

## **Plan de comunicaciones Teatro Sidarte 2021**

### **Objetivo**

Difundir de manera efectiva todas las obras y actividades que se realicen tanto dentro de las salas o de manera digital. El alcance dependerá el tipo de contenido, la situación y contexto país que estemos viviendo y también las posibilidades de acceso que tenga el público ya sea para llegar al teatro o bien poder conectarse desde un televisor, computador o celulares inteligentes.

### **Estrategia**

Invitar al público a ser partícipes de las nuevas tendencias en dirección y contenido teatral, siendo el teatro contemporáneo, sus nuevas formas análogas y digitales, el principal enfoque de difusión de las distintas actividades.

### **Tácticas (o acciones comunicacionales)**

Serán organizadas a través de campañas, las cuales cuentan con una expectativa, lanzamiento, mantención y cierre, abordadas por temporadas o semestres una vez iniciado el trabajo en enero de 2021 y confirmada la programación 2021.

Para el primer semestre se trabajará en torno al concepto “Ahora más que nunca”, el cual busca cumplir dos objetivos: dar a conocer la constante preocupación de Teatro Sidarte para mantenerse activo pese a las condiciones contextuales y sanitarias que vive Chile en estos y momento. Y segundo, concientizar en el público y audiencias la necesidad de apoyo que necesita la cultura en estos momentos, cuya crisis ha precarizado no sólo a las instituciones, sino que también a las y los artistas teatrales.

- **Página web:**
  - Contenido general de cada obra en la sección cartelera, junto a noticias, talleres y/u otras actividades organizadas por Teatro Sidarte. Actualización semanal de contenido.
- **Redes sociales:**
  - Actualización semanal con las gráficas oficiales de cada obra en Instagram, Twitter y Facebook. Mostrando el proceso creativo, argumento de la obra, valores y novedades de las creaciones en cartelera.
- **Gestión de prensa:**
  - Todas las obras y actividades contarán con comunicado de prensa que será enviado a los 500 contactos con los que cuenta el área de comunicaciones de Teatro Sidarte. Esta gestión de prensa aborda diarios nacionales, revistas, catálogos y sitios web especializados en teatro y cultura.

### **Públicos y audiencia**

Para apoyar la gestión de creación de audiencias, se gestionarán publicaciones en distintos medios y plataformas acordes al público que asiste a las obras y actividades organizadas por

el teatro, como por ejemplo La Tercera, El Mercurio, Máquina Medios, Radio Universidad de Chile, Toda la cultura, Santi Teatro, Cine y Literatura, Revista Wikén, entre otros medios nacionales.

A su vez, se enviarán las piezas gráficas e invitaciones al área de cultura de la Municipalidad de Recoleta quienes administran 600 entradas otorgadas por el Teatro Sidarte en el marco del programa “Butacas Vacías”. Se les hará seguimiento semestral para que quienes estén invitados en una primera ocasión, puedan continuar asistiendo a los siguientes estrenos.

Además, este año se realizará una colaboración con la Red de Salas de Teatro para la traducción en lengua de señas de una obra en cartelera que permita el acceso a la comunidad sorda. A su vez, se contará con un traductor en el conversatorio para que puedan participar de la instancia y reflexionar sobre la obra.