

GUÍA PRÁCTICA PARA EL USO DE **REDES SOCIALES** **EN EL GOBIERNO** **UNIDOS TODOS**

Rumbo a un Gobierno electrónico

Dirección de Sistemas y Tecnologías
Mtro. Silverio Gonzalo León Perdomo

Objetivo de la Guía

La siguiente guía está dirigida para todos los activistas de UNIDOS TODOS, con el objetivo de comprender la naturaleza de las redes sociales y su importancia dentro de la política, que les permita construir redes de activistas digitales, como también el uso de las redes más importantes en el ecosistema digital de manera eficiente y efectiva.

De esta manera se fomentara una presencia sistematizada y continua de las acciones o gestiones en el ambiente digital, favoreciendo al fortalecimiento de la imagen pública y al cambio de percepción de un gobierno seguro, honesto y capaz .

¿Qué son las Redes Sociales?

Tradicionalmente, una red social se ha definido como un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, preferencias políticas, etc. Las “redes sociales” como nosotros las conocemos, permitieron que esos conjuntos de personas se encontraran en un entorno virtual, convirtiéndose en **sitios web conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común.**

Y es que, en sus comienzos los sitios web solo permitían una comunicación unidireccional y muy poca interacción. Hoy **las redes sociales le dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman.** Estos sitios facilitan la comunicación entre las personas, el intercambio de información (como fotos, videos y más) y les permiten conocer gente nueva, ampliando aún más su red.

Al final, **la principal función de una red social es conectar personas dentro del mundo virtual,** sea para construir nuevas conexiones sociales o solo para mantener las existentes.

Es innegable el éxito alcanzado por las redes sociales que conocemos, como Facebook y Twitter. Difícilmente logramos imaginar nuestras interacciones sociales sin su presencia y eso muestra la fuerza de estas plataformas, que se toman el mundo como lo conocemos.

¿Por qué utilizar Redes Sociales?

Las redes sociales se han convertido en una de las herramientas y espacios de mayor importancia para el intercambio de ideas. Durante los últimos años la política ha sido uno de los terrenos que más cambios ha experimentado desde la aparición de las redes sociales, estas siguen transformando la manera de hacer política y la forma de conectar con las personas. Para los ciudadanos, las redes sociales son un herramienta de presión, un lugar donde unirse en torno a una causa y hacerla crecer.

Para los Activistas, Políticos y Gobiernos, es un nuevo canal de comunicación para escuchar, conversar e influir con la ciudadanía y poder compartir su visión acerca de la política y las decisiones que giran en torno a ella, “Los ciudadanos están en la Redes” y pueden convertirse en **“Activistas Digitales-Pro Gobierno”**.

Pero **¿Qué es el Activismo Digital?** Este es el que permite contactar, intercambiar información, participar en decisiones colectivas, influir sobre otros que se encuentran alejados, ser proactivos y no solo receptores, dar voz, educar y movilizar a la sociedad. Esto convierte a ciudadanos en potenciales activistas que participan defendiendo el ecosistema digital, permitiendo influir de manera colectiva en una percepción positiva del gobierno.

Derivado de lo anterior no se debe perder de vista que las Redes Sociales en la política no son el futuro, sino el presente; dejar de capacitarse, aprender y manejar estas herramientas sería no aprovechar un canal de comunicación que agiliza y transparenta el proceso de comunicación, pero, sobre todo, hay que concebir que a través de estas podemos construir movimientos de activismo digital en masas, a esto se le conoce como **Grassroot**.

¿Qué es el Grassroot y como crear un Ejército Digital?

Las acciones tradicionales de protesta y movimientos sociales también han tenido cabida en las redes sociales, ahora con mucho mayor capacidad de convocatoria y organización, algunos de los movimientos más importantes y exitosos han sido la primavera arabe en turquia, el 15M en españa, Occupy wall street en Estados Unidos, free Pussy Riot en Rusia, Movember en australia y por su puesto, yo soy132 en mexico, entre otros.

Pero estos movimientos no se viralizaron de manera espontánea, surgieron a través de la organización de un determinado grupo, que de manera sistematizada crearon las condiciones apropiadas para que los ciudadanos interesados en defender un proyecto tengan las herramientas para encontrarse, unirse, organizarse e influir en este.

Es por ello que para poder influir de manera colectiva tenemos que organizar una red de redes, es decir que aquellas personas que tenemos organizadas de forma física en una estructura, habrá que agruparla en un canal de comunicación, de preferencia WhatsApp o Telegram, donde podamos hacerles llegar la información valiosa de las distintas redes, esta información útil podrá ser proporcionada por un staff de comunicación o también aquella que encontremos en las distintas redes que haya sido generada por otros medios, para que a su vez ellos se la compartan a sus estructuras y así sucesivamente hasta permear toda la estructura de coordinadores y movilizados, debemos saber que para que se genere un impacto real en la red, a la información no solamente se le habrá de dar like, si no que se deberá interactuar con las publicaciones, es decir compartirlas, comentarlas de forma positiva y defenderlas, de esta manera estaremos aplicando las fases centrales del Grassroot que es: activar a los simpatizantes, desactivar a la oposición, reforzar nuestro discurso y convertir a los indecisos.

¿Qué es el Grassroot y como crear un Ejército Digital?

Movimientos Sociales en RRSS



Fases del Grassroot



¿Cuáles Redes Sociales deben utilizarse?

A nivel general las redes sociales más eficientes para influir de manera colectiva para activistas políticos, políticos o fuerzas políticas son:

- **WhatsApp:** este canal es la principal red social de uso en México, es la red matriz para distribuir contenido de todas las plataformas en general.
- **Twitter:** este canal es ideal para informar lo que sucede en la campaña o gestión pública en tiempo real. Es además un excelente medio de propagación de información de lo que se publica en otros canales como el sitio Web, Facebook, etc.
- **Facebook:** esta red social permite hacer un manejo más emocional y cercano. Las fotos y videos generalmente son muy efectivos en este canal.
- **YouTube:** sirve como repositorio de videos que genere las campañas o estrategias de comunicación política 2.0. Esta información se debe viralizar con las otras redes sociales como Twitter, Facebook, etc.
- **Instagram:** después de Facebook es la segunda red social del mundo que tiene más usuarios activos en un mes. Algunos estudios han comprobado que es más emocional que Facebook.
- **Otras redes sociales:** Google+, Flickr, LinkedIn, Pinterest y otras redes sociales también se pueden utilizar por parte de los políticos y personajes públicos.

En el caso particular del estado de Veracruz, en esta guía nos concentraremos únicamente en el uso de WhatsApp, Facebook y de Twitter considerando que son las redes con mayor penetración, tienen comunidades con mayor densidad y finalmente es mucho más fácil la viralización de contenidos audiovisuales.

Esto no limita la utilización de otras redes sociales, si se tiene conocimiento y si se adaptan a las necesidades, ya que cada red social tiene audiencias específicas.

WhatsApp

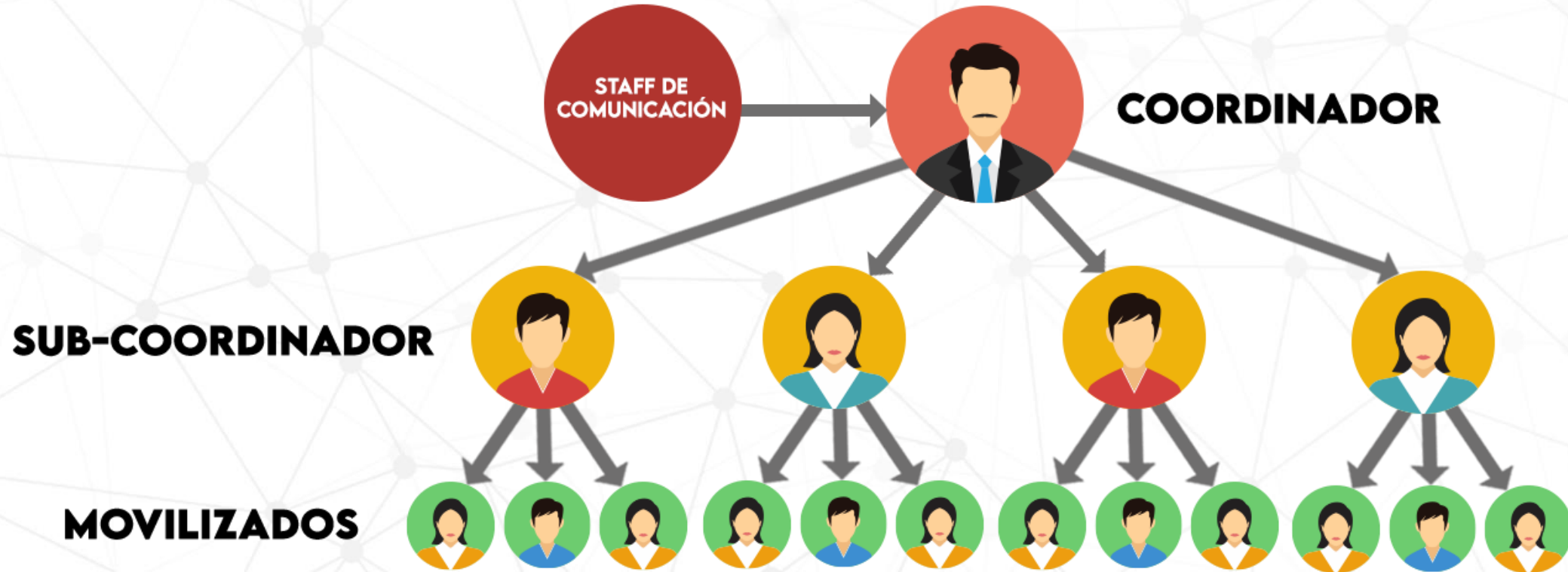


- Whatsapp es la red de mensajería instantánea más famosa en nuestro país, por lo que esta será nuestra red matriz para distribuir contenido de todas las plataformas a nuestras estructuras ciudadanas.
- Esta red nos permite enviar casi todo tipo de contenidos a nuestros contactos, por ejemplo, algunos nativos de esta red son: memes, gifts, stickers, videos, imágenes, infografías o documentos que no necesitan una adaptación específica, en el caso de los links que nos redireccionan a otras plataformas debemos conocer la forma correcta de compartirlos e interactuar con ellos.
- Por ejemplo, las publicaciones de facebook y twitter que deseemos compartir a través de whatsapp deben tener una estructura determinada para que invite a nuestros contactos a interactuar con ella.
- La forma incorrecta sería solo pegar el link de la publicación que queremos compartir.
- La forma correcta sería poner un pequeño texto que describa el contenido del link, esperar a que cargue el link para que nos muestre una vista previa, puedes utilizar un acortador de links para hacer más limpio el mensaje, incluir algunos elementos comunes de whatsapp como iconos que vayan de acuerdo al tema y agregar hashtags. Todo esto ayudará a que lo que estamos compartiendo sea atractivo para nuestros contactos y que de primera vista puedan saber de qué se trata.

WhatsApp



Flujo de la Información:



WhatsApp



Contenidos Nativos:



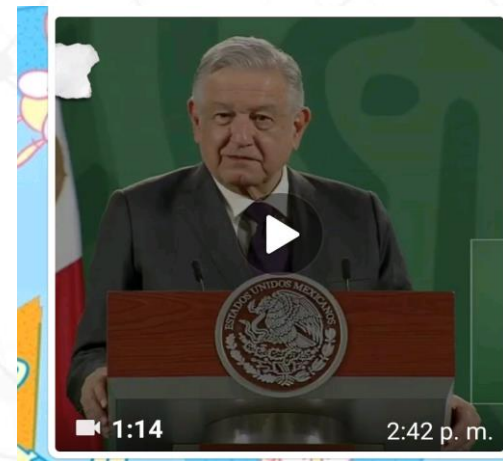
Memes



Infografías



Imagen para Estado



Videos

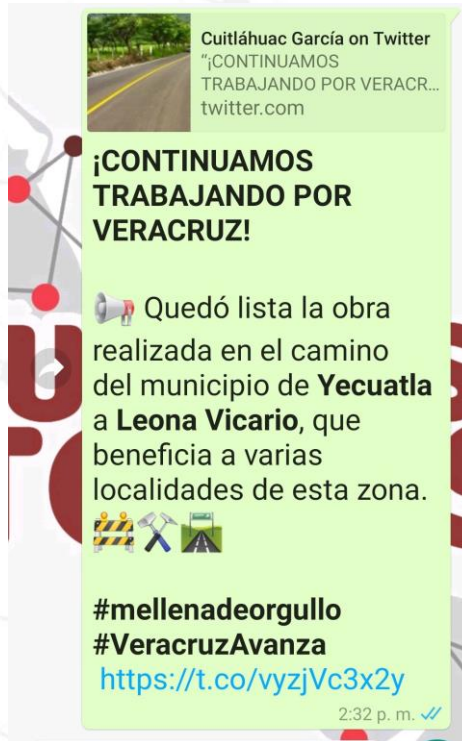


Captura de Pantalla Twitter/Facebook

WhatsApp



Adaptación de Contenidos:



Cuitláhuac García on Twitter
"¡CONTINUAMOS TRABAJANDO POR VERACRUZ..."
twitter.com

¡CONTINUAMOS TRABAJANDO POR VERACRUZ!

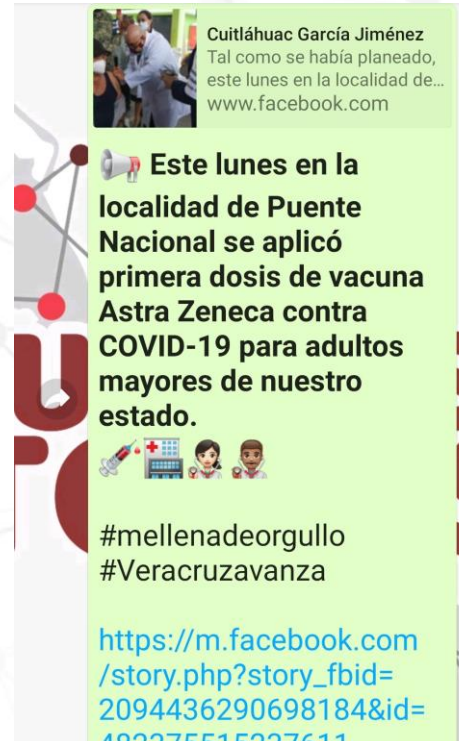
📢 Quedó lista la obra realizada en el camino del municipio de **Yecuatlá** a **Leona Vicario**, que beneficia a varias localidades de esta zona.

🚧🔧🛣️

#mellenadeorgullo
#VeracruzAvanza
<https://t.co/vyzjVc3x2y>

2:32 p. m. ✓

Adaptación Twitter



Cuitláhuac García Jiménez
Tal como se había planeado, este lunes en la localidad de...
www.facebook.com

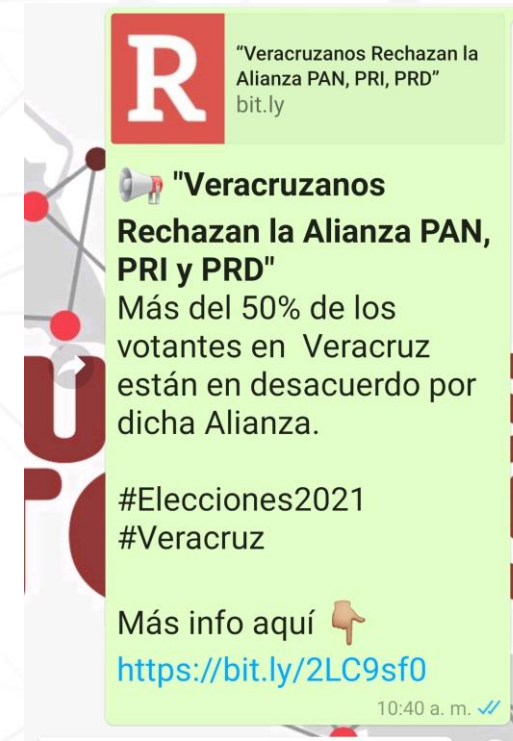
📢 **Este lunes en la localidad de Puente Nacional se aplicó primera dosis de vacuna Astra Zeneca contra COVID-19 para adultos mayores de nuestro estado.**

📄👩👨

#mellenadeorgullo
#Veracruzavanza

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2094436290698184&id=182275515227611

Adaptación Facebook



R "Veracruzanos Rechazan la Alianza PAN, PRI, PRD"
bit.ly

📢 **"Veracruzanos Rechazan la Alianza PAN, PRI y PRD"**
Más del 50% de los votantes en Veracruz están en desacuerdo por dicha Alianza.

#Elecciones2021
#Veracruz

Más info aquí 📍
<https://bit.ly/2LC9sf0>

10:40 a. m. ✓

Adaptación Post Web

WhatsApp



Estructura de la Adaptación de Contenidos:

Imagen Miniatura

(Se obtiene esperando a que cargue el link)

Iconos


(Que hagan mas atractivo el mensaje y llamativo)

Hashtags

(Aquellos que el Staff de comunicación defina)



**¡CONTINUAMOS
TRABAJANDO POR
VERACRUZ!**

 Quedó lista la obra realizada en el camino del municipio de **Yecuatla** a **Leona Vicario**, que beneficia a varias localidades de esta zona.



#mellenadeorgullo
#VeracruzAvanza
<https://t.co/vyzjVc3x2y>

2:32 p. m. ✓✓

Título

(Que sea llamativo e invite a abrir el enlace, para que sea en negritas solo encerrar en dos asteriscos E.J *TITULO*)

Fragmento breve

(Información relevante que despierte el interés por seguir leyendo)

Link

(De preferencia utilizar un acortador para tener un mensaje más limpio)

Facebook



- Facebook también es una red social conocida por la mayoría de nosotros, aquí se puede tener un perfil personal (uso personal) o una página de fan (uso profesional), aquí se pueden agregar amigos o fans para interactuar entre si intercambiando mensajes, noticias, fotos y videos, así como muchas otras cosas. Es la red social más utilizada en el mundo, que con el transcurso del tiempo ha evolucionado a una plataforma y medio de comunicación muy eficaz.
- Las publicaciones deben tener una estructura pensada y organizada para que sean atractivas para nuestros contactos, estas deben incluir un texto descriptivo que puede ser un poco más largo que el de whatsapp, también debe tener algunos iconos (sin exagerar), hashtags y la imagen, nota, gráfica, video o el contenido que deseemos compartir.
- Para efectos de nuestros objetivos, la mayoría de las veces estas publicaciones ya estarán hechas en las páginas de nuestros líderes de opinión (funcionarios, directivos, candidatos, etc) y nosotros tendremos la responsabilidad de compartirlos, pero para esto hay una forma correcta.
- En el supuesto de que uno de nuestros contactos o amigos compartieran una publicación que nació en la página de **Unidos Todos** nosotros no deberíamos de compartirla desde el perfil de nuestro amigo o amiga, ya que con esto la publicación original perdería alcance e interacciones, la forma correcta sería dar click en el post de nuestro contacto para que nos lleve a la publicación original y una vez ahí podremos reaccionar, hacer un comentario positivo y compartirla en nuestro muro.

Es importante recalcar que lo que compartimos en Facebook debe ser de una fuente confiable y favorable a nuestros objetivos.

Facebook



Estructura de la Adaptación de Contenidos:

Título
(Que sea llamativo e invite a abrir el enlace)

Hashtags
(Aquellos que el Staff de comunicación defina)

Link
(De preferencia utilizar un acortador para tener un mensaje más limpio)



Republik Consultoría y Marketing
18 de enero

¿QUE OPINAN LOS VERACRUZANOS DE LA ALIANZA PAN, PRI Y PRD?
Conoce la opinion del electorado Veracruzano sobre la alianza Económica /Política

#Elecciones2021 #Veracruz #Republik
Solo dandole click aquí
<https://bit.ly/35SYHvt>

VERACRUZ 2021
ELECCIONES INTERMEDIAS

¿Apruebas o desapruebas la alianza política/empresarial PAN, PRI y PRD?

Opinión	Porcentaje
Aprueba	28%
Desaprueba	54%
Ni Aprueba Ni Desaprueba	18%

Metodología:
Encuesta telefónica del 12 al 16 de enero del 2021
aplicada a 1200 personas mayores de 18 años.
Muestra representativa sobre el estado electorales de Veracruz, 95% de confianza y margen de error de +/- 3.5%

republik
"La Única Encuestadora que acertó en las Elecciones de Veracruz 2018"

Republik Consultoría y Marketing
Servicio comercial

Más información

Iconos
(Que hagan mas atractivo el mensaje y llamativo)

Fragmento breve
(Información relevante que despierte el interés por seguir leyendo)

Imagen, Video, Foto, Infografía, Post
(Si es un Post, se obtiene esperando a que cargue el link)

Twitter



- Twitter es una red social que consiste en la interacción por medio de mensajes breves (Tweets) entre usuarios que se clasifican en seguidores (followers) que son los que leen y seguidos (following) que son los que escriben, aunque generalmente los usuarios realizan ambas funciones.
- El poder de viralización de Twitter es enorme, ya que los usuarios suelen compartir aquellos contenidos que les resultan interesantes con sus seguidores, que a su vez, pueden compartirlos con los suyos si les resulta también atractivo o beneficioso en algún sentido. El alcance que puede lograr un mensaje en Twitter, si aporta valor, es brutal.
- La forma correcta de compartir es poner un título atractivo, un breve texto que acompañe el video, imagen, gif o nota, recuerda que en twitter solo puedes utilizar hasta 280 caracteres que describan el contenido del link, espera a que cargue el link para que nos muestre una vista previa, puedes utilizar un acortador de links para hacer más limpio el mensaje, incluir algunos elementos comunes como iconos que vayan de acuerdo al tema, Arrobar un Influencer, que puede ser un periodista, el candidato o el partido, entre otros y agregar el o los hashtags creados para viralizar ese tema. Todo esto ayudará a que lo que estamos compartiendo tenga mayor impacto para los usuarios de esta red.

Twitter

Estructura de la Adaptación de Contenidos:

Fragmento breve

(Información relevante que despierte el interés por seguir leyendo recuerda que solo tienes 280 caracteres)

Hashtags

(Aquellos que el Staff de comunicación defina)

Link

(De preferencia utilizar un acortador para tener un mensaje más limpio)



Republik @R3publik · 18 ene. ...

¿QUE OPINAN LOS VERACRUZANOS DE LA ALIANZA PAN,PRI Y PRD?

Conoce la opinion del electorado Veracruzano sobre la alianza Económica /Política @PRIVeracruz_ @PANVerMx @morena_veracruz #Elecciones2021 #Veracruz #Republik

Solo dandole click aquí r3publik.com.mx/columnas/verac...



Título

(Que sea llamativo e invite a abrir el enlace)

Arrobar @

(Arrobar un Influencer, que puede ser un periodista, el candidato o el partido, aumentara el alcance)

Iconos

(Que hagan mas atractivo el mensaje y llamativo)

Imagen, Video, Foto, Infografía, Post

(Si es un Post, se obtiene esperando a que cargue el link)

Recomendaciones Generales:

1. Revisa la veracidad de la fuente de la información que encuentras en la red antes de compartirla.
2. Da like, comparte y comenta todas las publicaciones de Facebook y Twitter.
3. No entres en conflicto, argumenta con elementos, no caigas en el juego de los Trolls.
4. Verifica que tu estructura este realizando el correcto uso de las redes.
5. Organiza a tu estructura para defender de forma masiva el espacio digital cuando sea necesario, recuerda que esta genera percepción.
6. Adapta los contenidos de acuerdo a cada red para efficientar su impacto.
7. Crea contenidos de acciones que tu seas testigo o algún conocido, los testimonios son más veraces.
8. Aplica las 4 etapas del grassroot, Activa, desactiva, refuerza y convierte en las redes sociales.

Municipio de Actopan, Veracruz.

Rumbo a un Gobierno electrónico
Dirección de Sistemas y Tecnologías
Mtro. Silverio Gonzalo León Perdomo