

Estrategias para uso de redes sociales en comunicación política

Planificador : herramienta descargable para editar



Uso de **Redes sociales**

Pasos para usar correctamente las redes sociales

1. **Establecer objetivos claros** : Toda acción en redes debe responder a un propósito político definido.

Recomendamos que, al inicio de cada mes o campaña, el equipo determine:

- ¿Qué se busca comunicar? (propuestas, gestión, valores, presencia territorial)
- ¿Qué resultados se esperan? (aumento de alcance, interacción, fidelización)
- ¿A qué público se apunta en esta etapa?

2. **Identificar y segmentar audiencias**: No todos los mensajes funcionan para todos los públicos. El contenido debe adaptarse según: edad, intereses, ideología, nivel de involucramiento político, plataforma que más utilizan. Segmentar permite adecuar el tono, el formato y la frecuencia de publicación.

3. **Seleccionar plataformas prioritarias**

4. **Definir ejes temáticos**: como por ejemplo: Gestión y resultados, opinión política / coyuntura, identidad y valores, agenda territorial
contenido personal o emocional

5. Establecer lineamientos de tono y estética: Toda comunicación debe ser coherente con la identidad política del dirigente o espacio. Es necesario: unificar el tono discursivo (formal, cercano, técnico, militante, etc.) mantener una línea gráfica estable (colores, tipografías, logotipo, estilo de imágenes), cuidar la calidad visual y textual de cada publicación

6. Diversificar los formatos: El contenido debe adaptarse al canal y al tipo de mensaje. Se recomienda trabajar con: Reels y videos breves, carruseles con datos o storytelling, imágenes o placas gráficas, historias con interacción (encuestas, stickers), textos breves con posicionamiento, testimonios en primera persona, transmisiones en vivo.

7. Monitorear y evaluar resultados Una estrategia digital sin evaluación pierde efectividad. Es necesario: revisar métricas de alcance, interacción, seguidores y clicks, identificar qué tipo de contenidos funcionan mejor, ajustar la frecuencia, el tipo de publicaciones o el enfoque según resultados.

8. Implementar un calendario: es un tip clave, se recomienda elaborar un planificador mensual de redes sociales. Este calendario debe incluir: Fecha de publicación tema o contenido específico, objetivo comunicacional, Formato (imagen, video, reel, etc.), plataforma, responsable del material, estado del contenido (en producción, aprobado, publicado). El calendario permite ordenar el trabajo, anticiparse a fechas importantes y mantener consistencia narrativa.

Planificador para **Redes** **sociales**

¿Como descargarlo?



