

# PLAN DE REDES SOCIALES

## INCIDEJOVEN

Parte de nuestros objetivos en esta red social es generar una comunidad de jóvenes que quieren acceder a información sobre Educación Sexual, feminismos y derechos humanos, ser un espacio seguro para conversar con los seguidores, responder preguntas e interactuar con la audiencia que desee obtener información más específica.

Características y criterios mínimos para la utilización de las redes oficiales de INCIDEJOVEN.

### FACEBOOK

La cuenta de facebook de INCIDEJOVEN es de las más antiguas y con mayor número de seguidores y likes, por lo tanto es de las que mayor alcance tiene el año pasado llegamos a más 180 mil personas y cuentas.

Actualmente, contamos con una página con **15.118** likes, no hay seguidores destacados y en promedio se manejan de 1 a 2 publicaciones diarias. La información publicada es sobre activos de juventudes, información de evento, campañas sobre educación sexual, aborto y feminismos. Se comparten denuncias públicas de colectivas feministas y sobre criminalización a defensoras de derechos humanos y territorio.

#### Áreas de oportunidad y nuevas acciones

- Verificar la página de Facebook, aumentar el número de seguidores, tener fans destacados y tener más recomendaciones de 5 estrellas.
- Actualizar la información de INCIDEJOVEN, vincular la página web y otras redes de INCIDEJOVEN.
- Agregar Interacciones en la página de INCIDEJOVEN, (se utilizará como base los contenidos claves presentados en la Estrategia de Comunicación)
- Utilizar emoticones en las publicaciones para genera interacciones en cada publicación.
- Compartir información de otras páginas que manejan los mismos temas de INCIDEJOVEN y etiquetar a las autoras del contenido.

- Publicar artículos o documentos sobre DSDR, feminismo, datos sobre violencia contra las mujeres, temas coyunturales sobre la política nacional, etc.
- Invitar a comentar las publicaciones o a compartir con amigos, y pedir que etiqueten a INCIDEJOVEN.
- Crear LIVEStream de Facebook.
- Invitar a participar en actividades y conmemoración de días emblemáticos.
- Potencializar el uso de Facebook Wach
- Uso de grupos de INCIDEJOVEN

### ¿Cómo manejar la página?

- Compartir 6 publicaciones diarias como mínimo.
- Dirigirse a los seguidores con respeto y trato dignidad a la población joven, sin excluir por etnia, género o clase.
- Respetto y reconocimiento a las fotografías, imágenes, infografías, documentos o artículos, se debe informar autor y solicitar permiso para compartí en las redes, y es obligación etiquetar al autor de forma pública en la descripción de la imagen.
- Responder a todos los comentarios y mensajes con cordialidad y de forma inmediata (no debe pasar más de 1 hora).
- Evitar usar fotografías donde salgan otras marcas de ventas para no hacer publicidad a terceros.
- Seguir el protocolo de creación y publicación del contenido, establecido en la estrategia de comunicación.
- Compartir postales, infografías, memos o documentos generados por INCIDEJOVEN.

### Publicaciones de INCIDEJOVEN

#### Redacción

La información que se va a publicar debe cumplir por lo menos 3 de los siguientes incisos, de forma concisa y clara:

- ¿Qué? Lo que se está realizando
- ¿Cuándo? En qué momento se realizó o cuando se va a realizar

- ¿Dónde? Lugar donde se realizó
- ¿Quiénes? Realizaron la actividad, con que organizaciones o figuras públicas (créditos por crear el contenido).
- ¿Cuántos? En caso de tener la cantidad de personas beneficiarias.

### Complementos

- Las publicaciones son productos de diseño gráfico elaborados por INCIDEJOVEN como postales, videos, fotos, informes, infografías o artículos acompañados de un título y descripción adecuada y resumidas,
- Es necesarios incluir emojis como complemento a las descripciones
- Etiquetar la página de origen de la publicación o a los responsables de la información a compartir.

### Tono

- Se redacta en 1ra persona plural (nosotras, invitamos, queremos, etc.).
- Informal, directo.
- Invitación a la interacción mediante la generación de diálogos, agregar emoticones o preguntas para generar interacción en los comentarios.
- Emotivo para incitar al usuario a involucrarse en el tema.
- El máximo de texto en la descripción no debe ser mayor a 380 caracteres.

### Postales, fotos, infografías o vídeo

- Las **postales** serán publicadas en el tamaño mínimo sugerido de Facebook 1200x600 píxeles, aunque se puede reducir la medida, pero siempre respetando la proporción siendo el tamaño mínimo 600x315. En este mismo formato se puede publicar carruseles o series de imágenes que informen a las audiencias. El contenido puede ser de cualquier tipo siguiendo los temas definidos por INCIDEJOVEN.
- Las **infografías** serán publicadas en el tamaño 1410x2250 pixels, se debe garantizar la forma de rectángulos, se puede variar con la orientación vertical u horizontal. La información debe ser educativa o narrativa de un acontecimiento o situación.

- Los **videos** serán publicadas en el tamaño 1920x1080 pixels en formato horizontal y 1920x1080 pixels en formato vertical. La información puede ser de cualquier tipo según los temas definidos en la Estrategia de comunicación.
- Los **eventos** se comparten desde la página original, si no es propio, se debe etiquetar a las organizadoras.
- las **fotografías** de eventos o acciones de calle deben ser publicadas en álbumes.

### Gestión de comentarios y comunicación

La página de INCIDEJOVEN es pública, es decir cualquier persona tiene acceso a las publicadas y pueden dejar su comentario o reaccionar. Por lo tanto, al momento de hacer una nueva publicación y que haya interacción en la misma se debe responder a los comentarios y mensajes lo antes posible dentro del mismo espacio donde se haya producido la pregunta o consulta. Cuando respondemos a una interacción debemos agradecer al usuario su participación y añadir el contenido complementario necesario.

Si nos encontramos con un comentario inapropiado o impertinente, se buscará la manera adecuada de responder al usuario de la manera más respetuosa. No debemos olvidar que respondemos de forma institucional y que la imagen de INCIDEJOVEN depende de esa respuesta. Debemos tomar en cuenta la comunicación de boca-oído en donde los usuarios transmiten la información que tienen y si el comentario es negativo se divulga de forma más rápida y a más personas.

### Pago de publicidad

Facebook nos ofrece diferentes formatos de publicidad, pero la clave de nuestra campaña tiene que centrarse en el método de publicidad que queremos, si CPC o CPM, para utilizar cualquiera de los dos métodos tenemos que tener claros nuestros objetivos y audiencias siguiendo los lineamientos de nuestras campañas y cómo adaptarlas a la publicidad en Facebook. A continuación definimos estos dos tipos de publicidad para nuestras publicaciones.

- El **CPM**, que es **Coste por Mil Impresiones**, establece la forma de pago por cada mil impresiones que recibe nuestra publicación, es decir, ponemos un precio para estas impresiones y pagaremos por cada vez que un usuario ve nuestra publicación.}

Este tipo de publicidad nos interesa para realizar campañas que reflejan nuestra identidad como organización y fomentar el crecimiento de nuestra página en Facebook.

El objetivo principal es conseguir un mayor número de fans, la cual facebook nos ofrece anuncios, sin embargo, consideramos que las acciones más adecuadas para nuestra organización es promocionar una publicación, enfocado a conseguir una mayor interacción, y en el que distinguimos los anuncios de publicaciones, o las historias patrocinadas de estas publicaciones, es decir se muestran como anuncios las acciones que nuestros fans hacen de una determinada publicación, un "me gusta", un comentario o un contenido compartido.

- El **CPC**, que significa **Coste por Clic**, es la que basamos en pagar por cada vez que un usuario haga clic en nuestra publicación o enlace, independientemente de las veces que este se muestre. Este tipo de publicidad se utiliza para conseguir que el usuario haga clic en publicación o enlace, por lo tanto se utiliza para aquellas campañas cuyo objetivo es dirigirlo a un determinado enlace, bien sea una propia aplicación de Facebook, una pestaña o una web externa.

## Twitter

Es la fuente de noticias más grande de las redes sociales. Las conversaciones en Twitter son como los encuentros cara a cara. Usamos diferentes tipos de tweets, algunos para establecer diálogo continuo con nuestros seguidores; Es importantes centrarse en las interacciones con nuestros seguidores como: hilos, retweets, respuestas y me gusta; garantizando la incidencias en los temas que manejamos.

Twitter nos permite mensajes cortos de 240 caracteres lo que nos obliga a crear mensajes concisos y cortos, los usuarios pueden usar esta red a través de navegadores web, usuarios de escritorio y telefonía móvil con smartphones. Twitter es una herramienta que puede ayudarnos para transmitir en tiempo real las acciones que INCIDEJOVEN en materia de incidencia políticas, pronunciarnos por temas coyunturales a nivel nacional y regional. La podemos utilizar para crear diálogos con

otras organizaciones o figuras públicas relacionados al empoderamiento de las juventudes de Guatemala.

### Áreas de oportunidades

- Tener más seguidores, interactuar más con otras organizaciones o figuras públicas.
- Verificar nuestra cuenta de Twitter para hacerla página oficial de INCIDEJOVEN.
- Vincular la cuenta con la página web y las demás redes.
- Pago de publicidad.
- Uso de Hashtags y etiquetas
- Generar hilos sobre DDHH, DRDS, juventudes, LGBTQ+ y feminismos.
- Uso de GIFs.
- Uso de emojis.

### Publicaciones de INCIDEJOVEN

- Todos los tweets deben ir acompañados de los hashtags oficiales de INCIDEJOVEN, los cuales son [#INCIDEJOVEN](#) [#CiudadaníaSexual](#) [#Feministas](#); o según el tema de la campaña o publicación.
- Los tweets no deben tener más de 240 caracteres, aun así se pueden generar hilos que completen la información.
- Cada mención, respuesta o retweet a un tweet se debe etiquetar a la cuenta oficial de origen.
- Si se publica un enlace se debe etiquetar al autor y usar hashtags relacionados con el tema.
- Los tweets pueden ir acompañados de postales, fotografías o gifs, aun así se debe generar en el tamaño sugerido por twitter 1600x900 pixels.
- Se pueden generar respuestas a las menciones, siempre y cuando sean los usuarios oficiales de figuras públicas u organizaciones.
- Publicar 3 tweets y hacer 3 retweets de otras organizaciones o figuras públicas a diario.

## Redacción

El texto debe ser resumido, riguroso y que promueva los objetivos de INCIDEJOVEN.

Agregamos siempre un enlace acortado para que se visibilice el texto y nos dé más espacio para la descripción.

La información que se va a publicar debe cumplir por lo menos 3 de los siguientes incisos, de forma concisa y clara:

- ¿Qué? Lo que se está realizando
- ¿Cuándo? En qué momento se realizó o cuando se va a realizar
- ¿Dónde? Lugar donde se realizó
- ¿Quiénes? Realizaron la actividad, con qué organizaciones o figuras públicas (créditos por crear el contenido).
- ¿Cuántos? En caso de tener la cantidad de personas beneficiarias.

## Tono

- Se redacta en 1ra persona plural (nosotras, invitamos, queremos, etc.).
- Afirmaciones formales y directas.
- Invitación para participar en hilos "abrimos hilo"
- Crear encuestas para la generación de diálogos y discusiones futuras.
- Invitar a participar en activadas y conmemoración de días emblemáticos.
- Emoji para incitar al usuario a involucrarse en el tema.
- El máximo de texto en la descripción no debe ser mayor a 240 caracteres.

## Enlaces y hashtags

Los enlaces a publicar son el de la página web de INCIDEJOVEN; enlaces de videos publicados en otras redes o plataformas; Enlaces de artículos, informes o documentos.

Los hashtags son parte prominente de la cultura tecnológica actual, son bastante utilizados por el público, pero los mismos deben ser comprensibles. Recomendamos:

Usar hashtags populares o que estén en tendencia, aun cuando no sean propios,

Algunos hashtags se pueden adaptar a los objetivos de INCIDEJOVEN debemos usarlos para dar visibilidad al trabajo de INCIDEJOVEN y los problemas sociales que viven los jóvenes.

Los Hashtags que utilizaremos deben ser cortos para que sean fácil de recordar.

### [Retweet](#)

Si vamos a hacer un retweet para contribuir a la conversación debemos de seguir un formato:

RT + @nombredelperfilretuiteado + respuesta al tweet + enlace acortado + hashtag.

Todo contenido para hacer retweet debe tener contenido procedente de fuente de confianza o canales oficiales,

El contenido debe seguir los objetivos de INCIDEJOVEN, no debe contradecir nuestros objetivos, misión y visión de la organización o miembros de la misma.

## INSTAGRAM

Es una red social visual, impulsado por imágenes. Instagram suele ser utilizada por profesionales del campo visual en donde nuestro objetivo es dar a conocer de una manera visual nuestro trabajo con una cantidad mínima de texto y conectar de modo relevante con los ciudadanos. Contiene diferentes herramientas para la publicación y generación de contenido, Cuenta con historias, interacciones, publicaciones, videos y IGTV, videos de más de 1 min.

### Áreas de oportunidades

- Ser reconocidos en la plataforma e identificados por la audiencia como referentes en temas de feminismo y educación sexual
- Aumentar el número de seguidores para tener el sipe up y que los lives puedan durar más tiempo.
- Posicionar nuestros objetivos, metas y tratar de cambiar la percepción que se tiene sobre los derechos sexuales y reproductivos.
- Entablar relación con figuras públicas de instagram, ya sea personas individuales como colectivas feministas y medios de comunicación.
- Crear IGTV con información de derechos sexuales y reproductivos, feminismo, violencia y derechos de los jóvenes. (Videos de más 1 min.)
- Hacer LIVES de Instagram con otras organizaciones y figuras públicas.



- Hacer interacciones más seguido, crear cajas de preguntas y responderlas, compartir las publicaciones de las postales y usar más GIF
- Crear GIF de INCIDEJOVEN para las interacciones de Instagram.
- Hacer 2 interacciones diarias, ya sean informativas, invitación a eventos o con preguntas generadoras.
- Publicar postales, carruseles e infografías con temas definidos en la estrategia de comunicación.
- Actualizar mensualmente la descripción/BIO
- Publicar un Reel semanal para aumentar en seguidores.

### Publicaciones de INCIDEJOVEN

- Todas las postales o imágenes que deseamos publicar deben ir acompañadas con una descripción, puede ser breve o extensa, esto dependerá del contenido a publicar.
- Se recomienda que las interacciones generen preguntas y diálogos con el público. se pueden hacer preguntas generadoras, como: ¿Qué sabes sobre sexualidad? ¿conoces tus derechos?, ¿Qué opinan de las situaciones del país?, etc.
- Las postales, interacciones, IGTV e infografías el contenido debe ser de acuerdo con los objetivos, misión y visión de INCIDEJOVEN.
- Es importante plasmar el trabajo de INCIDEJOVEN y de las demás áreas de trabajo, las actividades y programas que se están realizando.
- Todas las publicaciones deben incluir los hashtags oficiales de IncideJoven.
- Debemos hacer repost para interactuar con nuestra comunidad y sobretodo debemos hacer repost cuando estamos trabajando el contenido en conjunto con otras organizaciones que tienen los mismos objetivos que INCIDEJOVEN.
- Uso obligatorio de Hashtags [#INCIDEJOVEN](#) [#CiudadaníaSexual](#) o dependiendo el tema de la publicación.
- Los Reels deben ser de 30 seg, deben ir acompañados de una canción. Puede ser un video o secuencia de textos.
- Los IGTV deben tener un título que acompañe la descripción.

### Tono

- Se redacta en 1ra persona plural (nosotras, invitamos, queremos, etc.).
- Informal, directo.
- Invitación a la interacción comentando las imágenes a través de las historias utilizando el Gif "New Post". Invita a darle "me gustas, comentar, compartir o guardar.
- Utilizar emoji para incitar al usuario a involucrarse en el tema.

### Hashtags

- Se deben colocar los hashtags en las publicaciones del feed, historias, IGTV y reels.
- Incentivar a los seguidores a seguir los hashtags.
- Los hashtags también son útiles para clasificar las imágenes que se comparten, ya que no todas las publicaciones hacen referencia al mismo eje temático de INCIDEJOVEN.

### Historias e interacciones

- Las historias son publicaciones que podemos hacer en vivo pero que no quedarán guardadas en nuestro perfil, únicamente serán visibles durante 24 horas, dependiendo el tema de la historia se dejarán en historias destacadas las cuales serán las que cuplan con las siguientes temas: Aborto, Feminismo; Educación Sexual y Actividades.
- Es necesario tener portadas en las historias destacadas, estas van de acuerdo a la línea gráfica del Feed.
- Las historias debemos usarlas para dar a conocer eventos, fotos, actividades de INCIDEJOVEN y dar información a la audiencia para generar interacciones.
- Se deben crear historias para empezar a clasificar y ordenar las historias destacadas, podemos hacer historias destacadas según los ejes temáticos.

### Feed

El feed de Instagram es lo primero que van a ver los usuarios cuando entren a nuestro perfil, es decir, es la página donde aparece nuestra foto de perfil, biografía y todo lo que compartimos postales, carruseles, IGTV Y Reels.

Nuestro feed debe garantizar que los usuarios que lleguen se conviertan en nuestros seguidores es importante trabajar nuestro feed a nivel visual y que todos los elementos reflejen los objetivos y metas que tiene INCIDEJOVEN a nivel institucional y organizativo.

**Postales y carrusel;** las postales deben seguir el tamaño sugerido de 1080x1080 pixels, siempre deben llevar el logo de incidejoven y seguir paleta de colores institucional.

**Infografías;** serán publicadas en el tamaño 1410x2250 pixels, se debe garantizar la forma de rectángulos, se puede variar con la orientación vertical o horizontal. La información debe ser educativa o narrativa de un acontecimiento o situación.

**IGTV;** El formato de los IGTV puede ser en horizontal o vertical, Respetando el tamaño de 1080x1920 pixels, Los IGTV pueden ser videos creados por INCIDEJOVEN o grabaciones de los LIVE creados. Deben contar con una portada.

**Reels;** Todos los reels deben seguir el tamaño sugerido de 1080x1920 pixels, pueden ser video o secuencia de textos: Si es video es necesario utilizar una plantilla de reels. Los Reels pueden tener textos o gif que complementen las ideas y siempre llevan música, ya sea una canción o audio. Los videos no deben ser de 20 a 30 segundos. Los reels no se publican en el Feeds, instagram da un feed para Reels.

**Live;** los live se graban en el mismo formato de historia siempre deben quedar guardados en el feed para que no rompan con la diagramación del feed se debe colocar una portada.

### Organización del Feed

#### *Feed horizontal*

Este feed es bastante fácil a la hora de trabajarlo. Tan sólo tienes que elegir qué vas a publicar en cada una de las filas.

Puedes hacerlo de diferentes formas:

- Escogiendo dos o tres colores y utilizando el mismo color predominante en cada fila
- Compartiendo tres imágenes de una misma sesión de fotos o de imágenes de la misma temática

#### *Feed vertical*

Es uno de los feeds más fáciles de crear. Sólo tienes que definir qué vas a publicar en cada una de las tres columnas de tu feed de Instagram, escogiendo colores y tipos de fotografía (retratos, paisajes, productos, imágenes con consejos, etc.).

Una de las ventajas de utilizar este feed es que siempre está ordenado.

### *Feed vertical*

Es uno de los feeds más fáciles de crear. Sólo tienes que definir qué vas a publicar en cada una de las tres columnas de tu feed de Instagram, escogiendo colores y tipos de fotografía (retratos, paisajes, productos, imágenes con consejos, etc.).

Una de las ventajas de utilizar este feed es que siempre está ordenado.

## Whatsapp, telegram y signal

Estas aplicaciones son útiles, ya que son funcionales en varios sistemas operativos móviles y se encuentran dentro de la categoría de mensajería instantánea, además posee muchas formas de enviar contenido como enviar audios, videos y localizar usuarios si nos comparten su ubicación.

Es importante utilizar las diferentes modalidades de mensajes, como utilizar stickers, gifs y audios.

### *Áreas de oportunidades*

- Crear un grupo con periodistas y medios de comunicación.
- Crear grupos con otras organizaciones para crear espacios de articulación seguros.
- Una línea directa para comunicarse con jóvenes que necesitan apoyo para hacer un posicionamiento sobre una situación de violación de sus derechos sexuales y reproductivos.
- El uso de whatsapp como INCIDEJOVEN debe ser de manera profesional manteniendo la cordialidad y el respeto entre los miembros, la información compartida no debe ser ajena a las acciones de INCIDEJOVEN.
- Crear stickers, gifs, audios y mensajes con los ejes temáticos de INCIDEJOVEN.