANE
Soul, Folk

TUESDAY
LEXTER
Swing, Pop, Rock, Soul, R&B

WEDNESDAY
LA MAR DE RUMBA
Rumba, Bossa Nova, Boleros, Jazz fusion

Ver más >



V. Noves estratègies ComCult



VIZCAYA MUSEUM & GARDEN

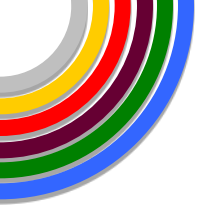
vizcaya_museum Seguir

1,710 publicaciones 32k seguidores 201 seguidos

Vizcaya Museum and Gardens
📍 #Miami museum + public garden
🕒 Open Wed. - Mon., 930am - 430pm
🔒 Closed Tues. + Christmas Day
📅 Fun programs monthly
#VizcayaMuseum for feature
linktr.ee/vizcaya_museum

FAQ Weddings Trivia Events Gardens Tech Love

PUBLICACIONES IGTV ETIQUETADAS



V. Noves estratègies ComCult

BANKSY





V. Noves estratègies ComCult

PRADA – 24h MUSEUM



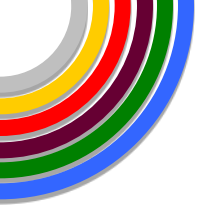


V. Noves estratègies ComCult

NOTODOFILMFEST

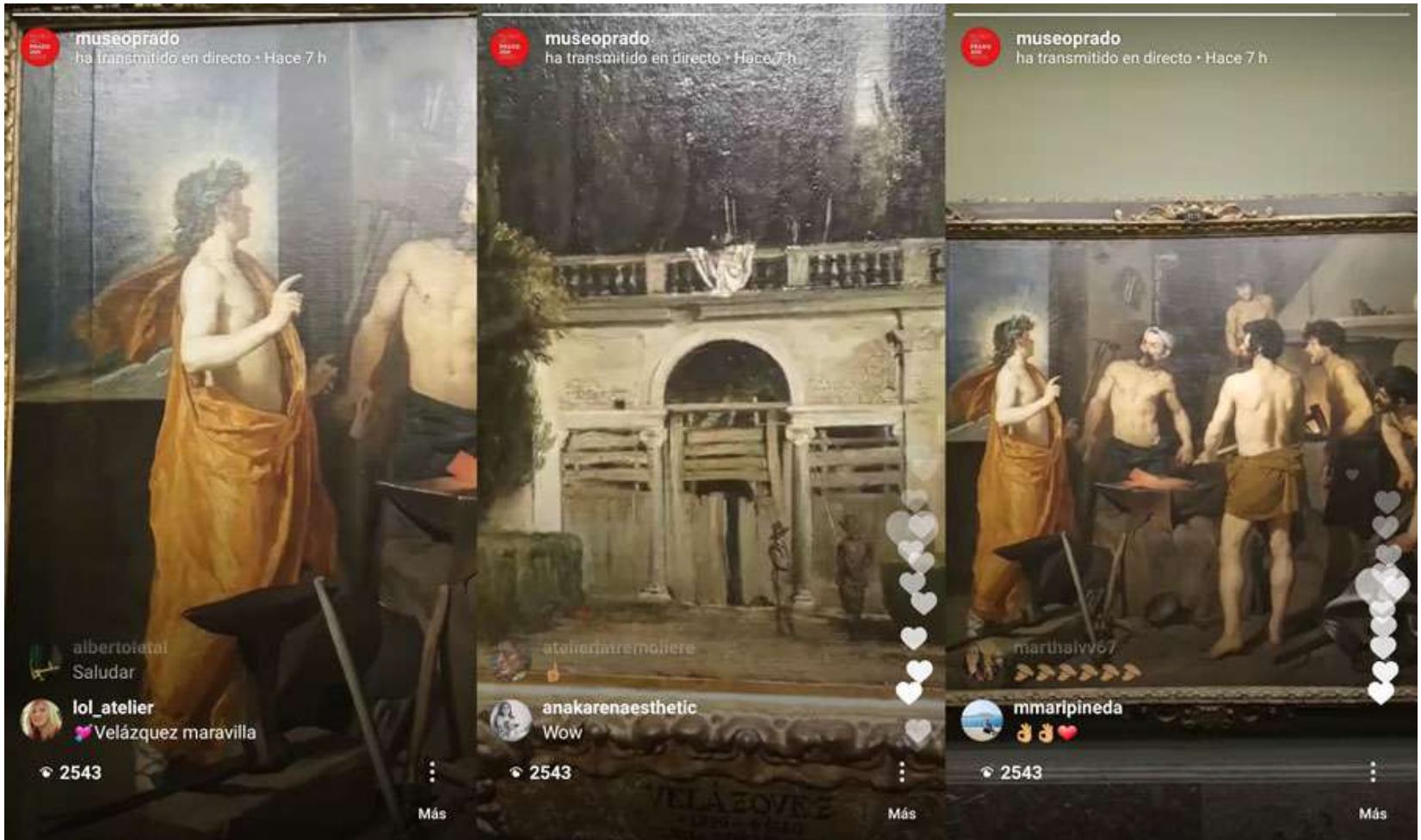


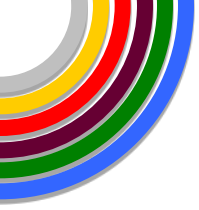
Autocine al semàfor de 30 segons



V. Noves estratègies ComCult

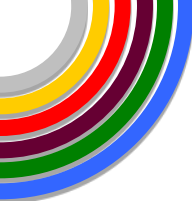
MUSEO DEL PRADO A INSTAGRAM





Ludificació (gaming)

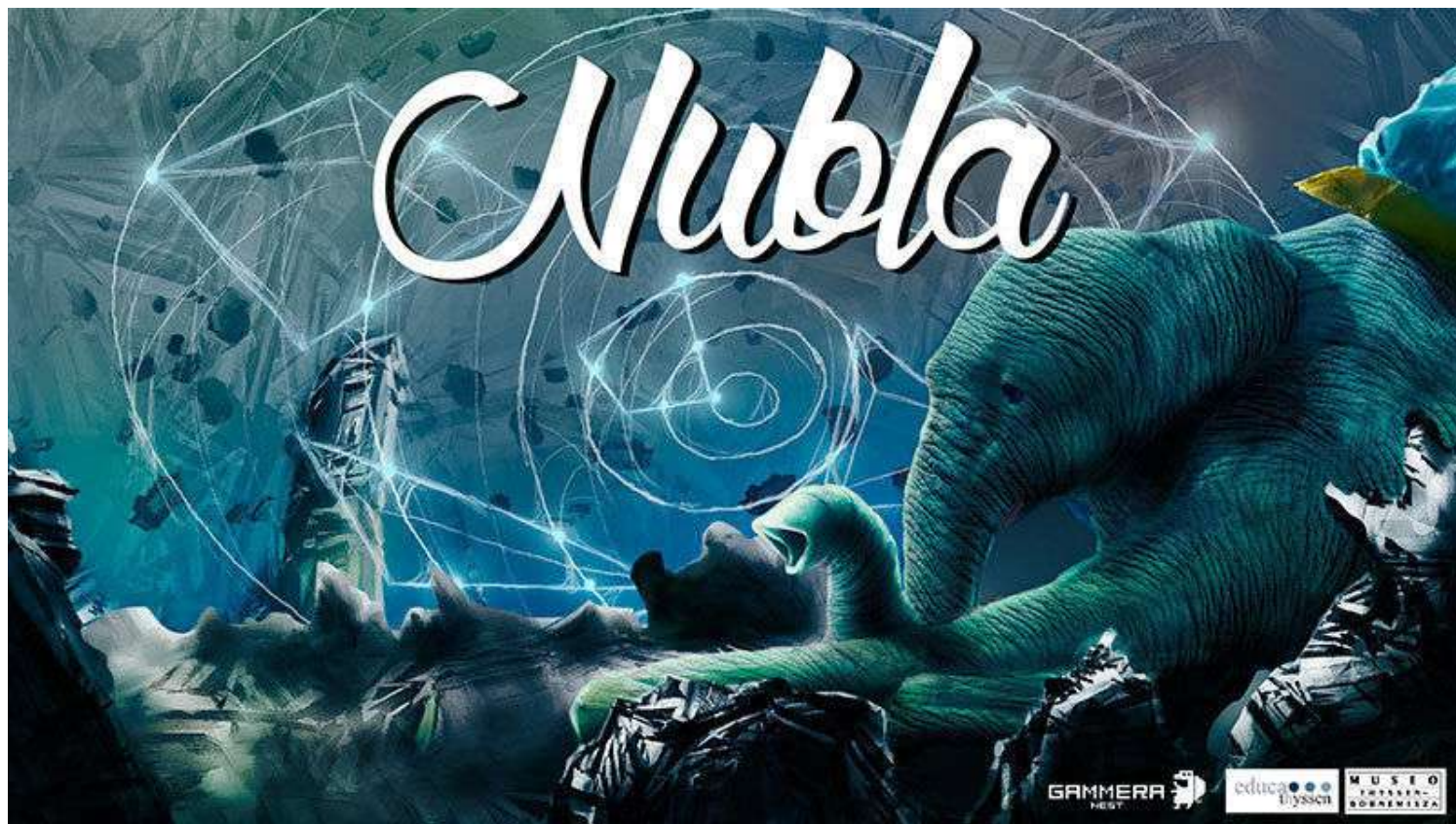
L'homo ludens



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



Aplicació per crear composicions sonores, poemes, dibuixos en grup i comartir les obres



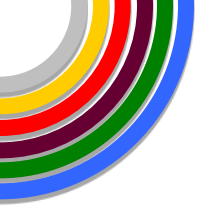
V. Noves estratègies ComCult



MUSEÉ LOUVRE & NINTENDO 3DS



Guia multimèdia oficial amb la Nintendo 3DS Guide

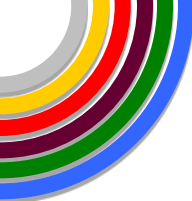


V. Noves estratègies ComCult

VISITA CARLSBERG



App amb guia personalitzada, geolocalització, gaming per caçar/descobrir objectes secrets...



V. Noves estratègies ComCult



COLDPLAY – HIDDEN LYRICS

 **Coldplay** 
@coldplay 

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

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

betw 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

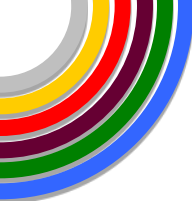


VIVEZ VERSAILLES



Realitat virtual amb la Fundació Orange

#sdecomcult



V. Noves estratègies ComCult

NEW YORK PUBLIC LIBRARY – FIND THE FUTURE



Missions del món real amb pistes on-line i treball col·laboratiu a partir de les peces de la Biblioteca

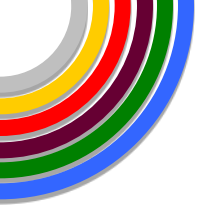
Intel·ligència artificial

Siri, què em recomanes...

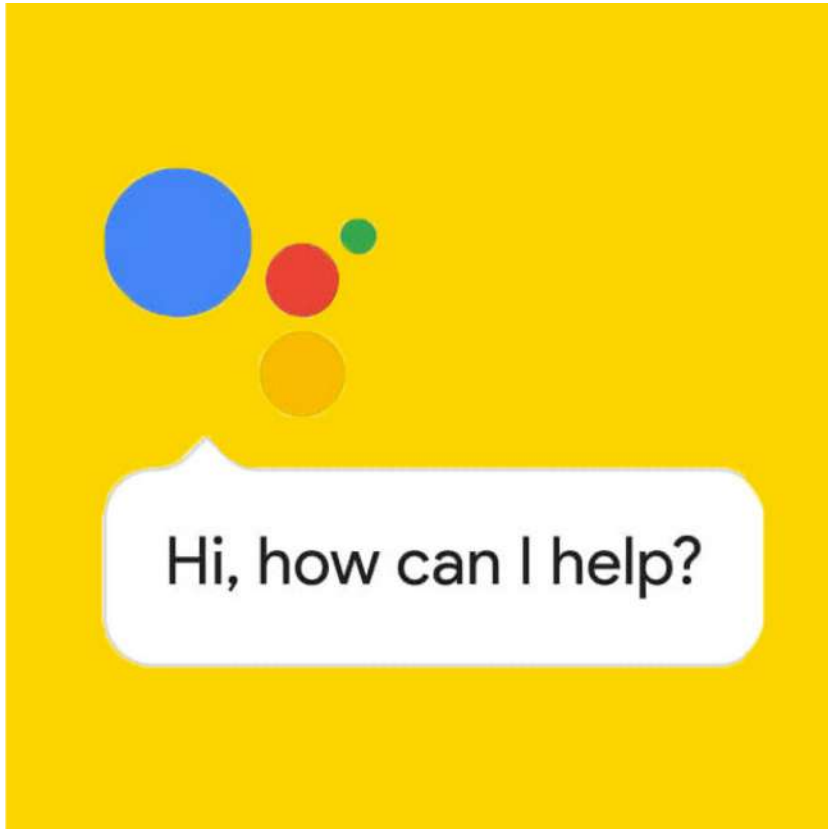
Llegir?

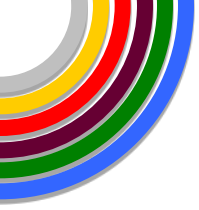
Veure?

Cantar?



V. Noves estratègies ComCult





Juguem?



MOLTES GRÀCIES!

Cristina Salvador Branera

Cristina.salvador@weareboth.com

[@_crissalvador](#) [@weare_both](#)

www.weareboth.com



VI.

Taula de periodistes culturals



VI. Taula de periodistes culturals

- **Carolina Rosich**, redactora de cultura a **TV3**
- **Xavi Cervantes**, redactor de cultura al diari **Ara**
- **Eva Piquer**, fundadora de **Catorze.cat**

SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Tel. 935.565.199

sde.icec@gencat.cat

www.sde.cultura.gencat.cat
