



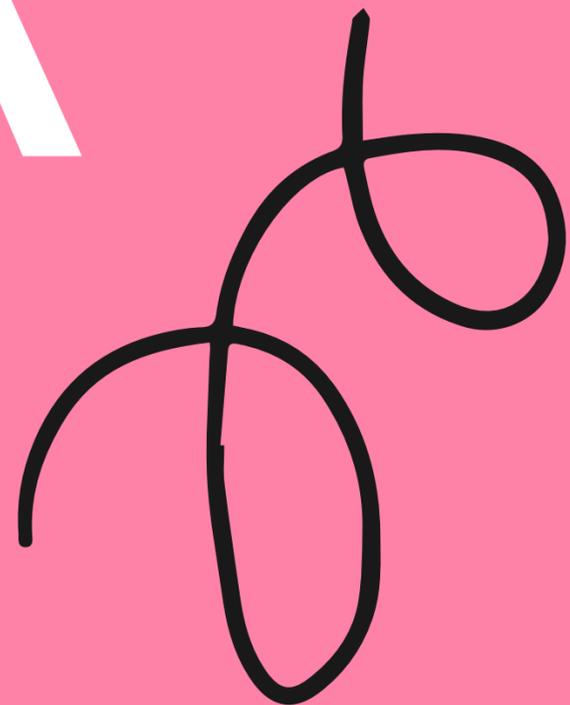
LAS RRSS

¿Y TÚ ESTÁS

SON UNA

INVITADA?

FIESTA



HOLAAA! SOY JUNE

MANEJO 3 CUENTAS DE INSTAGRAM

< junegarcia_ 🔔 ...



932 24,3 mil 759
Publicaciones Seguidores Seguidos

June García Ardiles

🌻 Activista feminista y escritora

🍉 Me encuentran en @autoraschilenas, @_gulosa y

@_amoryperreo_

🌻 #TanLindaYTanSolita #ElMundoDeLulú... más

linktr.ee/junegarcia_

dalalhalabi, pamerecetas y 30 más siguen esta cuenta

Ver traducción

Siguiendo ▾

Mensaje

Correo



{ 🌻 }



{ 🌹 }



{ 🍒 }



{ 🌸 }



{ 🌻 }



< _gulosa 🔔 ...



145 4.828 398
Publicaciones Seguidores Seguidos

Gulosa

🍔 La gula es mi segundo pecado favorito

📍 Santiago de Chile

Que la cebolla caramelizada nos salve

Por: @junegarcia_

soyladyganga, valentina.solari.v y 220 más siguen esta cuenta

Ver traducción

Siguiendo ▾

Mensaje



Pastel de 🥥



Quequitos 🍏



Verdulasañ...



Berenjenas...



Inspira



< autoraschilenas 🔔 ...



159 14 mil 109
Publicaciones Seguidores Seguidos

auch!

Somos auch! ❤️🔥 autoras chilenas

Un colectivo feminista de mujeres diversas

relacionadas con el mundo del libro 📖🌻

www.autoraschilenas.cl/

marialy.rivas, copadaspodcast y 232 más siguen esta cuenta

Ver traducción

Siguiendo ▾

Mensaje



{ la prensa }



{ PNL }



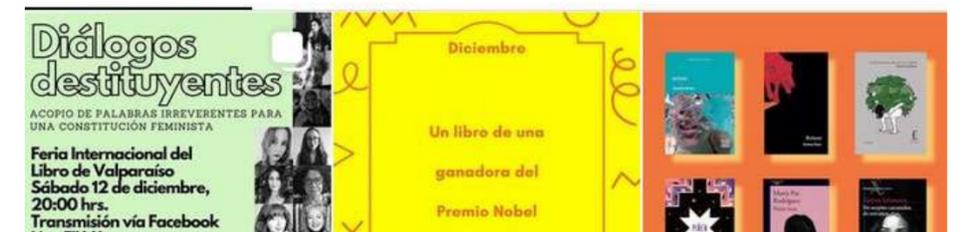
{ plantilla }



{ leemos }



{ fas }



HOY DÍA
VAMOS A
ENTRAR DE
LLENO A LA
FIESTA

Y LLEGAREMOS
MUY PREPARADAS

01

existir

02

conectar

CHECK LIST DE UNA CANDIDATA **SECA**

- Tengo determinado quién soy, cuál es mi historia y qué rol cumplo en esta disputa
- Tengo perfiles en todas las redes sociales (facebook, instagram, twitter, tiktok*)
- Tengo activada la autenticación en dos pasos en todas mis redes sociales (y mail)
- Tengo un buen @ en todas mis redes sociales
- Tengo una excelente biografía en todas mis redes sociales
- Aprevecho el único vínculo web (por red social) productivamente
- Tengo una planificación semanal/mensual de mis contenidos virtuales
- Guardo registro de todas mis actividades en terreno en formato audio visual
- Respondo a los mensajes y comentarios en mis redes sociales

quién soy, cuál es mi historia y qué rol cumplo en esta disputa: cómo incluir estos elementos en la narrativa de mis redes sociales

YO SOY

¿Cuáles son los componentes más esenciales que me constituyen? ¿De qué manera se narran estos para contar mi historia? ¿Cómo me relaciono yo con el proyecto colectivo al que represento? ¿Qué temáticas son fundamentales en la disputa por la alcaldía / concejalía / convención constitucional? ¿En qué medida yo las encarno en este espacio?

AQUÍ SÍ

Todas las redes sociales cumplen roles distintos en general y en especial durante una campaña. No puedo replicar la misma estrategia en distintas plataformas, tengo que pensar: ¿de qué manera adapto las preguntas de más arriba a las lógicas de cada red social? (que veremos a continuación) y ¿a quién le estoy hablando?

TWITTER: LA CALLE

Datos duros, opinión, contingencia

- tuitear sobre lo que está pasando con los # que estén siendo más usados
 - poder de síntesis
- hacer uso de los hilos responsablemente
- etiquetar a otras cuentas en el tuit o en fotos

INSTAGRAM: LA PIEZA

Muy visual, más íntima y humana

- hacer uso de todas las herramientas (lives, ig tv, historias destacadas, guías, reels)
- tener el perfil como cuenta empresa / creador
- es mejor el contenido audiovisual que el texto
 - el 80% de la navegación es en historias

FACEBOOK: EL LIVING

Espacio de encuentro, lugar de discusión más extendida, red social adulta

- postear con textos cortos (máximo 250 caracteres)
 - hacer uso de las imágenes
- a través de Streamyard puedes hacer lives

*TIKTOK: LA CALLE, LA PIEZA, EL ESCENARIO, EL BAÑO y +

- 100% audiovisual, pensada en torno al algoritmo y las tendencias, más fresca, red social muy joven
- decidir si existe la capacidad de llevar esta red social y de qué manera
 - se podrían pensar muy bien unos 5-10 videos durante toda la campaña para tiktok

AUTENTICACIÓN

Si vamos a trabajar tanto en nuestras cuentas, tenemos que protegerlas. Puede parecer un trabajo extra tener la verificación de dos pasos, pero es algo absolutamente imprescindible. LA ACTIVAN AHORA YA!

@ARROBA.YO

Su nombre en las distintas redes sociales va a ser el primer lugar desde donde las van a pillar. Tiene que ser lo más parecido a lo que saldrá en la papeleta (a menos de que exista una estrategia clara y planificada en torno a otra palabra, sobrenombre, concepto, etc), ojalá con la menor cantidad de signos posibles y que coincida con las otras redes sociales.

BIOGRAFÍA

Elaborar una biografía precisa, en primera persona, que incluya una breve idea de quién eres y algún pilar fundamental de tu campaña, además del cargo al que estás disputando y el territorio correspondiente.

VÍNCULO WEB

Cada red social permite tener solo un link en la biografía principal. Por lo mismo hay que aprovecharlo productivamente. Las dos mejores opciones son: (1) tener una página web o (2) tener un linktree. Ambas opciones permiten almacenar más links en el mismo espacio.

REGISTRO

Todas sus actividades en terreno son material para sus redes sociales. Fotos, videos, experiencias, ideas, etc. En cada panfleteo, conversatorio, puerta a puerta, debate, se sacan fotos y se graban videos. Solo necesitan un buen celular y un micrófono externo.

INTERACCIÓN

En todas las redes sociales el conectar pasa principalmente por las interacciones que se dan vía comentarios y mensajes. Es muy importante que sus seguidores sepan que su perfil es un espacio de conversación directa con ustedes, donde les pueden plantear ideas y dudas. Respondan sus mensajes y comentarios, pero también sepan escoger sus batallas en caso de controversia.

PLANIFICACIÓN SEMANAL / MENSUAL

INFORMACIÓN – IDEA – EMOCIÓN

0. Ser realista: agendar contenidos entendiendo las limitaciones propias del equipo

2. Establecer contenidos virtuales en torno a las actividades territoriales

3. Subir las fotos / videos el mismo día de la actividad

4. Elaborar contenidos (infografías del programa o de otro asunto relevante, videos, textos, hilos de tuitter, etc)

5. Armar material para redes sociales con el contenido de la prensa (entrevista radial, columna, noticia, etc)

6. Dejar espacio para la espontaneidad

7. Ser constante y organizada

*Durante ese periodo tu red social girará principalmente en torno a tu campaña, pero no deja de ser tu perfil, no dejas de ser tú



TIPS MISCELÁNEOS

- Compartir la misma historia donde te etiquetaron, todas las veces que te etiquetaron, solo aburrirá a tus seguidores (a menos de que sea tu foto principal de candidata, lo cual permite que tus seguidores vean quiénes te apoyan, de todas maneras: no las compartas todas)
- Piensa en categorías para tus historias destacadas y mantenlas siempre actualizadas
- Al realizar en vivos con otras cuentas, permites que se crucen seguidores
- Tu historia nunca puede estar vacía
- Subtitula TODOS tus videos, en el caso de que sean historias menos preparadas y no tengas mucho tiempo, agrega algún tipo de texto que de un indicio de qué estás hablando
- Técnica de las arrobas para subir un post a tu historia y que las personas vayan a tu perfil
- No cambies tu look en medio de la campaña

PALABRAS QUE SÍ Y QUE NO



Simpatico

Planificado

Variado

Maravilloso

Inteligente

Extraordinario

Apasionado

Colorido

Ambicioso

Agradable

Sencillo

Prolijo

Diferente

Interesante

Afectuoso

Cómodo

Ansioso

Monotono

Distante

Odioso

Desordenado

Estresante

Engreído

Triste

Complejo

Aburrido

¿PREGUNTAS?

AHORA PODEMOS CONVERSAR EN ESPECÍFICO DUDAS
QUE TENGAN, DIFICULTADES QUE ESTÉN
ATRAVESANDO CON SUS REDES, LO QUE QUIERAN

