



Proyecto de Manual de Comunicación Social

Comunidad Mexicana de Estudiantes de Filosofía

Viernes 28 de agosto 2020

Justificación

Con el cambio que ha experimentado la comunicación en el mundo en los últimos años, el cumplimiento de la función principal del Consejo Nacional, que es reunir y mantener el flujo de información entre la pluralidad de representaciones de las comunidades académicas de filosofía en el país, ha trasladado la mayor parte de sus esfuerzos del contacto presencial hacia diversas plataformas de internet.

En vista de ello, se considera que el Consejo Nacional requiere adoptar en mayor medida la forma de una agencia de comunicación cuyos integrantes colaboren y trabajen de forma coordinada una estrategia común de comunicación social de alcance nacional a través del manejo de redes sociales, planificación y producción de contenidos.

Comisión de Comunicación Social

En función de ello, se propone al Consejo Nacional de la Comunidad Mexicana de Estudiantes de Filosofía la creación de una *Comisión de Comunicación Social*, cuya integración sea independiente de los cargos que se ostenten dentro del mismo Consejo y del Comité Ejecutivo, e incluso pueda ser abierta tanto a integrantes del Colegio Profesional como todo tipo de personas colaboradoras externas.

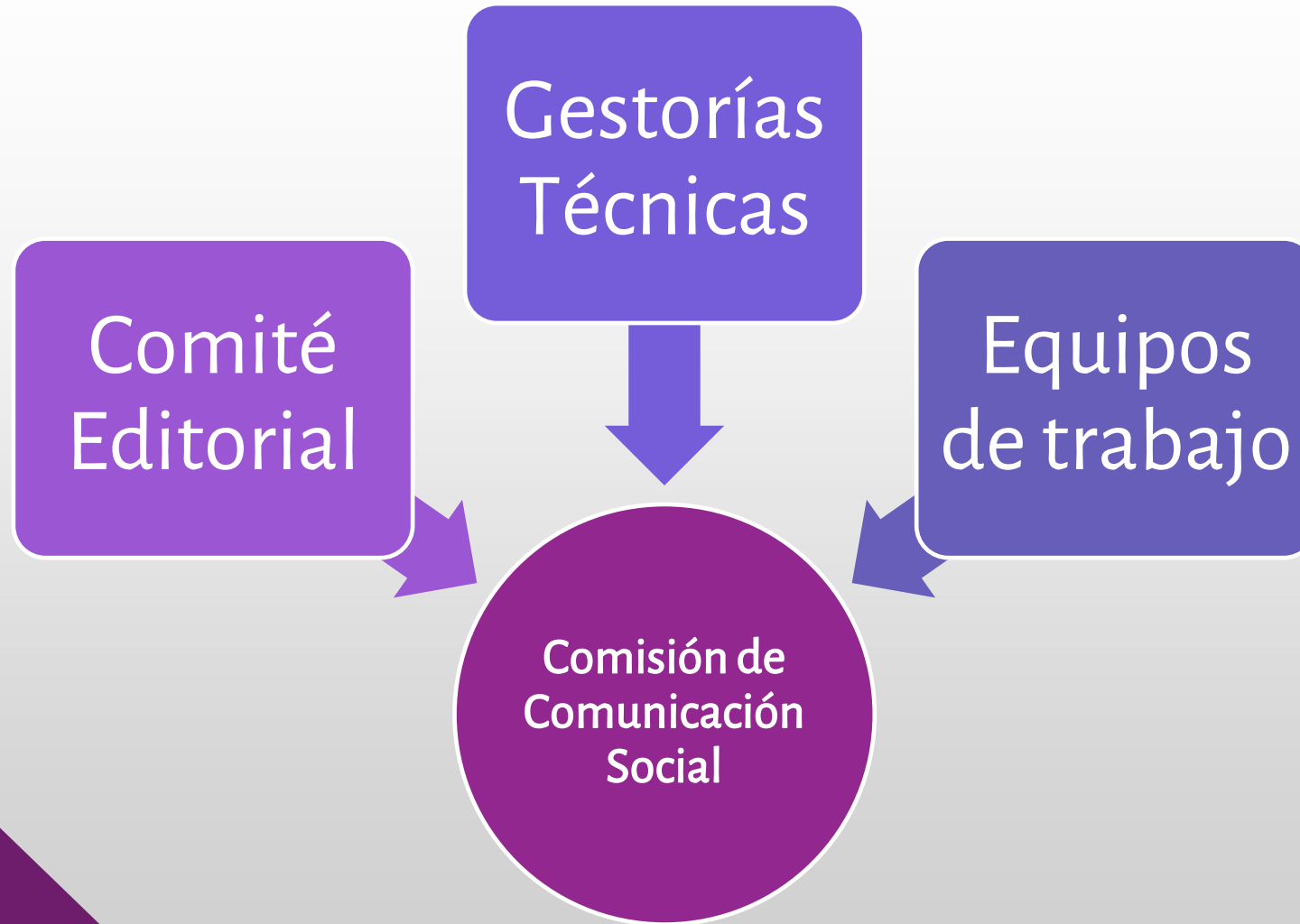
Es importante distinguir, por una parte, al Consejo Nacional como un órgano de gobierno y toma de acuerdos, y por otra esta *Comisión como un equipo que trabajaría un proyecto de comunicación social propio de la COMEFI*, y que le reportará al mismo Consejo.

Funciones de la *Comisión*

Identifica las necesidades de comunicación social y difusión de la COMEFI, acuerda los objetivos, la identidad gráfica y la línea editorial, **planifica la creación de contenidos periódicamente y supervisa la actividad de todas las plataformas.**

Se integrará por el Comité Editorial o una persona en su representación, por la persona encargada de cada Gestoría Técnica y de la Coordinación de cada equipo de trabajo.





Comité Editorial

La función del Comité Editorial será calificar y/o avalar la calidad filosófica o el correcto uso del lenguaje, en cualquier propuesta de contenido.

En consecuencia, sus integrantes se caracterizarán por sus méritos académicos y profesionales.

Se propone que el Comité Editorial sea integrado por el Colegio Profesional en la forma que éste considere mejor, contando con al menos un representante ante la *Comisión*.



Gestorías Técnicas

Administran las plataformas y los usuarios que en ella intervienen. Se encargan de la publicación de contenido cuando no le corresponde a otra instancia. Su función es operar la visibilidad de las plataformas.

Cada Gestoría estaría a cargo de un miembro activo voluntario que se destaque por su experiencia en la interacción de cada plataforma.



Plataformas



WordPress [www.lacomefi.wordpress.com]



Facebook [[@lacomefi](https://www.facebook.com/lacomefi)]



YouTube [www.youtube.com/channel/UCcbibZM_oTWT3R-u6LoeXWA]



Instagram [[@la_comefi](https://www.instagram.com/la_comefi)]



Twitter [[@la_Comefi](https://twitter.com/la_Comefi)]



(Plataforma de publicación de Podcast) [*pendiente*]

Funciones de la comunicación social en redes sociales

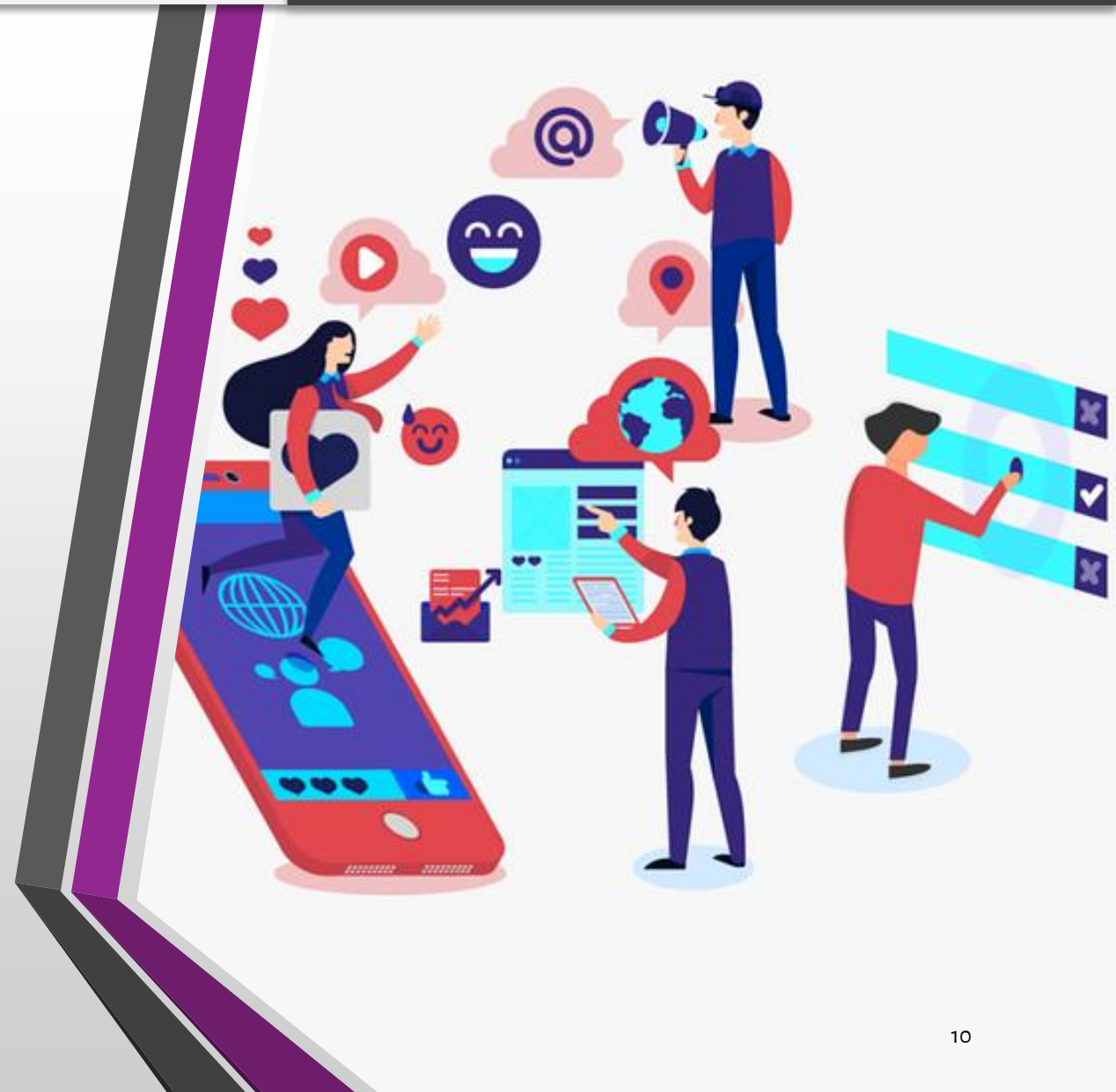
- **Reconocimiento de marca:** Llegar a personas que tengan la mayor probabilidad de recordar la marca en el futuro.
- **Alcance:** que las publicaciones lleguen a más personas.
- **Tráfico:** Llevar visitas desde una red social hasta una página web.
- **Reproducir videos:** si se publican videos, que los vean más gente.
- **Me gusta de la página:** campañas para conseguir más seguidores.
- **Respuestas a eventos:** si se organiza un evento, que la mayor cantidad de gente participe.

Equipos de trabajo

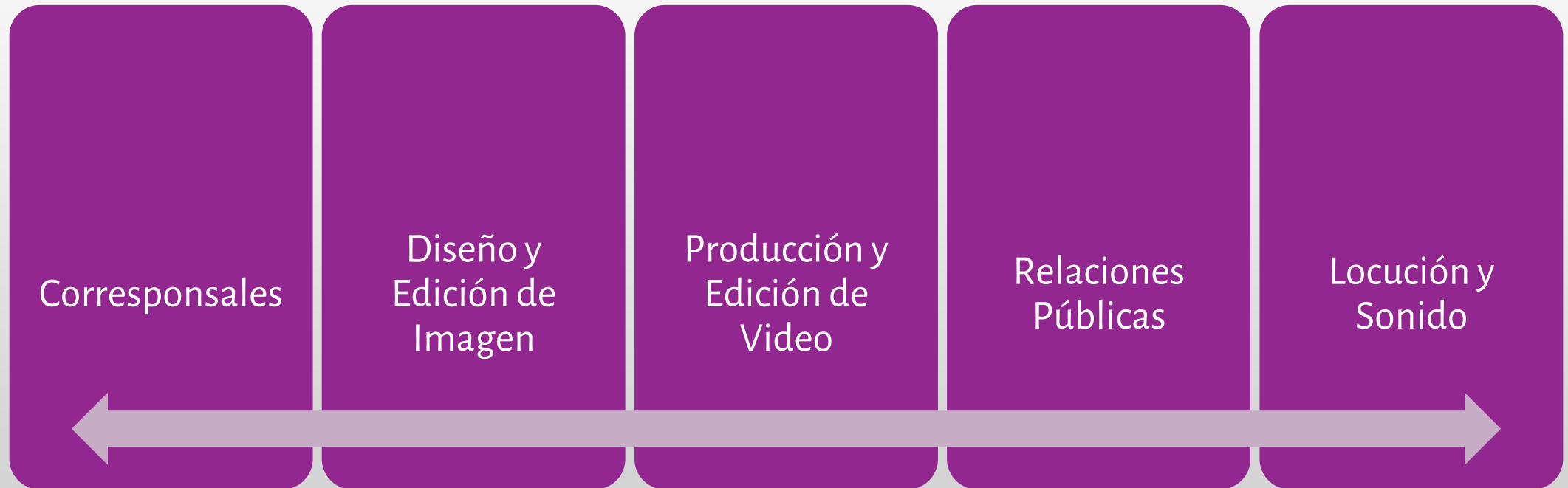
Los equipos de trabajo se integran por personas colaboradoras voluntarias que **diseñan, producen y crean contenidos específicos**. Se caracterizan por el interés y la experiencia en el manejo de herramientas y aplicaciones según el tipo de contenido.

Planifican y proponen contenidos, los someten al visto bueno del Comité Editorial y los programan para su publicación en común acuerdo con la Gestoría Técnica correspondiente.

Cada equipo está liderado por una Coordinación designada por el Consejo Nacional, que la representa ante la *Comisión de Comunicación Social*.



Equipos



Equipo de Corresponsales

Producen propuestas de contenido para difundir proyectos, eventos, y noticias relevantes al quehacer filosófico en las universidades.

Los contenidos pueden ser **reportajes** de proyectos, **entrevistas** a autoridades académicas, crónicas o **reseñas** de eventos

Se abrirá convocatoria para ser Corresponsal, y para recibir colaboraciones.

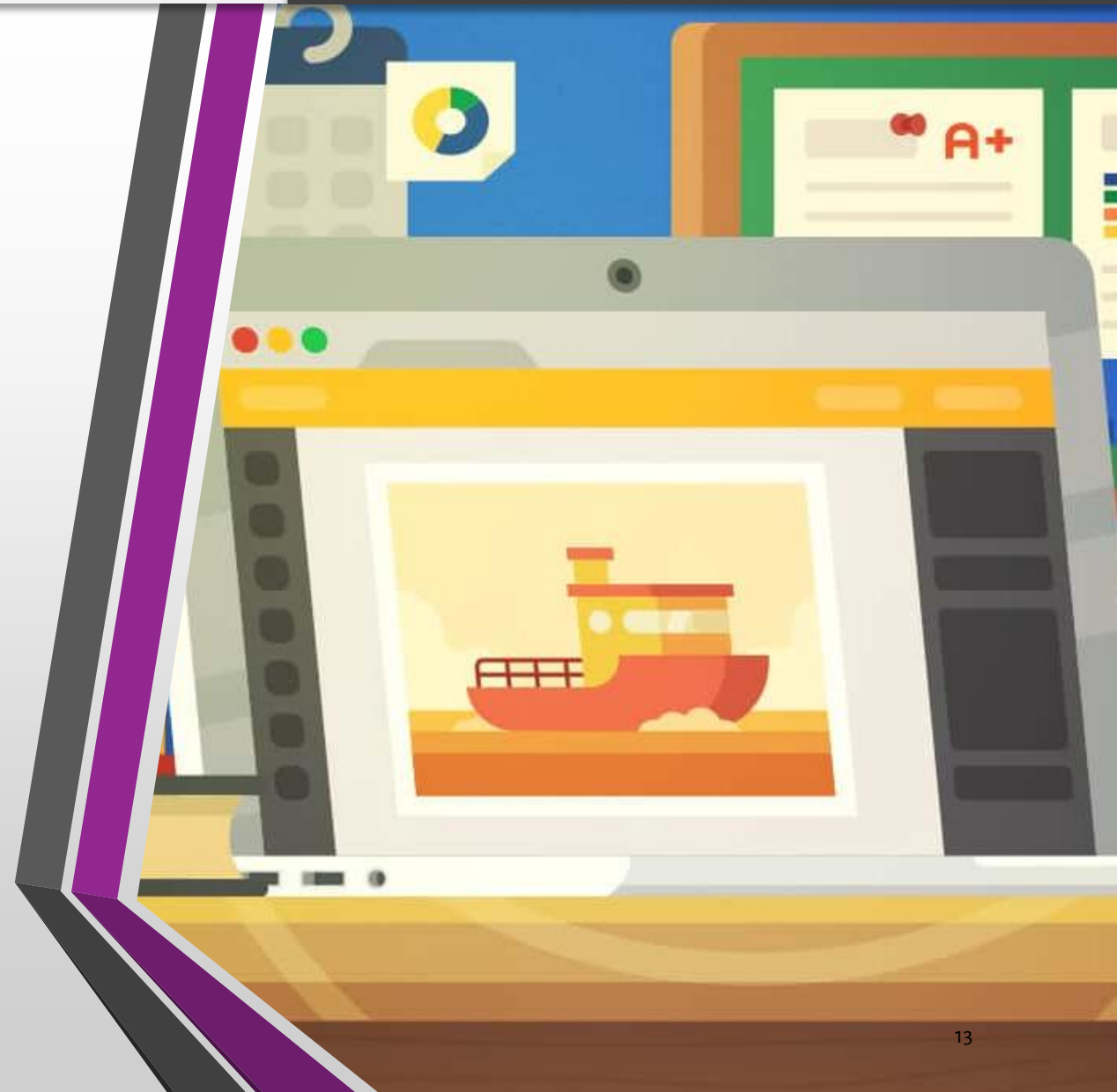


Equipo de Diseño y Edición de Imagen

Producen propuestas de contenido visual de divulgación filosófica, de carácter informativo o lúdico.

Los contenidos pueden ser **fotografías** (personas, lugares, objetos), diapositivas texto-imagen (gráficas, **infografías**, guías, relatos, efemérides, citas célebres) diapositivas texto (guías, relatos, citas célebres, encabezados de boletines), o **memes**.

Se abrirá convocatoria para formar parte del equipo.

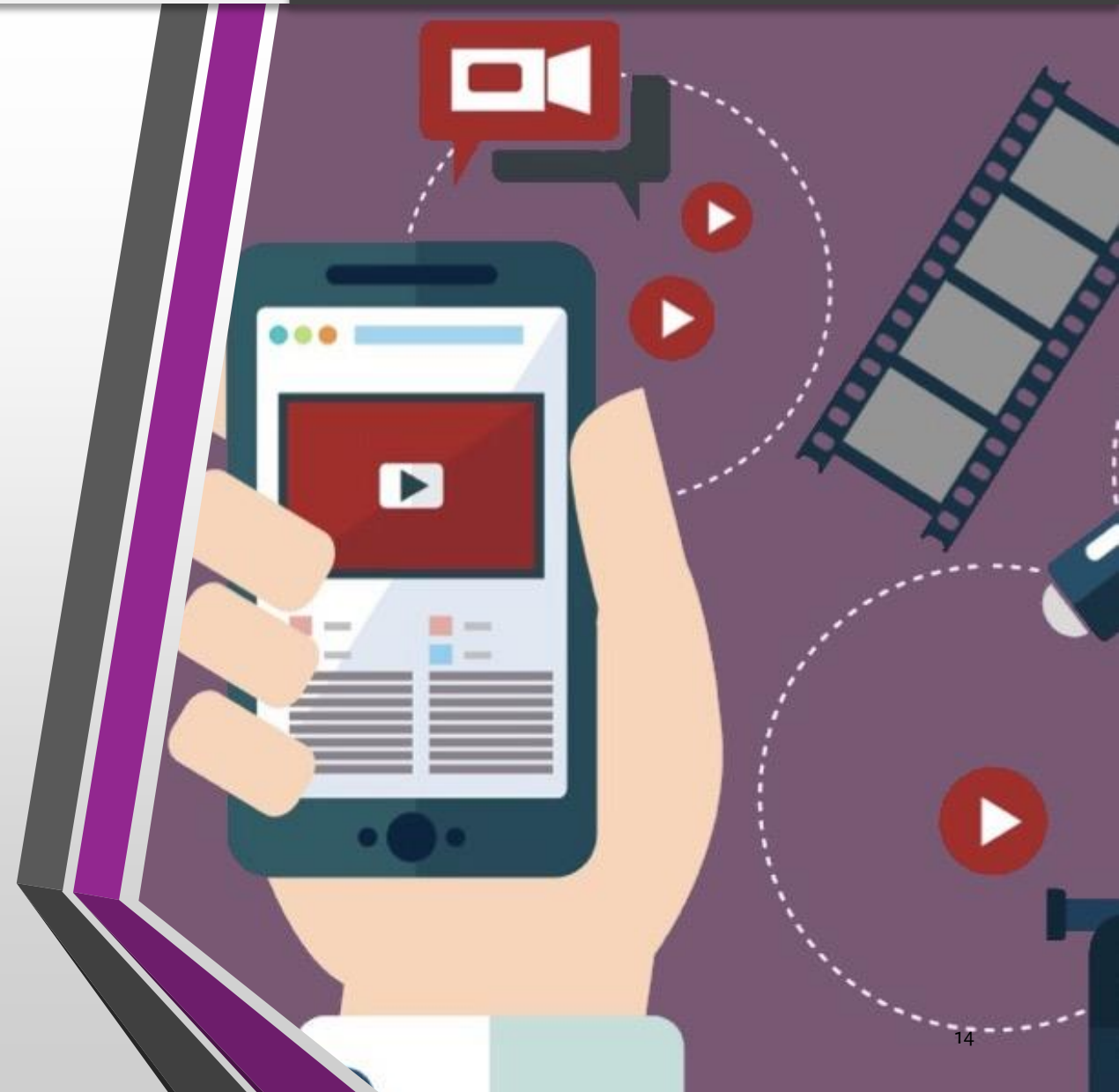


Equipo de Producción y Edición de Video

Producen y editan propuestas de **contenido audiovisual** de divulgación filosófica.

Generan o reciben una propuesta de guión, lo someten al visto bueno del Comité Editorial, y en su caso, lo producen y editan.

Se abrirá convocatoria para recibir propuestas de video y/o formar parte del equipo.



Equipo de Relaciones Públicas

Cuando una plataforma lo permite, mantienen conjuntamente la actividad, las publicaciones y las interacciones de cada una, comparten contenido, publican con el propósito de interactuar con los seguidores, llamar la atención y entretener.

Se abrirá convocatoria para ser administrador o moderador en redes sociales.



Equipo de Locución y Sonido

Producen propuestas de contenido audible de divulgación filosófica y de carácter informativo.

Generan o reciben una propuesta de guión, lo someten al visto bueno del Comité Editorial, y en su caso, lo graban y producen.



Trabajo Coordinado

<i>Comisión de Comunicación Social</i>	Comité Editorial	WordPress	Facebook	YouTube	Instagram	Twitter	Podcast
Corresponsales	☆	☆					
Diseño y Edición de Imagen	☆		☆		☆		
Producción y Edición de Video	☆		☆	☆	☆		
Relaciones Públicas			☆			☆	
Locución y Sonido	☆						☆

Gestión sugerida de WordPress

Frecuencia:	<ul style="list-style-type: none">• 1–5 posts semanales.
Horario:	<ul style="list-style-type: none">• N/A
Extensión:	<ul style="list-style-type: none">• párrafos de entre 65 y 85 palabras.• una extensión total de entre 250 y 350 palabras.
Pautas de escritura:	<ul style="list-style-type: none">• Palabras clave en el título.• Redacción breve y directa en el título.• Títulos en forma de pregunta.• Evitar completamente escribir títulos en mayúsculas.• Usar un título llamativo.• Usar un subtítulo informativo.
Pautas de imagen:	<ul style="list-style-type: none">• Procurar que cada entrada se acompañe de al menos una imagen.
Pautas de interacción:	<ul style="list-style-type: none">• N/A

Gestión sugerida de Facebook

Frecuencia:	<ul style="list-style-type: none">• 1 - 3 posts diarios de contenidos originales (imágenes, videos o entradas del blog).• 1 – 2 posts diarios de contenidos compartidos de otras fuentes.
Horario:	<ul style="list-style-type: none">• 1pm – 3pm.
Extensión:	<ul style="list-style-type: none">• 90 – 250 caracteres.
Pautas de escritura:	<ul style="list-style-type: none">• Evitar completamente el uso de hashtags.• Usar emoticonos.• Usar preguntas retóricas.• Usar los términos: ¿Cuándo...?, ¿Dónde...?, Post, Envía, Inspira, Cuéntanos, Comenta, Es divertido, Ojalá, Evento.• Evitar los términos: Concurso, Promoción, Sorteo, Cupón.
Pautas de imagen:	<ul style="list-style-type: none">• Imágenes con el menor contenido textual posible.• Procurar que cada post se acompañe de una imagen.
Pautas de interacción:	<ul style="list-style-type: none">• Respuesta e interacción (reacción) activa y permanente con los comentarios de seguidores.• Responder comentarios entre 1 y 24 horas después de publicarse.• Generar interacción o participación de seguidores.

Gestión sugerida de YouTube

Frecuencia:	<ul style="list-style-type: none">• 1 – 4 videos nuevos cada mes.
Horario:	<ul style="list-style-type: none">• 1pm – 4pm
Extensión:	<ul style="list-style-type: none">• Videos cortos y concisos.
Pautas de escritura:	<ul style="list-style-type: none">• Emplear títulos que posicionen el contenido.• Incluir etiquetas o hashtags relacionadas con el tema del video.
Pautas de imagen:	<ul style="list-style-type: none">• Homologar el arte del canal.• Crear miniaturas de video atractivas.
Pautas de interacción:	<ul style="list-style-type: none">• Crear un video introductorio.• Tener completa la información del canal, de cada lista de reproducción y cada video.• Interactuar con seguidores y comentarios.• Crear listas de reproducción que clasifiquen y ordenen los videos.

Gestión sugerida de Instagram

Frecuencia:	<ul style="list-style-type: none">• 1 - 3 posts diarios de contenidos originales (imágenes, videos o entradas del blog).
Horario:	<ul style="list-style-type: none">• -
Extensión:	<ul style="list-style-type: none">• -
Pautas de escritura:	<ul style="list-style-type: none">• Evitar links en los posts.• Crear un hashtag propio.• Usar mínimo 10 hashtags en cada post.• Usar hashtags de localización, sobre el tema del post en inglés y español.• Evitar usar los mismos hashtags en todos los posts.
Pautas de imagen:	<ul style="list-style-type: none">• Mantener la misma línea gráfica o estilo mediante uso de plantillas, paleta de colores, fuentes, marcos, etc).
Pautas de interacción:	<ul style="list-style-type: none">• Agradecimientos cuando compartan nuestro contenido original.• Seguir a usuarios con mayor interacción con el Perfil y a páginas afines destacadas.• Responder a comentarios cuando sea necesario.• Buscar de 1 a 5 páginas nuevas afines cada semana.• Compartir cada post en Facebook.• Comentar de 1 a 2 veces en páginas relacionadas.• Etiquetar a páginas afines.

Gestión sugerida de Twitter

Frecuencia:	<ul style="list-style-type: none">• -
Horario:	<ul style="list-style-type: none">• 1pm – 4pm
Extensión:	<ul style="list-style-type: none">• párrafos de entre 65 y 85 palabras• una extensión total de entre 250 y 350 palabras
Pautas de escritura:	<ul style="list-style-type: none">• Usar al menos dos hashtags en cada tuit.• Incluir cifras cuando sea posible.• Tuitear citas.
Pautas de imagen:	<ul style="list-style-type: none">• Procurar que cada tuit se acompañe de una imagen.
Pautas de interacción:	<ul style="list-style-type: none">• Mencionar otros perfiles.• Agradecer los buenos comentarios.• Biografía, foto de perfil y foto de encabezado.• Responder a todas las preguntas.• Retuitear tuits interesantes añadiendo comentarios cuando sea posible.





COMUNIDAD MEXICANA DE ESTUDIANTES DE
FILOSOFÍA