

# El poder digital de la FIMC

*João C Silva, gerente de comunicación de la FIMC, Portugal*

**Cada vez más personas se vuelven “digitales”. En todas partes las redes sociales son las plataformas en línea más poderosas para conectar a las personas. Con todos los eventos pospuestos, volvimos la FIMC más digital con una nueva estrategia de redes sociales y con muchas nuevas ideas para implementar. Puedes esperar varias sorpresas en las próximas semanas y meses.**

Soy João C Silva y como el nuevo gerente de comunicación, es extremadamente importante para mí recibir feedback de la comunidad de la FIMC para entender cuál es el contenido más relevante y sobre qué tipos de temas deberíamos hablar para adquirir más seguidores y ser relevantes en las plataformas digitales.

*Que el mundo ha cambiado... no es nuevo pero, ¿cómo comprometerse con esta nueva forma de vida?*

Primero, escuchamos, luego salimos con algunas ideas nuevas. Ansioso por volver con los eventos, nuestro equipo está preparando diferentes acciones para mantener a nuestros miembros comprometidos con la FIMC. La FIMC quiere llegar a más personas y difundir su mensaje a los más jóvenes, y las plataformas de redes sociales son la mejor manera de hacerlo. La FIMC está presente en las redes sociales más relevantes: Instagram, Facebook, Twitter y YouTube.

En Facebook, tenemos páginas comerciales para la FIMC, el Boletín Coral Internacional, el Día Mundial del Canto Coral y la Expo Coral Mundial. Nuestro contenido se divide en estas cuatro categorías. Más allá de estas páginas, también tenemos un grupo de Facebook con más de 2800 personas, donde compartimos las últimas noticias sobre música coral, próximos eventos, hermosos conciertos, etc. Nuestra página de Facebook

tiene más de 276.000 seguidores y como ejemplo, en abril llegamos a más de 16.285 personas en todo el mundo con más de 1500 interacciones. Nuestra audiencia principal el mes pasado fue gente del Líbano, EE. UU., Finlandia, Egipto y Dinamarca, y el 21% tiene entre 25 y 34 años.

Pero como Facebook no es tan popular como solía ser, la FIMC está aumentando su comunidad también en otras redes sociales importantes como Instagram con 667 seguidores y Twitter con 557 seguidores. La edad de nuestra audiencia en Instagram y Twitter es similar a la de Facebook: el 34,8% tiene entre 25 y 34 años.

Además de las redes sociales, la FIMC tiene cuatro sitios web diferentes:

- <https://www.ifcm.net>
- <http://icb.ifcm.net>
- <http://worldchoralexpo.com>
- <http://worldchoralday.org>

Con la misma estrategia que las redes sociales, la FIMC dividió la presencia en Internet en estos diferentes sitios web que ayudan a nuestros usuarios a obtener fácilmente la información que buscan.

La FIMC está preparando sorpresas y mejoras para sus miembros y lectores, hay muchos proyectos nuevos por salir. Síguenos y te haré saber todo lo que estamos preparando... ¡estén atentos!



**João C Silva** es oriundo de Lisboa, pero se considera un ciudadano del mundo ya que ha visitado los 5 continentes interactuando con diferentes personas y culturas. Es licenciado en Comunicación Empresarial, también estudió en Madrid, y después

de la universidad trabajó en Split, Croacia en el Patronato de Turismo de Croacia como Social Media Manager. En 2015, João cofundó *digital connection*, una agencia de comunicación y marketing digital, premiada con premios de creatividad por su trabajo. Más allá de Portugal, tiene oficinas en Dubai y Filipinas. Además de socio director de *digital connection*, es gerente de comunicación en la FIMC y profesor de marketing digital en EPAD. Como profesional de la comunicación, fue galardonado dos veces como Director Creativo en 2019 en los Lusophone Creativity Awards, donde actualmente es jurado.

*Traducido del inglés por Vania Romero, Venezuela*