



Artes a través de Todo Recomendaciones y Pautas de Comunicaciones

Incluso mientras que las organizaciones artísticas operan de manera diferente y navegan por los impactos de COVID-19, es esencial que las organizaciones artísticas se mantengan en comunicación regular con sus seguidores para atraer y mantener su base de audiencia. Al aprovechar mensajes potentes, simples y consistentes, Arts through It All (Arte a través de Todo) proporciona las herramientas y el lenguaje para que las organizaciones comuniquen de manera efectiva a sus patrocinadores la importancia de las artes en nuestras comunidades y cómo apoyar las artes y la cultura durante este momento desafiante. A continuación, se presentan un conjunto de recomendaciones y pautas para implementar la campaña Arts through it All y pautas adicionales con respecto al contenido, el tono y la frecuencia de las comunicaciones externas.

CONTENIDO Y TONO

- Incorpore regularmente los recursos de Arts through it All (logotipos, plantillas, enlaces web, etc.) en sus comunicaciones para familiarizar a sus seguidores (su público) con la campaña y las diversas formas en que pueden apoyar a su organización y las artes en Colorado en general. Para mantener su enfoque fresco y personal, use una variedad de estos elementos e integre imágenes institucionalmente específicas en las plantillas (modelos).
- El mensaje central es que las artes y la cultura son esenciales para la vitalidad económica y social de Colorado y brindan un valor inconmensurable a nuestras comunidades como fuentes de consuelo y alivio, educación y entretenimiento, e inspiración y creatividad. En resumen, las artes. están aquí para nosotros y estarán aquí para nosotros, a través de todo. Reiterar este mensaje enfatiza la relevancia continua de su organización y subraya la necesidad de apoyo.
- En todas sus comunicaciones, comienza con compasión. Es perfectamente aceptable reconocer el miedo y la ansiedad del momento actual y compartir las luchas a las que se enfrentan su organización y los demás al empatizar con los demás miembros de la comunidad, reunir a las personas para discutir desafíos y resolver problemas.
- Las comunicaciones con los seguidores y donantes pueden incluir actualizaciones institucionales; anécdotas de los dirigentes, del personal, de los artistas o de miembros de la comunidad; recursos o guías; mensajes creativos; o llamadas a la acción. También debe usar estas correspondencias para resaltar cualquier contenido digital que haya seleccionado en su sitio web o en sus plataformas de redes sociales.
 - Considere compartir contenido exclusivo con sus miembros o suscriptores como una forma de mantener su "ventaja" mientras duren los cierres.

Cuando solicite donaciones u otras formas de apoyo:

- Hágalo de una manera sensible a la situación actual y reconozca la tensión financiera que muchas personas enfrentan, lo que puede afectar su capacidad de dar.
- Destaque la actividad y el impacto positivo de su organización incluso cuando está cerrada o funciona a menor capacidad. Y demuestre el valor continuo que está brindando a la comunidad (por ejemplo, respaldo a artistas; herramientas de aprendizaje, entretenimiento e inspiración; otorgando acceso gratuito a programas y recursos en línea, etc.).
- Utilice los recursos de Arts through it All (Arte a través de Todo) para ayudar a proporcionar coherencia en los mensajes y describir las maneras claras y efectivas en las que su público pueda apoyar a los artistas y las organizaciones artísticas de Colorado.



FRECUENCIA Y FORMA

- Las comunicaciones externas pueden tomar la forma de boletines, blogs, videos, participación de la prensa o publicaciones en las redes sociales (consulte el documento de **Mejores Prácticas Digitales** para obtener recomendaciones específicas sobre las redes sociales). También es posible que desee implementar una encuesta en sus listas de correo para evaluar qué tipos de comunicaciones y contenido desea su público durante este tiempo.
- Su público debe esperar escuchar de usted regularmente, pero no debe sobrecargar al público con las comunicaciones de su organización. Establezca un cronograma razonable y consistente para la divulgación (por ejemplo, boletines quincenales, publicaciones de Instagram 3 o 4 veces por semana, etc.) que se alinee con la base de audiencia y con los recursos de su institución.
- Dado el estrés financiero que muchos están experimentando, así como el aumento de las solicitudes de apoyo de todas partes, su organización debería evitar enviar correspondencias centradas principalmente en solicitudes de donaciones más de una vez cada dos semanas.
 - Dicho esto, los elementos de Arts through it All (Arte a través de Todo) pueden incorporarse a muchas de sus comunicaciones, si no a todas, como un medio más sutil de abogar por el apoyo para su organización y las artes de Colorado en general.