

Descripción

ÑñÇçÁÁáÈè e'e Otro aspecto clave al cual se tiene que adecuar la presencia del sector cultural en Internet es la explosión de las redes social. Así, la importancia de la página web de una entidad como lugar donde informar y animar la actividad de sus usuarios ha decaído considerablemente durante los últimos años. Ahora es necesario trasladar aquella actividad del lugar web también hacia las redes sociales, puesto que de este modo tendremos más posibilidad de interactuar con los usuarios potenciales. Con esto se consigue una presencia más natural y menos invasiva en la ciudadanía, y también una menor inversión en recursos publicitarios a través de los medios tradicionales.

Autor

Goya

Obra

Eguino

Ńñ Çç Éé Èè e'e Èë Êê %& L.L l-l Otro aspecto clave al cual se tiene que adecuar la presencia del sector cultural en Internet es la explosión de las redes social. Así, la importancia de la página web de una entidad como lugar donde informar y animar la actividad de sus usuarios ha decaído considerablemente durante los últimos años. Ahora es necesario trasladar aquella actividad del lugar web también hacia las redes sociales, puesto que de este modo tendremos más posibilidad de interactuar con los usuarios potenciales. Con esto se consigue una presencia más natural y menos invasiva en la ciudadanía, y también una menor inversión en recursos publicitarios a través de los medios tradicionales.

Prueba (1927). VAMOS A HACER UNA PRUEBA

Ńñ Çç Éé Èè e'e Èë Êê %& L.L l-l Otro aspecto clave al cual se tiene que adecuar la presencia del sector cultural en Internet es la explosión de las redes social. Así, la importancia de la página web de una entidad como lugar donde informar y animar la actividad de sus usuarios ha decaído considerablemente durante los últimos años. Ahora es necesario trasladar aquella actividad del lugar web también hacia las redes sociales, puesto que de este modo tendremos más posibilidad de interactuar con los usuarios potenciales. Con esto se consigue una presencia más natural y menos invasiva en la ciudadanía, y también una menor inversión en recursos publicitarios a través de los medios tradicionales.

Prueba (1927). VAMOS A HACER UNA PRUEBA



PROBEMOS (1927) L. Cristófol



PROBEMOS (1927) L. Cristófol





Etxepare Instituto Vasco

<http://www.etxepare.liquidmaps.org>
