CÓMO PRODUCIR UN EVENTO DE ART ALL NIGHT EN TU CIUDAD:

Una guía paso a paso para ONG

Art All Night-Internacional
19 de abril de 2023

INTRODUCCIÓN

Art All Night-International (AAN-International) proporciona financiación y orientación a las ONG que desean producir un evento Art All Night (AAN) en su ciudad. Gracias por su interés en producir un evento AAN en su ciudad. En el resto de esta guía, la letra X significará su ciudad. Por ejemplo, AAN-X. Al leer, reemplaza X con el nombre de tu ciudad como en Arte Toda Noche-Quito o Arte Toda Noche-Medellín.

Este manual proporciona una guía paso a paso sobre cómo producir un evento AAN.

La AAN se basa en la idea de que cuando aprender habilidades de la sociedad civil se convierte en algo divertido, más personas querrán aprenderlas. El programa AAN ofrece una experiencia de aprendizaje práctico (la producción de un festival artístico divertido) como una forma divertida de enseñar habilidades de la sociedad civil a los voluntarios que lo producen. AAN se centra especialmente en enseñar estas habilidades a voluntarios de clase trabajadora. Se espera que después de que los voluntarios aprendan estas habilidades y desarrollen su confianza para realizarlas, puedan aplicarlas en el futuro a otras causas que son más esenciales que un festival de arte; como elecciones libres y justas, agua potable o desarrollo juvenil.

Ciertamente, la AAN tiene otros beneficios, concretamente para los artistas que participan y para la comunidad o ciudad que organiza el evento, pero lo principal es enseñar habilidades de la sociedad civil a los voluntarios de clase trabajadora.

La AAN se gestiona de manera diferente en su primer año que en todos los años posteriores. En su primer año, el organizador del evento de la AAN, con el apoyo del personal y la junta directiva de la ONG, y algunos voluntarios clave, lanzarán la primera AAN en su ciudad. El objetivo del primer año es crear un evento exitoso. El primer año actúa como plataforma de lanzamiento para atraer artistas, asistentes, voluntarios, medios de comunicación y patrocinadores en años futuros.

A partir del año 2, el organizador del evento sigue a cargo, pero las responsabilidades y el control creativo se delegan cada vez más a cientos de voluntarios que producen el evento. Aquí es donde se logran los máximos beneficios. Los voluntarios aprenden habilidades de la sociedad civil primero a través de capacitaciones impartidas por el organizador del evento y luego practicando las habilidades ellos mismos.

Pregunta: Si el organizador del evento realizará la mayor parte del trabajo sin voluntarios en el año 1, ¿aún es necesario que su ONG lea este documento completo ahora?
Sí, por 3 razones:

1. El año 2 es más difícil que el año 1 y la ONG debe saber de antemano en qué se está metiendo. El segundo año es más difícil porque los voluntarios hacen la mayor parte del trabajo. Los voluntarios son impredecibles y pueden irse en cualquier momento, por cualquier motivo.

2. El organizador del evento debe ver cada tarea que realizará personalmente en el año 1 a través de la lente de "¿Cómo lo harán los voluntarios en el año 2 y en adelante?".

3. Aunque es difícil reclutar voluntarios durante el primer año del evento[1], el organizador del evento aún debe intentar reclutar e introducir voluntarios siempre que sea posible. Cuanto antes se involucren los voluntarios, antes el evento producirá los máximos beneficios. Para ello, el organizador del evento debe poder visualizar cuál es el impacto ideal.

Esta guía tiene 5 partes:

I. ANTECEDENTES: Se explican los propósitos y beneficios de la AAN.
II. METAS: Se enumeran las metas de los primeros 3 años de AAN-X.
III. EVALUACIÓN: Por qué y cómo se evaluará AAN-X.
IV. COMITÉS AAN-X: Cómo producir AAN-X. Los temas se explican en relación con el comité al que pertenecen.
V. OTRAS NECESIDADES QUE NO REQUIEREN COMITÉ: Tareas que el Organizador del Evento deberá gestionar independientemente de los Comités.

Como usar esta guia

¡No es necesario seguir esta guía! Mientras se cumplan las metas de AAN-International y se logren los impactos, no nos preocupa mucho cómo se lograrán. Sin embargo, creemos que esta guía le resultará útil por al menos dos razones:

1. Si el voluntariado organizado no es una costumbre que se practica ampliamente en su país, esta guía ayudará al lector a aprender las mejores prácticas de gestión de voluntarios, como reclutamiento, capacitación, supervisión y retención de voluntarios.

2. AAN-X es fácil de explicar pero difícil de producir. Hay cientos de piezas en movimiento y la curva de aprendizaje es pronunciada. Esta guía identifica áreas que probablemente causen problemas y le ayudará a evitarlos.

Unas últimas reflexiones antes de comenzar...

1. Estamos aquí para ayudarle y ofrecerle el asesoramiento que necesite. Si desea establecer un horario regular para registrarse (tal vez una vez por semana o dos veces al mes) o si desea hablar o enviar correos electrónicos con más frecuencia, eso no es ningún problema.

[1] ¿Por qué es difícil reclutar voluntarios durante el primer año?

- Porque en el primer año, los Reclutadores Voluntarios describen el evento con palabras. Aún no cuentan con las fotografías, videos y testimonios que se producen después del primer evento. Es difícil reclutar extraños para que se ofrezcan como voluntarios sin evidencia visual que explique el evento.
- Después del primer año, los reclutadores voluntarios pueden contactar con los artistas que participaron y a los invitados que asistieron el primer año para ver si considerarían ofrecerse como voluntarios.

2. Nos disculpamos de antemano si presentamos información sobre algo que usted ya sabe cómo hacer. También reconocemos que lo que puede funcionar en los EE. UU. puede no funcionar en su país (o, más específicamente, lo que funcionó en Trenton, Nueva Jersey y Pittsburgh, Pensilvania, puede no funcionar en su ciudad o provincia). Sin embargo, como no conocemos su experiencia produciendo este tipo de festivales, pensamos que sería mejor dejarlo todo por escrito.

3. AAN-X le permitirá ganar dinero a su ONG, pero usted debe "jugar a largo plazo". La financiación de AAN-International le ayudará a alcanzar el punto de equilibrio durante los primeros años. Para el año 4, su ONG debería ser autosuficiente y debería comenzar a obtener una pequeña ganancia. Para el año 5, AAN-X debería ser una fuerte fuente de ingresos para su ONG y generar exposición para sus otros programas. Las ganancias provendrán de fuentes principales (patrocinios y ventas de cerveza, vino y alimentos) y de fuentes menores (venta de camisetas y donaciones de artistas, compradores de arte e invitados). Lo importante es no abaratar la marca AAN-X desde el principio. Mantenga siempre AAN-X libre y tenga fe en este modelo probado.

4. ¡Sea implacable! Si alguien le dice "no", haga la pregunta de otra manera o busque una nueva estrategia para conseguir lo que quiere. Producir AAN-X será un trabajo muy duro, pero lea a continuación para conocer todos los grandes beneficios.

ANTECEDENTES

¿Qué es la AAN?
¿Cuáles son los beneficios de la AAN? Sumario rápido
¿Por qué la AAN crece tan rápido?
¿Cómo logra la AAN los propósitos y beneficios mencionados anteriormente?
Espere, ¿dijo que AAN está impulsada por voluntarios?
Beneficios individuales de AAN explicados con más detalle
Los beneficios sociales y comunitarios de la AAN se explican con más detalle
Lo que AAN no es...

¿Qué es la AAN?
AAN es un festival de arte de 24 horas de duración, gestionado por voluntarios, que anima a cualquier artista de cualquier edad, nivel o medio a presentar una obra de arte visual (de su propia creación) y colgarla en un entorno similar a una galería.

- La asistencia al festival es gratuita. No hay costo para enviar arte.
- No hay juez o jurado que revise el arte presentado
- Los artistas pueden vender su arte y quedarse con el 93% de las ganancias.
- El evento abre al público a las 3:00 p. m. el sábado y finaliza a las 3:00 p. m. el domingo un fin de semana al año.
- La participación es deliberadamente fácil; los artistas dejan su arte el día antes o la mañana del evento. Los artistas completan un breve formulario de registro. Los voluntarios cuelgan el arte enviado a medida que lo reciben. Los artistas recuperan el arte no vendido el domingo cuando finaliza el evento. El arte que se vende se entrega en una fiesta posterior donde el comprador tiene la oportunidad de conocer al artista.

Vuelva a leer cada punto. Cada uno es importante y no negociable.

¿Cuáles son los beneficios de la AAN? Sumario rápido
Lo crea o no, los mayores beneficios derivados de la AAN no incluyen la celebración del arte, aunque también lo hace. Más bien, sus propósitos y beneficios incluyen:

1. Enseñar habilidades de participación cívica y de la sociedad civil, como reclutar y gestionar voluntarios, hablar en público, redactar comunicados de prensa y marketing de guerrilla, y las enseña de una manera divertida, tranquila e inocua. La Se espera que los voluntarios utilicen estas nuevas habilidades en el futuro para defender causas más importantes que el arte, como el agua potable, la seguridad pública o las elecciones libres y justas.

2. Incrementar la empleabilidad de los voluntarios. Cada habilidad de la Sociedad Civil que se enseña al voluntario tiene una aplicación en el mundo empresarial. Estas habilidades pueden presentarse a los empleadores para conseguir empleos mejor remunerados.

3. Desarrollar un sentido de comunidad y confianza entre diferentes estilos de vida, razas e ingresos al brindar una razón para interactuar en una atmósfera divertida. Esto se aplica al festival de arte en sí, así como a los 6 meses que se necesitan cientos de voluntarios para producir el evento.

4. Empoderar a personas que de otro modo no tendrían la oportunidad de exhibir sus obras de arte en una galería de arte con un lugar para hacerlo. Este empoderamiento genera beneficios para los artistas, como generar confianza, sentirse escuchados, respetados y comercializar sus obras de arte.

5. Fomentar las redes sociales entre personas que tengan interés en mejorar su comunidad.

6. Comercializar la programación (clases, exhibiciones, eventos y oportunidades de voluntariado) de la organización que produce el evento.

¿Por qué la AAN crece tan rápido?

1. Es irresistiblemente divertido, enriquecedor y 100 % gratuito.

2. El listón para participar es extremadamente bajo. Hay múltiples formas de participar: como voluntario, artista o invitado.

3. Pero, sobre todo, cada artista que envía una obra de arte está tan emocionado de que su trabajo se muestre en un entorno similar a una galería y sea visto por miles de personas, que invitan a sus amigos, familiares y compañeros. trabajadores a la AAN. Esta audiencia ve lo bajo que es el listón de entrada y participa ella misma al año siguiente o recomienda el evento a una persona creativa que conoce.

4. La positividad que rezuma el evento es tan abrumadora que los líderes cívicos, gubernamentales, religiosos y empresariales inmediatamente quieren apoyar y patrocinar el evento.

¿Cómo logra la AAN los propósitos y beneficios mencionados anteriormente?

1. AAN se basa en la idea de que cuando aprender es divertido y no parece una medicina, las personas están mucho más motivadas para participar. Como solo hay un miembro del personal remunerado, existen amplias oportunidades para aprender habilidades de participación cívica. De hecho, el evento no tendrá éxito sin una sólida participación de voluntarios.

2. El empoderamiento y la autoestima se obtienen tanto al aprender habilidades de participación cívica como al presentar arte. El abrumador testimonio de los participantes de AAN-Trenton ha demostrado que enviar arte genera confianza en los jóvenes, hace que las personas mayores se sientan valoradas y más conectadas, y ayuda a las personas alienadas a sentirse escuchadas y respetadas.

3. Ya sea a través del voluntariado o participando como artista o asistente al festival, los participantes construyen nuevas redes sociales, a menudo con personas de diferentes ámbitos de la vida, personas que probablemente no conocerían en sus círculos sociales existentes.

4. Finalmente, la positividad que emana de AAN inspira a los asistentes a establecer contactos con otros asistentes con ideas afines que juntos persiguen proyectos adicionales de desarrollo cívico.

Espera, ¿dijiste que AAN está administrada por voluntarios?
¡Sí! Excepto por un empleado remunerado llamado Organizador del Evento.
AAN NO es un proyecto que necesita voluntarios para producirlo.
¡No, es todo lo contrario! AAN es un programa de desarrollo de voluntarios que utiliza un festival de arte como una forma divertida y práctica de capacitar a la gente común en habilidades básicas de la sociedad civil.

Si fueras de puerta en puerta para preguntar a la gente si les gustaría aprender habilidades de la sociedad civil (cómo dirigir una reunión, pedir una donación o reclutar voluntarios), ¿cuántas personas crees que dirían: “¡Sí apúnteme a eso!"? Sin embargo, si preguntaras a las personas si estarían interesadas en ayudar a producir un festival artístico divertido, probablemente muchas más se inscribirían. Luego, a través de su trabajo como voluntarios, las capacitaciones que les brinda AAN-X y las oportunidades supervisadas para practicar lo que han aprendido en esas capacitaciones, aprenden habilidades de la sociedad civil.

Hay tres formas de ser voluntario. Esta variedad de oportunidades está diseñada para adaptarse a una variedad de horarios:

1. *Voluntarios del Día Del Evento que* se necesitan para trabajar durante 3 horas en el evento de 24 horas de duración. Estos voluntarios vigilan el arte, gestionan la entrada al evento y responden preguntas de los asistentes como "¿Dónde está el baño?" o "¿Cómo compro una obra de arte?". Cada voluntario recibe una camiseta y es invitado a una fiesta/formación de voluntarios.

2. *Voluntarios de Producción de Eventos* que ayudan a construir las paredes de la galería donde se cuelga el arte. Después del evento, desmontan las paredes. Cada voluntario debe trabajar 6 horas a la semana durante 2 semanas antes del evento y 6 horas durante una semana después del evento. También reciben una camiseta y son invitados a la fiesta.

3. *Voluntarios de Entrada, Colocación y Devolución de Arte* que saludan a los artistas el día anterior y el día del evento y los ayudan cuando se presentan para entregar su arte. Luego, estos voluntarios cuelgan el arte. Finalmente, una vez finalizado el evento, acompañan a cada artista a su arte para que se lo lleve a casa.

4. *Voluntarios Del Comité Producen el Evento* durante un período de 6 meses. Cada voluntario es necesario durante aproximadamente 8 horas al mes y trabaja a través de uno de los 8 comités que incluyen:
   A. Comité de reclutamiento de voluntarios
   B. Comité de Instalaciones
   C. Comité de marketing
   D. Comité de devolución y colocación de arte
   E. Comité de Arte Infantil
   F. Comité de Música
   G. Comité de Proyectos Especiales
   H. Comité de Comida, Cerveza y Vino

   A todos los voluntarios se les ofrecen 9 capacitaciones gratuitas de 45 minutos que enseñan estas habilidades:
   A. Cómo hablar en una reunión
   B. Cómo redactar la agenda de una reunión
   C. Cómo liderar una reunión
   D. Cómo reclutar voluntarios
   E. Cómo gestionar los voluntarios
   F. Cómo redactar un comunicado de prensa
   G. Cómo pedir una donación
   H. Cómo hacer marketing de guerrilla
   I. Cómo hablar con un político.

Cada formación va acompañada de una práctica de 45 minutos: una oportunidad para practicar la habilidad bajo la supervisión del instructor. La práctica normalmente se realizará inmediatamente después de la formación.

Beneficios individuales de AAN explicados con más detalle

1. Beneficios para el individuo del voluntariado
   Una cantinela que se escucha comúnmente es: “Todo esto suena genial... pero muchas personas simplemente no tienen tiempo para ofrecerse como voluntarios. "Están consumidos por el trabajo y el cuidado de su familia". La AAN aborda esta barrera tan real proporcionando un beneficio personal al voluntario... además de las razones altruistas por las que uno podría ofrecerse como voluntario. El beneficio personal es que a través del voluntariado, un voluntario aumenta su empleabilidad basándose en la siguiente lógica:

   A. Si puede hablar en una reunión de voluntarios, puede hablar en una reunión de negocios.
   B. Si puede escribir una agenda para una reunión de voluntarios, puede escribir una agenda para una reunión de negocios.
   C. Si dirige una reunión de voluntarios, puede dirigir una reunión de negocios.

D. Si puede reclutar voluntarios, esencialmente vendiéndole a alguien la idea de trabajar sin que le paguen (un argumento muy desafiante), ciertamente puede vender autos, planes de telefonía celular o widgets.
E. Si puede gestionar voluntarios (que pueden irse en cualquier momento por cualquier motivo), ciertamente puede gestionar empleados remunerados que tengan interés en permanecer en un trabajo para cobrar su salario.
F. Si puede escribir un comunicado de prensa para una ONG, puede escribir un comunicado de prensa para una empresa.
G. Si puede realizar marketing innovador para una ONG, puede hacerlo para una empresa.
H. Si puede demostrar diplomacia mientras representa los intereses de una ONG ante un político, ciertamente puede aplicar la diplomacia en una variedad de entornos comerciales.
I. Si puede demostrar una actitud resiliente (un requisito al solicitar donaciones porque más personas dirán no y luego sí), demostrará una actitud positiva que resulta atractiva para los empleadores.

Aquellos voluntarios que completen las 9 capacitaciones y las 9 prácticas, reciben un diploma y la organización se compromete a figurar como referencia profesional para todos los graduados.

2. Beneficios para el artista individual
   A. Equidad artística: AAN cuestiona por qué exhibir arte en público en la mayoría de los países solo está disponible para artistas profesionales... y ofrece una alternativa. Para abordar este vacío, AAN brinda una oportunidad fácil y gratuita para que la persona común muestre al mundo sus opiniones a través del arte de creación propia. En este sentido, la AAN democratiza el arte al proporcionar un foro que antes sólo estaba disponible para un puñado de personas.

La AAN cuestiona por qué mostrar arte en público sólo está disponible para artistas profesionales... y ofrece una alternativa

   B. Autoexpresión: La creación artística es una forma de expresar nuestras preferencias, individualidad y puntos de vista. Hacer arte también estimula nuestra imaginación, nos hace más observadores y mejora las habilidades para resolver problemas. AAN brinda una oportunidad y una razón para crear; una motivación que algunas personas necesitan para desempolvar sus pinceles o intentar hacer cerámica nuevamente.

   C. Autoestima: Esta sensación de logro y participación aumenta nuestra autoestima personal y la confianza de que nuestra voz importa, ambas cosas necesarias en democracias que funcionan bien.

      Pero, ¿qué pasaría si fuera un niño cuya escuela no ofreciera clases de arte o creciera en una familia cuyos padres tenían dos trabajos y no tenían la energía o el dinero para

apoyar la creación de arte? AAN, a través de Día de Creación de Artes, ofrece instrucción y materiales artísticos gratuitos para las familias para que todos los niños puedan participar en AAN y tengan la oportunidad de expresarse. Además, la AAN anima a todos los artistas, sin importar su nivel de habilidad o edad, a presentar una obra de arte. Esto reduce aún más las barreras para participar. En AAN Trenton y Pittsburgh, por ejemplo, es muy común ver arte pintado en platos de papel y otras obras de arte creadas por niños pequeños.

D. Empoderamiento: A la mayoría de las personas les gusta la sensación de ser reconocidas por sus pares por su esfuerzo y talento. AAN proporciona un lugar público donde los artistas aficionados, jóvenes, outsiders, con problemas de desarrollo y/o alienados pueden ser elogiados por miles de amigos, familiares, colegas y el público en general.

   La confianza que esto genera podría ser justo la motivación que una persona oprimida necesita para volver a conectarse con el mundo y convertirse en un miembro productivo de la sociedad. Estoy pensando en el anciano que está aislado y deprimido, el niño que no tiene amigos o no se cree bueno en nada, una persona con discapacidad que quiere demostrar sus capacidades, una persona de bajos ingresos. que se siente alienada y sin poder, o una persona que fue victimizada de alguna manera.

E. Los artistas pueden vender y promocionar su arte: Los artistas emergentes tienen una excelente oportunidad de promocionarse ante nuevas audiencias y, si venden su trabajo, pueden quedarse con el 95% de las ganancias.[2] Esta oportunidad es especialmente útil para artistas que no están conectados al mundo del arte profesional. Es decir, para aquellos que no tienen un agente, una cartera o no saben promocionarse.

Los beneficios sociales y comunitarios de la AAN se explican con más detalle

1. *Enseñar habilidades de participación cívica y de la sociedad civil*
   Los voluntarios, incluso aquellos que trabajan como voluntarios durante solo 3 horas, desarrollarán, como mínimo, una leve confianza al saber que sus contribuciones tuvieron un impacto a nivel local. Si la AAN hiciera sólo esto, valdría la pena. Sin mencionar que alrededor del 35 % de los que se ofrecen como voluntarios durante 3 horas un año estarán interesados en unirse a un comité de la AAN el año siguiente.

[2] AAN cobra una tarifa administrativa del 5% a los artistas si deciden vender su trabajo en AAN. Esta tarifa se utiliza para pagar transacciones con tarjeta de crédito y otros costos administrativos. La mayoría de las galerías cobran el 50%.

Y es cuando los voluntarios participan a nivel del Comité que el compromiso cívico y las habilidades de la sociedad civil se experimentan de primera mano y realmente se adoptan. Los voluntarios son testigos de cómo identificar un problema social o una oportunidad comunitaria, trazar una serie de acciones y luego lograrlas de manera metódica. Esta puede ser una experiencia reveladora para aquellos que antes no creían que pudieran tener un impacto en su mundo.

2. Construyendo capital social
   El Capital Social es el valor producido a partir de conexiones positivas entre las personas. Cuando no existe o no se comparte equitativamente entre los miembros de una sociedad, esa sociedad no está a la altura de su verdadero potencial.

   La investigación sobre el papel de los grandes proyectos y eventos artísticos revela que las reuniones comunitarias, el voluntariado y el arte público ayudan a crear redes comunitarias y construir capital social.

   Para quienes asisten a AAN como invitados, el acto de congregarse en eventos sociales significativos produce varios resultados políticos positivos. Las investigaciones muestran que:
   - Las regiones con altas medidas de capital social tienden a tener una mayor participación electoral. (Putnam, 2000)
   - Las personas que están socialmente conectadas tienen más probabilidades de votar. (Lake y Huckfeldt, 1998; Fowler, 2005)
   - Los ciudadanos que participan en su comunidad tienen más probabilidades de participar en política. (Verba, 1995)

   Esto se debe a que producir grandes eventos artísticos es una acción colectiva que facilita el compromiso cívico y la confianza dentro de una comunidad. El compromiso cívico ayuda a las personas a construir redes con personas de otras clases y estilos de vida; personas que de otro modo probablemente nunca conocerían.

   En países con grandes disparidades de riqueza, el voluntariado y la asistencia a eventos artísticos ayudan a 1) generar confianza (un ingrediente importante en la creación de capital social) y 2) desarrollar las instituciones de la sociedad civil. De hecho, mejorar las instituciones de la sociedad civil protege la libertad de expresión y aumenta la responsabilidad del gobierno. Un mayor capital social también facilita comunidades más equitativas y sostenibles.

   Estos puntos son reforzados por Sally Peters en su libro *El arte de construir comunidad: el rol de las artes en el desarrollo de la comunidad*

   > Los eventos artísticos crean lugares para que se reúnan los miembros de la comunidad. Estos eventos, aunque placenteros, también cumplen un papel importante en la construcción de redes dentro de una comunidad. “La naturaleza agradable de las artes las convierte quizás en el medio más prometedor, aunque

desatendido, de construir capital social" (Bettertogether). Estos eventos brindan a los miembros de la comunidad la oportunidad de interactuar entre sí, compartir experiencias comunes y entablar un diálogo. Además, los eventos artísticos suelen contar con personal y apoyo de voluntarios. El voluntariado construye redes comunitarias y muestra compromiso con los programas comunitarios. Estos eventos son divertidos y de naturaleza social, pero ayudan a desarrollar la base para la creación de redes comunitarias.

El compromiso cívico y la confianza interpersonal son elementos clave en la construcción de capital social. Existe una relación recíproca entre estos dos elementos; sin embargo, Brehm y Rahn indicaron en su investigación que el compromiso cívico genera confianza; que participar en actividades con otros miembros de la comunidad facilita la confianza dentro de la comunidad. La confianza puede generar participación, pero es más fácil generar primero participación comunitaria y luego confianza, y no al revés (Brehm y Rahn, 1997). Por lo tanto, se puede considerar que las reuniones comunitarias, el voluntariado y la participación de la comunidad creada por las artes es un primer paso importante en el desarrollo del capital social.

A través de actividades y experiencias compartidas, como eventos artísticos, los miembros de la comunidad llegan a generar confianza. De mayor importancia es que estos eventos artísticos promueven formas de capital social tanto de enlace como de unión. Los eventos artísticos ciertamente reúnen a personas con intereses compartidos y relaciones formadas; sin embargo, debido a que la naturaleza de la actividad es placentera, personas ajenas a esta red social también participan en el evento. "Las artes tienen el potencial de promover ese capital social puente precisamente porque pueden proporcionar un lugar seguro para dejar de lado las diferencias políticas e ideológicas, o al menos gestionar esas diferencias sin conflicto" (Bettertogother, s.f.). Las artes pueden proporcionar un foro para que personas de diferentes razas, clases, generaciones y orígenes compartan una experiencia común.

3. Atrae la clase creativa
   Según Richard Florida, sociólogo estadounidense que trabaja en el campo del desarrollo urbano y autor del libro El ascenso de la clase creativa las economías locales hoy se desarrollan gracias a la influencia de personas creativas e innovadoras: artistas, académicos, científicos, arquitectos, ingenieros, empresarios, etc. Estas personas tienen los recursos para vivir en cualquier parte del mundo que deseen y, por lo tanto, se sienten atraídas por las ciudades que pueden proporcionarles un entorno de vida favorable y, sobre todo, un entorno que sea tolerante y abierto al cambio y la excentricidad. AAN es un evento moderno y progresista que tiene más éxito en reclutar personas creativas para mudarse o quedarse en una ciudad qu cualquier campaña de marketing pagada.

Lo que AAN no es...
Tradicionalmente, la mayoría de los festivales de arte cuentan con entre 50 y 100 artistas profesionales, cada uno de los cuales alquila puestos de 3x3 metros con la esperanza de que los consumidores compren su arte. Se trata de una experiencia pasiva para el consumidor y una actividad comercial para el artista. Por el contrario, la AAN es deliberadamente participativa y no tiene motivaciones comerciales.

Quizás usted tenga la tentación de tener un mercado de arte adyacente donde varios vendedores vendan su arte. Esto no está permitido durante los primeros 5 años del evento. Este punto no es negociable. Hay muchas maneras de que una ONG gane dinero a través de AAN y se explicarán más adelante en este manual.

Hay dos razones para no permitir un Mercado de Artes y Oficios:

1. Parte del atractivo de AAN es que todo el mundo es artista por un día. Todo el mundo es celebrado sin importar cuán "bueno" o "malo" sea su arte. Tener una sección separada de artistas profesionales les dice a los invitados que AAN es para artistas aficionados y que Arte Mercado es para artistas reales y verdaderos.

2. Comercializa un evento deliberadamente no comercial. El peligro aquí es que el crecimiento de un Mercado de las Artes eclipsará y diluirá los beneficios del evento de la AAN en sí. Puede que no lo vea durante el primer año, cuando el Mercado de las Artes tiene solo unas pocas mesas o carpas, pero después de varios años de crecimiento, un mercado de las artes adyacente podría crecer sustancialmente. Esto podría suceder fácilmente porque:
    - AAN atrae a muchas personas que aman el arte en un solo lugar y, por lo tanto, son compradores potenciales de arte.
    - Los artistas profesionales, que en este sentido también son empresarios, ven una oportunidad para vender sus obras.

METAS

Metas del beneficiario de la subvención AAN

Meta	Año 1	Año 2	Año 3
Artistas			
Obras de arte presentadas	250	400	700
Arte enviado por mujeres artistas	50%	50%	50%
Arte enviado por artistas de 18 años o menos	20%	20%	20%
Arte enviado por artistas de 55 años o más	20%	20%	20%
Arte presentado por artistas que viven en barrios de bajos ingresos	35%	45%	45%
Arte presentado por artistas que viven en barrios acomdados	15%	15%	15%
Asistentes			
Asistentes durante el evento de 24 horas	1,500	4,000	7,000
Asistentes mujeres	50%	50%	50%
Asistentes menores de 18 años	20%	20%	20%
Asistentes mayores de 55 años	20%	20%	20%
Asistentes que viven en barrios de bajos ingresos	35%	45%	45%
Asistentes que viven en barrios acomodados	15%	15%	15%
Voluntarios			
Los “Voluntarios del Día del Evento” trabajan durante 3 horas en el evento de 24 horas de duración. Vigilan el arte	150	225	400
Los "Voluntarios de Producción de Eventos" ayudan a crear el espacio del evento 2 semanas antes del evento y lo desmontan 1 semana después del evento. Cada uno es requerido durante 6 horas a la semana.	20	40	50
Los “Voluntarios del Comité” producen el evento durante un período de 6 meses. Se necesita a Cada uno de 10 a 15 horas/mes y se ofrece como voluntario a través de un comité.	No se espera ninguno, pero 15 sería ideal.	45	65
Voluntarias mujeres	50%	50%	50%
Voluntarios mayores de 45 años	25%	25%	25%
Voluntarios que viven en vecindarios de bajos ingresos	35%	40%	40%
Voluntarios que viven en barrios de ingresos medios.	20%	20%	20%
Voluntarios que viven en barrios acomodados	10%	10%	10%

EVALUACIÓN

AAN-X es un proyecto piloto. AAN-X será la primera vez que se ofrecerá AAN fuera de EE. UU. Si bien el evento tiene un historial comprobado en dos ciudades de EE. UU. (se ha celebrado continuamente en Pittsburgh, PA durante 26 años y en Trenton, Nueva Jersey durante 13 años), se necesita un piloto para determinar si la AAN puede tener éxito en otro país.

Si se puede demostrar que la AAN tiene éxito en la ciudad piloto, AAN-International (la organización que financia AAN-X) puede pedir a fundaciones estadounidenses que apoyen compartir el modelo AAN con ONG en ciudades de todo el mundo. La financiación, junto con la orientación, se compartirá con las ONG que deseen producir una AAN en ciudades como Johannesburgo, Manila, San Salvador, Nueva Delhi, Medellín, y Nairobi. Sin embargo, para solicitar este apoyo financiero a fundaciones estadounidenses, los resultados y impactos de AAN-X deben evaluarse rigurosamente durante 3 años para determinar si ha logrado el impacto para el que fue diseñado.

Una segunda razón para medir los productos y resultados de AAN-X es mostrar esta información a los patrocinadores potenciales cuando solicitan donaciones. Será más probable que las empresas patrocinen el evento si puede demostrar que sus clientes estarán presentes.

¿Qué hay que evaluar en el piloto?

- RESULTADOS: Medir la participación de artistas, invitados y voluntarios de diferentes géneros, edades, ingresos, razas y códigos postales en AAN-X. Los resultados son los mismos que los metas enumerados en la sección anterior de este documento.

- IMPACTOS: Medir qué tan efectivo fue el programa para lograr su propósito. Mientras que los Productos describen los resultados de una actividad, el impacto es el valor agregado creado. Las fundaciones solo quieren financiar proyectos que puedan demostrar que lograron su propósito y crear un valor agregado significativo.[3]

[3] Es posible que el resultado real que la AAN busca lograr no se pueda medir dentro del alcance de este proyecto de 3 años, pero puede ser útil saberlo para comprender el propósito final de la AAN. Sí, es fantástico que los voluntarios de clase trabajadora aprendan habilidades de la sociedad civil, pero ¿por qué es fantástico? Es fantástico en la medida en que los voluntarios de la AAN utilizan las habilidades y la confianza que aprendieron como voluntarios de la AAN y las aplican a causas futuras que son más esenciales que el arte, como elecciones libres y justas y agua potable. ¿Habrían adquirido las personas de clase trabajadora estas habilidades y esta confianza para impactar su mundo, si nunca las hubieran aprendido a través de AAN-X?

Para demostrar que AAN-X logró su propósito y creó valor, necesitamos demostrar su impacto en las siguientes impactos

1. Aumento de las habilidades de la sociedad civil en los voluntarios - Ver más abajo, Impacto 1.
2. Disminución de los sentimientos de alienación y aumento de los sentimientos de empoderamiento - consulte a continuación los Impactos 2 y 3.
3. Aumento de las relaciones comunitarias entre clases - Ver más abajo, Impactos 2 y 3.

Impacto 1: Incrementar las habilidades de la sociedad civil en los voluntarios
Necesitamos medir la comprensión de los voluntarios sobre las habilidades de la sociedad civil antes de convertirse en parte de AAN-X y después de haber participado durante 0 años, 1 año, 2 años y nuevamente a los 3 años. Para ello, podemos hacer las siguientes preguntas a los voluntarios.

¿Hasta qué punto conoces:

1. Cómo hablar en una reunión. Cómo escuchar en una reunión
2. Cómo estructurar y conducir reuniones:
   - Donde todos los participantes se sientan escuchados
   - Que se esfuercen por generar consenso.
   - Que concluyan con próximos pasos orientados a la acción.
   - Dónde se informan las medidas y compromisos pasados
3. Cómo reclutar voluntarios
4. Cómo formar voluntarios
5. Cómo gestionar, retener y promover a los voluntarios
6. Cómo elaborar estrategias
7. Cómo redactar un comunicado de prensa
8. Cómo realizar marketing de guerrilla
9. Cómo obtener bienes y servicios en especie
10. Cómo obtener aportaciones en efectivo de las empresas
11. Cómo trabajar con socios aliados
12. Cómo trabajar con los políticos

Impactos 2 y 3:
Necesitamos medir los sentimientos de alienación, empoderamiento y conexión de los participantes de AAN-X antes de convertirse en parte de AAN-X y después de haber participado durante 0 años, 1 año, 2 años, 3 años. Para ello podemos plantearnos las siguientes preguntas:

Voluntarios
Debido a mi participación en AAN como voluntario:

1. Creo que volveré a ser voluntario el año que viene – sí/no
2. Basado en las habilidades y experiencia que obtuve este año, en el AAN-X del próximo año quiero asumir una mayor responsabilidad y un mayor liderazgo sí/no
3. Me siento más empoderado, menos alienado, como si realmente tuviera una voz que importa sí/no

4. Me siento más preparado y equipado con habilidades de organización si alguna vez quisiera apoyar activamente un movimiento social o una causa política sí/no
5. Me siento más conectado con personas que normalmente no encontraría en mi vida cotidiana y en mi vecindario sí/no
6. Siento que aprendí mucho sobre personas que normalmente no encontraría en mi vida diaria y en mi vecindario sí/no
7. Siento que puedo llamar a quienes conocí como voluntario si necesito un favor, un consejo, una presentación, una referencia sí/no
8. Siento que fui parte de algo que ayudó a la ciudad si/no
9. Siento que soy parte de algo más grande que yo sí/no

Artistas

1. Por mi participación en AAN como artista:
2. Creo que volveré a participar el año que viene como artista si/no
3. Les diré a mis amigos y familiares que participen como artistas si/no
4. Quiero unirme como voluntario el próximo año si/no
5. Les diré a mis amigos y familiares que participen el próximo año como voluntarios si/no
6. ¿Cómo le brindó la participación en AAN la oportunidad de expresarse de una manera que no habría podido hacerlo sin AAN?
7. ¿Cómo participar en AAN le hizo sentir más conectado con otras personas que son diferentes a usted?

Asistentes

1. Creo que participaré el año que viene como artista si/no
2. Les diré a mis amigos y familiares que participen el próximo año como artistas si/no
3. Quiero unirme como voluntario el próximo año si/no
4. Les diré a mis amigos y familiares que participen el próximo año como voluntarios si/no
5. Les diré a mis amigos y familiares que asistan al evento como invitados el próximo año sí/no
6. Una pregunta, aún por escribir, sobre cómo generar un impacto positivo en otras personas con las que normalmente no interactuaría.
7. Una pregunta –aún por escribir- sobre las artes como incubadora de buenas ideas para mejorar la comunidad.

¿Cómo se realizará la evaluación?

Para ser honesto, es necesario resolver muchas cosas. Muy probablemente:

1. AAN-International contratará a un científico social que creará una encuesta. Se le pedirá su opinión a su ONG al redactar la encuesta.
2. Su ONG pedirá voluntarios a intervalos específicos y consistentes que completen la encuesta durante los 3 años. Hay muchas decisiones y opciones para discutir aquí. Su ONG definitivamente será parte de esas discusiones.
3. El científico social redactará un informe basado en los hallazgos.

COMITÉ AAN-X

Cada una de las principales áreas de producción de AAN tiene un comité dirigido por un Capitán del Comité que gestiona este aspecto del evento. Por ejemplo, el reclutamiento de voluntarios lo gestiona el Comité de Voluntarios y está dirigido por el Capitán del Comité de Voluntarios. La búsqueda de actos musicales está gestionada por el Comité de Música y está dirigida por el Capitán del Comité de Música.[4]

Hay 8 Comités:

1. Comité de Reclutamiento de Voluntarios
2. Comité de Marketing
3. Comité de Instalaciones
4. Comité de admisión y devolución de arte
5. Comité de Música
6. Comité de arte infantil
7. Comité de Proyectos Especiales
8. Comité de Cerveza, Vino y Comida

En las siguientes páginas, se explica cada Comité a través de estos temas:

- Función del Comité
- Responsabilidades del Comité
- Funciones del Capitán del Comité
- Funciones de los miembros del Comité
- ¿Cuándo se necesitan los miembros del comité?
- Mejores prácticas sobre cómo realizar el trabajo de cada Comité.

[4] La estructura general del comité se puede ver gráficamente en el organigrama de la AAN adjunto.

COMITÉ DE VOLUNTARIOS

Función del Comité de Voluntariado: Reclutar, capacitar y gestionar voluntarios de la AAN.

1. Los voluntarios son fundamentales para la AAN por al menos dos razones:
   El propósito central de AAN es que los voluntarios aprendan habilidades de la sociedad civil. Se espera que al aprender habilidades de organización comunitaria, los voluntarios desarrollen la confianza y el conocimiento para participar en otras áreas de la vida cívica. Los voluntarios también tienen la oportunidad de ampliar su red trabajando en estrecha colaboración con personas fuera de sus círculos sociales y profesionales habituales.

2. La AAN tiene solo un miembro del personal remunerado: El organizador del evento de la AAN. Sin voluntarios, no habría manera de producir o gestionar AAN a una escala épica. Sí, el primer año es posible realizar un pequeño evento. Pero después de unos años, si sigue esta guía, el evento tendrá como mínimo 10.000 asistentes. No es posible producir un evento de este tamaño con solo 1 empleado remunerado.

Responsabilidades del Comité de Voluntarios:

1. Crear un *Plan de Reclutamiento y Retención de Voluntarios*: Este plan describe las estrategias que adoptará su ONG para reclutar y retener los tres tipos de voluntarios: voluntarios de producción, voluntarios del día del evento y voluntarios del comité. Describe lo que hará para mantener a los voluntarios comprometidos. Si los voluntarios son el corazón y el alma de AAN, entonces el Plan de reclutamiento y retención de voluntarios es su documento estratégico más importante para lograrlo.

2. Reclutar los 3 tipos de voluntarios. Es decir, implementar el *Plan de Reclutamiento y Retención de Voluntarios*.

   A. Reclutar voluntarios de producción y voluntarios del día del evento:
   Comenzar a planificar 6 meses antes de la AAN. Aunque empezar incluso antes es más seguro.
   - A 5 meses antes de la AAN, iniciar gestiones de reclutamiento y presentaciones. Tenga en cuenta que a los voluntarios que reclute en estas presentaciones iniciales se les deberá recordar un mes antes de la AAN.
   - A los 3 meses querrá hacer al menos 3 o 4 presentaciones por semana.
   - 2 meses antes de la AAN, debería tener más de la mitad de los voluntarios que necesita.
   - 1 mes antes de la AAN, debería tener el 80% de los voluntarios que necesita.
   - 2 semanas antes de la AAN, debería tener el 95% de los voluntarios que necesita.
   - 1 semana antes de la AAN, debería tener el 100% de los voluntarios que necesita.

   B. Comité de Reclutamiento de Voluntarios:
   El evento tarda 6 meses en producirse. Hay de 8 a 10 comités y cada uno necesita de 5 a 10 miembros. Esto significa que debe comenzar a reclutar voluntarios para el comité aproximadamente 8 meses antes del evento. El reclutamiento de voluntarios

del Comité puede ser algo que el organizador del evento quiera hacer por sí mismo y no pedirle al Comité de Voluntarios que lo haga. La razón es que cada comité necesita miembros con habilidades muy específicas y es posible que el organizador del evento desee tener control total sobre la colocación de los voluntarios.

3. Comunicarse con los voluntarios:
   Los voluntarios necesitan un flujo constante de correos electrónicos y llamadas telefónicas para recordarles las próximas reuniones, capacitaciones y turnos. Recuerde que la mitad de los voluntarios que le dicen, en persona, que están disponibles para ser voluntarios cancelarán en el último minuto o no se presentarán. Cuanto más les recuerde la fecha de su compromiso, más probabilidades habrá de que cumplan su oferta de voluntariado. Quien se comunique con los voluntarios debe mantener registros detallados. Esta actividad solo se describe en dos oraciones, pero llevará mucho tiempo y esfuerzo lograrla.

4. Informes continuos:
   Proporcionar informes continuos al organizador del evento de la AAN mediante el Informe de estado de los voluntarios. Debido a que la AAN no tendría éxito sin voluntarios, el organizador del evento de la AAN necesitará una actualización semanal sobre el progreso del reclutamiento y la retención de voluntarios. Se ha creado un Informe de estado de voluntariado para su uso. Le ayudará a realizar un seguimiento de qué datos demográficos (ingresos, edad, sexo, etc.) y qué áreas de voluntariado (comité, producción y día del evento) necesitan más voluntarios adicionales. Luego, el organizador del evento y el capitán voluntario pueden idear estrategias para abordarlos. Es necesario monitorear periódicamente el número y la demografía de los voluntarios para alcanzar las metas y resultados deseados por AAN International.

5. Capacite a los voluntarios del “día del evento”:
   Cree e imparta una capacitación de una hora para los voluntarios del día del evento. Esta capacitación de una hora explica a los voluntarios del día del evento cuáles serán sus responsabilidades durante su turno de 3 horas. Es diferente a las capacitaciones sobre reclutamiento y gestión de voluntarios, que son dos capacitaciones que forman parte de una serie de capacitación sobre habilidades de la sociedad civil que se describe en el punto 6, a continuación.

   Durante la capacitación del día del evento, los voluntarios también conocen a su capitán de turno, reciben su camiseta y obtienen pizza y cerveza gratis. Se llama Fiesta de Agradecimiento al Voluntariado, pero su verdadero propósito es la formación. Esta capacitación debe programarse una semana antes de la AAN. Es posible que desee ofrecer dos capacitaciones: una capacitación primaria donde se sirva comida y cerveza y una segunda capacitación para voluntarios que no puedan asistir a la primera.

6. Capacitar a los voluntarios del Comité:
   A. Impartir capacitaciones: ayude al organizador del evento a impartir las siguientes capacitaciones de 45 minutos a los voluntarios del comité:

1. Cómo hablar en una reunión
2. Cómo redactar la agenda de una reunión
3. Cómo liderar una reunión
4. Cómo reclutar voluntarios
5. Cómo gestionar los voluntarios
6. Cómo redactar un comunicado de prensa
7. Cómo pedir una donación
8. Cómo hacer marketing de guerrilla
9. Cómo hablar con un político

B. Supervisar las sesiones de práctica: ayude al organizador del evento a proporcionar a cada voluntario 45 minutos de práctica para cada habilidad después de cada capacitación.

C. Mantenimiento de registros: ayude al organizador del evento a mantener registros precisos de los voluntarios que han completado cada capacitación y cada sesión de práctica.

Papel del Capitán del Comité de Voluntarios: Este es uno de los cuatro puestos que harán que AAN tenga éxito o que fracase; los otros tres puestos son el Capitán del Comité de Marketing, el Capitán del Comité de Instalaciones y el Capitán del Comité de Procesamiento de Arte. De estos cuatro, el Capitán del Comité de Voluntarios es el más importante. En muchos sentidos, esta persona es un adjunto del organizador del evento. De hecho, si el organizador del evento no quiere producir AAN el año siguiente, el Capitán del Comité de Voluntarios podría ser un buen candidato para ocupar el puesto más alto.

El Capitán del Comité de Voluntarios debe ser muchas cosas: Altamente organizado, no acepta un no por respuesta pero también deja a la gente con una sonrisa en la cara. Debe ser intensamente confiable. También debe estar increíblemente dedicado a AAN porque su carga de trabajo será mayor que la de cualquier otro voluntario de AAN.

Responsabilidades específicas del Capitán del Comité de Voluntarios:

1. Desarrollar, implementar y perfeccionar el Plan de Reclutamiento y Retención de Voluntarios

2. Proporcionar liderazgo y dirección general al Comité de Voluntarios.

3. Desarrollar y actualizar el Informe de Estado del Voluntariado. Este informe rastrea los cientos de voluntarios confirmados y no confirmados, sus habilidades, números de teléfono, direcciones de correo electrónico, fechas de disponibilidad, personas importantes que cada voluntario conoce y tallas de camisetas.

4. Trabajar para retener a los voluntarios asegurándose de que se satisfagan sus necesidades, se sientan realizados, tengan cuidado de niños y transporte. Recuerde que

es mucho más fácil mantener contentos a los voluntarios existentes que salir a buscar y luego capacitar a nuevos voluntarios.

5. Gestionar Capacitaciones de Voluntarios. Esta última responsabilidad es negociable dependiendo de la habilidad y comodidad del Capitán del Comité de Voluntarios al realizar los entrenamientos.

Papel de los miembros del comité de voluntarios

Los miembros del Comité de Voluntarios ayudan al Capitán del Comité de Voluntarios a implementar el Plan de reclutamiento y retención de voluntarios. Los buenos candidatos para este comité incluyen personas que disfrutan reclutando a otros y que son vendedores natos. Personas con buenas habilidades para hablar en público. Personas que tienen talento con las redes sociales.

¿Cuándo se necesitan miembros del comité voluntario?

El Comité de Voluntarios debe reunirse temprano y con frecuencia. Es necesario comenzar a más tardar de 6 a 8 meses antes del evento. El Comité debería reunirse una vez al mes durante una hora y media. Entre las reuniones mensuales, el Capitán del Comité trabajará por separado con cada Miembro del Comité para brindar asistencia y aliento, responder preguntas y controlar para garantizar que el trabajo que el Miembro acordó hacer se esté realizando.

Mejores prácticas del comité de voluntarios:

Gran parte de lo que se escribe a continuación puede informar las ideas para su *Plan de Reclutamiento y Retención de Voluntarios*.

1. RECLUTAMIENTO DE VOLUNTARIOS
   Creo que estarán de acuerdo en que reclutar y retener voluntarios será la parte más difícil de producir AAN.[5] Por este motivo, y en comparación con otras necesidades de producción de AAN-X, es probable que deba invertir más tiempo, experimentación y recursos organizativos. A continuación se presentan algunas ideas para comenzar.

   A. Sea más creativo: Para tener realmente éxito en el reclutamiento de voluntarios, probablemente necesitará pensar “fuera de la caja”, es decir, deberá pensar más allá de las soluciones predecibles. Si comienza lo suficientemente temprano, tendrá tiempo para experimentar y probar diferentes enfoques.

   B. Asigne personal adicional y tiempo de voluntariado: Reclutar suficientes voluntarios será tarea de todos los asociados con la AAN y su ONG. Si este trabajo se deja en

[5] Consulte también la hoja de trabajo "Cómo reclutar voluntarios". La información proporcionada en este documento pretende ser un complemento adicional a la información de la hoja de trabajo. La información aquí está dirigida al organizador del evento, al director ejecutivo y a la junta directiva.

manos del Comité de Voluntarios, me temo que no tendrá éxito. Esto significa que se debe pedir al organizador del evento de la AAN, a otros voluntarios de la AAN, al personal de la ONG y a la junta directiva de la ONG que se conviertan en emisarios de reclutamiento de voluntarios para la AAN.

C. Invertir el capital político de la ONG: Por "capital político" quiero decir que esta es una situación en la que el director ejecutivo y la junta directiva de la ONG deben convocar a sus amigos y aliados en las empresas, el gobierno, las organizaciones religiosas y las ONG de todo su país. ciudad, provincia y país para solicitar su ayuda.

   Esta solicitud debe formularse con gran seriedad y presentarse como el tipo de favor que sólo se le pide a un socio una vez cada 5 años. Explique por qué los voluntarios son fundamentales para el propósito de AAN. Además, explique que esta iniciativa pretende beneficiar tanto a su propia organización como a la de ellos. Es decir, este esfuerzo, con el tiempo, construirá una nueva cultura de voluntariado en nuestra ciudad y eventualmente también beneficiará su trabajo/misión.

   Claramente, su solicitud a estos socios es más que simplemente pedirle al CEO o al Director Ejecutivo de cada grupo que se ofrezca como voluntario. Más bien, se trata de una solicitud más amplia de desarrollo de asociaciones que se les solicita a sus organizaciones. A continuación se muestran ejemplos de solicitudes que podría presentar. Pida a sus socios que:

   i. Promocionen oportunidades de voluntariado de AAN a través de su boletín informativo, sitio web, redes sociales o correo electrónico grupal.
   ii. Proporcionen un incentivo a sus empleados por realizar voluntariado en la AAN.
   iii. Le concedan permiso para hablar directamente con sus empleados.
   iv. Le permitan hablar en una de sus grandes reuniones o eventos.
   v. Si tienen un líder reconocible o una celebridad afiliada a su organización, pídale a esta persona que contribuya con una cotización para sus materiales de reclutamiento de voluntarios.

D. Proporcionar a los posibles voluntarios varias razones para ser voluntarios:
   - Hágalo divertido: el mejor consejo número uno que puedo darle es que haga que el voluntariado en AAN parezca divertido. He reclutado y gestionado a más de 3000 voluntarios en mis 20 años de carrera como organizador comunitario. Puedo decirle con absoluta certeza que la gente estará mucho más dispuesta a ofrecerse como voluntaria para algo que suene divertido.

   - Hágalo significativo: También esté preparado para explicar cómo el voluntariado beneficiará a su comunidad. A esto se le llama el fundamento altruista del voluntariado.

   - Vincule el voluntariado con la empleabilidad: Algunas personas solo se ofrecerán como voluntarios si ven un beneficio directo para ellos mismos, personalmente.

Explíqueles que todas las habilidades que aprenderán los harán más empleables según la siguiente lógica:

- Si puede hablar en una reunión de voluntarios, puede hablar en una reunión de negocios.
- Si puede escribir una agenda para una reunión de voluntarios, puede escribir una agenda para una reunión de negocios.
- Si dirige una reunión de voluntariado, puede dirigir una reunión de negocios.
- Si puede reclutar voluntarios, esencialmente vendiéndole a alguien la idea de trabajar sin recibir pago (un argumento muy desafiante), ciertamente puede vender autos, planes de telefonía celular u otros aparatos.
- Si puede gestionar voluntarios, personas que pueden irse en cualquier momento por cualquier motivo, ciertamente puede gestionar empleados remunerados que tienen un interés personal en permanecer en un trabajo para cobrar su salario.
- Si puede escribir un comunicado de prensa para una ONG, puede escribir un comunicado de prensa para una empresa.
- Si puede realizar marketing innovador para una ONG, puede hacerlo para una empresa.
- Si puede demostrar diplomacia mientras representa los intereses de una ONG ante un político, ciertamente puede aplicar la diplomacia en una variedad de entornos comerciales.
- Si puede demostrar una actitud resiliente (un requisito al solicitar donaciones porque más personas dirán no y luego sí), demostrará una actitud positiva que resulta atractiva para los empleadores.

Dígales a los voluntarios que, si realizan las 9 capacitaciones de habilidades de la sociedad civil de la AAN, obtendrán un diploma y la ONG actuará como referencia laboral.

2. FUENTES DE VOLUNTARIOS
   A. Centros comunitarios/vecinales: Pregunte al gerente de cada uno de los centros comunitarios de su ciudad si el Comité de Voluntarios de AAN puede hablar en algunas de sus reuniones más grandes para explicar AAN y sus necesidades de voluntariado. Aún mejor, pregúntele al director responsable de todos los centros comunitarios de su ciudad si le indicaría a todos los gerentes bajo su supervisión que atiendan su solicitud de hablar en cada instalación.

   B. Clases de arte privadas: Investigue dónde los adultos pagan por recibir educación artística. Pregúntele al maestro o al director de la escuela si puede hacer una propuesta a los estudiantes.

   C. Organizaciones fraternales: Solicite hablar en su reunión más grande. Puede resultar útil encontrar uno de sus miembros a quien le gusten las "artes" o que esté de acuerdo con la misión de la AAN. Esta persona podría presentarle a sus miembros.

D. Pequeños infractores: No estoy seguro de si existe esto en su país En los EE. UU., a veces un juez exige X horas de servicio comunitario a los delincuentes de bajo nivel. Se trata de personas que no han pagado la manutención de los hijos, por ejemplo, y otras pequeñas infracciones. Estas personas no tienen antecedentes violentos o criminales. Estas personas pueden ser de gran ayuda en actividades como mover materiales pesados, limpiar y repartir materiales promocionales.

E. Apelación a través de las redes sociales: Encuentre una celebridad o un "*influencer*" que esté dispuesto a ser el rostro de su campaña de reclutamiento de voluntarios. Utilice cameo.com

F. Incentivo/Regalo: Tal vez trabaje con un patrocinador para ofrecer un obsequio, un cupón o un boleto para un sorteo a cualquier persona que sea voluntaria de AAN, hasta 300 personas. ¡Las probabilidades son altas!

G. Expatriados: Los expatriados, especialmente los ciudadanos estadounidenses que viven en el extranjero están muy acostumbrados al voluntariado. Hay sitios web dedicados a la comunidad de expatriados con los que sería fácil conectarse. Sin embargo, hay una cosa con la que hay que tener cuidado: los expatriados tienden a ser más ricos y tener más poder que el residente promedio de la ciudad. Aunque podría ser necesario utilizarlos como voluntarios durante el primer año de la AAN.

H. Estudiantes universitarios: Al igual que los expatriados, en el primer año de AAN, es posible que necesite utilizar más estudiantes universitarios como voluntarios de los que preferiría. Mi preocupación es que la mayoría de los estudiantes universitarios provienen de entornos de clase media y más ricos y serán utilizados en todas las posiciones importantes e intelectualmente difíciles. Ellos, a su vez, aprenderán nuevas habilidades, mientras que las personas de bajos ingresos y de clase trabajadora no aprenderán estas habilidades. Espero que no necesite recurrir a esto, pero entiendo que deba hacerlo si sus otros esfuerzos de reclutamiento no tienen éxito. Pero les imploro que agoten todas las demás estrategias antes de utilizar estudiantes universitarios para demasiados puestos.

I. Aquellos que están desempleados o buscando una nueva carrera: En la sección anterior mostramos cómo los voluntarios de Art All Night que toman nuestros entrenadores se vuelven más atractivos para posibles empleadores. Encuentre una manera de promover este beneficio identificando lugares físicos o en línea donde se congregan las personas desempleadas.

J. Sus ideas: La lista anterior son algunas de las fuentes de voluntarios que utilicé en mis primeros años de producción de Art All Night en Trenton. Pero usted necesitará encontrar ideas que funcionen para su ciudad. Aquí es donde tendrá que ser creativo y pensar "fuera de la caja", una expresión estadounidense. Pregúntese: ¿Dónde tienden a congregarse las personas que desea reclutar? (Recuerde, lo ideal es contar con una muestra representativa de voluntarios ricos/pobres, viejos/jóvenes). ¿Cómo

puede llegar a todos estos grupos diferentes? Probablemente necesitará muchas estrategias.

3. MENÚ DE PUESTOS DE VOLUNTARIADO AAN-X:
   Definitivamente querrá seguir la hoja de trabajo "Cómo reclutar voluntarios" cuando reclute voluntarios, pero, cuando se trata de presentar las oportunidades de voluntariado, aquí hay un menú con breves descripciones:
   A. Voluntarios del día del evento: "Necesitamos 200 voluntarios para inscribirse en un turno de 3 horas. Hay ocho turnos posibles durante el evento de 24 horas. Sólo necesita registrarse para uno. Su trabajo principal será asegurarse de que el arte no sea tocado ni robado.[6] Es posible que le pidan que cuente cuántos invitados entran por la puerta y que responda sus preguntas. ¿Qué tan fácil es eso? También necesitamos algunas personas para la mesa de reclutamiento de voluntarios en el evento donde intentaremos reclutar invitados y artistas para que se conviertan en voluntarios el próximo año. Y por ayudar a hacer de su ciudad un lugar más creativo y artístico, recibirá una camiseta genial y gratuita de la AAN y le invitaremos a pasar el rato en nuestra fiesta de agradecimiento a los voluntarios".

   B. Ayude a construir y desmontar las paredes de la exhibición de arte: "Si puede construir y tiene un taladro inalámbrico, nos encantría contar con su ayuda para construir todas las paredes en las que se exhibirá el arte. Como queremos que AAN se parezca lo más posible a una galería, necesitamos construir paredes de galería temporales para colgar unas 600 obras de arte. Hacemos esto un sábado unos fines de semana antes de la AAN. Después necesitaremos ayuda para desmontar las paredes de la galería unos fines de semana después de AAN. Bastante fácil y divertido, ¿verdad? ¡Perfecto para cualquiera a quien le guste construir cosas! ¡Vamos todos ustedes, hombres varoniles! Su ciudad necesita sus habilidades. También recibirá una camiseta y estará invitado a la fiesta de agradecimiento a los voluntarios".

   C. Entrada, colocación y devolución de Arte: "Necesitamos voluntarios que ayuden a saludar a los artistas cuando se presenten para entregar su arte. Esto sucede el día antes y la mañana del evento. Un voluntario debe asegurarse de que cada artista complete un formulario de exención. El formulario de exención protege a nuestra ONG en caso de que el arte se dañe o sea robado. Algunos artistas ya se habrán registrado en línea, mientras que otros deberán completar un formulario antes de poder tomar su arte. Luego necesitamos voluntarios para colgar el arte en las paredes de la galería. Pero algunas obras de arte no estarán listas para colgarse. Para estas piezas, sería genial tener un enmarcador de cuadros profesional en el lugar que pueda hacer que el arte se pueda colgar. Luego, el arte se cuelga en las paredes de la galería. Finalmente, después del evento, necesitamos voluntarios para:

[6] Si esto sucediera, los voluntarios deben alertar a un oficial de seguridad. Se pide a los voluntarios que no manejen personalmente este tipo de situaciones.

- Informar a los artistas cuyo arte se vendió de que no necesitan venir el domingo para recuperar su arte. En cambio, se les invita a asistir a una fiesta una semana después de AAN-X en la que el comprador conoce al artista.
- Ayudar a transportar el arte vendido al lugar donde se llevará a cabo esta fiesta posterior.
- Devolver el arte no vendido a los artistas que harán fila después de las 3 p.m. del domingo".

D. Día de Creación de Arte: "Vamos a organizar Días de creación de arte para brindarle a cualquiera que desee enviar una obra de arte a AAN-X pero que no tenga materiales de arte ni conocimientos técnicos, la oportunidad de hacerlo. el Día de Creación de Arte está especialmente dirigido a familias con niños. Habrá profesores de arte que guiarán a los participantes en algunos proyectos. el Día de la Creación de Arte tendrá lugar un mes antes del AAN-X. Necesitamos voluntarios para ayudar a planificar y llevar a cabo el Día de creación de arte. Le darán una camiseta también y estará invitado a la fiesta".

E. Comités de AAN-X: "Si realmente desea participar, AAN-X tiene 8 comités que están haciendo el arduo trabajo de producir el evento. Están compuestos 100% por voluntarios. Incluyen:
   1. Comité de Reclutamiento de Voluntarios
   2. Comité de Instalaciones
   3. Comité de Marketing
   4. Comité de Devolución y Exhibición de Arte
   5. Comité de Arte Infantil
   6. Comité de Música
   7. Comité de Proyectos Especiales
   8. Comité de Comida, Cerveza y Vino

   Ser voluntario en estos comités requiere un poco más de compromiso, pero en los comités es donde está la mayor diversión. Aquellos que sean voluntarios en un comité probablemente lo harán durante 8 horas al mes durante los 6 meses anteriores al evento.

   Quienes forman parte de un comité también están invitados a tomar 9 capacitaciones sobre Habilidades de la Sociedad Civil que incluyen lo siguiente:
   1. Cómo hablar en una reunión
   2. Cómo redactar la agenda de una reunión
   3. Cómo liderar una reunión
   4. Cómo reclutar voluntarios
   5. Cómo gestionar los voluntarios
   6. Cómo redactar un comunicado de prensa
   7. Cómo pedir una donación
   8. Cómo hacer marketing de guerrilla
   9. Cómo hablar con un político

Si completa las 9 capacitaciones, obtendrá un diploma y la ONG se compromete a actuar como referencia laboral para hablar en su nombre cuando solicite empleo en el futuro. Luis, ¿Las capacitaciones deberían ser opcionales o obligatorias para todos los voluntarios? Me gustaría que fueran obligatorios, pero no quiero asustar a los voluntarios.

Estas habilidades de la sociedad civil lo hacen más atractivo para los empleadores según la siguiente lógica:

- Si puede hablar en una reunión de voluntarios, puede hablar en una reunión de negocios.
- Si puede escribir una agenda para una reunión de voluntarios, puede escribir una agenda para una reunión de negocios.
- Si dirige una reunión de voluntariado, puede dirigir una reunión de negocios.
- Si puede reclutar voluntarios, esencialmente vendiéndole a alguien la idea de trabajar sin recibir pago (un argumento muy desafiante), ciertamente puede vender autos, planes de telefonía celular u otros aparatos.
- Si puede gestionar voluntarios, personas que pueden irse en cualquier momento por cualquier motivo, ciertamente puede gestionar empleados remunerados que tienen un interés personal en permanecer en un trabajo para cobrar su salario.
- Si puede escribir un comunicado de prensa para una ONG, puede escribir un comunicado de prensa para una empresa.
- Si puede realizar marketing innovador para una ONG, puede hacerlo para una empresa.
- Si puede demostrar diplomacia mientras representa los intereses de una ONG ante un político, ciertamente puede aplicar la diplomacia en una variedad de entornos comerciales.
- Si puede demostrar una actitud resiliente, un requisito al solicitar donaciones porque muchas personas dirán primero que no, y después que sí, demostrará una actitud positiva que resulta atractiva para los empleadores".

4. ¿QUÉ PASA EN UNA REUNIÓN DEL COMITÉ?

Las reuniones de los comités son oportunidades de colaboración para que los miembros del comité decidan cómo cumplir mejor con las responsabilidades de los comités, como se describe a lo largo de este documento. El Comité discute los problemas y propone soluciones.

Los miembros del comité se ofrecen como voluntarios para asumir diversas tareas. Al comienzo de cada reunión, el Capitán pide a los miembros que informen sobre el progreso de sus asignaciones desde la última reunión. Al final de cada reunión, el Capitán confirma las nuevas asignaciones que los miembros han asumido y la fecha en la que acordaron completarlas. El Capitán solo asigna responsabilidades nuevas y más complejas a voluntarios que han demostrado que se puede confiar en ellos para completar proyectos.

Los comités se reúnen tantas veces como quieran. Para algunos comités, tiene sentido reunirse solo una vez y comunicarse por correo electrónico o por teléfono con el Capitán. Para otros, es necesario reunirse en persona. Algunos necesitan reunirse todos los meses. Otros pueden trabajar de forma remota hasta el último mes, cuando necesitan reunirse con frecuencia y en persona.

5. ¿CÓMO SE INSCRIBEN ESPECÍFICAMENTE LOS VOLUNTARIOS PARA SER VOLUNTARIOS?
   "Si desea obtener más información, puede revisar este folleto o visitar nuestro sitio web que es xxxxxxx." Todas las oportunidades de voluntariado se enumeran en el sitio web. Puede registrarse allí y también obtener más información sobre lo que el evento intenta lograr. O, si lo prefiere, nos encantaría que nos visitara para una entrevista en nuestra oficina".

6. TRAER FOTOS
   Tendrá 1000 veces más éxito en la contratación de voluntarios si puede traer fotografías grandes del evento. Durante el primer año deberá mostrar fotografías de Art All Night Trenton. En los años siguientes, tendrá fotografías de su propio evento para usar.

COMITÉ DE MARKETING

Función del Comité de Marketing:

- Explicar AAN-X a todos los residentes de tu ciudad.
- Persuadirles para que participen como voluntarios, artistas o invitados, y documentar su participación.

Responsabilidades del Comité de Marketing:

1. Plan de marketing: Crear un plan de marketing que describa las estrategias de marketing de AAN-X (y las razones que explican por qué tendrán éxito), proponga socios de marketing y presente un cronograma para lograr pasos de marketing específicos. Incluya estrategias que involucren técnicas de marketing innovadoras, no convencionales y de bajo costo (mentalidad de Marketing de Guerrilla) orientadas a obtener la máxima exposición para un evento. Su plan de marketing debe centrarse en cómo atraerá la participación de todo tipo de personas necesarias para alcanzar las metas y resultados deseados por AAN International.

2. Presentaciones diarias: Promocionar AAN-X varias veces por semana durante 4 meses a diferentes audiencias en diferentes partes de la ciudad para reclutar artistas, invitados y patrocinadores. Colaborar con el Comité de Voluntariado en esto.

3. Diseño gráfico: Crear un sitio web. Crear anuncios y gráficos en redes sociales y medios tradicionales. Crear e imprimir folletos de patrocinio, carteles promocionales, carteles en el evento y camisetas. Se le proporcionará un logotipo de AAN-X. Art All Night-International agregará el nombre de su ciudad al logotipo de AAN para que diga "Art All Night - El nombre de su ciudad". Debe incluir el logotipo en todos los documentos que verá el público. Esto ayudará a establecer su marca.

4. Distribuir carteles promocionales por toda tu ciudad.

5. Organizaciones de medios tradicionales: Atraer organizaciones de medios tradicionales para promover el voluntariado, la participación y la asistencia a AAN-X. Atraer a los medios para cubrir el evento en sí. Redactar comunicados de prensa y solicitar entrevistas impresas, radiofónicas y televisivas.

6. Patrocinador de medios: Buscar una organización de medios importante que sea el "Patrocinador de medios" de AAN-X. Un patrocinador de medios es una importante organización de medios que ofrece a una organización de ONG anuncios gratuitos a cambio del reconocimiento como patrocinador principal de un evento en los comunicados de prensa, el sitio web, los carteles, las camisetas y todos los materiales promocionales del evento.

7. Redes sociales: Cultivar relaciones con 20 destacados "*influencers*" de las redes sociales en toda su ciudad que promoverán sutilmente el voluntariado, la participación y

la asistencia a AAN-X. También deberían enviar puestos de avanzada al evento el mismo día del evento.

8. La lista de correo electrónico de su ONG: Enviar un flujo constante de anuncios sobre AAN-X para promover oportunidades de voluntariado, artista y asistente.

9. Asociaciones: Desarrollar asociaciones de marketing con organizaciones que ya se estén comunicando con sus audiencias.

10. Fotografía: Asegurarse de que cada aspecto del evento esté documentado en fotografías.

Papel del capitán del comité de marketing

Este es uno de los cuatro puestos que harán o desharán AAN-X; los otros tres son el Capitán del Comité de Voluntarios, el Capitán del Comité de Instalaciones y el Capitán del Comité de Procesamiento de Arte. El Capitán del Comité de Marketing gestionará el trabajo de los miembros del Comité (descritos a continuación) y se asegurará de que se cumplan todas las responsabilidades (enumeradas anteriormente).

Papel de los miembros del comité de marketing

A diferencia de algunos de los otros Comités de Voluntarios de AAN-X, algunas de las responsabilidades de marketing deben ser realizadas por personas con experiencia profesional. A pesar del entusiasmo de los voluntarios que quieran unirse al Comité de Marketing, tareas como el diseño gráfico y la negociación con los patrocinadores de los medios requieren experiencia y capacitación intensa que el programa de capacitación de la AAN no está preparado para brindar[7]. Aún puede tener un Comité de Marketing formado por voluntarios... pero esos voluntarios deben tener habilidades reales.

Y, sin embargo, hay otras tareas de marketing, como el marketing de guerrilla, distribuir carteles y redactar comunicados de prensa (si el voluntario ya es un buen escritor) que se pueden aprender en poco tiempo. Para estas tareas, sería aceptable reclutar voluntarios que tal vez no tengan experiencia en marketing pero quisieran aprenderla. Recuerda que el propósito de Art All Night es enseñar estas habilidades a quienes no las tienen. Idealmente, estos voluntarios también aprenderían un poco sobre diseño gráfico y patrocinio de medios.

[7] Otra habilidad especializada que sería útil tener representada en este comité es alguien que esté familiarizado con el marketing dirigido a las clases de bajos ingresos. Para reclutar un voluntario con esta experiencia única, piense en organizaciones que actualmente comercializan para personas de bajos ingresos. Intente encontrar a la persona que creó el enfoque de marketing de esta organización y pídale que se una a este comité.

Algunas notas especiales sobre diseñadores gráficos:

1. Querrá que varios se unan a este Comité. Hay mucho trabajo por hacer. Querrá establecer un estilo común que todos sigan.

2. A veces los diseñadores gráficos voluntarios piensan que, por ser voluntarios, pueden presentar trabajos que prefieren pero que no necesariamente satisfacen las necesidades de la ONG. En otras palabras, piensan que la ONG debería aceptar sus diseños porque están ofreciendo su tiempo como voluntarios. Además, a veces los diseñadores gráficos voluntarios se frustran si la ONG solicita modificaciones en sus diseños. Para minimizar esto, es muy importante ser claro con los diseñadores gráficos voluntarios desde el principio diciéndoles: "Les pedimos el mismo servicio al cliente que le brindarían a un cliente que paga". Si no pueden aceptar esto, agradézcales amablemente por considerar su solicitud, pero diga "no, gracias".

Mejores prácticas del comité de marketing

1. Después de los Voluntarios, el Marketing es su segundo mayor desafío. Es un desafío por varias razones:
   A. Está introduciendo no sólo un nuevo evento sino un nuevo tipo de evento.
   B. Es posible que los residentes de su ciudad no comprendan lo que está tratando de hacer o no le presten atención porque no lo conocen a usted ni a su organización.
   C. Tiene un presupuesto de marketing reducido.
   D. Está utilizando voluntarios que pueden ser menos dedicados que un profesional remunerado.
   E. No tiene mucho tiempo para experimentar y ver qué estrategias funcionan y cuáles no.

2. Plan de marketing: Por todas esas razones, es fundamental desarrollar un plan de marketing.
   A. Cree un plan de marketing que enumere las estrategias de marketing de AAN-X (y el razonamiento detrás de por qué tendrán éxito), los socios de marketing y un cronograma para lograr pasos específicos.

   B. Será realmente importante investigar campañas de marketing exitosas utilizadas por organizaciones similares. Vea si puede encontrar una agencia gubernamental que haya promovido un nuevo programa de beneficios de salud para residentes de bajos ingresos. Si su estrategia funcionó, tal vez podría funcionar para AAN-X. Si no funcionó, averigüe por qué para no repetir el mismo error. Incluso podría resultar útil ver cómo una empresa o agencia gubernamental reclutó una audiencia similar a la que usted está intentando reclutar.

   C. El plan debe ser revisado por la mayor cantidad de personas posible. Las mejores personas para revisarlo son aquellas que han hecho lo que usted intenta hacer o que conocen íntimamente los hábitos de toma de decisiones de las audiencias a las que intenta llegar. (Me imagino que muchas de las personas que lo revisen tendrán habilidades de marketing y tal vez quieran unirse al Comité de Marketing).

D. Comience a desarrollar el plan antes de la primera reunión del Comité de Marketing para que los miembros del comité tengan algo a lo que reaccionar. Tal vez envíelo a cada miembro antes de la primera reunión para que su cerebro piense.

3. Marketing de Guerrilla: Comience leyendo la hoja de trabajo "Cómo realizar marketing de guerrilla".
   Unas palabras sobre marketing creativo: Como se mencionó, hay varios factores que van en contra de AAN-X, como tiempo y presupuesto limitados, poca comprensión pública del evento y/o familiaridad limitada con su ONG. Sin embargo, ¡usted también tiene mucho a su favor!

   He enumerado algunas ventajas que le vienen a la mente, pero le recomendaría que lea sobre Marketing de Guerrilla y trate de generar sus propios conocimientos. Busque "Marketing de Guerrilla" en Google o lea:
   https://en.wikipedia.org/wiki/Guerrilla_marketing
   https://blog.hubspot.com/marketing/guerilla-marketing-examples

   Ventajas de AAN-X para explotar:

   A. ¡USTEDES SON ARTISTAS![8] La creatividad está en Su sangre, en su ADN. Si alguien puede pensar en estrategias de marketing que creen un "espectáculo feliz", que detengan a la gente en seco, esos son los artistas. ¡Y sé que su ciudad tiene algunos artistas increíbles! Diviértase con esto. Pensar "fuera de la caja" ... quizás sea una expresión estadounidense, pero significa desarrollar soluciones pensando de manera no tradicional.

   B. USTEDES SON ARTISTAS: (Es posible que lo siguiente solo se aplique en los EE. UU. Con suerte, también se aplica en su ciudad). Algunas de las ideas que se les ocurren pueden parecer un poco extrañas para las personas no creativas. De hecho, si fuera de otro grupo, la gente podría internarle en un hospital de salud mental. Me río al pensar en un grupo muy conservador – por ejemplo, una Asociación Comercial de contables – que utiliza algunas de las ideas de marketing de guerrilla que yo he utilizado. Pero como ustedes son artistas[9], tienen un "pase gratuito", por así decirlo. La gente le juzgará más como "artístico" que como extraño. ¡Explote esta libertad! Vuélvase un poco loco.

   C. Inocencia de los voluntarios: Otra ventaja que tiene AAN-X es que toda su fuerza laboral son voluntarios. Considere que algunas de las ideas de marketing que se le ocurran pueden no ser exactamente legales incluso si no son perjudiciales para nadie. O tal vez sean legales, pero primero requieren obtener permiso y, por varias razones, no desea hacerlo. Por ejemplo, podría proyectar el logotipo de AAN-X en los costados de 20 edificios altos de su ciudad por la noche o usar tiza y plantillas para

[8] O al menos lo serán en el segundo año. Muchos artistas querrán trabajar con su ONG después de la primera AAN.
[9] O serán percibidos como artistas porque están promocionando un evento artístico.

producir letreros en las aceras. A los voluntarios les resultará más fácil fingir ser ignorantes o pedir perdón (después de haber sido observados haciendo marketing de guerrilla) que a un empleado remunerado de AAN-X.

No estoy seguro de cómo responderá el gobierno de su país a esto, pero si se observara a voluntarios realizando este tipo de actividades en los EE. UU., fácilmente podrían fingir ignorancia. Mientras que si pidieran permiso, el proceso para obtener la aprobación llevaría demasiado tiempo o los abogados del gobierno encontrarían alguna razón para no aprobarlo. Siempre que la idea sea concebida y ejecutada por un voluntario y este voluntario proceda sin el conocimiento ni la participación de su ONG u otros voluntarios de AAN-X, generalmente hay poca culpabilidad. Nota: El director ejecutivo y la junta directiva de su ONG deben determinar el diseño de las estrategias de marketing de AAN-X basándose en los conocimientos presentados en esta sección.

D. Crear Asociaciones Impulsadas por la "Bondad" de la Misión de AAN-X: Claramente, el objetivo de AAN-X es mejorar su ciudad y lo está haciendo sin ánimo de lucro. Compare esto con una empresa que intenta comercializar su producto o servicio. Su único propósito es ganar dinero. Es importante recordar esta distinción si comienza a sentirse como un vendedor que está invadiendo el espacio personal de los compradores. Resalte este hecho cuando busque asociaciones de marketing con empresas, oficinas gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, especialmente aquellas que le hagan sentir como si estuviera perdiendo el tiempo con un argumento de venta.

4. Presentaciones Diarias: Ninguna cantidad de publicidad impresa o pagada puede estar a la altura de la sinceridad y la pasión de un orador dedicado y en vivo. Durante aproximadamente 3 o 4 meses antes de AAN-X, el Comité de Marketing o el Organizador del Evento deberían realizar presentaciones de 15 minutos a diferentes grupos al menos 3 veces por semana. Empiece por hacer una lista de todos los grupos posibles que se le ocurran: desde la junta gubernamental de turismo hasta un círculo de mujeres jubiladas, desde el Club Rotario de su ciudad hasta un grupo de padres preocupados. ¡TODOS LOS GRUPOS QUE SE PUEDAN PENSAR! Llevará tiempo programar todas estas reuniones, pero créanme: este es uno de los métodos más eficaces y asequibles para reclutar voluntarios, artistas e invitados. Esta actividad podría realizarse en conjunto con el Comité de Voluntarios o ambos comités podrían determinar un orador talentoso.

5. Diseño Gráfico:
   A. Crear y administrar un sitio web
      i. Ver: https://www.artallnight.org y https://www.artallnighttrenton.org/. Tenga en cuenta que el sitio web de AAN-Trenton es mucho más atractivo y animado después de mayo de cada año. El sitio web de AAN-X NO NECESITA PARECERSE al sitio web de AAN Trenton.

      ii. Subtítulos que deben incluir:

a. ¿Qué es AAN-X?
    - Resumen del evento
    - Propósito del evento
    - ¿Quién produce AAN-X?
b. Instrucciones para enviar tu arte.
- ¿Qué tipo de arte se acepta?
- ¿Hay alguna restricción?
- Cómo, dónde y cuándo enviar su arte.
- ¿Puedo registrarme en línea antes del evento?
- Su arte debe estar listo para colgar.
- Si elijo vender mi arte, ¿cuántas ganancias me quedo?
- ¿Cómo me pagan?
- ¿Qué es la Fiesta del Comprador/Artista?
- ¿Cómo y cuándo recojo mi arte si no se vende?

c. Voluntario
- El voluntariado es divertido y ayuda a construir una comunidad.
- Menú de necesidades de voluntariado y compromisos de tiempo estimados.
- Programa de Capacitación de la Sociedad Civil

d. Patrocinadores
e. Invitados Musicales
- Listar el horario de las bandas en ambos escenarios durante 24 horas.

f. Agenda – Agenda completa de eventos.
g. Días de creación de arte
    - Lo que son
    - Cuándo y dónde se ofrecen
h. Preguntas frecuentes
i. Contacto

B. Crear una guía de estilo: Para entregársela a otros diseñadores gráficos voluntarios. En ocasiones, esto puede resultar útil para sus patrocinadores y también para los medios de comunicación. Una guía de estilo es un documento que describe los elementos visuales y estilísticos utilizados para mantener la coherencia en los materiales de marca, diseño y comunicación. Sirve como herramienta de referencia para diseñadores, especialistas en marketing y otras partes interesadas para garantizar una identidad de marca cohesiva y unificada en varias plataformas y medios.

C. Crear anuncios y gráficos en redes sociales y medios tradicionales: Estos son anuncios atractivos que puede ofrecer a socios impresos o de redes sociales que acepten promocionar AAN-X. Por ejemplo, un banner publicitario que un sitio web asociado le ofrece durante una semana. O el periódico local le permite colocar un anuncio de 40 cm x 50 cm. Probablemente no podrá crearlos antes de que surjan las oportunidades, pero tenga en cuenta que serán necesarios en algún momento. Utilice excelentes imágenes y la menor cantidad de palabras posible. Cree diferentes anuncios para diferentes audiencias. El organizador del evento y el redactor del

comité de marketing deben trabajar en estrecha colaboración con el diseñador gráfico.

D. Crear e Imprimir un Folleto de Patrocinio: Cree una lista breve y diseñada profesionalmente de las oportunidades de patrocinio de AAN-X. Consulte la sección Patrocinio de este documento. El organizador del evento y el redactor del comité de marketing deben trabajar en estrecha colaboración con el diseñador gráfico.

E. Camisetas: Es importante imprimir camisetas para los voluntarios porque actúan como un uniforme que distingue a los voluntarios de los invitados. También son un regalo de agradecimiento para los voluntarios. Y si AAN-X tiene éxito, actuarán como publicidad cada vez que alguien las use. Finalmente, la parte trasera de la camiseta ofrece otra oportunidad de patrocinio.

   En el Primer Año de AAN Trenton, después de que cada voluntario recibiera una camiseta, teníamos alrededor de 50 más, así que se las vendimos a los invitados. Resulta que eran muy populares. Podríamos haber vendido fácilmente 200 si las hubiéramos tenido, y ese fue solo nuestro primer año cuando solo asistieron 1.700 personas. Claramente, este deseo de una camiseta conmemorativa puede no ser el mismo en todas las culturas. Pero yo correría ese riesgo. Es decir, AAN-X debería imprimir más camisetas de las que necesita para los voluntarios. Será una buena prueba para el año que viene. Si se agotan, entonces sabe que el año que viene deberá imprimir muchas más de las que necesita solo para los voluntarios.

   Intente encontrar una imprenta que le ofrezca un descuento en la impresión de camisetas si AAN-X también le asigna a esta empresa otros trabajos de impresión (es decir, carteles, carteles para el césped, etc.). Descubrimos que una camiseta de alta calidad se vendía muy bien. También proporcionamos tallas para hombres y mujeres a los clientes que pagaban y preguntamos a los voluntarios qué talla querían cuando se registraron.

   El color de la camiseta debe ser el mismo que el del logotipo, el sitio web, los folletos, los carteles para el césped, etc.

F. Señalización en el evento
   i. Señalización de eventos: Los carteles más grandes en AAN-X deben ser enormes y colgar de las vigas. Algo así como 7m x 2m. Deben presentar de manera destacada el logotipo de AAN-X, lo que usted decida es el eslogan de AAN-X, "Producido por 'ESCRIBA EN NOMBRE DE SU ONG'", y el logotipo de su mayor patrocinador.

   ii. Señalización de reconocimiento de patrocinadores: Carteles grandes (tal vez de2x1m) para cada escenario musical. Incluya el logotipo de su patrocinador musical/escénico y las palabras "Música patrocinada por..." o algo así. Coloque carteles de patrocinadores más pequeños junto a otras áreas de eventos para las

que haya encontrado patrocinadores. Por ejemplo, si encontró un patrocinador para las actividades para niños, coloque allí un cartel de reconocimiento de patrocinador. Lo mismo para el área de Cerveza y Vino, Etcétera, etcétera.

iii. Señalización de voluntarios: Cartel grande (tal vez de 1,5 x 1,5 m) que incluya todos los nombres de los voluntarios y un gran mensaje que diga "Gracias a todos los voluntarios de AAN-X".

iv. Señalización direccional: Cree carteles más pequeños para dirigir a los invitados, como por ejemplo: baños, área de cerveza y vino, actividades para niños, los voluntarios se reúnen aquí, compre camisetas aquí, comprearte en exhibición aquí, etc.

G. Señalización promocional
   i. Señales de césped: Esta es un área en la que mi experiencia podría no resultarle útil. Sin embargo, dado que era una pieza central del plan de marketing de AAN Trenton, pensé que era importante compartirlo. Además, si no utiliza este método, deberá buscar otro método para lograr el mismo resultado. Colocamos algo que llamamos “Letreros de césped” en los EE. UU. en 600 lugares de gran tráfico en nuestra región. Se trata de carteles de plástico que los políticos colocan en el frente de los jardines de su distrito.





Son relativamente baratos y muy eficaces en lugares donde los coches se ven obligados a conducir despacio, como en los semáforos. Sin embargo, es posible que estas señales no funcionen en un entorno muy urbano donde hay muchas otras señales que compiten por la atención de todos. Si decide utilizar letreros para el césped, lo primero que debe hacer es pedir permiso al dueño de la propiedad antes de colocar el letrero en la propiedad de alguien. En realidad, esto es cierto para cualquier tipo de señal que utilice. Lo ideal es que el propietario se encargue del letrero mientras esté en su propiedad. Sólo harán esto si apoyan su misión.

ii. Folletos: En entornos más urbanos, repartí unos 10.000 folletos. Fui puerta a puerta y los metí en buzones o en la puerta de 10.000 viviendas de nuestra zona. En su ciudad, sugeriría encontrar 10 voluntarios para que cada uno reparta 10.000 folletos, es decir, un total de 100.000. Quizás tenga que pagar a estas personas. Creo que esta sería una inversión que vale la pena SI los folletos pudieran diseñarse de manera que el lector entienda que AAN-X no les pide que compren nada.

Perseverancia -
¡Está haciendo un buen trabajo!
Está haciendo algo bueno por la ciudad en su conjunto y por sus vecinos. En la sección de Reclutamiento de voluntarios, mencioné que fracasará más de lo que triunfará. Es decir, por cada 10 personas a las que pidea que se ofrezcan como voluntarias, tal vez 2 o 3 digan que sí. Lo mismo ocurre con el marketing de pequeño presupuesto. Es decir, espere que se concedan aproximadamente 2 de cada 10 de sus solicitudes de marketing.

¿Cuál es la clave del éxito contra tales probabilidades? Explíqueles de forma clara pero apasionada que no está intentando venderles nada. Esa es la primera motivación que piensa la mayoría de la gente cuando se le acerca un extraño. Explique que su propósito al hablar con ellos es buscar su colaboración para lograr un gran proyecto para su ciudad.

Aún así, enfrentarás mucho rechazo. ¿Cómo sigues? ¿Cómo puede mantener una sonrisa en su rostro y motivarse para probar su solicitud con otra persona, empresa u oficina gubernamental? Simple: te recuerdas la misión de la AAN. Te recuerdas a ti mismo que no estás en la calle vendiendo un producto de consumo como enciclopedias o aspiradoras. No, estás vendiendo compromiso, participación y comunidad. Estás lanzando lo BUENO y no dejes que nadie te haga sentir avergonzado por trabajar para lograr ese objetivo.

iii. Los carteles no funcionan: En mi experiencia, los carteles no funcionan para 1) reclutar voluntarios o 2) atraer invitados a un evento. Hoy en día, hay demasiada información publicada en las paredes y tablones de anuncios de pubs, supermercados, iglesias, bibliotecas y centros comunitarios. Piénselo: ¿cuándo fue la última vez que se detuvo a leer un cartel? De los carteles que se detuvo a leer, ¿con qué frecuencia le llevaron a responder o tomar medidas?

H. Distribución de carteles promocionales

i. ¿Cuándo distribuir? Esta es una tarea que no debe iniciarse hasta 3 (tal vez 4) semanas antes del evento. Esto se debe a que si los letreros permanecen afuera, en espacios públicos o incluso privados, el clima los destrozará o arruinará.

ii. ¿Qué voluntario es el más adecuado para este trabajo? Este trabajo requiere mucho trabajo, pero también requiere una persona amigable que no tenga miedo de pedir permiso a los propietarios para poner un letrero en su propiedad. Una persona así debería ser un buen vendedor y conocer las mejores respuestas a las razones típicas por las que alguien se opondría a un cartel en su propiedad.

iii. ¿Dónde distribuir? No coloque carteles en un lugar sólo porque alguien aceptó colgar uno. Por ejemplo, la mejor amiga de un voluntario accedió a colgar un cartel en la puerta de su casa, pero es probable que sólo cinco personas lo vean. Agradezca al amigo por su apoyo, pero explíquele que sus carteles son demasiado valiosos para colocarlos en cualquier lugar. En su lugar, guarde sus carteles para los lugares que atraigan la mayor cantidad de lectores. Quiere que al menos 50 personas lean cada cartel. Piense estratégicamente dónde colocar las señales. Los lugares con mucho tránsito peatonal suelen ser buenos lugares... pero no siempre. Por ejemplo, en Estados Unidos, los grandes supermercados permiten a las empresas y organizaciones colocar carteles en un área junto a la puerta de entrada. Esto suena genial hasta que observas cuántas personas realmente se detienen y miran estos anuncios. Casi nadie, es la realidad.

I. Fotografía: Asegúrese de que cada aspecto de AAN-X esté documentado en fotografías de alta calidad. Esto es muy importante para el próximo año. Los fotógrafos deben comprender que son voluntarios y que todas las fotografías pasan a ser propiedad de su ONG y de AAN-X. Utilizará estas fotografías el próximo año en el sitio web de AAN-X, en solicitudes de subvenciones, comunicados de prensa, correos electrónicos masivos, carteles y folletos promocionales, paquetes de patrocinio, para reclutar voluntarios, actos musicales y vendedores de comida. En el primer año serán suficientes 2 o 3 fotógrafos. Sin embargo en el 2º y 3er año recomendaría buscar 6 fotógrafos profesionales o semiprofesionales para cubrir los siguientes turnos:

- 1 fotógrafo (sábado de 10 a. m. a 2 p. m.) para documentar a los artistas que dejan su arte.
- 1 Fotógrafo – Sábado 4pm a 8pm
- 2 fotógrafos: sábado de 8 p. m. a domingo de 2 a. m.

- 1 fotógrafo – Domingo de 6 a. m. a 11 a. m.
- 1 Fotógrafo – Domingo 11am a 3pm

Dele a cada fotógrafo una lista de temas e imágenes específicas que le gustaría que capturaran. Por ejemplo, tome fotografías de:

- Día de los voluntarios divirtiéndose mientras hacen voluntariado
- Generaciones mayores y más jóvenes interactuando juntas
- Personas notablemente acomodadas interactuando con personas de ingresos notablemente bajos.
- Invitados de diferentes razas interactuando de manera significativa
- Invitados disfrutando y observando el arte en general.
- Artistas muy jóvenes que encuentran su obra de arte y se la muestran a sus padres.
- Artistas muy mayores que encuentran su obra de arte y se la muestran a sus amigos o nietos.
- Artistas que observan a invitados que no conocen, observan y reaccionan ante su arte.
- Invitados aprendiendo o escuchando a los vendedores en las mesas de los patrocinadores.
- Invitados disfrutando y reaccionando a los eventos/proyectos especiales.
- Artistas que trabajan en eventos/proyectos especiales.
- Actos musicales e invitados bailando o disfrutando de la música.
- Invitados comprando y disfrutando de la comida.

COMITÉ DE INSTALACIONES

Función del Comité de Instalaciones: Encargado de buscar, transformar y desmontar un espacio para eventos adecuado para AAN-X.

Responsabilidades del Comité de Instalaciones:

1. Ayudar al organizador del evento a encontrar un espacio adecuado para el evento.

2. Preparar el espacio del evento para las necesidades de AAN-X.
   A. Diseño de paredes de la exhibición de arte
   B. Obtener materiales donados para construir los muros de la exhibición de arte y otras necesidades del evento.
   C. Gestionar voluntarios de un día que construirán los muros de exhibición de arte.
   D. Administrar voluntarios de un día que desmontarán las paredes de la exhibición de arte.
   E. Gestionar las necesidades eléctricas y de iluminación.
   F. Ayudar a otros Comités AAN-X con sus necesidades de instalaciones

3. Obtener permisos e inspecciones relacionadas con los edificios del gobierno de su ciudad, es decir, electricidad, incendios, higiene (baños).

4. Devolver el espacio del evento a su condición original.

5. Almacenar materiales y equipos para el próximo año.

Capitán del Comité de Instalaciones: Este es uno de los cuatro puestos que harán o desharán AAN-X; los otros tres son el Capitán del Comité de Voluntarios, el Capitán del Comité de Marketing y el Capitán del Comité de Procesamiento de Arte.

1. Obviamente, querrá encontrar a alguien que tenga experiencia en construcción o mantenimiento de edificios. También sería útil estar familiarizado con la electricidad. Aparte de su experiencia técnica, querrá a alguien que sea bueno resolviendo problemas y se esfuerce por decir "sí" a las solicitudes. Es decir, alguien que piense en los problemas como desafíos y proponga diferentes soluciones hasta que todos estén satisfechos. No hace falta decir que desea a alguien que sea confiable y que pueda liderar voluntarios que pueden tener o no experiencia en construcción.

2. El Capitán del Comité de Instalaciones deberá colaborar con otros Capitanes y el Organizador del Evento en varios aspectos del evento. Como con el:

   A. Capitán del Comité de Procesamiento de Arte: diseñar y construir las paredes de la exhibición sobre las cuales colocar el arte.

B. Capitán del Comité de Música: para planificar las necesidades eléctricas de actos musicales y otras necesidades eléctricas. Si no se pueden encontrar o alquilar escenarios portátiles, es posible que el Comité de Instalaciones deba construirlos.

C. Capitán del Comité de Proyectos Especiales: para ayudar a este comité a lograr su visión de proyectos especiales.

D. Capitán del Comité de Marketing: para colgar carteles grandes en todo el espacio del evento. Es posible que se necesiten grúas interiores

3. Este puesto requerirá una cantidad significativa de horas de voluntariado. Es imposible hacer una estimación, pero haría que todos los candidatos a Capitán del Comité de Instalaciones leyeran esta sección de este documento para comprender lo que se necesita y se espera ANTES de la entrevista para el puesto. Idealmente, rodeará al Capitán del Comité de Instalaciones con personas talentosas y dedicadas para eliminar parte de la carga de este puesto.

Miembros del Comité de Instalaciones

Otros tipos de personas a las que quizás desee pedir que se ofrezcan como voluntarios en el Comité de Instalaciones son aquellas que:

- Tengan experiencia en construcción, electricidad y/o mantenimiento de edificios.
- Tengan experiencia en el diseño de grandes espacios para eventos.
- Tengan experiencia con iluminación de eventos.
- Posean negocios o tengan contactos que posean negocios en las industrias de construcción, remodelación, alquiler de eventos o iluminación para eventos.
- Tengan experiencia en ingeniería porque los ingenieros tienden a ser excelentes solucionadores de problemas.

¿Qué se les pedirá que hagan a los miembros del Comité de Instalaciones?

El Comité de Instalaciones puede ser uno de los comités más divertidos para ser voluntario. También es uno de los comités más fáciles para los que encontrar voluntarios porque las tareas en cuestión son sencillas y fáciles de explicar.

Es difícil decir exactamente qué se le pedirá que haga al Comité de Instalaciones, excepto decir que intentarán ayudar al Capitán de Instalaciones a completar las responsabilidades enumeradas en la página anterior. Esto puede significar reunirse con un voluntario del Comité de Marketing para ayudar a colgar una pancarta grande. U obtener un permiso de seguridad contra incendios del gobierno de la ciudad. O construir algo único que pidió el Comité de Proyectos Especiales. O ayudar a gestionar los numerosos voluntarios de un día que vienen a ayudar a construir las paredes de exhibición de arte. O encontrar un camión que sea lo suficientemente grande para transportar madera contrachapada donada al lugar del evento.

¿Cuándo se necesitan miembros del Comité de Instalaciones?

Este Comité probablemente no requiera una reunión mensual programada regularmente como lo hacen la mayoría de los demás Comités. Más bien, los miembros del comité probablemente se comunicarán por separado con el capitán de las instalaciones. No tener que reunirse mensualmente debería facilitar el reclutamiento de voluntarios. Sin embargo, es posible que el Comité de Instalaciones desee reunirse una o dos veces. Pero esto sólo tiene sentido si el Comité puede reunirse en el lugar del evento. Esto se debe a que la mejor manera de observar los problemas y proponer soluciones es estar físicamente presente en el espacio del evento. Por lo tanto, si aún no se ha asegurado una propiedad para el evento, no tiene sentido que este grupo se reúna todavía.

Mejores Prácticas del Comité de Instalaciones

1. Encontrar el espacio perfecto para eventos
   La selección del espacio para el evento es, en última instancia, decisión del director ejecutivo de su ONG y del organizador del evento. Sin embargo, harían bien en obtener las opiniones de los capitanes, especialmente del Capitán de las instalaciones, antes de tomar una decisión final. A continuación se presentan algunos puntos a considerar al observar espacios:

   A. Ubicación: ¿Está el edificio ubicado en un área donde asistirán TODAS las personas? Piense en el área alrededor del edificio: ¿no asistirán las personas de altos ingresos porque se cree que esta área es insegura? ¿Qué tan fácil es llegar a este lugar? ¿Las personas económicamente desfavorecidas no asistirán porque no hay transporte público a esta zona?

   B. Tamaño: ¿El tamaño del edificio puede albergar a 3000 personas durante 24 horas, de las cuales 2000 probablemente estarán allí entre las 8 p.m. y las 2 a.m.? El edificio también necesita acomodar las paredes de la exhibición de arte, 2 escenarios diferentes para música, espacio para demostraciones de arte especiales, espacio para venta de comida, espacio para venta de cerveza y vino, espacio para actividades infantiles.

      Sería fantástico si el propietario del edificio permitiera que el evento se celebrara también al aire libre. Es decir, ¿el edificio cuenta con un estacionamiento o espacio al aire libre que podría usarse para vender comida o para una actividad de evento especial? ¿Hay alguna calle al lado del edificio que se pueda cerrar un día para este tipo de usos? Si el gobierno de la ciudad le exige que obtenga un permiso para eventos, ¿será suficiente el tamaño del edificio para la cantidad de personas que estarán dentro del edificio?

   C. Precio: El espacio para el evento debe ser gratuito. Especialmente en su primer año. ¿Cómo encontrar un gran edificio libre? Comience con la Oficina del Alcalde: conocerán las propiedades desocupadas de la ciudad. Además, cuéntele la idea a la Cámara de Comercio de su ciudad y al Club Rotario de su ciudad. Ambos grupos están compuestos por muchos propietarios de negocios exitosos que están

interesados en el desarrollo económico (lo que hacen las artes) y en mejorar las condiciones sociales en su ciudad (lo que hará AAN-X). Finalmente, hable con agentes inmobiliarios comerciales. Pueden presentarle propietarios con propiedades desocupadas. Estos propietarios verán a los 3.000 asistentes y toda la cobertura de los medios como publicidad gratuita para vender o alquilar su edificio vacante.

D. Condición – ¿Funcionan los baños? ¿El techo tiene goteras? ¿Funciona la electricidad y se adaptará al tipo y cantidad de electricidad que necesitará para alimentar los actos musicales y la iluminación? Si bien puede alquilar un generador, le recomiendo que no lo haga. Los generadores hacen ruido y Art All Night aspira a brindar una experiencia similar a una galería para los artistas participantes. ¿Pasará el edificio todas las inspecciones municipales de alarmas contra incendios, estructurales, eléctricas y ambientales (es decir, asbesto)? ¿No está seguro de si el gobierno de su ciudad exige este tipo de inspecciones? Incluso si no es así, es importante obtener una evaluación profesional antes de aceptar utilizar el espacio. El propietario de una propiedad puede parecer digno de confianza y asegurarle que todos los sistemas funcionan, pero un profesional externo que evalúe el edificio por usted es más confiable.

E. Flexibilidad de los propietarios

   i. ¿Qué tan geniales son los dueños? Deben ser plenamente conscientes de lo que sucederá en su edificio (es decir, la construcción de las paredes de la galería/exhibición de arte, miles de personas, mucha cerveza y vino, mucha música en vivo) antes de aceptar permitirle usarlo. Si tiene un dueño de propiedad que está "indeciso" acerca de permitirle usar su propiedad o quiere cobrarle, es posible que AAN-X quiera ofrecerle los mismos beneficios que ofrece a otros patrocinadores, como:
      a. Colocación del logotipo en su sitio web y en anuncios, materiales promocionales y carteles de eventos.
      b. Una deducción fiscal por su contribución en especie. Aunque no estoy seguro si esto se hace en tu país.

      Si el edificio está actualmente vacío, también se puede argumentar que el tráfico peatonal y la cobertura de los medios actuarán como marketing gratuito que ayudará al propietario a encontrar compradores/inquilinos para su propiedad. Puede ofrecerse a mencionar que este edificio está disponible para venta/arrendamiento en todas las entrevistas que se le soliciten con los medios de comunicación. En las entrevistas se puede presentar al propietario como un “gran ciudadano corporativo y partidario de las artes que tiene un espacio increíble que sería perfecto para muchos usos”. Finalmente, puede recordarle al propietario que los vecindarios en transición con presencia artística se revitalizan más rápidamente que los vecindarios sin presencia artística.

   ii. Transparencia y arrendamiento. Tenga en cuenta: el propietario debe:

a. Saber que una variedad de voluntarios necesitarán acceder al edificio periódicamente durante el mes anterior al evento para construir las paredes de exhibición y hacer otros preparativos del espacio, como construir los escenarios, tender cables eléctricos, instalar iluminación artística, colgar pancartas grandes. y carteles, y mesas de entrega. También necesitará aproximadamente 2 semanas después de AAN-X para desmontar las paredes y devolver todas las mesas y equipos prestados.

b. Estar dispuesto a redactarle un contrato de arrendamiento que especifique los "términos de uso". Un contrato de arrendamiento es necesario incluso si le permiten usar el espacio de forma gratuita, ya que protegerá a su organización en caso de que haya un malentendido que luego ponga en peligro el evento. También querrá decirle al propietario que contratará una póliza de seguro de eventos de un millón de dólares en la que quedará totalmente indemnizado. Más sobre la póliza de seguro más adelante.

F. Atractivo/modernidad/extravagancia del edificio: ¿Es atractivo el espacio? ¿Es único? ¿Es diferente? Un espacio fresco, único y/o diferente que se reinventa o reutiliza para un gran evento artístico atraerá a los asistentes que sientan curiosidad por este tipo de cosas y que tal vez no vengan solo por el arte. Esto es bueno: el año que viene sabrán que vendrán por el arte en sí. Sin embargo, ¿qué sucede si puede encontrar un edificio que satisfaga todos los demás criterios (del A al E) pero NO sea atractivo? ¿Debería elegir este edificio? Yo diría que sí, elige este edificio. Especialmente en tu primer año, A, B, C, D y E son mayores que F. Recuerda 2 cosas:
   i. La iluminación especial/artística puede hacer mucho para que un espacio poco atractivo luzca atractivo.

   ii. No existe ningún requisito de que AAN-X se celebre en el mismo edificio el próximo año. De hecho, AAN Pittsburgh se enorgullece de albergar el evento en un edificio nuevo cada año. Eso es parte del atractivo de los asistentes: ver cómo los organizadores transforman el espacio cada año.

2. Iluminación
   A. Iluminación funcional: Claramente, los invitados necesitarán ver el arte por la noche, así que asegúrese de que el edificio tenga suficiente luz natural/eléctrica o capacidad eléctrica para enchufar suficiente iluminación.

   B. Iluminación decorativa/ambiental: La luz de colores dirigida se puede utilizar de muchas maneras para hacer que un espacio poco atractivo luzca fresco. Animaría a AAN-X a encontrar un diseñador de iluminación con imaginación artística. No solo alguien que ha asistido a algunas bodas y fiestas de graduación. Alguien que ha realizado iluminación para grandes discotecas y eventos artísticos. Gastar dinero extra en alguien con experiencia e imaginación es aún más necesario si el espacio para eventos que encuentras no es atractivo.

C. Iluminación de discoteca y escenario: Si AAN-X elige tener una discoteca abierta toda la noche, se debe instalar iluminación especial para garantizar un ambiente original. Asimismo, la iluminación de los escenarios musicales es absolutamente necesaria. Esta es un área donde el Comité de Instalaciones necesitará trabajar con el Comité de Música.

D. Iluminación para presentar el logotipo de AAN-X o el logotipo de un patrocinador: Una forma de realmente elevar a AAN-X como un evento principal es utilizar lo que los diseñadores de iluminación llaman luces GOBO. Estoy bastante seguro de que este es un término internacional. Es cuando una luz brillante y muy enfocada proyecta un logotipo u otro diseño en una pared o piso. Se puede mostrar en varios colores y se puede configurar para que vibre y se transforme según la música. Esta es un área donde el Comité de Instalaciones necesitará trabajar con el Comité de Eventos Especiales o de Marketing.

   A continuación, se muestran algunas fotografías de cómo se utilizó la iluminación en AAN Trenton, que en mi opinión estuvo bien, pero podría haber sido aún más imaginativa. (Por otra parte, nuestro edificio era realmente genial). Pero si buscas en Google “iluminación artística de espacios” y vas a la pestaña Imágenes verás muchas posibilidades.





3. Eléctricidad: Al evaluar y configurar la energía eléctrica para el evento, asegúrese de que participe un electricista profesional. De lo contrario, podría provocar un incendio. Como se mencionó, las principales fuentes de necesidades eléctricas son la iluminación de eventos y actos musicales. Sin embargo, es posible que los vendedores de alimentos también necesiten energía. Si el patio de comidas está lejos del arte en exhibición, puede

pedir a los vendedores de comida que traigan su propia energía con generadores portátiles. Sin embargo, si se ubicarán al alcance del oído del arte o la música, debe asegurarse de que sus necesidades de energía puedan satisfacerse a través de la energía del edificio. Esto se debe a que se anuncia que AAN-X tiene un entorno similar a una galería de arte. No sería muy propio de una galería tener un generador ruidoso zumbando.

4. Construcción de paredes de galería/exhibición de arte

   A. Ambos lados: Querrás crear paredes que puedan exhibir arte en ambos lados de las paredes que construyas. No querrás exhibir únicamente arte a lo largo del perímetro de tu espacio para eventos, ya que esto parecería una calle de sentido único. ¿Alguna vez has notado que los autos van mucho más rápido en una calle de sentido único? No, lo que quieres es que la gente contemple y aprecie el arte y se relacione con otros invitados. Entonces, para que quede claro, está bien exhibir arte en las paredes perimetrales, pero también debe exhibir arte en las paredes en el centro del espacio para eventos.

   B. Cuándo construir: Intenta construir todas las paredes de exhibición de arte durante 2 fines de semana. Lo ideal es construirlos 2 y 3 fines de semana antes de AAN-X.

   C. ¿Cuántos paneles? ¿Cuántas paredes o paneles de exhibición de arte necesitas? Es difícil decirlo porque no se sabe el éxito que tendrá a la hora de atraer artistas para que participen en su primera AAN. Sin embargo, es una buena apuesta hacer más espacio en las paredes del que imagina necesitar. Luego, si no necesita todo el espacio, puede distribuir más el arte enviado. Puede fingir que esto fue intencional. Diga que busca una sensación minimalista.

   D. Dos estilos: a continuación se presentan dos formas de hacer las paredes. Sin embargo, siéntase libre de crear su propia versión. Simplemente tenga en cuenta que las paredes deben ser 1) económicas, 2) resistentes para que no caigan sobre las personas, 3) lo suficientemente fuertes como para contener una variedad de arte bidimensional y 4) fáciles de desmontar y almacenar para los próximos años. AAN-X.

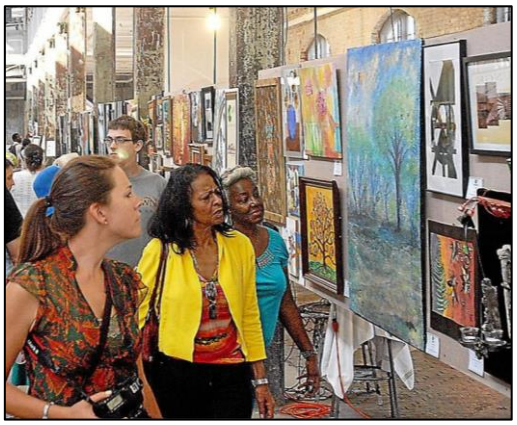
      i. Paredes en AAN Trenton: En Trenton, hicimos marcos con madera de 2” x 4” y colocamos grandes láminas de Homasote[10] a cada lado del marco. Si puede imaginar la pared como un sándwich, el marco era la carne y el Homasote era el pan. Luego perforamos agujeros en la parte superior y pasamos un cable metálico en cada panel. El otro extremo del cable estaba sujeto a la viga de acero del techo.

[10] Homasote es una marca de cartón grande hecho de papel comprimido y reciclado. Es más ligero y barato que las tablas de madera

Elegimos Homasote para las paredes de paneles porque es más barato y ligero que la madera. También era lo suficientemente suave como para aceptar alfileres, pero también aceptaba tornillos de metal de forma segura. También había secciones enmarcadas que no colgaban desde arriba. Estas simplemente se apoyaban en las paredes del perímetro

Paredes de exhibición de arte en AAN Trenton





ii. Paredes de exhibición de arte en AAN Pittsburgh: La AAN de Pittsburgh no tenía el lujo de colgar paredes desde arriba, por lo que hicieron paredes que se apoyaban en el suelo. No se pueden ver las patas ni los lados en las imágenes de abajo, pero las paredes comienzan aproximadamente a 1 metro. del piso. Esto se debe a que no desea que los invitados se agachen para mirar el arte. Desea que la exhibición se parezca lo más posible a un museo.

    Al igual que Trenton, Pittsburgh hizo sus marcos de pared con madera de dimensiones 2" x 4" (tablas de madera). Luego colocaron láminas de madera OSB[11] para los paneles de pared. Aún necesitas hacer un sándwich, como hicimos en Trenton; de lo contrario, verás tornillos que sobresalen de ambos lados del panel OSB. (Los tornillos se utilizan para colgar el arte). Una vez más, los tornillos expuestos no parecerían un museo.

[11] El tablero de virutas orientadas (OSB) es un tipo de madera de ingeniería similar a los tableros de partículas, que se forma agregando adhesivos y luego comprimiendo capas de hebras de madera (escamas) en orientaciones específicas.

Paredes de exhibición de arte en AAN Pittsburgh





5. Baños
   A. ¿Cuántos: ¿Cuántos baños necesitas? Una buena regla general es tener 1 baño por cada 150 personas. Tenga en cuenta que los 3.000 asistentes estimados no estarán todos allí al mismo tiempo. Sin embargo, durante las horas pico puede haber entre 1.500 y 2.000 personas. Lo ideal es que el edificio que encuentre tenga muchos baños en buen estado.

   B. Baños portátiles: Si el edificio no tiene suficientes baños, deberá alquilar baños portátiles.

   C. Edificios cercanos: Otra forma de aumentar los baños disponibles es preguntar a los propietarios cercanos si sus invitados pueden usar sus baños durante AAN-X. Es posible que deba pagar una tarifa por esto, pero sus invitados apreciarán ir a un baño real en lugar de a un baño portátil. También puede ser más barato pagarle al propietario de un edificio cercano por este favor que alquilar un baño portátil. Debe ofrecer al propietario del edificio la opción de colocar un voluntario de AAN-X en el edificio durante todo el tiempo que su baño esté disponible para los invitados de AAN-X.

   D. Plomero: Finalmente, antes del evento, asegúrese de identificar un plomero que esté disponible las 24 horas del día. Un inodoro roto a la 1 de la madrugada sería terrible para el evento. Y tenga en cuenta que muchos plomeros, al menos en los EE. UU., dicen que están disponibles las 24 horas del día, pero en realidad no lo están. Es una buena idea identificar uno que realmente esté disponible las 24 horas del día.

6. Interconexión con otros comités de AAN-X: si bien la preocupación principal del Comité de Instalaciones es construir las paredes de la exhibición de arte y otros grandes proyectos relacionados con el espacio del edificio, también deben estar disponibles para ayudar con las necesidades presentadas por los otros comités. Por ejemplo, el Comité de Proyectos Especiales podría necesitar ayuda para construir algo o el Comité de Marketing podría necesitar ayuda para colgar una pancarta de 20 pies del techo.

7. Materiales: Art All Night requiere mucho Homasote o madera contrachapada, madera de 2x4 y tornillos. Debes encontrar un patrocinador para donarlos o al menos darte un buen precio. ¿Quizás el mismo patrocinador pueda almacenar estos materiales para AAN-X para el evento del próximo año?

8. Después del evento: Devuelva el edificio en las condiciones en que lo encontró:

   A. QUÉ NO HACER: Pedir a los voluntarios que limpien los baños. Esta es una manera muy fácil de perder voluntarios. Haga que personal remunerado de su ONG limpie los baños o contrate o pague a personas para que lo hagan. También tenga cuidado al pedir voluntarios que barran y frieguen el espacio principal del evento. Esta podría ser una buena actividad para una tropa de boy scouts, pero sería un gran agravio para los adultos.

   B. QUÉ HACER: Pedir a voluntarios que ayuden a desmontar las paredes de exhibición de arte y transportar materiales a una instalación de almacenamiento para guardarlos hasta el próximo año. También se debe pedir a los voluntarios que ayuden a retirar y devolver las mesas y sillas prestadas. También está bien pedir voluntarios que ayuden a ordenar el espacio.

   C. Plan de limpieza posterior al evento: tenga un plan para A y B arriba. Hay tanta adrenalina fluyendo antes del evento que es posible que olvide que tendrá muchas responsabilidades después del evento. Tómese 2 semanas para esta parte del evento. Un plan podría incluir identificar a alguien para organizar la limpieza posterior al evento. (Tenga en cuenta que el organizador del evento probablemente querrá esconderse en una cueva durante unos días después del evento para recuperarse). Un plan también podría identificar voluntarios específicos y vehículos específicos que desempeñarán responsabilidades específicas. El plan podría tener un contrato con una empresa de limpieza para realizar x, y, z después del evento.

COMITÉ DE ADMISIÓN Y COLGADO DE ARTE

Función del Comité de Admisión y Colgado de Arte:

- Garantizar un proceso ordenado y eficiente para el registro, recepción y devolución del art.
- Garantizar una presentación museística del arte presentado.
- Gestionar el proceso de venta de arte en nombre de los artistas.

Aquí hay una sinopsis de AAN-X para aquellos lectores que se hayan saltado esta parte de la introducción:

> Art All Night-X: AAN-X es un festival de arte de 24 horas de duración que anima a artistas de CUALQUIER edad, nivel o medio a presentar una obra de arte visual, de su propia creación, y colgar ese arte en una galería-como entorno.
>
> - Es gratis enviar arte y es gratis asistir
> - No es necesaria ninguna solicitud para enviar arte.
> - No hay juez ni jurado que revise el arte presentado.
> - Los artistas pueden vender su arte y quedarse con el 93% de las ganancias.
> - El evento abre al público a las 3:00 p. m. el sábado y finaliza a las 3:00 p. m. el domingo. AAN-X AGREGA FECHA
>
> Para participar, los artistas entregan su arte el viernes AGREGAR FECHA (día antes del evento) desde/hasta AGREGAR HORARIOS o el sábado AGREGAR FECHA (día del evento) desde/hasta AGREGAR HORARIOS. Los artistas completan un formulario de registro gratuito y firman una renuncia que protege a su ONG de reclamos por daños o robo. Los voluntarios de AAN-X cuelgan el arte enviado a medida que lo reciben. Los artistas recuperan el arte no vendido el domingo AGREGAR FECHA cuando termine el evento desde/hasta AGREGAR HORARIOS.

Responsabilidades del Comité de Admisión y Colgado de Arte:

A diferencia de los otros comités, este comité tiene tanto responsabilidades de producción del evento (que deben resolverse meses antes del evento) como responsabilidades que deben realizarse en el evento mismo. Se pueden reclutar voluntarios adicionales para ayudar en el evento en sí.

Responsabilidades en los meses previos al evento:

1. Escriba instrucciones claras que expliquen aspectos como quién puede enviar arte, así como cómo, dónde y cuándo enviar y recuperar su arte, etc.

2. Cree un formulario de exención que proteja e indemnice a AAN-X y su ONG (su personal, miembros de la junta directiva y activos) que todos los artistas deben firmar antes de enviar arte a AAN-X.
   - Cree una versión online y anime a los artistas a completar este paso en casa antes de llegar al evento.

- Cree una versión en papel y/o digital presencial para aquellos artistas que necesiten registrarse en persona cuando dejen su arte.

3. Planifique dónde y cómo se entregarán y recibirán las obras de arte.

4. Planifique cómo se etiquetará el arte. La etiqueta debe incluir el nombre del artista, título, medio, precio si está a la venta, sitio web del artista, hashtag, etc., y el número de identificación AAN-X. Toda la información anterior es opcional (lo que significa que cada artista puede decidir si incluirla o no), excepto el número de identificación AAN-X.

5. Planifique cómo se colgará el arte en las paredes de la galería.

6. Planifique cómo preparar el arte enviado que no esté listo para ser colgado o exhibido.

7. Planifique cómo los clientes pueden comprar arte y cómo se les pagará a los artistas.

8. Planifique cómo se avisará a los artistas si su arte se ha vendido. Planifique cómo los artistas recuperarán su arte si no se vende.

Responsabilidades durante el evento
Ejecute todos los planes hechos anteriormente.

Capitán del Comité de Admisión y Ahorcamiento de Arte:
Este es uno de los cuatro puestos que harán o desharán AAN-X; los otros tres son el Capitán del Comité de Voluntarios, el Capitán del Comité de Marketing y el Capitán del Comité de Instalaciones. **Es mucho más importante que el Capitán del Comité de Procesamiento de Arte tenga experiencia en dirigir a un gran número de personas para que sigan una serie de pasos desconocidos que el que el candidato tenga experiencia en la creación o exhibición de arte o en la curaduría de exposiciones de arte en museos o galerías.**

Esta persona debe sentirse cómoda anticipando cómo se mueven y se comportan las personas en grandes eventos. Por ejemplo, a pesar de haber publicado claramente instrucciones sobre cómo enviar arte en el sitio web de AAN-X, el Capitán del Comité de Admisión y Colgante de Arte debe planificar la probabilidad de que la mayoría de los artistas participantes no lean o hayan olvidado estas instrucciones. Deben planificar que cientos de artistas se presenten exactamente al mismo tiempo para dejar su arte y cientos se presenten exactamente al mismo tiempo para recuperar su arte. ¿Cómo procesará el Comité de Admisión y Suspensión de Arte las necesidades de cientos de artistas al mismo tiempo?

El objetivo del Capitán del Comité de Admisión y Colgado de Art es:
1. Anticipar cuellos de botella, puntos de estrangulamiento y otras ineficiencias en la presentación, colocación, compra y recuperación de arte.
2. Crear procesos que hagan que el envío, la colocación, la compra y la recuperación de obras de arte sean sencillos y ágiles para cientos, si no miles, de personas.

3. Y finalmente gestionar estos procesos el fin de semana del evento.

A su disposición habrá voluntarios con megáfonos, carteles, el sitio web de AAN-X y caminos señalizados para que los artistas se alineen. **Pero sobre todo esta persona necesitará experiencia en preparación y gestión del caos.** El Capitán/Comité de Admisión de Arte y Colgantes trabajará en estrecha colaboración con el Capitán/Comité de Instalaciones para diseñar el diseño de las paredes de la galería.

Miembros del Comité de Admisión y Exhibición de Arte:

Al igual que el Capitán de Entrada de Arte y de Colgado, los miembros del Comité de Entrada de Arte y de Colgado son necesarios tanto para la producción como para el día del evento.

Se necesitan voluntarios de producción:

1. Un desarrollador experto de bases de datos/hojas de cálculo. Los artistas pueden registrarse en el sitio web de AAN-X o tener la opción de registrarse en el sitio del evento el día anterior o el día del evento. Esta información es necesaria para imprimir las etiquetas que se adjuntan al lado de cada obra de arte. Una hoja de cálculo con esta información servirá para varios propósitos:
   A. Generar etiquetas para cada obra de arte.
   B. Identificar a los artistas cuando vienen a recuperar su arte.
   C. Realizar análisis de la demografía de los artistas para determinar quién presentó el arte. Esto es importante para que la medición determine si se lograron las metas de AAN International.
   D. Para realizar un seguimiento de las ventas de arte

2. Un experto en instalación de computadoras, redes, internet y rotuladoras in situ.

3. Un experto en anticipar cuellos de botella y puntos de estrangulamiento y en crear procesos para que el envío, la colocación, la compra y la recuperación de arte sean sencillos y ágiles para cientos, si no miles, de personas.

4. Un experto para planificar toda la transacción financiera de "compra de arte"

5. Varios voluntarios para planificar la “Fiesta de Artista/Comprador Después de AAN-X”. Esta es una fiesta que se lleva a cabo 1 semana después de AAN-X donde el arte vendido se entrega al comprador y el comprador tiene la oportunidad de conocer al artista.

Los voluntarios del día del evento debían desempeñar varias funciones:

1. El día antes de que comience AAN-X y el día del evento AAN-X
   A. Un experto para configurar computadoras, redes, Internet y rotuladoras en el sitio.
   B. Un experto en bases de datos/hojas de cálculo para abordar los problemas que puedan surgir
   C. Varios voluntarios para orientar a los artistas que llegan sobre dónde y cómo registrar su arte.

D. Varios voluntarios para recibir arte e imprimir las etiquetas correspondientes.
E. Un experto en la construcción y fijación de marcos artísticos para sujetar cables, ganchos y fijar marcos, ya que gran parte del arte enviado no estará listo para colgarse.
F. 10 o 15 voluntarios para colgar el arte enviado tal como se recibe en las paredes de la galería y colocar la etiqueta correcta.

2. Durante AAN-X
   A. Varios voluntarios para gestionar una mesa donde los clientes puedan ir a comprar una obra de arte.

3. Después de AAN-X
   A. Un experto en bases de datos/hojas de cálculo para abordar los problemas que puedan surgir
   B. Varios voluntarios para contactar a los artistas por correo electrónico y mensajes de texto para informarles si su arte se vendió.
   C. Devolución/entrega de arte:
      Arte no vendido:
      i. Dirigir a los artistas que llegan sobre cómo hacer fila y qué documentación tener lista para mostrar.
      ii. 10 o 15 voluntarios para acompañar a los artistas a la ubicación de sus obras de arte no vendidas para que puedan retirarlas y salir del edificio.

      Arte vendido:
      i. Varios voluntarios para transportar el arte vendido al lugar de la "Fiesta de Artista/Comprador Después de AAN-X". Esta es una fiesta que se lleva a cabo 1 semana después de AAN-X donde el arte vendido se entrega al comprador y el comprador tiene la oportunidad de conocer al artista.
      ii. Varios voluntarios para organizar, gestionar y organizar la fiesta de artistas/compradores posteriores a AAN-X.

Mejores prácticas del comité de admisión y suspensión de arte:

1. Formulario de registro y exención: cree un formulario de registro y exención que cada artista debe completar y firmar para poder participar en AAN-X. Ver formulario de muestra adjunto. El formulario debe explicar:
   A. Qué arte no está permitido – ver más abajo
   B. Que los artistas no están obligados a vender su trabajo pero si quieren hacerlo, AAN-X cobrará una comisión del 7% para cubrir los gastos de transacción. Es normal que las galerías de arte se queden con el 60%, por lo que AAN-X es muy generoso.
   C. Explicar la fiesta entre el comprador y el artista (ver más abajo)
   D. BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA SE PERMITE A LOS ARTISTAS LLEVARSE ARTE DE AAN-X ANTES DE QUE TERMINE EL EVENTO
   E. Si el artista que entrega el arte no es la misma persona que lo recoge, se debe informar a AAN-X de esto cuando se entrega el arte. En caso contrario, cualquiera podría afirmar ser propietario del arte.

Anime a los artistas a completar este paso en línea antes de llegar para enviar su arte. Esto reduce el tiempo que necesitan hacer cola en el mostrador de entrega y le ayuda a tener una idea de la cantidad de arte que se enviará. Esto último le ayudará a planificar con qué precisión será necesario exhibir el arte en el espacio limitado de su pared.

Al menos la mitad de los artistas no se registrarán en línea, por lo que también deberá permitirles completar estos formularios en persona. Puede hacerlo proporcionando una versión en papel y/o puede poner a disposición varias estaciones de computadora en el sitio donde cada artista pueda escribir su información. Esto último tiene más sentido porque de una forma u otra esta información debe ingresarse en una base de datos. El Comité de Procesamiento de Arte utilizará esta base de datos para imprimir rápidamente etiquetas con información como el título de la obra de arte, el nombre del artista, el precio y el número de identificación AAN-X.

La base de datos también es necesaria porque:
- Muestra el precio de cada obra de arte que se necesita para facilitar la venta.
- Enumera la información de contacto del artista que se necesita si se vende la pieza. Se llamará al artista para informarle de que no es necesario que regrese para recuperar su arte.
- Se utiliza después del evento para medir la participación, que es un objetivo de AAN-X.

2. Se prohíbe el arte con temática fascista, racista, homofóbica, xenófoba o misógina. Art All Night se enorgullece de no tener jurado ni censura, pero debe quedar claro que esta apertura no incluye aceptar arte que contenga temas fascistas, racistas, homofóbicos, xenófobos o misóginos. Esta política debe incluirse en el sitio web de AAN-X y en los formularios de renuncia y registro de artista.

3. Cree un plan detallado sobre cómo los artistas entregarán su arte. Las consideraciones incluyen:

   A. ¿Dónde se alinearán los artistas preinscritos para enviar su arte? ¿Cómo se registrarán

   B. ¿Dónde deben hacer cola para registrarse los artistas que no se han preinscrito? ¿Cómo se registrarán? Por ejemplo, ¿tendrá portapapeles, formularios de inscripción y exención y bolígrafos para que los completen O tendrá estaciones de computadora donde los artistas puedan completar toda esta información en línea mientras esperan en la fila?

   C. ¿Cómo verificarán la identidad de cada artista para poder verificar que la persona que recupera el arte es la misma persona que lo dejó?

D. ¿Cómo y dónde se imprimirán las etiquetas de los artistas preinscritos y registrados el día del evento? ¿Cuántos voluntarios se necesitan para colgar todo el arte que se envía? Se recomienda que no se permita a los artistas elegir dónde colgar su arte. Se recomienda que el artista no camine con el voluntario que va a colgar el arte. La única excepción a esto es el arte que es muy complejo de configurar. Para estas situaciones está bien que el artista acompañe al voluntario al destino donde se instalará el arte.

E. ¿Qué señalización se necesita en el sitio para dirigir a los artistas? ¿Cuántos voluntarios se necesitan para explicar dónde y qué hacer?

4. ¿Cómo y dónde exhibirá arte con temática para adultos?
   Una opción es construir un área amurallada donde solo se permita la entrada a clientes mayores de cierta edad. Sin embargo, ¿cómo sabrán los voluntarios del Comité de Admisión y Colgado de Arte qué piezas deben colgarse en esta sala especial? Se recomienda crear una política escrita y aplicarla de manera consistente. No querrá emitir un juicio sobre un artista y no seguir la misma política para otro artista. ¡Prepárese para defender sus decisiones!

   Se recomienda que el Capitán del Comité de Admisión y Colgado de Arte tome estas decisiones solo cuando se entregue el arte. No querrá sobrecargar a los voluntarios con estas decisiones difíciles y significativas cuando necesitan concentrarse en colgar cientos de obras de arte en un corto período de tiempo. E incluso si los voluntarios tuvieran tiempo, es poco probable que tomaran esas decisiones de manera consistente.

5. ¿Qué es el “arte con temática para adultos”?
   Es difícil dar orientación sobre esto porque cada país será diferente. La definición de lo que es “temática para adultos” debe ser determinada por la junta directiva de su ONG y debe basarse en la cultura de su país.

   Mi sugerencia es ser lo más permisivo y abierto posible. Art All Night se esfuerza por empoderar a las personas brindándoles una plataforma para la autoexpresión. Por eso tiene el lema “Sin juez. Sin jurado. Sin censura”. También es uno de los puntos de venta para artistas aficionados que normalmente no tendrían la oportunidad de mostrar su trabajo en una galería de arte. Invitar a estos artistas y luego rechazarlos no sería una buena óptica para AAN-X o su ONG. Sin embargo, AAN-X también pretende ser un evento familiar.

   En mi opinión, un retrato desnudo no tiene un tema adulto ni es controvertido. Eso sólo ocurre cuando es abiertamente gráfico. El problema, por supuesto, es que cada uno tiene una tolerancia y una definición diferente de lo que significa "demasiado gráfico".

6. Planifique cómo arreglar el arte enviado que no está listo para colgarse o exhibirse.
   Aunque el sitio web de AAN-X indicará claramente que todo el arte debe poder “colgarse” en una pared si es arte 2D o presentarse con un pedestal si es 3D, este comité debe

prepararse para muchos artistas que no prestarán atención a esta instrucción. Una "mejor práctica" aquí es que algunos de los voluntarios sean propietarios o trabajen en tiendas de marcos de cuadros. Haga que estas personas traigan sus herramientas. Podrán solucionar muchos problemas de última hora que surgen al intentar colgar obras de arte.

7. Comprar arte
   A. ¿Cómo hacen los invitados para comprar una obra de arte? ¿Cómo sabrán los invitados si una pieza ya se ha vendido para no intentar comprarla también?

   B. ¿Se necesita señalización para dirigirlos a la "mesa de compra de arte"? ¿Se necesita señalización que explique cómo se realizan las compras de arte?

   C. ¿Aceptará efectivo, cheque o tarjeta de crédito?
      - Se recomienda que AAN-X acepte efectivo. Para administrar efectivo, consulte "Cómo administrar efectivo"
      - Se recomienda que AAN-X disponga de un mecanismo para transacciones con tarjeta de crédito.
      - Después del año 1, se recomienda disponer de un cajero automático portátil en el evento. Estos se pueden obtener por alrededor de $100 por día. Aunque algunos bancos pueden ofrecérselo gratis porque cobrarán una pequeña tarifa a quienes retiran efectivo.

   D. ¿Cómo explicarías la "Fiesta de Comprador y Artista" que se lleva a cabo una semana después de AAN-X? ¿Qué pasa si un Comprador no puede asistir a esa fiesta? ¿Cómo le entregará su compra?

   E. ¿Cómo y cuándo se les paga a los artistas?

   F. ¿Cobrarán a los artistas una tarifa base para cubrir los costos de transacción de la compra?

   G. Si su país tiene un impuesto sobre las ventas de arte, ¿cómo recaudará y pagará este impuesto sobre el arte comprado?

   H. ¿Proporcionará una manera conveniente para que los compradores de arte donen a AAN-X/su ONG? Esta es una forma de generar ingresos adicionales para su ONG. Ofrezca a los compradores la opción de donar un 10 %, 20 % o 30 % adicional para ayudar a respaldar la misión de su ONG y mantener AAN-X gratuito.

   I. La misma pregunta para los artistas: ¿Proporcionarán una manera conveniente para que los artistas puedan donar parte de sus ganancias a AAN-X/su ONG? Esta es una forma de generar ingresos adicionales para su ONG. Brinde la opción a los artistas de donar el 10 %, 20 % o 30 % de su venta para ayudar a apoyar la misión de su ONG y mantener AAN-X gratuito.

8. Cree un plan detallado sobre cómo los artistas recuperarán su arte. Las consideraciones incluyen:
   A. ¿Cómo se notifica a los artistas cuyo arte se ha vendido? Querrá avisarles antes de que regresen a recoger su arte. De lo contrario, habrán hecho un viaje en balde.

   B. ¿Dónde y cuándo harán fila los artistas para recuperar su arte?

   C. Cuántos voluntarios se necesitan para registrarse y verificar que la persona que recupera el arte es el propietario del arte o su designado. ¿Cuántos voluntarios se necesitan para acompañar a cada artista a recuperar su arte?

   D. ¿Cuáles son las reglas para que alguien que no sea el artista recupere una obra de arte?

   E. ¿Qué pasa con el arte que no se recupera? ¿Cuánto tiempo pasará hasta que el arte pase a ser propiedad de su ONG?

9. Fiesta de compradores y artistas
   Esto es opcional, pero en AAN Trenton organizamos una fiesta una semana después del evento de AAN en la que los compradores recogían su compra y los artistas recogían su cheque.[12] Este evento brinda una oportunidad para que el comprador le haga preguntas al artista como "¿cuál es el significado detrás de esta pieza?", "cómo la hizo" y "¿puede hacerme otra pieza?".

   La fiesta es una forma más de construir comunidad. En lugar de una transacción comercial anónima, permite que se formen relaciones que son la base de una comunidad fuerte. Tenga en cuenta que esta opción requiere más trabajo y planificación. También debe decidir si los compradores pueden optar por no participar en la fiesta y optar por abandonar la AAN con su compra como lo harían en cualquier tienda o galería. Finalmente, si planea organizar una fiesta de agradecimiento a los voluntarios, esta es una excelente manera de matar dos pájaros de un tiro.

[12] Para ser claros, los pagos a los artistas deben ser cheques emitidos por su ONG y basados en el pago del comprador, menos las tarifas de inscripción y cualquier donación que el artista decida hacer.

COMITÉ DE MÚSICA

Función del Comité de Música: Traer música en vivo a AAN-X que atraiga a todos los grupos demográficos y hacerlo durante las 24 horas completas.

Responsabilidades del Comité de Música:

1. Reclutar actos musicales para actuar en AAN-X.
2. Desarrollar el calendario de actuaciones musicales.
3. Obtener equipo de escenario y sonido donado/prestado
4. Configurar y gestionar el equipo de sonido durante el evento.
5. Presentar cada acto musical y agradecerles después de su actuación.

Capitán del Comité de Música

Tenga mucho cuidado con quién elige para este rol. Créame, mucha gente querrá inscribirse para este puesto. ¿Qué características busca?

1. Alguien que realmente comprenda el propósito social del evento. En mi experiencia, la mayoría de las personas DICEN que entienden la misión durante una entrevista. Sin embargo, luego contratan actos musicales que representan la música que les gusta personalmente. Tenga cuidado.

2. Lo mejor es alguien que trabaje en la industria de la música. Alguien que ya tenga conexiones con una amplia variedad de actos musicales. Alguien que pueda pedir favores para equipos de escenario y sonido. Quizás, el director de un famoso local de música o el director de una emisora de radio. Tal vez quiera 2 capitanes, cada uno de los cuales tenga conexiones con diferentes tipos de actos.

3. Alguien que sea digno de confianza. Lo último que desea es alguien que hable de grandes cosas durante una entrevista, pero no lo cumpla. Si AAN-X anuncia que se presentará un determinado acto musical y luego ese acto no se presenta por algún motivo, su reputación se verá muy afectada.

4. Capacidad para gestionar voluntarios

Miembros del comité de música

Otros tipos de personas a las que quizás quiera pedir que se ofrezcan como voluntarios en el Comité de Música son aquellos que:

1. Sepan cómo configurar y administrar placas de sonido, parlantes e iluminación del escenario.

2. Pueda prestar o pedir prestado equipos de audio y escenarios grandes.

3. Se sientan cómodos hablando ante el público para agradecer a la última banda y darle la bienvenida al escenario a la siguiente.

¿Cuándo se necesitan miembros del Comité de Música? ¿Qué se les pedirá que hagan?

El Comité de Música no requiere reuniones mensuales. Si bien una reunión con todos los miembros del Comité puede ser útil, la mayor parte del trabajo se puede realizar de forma independiente en coordinación con el Capitán del Comité de Música. El objetivo principal de la reunión única y opcional sería reforzar los propósitos de AAN-X y cómo se puede utilizar la elección de actos musicales para hacer que una variedad de invitados se sientan bienvenidos. La reunión también se puede aprovechar para intercambiar ideas sobre dónde y cómo conseguir que se presten o donen equipos. Finalmente, el comité puede considerar la posibilidad de pagar un pequeño estipendio por un acto musical como se describe en la "mejor práctica" número 3, a continuación.

Mejores prácticas del Comité de Música

1. Variedad musical: Es CRÍTICO para el éxito de AAN-X ofrecer música que atraiga a aquellos invitados que probablemente estarán en AAN-X en momentos específicos. Por ejemplo, en Trenton nos aseguramos de que había actos musicales:
   - que quisieran personas de 60 a 70 años de 19 a 21 horas
   - que quieran personas de 45 a 60 años de 21 a 23 horas
   - que quieran personas de 35 a 45 años de 23:00 a 01:00
   - que les gustaría a personas de 20 a 35 años de 1:00 a 6:00 horas
   - que reflejan soledad y contemplación de 6 am a 9 am
   - que las familias jóvenes agradecerían desde las 9 am hasta el mediodía

   ¿Por qué es tan importante la diversidad musical? Porque uno de los propósitos centrales de AAN-X es ser un destino para todo tipo de personas. Si queremos que todo tipo de personas se sientan bienvenidas y asistan, entonces debemos tocar música que se dirija a todos los públicos

2. Dos escenarios: si es posible, intente realizar actos musicales en 2 escenarios durante las 24 horas completas. Si no es posible tener dos escenarios durante todo el tiempo, intente con dos actos durante las horas pico de 9 p. m. a 2 a. m. Cada escenario debe instalarse en extremos opuestos del espacio del evento. Es una buena idea tener un escenario principal y un escenario menor. Estos son los beneficios de 2 etapas:

   A. Más actos musicales permiten a AAN-X ampliar su atractivo a más tipos de invitados.

   B. La aparición de 2 escenarios aumenta el espectáculo de AAN-X y distingue el evento de los festivales estándar.

   C. Los actos musicales tienen cada uno sus propios seguidores. Cada acto promoverá su aparición en AAN-X, aumentando así la participación en el evento. Esto es especialmente útil durante el primer año de AAN-X. Piénselo, los seguidores de 24 actos musicales equivalen a muchos invitados... pero los fans de 48 actos musicales podrían agregar de 500 a 1,000 invitados adicionales dependiendo de la popularidad de cada banda.

D. Una segunda etapa brinda una oportunidad de patrocinio adicional.

3. Pagar actos musicales: Esta es una decisión importante que el Comité de Música debería discutir seriamente. Hay pros y contras de pagar actos musicales.

   PROS
   - Será más fácil reclutar artistas de mayor calidad y más conocidos.
   - Los actos de mayor calidad y conocidos atraen más seguidores.
   - Se podría argumentar que pagar a los artistas es importante. Así se ganan la vida.

   CONTRAS
   - Si AAN-X paga por esto, será necesario recortar algo más del presupuesto.
   - Si decide pagar sólo por uno o dos actos, ¿enojarás a los artistas que no pagas?
   - ¿Qué pasa con todos los demás voluntarios que dieron su tiempo libre para producir AAN-X? ¿Estarán enojados por no recibir compensación?

COMITÉ DE ACTIVIDADES INFANTILES

Función del Comité de Actividades Infantiles: Proporcionar actividades artísticas significativas, participativas y únicas para familias con niños pequeños los domingos de 9 am a 2 pm.

Responsabilidades del Comité de Actividades Infantiles:

1. Desarrollar y organizar actividades artísticas en AAN-X que alienten a los niños a participar. Las buenas actividades son aquellas en las que se instruye o se ayuda al niño a crear algo por sí mismo. Una actividad menos deseable es cuando un adulto le pinta la cara al niño. Art All Night se trata de participación... ¡incluso para los niños!

2. Además, trate de ofrecer actividades artísticas que sean memorables y que es poco probable que se ofrezcan en la escuela. Construirá seguidores leales cuando los niños y sus padres le cuenten a otras familias su experiencia única en AAN-X.

3. Las actividades pueden estar orientadas a la mesa, pero no es necesario que lo sean. A veces los niños se entretienen más cuando no están sentados durante un largo período de tiempo. Tal vez se les pida a los niños y a los padres que recorran el arte expuesto para encontrar ejemplos de arte con animales o ejemplos de arte con un color determinado. Para los niños mayores, la misma idea pero buscando diferentes géneros de arte. Por ejemplo, “Vea si puede encontrar 3 ejemplos de los siguientes géneros artísticos: impresionismo, realismo, expresionismo y abstracto. Aquí tienes una imagen de cada estilo para que sepas lo que estás buscando”. ¿Qué otras ideas se le ocurren que no requieran que los niños se sienten en una mesa pero que aun así permitan una actividad organizada, educativa y divertida?

4. Día de creación de arte: ver más abajo

Capitán del Comité de Actividades Infantiles

Buenas características que debe tener el Capitán del Comité Infantil:

1. Experiencia en la enseñanza de arte a niños (de 5 a 12 años)

2. Capacidad para desarrollar, dotar de personal y coordinar 7 horas de actividades artísticas infantiles participativas, memorables y únicas.

3. Posibilidad de donar todas las necesidades materiales a AAN-X

4. Capacidad para reclutar miembros calificados del Comité de Actividades para Niños

5. Capacidad para gestionar voluntarios

Miembros del comité de actividades para niños

1. Tener experiencia enseñando arte a niños de diferentes orígenes socioeconómicos. Algunos tendrán padres con ellos en AAN-X, otros no. Algunos tendrán padres que

querrán participar en la actividad con sus hijos, otros no. Algunos niños tendrán experiencia artística, otros no. Algunos serán atentos y se portarán bien, otros no.

2. Tener experiencia en establecer una relación rápida con nuevos estudiantes. Hacer que los estudiantes se entusiasmen rápidamente. Debe ser una persona dinámica.

¿Cuándo se necesitan miembros del Comité de Actividades para Niños? ¿Qué se les pedirá que hagan?

1. Si AAN-X tarda aproximadamente 6 meses en producirse, se recomienda que el Comité de actividades para niños se reúna 4 meses antes del evento. Cada reunión podrá durar 2 horas.

2. Es probable que a cada miembro se le solicite que complete tareas entre reuniones. Por ejemplo, si un miembro propone impartir una clase de fabricación de títeres en AAN-X, su tarea antes de la próxima reunión sería enviar al Capitán de actividades infantiles un plan de lección por escrito y encontrar un donante que esté dispuesto a proporcionar títeres. haciendo suministros gratis.

3. Se pedirá a los miembros que enseñen, co-enseñen o apoyen las actividades para niños que se ofrecen en AAN-X.

4. Se pedirá a los miembros que ayuden a preparar el día antes de AAN-X y que ayuden con el montaje después del evento.

5. Se pedirá a los miembros que ayuden a producir el Día de la Creación de Arte, organizando, enseñando, apoyando a otros maestros o desarmando en esta fecha.

Día de creación de arte

1. Antecedentes del Día de la Creación de Arte
   A. ¿Qué es el Día de la Creación de Arte? A algunos niños les gustaría participar en AAN-X, pero es posible que sus escuelas no ofrezcan clases de arte. Del mismo modo, es posible que algunos adultos quieran enviar una obra de arte a AAN-X, pero no tienen los materiales, la instrucción o la motivación para crear algo por su cuenta. el Día de la Creación de Arte ofrece todas estas cosas de forma gratuita para que cualquiera que quiera pueda participar.

   B. ¿Para quién es el Día de la Creación de Arte? – Cualquiera puede participar en el Día de la Creación de Arte el Día de la Creación de Arte y, de hecho, cuantas más personas mejor, pero existe ante todo para aumentar la participación entre los tipos de personas que tienen menos probabilidades de enviar su arte a AAN-X. Por ejemplo, los estudiantes de escuelas que no ofrecen clases de arte deberían ser el objetivo del Día de Creación de Arte. Otro ejemplo son los residentes económicamente desfavorecidos que no poseen materiales para la creación de arte. Durante todo el Día de la Creación de Arteel Día de la Creación de Arte, se debe hacer un esfuerzo

especial para alentar a los participantes a enviar el arte que acaban de crear a AAN-X y asistir al evento con sus amigos y familiares. Pídales su correo electrónico o número de teléfono para recordárselo una semana antes del evento. Esta es una responsabilidad (dar seguimiento a quienes participaron en el Día de la Creación de Arte) que debería asignarse a un miembro del Comité de Niños.

C. ¿Cuándo es el Día de la Creación de Arte? – Idealmente, se ofrecerá unas semanas antes de AAN-X.

D. ¿Cuántos días de creación artística debería tener AAN-X? – Puedes alojar tantos como quieras. Mientras más, mejor. Sería genial ofrecerlos en diferentes puntos de tu ciudad para llegar a más personas.

E. Oportunidades de marketing: el Día de la Creación de Arte debe considerarse como una gran oportunidad para promover también AAN-X. Puede promocionar AAN-X cuando esté promocionando el Día de la Creación de Arte. También puede promocionar AAN-X cuando sea el anfitrión del Día de la Creación de Arte.

2. Produciendo el Día de la Creación de Arte
   A. Considere asociarse con una escuela, biblioteca, organización comunitaria o iglesia para producir el Día de la Creación de Arte.

   B. Qué tipos de proyectos de arte deberían ofrecerse:
      i. Proyectos que se puedan terminar en una hora o menos.
      ii. Ofrezca varios tipos de proyectos que atraigan a diferentes niveles de habilidades, grupos de edad y personalidades. Tiene varias opciones para los niños.

   C. Costo: El Día de Creación de Arte debería ser completamente gratuito para los participantes. Esto significa que los voluntarios del Día de la Creación de Arte deberán obtener donaciones de herramientas y materiales de arte necesarios.

   D. Marketing: ¿Cómo se enterará la gente del Día de la Creación de Arte? Aquí es donde resulta realmente útil trabajar con un socio (como un centro comunitario). Pueden enviar correos electrónicos a sus patrocinadores. Pero no se detenga aquí. ¿Qué otras formas se le ocurren para aumentar la participación de los tipos de personas destacados en la Sección 1B anterior?

   E. Ubicación: Dos ideas:
      i. Centro de arte: puede realizar el Día de creación de arte en una escuela de arte o en un centro comunitario. La ventaja aquí es que está equipado con herramientas y materiales, y no pasa nada si se derrama pintura por el suelo

      ii. Plaza o plaza pública: Puede organizar el Día de Creación de Arte en medio de una plaza o plaza pública, con mesas de picnic con manteles de colores y

globos. La ventaja aquí es que pasará más gentea ver qué pasa en el medio de la plaza. Esto generará más participantes en el Día de la Creación de Arte. También es una gran actividad de Marketing de Guerrilla para promover la participación en AAN-X en general.

F. Otras necesidades: Traiga mesas y sillas que no importe que se ensucien. Lleve botes de basura, bolsas de basura y toallas de papel. Si tiene lugar afuera:
   - Establezca un lugar para que los participantes puedan limpiar.
   - Coloque grandes láminas de plástico para mantener el pavimento libre de pintura. O use pintura que se pueda limpiar. Lleve artículos de limpieza.

G. Cuénteles a los participantes sobre AAN-X: mientras los participantes crean arte, cuénteles sobre AAN-X. Bríndeles las instrucciones necesarias para enviar su arte y el formulario que deberán firmar para agilizar y facilitar su participación. Además, ofrézcase a almacenar el arte que hicieron en el Día de la Creación de Arte y ofrézcase a llevárselo a AAN-X. Si le permiten conservar su arte hasta AAN-X, es posible que desee obtener su número de teléfono y correo electrónico para recordárselo unos días antes de AAN-X. Incluso si no asisten a AAN-X, sería bueno mostrarles una foto de su arte colgado en la pared siendo admirado por el público.

H. Limpieza: Cualquiera que sea la instalación o ubicación que elija, obviamente límpiela en las condiciones en que se le entregó. Esto le ayudará a obtener permiso para utilizar el mismo lugar el próximo año.

I. Cobertura de los medios: Utilice los medios para lograr que la gente asista al Día de la Creación de Arte. Haga que los medios cubran el Día de la Creación de Arte como una forma de promover AAN-X.

COMITÉ DE PROYECTOS ESPECIALES

¿Qué son los Proyectos Especiales? Los proyectos especiales son demostraciones artísticas inusuales y muy memorables, como vertidos de hierro, soplado de vidrio a medianoche, pintura corporal completa de modelos, aplicación de pintura en aerosol a la parte inferior de patinetas, arte con fuego, festival de cine, fabricación de bicicletas inusuales en el lugar. hacer un auto artístico en el sitio. Los proyectos especiales son la tercera atracción principal de Art All Night: la primera es el arte en exhibición y la segunda la música.

Función del Comité de Proyectos Especiales: Producir demostraciones y actividades artísticas inusuales, muy memorables, que sean seguras y divertidas de ver e idealmente participar en ellas.

Responsabilidades del Comité de Proyectos Especiales:

1. Generar ideas de demostración de arte muy memorables para AAN-X que sean seguras e idealmente realistas y económicas.

2. Reclutar artistas y creadores altamente singulares y consumados que estarían interesados en demostrar su oficio en AAN-X sin costo alguno para AAN-X aparte del costo de los materiales.

3. Crear un presupuesto, determinar las necesidades de espacio, examinar las preocupaciones de seguridad, imaginar y prepararse para los peores escenarios y garantizar que el momento de la presentación no entre en conflicto con las necesidades de espacio de otros Comités AAN-X que utilizan los mismos espacios.

4. Investigar si la actividad está permitida bajo la Póliza de Seguro AAN-X

5. Determinar si el proyecto se puede completar sin dañar las instalaciones donde se lleva a cabo AAN-X. Tome precauciones para:
   - Asegurarse este resultado protegiendo las paredes, el piso y el techo de pintura u otras marcas.
   - Asegurarse de que el edificio esté suficientemente cableado para las cargas eléctricas que colocará en él.
   - Asegurarse de que las alarmas de humo estén actualizadas.
   - Anticipar en general cualquier otro daño que pueda ocurrir en Proyectos Especiales.

6. Presentar el proyecto al organizador del evento AAN-X y luego a la junta directiva de su ONG para obtener permiso para continuar.

7. Investigar y obtener autorizaciones y otros permisos de los funcionarios de seguridad y bomberos de la ciudad.

8. Comprar materiales para el Proyecto Especial en función de las necesidades del artista/intérprete.

9. Comprar materiales para que el espacio sea seguro para los artistas e invitados, como cercas temporales, extintores y arena.

10. Desarrollar un plan de seguridad sobre qué hacer si hay un incendio u otro problema.

11. Limpiar el espacio y devolverlo a su estado original.

Capitán del Comité de Proyectos Especiales: El Capitán del Comité de Proyectos Especiales dirigirá el Comité de Proyectos Especiales para cumplir con las responsabilidades descritas anteriormente. Como puede ver, esta persona debe ser extremadamente creativa pero también confiable y razonable. Esta persona debe poder pensar en GRANDE, pero también tomar en serio la seguridad. Esta persona debe poder inspirar a otros (es decir, a los miembros del Comité) a pensar en grande, pero también debe poder evitar que avancen ideas poco realistas o inseguras sin herir sentimientos. Para ayudar a evitar que los miembros abandonen el comité cuando su idea no se utilice, consulte las hojas de trabajo “Cómo dirigir una reunión” y “Cómo gestionar voluntarios”.

Miembros del Comité de Proyectos Especiales: Los miembros del Comité de Proyectos Especiales deben incluir aquellos con gran imaginación y aquellos que disfrutan creando belleza a gran escala. Buenos candidatos para este comité son artistas que han creado arte público, incluidos paisajes, murales y esculturas, artistas que han realizado instalaciones en museos, diseñadores de iluminación, herreros, vidrieros, grafiteros, artistas de performance y artistas de circo.

Los miembros del comité también deben tener un historial de **finalización** de proyectos. A menudo, la personalidad de los artistas es aquella que se entusiasma con una idea pero no siempre la lleva a cabo, especialmente cuando se presenta un desafío inesperado. Los miembros del comité deben comprender que dependerá de ellos implementar todas las ideas.

¿Cuándo se necesitan miembros del Comité de Proyectos Especiales? Este comité debe reunirse varias veces en persona aproximadamente 6 meses antes del evento. Una vez nominadas las ideas y asignados los proyectos, las reuniones en persona como comité probablemente no sean necesarias si el Capitán del Comité de Proyectos Especiales está dispuesto a gestionar a cada miembro por separado.

Cuando se reúna el grupo en las primeras etapas, el Capitán del Comité explicará nuevamente el evento, explicará las restricciones y ayudará al comité a generar ideas para Proyectos Especiales. Por lo general, cada idea tendrá un "campeón": generalmente la persona que propuso la idea, la que está más entusiasmada con la idea y está dispuesta a impulsarla. El Campeón no trabaja solo, pero debe estar dispuesto a realizar un trabajo significativo para ejecutar la idea.

¿Qué se les pedirá que hagan a los miembros del Comité de Proyectos Especiales?

Después de que el organizador del evento AAN-X apruebe un proyecto especial nominado, el miembro del comité/campeón y el capitán del comité deben crear una lista de tareas, una lista de recursos necesarios y un cronograma para su finalización. La lista de tareas se puede dividir en tareas que el miembro del comité acepta realizar y en tareas que el Capitán acepta realizar. La lista de tareas debe ser exhaustiva, es decir, deben incluirse incluso las tareas más pequeñas. La idea es pensar en cada necesidad que se debe superar o abordar para ejecutar el proyecto.

Mejores Prácticas del Comité de Proyectos Especiales:

1. Los proyectos especiales no tienen por qué ser participativos, pero suelen ser más divertidos si lo son. Tenga en cuenta que cualquier cosa que implique fuego probablemente debería restringirse únicamente a profesionales.

2. Aproveche la noche Las manifestaciones que involucran fuego o luces son aún más dramáticas por la noche. Aquí es cuando la mayoría de la gente estará en AAN-X, por lo que es el momento perfecto. Sin embargo, esto no significa que todos los proyectos especiales deban realizarse de noche. Es decir, distribúyalas alrededor de las 24 horas para que todos los públicos puedan disfrutar de una demostración de arte inusual y memorable.

3. Asegúrese de que los proyectos especiales no sean demostraciones que probablemente se vean en un festival de arte típico. Hasta cierto punto deberían crear un espectáculo para que sean memorables. Piense en los Proyectos Especiales como la tercera gran atracción de Art All Night. El primero es el arte de la exhibición y el segundo la música.

A continuación, se muestran algunas fotografías de estas actividades. Haga una búsqueda en Google de imágenes de estos términos (vertidos de hierro, soplado de vidrio a medianoche, pintura corporal completa de modelos, aplicación de pintura en aerosol a la parte inferior de patinetas, arte con fuego, bicicletas altas, autos artísticos) para ver muchos más. Estas son ideas que hicimos en Art All Night Trenton, pero no sienta la necesidad de recrearlas... a menos que así lo desee. Hay miles de ideas geniales para hacer.

Vertido de hierro

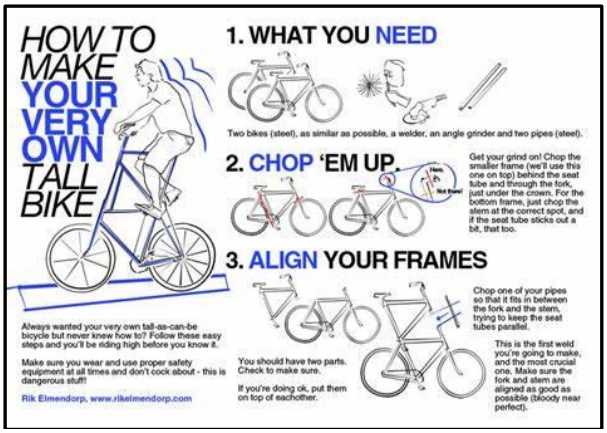








Bicicletas de arte





Coches de arte









Modelos pintados







Escultura de fuego







Soplado de vidrio a medianoche





COMITÉ DE CERVEZA, VINO, Y COMIDA

Función del Comité de Cerveza, Vino y Comida:
Proporcionar cerveza, vino y comida de alta calidad en AAN-X de una manera que los invitados al festival queden satisfechos y que generen ingresos para su ONG.

Responsabilidades del Comité de Cerveza, Vino y Alimentación:
1. Investigar los códigos de salud de la ciudad y los requisitos de permisos para vender estos artículos en un festival por parte de una ONG.

2. Crear un cronograma sobre cuándo se deben presentar los permisos.

3. Obtener cerveza y vino gratis o a precio reducido. Consiga vasos, hielo, una forma de mantener fría la cerveza, mesas, carpas y menús de alcohol.

4. Servir cerveza y vino a los invitados. Recoja dinero de los invitados que deseen beber. Asegúrese de que quienes beben tengan la edad adecuada. Supervise a los invitados que hayan bebido demasiado.

5. Contratar y gestionar un grupo diverso de vendedores de alimentos de alta calidad.

6. Crear un contrato sobre cómo se pagará a los proveedores. Recaudar ingresos.

7. Asegurarse de que los vendedores no tengan generadores ruidosos que arruinen el ambiente de museo en AAN-X. Esto puede requerir trabajar con el Comité de Instalaciones para encontrar una solución.

Capitán de cerveza, vino y comida:
Este Capitán será responsable de todo lo mencionado anteriormente. El Comité trabaja muy poco sobre este tema.

Idealmente, este capitán será alguien que trabaje en la industria de servicios alimentarios. Idealmente, el Capitán sería el dueño de una licorería, el dueño de un viñedo, el gerente de una cervecería, alguien que trabaja en una distribuidora de cerveza o el dueño de un restaurante. Todas estas personas tienen las conexiones y relaciones que necesitará para recibir cerveza y vino donados o gratis.

Miembros del Comité de Cerveza, Vino y Comida:
Si puede hacer AAN-X de manera similar a AAN Trenton, entonces los miembros del Comité de Cerveza, Vino y Comida solo serán necesarios el día del evento. Serán ellos quienes sirvan la cerveza y el vino y recojan el dinero. Podría pedirles que le ayuden a mover y preparar los vasos, el hielo, las mesas, las tiendas de campaña y los menús de bebidas alcohólicas. Podría pedirles que desmonten estos elementos cuando termine el evento. En Trenton, solo servíamos alcohol de 7 p.m. a 2 a.m.

Mejores prácticas del Comité de Cerveza, Vino y Alimentos:

1. Comida –
   A. Diversidad de vendedores: Es bueno tener al menos 5 vendedores de comida que representen las cocinas de muchos países. Esto le da al evento un sentimiento más cosmopolita. Si puede encontrar vendedores que sirvan su comida de manera artística, eso es lo mejor. A algunos vendedores les gusta tallar frutas en diferentes animales, etc.

   B. Vendedor de café: Es una buena idea tener al menos un vendedor que venda café en el lugar a las 6 a. m. del domingo por la mañana. Probablemente tendrá que hacer un esfuerzo especial para contratar a un vendedor de café porque es posible que no entienda por qué la gente se reuniría a las 6 de la mañana el domingo por la mañana.

   C. Establecer una plaza de alimentos: Exigir que todos los vendedores de alimentos se ubiquen en la misma área. Si tienen generadores ruidosos, asegúrese de que estén ubicados lejos del arte y de la música, a menos que la música esté muy alta.

   D. Cómo ganar dinero con la comida: Hay 2 formas de ganar dinero con la comida:
      i. Pedir a cada proveedor que le dé un porcentaje de sus ventas totales. Por ejemplo, el 15%. La desventaja de esta opción es que el vendedor puede mentir y decirle que vendió menos de lo que realmente vendió. Sin embargo, si encuentra proveedores honestos, existe la posibilidad de obtener más ganancias que la Opción ii.
      ii. Cobrar a cada vendedor una tarifa predeterminada por el derecho a vender alimentos en AAN-X. La ventaja de esta opción es que sabe que no le engañarán. El riesgo de la Opción ii ocurre si asisten a AAN-X muchas más personas de las que esperaba. Más invitados equivalen a más ventas de comida, cuyo beneficio no obtendría.

   E. Horario de atención: Con la opción i, asegúrese de explicar a los proveedores que deben permanecer en el lugar durante un período de tiempo predeterminado incluso si las ventas de alimentos no son excelentes. Si la asistencia es mucho menor de lo que predijo, los vendedores de alimentos pueden verse tentados a irse a menos que usted negocie de antemano el horario de atención requerido. ¿Porque es esto importante? Imaginemos que espera que asistan 3000 personas el primer año de AAN-X. Lamentablemente, sólo se presentan 800 personas. Aún querrá que esas 800 personas se lo pasen bien. Para muchas personas, parte de pasar un buen rato en un gran evento es comer.

   F. Permisos de alimentos: Consulte con el gobierno de su ciudad para ver si se requiere algún permiso para operar una plaza de alimentos temporal. También verifique si los vendedores deben tener un permiso específico. Luego asegúrese de que cada proveedor tenga este permiso y esté actualizado.

G. Energía – ¡Los generadores portátiles hacen ruido! Si los vendedores deben suministrar sus propios generadores, asegúrese de colocar la plaza de comida temporal lo suficientemente lejos de la música y el arte para que no distraigan a los invitados.

2. Puestos de cerveza y vino: En AAN Trenton y AAN Pittsburgh, los puestos de cerveza y vino eran las principales fuentes de ingresos obtenidos. Esto se debe a que solicitamos una donación de $5 por cada taza de cerveza o vino Y porque todo el alcohol fue donado, por lo que no hubo costos.

   A. ¿Cómo se consigue que donen cerveza? Esto podría ser muy diferente en su país. Le pedimos a un dueño de restaurante y taberna que apoyaba las artes que nos presentara a su distribuidor de cerveza. Distribuidor de cerveza es el término que utilizamos en Estados Unidos para designar a la empresa que realiza grandes entregas semanales de cerveza a muchos restaurantes y tabernas. La mayoría de los distribuidores de cerveza tienen relaciones con los fabricantes de cerveza y saben qué empresas buscan oportunidades de promoción. La ventaja por la participación de un fabricante de cerveza es:
      i. Podrán promocionar una nueva línea de cerveza entre un grupo peculiar y moderno de creadores de tendencias y creadores de estilos. Es decir, los clientes potenciales tendrán la oportunidad de probar su producto.
      ii. Su logotipo está colocado en el sitio web de AAN-X, camisetas, etc.
      iii. Su marca se asociará con un evento moderno y llamativo.
      iv. Además, si esto se hace en su país, la empresa obtiene una deducción de impuestos por la donación a una ONG benéfica.

      En AAN Trenton, el distribuidor de cerveza suministraba unos 40 barriles de cerveza al año. También nos prestaron un remolque que mantenía la cerveza fría y tenía grifos para dispensar la cerveza. También proporcionaron vasos de plástico gratuitos.



B. ¿Cómo se consigue que donen vino? Esto puede ser muy diferente en su país, pero en EE. UU. nos resultó más fácil contactar directamente con los viñedos que con un distribuidor de vino. Venían a AAN Trenton y vendían copas de vino ellos mismos, pero nosotros nos quedábamos con las ganancias. Hicieron esto porque su objetivo no era obtener una pequeña ganancia. Más bien, querían captar nuevos clientes y vieron un gran evento artístico como una oportunidad para hacer crecer su base de clientes. Si los clientes querían comprar botellas de vino para llevárselas a casa, también podían. En ese caso el viñedo se quedaría con todas las ganancias.

C. ¿Por qué pedir donaciones de $5 por cada vaso de cerveza/vino en lugar de cobrar $5 directamente? Nuevamente, esto podría ser muy diferente en su país, pero en los EE. UU. habríamos necesitado solicitar una licencia de venta de licores para vender alcohol directamente. La ruta más fácil para nosotros fue “regalar” la cerveza y el vino y pedir (léase: “esperar”) una donación de $5 por taza. Como se mencionó anteriormente, si alguien toma un trago pero no dona, le dábamos ”la mirada asesina”, que es una mirada directa y cruel. Entonces evitábamos que esa persona tomara otra copa. Fue necesario hacer esto tal vez 3 veces en los 13 años que se produjo AAN Trenton.

D. Tenga efectivo a mano para dar el cambio: Sea cual sea el precio que decida cobrar, asegúrese de que los camareros voluntarios tengan suficiente dinero en efectivo para dar el cambio.

E. Reducir el desperdicio: Una idea es ofrecer un descuento de $1 en el precio de cada bebida a aquellos invitados que traigan su propio vaso. Esta es una forma de fomentar la reducción de residuos. Eso sí, se deberá especificar qué tamaño de vaso llevar. O puede llenar vasos del tamaño correcto y transferir el contenido a los vasos que traen los invitados.

OTRAS NECESIDADES QUE NO REQUIEREN COMITÉ

1. **Seguridad:** Los voluntarios del día del evento son los ojos y oídos de AAN-X. Necesitan observar e **INFORMAR** cuando los invitados intentan robar obras de arte, se emborrachan demasiado o comienzan a pelear con otros invitados. SIN EMBARGO, LOS VOLUNTARIOS NUNCA DEBEN INTENTAR INTERVENIR PARA DETENER ESTAS SITUACIONES. ESTE ES EL PAPEL DE LA POLICÍA O DE SEGURIDAD DE AAN-X SI ELIGE PAGAR PARA QUE UNA EMPRESA TRABAJE EN SEGURIDAD. Incluso si reclutara voluntarios de seguridad, mi recomendación es que aún haya policía en el evento durante las 24 horas. Si esto no es posible, al menos que la policía esté allí de 21 a 5 horas. Idealmente, la Ciudad renunciará a las tarifas que normalmente se requieren para tener presencia policial. Esta debería ser una de las muchas solicitudes que debe incluir en su lista de solicitudes cuando se acerque a la ciudad.

   Quiero ser honesto con ustedes sobre lo que sucedió en la AAN Trenton 2018. Trenton es una de las ciudades pequeñas más pobres y peligrosas de Estados Unidos. Durante 11 años, AAN Trenton nunca tuvo ningún problema. No hubo ni una sola pelea. Sin embargo, en 2018 hubo un tiroteo entre pandillas en medio del evento en el que estaban presentes 15.000 personas. Murieron 4 personas. No había presencia policial.

   Por este motivo, le imploro que tenga presencia policial. Puede que esto no sea necesario durante los primeros años en los que sea anfitrión de AAN-X, pero preferiría que su ONG estuviera segura y protegida.

   Si bien quiere que la policía esté presente, no quieres que arruinen el ambiente. Están ahí si las cosas se ponen peligrosas, pero no deberían impedir que la gente se divierta. Sé que esta es una línea muy fina para solicitar, pero vea si puede llegar a algún acuerdo con la Ciudad cuando solicite la presencia policial. Por ejemplo, tal vez no necesiten pasearse por allí con armas automáticas

   Como mencioné anteriormente, además de la presencia policial que está allí para gestionar la violencia extrema, es posible que desee tener algunos voluntarios dedicados a cuestiones de seguridad. Es poco probable que alguien intente robar el arte expuesto. Si esto sucediera, los voluntarios podrían comunicarse primero con el Jefe de Voluntarios de Seguridad, quien luego se comunicaría con la policía. Los voluntarios de seguridad también serían útiles para observar a la multitud para ver si alguien está demasiado ebrio.

2. **Residuos e Higiene:**
   Si bien la necesidad de un comité para este tema puede no parecer necesaria al principio, después de unos años, cuando el evento haya crecido a 10,000 personas, verá que estos temas necesitan una planificación cuidadosa y que también hay muchas responsabilidades diarias.

   Desperdicios:

   A. Vaciar los botes de basura: Pedirles a los voluntarios que vacíen los botes de basura es una forma segura de lograr que los voluntarios se vayan y nunca más vuelvan a ser voluntarios. Es mejor contratar a alguien cuya única responsabilidad sea vaciar los botes de basura durante todo el evento. Esto significa sacar la bolsa de basura llena del bote, atarlo, poner una bolsa de basura nueva y llevar la bolsa llena a un área de almacenamiento de basura predeterminada.

   B. Encuentre un lugar para almacenar basura: Deberá identificar un contenedor de basura en el que pueda colocar bolsas de basura o encontrar un área alejada de los invitados donde pueda almacenar temporalmente bolsas de basura llenas.

   C. Haga arreglos para que alguien recoja la basura el lunes por la mañana después de que finalice AAN-X. Esto es especialmente pertinente si las instalaciones donde se lleva a cabo AAN-X se le ofrecieron sin costo alguno. Es simplemente de buena educación devolver la instalación en las condiciones en que la encontró.

   D. Número de botes de basura: Asegúrese de tener suficientes botes de basura repartidos por todo el espacio del evento. Cuando crea que tiene suficiente, duplique esa cifra. Esta solicitud de préstamo de botes de basura debe estar en su lista de solicitudes para la Ciudad.

   Higiene:
   Higiene es otra forma de decir baños. Esto se discutió en el capítulo del Comité de Instalaciones, pero vale la pena retomarlo para decir: los voluntarios no deberían limpiar los baños. PERO DEFINITIVAMENTE LOS BAÑOS DEBEN ESTAR LIMPIOS. Si desea que la gente regrese, especialmente las mujeres, necesita baños al menos moderadamente limpios. También necesita suficientes baños para la cantidad de personas en el evento. Haga de esto una prioridad.

   Si bien no desea que haya voluntarios limpiando los baños, está bien tener una voluntaria en la puerta del baño de damas y un voluntario masculino en la puerta del baño de hombres. Su función sería limitar el número de invitados que van al baño al mismo tiempo. También vigilarían por si surge algún problema, como un inodoro atascado o si no hay más papel higiénico. Si hay un inodoro obstruido, el voluntario alertaría al capitán de turno, quien alertaría al organizador del evento, quien llamaría al plomero de 24 horas.

   Los monitores de baño masculinos y femeninos serán 2 voluntarios de cada turno de 3 horas. En realidad, podría haber seis voluntarios por cada turno de 3 horas dividiendo la

responsabilidad en tres turnos de 1 hora. Esto evitaría que los voluntarios vigilantes del baño estén en este desagradable puesto durante 3 horas.

3. **Seguros:** Este es un tema que probablemente será muy diferente en su país que en los EE. UU. Mi recomendación es comenzar a investigar esto desde el principio del proceso. Es una tarea que puede completar temprano y luego terminar. También es algo que tiene un costo fijo, lo que significa que ninguna compañía de seguros se lo donará. Una vez pagado, tendrá una mejor idea del efectivo restante después de pagar este gasto.

   Asegúrese de obtener una póliza que proteja al personal, la junta directiva y los voluntarios de su ONG. AAN-Trenton compró una póliza que indemnizaba a Artworks Trenton por cualquier lesión o agravio a todo el personal, miembros de la junta directiva y voluntarios. Hasta 1 millón de dólares en daños y perjuicios otorgados ante el tribunal por cualquier demanda presentada por un artista, participante, patrocinador o invitado. Creo que esa póliza cuesta alrededor de $900.

   Recuerdo que la política permitía "regalar" cerveza y vino en lugar de venderlos. Solucionamos esto solicitando una donación de $5 por cada cerveza. Cuando alguien tomó una cerveza pero no donó, le dijimos el "ojo apestoso", también conocido como mirada desagradable y directa. La póliza de seguro también prohibía la música heavy metal y rap/hip hop, lo cual era conveniente para mí como organizador porque pensé que este tipo de música alejaría a muchos asistentes. Querrá que cada voluntario firme un formulario que indemniza a su ONG.

4. **Patrocinadores:** Los patrocinios serán una de las principales fuentes de ingresos de AAN-X, especialmente en los próximos años... entonces, ¿por qué no empezar ahora y ganar más dinero?

   A. Encontrar patrocinadores: Primero, comience leyendo la hoja de trabajo "Cómo solicitar donaciones".
      i. Reclutar patrocinadores en el primer año de AAN-X será difícil porque el evento no se ha realizado nunca en su país. Por lo tanto, no podrá decirle a una empresa cuántos nuevos clientes potenciales pasarán junto a su producto o verán su logotipo en el evento. En muchos sentidos, está pidiendo a los patrocinadores potenciales que confíen en la reputación de su ONG y en los precedentes establecidos por AAN Pittsburgh y AAN Trenton para un rápido crecimiento anual. El segundo año de AAN será mucho más fácil. Tendrá fotografías, estadísticas de asistencia y artículos de prensa para presentar cuando se reúna con patrocinadores potenciales.

         Si bien no puede decirle a un patrocinador potencial cuántas personas asistirán a AAN-X en su primer año, puede decirle cuántos carteles imprimirá. Puede ofrecer colocar el logotipo del patrocinador principal en este letrero. Puede compartir su plan de marketing para demostrar por qué cree que asistirá un número X de

invitados. Y puede mostrarles su plan de recaudación de fondos como se describe en la hoja de trabajo “Cómo solicitar donaciones”.

Durante el primer año, es importante identificar al patrocinador principal lo antes posible. Esto se debe a que no puede diseñar, imprimir e instalar letreros en toda su ciudad hasta que se identifique al patrocinador principal. Otra razón para identificar tempranamente al patrocinador principal es que su participación otorga credibilidad a AAN-X. La gente se tomará el evento más en serio si una marca establecida lo apoya. Cuanto más legítimo parece el evento; más gente asistirá. Por este motivo, es posible que desee encontrar un patrocinador principal incluso si no le proporciona nada más que su nombre.

ii. Por lo tanto, todavía vale la pena el esfuerzo de buscar patrocinios en el primer año de AAN-X, pero:
   a. Comience preguntando a las organizaciones con las que tiene relaciones existentes.
   b. Considere pedir una contribución deliberadamente pequeña.
   c. Considere solicitar donaciones “en especie”. “En especie” significa que se donan bienes o servicios. Por ejemplo, la AAN requiere materiales de construcción para construir las paredes de la galería. Podría y debería buscar una donación en especie en una tienda de suministros de construcción. Esa tienda podría ser patrocinadora de AAN-X.

iii. En el segundo año de AAN-X, yo comenzaría identificando empresas con un historial de donación o patrocinio de eventos, actividades y programas artísticos.

iv. Luego identificaría todas las empresas que venden sus productos y servicios a los tipos de personas que probablemente asistirán y participarán en AAN-X. Por ejemplo, en AAN Trenton, me acerqué a un concesionario de automóviles local que vendía MINI Coopers. En Estados Unidos, se sabe que los MINI Cooper son adquiridos por consumidores elegantes, extravagantes y artísticos: una gran parte de la audiencia de AAN Trenton. Fue un acierto total. Durante los siguientes 3 años, este concesionario de automóviles fue patrocinador de AAN Trenton. Cada año conducían 4 MINI Cooper al espacio principal de la galería AAN Trenton. Así, mientras los asistentes disfrutaban del arte, también podían sentarse y admirar los MINI Cooper. Este es sólo un ejemplo. ¿Qué empresas de su ciudad se le ocurre que quieran comercializar sus bienes y servicios entre residentes elegantes, extravagantes y artísticos? ¿Qué tal una empresa de pinturas como Prisa? Aunque sus pinturas no son para artistas, la mayoría de los consumidores no hacen esa distinción.

B. Niveles de patrocinio: Cuando solicite donaciones en efectivo, debe presentar una variedad de “niveles de donación” para una variedad de “presupuestos de donación”. Las cifras en dólares que se utilizan a continuación son solo ejemplos para ilustrar la

relación entre niveles. Por ejemplo, su patrocinador principal podría ser sólo $500 o $2000.

i. Patrocinador principal $1,000: mayor contribución con los siguientes beneficios:
    a. Logo en señalización en toda la ciudad
    b. Logotipo en el cartel más grande del evento (8m x 1,5m)
    c. Mención en el comunicado de prensa.
    d. Stand/mesa en evento con su producto en exhibición. Vea el ejemplo de MINI Cooper arriba.
    e. Actividad promocional interactiva en el evento. Piense en alguna forma creativa (o sea receptivo a la sugerencia de los patrocinadores) de cómo promocionar su producto entre los asistentes al evento. Vea el ejemplo del MINI Cooper
    f. Oportunidad de dirigirse al público desde el Escenario Musical durante 5 o 10 minutos.
    g. Logotipo en la parte posterior de la camiseta.
    h. Logotipo en la página de inicio de AAN-X y en la página del patrocinador del sitio web de AAN-X.

ii. Patrocinador Nivel Medio $500 – Aporte nivel medio con los siguientes beneficios:
    a. Señalización en el Área de Actividades Infantiles o en uno de los Escenarios Musicales.
    b. Stand/mesa en evento con su producto en exhibición. Vea el ejemplo de MINI Cooper arriba.
    c. Actividad promocional interactiva en el evento. Piense en alguna forma creativa (o sea receptivo a la sugerencia de los patrocinadores) de cómo promocionar su producto entre los asistentes al evento.
    d. Logotipo en la parte posterior de la camiseta.
    e. Logotipo en la página del patrocinador del sitio web de AAN-X.

iii. Patrocinador introductorio $50 a $100 – Contribución más baja con los siguientes beneficios
    a. Logotipo en la parte posterior de la camiseta.
    b. Logotipo en la página del patrocinador del sitio web de AAN-X.

5. **Tabla “Quiero comprar esa obra de arte”:** ¿Cómo lo hacen los mecenas que quieren comprar arte en exhibición? Como se describió en la sección Comité de Admisión y Exhibición de Arte, deberá crear una forma para que los compradores adquieran arte. ¿Eso es aceptando cheques? ¿Dinero en efectivo? ¿Tarjetas de crédito? Todas esas transacciones deben realizarse en una ubicación centralizada. Este sería el lugar para tener la máquina de tarjetas de crédito y el cajero automático. Una vez que alguien compra una obra de arte, las personas que gestionan la transacción le explican la fiesta de "Los compradores conocen a los artistas". Este también sería el lugar para vender camisetas de AAN-X.

6. **Cómo administrar el efectivo:** Deberá identificar voluntarios para recoger efectivo en varios puntos, a intervalos periódicos, y realizar depósitos en un lugar seguro. Querrá encontrar 2 o 3 voluntarios para cubrir diferentes turnos durante las 24 horas completas. Obviamente, estas personas deben ser absolutamente dignas de confianza. Los miembros de la junta directiva de su ONG serían buenos candidatos para este puesto. La idea es recolectar dinero en efectivo durante todo el evento para minimizar la tentación de los voluntarios o invitados de robar dinero. Los puntos de recogida típicos son:
   A. Puesto de cerveza: probablemente será el puesto con más dinero en efectivo.
   B. Puesto de vinos – También, mucho dinero en efectivo.
   C. Stand de camisetas
   D. Stand de compra de arte
   E. Stand de donaciones de la entrada principal

   De 9 p. m. a 3 a. m., recomendaría programar recogidas al menos una vez por hora. El puesto de cerveza puede requerir 2 veces por hora. Cada vez que se realice una recogida, dos personas deberán contar el dinero. Una de estas personas es la que da el dinero (por ejemplo, el voluntario que opera el puesto de cerveza) y la otra persona es la que recoge el dinero. Luego ambos deben firmar un formulario que incluye el monto transferido, la hora, el lugar y la fecha. Luego, la persona que recoge el efectivo debe depositarlo en una caja fuerte y registrar el depósito en una hoja de registro. La caja fuerte debe estar ubicada en las instalaciones, pero en un lugar seguro al que no se permita la entrada a los invitados de AAN-X, como una oficina en la esquina.

7. Auriculares de radio bidireccionales: Puede parecer un lujo tener radios con auriculares, pero AAN Trenton los adora. AAN Trenton comenzó a usarlos después de que yo dejé la organización, pero creo que alquilaron los auriculares de radio el primer año que los usaron. Estaban tan contentos con su actuación y con cómo hizo que el evento fuera mucho más fluido que terminaron comprando 15 juegos. ¿Quizás AAN-X debería alquilar el primer año y comprar el segundo también? De cualquier manera, querrá asegurarse de tener al menos 8 radios:
   - 1 para el Organizador del Evento
   - 1 para el director ejecutivo de su ONG o un miembro de la junta directiva de su ONG
   - 1 para el Capitán del Comité de Voluntarios
   - 1 para el Capitán de Turno actual y otro para el próximo Capitán de Turno
   - 1 para la persona que recogerá el dinero en las distintas estaciones
   - 2 voluntarios centrados en la seguridad situados fuera del evento, cerca de la carpa de cerveza y el escenario al aire libre. Estarían atentos a invitados muy ebrios
   - 1 para el Capitán del Comité de Instalaciones