

Taller de redes sociales y campañas

Sergio Díaz Delgado (TW: @SergioAkiseDíaz / IG: AkiseKunKraken)

Pasos para realizar una campaña:

1. Delimitar un objetivo → ¿para qué estamos haciendo esta campaña?

Son las elecciones a junta de centro y queremos que los estudiantes: A) Se presenten a las elecciones, B) participen en las elecciones y C) colaboren aportando sus ideas y sugerencias.

2. Organizar el trabajo → ¿quién hace qué y cuándo lo hace?
 - a. Crear material visual (infografías, carteles...) en todas las redes.
 - i. ArtStudio
 - ii. Canva
 - iii. Gimp
 - iv. InkScape

Respecto a las elecciones de junta de centro, necesitamos incrementar el número de representantes, por lo que vamos a hacer una campaña para que se presenten a las elecciones nuevos estudiantes. Los carteles pueden estar dirigidos a A) explicar la estructura del órgano, B) explicar para qué sirve la junta de centro y cuáles son sus labores o C) a aclarar el calendario electoral.

A la hora de crear los carteles y antes de pensar en los contenidos de redes, hay que valorar qué redes se van a usar. Las más comunes son Instagram y Twitter, pero habría que valorar la opción de WhatsApp y Telegram, debido a que sería relativamente sencillo hacer que el mensaje llegue así a las clases.

Asimismo, también será necesario plantear un calendario provisional de campaña donde se establezca el inicio y el final de la misma y cada cuánto se van a publicar los contenidos. También sería útil distribuir el trabajo entre los miembros de la comisión de comunicación y contar con las actividades que se realicen de forma paralela por otros órganos de la delegación.

- b. Actividad constante mediante la programación de actividad.
 - i. TweetDeck
 - ii. HootSuit
 - iii. Buffer

Para que la infografía y cartelería sea eficaz, la distribuiremos tanto por el centro como por las redes sociales. Para no cesar en la actividad crearemos una bolsa de tuits y los iremos programando a lo largo de la campaña.

3. Conocer al público objetivo → ¿a quién estamos dirigiéndonos?
 - a. Twitter Analytics
 - b. Instagram Insights

Los encargados de realizar la bolsa de tuits tendrán que valorar y tener muy en cuenta el público al que se dirigen. Al ser estudiantes, es interesante conocer los horarios de clases y descansos, ya que es el momento más probable en el que van a mirar el móvil y las redes sociales. También es interesante contar con instituciones u órganos que puedan aportar más visibilidad como las redes del centro o alguna asociación que pueda ayudarnos.

4. Calidad frente a cantidad → ¿cómo lo vamos a contar?
 - a. Cuidar el mensaje, la ortografía y la gramática.
 - b. Evitar bulos y fake news.
 - c. Usar un lenguaje adecuado (no es lo mismo hablar a estudiantes que a profesores, por ejemplo).

El asunto de las elecciones es serio y exige responsabilidad a la hora de redactar los contenidos. A la hora de redactar los tuits hay que intentar reflejar el por qué es importante que los estudiantes estén representados en la junta del centro.