PEDRO SÁNCHEZ / LAURA CAMILA FORERO

COMUNICACIÓN Y RRSS PARA EVENTOS CULTURALES



FUNDACIÓN TEATRO JOVEN

la joven

sobre nosotrxs

NUESTRA MISIÓN

PONER LAS ARTES ESCÉNICAS AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD CON IMPACTO EN JÓVENES Y ADOLESCENTES, ESPECIALMENTE AQUELLOS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD, PONIENDO EL FOCO EN LA EDUCACIÓN EMOCIONAL, EDUCACIÓN EN VALORES Y LA SALUD MENTAL A TRAVÉS DE LA PROFESIONALIZACIÓN DE JÓVENES ARTISTAS TÉCNICOS Y GESTORES Y EL FOMENTO DEL ACCESO A LAS ARTES.



objetivos de la fundación

DESARROLLAR LA SOLIDARIDAD, LA DEMOCRACIA Y LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA LOS JÓVENES A TRAVÉS DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y LA EDUCACIÓN.

OFRECER A LOS JÓVENES EL IMPACTO EMOCIONAL Y EL APRENDIZAJE A TRAVÉS DEL DESCUBRIMIENTO QUE PROPORCIONAN LAS ARTES ESCÉNICAS COMO COMPENSACIÓN DE LA REDUCCIÓN DE LAS ASIGNATURAS DE ARTES Y HUMANIDADES EN LAS ENSEÑANZAS REGLADAS.

UTILIZAR EL POTENCIAL TERAPEÚTICO DE LA CREATIVIDAD Y LA EXPRESIÓN ARTÍSTICA EN EL FORTALECIMIENTO DE LA SALUD MENTAL DE LOS JÓVENES Y EL TRATAMIENTO DE TRASTORNOS SEVEROS.

GENERAR EMPLEO PARA JÓVENES ARTISTAS, TÉCNICOS Y GESTORES CULTURALES PARA APOYAR SU DESARROLLO PROFESIONAL Y SU LIDERAZGO.

líneas de actividad

TEATRO Y EDUCACIÓN

TEATRO Y SALUD MENTAL

FORMACIONES Y ENTRENAMIENTOS







ACTIVIDAD 1

(06)

teatro y educación

CREAR, PRODUCIR Y REPRESENTAR OBRAS TEATRALES RELACIONADAS CON LA IGUALDAD, SOLIDARIDAD, EMPODERAMIENTO JUVENIL, VALORES DEMOCRÁTICOS Y PROBLEMÁTICAS CONTEMPORÁNEAS.

- PROFESIONALES EXPERIMENTADOS DIRIGIENDO A JÓVENES PROFESIONALES
- CONEXIÓN GENERACIONAL
- 70% FUNCIONES PARA CENTROS DE SECUNDARIA Y BACHILLERATO CON COLOQUIOS.
- PAQUETE PEDAGÓGICO (FICHAS, TALLERES, ETC)
- ALCANCE NACIONAL
- SIRVE PARA GENERAR UNA RED DE DOCENTES EN TORNO AL PROYECTO



REAL TEATRO DE RETIRO



TEATRO CIRCO PRICE



TEATRO DE LA ABADÍA



TEATROS DEL CANAL

ACTIVIDAD 2

teatro y salud

TEATRO PARA ABRAZAR

- TALLER ARTÍSTICOS EN UNIDADES PSIQUIÁTRICAS INFANTOJUVENILES Y HOSPITALES DE DÍA PARA FORTALECER LA RECUPERACIÓN DE LOS ADOLESCENTES Y MEJORAR SUS HABILIDADES Y AUTOESTIMA
  - COCREADOS CON PSIQUIATRAS PARA COMPLEMENTAR SUS TRATAMIENTOS
  - 5 TALLERES POR SEMANA: EXPRESIÓN CORPORAL, ESCRITURA LITERARIA, TALLER CREATIVO
  - 3 HOSPITALES EN MADRID
  - COMIENZO EN ABRIL 2022
  - GRATUITO

UN MONSTRUO VIENE A VERME

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER
- PUENTE ENTRE SALUD Y TEATRO



TPA



UN MONSTRUO VIENE A VERME







ACTIVIDAD 3

entrenamiento y formación

DESARROLLO DE HERRAMIENTAS Y HABILIDADES PROFESIONALES

ENTRENAMIENTO CREATIVO PARA JÓVENES
TALLERES DE DRAMATURGIA
TALLER PARA JÓVENES DE 13 A 17 AÑOS
TALLERES PARA DOCENTES
TALLER INTENSIVO DE VERANO

250 PARTICIPANTES AL AÑO

nuestro equipo

- INTERGENERACIONAL
- PROFESIONALES ARTÍSTICOS, TÉCNICOS Y DE GESTIÓN
- DESARROLLO DE LA EMPLEABILIDAD DE LOS JÓVENES
- FORTALECER EL EMPREDIMIENTO JOVEN

- **12 PERSONAS EN ESTRUCTURA (MAYORÍA <35)**
- **30 INTÉRPRETES (MAYORÍA < 30)**
- **23 PROFESIONALES Y COLABORADORES FREELANCE**







¿qué redes sociales usas?

INSTAGRAM, FACEBOOK, TIK TOK, YOUTUBE, LINKEDIN,
TWITTER (X), THREADS, TWITCH, PINTEREST, REDDIT,ETC.

comunicación y ventas

elaborar un plan de prensa y comunicación

- CUANTOS MÁS ALTAVOCES DE LO QUE HACEMOS, MEJOR
- ¿CUÁL ES EL OBJETO DE NUESTRO PLAN DE PRENSA? (VENDER ENTRADAS, INFORMAR, MOVILIZAR PÚBLICO, GANAR NOTORIEDAD, TRANSPARENCIA, ETC.
- ¿DÓNDE ESTÁN LOS MEDIOS Y CÓMO ACCEDEMOS A ELLOS?
- ¿QUÉ ACCIONES PODEMOS HACER Y CUÁNDO?
- MÁS ALLÁ DE LA PRENSA

mapa de medios de comunicación

- ¿QUÉ ALCANCE TIENEN? (NACIONAL, REGIONAL, LOCAL, DISTRITO, BARRIO)

- MEDIOS TRADICIONALES
  - PRENSA ESCRITA
  - RADIO
  - TELEVISIÓN

- MEDIOS DIGITALES
  - PRENSA DIGITAL
  - PODCAST
  - RADIOS
  - PERFILES RRSS INFORMATIVOS
  - WEBS ESPECIALIZADAS

- AGENCIAS

mapeando medios de comunicación

- ¿CÓMO CONSEGUIMOS CONTACTOS?
  - SER PESAD@ VS. SER MAJ@S
  - RECURSOS ONLINE (CANALES OFICIALES)
  - BÚSQUEDAS EN RR.SS.
  - PREGUNTAR

- HACER UN DIRECTORIO DE MEDIOS A LOS QUE VAMOS A CONTACTAR Y LLEVAR UN SEGUIMIENTO DE LAS ACCIONES REALIZADAS (ENLACE DRIVE)

- **NO TENGÁIS MIEDO AL TELÉFONO (WHATSAPP O MAIL SIEMPRE SON BIEN)**

- ADAPTAR LA COMUNICACIÓN A CADA MEDIO

¿qué material necesitamos?



KIT BÁSICO DE COMUNICACIÓN:
NOS INTERESA QUE LOS COMUNICADORES SEAN INDEPENDIENTES Y REMITIR TODO DE FORMA FÁCIL Y DIRECTA. FORMATOS SENCILLOS DE COPIAR Y PEGAR.

- **NOTA DE PRENSA (PREVIA Y POSTERIOR)**
  - CONDENSAR EN UNA O DOS PÁGINAS LA INFORMACIÓN ESENCIAL (W'S)
  - CONCISA Y DIRECTA
  - PODEMOS HACER VARIOS ENVÍOS PREVIOS
  - NOTA POSTERIOR RESUMIENDO EL EVENTO

- **CONTENIDO MULTIMEDIA**
  - FOTOGRAFÍAS
  - DOSSIERES
  - CARTELES
  - AUDIOS
  - VÍDEOS

- **PORTAVOCES Y DISPONIBILIDAD**
  - ¿QUIÉN ATIENDE LAS ENTREVISTAS?
  - ¿QUIÉN INTERVIENE POR CADA ENTIDAD?

calendario

45-30 DÍAS ANTES

- CREACIÓN DIRECTORIO
- NOTA DE PRENSA 1
- PRIMEROS CONTACTOS

30-15 DÍAS ANTES

- CREACIÓN DIRECTORIO
- NOTA RECORDATORIO
- CONTENIDO AMPLIADO
- SAVE THE DATE
- BÚSQUEDA INVITADOS VIP

15 DÍAS ANTES

- NOTA DE PRENSA 2
- NUEVA RONDA DE LLAMADAS Y CONTACTOS
- INVITACIÓN ASOCIACIONES, COLECTIVOS, ETC.

7 DÍAS ANTES

- CONVOCATORIA A MEDIOS
- RECORDATORIO A TODOS
- IDEAL CONSEGUIR VARIOS HITOS COMUNICATIVOS

EL DÍA DEL EVENTO

- 1 DÍA ANTES: RECORDATORIO SI TENEMOS CONVO
- DISFRUTAR Y PENSAR EN QUE MAÑANA HABRÁ QUE CONTARLO SI ES NECESARIO

EL DÍA DESPUÉS

- ENVÍO DE NOTA DE PRENSA / CRÓNICA
- TESTIMONIOS
- MATERIAL GRÁFICO DEL EVENTO



DEFINIR LOS OBJETIVOS DEL EVENTO

EJEMPLOS DE OBJETIVOS:

- ASISTENCIA
- INTERACCIÓN EN REDES
- AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DE MARCA
- PROMOCIONAR PRODUCTOS O SERVICIOS

IDENTIFICAR EL PÚBLICO OBJETIVO

- EDAD
- INTERESES
- UBICACIÓN
- HÁBITOS DIGITALES

SELECCIÓN DE RRSS

- INSTAGRAM, FACEBOOK, TIK TOK, YOUTUBE, LINKEDIN, TWITTER (X), THREADS, TWITCH, PINTEREST, REDDIT, ETC.

- OTROS CANALES:
  - MARKETING POR EMAIL
  - PÁGINA WEB
  - MEDIOS FÍSICOS

mensaje clave & contenidos

- **MENSAJE CLAVE:**
  - BREVE, ATRACTIVO Y RELACIONADO CON EL EVENTO

- **TIPOS DE CONTENIDO:**
  - ANTES DEL EVENTO:
    - TEASERS, CUENTA REGRESIVA, INVITACIONES
    - CONTENIDOS INFORMATIVOS
    - CONTENIDOS DE MARCA
  - DURANTE EL EVENTO:
    - TRANSMISIÓN EN VIVO
    - HISTORIAS Y ACTUALIZACIONES EN TIEMPO REAL
  - DESPUÉS DEL EVENTO:
    - RESÚMENES, RECOPILATORIO, ENCUESTAS, HIGHLIGHTS

VIDEOS, IMÁGENES, AUDIO, TEXTO

planeación de la estrategia digital

CRONOGRAMA DE PUBLICACIONES

ANTES DEL EVENTO:

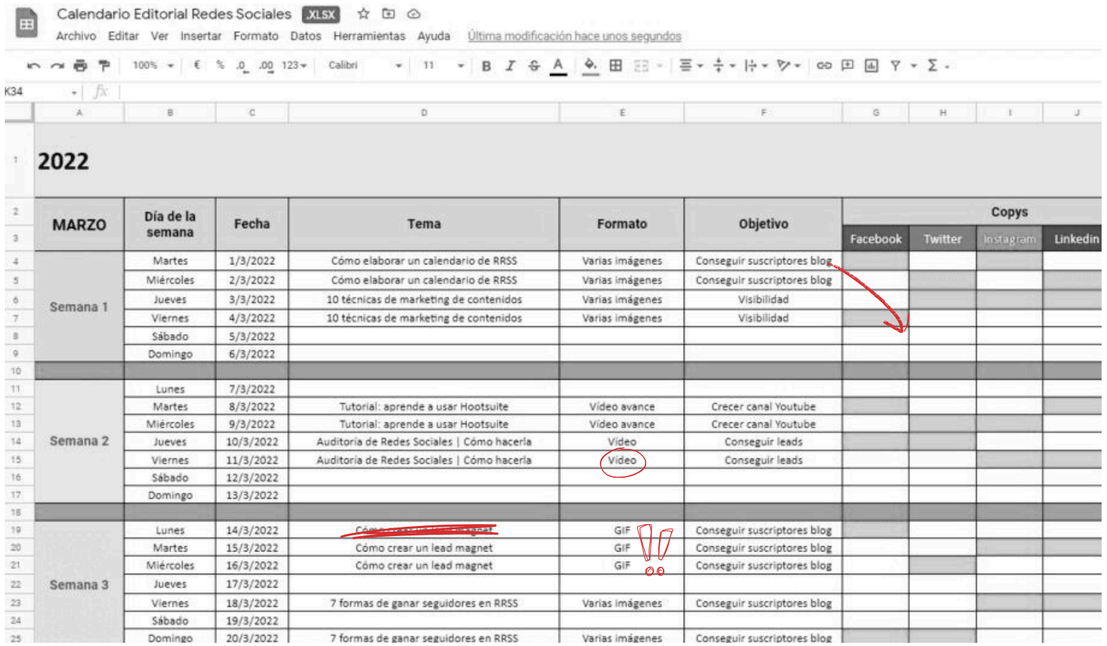
- ANUNCIO OFICIAL DEL EVENTO
- TEASERS
- RECORDATORIOS
- PRESENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

SEMANA DEL EVENTO:

- CUENTA REGRESIVA
- HISTORIAS EN TIEMPO REAL

POST-EVENTO:

- FOTOGRAFÍAS
- RESUMEN



Calendario Editorial Redes Sociales .XLSX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda Última modificación hace unos segundos

2022

MARZO	Día de la semana	Fecha	Tema	Formato	Objetivo	Copys			
						Facebook	Twitter	Instagram	Linkedin
Semana 1	Martes	1/3/2022	Cómo elaborar un calendario de RRSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog				
	Miércoles	2/3/2022	Cómo elaborar un calendario de RRSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog				
	Jueves	3/3/2022	10 técnicas de marketing de contenidos	Varias imágenes	Visibilidad				
	Viernes	4/3/2022	10 técnicas de marketing de contenidos	Varias imágenes	Visibilidad				
	Sábado	5/3/2022							
	Domingo	6/3/2022							
Semana 2	Lunes	7/3/2022							
	Martes	8/3/2022	Tutorial: aprende a usar Hootsuite	Vídeo avance	Crecer canal Youtube				
	Miércoles	9/3/2022	Tutorial: aprende a usar Hootsuite	Vídeo avance	Crecer canal Youtube				
	Jueves	10/3/2022	Auditoría de Redes Sociales | Cómo hacerla	Vídeo	Conseguir leads				
	Viernes	11/3/2022	Auditoría de Redes Sociales | Cómo hacerla	Vídeo	Conseguir leads				
	Sábado	12/3/2022							
	Domingo	13/3/2022							
Semana 3	Lunes	14/3/2022	[illegible]	GIF	Conseguir suscriptores blog				
	Martes	15/3/2022	Cómo crear un lead magnet	GIF	Conseguir suscriptores blog				
	Miércoles	16/3/2022	Cómo crear un lead magnet	GIF	Conseguir suscriptores blog				
	Jueves	17/3/2022							
	Viernes	18/3/2022	7 formas de ganar seguidores en RRSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog				
	Sábado	19/3/2022							
	Domingo	20/3/2022	7 formas de ganar seguidores en RRSS	Varias imágenes	Conseguir suscriptores blog				

actividad





(19)

CREAR UN PLAN DE PRENSA PARA EL EVENTO DE CARABANCHEL

actividad

DEFINIR UN PLAN DESDE 30 DÍAS ANTES
ELABORAR NOTA DE PRENSA BREVE
- (IDEA FUERZA, TITULAR, ENLACES)
DEFINIR ENTRE 8-10 MEDIOS Y POSIBLES ACCIONES (PRE Y/O POST)

actividad





(21)

CREAR UN VIDEO PROMOCIONAL PARA EL EVENTO DE CULTURABANCHEL

Contenido promo
tipo narración



Contenido promo tipo trend



Contenido promo
material preexistente



actividad

IDEA (TIPO DE CONTENIDO, TEMÁTICA, HOOK)
GUIÓN
ENSAYO
GRABACIÓN
EDICIÓN (CAPCUT, REELS, CANVA)
RECORDAD EL OBJETIVO!!! (PROMOCIONAR EL EVENTO)