



Cultproject
Agencia de
comunicación cultural



CURSO

Kit Básico de Comunicación

¿Quiénes somos?

Ángela de la Torre

Estudió Filología Hispánica en la Universidad Complutense de Madrid y en la Radboud Universiteit de los Países Bajos. Es Master in Business Innovación por la Universidad de Deusto, Máster en Lengua y Cultura Española por el Instituto Cervantes y Máster en Comunicación Corporativa e Institucional por la Universidad de Alcalá de Henares. Está especializada en comunicación online y en redacción, coordinación, diseño y edición de materiales para la industria cultural.



Elvira Giménez

Es doctora en Estudios Feministas y de Género por la Universidad Complutense de Madrid, licenciada en periodismo en la misma universidad y Master in Business Innovation por la Universidad de Deusto. Como periodista, ha dirigido la revista Guía del Ocio de Madrid, ha trabajado en la televisión europea Euronews y antes de fundar Cultproject, junto a Ángela de la Torre, fue responsable de comunicación del Festival de Otoño, Madrid en danza y Teatralia, entre otros.



Por su liderazgo en comunicación cultural y su vocación internacional.

Instituciones y fundaciones

Ayuntamiento de Madrid
Centro Ruso de Ciencia y Cultura de Madrid
INSTIFEM
Factoría Cultural. Matadero Madrid
La Fábrica
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
Museo Centro Memorial de las Víctimas del Terrorismo
Universidad Carlos III de Madrid. Aula de las Artes
Universidad Complutense de Madrid

Artistas

Ana Morales
César Pérez
Denis Rafter
Eva Yerbabuena
Fernanda Orazi
Jesús Rubio Gamon
Manuel Liñán
María Pagés
Mey Ling Bisogno
Miguel Rellán
Olga Pericet
Pablo Messiez
Patricia Guerrero
Paula Quintana
Poliana Lima
Rocío Molina
Sharon Fridman

Arquitectura

Crystal Zoo

Teatros

Centro Danza Canal
Labruc
MC93 Bobigny
Teatro de La Abadía
Teatro Español
Teatro Galileo
Teatro Guindalera
Teatro Pradillo
Teatros del Canal
Teatros Luchana

Compañías privadas

Colectivo Lamajara
Draft.Inn
Estudio Corazza para el actor
Kamikaze Producciones
La Phármaco
L'Om-Imprebís
Las Niñas de Cádiz

Arte

Centro Federico García Lorca
Comunidad de Madrid
Festival Iminente
Joana Villaverde
Marko F1
Real Academia de Bellas Artes de San Fernando
Rivavelarde
VHILS

Edición

Luca Caioli
Musa a las 9

Proyectos

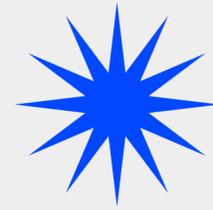
Contemporary Theatre Speaking
Foro Demos
Francophonie España
Premios Bitácoras
SBO Abogados

Cine

B, la película
Biopic
Ciclo de cine marroquí
Festival de Cine y Derechos Humanos de Madrid

Festivales y ferias

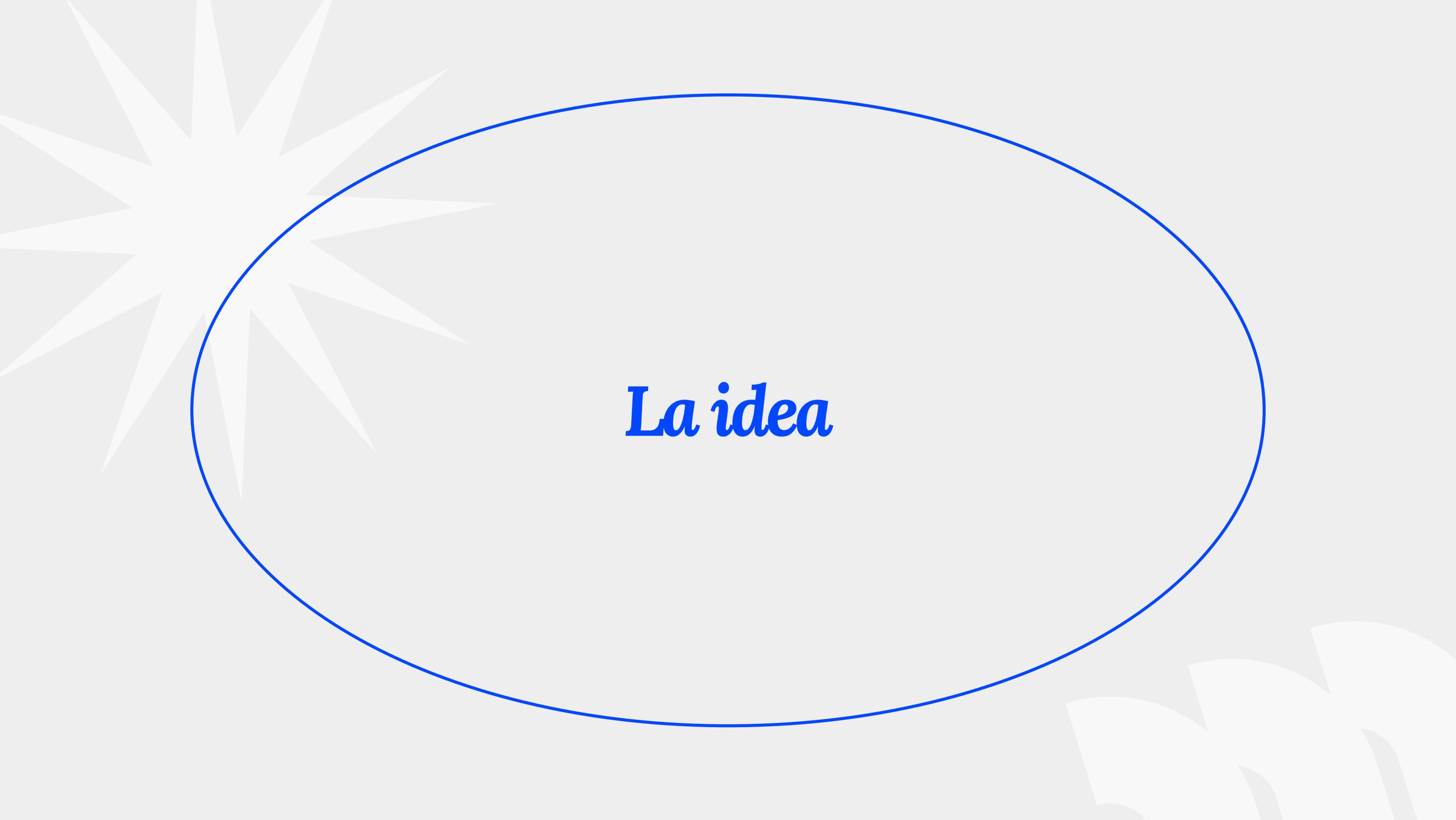
Escena Contemporánea
Festival Internacional Madrid en Danza
Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro
Festival de Otoño
Festival de Otoño a Primavera
Frinje
La Noche de los Libros
Nómada Market
Teatralia
Veranos de la Villa
Cruza Carabanchel



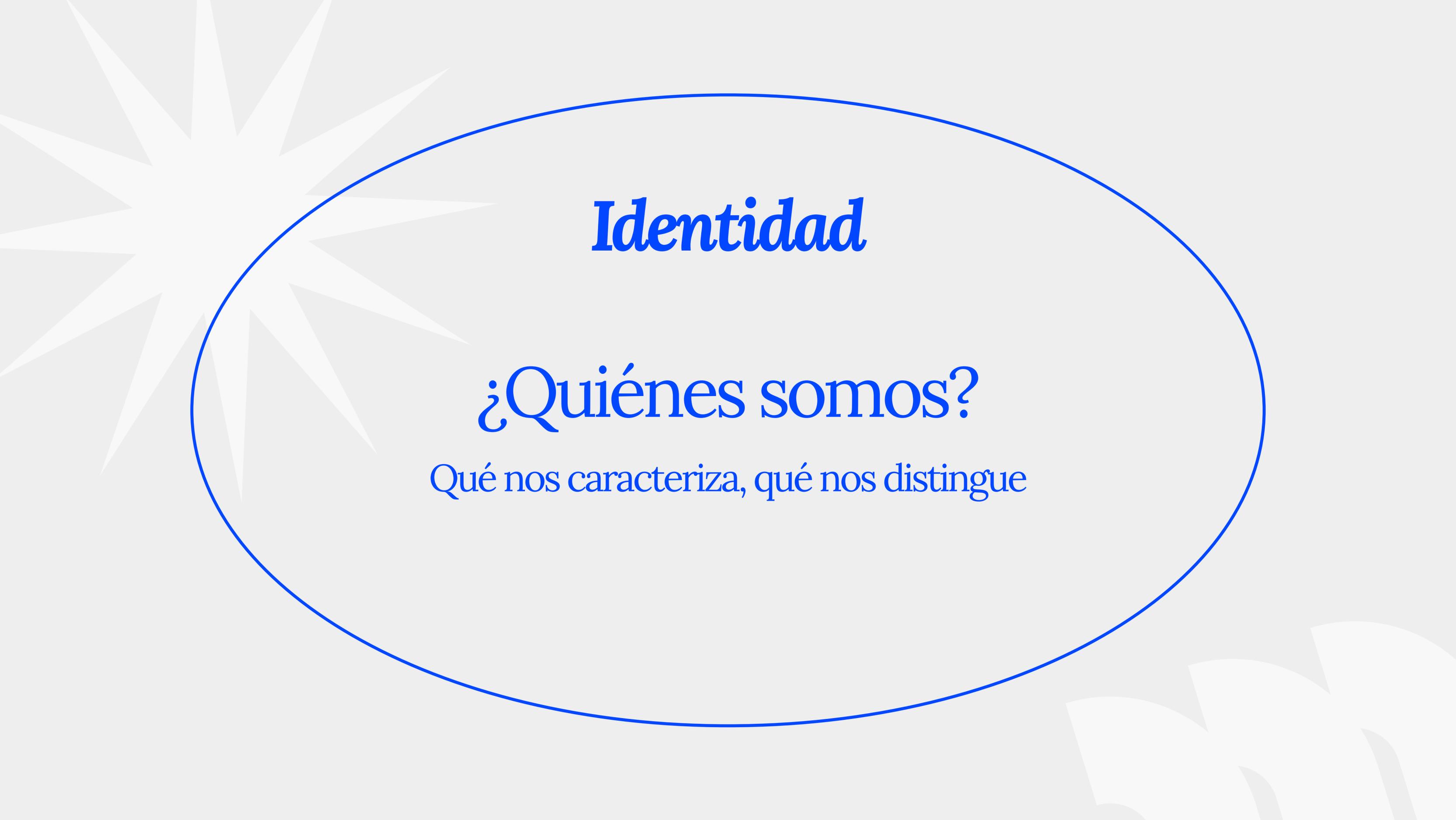
El objetivo de este taller es **señalar los pasos previos al proceso comunicativo** y definir las *necesidades básicas* de comunicación de cada proyecto que se ponga en marcha.

La idea de la comunicación

Los materiales



La idea



Identidad

¿Quiénes somos?

Qué nos caracteriza, qué nos distingue

Qué contamos

¿Cuáles son nuestras ideas fuerza?

¿Cuál es nuestro mensaje/s?

¿Por qué nuestra historia merece ser contada?

El filósofo **Paul Grice** estableció en **1975** cuatro máximas que rigen el *principio de cooperación en un intercambio comunicativo*:

- **Cantidad:** ofrecer la información necesaria de información. No más.
- **Calidad:** no decir nada que no sea verdad o que no se pueda demostrar.
- **Relevancia:** ser pertinente en la información que se ofrece.
- **Modo:** ser claro, breve y ordenado en la comunicación.

Buscamos una comunicación **breve, cierta, relevante, clara y ordenada.**

A la que podremos añadir **singularidad, imaginación, color...**

- La idea de comunicación es el **concepto esencial** del proyecto, lo que lo distingue y diferencia.
- Tiene que condensar la **narrativa**, el **mensaje**, el **sentimiento...**
- Y ofrecerlo de manera **atractiva, coherente y comprensible** para el receptor.

¿De dónde partimos?

Debemos elegir cómo enfocar nuestro mensaje.

Novedad

Actualidad

Emoción

Sorpresa

Síntesis

Humor

Personajes

Diferenciación

Principios básicos de los materiales básicos para la comunicación

- Deben reflejar nuestras respuestas a las preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Qué ofrecemos? ¿Qué nos diferencia?
- Deben ser coherentes entre fondo y forma.
- Deben reflejar y construir nuestra identidad.

Tus materiales comunicativos son el espejo de tu proyecto.

Materiales

Página web

*Imágenes/
fotografías*

Vídeo

*Dossier de
prensa*

Newsletter

Audio

*Nota de
prensa*

Página web

Estructura

Diseño

Contenidos

*SEO y
posicionamiento*

Las imágenes

Concepto

Formatos

Características

Vídeo

Objetivos

Características

Públicos

Canales

El dossier

Índice

Objetivos

Estructura

Diseño

Contenidos

La Newsletter

Objetivos

Diseño

Públicos

Monitorización

Los audios

Características

Públicos

Canales

La nota de prensa

Características

Contenido

Plataformas



Conclusiones

Conclusiones

- Periodo de reflexión en torno a **quiénes somos** y **cómo nos contamos**.
- **Conceptualización** y descripción: escribir con texto e imagen nuestra **historia**.
- Pensar siempre en el **destinatario**.
- Los **materiales de comunicación** contribuyen a contar nuestra historia: cuidados, coherentes, concisos.



cilt

info@cultproject.com

+34 670 963 374 / +34 646 419 651

**C/ Zurbarán 21
28010 Madrid**