Comunicaciones / Divulgación

Periodo: 25 de noviembre de 2025 – 31 de diciembre de 2025
Entidad ejecutora: Museo Histórico de Cartagena – MUHCA
Aliado: Secretaría de Turismo, Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias
Ubicación: Patio posterior del MUHCA

Justificación

El Museo Histórico de Cartagena de Indias, en cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Convenio Interadministrativo No. CD-STUR-CONVINT-002-2025 suscrito con la Secretaría de Turismo del Distrito, presenta como entregable el Plan de Comunicaciones para la divulgación y promoción de la exposición temporal **Los Pasos de la Inquisición en Cartagena de Indias.**

Esta estrategia responde a la necesidad de visibilizar la alianza institucional entre el MUHCA y la Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, y de posicionar la exposición como un nuevo atractivo cultural y turístico de la ciudad, articulando los objetivos misionales del Museo con la promoción de la oferta patrimonial del Distrito.

El plan se orienta a fortalecer la relación del público con la memoria histórica y los Derechos Humanos, a través de acciones comunicativas que integran la educación, la cultura y el turismo, fomentando la apropiación del patrimonio y la valoración de la historia como herramienta para la convivencia.

Asimismo, este documento da cumplimiento a los numerales 20 al 22 de la cláusula 7.2 del Convenio, mediante el diseño e implementación de una estrategia de comunicación y divulgación, la producción de piezas promocionales impresas y digitales, y la ejecución de acciones de visibilidad como lanzamiento institucional, agenda de medios y articulación con aliados turísticos y culturales.

Objetivo general

Diseñar e implementar una estrategia de comunicación y divulgación que posicione la exposición temporal “Los Pasos de la Inquisición en Cartagena de Indias” como un nuevo atractivo cultural y turístico del MUHCA, fortaleciendo su visibilidad ante públicos locales, nacionales e internacionales.

Ejes estratégicos

• Educativo-cultural: promover la reflexión sobre memoria, derechos humanos y convivencia.

• Turístico: integrar la exposición a la oferta patrimonial y de turismo cultural de Cartagena.

• Comunicacional: generar contenidos multiformato que despierten interés y garanticen recordación.

• Participativo: fomentar la interacción con visitantes, medios y aliados institucionales.

FASE 1: EXPECTATIVA / LANZAMIENTO (25 de noviembre – 1 de diciembre de 2025)

Objetivo: generar intriga y expectativa sobre la apertura de la exposición y posicionarla como un acontecimiento cultural del fin de año.

Acciones:

- Campaña teaser en redes sociales con frases e imágenes alusivas a la memoria, el silencio y los símbolos de la Inquisición.
- Pauta en redes sociales.
- Publicación de stories y reels cortos (sombras, textura de piedra, sonidos del museo, citas de Gabo).
- Instalación de pendones de fachada y banner promocional.
- Promoción de formato audio de expectativa (30”).
- Difusión en boletín del MUHCA y agenda cultural de la Secretaría de Turismo.
- Convocatoria de medios para el acto inaugural.

Piezas:

- 4 video teaser
- 3 piezas gráficas, 1 cuña
- 3 pendones de fachada.

Resultados esperados:

- Alcance digital superior a 30.000 usuarios.
- Cobertura en medios previos al lanzamiento, a través de FREE PRESS.

FASE 2: SOSTENIMIENTO / DIVULGACIÓN (2 de diciembre de 2025 – 26 de diciembre de 2026)

Objetivo: mantener la visibilidad de la exposición durante la temporada alta de turismo cultural y fortalecer el flujo de visitantes.

Acciones:

- Campaña digital en Instagram y Facebook Ads
- Publicación semanal de reels con fragmentos del guion curatorial (instrumentos, objetos, curiosidades).

- Distribución de folletos y volantes.
- Publicidad exterior en paraderos
- Activación con hoteles y operadores turísticos: entrega de material promocional.
- Difusión en medios aliados.
- Videos cortos con testimonios de visitantes y guías.
- Publicaciones semanales con enfoque en cada módulo temático.

Piezas:

- 4 videos promocionales
- folletos guía
- Flyers
- Banners para paraderos
- Notas de prensa semanales
- Publicaciones periódicas en redes sociales y anuncios en redes sociales.

Resultados esperados:

- Incremento del 20% en visitantes promedio.
- Más de 150.000 impresiones digitales.
- Inclusión en medios culturales y turísticos.

FASE 3: RESULTADOS / CIERRE (27 al 31 de diciembre 2025)
Objetivo: visibilizar el impacto y resultados de la exposición como proyecto de memoria y atractivo turístico.

Acciones:

- Producción de video resumen con impacto, visitantes y testimonios.
- Publicaciones con datos de asistencia y percepciones del público.
- Evento de cierre o conversatorio: 'Memoria y Derechos Humanos: lecciones del pasado'.
- Publicación de nota final en medios distritales.
- Elaboración de informe de gestión con indicadores e impactos comunicacionales.

Piezas:

- 1 video final
- 3 publicaciones de cierre
- Informe digital PDF

Resultados esperados:

- Consolidación del MUHCA como referente en educación patrimonial.

- Aumento sostenido de visitantes internacionales.

CANALES Y MEDIOS

. Digitales: redes sociales del MUHCA (Instagram, Facebook, Tiktok), web institucional.

• Institucionales: Secretaría de Turismo, Alcaldía Mayor, IPCC.

• Aliados: hoteles, cruceros, agencias de viajes.

• Tradicionales: radio local, prensa, publicidad exterior, folletos y cuñas.

INDICADORES DE RESULTADO

Visibilidad digital	Alcance total (orgánico + pauta)	150.000 impresiones
Asistencia	Visitantes presenciales	+25%
Alianzas	Actores turísticos vinculados	10 entidades
Reputación	Publicaciones en medios	3 notas
Interacción	Comentarios, compartidos y clics	>4.000