



El Arte a través de Todo Mejores Prácticas Digitales

A continuación, se ofrece una descripción general de varias estrategias y tácticas que las organizaciones artísticas pueden implementar en sus sitios web y canales de redes sociales para continuar atrayendo audiencias durante los cierres institucionales y durante la nueva normalidad posterior a COVID-19, incluidas las formas de utilizar eficazmente la campaña Artes a través de Todo. Estas ideas pueden usarse para la mayoría de las instituciones y adaptarse a sus misiones, plataformas y audiencias.

PAUTAS GENERALES

- Es más importante priorizar la **calidad** y la **consistencia** sobre la cantidad. Considere crear un horario regular de contenido para que su público sepa qué esperar y cuándo.
- No tenga miedo de crear y compartir contenido que esté fuera de la norma para su institución. El público no necesariamente busca que la programación institucional tradicional se traslade completa al ámbito digital. Existe un deseo de contenido único y atractivo específico para el contexto en línea que las audiencias de otra manera no tendrían la oportunidad de experimentar.
- Más artistas que nunca están buscando oportunidades para crear arte que responda a la situación global, así como encontrar formas de promover su trabajo digitalmente. Como institución cultural, es importante proporcionar esa plataforma para los artistas, y especialmente para aquellos que pueden provenir de comunidades que no están bien representadas en las artes.
- Escuche a su público (audiencia). Ajuste el horario, el tiempo o la frecuencia de las publicaciones en función de los niveles de participación (por ejemplo, puede encontrar más personas sintonizadas en un IG Live los jueves por la noche que los lunes por la tarde). Calibre su contenido según las necesidades e intereses de sus seguidores. También puede considerar publicar una encuesta para evaluar qué tipo de contenido le interesa ver a su público.
- Use un tono que equilibre el reconocimiento de la situación actual sin ser demasiado contundente. Tenga en cuenta que su audiencia está siendo constantemente bombardeada por noticias relacionadas con COVID y puede estar recurriendo a sus canales para distraerse, por lo que está bien usar menos seriedad y más liviandad, y no centrarse en la gravedad de la situación.

RECAUDACION DE FONDOS EN LINEA Y EN LAS PLATAFORMAS DE LOS MEDIOS SOCIALES

Al elaborar publicaciones relacionadas con la recaudación de fondos en la web o en las redes sociales, tenga en cuenta lo siguiente:

- Cualquier solicitud de donaciones o apoyo monetario debe ir acompañado de un reconocimiento de que muchas personas enfrentan actualmente circunstancias económicas difíciles y es posible que no puedan dar. Además, reconozca que los que pueden darse el lujo de recibir su generosidad reciben numerosos pedidos de ayuda similares.
- De manera similar a lo anterior, trate de no “bombardear” a sus audiencias con pedidos de donaciones para evitar sobrecargar al público con solicitudes financieras en un momento ya difícil. Intente limitar las publicaciones centradas en la recaudación de fondos a no más de una vez cada dos semanas.



- Use las plantillas (modelos, ejemplos) de redes sociales proporcionadas en el kit de Arte a través de Todo para crear publicaciones que respalden sus esfuerzos de recaudación de fondos y mantengan la coherencia en los mensajes. Si es posible, incorpore diferentes imágenes con derechos gestionados de su propia organización para personalizar el gráfico y mantener sus publicaciones actualizadas.
- Para fortalecer cualquier pedido de apoyo, incluya un lenguaje que defienda el valor de apoyar las artes y resalte los impactos positivos de las artes y su organización específicamente en la vida de su comunidad y sus seguidores (consulte las **Pautas de Comunicación** y las **Preguntas Frecuentes** para obtener ejemplos). Puede dirigir al público a artsthroughitall.org para obtener una lista de formas simples y efectivas en que pueden ayudar a apoyar a las artes y artistas de Colorado durante este tiempo.

HASHTAGS PROMINENTES

El uso de hashtags relevantes seleccionados en sus publicaciones ayudará a generar visibilidad para su contenido y a ampliar su alcance. Además del hashtag **#ArtsthroughitAll**, que es posible que desee utilizar en muchas de sus publicaciones, si no en todas, las siguientes se están utilizando ampliamente en el ámbito cultural:

- #CulturefromHome; #ArtfromHome
- #[Organization Name]atHome
- #MomentofZen
- #ArtCanHelp

Para museos:

- #MuseumfromHome
- #MuseumMomentofZen
- #MuseSocial
- #WhyILoveMuseums

DESARROLLO DE CONTENIDO E IDEAS

Su contenido digital estará determinado en gran medida por la identidad de su marca, los recursos a su disposición y su conocimiento de su público y sus gustos y preferencias particulares. En cualquier caso, es importante crear una lista dinámica de contenido y programas que involucre a sus seguidores en múltiples niveles. El contenido puede incluir:

- Exhibiciones o visitas virtuales
- Presentaciones o actuaciones en vivo (IG Live, Facebook Live, YouTube Live, Zoom)
 - Paneles/Preguntas y respuestas
 - Clases y talleres
 - Lecturas e historias
 - Actividades de cuidado personal
- Trabajos de artistas / residencias digitales
- Sugerencias y actividades de creación de arte
- Presentación de películas
- Contenido creado por la comunidad (recopilado y compartido a partir de una convocatoria)
 - Desafíos virtuales / indicaciones (por ejemplo, #BetweenArtAndQuarantine)
 - Fotografías, experiencias o momentos favoritos de su organización
 - Obras de arte originales, música, performance o escritura.



- Concurso de preguntas y respuestas
- Lista de reproducción curadas (seleccionadas)
- Podcasts
- Recursos comunitarios (compartiendo recursos locales para artistas e instituciones culturales, incluido artsthroughitall.org, así como recursos a nivel nacional como los recopilados por [Creative Capital](#) y [National Endowment for the Arts](#))