

Comisión Comunicación & Relaciones publicas

Miembros de la comisión:

Presidenta: Kristin Haverty (Estados Unidos)

Vicepresidentas: Kembly Aguilar (Costa Rica) y Sabrina Baran (Canadá)

Corresponsales

Mihail Baykov (Bulgaria), Yudd Favier (Cuba), Alice Gottschalk (Alemania), József Gyócsi (Hungría), Zoubour Harbaoui (Túnez), Han Hyemin (Corea del Sur), Katarina Klančnik Kocutar (Eslovenia), Natalia Markiv (Ucrania), Lise Messika (Israel), Samodra Sriwidjaja (Indonesia).

Y la asistencia clave de:

Emmanuelle Castang, Nastya Mashtakova, Miguel Moro, Mikel Iraola, Alexandra Nafarrate, Terence Tan, Dimitri Jageneau, Karen Smith y todos los miembros del CE.

La Comisión de Comunicación y Relaciones Públicas se creó en 2016 en el 22º Congreso de UNIMA Tolosa, España.

Objetivos

Dar a conocer en todo el mundo el trabajo de la UNIMA, de sus comisiones y de sus centros nacionales.

Mejorar la cooperación y la coordinación entre la UNIMA y sus centros nacionales

Facilitar la creación de redes y la comunicación entre los profesionales de la marioneta, así como entre los aficionados, investigadores, historiadores y otros interesados.

Ofrecer herramientas que faciliten la promoción del trabajo de los titiriteros, asociaciones e instituciones (espectáculos, talleres, exposiciones, conferencias, proyectos especiales, etc.)

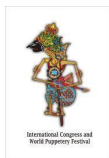
Promover periódicamente los distintos proyectos de UNIMA y de los centros nacionales a través de los canales tradicionales y de las redes sociales.

Aumentar la presencia de la UNIMA en las redes sociales, ampliando así el alcance de la información sobre sus actividades.

Hacer más atractivo, funcional y fácil de navegar el actual sitio web de UNIMA Internacional para una mejor comprensión del trabajo de UNIMA, de todas sus comisiones y la consecución de todos los demás objetivos mencionados.

Panorama general

Las plataformas de comunicación de la UNIMA siguen siendo a la vez uno de nuestros mayores activos y nuestro mayor reto. Especialmente en este periodo en el que Covid-19 siguió impidiendo o limitando las actuaciones en persona y las reuniones públicas, los artistas de todas partes -y todos los demás- encontraron Zoom y otras plataformas en línea para mostrar su trabajo a un público ahora potencialmente global. Actuaciones, talleres, encuentros, reuniones... ahora todo estaba en línea y la única barrera para la participación era la comunicación y algunas diferencias horarias terriblemente incómodas. La cantidad de información que había que procesar y comunicar era aún mayor. Al mismo tiempo, la



Dossier Congress 2023 Abril 26 - 30, 2023



comunicación no pudo ser gestionada por un servicio dedicado desde septiembre de 2021 hasta junio de 2022. En junio de 2022, la UNIMA rediseñó un puesto de asistente de comunicación y consultor, incluyendo el apoyo a la comisión, con la llegada de Terence Tan - a través de su empresa Artsolute - que ha sido excepcionalmente receptivo y comprometido con este nuevo mandato. Pero incluso con esta ayuda a tiempo parcial, la gestión diaria de la comunicación de la UNIMA es una tarea hercúlea. Dicho esto, estoy especialmente agradecida con nuestro equipo de la UNIMA por el hermoso programa y los materiales colaterales creados para la última edición del Festival Mondial des Théâtres de Marionnettes en Charleville-Mézières en 2021 y por las muchas horas de trabajo de traducción realizadas por Kembly y Sabrina (y otros) para las comunicaciones oficiales de la UNIMA.

La UNIMA dispone actualmente de algunas plataformas clave para alcanzar los objetivos mencionados.

<https://www.unima.org/es/>

Durante este periodo, la comisión llevó a cabo una revisión del sitio web y elaboró una lista exhaustiva de las actualizaciones necesarias y sugerencias para mejorar la navegación y la experiencia del usuario. Lamentablemente, debido a las limitaciones presupuestarias, hasta la fecha sólo se ha realizado una parte de las actualizaciones.

Boletín general

Reanudado en [noviembre de 2022](#), el boletín pretende ser un resumen trimestral de las próximas noticias relevantes para los miembros.

[Página de Facebook](#)

Para los miembros que pueden acceder a Facebook, el sitio sigue siendo un recurso para compartir noticias y atraer visitantes al sitio web e, idealmente, para aprender y comprometerse más con la organización. Aunque los informes indican que la plataforma está perdiendo suscriptores, la base de suscriptores de la UNIMA se ha mantenido estable durante el periodo.

[Grupo de Facebook](#)

El Grupo de Facebook permite a los miembros una inmersión más profunda en el debate comunitario sobre la marioneta con un área más privada para compartir noticias y pensamientos sobre la marioneta en todo el mundo. Las principales ciudades representadas actualmente en la página de Facebook son Ciudad de México, París, Sofía, Buenos Aires, Atenas, Moscú, Barcelona, Zomba y Lilongwe (ambas en Malawi) y El Cairo.

[Instagram](#)

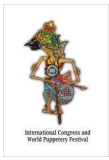
El enfoque de Instagram en los medios visuales es perfecto para los títeres. La plataforma está mostrando actualmente las imágenes de crowdsourcing para la iniciativa [Mujeres, Vida, Libertad](#), entre otras noticias, con gran interés. Cabe destacar que Irán representa actualmente el 10% del total de seguidores de la plataforma y que los seguidores de la UNIMA en Instagram han aumentado un 53% en este periodo.

Boletín del Secretario General

Muchas gracias a Dimitri Jageneau por su increíble implicación en el conjunto de la comunicación de la UNIMA y por sus siempre inspiradoras [cartas a los miembros](#).

Futuro

La Comisión ha elaborado un mapa de todos los proyectos y actividades conocidos que necesitan comunicación en una hermosa hoja de cálculo Excel, pero reconocemos que esto



Dossier Congress 2023 Abril 26 - 30, 2023



es sólo una fracción de las noticias y la información para compartir. Si está interesado en ayudarnos en esta gran tarea, póngase en contacto con la Presidenta de la Comisión, [Kristin Haverty](#). Aunque la IA puede estar cambiando la forma en que creamos contenidos en estos días, las imágenes generadas durante mi última experiencia con un generador de imágenes no fueron rival para la belleza y el poder de los títeres. Acompáñenos en nuestro empeño por elevar y celebrar el trabajo de los títeres y los titiriteros en todo el mundo.

Ejemplo de marketing para actividades de FMTM
(<https://www.unima.org/es/events/happy-aperol/>):



Algunas estadísticas a tener en cuenta:

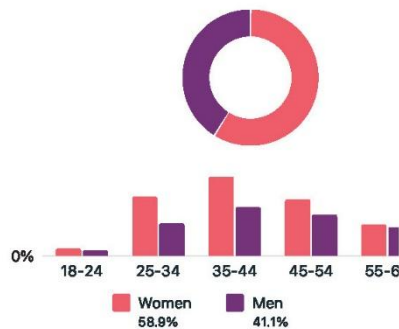
Facebook Page likes ⓘ

8,199

Instagram followers ⓘ

3,886

Age & gender ⓘ



Age & gender ⓘ

