



Las Mujeres Contamos

Guía de comunicación para mujeres lideresas





Equipo de trabajo

Coordinación de la Red Nacional de Mujeres

Susana Mejía González

Autoría

María del Pilar Valderrama Ramírez y

Sara Valentina Charria Cifuentes

Diseño e ilustración

Katy Jiménez Calderón

Las Mujeres Contamos

La Red Nacional de Mujeres somos una articulación de mujeres independientes, feministas, lideresas y organizaciones sociales de mujeres con presencia en 18 de territorios de Colombia. Desde hace 32 años trabajamos en procesos por la garantía, promoción y defensa de los derechos de las mujeres, a partir de cuatro líneas de trabajo: 1) el derecho a una vida libre de violencias; 2) el derecho a la participación política de las mujeres; 3) los derechos sexuales y reproductivos y; 4) la participación de las mujeres en la construcción y el mantenimiento de la paz.

En la implementación de estas cuatro líneas de trabajo, hemos identificado la necesidad de que las lideresas y sus organizaciones fortalezcan sus capacidades comunicativas a través de acciones y herramientas que les permitan comunicar asertivamente los procesos sociales, comunitarios y de incidencia que adelantan en sus territorios. Aunque históricamente las mujeres han sido contadas por otros, ellas en su labor diaria también narran sus propias historias de resiliencia sobre superación de violencias, construcción de paz, procesos de incidencia, participación ciudadana y política, así como sobre el camino avanzado en el ejercicio pleno de sus derechos. Es de esta manera, que este instrumento pretende ser un insumo que contribuya en el fortalecimiento de las habilidades comunicativas de las mujeres lideresas y sus organizaciones, para que tengan herramientas que les permitan narrar sus propias realidades y visibilizar sus procesos organizativos.



Objetivos

Objetivo general: fortalecer las habilidades comunicativas de las mujeres líderes y sus organizaciones.

Esta guía te servirá como recurso para que puedas:

- ✿ Aprender a reconocer y usar diferentes herramientas comunicativas.
- ✿ Poner en práctica las recomendaciones para crear contenido visual y escrito llamativo y de alta calidad.

La comunicación alternativa: un camino para contarnos

La comunicación alternativa es aquella que aborda temas sociales, políticos, culturales y económicos, desde una mirada que prioriza las voces de los grupos que históricamente han sido invisibilizados y silenciados por los medios tradicionales de comunicación, como es el caso de las mujeres. Esta comunicación se caracteriza porque su objetivo es **visibilizar y beneficiar a las comunidades y aportar en sus procesos de transformación social**, así como fortalecer y difundir narrativas propias en torno a procesos organizativos, iniciativas de paz y luchas históricas que contribuyan a eliminar prejuicios y estereotipos.

La comunicación alternativa contribuye a la construcción de paz, en la medida en la que propicia el fortalecimiento de las redes organizativas y la difusión de las acciones que se gestan desde los territorios. Adicionalmente, gracias al mundo digital, con este tipo de comunicación se disminuyen las barreras geográficas y económicas para la difusión de contenidos a través de plataformas como las redes sociales. Esto quiere decir que es posible crear contenidos sobre sus propias realidades y asegurar su difusión sin caer en grandes gastos económicos. El mundo digital es una oportunidad para masificar la información, produciendo, publicando y consumiendo los contenidos que se deseé.

La comunicación alternativa contribuye a:

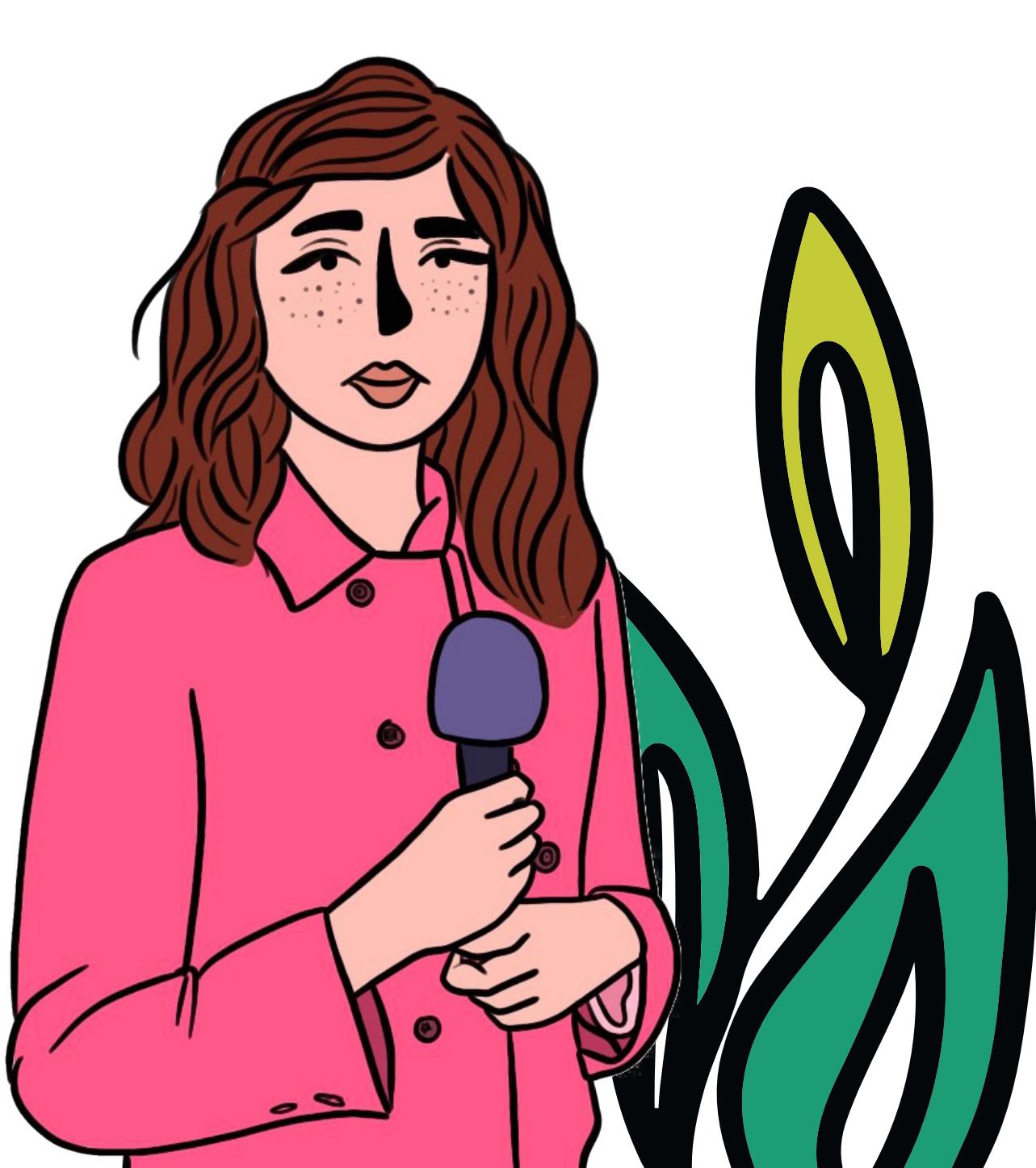
- * Fortalecer capacidades políticas, ciudadanas y de incidencia
- * Visibilizar y promover iniciativas de construcción de paz y acciones colectivas
- * Fortalecer los procesos organizativos y redes apoyo
- * Amplificar y diversificar las voces que comunican
- * Promover la participación de las comunidades en los procesos comunicativos

Gracias al internet es posible hacer comunicación alternativa y llegar a diversos grupos. Además, usar una gran variedad de recursos para alcanzar nuestros objetivos: podemos no solo publicar texto, sino enriquecerlo con imágenes, fotografías, gráficos, videos, audios y otros.

Finalmente, es importante tener claro que la comunicación alternativa no descarta el uso de los medios masivos de comunicación como la televisión o la radio. Todo lo contrario, se pueden complementar, pues lo alternativo no se define por el medio que se usa, sino por el contenido y la intención de los mensajes que se difunden; la diferencia entre la comunicación alternativa y los medios masivos de comunicación radica en la intencionalidad y los intereses de quienes están comunicando.

Consejos para narrar en el mundo digital

-  Realizar mensajes cortos y contundentes para lograr captar la atención de nuestra audiencia.
-  Las publicaciones escritas deben siempre estar acompañadas de un recurso gráfico (foto, ilustración, video). Estos recursos llamativos ayudan a que las personas concentren su atención en lo que estamos contando.
-  Antes de crear contenido es importante hacerse preguntas básicas: a quién va dirigido el mensaje, dónde lo voy a publicar, qué lenguaje debo usar, qué recursos voy a emplear y, finalmente, qué quiero lograr.
-  Nunca se debe dar por sentado que las personas saben de lo que les estamos hablando. Es importante ubicar y contextualizar a nuestra audiencia, así parezca que es información que todo mundo conoce.





Fotografía

La fotografía es una herramienta gráfica y visual que está al servicio de la comunicación alternativa. Esta es fundamental ya que nos permite mostrar realidades, problemáticas e iniciativas que se gestan en los procesos organizativos. Este elemento puede ser utilizado para acompañar recursos escritos, pero también puede ser una pieza comunicativa independiente que nos ayuda a contar una historia.

Para lograr una buena fotografía, es necesario tener en cuenta sus características. Aquí te contamos algunas de ellas y te dejamos unas recomendaciones que te ayudarán a tener mejores tomas.

Planos:

En la fotografía escoger el plano que vamos a utilizar es fundamental, pues esto puede determinar la importancia que queremos darle al objeto/sujeto que estamos registrando. A continuación, conoceremos los principales planos:

-  **Plano general:** Este plano te permite mostrar un contexto del espacio. En él, debes incluir un personaje u objeto central y realizar una toma abierta, que permita conocer el contexto en el que este se encuentra.
-  **Plano medio:** Con este plano, lograrás generar una sensación de cercanía con el personaje, a quien debes fotografiar desde la cintura hacia arriba.
-  **Primer plano:** Aquí debes encuadrar al personaje a la altura de los hombros, haciendo énfasis en su rostro, expresión y emociones que transmite. Este plano puedes utilizarlo cuando tengas la intención de resaltar personajes dentro de tus narraciones gráficas.



Plano detalle: Este tipo de plano es muy bueno si buscas construir narraciones que apelen a la sensibilidad, dado que puedes centrar la atención en uno o varios detalles del objeto o personaje que vas a fotografiar.



Plano detalle



Primerísimo primer
plano



Primer plano



Plano medio corto



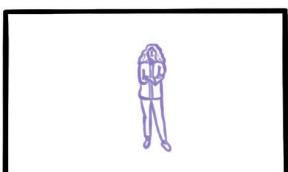
Plano medio



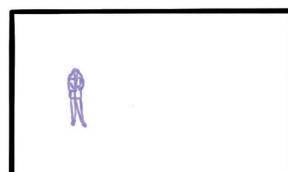
Plano americano



Plano entero



Plano general



Gran plano general

Encuadres:

El encuadre te va ayudar a definir los límites y elementos a incluir dentro de la fotografía. Es importante que tengas en cuenta que el punto de vista que escojas para tomar la foto, debe estar en línea con la intención y el mensaje que deseas transmitir.



Encuadre horizontal: Puedes utilizar este tipo de encuadre para transmitir una sensación de estabilidad y amplitud en tus fotografías; Para realizarlo, debes ubicar tu cámara o celular de frente y de manera horizontal al objeto o personaje que vas a fotografiar. Este tipo de encuadre es ideal para redes sociales como Twitter y YouTube.



Encuadre vertical: Aquí debes ubicar la cámara de frente al objeto o personaje, pero de manera vertical. Con este tipo de encuadre conseguirás fotos alargadas, por lo que, puedes utilizarlo para fotografiar personas. Este tipo de encuadre es ideal para redes sociales como Instagram.

Ángulos para la toma:

En la fotografía también es importante la selección de un ángulo ya que esto puede afectar lo que comunicamos con nuestras imágenes. A continuación, veremos los ángulos más utilizados y lo que pueden comunicar:



Ángulo normal: En este tipo de ángulo, tu cámara o celular deben estar en línea recta, sin ningún tipo de inclinación, con respecto al objeto o personaje que vas a fotografiar. Puedes utilizarlo si deseas transmitir una sensación de neutralidad en tus fotos.

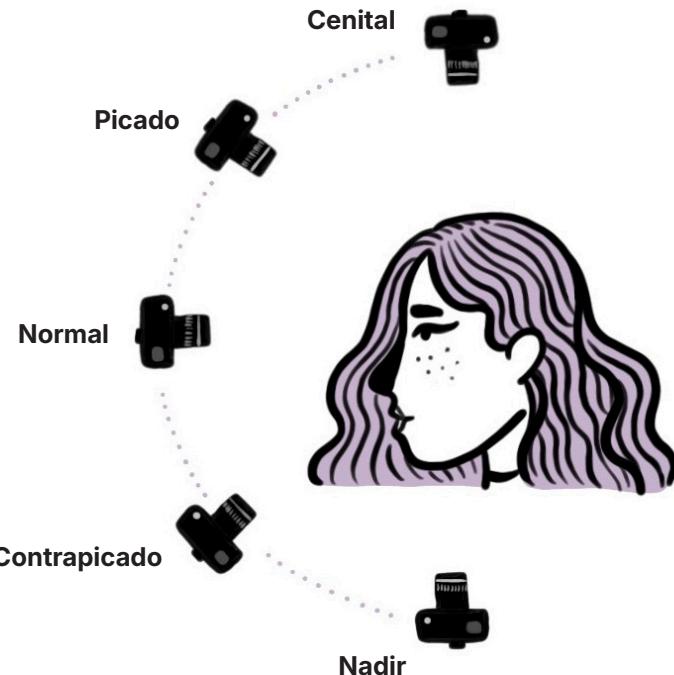


Ángulo picado: Aquí tu cámara o celular deben estar ubicados de arriba hacia abajo en diagonal con respecto al objeto o personaje que vas a fotografiar. Con este tipo de ángulo, tus fotografías pueden llegar a transmitir una sensación de inferioridad o vulnerabilidad.



Ángulo contrapicado: Con este tipo de ángulo debes posicionar tu cámara o celular de abajo hacia arriba de manera diagonal con respecto al objeto o

personaje vas a fotografiar. De esta forma, transmitirás una sensación de grandeza o enaltecimiento en tus fotos.



Composición de imagen



Regla de los tres tercios: Esta regla consiste en dividir la pantalla en tres partes iguales, tanto vertical como horizontalmente. Los puntos donde se cruzan esas líneas, se denominan puntos de interés visual, dado que, si posicionas al personaje u objeto en uno de ellos, lograrás que las y los espectadores se centren en este naturalmente.



Tip: Puedes activar la cuadrícula de la cámara de tu celular, te dejamos estos recursos para que tengas una guía sobre cómo hacerlo:



Celulares Android



Celulares iPhone

Consejos fotográficos

- * Selecciona el plano y el ángulo que más se ajuste a lo que deseas comunicar.
- * ¡Ten en cuenta la luz! Antes de tomar una fotografía, es necesario revisar que no haga falta luz, pero tampoco que esté en exceso. También recomendamos evitar tomar fotografías a contraluz, a menos que sea intencional.
- * Ajusta el encuadre y procura no dejar muchos espacios en blanco.
- * Ten en cuenta que tus fotos no se vean borrosas o desenfocadas, a menos que sea intencional.
- * Procura limpiar el lente del dispositivo con el que vas a tomar las fotos antes de comenzar.



Hora de practicar!

Cuenta a través de al menos ocho fotografías, la trayectoria alrededor de la lucha por la defensa de los derechos de las mujeres de una compañera líder o mujer cercana a ti. Puedes acompañar las fotos de textos cortos que complementen la narración.



Video

Al igual que la fotografía, el video es una herramienta comunicativa muy poderosa que está al alcance de cualquier persona que cuente con un celular y al servicio de la comunicación alternativa. Actualmente, estos dispositivos nos permiten capturar momentos y contar historias de manera inmediata y desde cualquier lugar.

En este apartado te contamos sobre elementos que debes tener en cuenta a la hora de realizar videos, así como recomendaciones que te permitirán crear contenidos llamativos, claros y que tengan un impacto significativo sobre tus audiencias.

Paso a paso para hacer un video:

-  Escoge la temática para tu video.
-  Ten una guía sobre el orden que llevará tu video. Puedes realizar un guion o unos puntos principales.
-  ¡Ahora a grabar! Es importante hacer diferentes tomas, utilizando distintos ángulos, movimientos de cámara y encuadres. Entre más material tengas para escoger, más dinámico será tu video.
-  Una vez termines de grabar, es tiempo de revisar y organizar los clips que tomas-te. Puedes separar los videos entre entrevistas y tomas de apoyo para facilitar la escogencia del material.
-  Aquí debes comenzar con la edición de tu video. Generalmente, los videos o reels para redes sociales requieren de ediciones muy sencillas. Para esto, te re-

comendamos utilizar aplicaciones para el celular, como CapCut, en la que puedes editar, subtítular y musicalizar tus videos fácilmente. Te dejamos una guía sencilla para que sepas cómo utilizar esta herramienta.



Una vez editado, tu video está listo para ser difundido a través de las redes sociales o las plataformas que deseas.



Recuerda que a la hora de grabar es importante posicionar tu organización, para eso es importante que si tienes un pendón o elemento representativo, lo tengas a la mano.

Consejos fotográficos



Manejo de la luz: A la hora de grabar, es indispensable que encuentres un balance en el que tu toma no se vea muy iluminada, ni muy oscura. Te recomendamos realizar tus grabaciones en lugares abiertos o que tengan baja exposición a la luz del sol.



Vibración excesiva: Cuando estés grabando un clip, debes procurar mantener el dispositivo lo más estable posible para evitar el efecto conocido coloquialmente como pulso de maraquerá.



Movimientos bruscos o muy rápidos: Todos los movimientos que realices mientras estés grabando, deben ser muy suaves, controlados y lentos.

Recomendaciones

-  Planea sobre qué quieres que se trate tu video, esto te facilitará el proceso de grabación y de edición respectivamente. De ser posible, ten un guion o unos puntos principales.
-  Aprovecha esta herramienta para posicionar temáticas relevantes dentro de tus liderazgos u organización
-  Recuerda hacer muchas tomas, desde diferentes ángulos, encuadres y con distintos movimientos de cámara. Esto te ayudará a tener más contenido para seleccionar a la hora de editar y a tener videos más dinámicos.
-  Verifica que la duración de tu video sea acorde con la plataforma a la que lo vas a subir. Por ejemplo, en las redes sociales funcionan mucho mejor los videos cortos, de máximo un minuto.
-  Si tus videos incluyen entrevistas o testimonios, te sugerimos que el espacio en el que vayas a grabar no sea muy ruidoso, igualmente procura utilizar unos audífonos de cable o inalámbricos a la hora de grabar. Puedes realizar un video de prueba para verificar que el sonido esté bien. Si tienes micrófono mucho mejor.
-  Utiliza la cámara trasera de tu celular, ya que tiene mejor resolución.

Cuando tengas que grabarte a ti misma, puedes seguir esta serie de recomendaciones:

-  Prepara el mensaje que vas a grabar, de ser posible escríbelo en un papel, sin embargo evita leer. Recuerda ser muy breve, puntual y dinámica, como si estuvieras contándole esto a alguien cercano a ti.

- ✿ En caso que no tengas una compañera/o que te pueda grabar, ubica el celular sobre alguna superficie donde no se vaya a mover para estabilizar la cámara y evitar movimientos indeseados.
- ✿ Usa una distancia adecuada. En este caso, se recomienda usar un plano medio corto. Para ello, coloca el celular a una distancia aproximada de 60 centímetros, de manera vertical y evita cortar tu cabeza en la toma.

Prepara el espacio donde vas a grabar.✿

✿ **Si es en un espacio interior:**

- a. Revisa que haya buena iluminación (luz natural de día). Ten cuidado de no quedar en contraluz.
- b. Ten presente que el fondo que aparece en el video no debe tener elementos distractores.
- c. Asegúrate que lo único que se escuche en el video sea tu voz. Evita cualquier tipo de ruido o sonido externo que pueda interferir.

✿ **Si es en un espacio exterior:**

- a. Usa una pared o un espacio adecuado de fondo donde no se vea mucho movimiento, esto para evitar que las personas que vean el video se distraigan con lo que ocurre en el fondo.
- b. Utiliza audífonos para una mejor canalización del sonido.
- c. Revisa la iluminación.



Hora de practicar!

Escoge una temática alrededor de los derechos de las mujeres, como por ejemplo interrupción voluntaria del embarazo, violencias basadas en género, participación política, y realiza un video de máximo un minuto y medio, en el que se incluyan intervenciones de al menos tres mujeres que respondan a una pregunta orientadora planteada sobre el tema seleccionado. Recuerda incluir imágenes de apoyo para tener un video más dinámico.





Textos

Para poder comunicar adecuadamente, necesitamos conocer y aprender a usar las distintas herramientas que podemos emplear. En esta unidad nos centraremos en tres fundamentales que podemos realizar y que están al servicio de la comunicación alternativa.

Comunicado de prensa

Los comunicados de prensa funcionan muy bien cuando queremos posicionar la atención mediática sobre un acontecimiento o situación en particular.

En primer lugar, es importante que definas el punto principal que va a tener el comunicado. A su vez, es fundamental que proporciones información geográfica y descriptiva, que ayude a contextualizar sobre lo que esté sucediendo a la persona que lo va a leer.

¡Ten en cuenta estos elementos a la hora de escribir un comunicado!

- * Fecha
- * Municipio, departamento
- * Contexto General
- * Descripción de la situación o acontecimiento
- * Nombre de la organización o institución que emite el comunicado
- * Número y correo de contacto de comunicaciones

Cuando tengas el comunicado listo, es necesario compartirlo con periodistas, medios de comunicación y organizaciones de mujeres y feministas que puedan contribuir con la difusión del mismo. Para esto, lo recomendable es mantener relaciones cercanas con estos actores.

Carta

Las cartas son un recurso escrito, tanto físico como digital, que nos permite comunicar sentimientos, situaciones, quejas o solicitudes a otras personas, sobre diferentes temáticas. Esta puede ser redactada a título personal o en nombre de una organización o institución.

Los dos tipos de cartas más comunes son la formal, la cual se utiliza en comunicaciones profesionales o institucionales y requieren de un tono más serio, y la informal, que se escribe con un lenguaje menos cuidado y genera una cercanía con las y los destinatarios, esta puede ser utilizada para hacer publicidad.

¡Recuerda incluir estos elementos cuando escribas una carta!

- * Lugar y fecha
- * Saludo, en el que debes incluir las o los destinatarios
- * Cuerpo de la carta, en el que explicas el propósito de la carta
- * Despedida
- * Firma

Al finalizar con la redacción de la carta, puedes enviarla a través de correo electrónico y, de ser posible, difundirla por medio de las redes sociales.

Noticia

La noticia tiene por objetivo **informar** de manera breve y clara un hecho que está sucediendo o acaba de suceder. Se caracteriza por centrarse en hechos de relevancia e interés público, que afectan a muchas personas de una o varias comunidades. En la mayoría de los casos, las noticias tratan temáticas de **actualidad**, por lo que la **inmediatez** es un factor fundamental en este género periodístico. Debido a que su único objetivo es

informar, es importante que se incluya la mayor cantidad de datos y fuentes confiables como personas, documentos, testimonios, entrevistas, que sustenten la información.

Ten en cuenta que tu noticia debe responder estas seis preguntas:

- ❖ ¿Qué?
- ❖ ¿Cómo?
- ❖ ¿Cuándo?
- ❖ ¿Quién o quiénes?
- ❖ ¿Dónde?
- ❖ ¿Por qué?

Paso a paso para hacer una noticia

1. ¡Presta atención a tu entorno! En la cotidianidad, ocurren muchas cosas que podrían ser noticia. Recuerda que cualquier hecho que afecte a varias personas dentro de una comunidad, es un hecho noticioso.

2. Investigar profundamente sobre el acontecimiento es fundamental, esto nos ayudará a tener el relato más cercano posible a la realidad. Para esto, es necesario recurrir a diversas fuentes como documentos, informes, fotografías, videos, testimonios, así como contrastar y verificar la información obtenida antes de realizar una publicación.

Tip: Las preguntas que mencionamos anteriormente, te servirán como guía para esta investigación.

3. Una vez tengas tu investigación, es tiempo de organizar la información y comenzar a escribir. Para redactar una noticia se utiliza la técnica de la pirámide invertida, una estrategia de redacción que consiste en presentar primero la información más relevante, con el objetivo de captar la atención de las y los lectores desde el inicio.

Ten en cuenta la estructura de la noticia a la hora de escribir:

-  El título de una noticia tiene por objetivo captar la atención, por eso debe ser llamativo
-  En la entradilla se presenta información relevante que permita a la audiencia conectarse e interesarse por la noticia
-  En el cuerpo de la noticia, se desarrolla toda la investigación, respondiendo a las seis preguntas, presentando contexto, datos relevantes y fuentes
-  Para terminar, se debe construir un cierre o conclusión con los posibles desenlaces e impactos de la noticia

4. Una vez finalices la redacción de la noticia, es importante hacer una segunda revisión, en la que te asegures de que el lenguaje sea claro, sencillo y apropiado, así como de que se respondan las seis preguntas. Puedes pedirle a un familiar o amiga que lea la noticia y conversar sobre lo qué entendió de tu texto.

Copies para Redes Sociales

Cuando se habla de copies para redes se hace referencia a los textos que acompañan las publicaciones en plataformas como Instagram, Facebook, Tik Tok o Twitter y tienen como objetivo captar la atención de las y los usuarios y transmitir mensajes claros que complementen los post.

A la hora de redactar estos textos, debes tener en cuenta la red en la que lo vas a publicar, por ejemplo, en Twitter se limitan los caracteres entonces los copies deben ser más cortos, que en Instagram o Facebook. Además, se recomienda utilizar emojis para gene-

rar una mayor cercanía y hacer más llamativos los mensajes, así como hacer uso de los hashtags, que pueden crearse juntando palabras llamativas que resuman lo que se quiere comunicar.

Recomendaciones

-  Utiliza un lenguaje sencillo y cercano en tus textos.
-  Utiliza emojis para hacer tus textos llamativos.
-  Usa los hashtags, puedes crearlos tú misma o sumarte a unos que ya estén establecidos.
-  Ajusta tus textos de acuerdo con la red social a la que vas a subir el contenido.



Hora de practicar!

1. Escoge un tema de actualidad nacional que afecte directamente a las mujeres y redacta un comunicado de prensa alrededor del tema seleccionado, por ejemplo: aumento de feminicidios en el año 2024.
2. Escoge una institución o entidad y un tema en específico para abordar y escribe una carta formal en la que expliques tu solicitud.
3. Redacta una noticia sobre un tema de interés para tu comunidad y acompaña tu texto con algún apoyo visual.





Redes Sociales

Para la comunicación alternativa, las redes son herramientas fundamentales para la difusión de la información que producen las comunidades. Las redes no solo permiten de manera eficiente la visibilización de iniciativas, problemáticas y otros temas de interés colectivo; sino que también son espacios de interacción con actores con los que normalmente no es tan directa la interlocución.

A continuación, veremos en detalle cada una de ellas:

Facebook

Es una herramienta digital muy importante que permite compartir mensajes, fotos y videos de manera instantánea con otras personas. Además, es muy útil para las organizaciones sociales debido a que posibilita la difusión de contenidos y ayuda a dar visibilidad tanto a la organización como a los procesos que se realicen dentro de esta.

Para comenzar a navegar a través de esta red, es necesario crear una cuenta, esta puede ser un **perfil**, que funciona muy bien para uso personal; una **página**, que es la opción más recomendada para organizaciones o colectivos; o un **grupo**, que es una comunidad que se conforma en torno a unos intereses específicos en común. Puedes configurar si deseas que tus publicaciones sean privadas o públicas y la forma más común de interacción, son las reacciones con emojis a las publicaciones.

Recomendaciones

- ❖ ¡Haz transmisiones en vivo! Son una herramienta muy valiosa que permite registrar eventos o actividades y que cualquier persona pueda verlo en tiempo.
- ❖ Verifica que tus videos duren como **máximo dos minutos**.

 Siempre acompaña tus publicaciones con algún **recurso visual** (una fotografía, ilustración, gráfica)

 Ten en cuenta los **tamaños de imágenes** utilizados para esta red

- **Perfil:** 180 x 180 píxeles
- **Portada:** 851 x 315 píxeles
- **Publicaciones cuadradas:** 1200 x 1200 píxeles
- **Publicaciones horizontales:** 1200 x 900 píxeles

Instagram 

Esta es una red social que está más enfocada en la parte visual, por lo que es ideal para visibilizar actividades o intereses de las organizaciones. Aquí puedes compartir imágenes y videos, y los mensajes o copies son utilizados principalmente para acompañar los contenidos que se publican.

Para utilizar Instagram, debes descargar la aplicación en un celular y crear una cuenta. Después, podrás interactuar por medio de publicaciones en tu perfil, las cuales quedarán visibles, a menos de que las borres o las archives, o de las historias, que están diseñadas para estar disponibles durante 24 horas, pero está la opción de crear historias destacadas que quedan visibles en tu perfil. Dentro de esta red, también puedes realizar transmisiones en vivo.

Recomendaciones

 Puedes utilizar infografías, gráficos, ilustraciones y fotografías. Recuerda que en Instagram lo más importante es la imagen, por eso procura que lo que pubiques sea llamativo y estético.

 Verifica que tus videos o reels duren como **máximo un minuto** y graba en orientación vertical.



Acompaña tus publicaciones con textos llamativos, que contengan emojis y hashtags acordes al tema que estás tratando.



Siempre que hagas una publicación, compártela en las historias del perfil para asegurar que más personas la vean.



Ten en cuenta los **tamaños de imágenes** utilizados para esta red

- **Perfil:** 110 x 110 píxeles

- **Publicaciones principales:** 640 x 640 píxeles

o de 1080 x 1350 píxeles

- **Publicaciones horizontales:** 1080 x 566 píxeles

- **Publicaciones vertical:** 1080 x 1350 píxeles

X o Twitter

Esta red social, considerada la más importante para la interacción política y social, permite interactuar mediante mensajes o tweets cortos, fotos y videos con personas, instituciones, comunidades y medios en todo el mundo.

Para utilizar X, lo primero que debes hacer es crear una cuenta. Una vez que estés registrada, puedes personalizar tu perfil agregando una foto y una breve descripción sobre ti.

Después puedes comenzar a seguir otras cuentas y a publicar tweets, que no excedan los 280 caracteres. Dentro de estos, puedes mencionar a otros y otras usuarias utilizando el @ seguido del nombre del respectivo perfil, para invitarles a interactuar en la discusión, así como hacer uso de los hashtags, que ayudan a posicionar y organizar los contenidos a los que las otras personas pueden reaccionar con un me gusta, un retweet o un comentario. En X, puedes realizar Spaces, que son transmisiones públicas de audio en vivo, en las que pueden conversar hasta 13 personas y cualquier usuaria/o se puede unir

como oyente.

Recomendaciones

- ❖ Redacta mensajes o tweets cortos, recuerda que el máximo de caracteres es 280.
- ❖ ¡Utiliza hashtags! Estos además de ayudar a hacer seguimiento a temas específicos, los posiciona. Por lo que son una herramienta muy valiosa para visibilizar lo que ocurre en los territorios.
- ❖ Verifica que la duración de tus videos no exceda los 2 minutos con 20 segundos, el máximo permitido de esta red.
- ❖ Ten en cuenta los **tamaños de imágenes** sugeridos para esta red
 - **Perfil:** 400 x 400 píxeles
 - **Portada:** 1500 x 500 píxeles
 - **Imagen de un tweet:** 600 x 355 píxeles

Tik Tok



Esta es una red social que permite crear y compartir videos cortos en formato vertical. Dentro de la plataforma vas a encontrar herramientas de edición, opción de incluir subtítulos, textos, música y diferentes tipos de recursos que te facilitarán la creación de tu contenido.

Tik Tok se ha convertido en una red muy valiosa para las organizaciones sociales debido a su gran alcance, lo que permite aumentar la visibilidad de la organización, movilizar acciones y generar conciencia sobre temáticas específicas que ocurren en los territorios.

Para utilizar esta red, debes descargar la aplicación, si tienes un celular iPhone deber ir a la App Store y si tienes un Android, a la Play Store. Una vez instalada, debes crear una cuenta para lo que necesitarás un número de teléfono, un correo electrónico o una cuenta en otra red social.

En cuanto a los contenidos, Tik Tok se utiliza principalmente para publicar videos cortos, los cuales tienes la opción de editar dentro de la plataforma y podrán durar como máximo un minuto. También puedes difundir videos editados en otras plataformas, estos podrán tener una duración de tres minutos. Para interactuar, puedes seguir a otras cuentas, dar me gusta, compartir y comentar otros videos y crear tu propio contenido.

Recomendaciones

-  Procura que tus videos sean cortos, de máximo **un minuto** de duración y graba en **orientación vertical**.
Aunque no se utiliza mucho, puedes publicar fotos en Tik Tok. Cuando lo hagas, ten presente el tamaño recomendado: **1080 x 1920**.
-  Acompaña tus publicaciones con **textos llamativos**, que contengan emojis y hashtags acordes al tema que estás tratando.

Youtube



Youtube es una plataforma digital utilizada comúnmente para buscar y subir videos, los cuales son públicos y de acceso gratuito, por eso es fundamental verificar que tengas los permisos de uso de imagen y audio de los contenidos que publies. En este espacio puedes encontrar series, películas, videos musicales, cortometrajes, entre otros formatos audiovisuales

Esta es una herramienta que puede resultar muy funcional para las organizaciones sociales, debido a que pueden crear un canal con su nombre y difundir por medio de este, videos realizados y visibilizar los procesos desarrollados.

Recomendaciones

-  Realiza videos dinámicos y llamativos y graba en formato vertical.
-  Realiza miniaturas (portadas) con recursos gráficos para publicar tus videos, estas deben ser de 1280 x 720 píxeles.
-  Acompaña las publicaciones con un título llamativo y un texto que describa lo que se va a ver en el video.
-  Verifica tener los permisos de derechos de autor.
-  Puedes encontrar música de uso libre para tus videos en Youtube Audio Library.

WhatsApp 

Es el servicio de mensajería más utilizado en Colombia para mantenerse en contacto con otras personas, debido a su facilidad de acceso.

Es una herramienta muy valiosa y de bajo costo que ayuda a las organizaciones sociales a difundir contenidos tanto interna como externamente de manera efectiva y eficiente. Puedes compartir mensajes, fotografías, videos, imágenes y documentos de manera instantánea.

Tienes estas opciones para difundir tus contenidos:

-  Mediante mensajes directos a una persona.
-  Por medio de la **creación de un grupo**, que son utilizados generalmente para agrupar a determinadas personas alrededor de una temática en específico y se puede configurar para permitir que los participantes interactúen o que sean solo receptores de información por parte de las y los administradores del grupo.
-  Para crear un grupo en un celular Android, debes ingresar a WhatsApp, dar click en los tres puntos que aparecen en la parte superior derecha y seleccionar la opción de **Nuevo grupo**. Después, debes seleccionar a las y los integrantes y ponerle un nombre, una descripción y una foto al grupo.
-  Para crear un grupo en un celular iPhone, debes ingresar a WhatsApp, dar click en el ícono de + que aparece en la parte superior derecha y seleccionar la opción de **Nuevo grupo**. Después, debes seleccionar a las y los integrantes y ponerle un nombre, una descripción y una foto al grupo.
-  Mediante una **lista de difusión**, en la que puedes compartir información de manera masiva, pero generando conversaciones individuales.
-  Para crear una lista de difusión en un celular Android, debes ingresar a WhatsApp, dar click en los tres puntos que aparecen en la parte superior derecha y seleccionar la opción de **Nueva difusión**, seleccionas las personas a las que les enviarás el mensaje y se abrirá una ventana de chat que muestra los destinatarios y te permite redactar y enviar el mensaje.
-  Para crear una lista de difusión en un celular iPhone, debes ingresar a WhatsApp, dar click en el ícono de + que aparece en la parte superior derecha y seleccionar la opción de **Nueva difusión**, seleccionas las personas a las que les enviarás el

mensaje y se abrirá una ventana de chat que muestra los destinatarios y te permite redactar y enviar el mensaje.

Recomendaciones

- ✿ Procura incluir una pequeña descripción para contextualizar sobre el contenido que vas a enviar.
- ✿ Para hacer tus mensajes más llamativos, puedes utilizar emojis y, para resaltar una frase o palabra en negrita, escribe un * antes y después de esta.
- ✿ Comparte las fotografías y videos con opción HD. En caso de no tener esta opción, compártelos como un documento para no perder la calidad.



Recursos adicionales

Existen diferentes aplicaciones y plataformas gratuitas que están a nuestra disposición y son muy útiles a la hora crear contenido. Te dejamos algunas recomendaciones:

-  **Canva:** es una plataforma web utilizada para diseñar de manera sencilla piezas y publicaciones para tus redes. Tienen gran variedad de plantillas que pueden facilitar tu proceso de creación.
-  **Remove background:** es una plataforma web que te permite remover el fondo de tus fotografías.
-  **Photoroom:** Es una aplicación para el celular que te permite remover el fondo de tus fotografías y descargarlas en alta calidad.
-  **Whitagram:** Es una aplicación para el celular en la puedes editar tus fotografías fácilmente.
-  **InShot:** es una aplicación gratuita para editar videos desde el celular de manera sencilla.

Estrategias de comunicación para organizaciones sociales

Las estrategias de comunicación son herramientas que permiten organizar y planificar objetivos, actividades, alcance, tiempo de ejecución y desarrollo de la línea comunicativa de una organización o empresa. Por ejemplo: crear una estrategia de comunicación para visibilizar la Red Municipal de Mujeres.

A continuación te presentamos el paso a paso para crear una estrategia de comunicación:

1. Investigar y analizar nuestro contexto: Esto nos permite tener un punto de partida frente al alcance que podemos darle a nuestra estrategia. Pensar dónde estamos situadas.

2. Fijar objetivos: ¿qué queremos conseguir con esa estrategia? Recordemos que estos objetivos deben ser concretos y realizables. Podemos definir uno general y al menos dos específicos que se formularán en función de éste

Veamos un ejemplo de objetivo general:

-*Visibilizar el trabajo que hace la Red de Mujeres del municipio, a través de acciones comunicativas que permitan su reconocimiento en el municipio.*

3. Define un público objetivo: ¿a quién queremos que le lleguen nuestros mensajes? A las mujeres exclusivamente, a la ciudadanía en general, a la institucionalidad.

4. Selección de mensajes: debemos definir algunos mensajes clave que queremos difundir y que sean comunes en todas las acciones que realicemos y funcionen para todos los públicos que hayamos seleccionado.

Ejemplos:

- *¿Cómo se conformó esta Red de mujeres? ¿por qué? ¿Cuántas mujeres hacen parte de ella? ¿Cuáles son sus ejes de trabajo? Y todo lo que queramos que sepan de nosotras.*

5. Seleccionar los canales de comunicación: debemos identificar cuáles son los canales por donde podemos difundir estos mensajes en nuestro territorio. Para esto es necesario preguntarnos cuáles son los más usados por las personas y por nuestro público objetivo para informarse.

6. Definir las acciones: luego de saber el contexto de nuestro territorio, a quién vamos a

llegar con nuestros mensajes y por cuáles canales, es hora de definir qué acciones concretas vamos a hacer para empezar cumplir nuestros objetivos.

Ejemplos:

-Elaborar un pendón de la organización para dar visibilidad en espacios estratégicos.

Diseñar e imprimir material P.O.P para aumentar el reconocimiento en el municipio.

-Hacer videos para redes sociales de las voceras contando información importante sobre la organización.

7. Elabora un cronograma: con el objetivo de determinar cuánto tiempo vas a destinar para implementar cada acción en esta estrategia.

8. Haz un presupuesto: para determinar cuánto cuesta cada acción que vas a realizar, de acuerdo a las posibilidades económicas.



