



## Activa e impulsa las plataformas digitales de tu organización

### *Guía sencilla preparada por el Nido Cultural*



La cuarentena ha liberado el tiempo de millones de personas permitiendo que la cultura entre desbordante y con ímpetu a los hogares. La demanda de consumo de contenido digital presenta una oportunidad de visibilización que toda organización debería aprovechar.

Pero ¿cómo hacerlo sin tantísimo conocimiento en manejo de redes sociales? ¿Qué estrategias han sido efectivas? El Programa del Nido Cultural comparte *tips* para que aumentes la presencia de tu organización en Internet aún en tiempos retantes.

### ***Las redes trabajan para ti***

- Crea un plan semanal de publicaciones periódicas. Puede estar sujeto a actividades propias de tu programación que requieran publicidad, compartir contenido ya generado y que sea acorde con los objetivos de su organización (se recomienda acompañarlo con un mensaje personalizado), generar nuevo contenido y programar interacciones a tiempo real con tu público como por ejemplo los *lives* y reuniones e impartición de talleres por Zoom.
- En esta coyuntura histórica, que las redes trabajan para ti significa solidarizarse y lograr colaboraciones con la red de industrias creativas que te rodean. Durante la tarea de trabajar en línea, identifica organizaciones que puedan ser aliadas para generar contenido juntas, crear iniciativas, compartir estrategias entre otras prácticas beneficiosas que tiene el apoyarse como comunidad artística.
- Ten en cuenta que de los horarios que elijas tanto para publicar como para transmitir en vivo, influirá en la recepción de la audiencia. Esto es importante, ya que nos esforzamos por mantener las redes sociales activas, actividad que consume tiempo, debemos asegurarnos que las publicaciones tendrán recepción. Para evaluar tus



resultados, puedes fijarte (por lo menos en las páginas de Facebook) en las estadísticas de interacción.

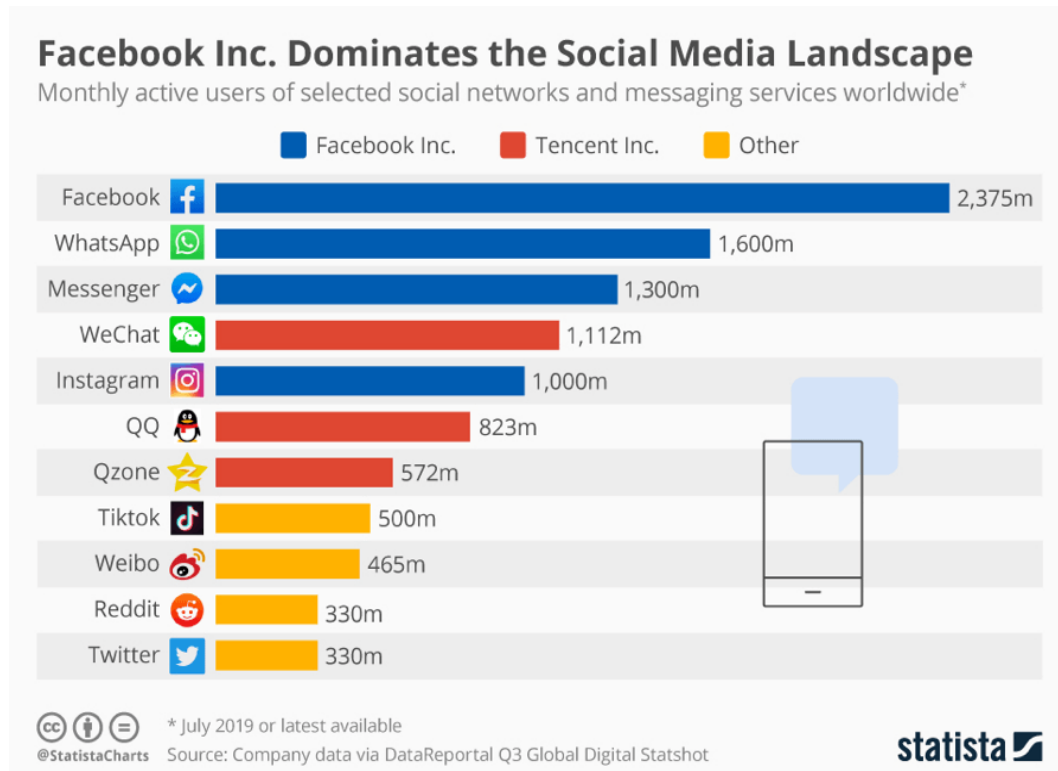


Fuente: Cyberclick <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/facebook-mejor-hora-y-dia-para-publicar-tus-posts>

- No es necesario que ocupes tu mente con recordar los horarios para publicar cuando existen aplicaciones dedicadas a esto. Recomendamos el uso de [Postcron](#) para Facebook y [Apphi](#) para Instagram (ambos funcionan en celulares Android). Otra herramienta, en este caso para compartir contenido de otras cuentas, la aplicación [Repost](#) para Instagram, en Facebook se utiliza el botón de share.
- Si no cuentas con conocimiento de diseño gráfico pero deseas potencializar las imágenes que acompañarán tus publicaciones puedes explorar [Canva](#), Over y Unfold. En cuanto a la edición de video, aplicaciones como IMovie, YourCut y PowerDirector son sencillas de entender.



- Es un buen momento para analizar si tienes cuenta en las plataformas digitales que mejor van con tu producción cultural. Entre las redes que actualmente registran mayor concentración de usuarios y usuarias son:

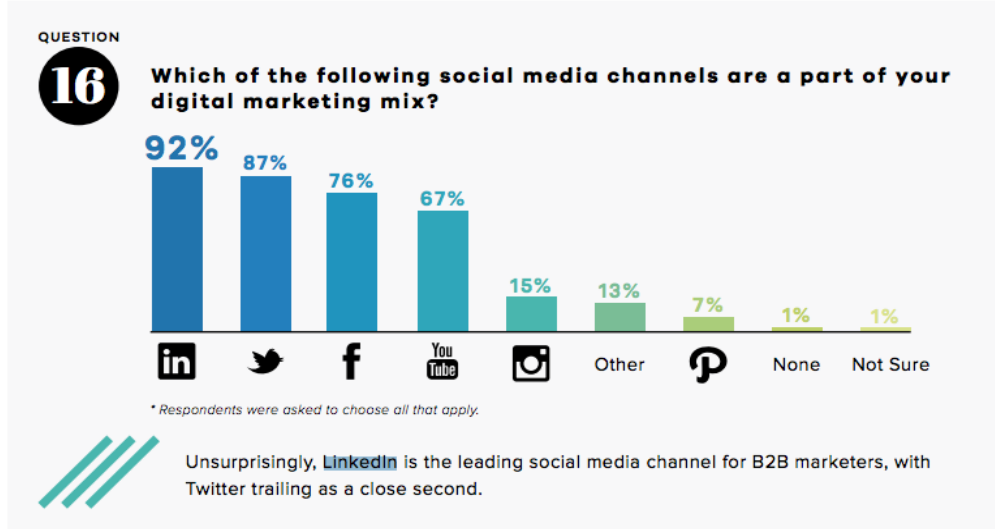


Fuente: ICTBussines <https://www.ictbusiness.biz/infographics/facebook-dominates-the-social-media-landscape.phtml>

- **Facebook:** Las opciones de Facebook page y group son las preferidas para el sector empresarial / organizacional para compartir sus contenidos. Es la red social líder a nivel mundial y su alcance en Puerto Rico, no es la excepción.
- **Instagram:** La fama de Instagram y su uso han aumentado convirtiéndolo en un espacio ideal para compartir videos cortos (de entre 15 segundos a 2:00 minutos) instruccionales, prácticos, educativos, etc. Logra cercanía con el público porque trabaja mucho con la inmediatez (fue pionero en la modalidad de story, boomerang, lives) por lo que cuenta con una audiencia joven.



- **YouTube:** La audiencia en YouTube tiene un gran alcance internacional y su contenido audiovisual puede ser más extenso que en Instagram. Se recomienda que los videos sean editados (añadir título, créditos y logo de la organización) al menos mínimamente para salvaguardar la calidad. Es una excelente herramienta para lo que se conoce en *marketing* como posicionamiento.
- **Twitter:** Las plataformas anteriores están más inclinadas al entretenimiento pero en Twitter se mueve la opinión pública, información relevante por parte de fuentes como periódicos internacionales, se logra el *engagement* con las y los seguidores citándoles directamente. Es un espacio ideal para jugar con las palabras en tus publicaciones.
- **TikTok:** Es la aplicación de mayor receptividad desde el mes de octubre 2019. Se compone de videos creativos, una audiencia de todas las edades, predominando las y los adolescentes. El contenido es principalmente doblajes, memes, bromas y comedia. Una oportunidad para contenido ligero que relaje a la audiencia en medio de la crisis y que permita ver el lado informal, si se puede decir así, de quienes trabajan sosteniendo la organización, sin olvidar que el material publicado siempre responde a los objetivos.
- **LinkedIn:** es una red social profesional, es decir, está orientada más a relaciones comerciales y profesionales que a relaciones personales y por tanto, en esta red social. encontrarás empresas y profesionales que buscan promocionarse, hacer networking y negocios.



Fuente: Omnicore <https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/>

- **Otras plataformas para explorar:**

Plataforma	Modalidad
<a href="#">Vimeo</a>	Video
<a href="#">Soundcloud</a>	Música
<a href="#">Spotify</a>	Música / Podcast
<a href="#">Wordpress</a>	Blogs
<a href="#">Blogspot</a>	Blogs
<a href="#">Snapchat</a>	Red social
<a href="#">Tumblr</a>	Blog / Gif
<a href="#">Eventbrite</a>	Programar eventos / Reuniones
<a href="#">Zoom</a>	Programar Webinars / Reuniones con múltiples personas
<a href="#">Giphy</a>	Buscador y generador de gifs
<a href="#">Drive</a>	Nube principalmente compartir y editar documentos



### **Servicios en contacto**

- Reinventa la forma en que compartes los servicios por las plataformas digitales para entrar en contacto directo con tu audiencia. Define qué servicios o proyectos de tu área programática tendrán mayor peso en los próximos días. Priorizar y simplificar la información es clave para no aportar a la sobresaturación tanto de tus redes como de tu público.
- Comparte fechas importantes para que la audiencia sepa con antelación cuándo conectarse a tus redes. Sugerimos crear *flyers* para anunciar transmisiones en vivo y eventos con el mismo propósito.
- Redacta un e-mail para enviar masivamente. Aconsejamos que se envíe desde una cuenta de correo electrónico oficial de la organización. Este mensaje debe ser breve (6 a 20 líneas) y si es posible que incluya imagen ilustrativa. La plataforma [MailChimp](#) es de las más utilizadas para el contacto por e-mail dado a su capacidad de automatizar el “compartir campañas de correo electrónico y publicitarias con clientes y otras partes interesadas.”

### **Administración**

- Comunícate con tus colaboradoras y colaboradores (voluntarios(as), empleadas(os) y otros recursos que estén a tu disposición) tanto para conocer su salud, orientarles sobre tus decisiones organizacionales durante la recesión como para comentarles que estarás implementando nuevas estrategias en las Comunicaciones ante la cuarentena por la propagación del Covid-19 y que esperas su apoyo (dando *likes* y *shares* principalmente).
- No descartes las alianzas. Piensa en cómo tu gesta en línea puede crecer si integras a otros recursos artísticos que también se encuentran activamente creando desde sus casas.

### **Otras opciones**

- Contratación de los servicios de marketing digital.
- Pedirle apoyo al o la artista gráfico de la organización.



## COMUNICACIÓN ONLINE: ESTRATEGIAS

para impulsar tu organización en las  
plataformas digitales



### PLANIFICA EL CONTENIDO

Promociona el área programática, comparte contenidos relacionados a tu entidad y genera nuevas publicaciones.

### CALENDARIZA LAS PUBLICACIONES

Crea un plan semanal para mantener una presencia balanceada en las redes sociales.

Planifica qué publicarás y cuándo.



### AFIANZA EL CONTACTO

Contesta comentarios en tus publicaciones, envía mensajes informativos por Inbox, Direct Message o E-mail. Genera en la audiencia la sensación de estar atendida.

### POTENCIALIZA SEGÚN LA PLATAFORMA

Distribuye las publicaciones basándote en los enfoques de las plataformas digitales de tu organización (por ejemplo: vídeos cortos para Instagram y transmisiones en vivo por Facebook).



### LA CREATIVIDAD ES TU ALIADA

Explora formas innovadoras de presentar los productos y servicios que ofreces. Déjate llevar por lo que está "trending" y a puesta a irte "viral".