


# MANUAL DE COMUNICACIÓN





# ÍNDICE

- 03**      Movimiento ciudadano
  - 04**      Nuestros canales
  - 05**      ¿Cómo publicar en redes sociales?
  - 08**      ¿Cómo contactarte con la prensa?
  - 10**      ¿Cómo dirigirte a la prensa?
  - 11**      ¿Qué no publicar en redes sociales o decir ante la prensa?
- 

## Movimiento Ciudadano

### ¿Qué es Movimiento Ciudadano ?

En 1998 se fundó una alternativa política, de la mano de Dante Delgado, para México: **Convergencia**. Sin embargo, con los años surgió la necesidad de renovarnos.

En 2011 se decidió cambiar el planteamiento para abrir las puertas a la ciudadanía y construir un **proyecto político nacional desde lo local**. Así, tras un proceso de aprendizaje y entendiendo que reinventarnos es caminar hacia el futuro, nació **Movimiento Ciudadano**.

### Nuestra filosofía

Movimiento Ciudadano está a favor de los **derechos humanos, la igualdad, la solidaridad, la libertad, la justicia social, el respeto a la diversidad y los valores democráticos**.

Por eso no respondemos a doctrinas ni a intereses privados; por el contrario, llevamos las causas de las personas ciudadanas a los espacios y tribunas más importantes del país, porque la ciudadanía será siempre quien defina y dirija nuestras decisiones y acciones.

### ¿En qué nos diferenciamos?

Creemos que **las causas y las personas** deben ser siempre el **eje central del sentido político**.

**Las causas** que defendemos, **los principios** que respaldamos y **nuestra consistencia** con nuestras acciones y apuestas respecto a los derechos sociales, económicos y tradicionales **nos han distinguido del resto de opciones políticas** que solo buscan el poder.

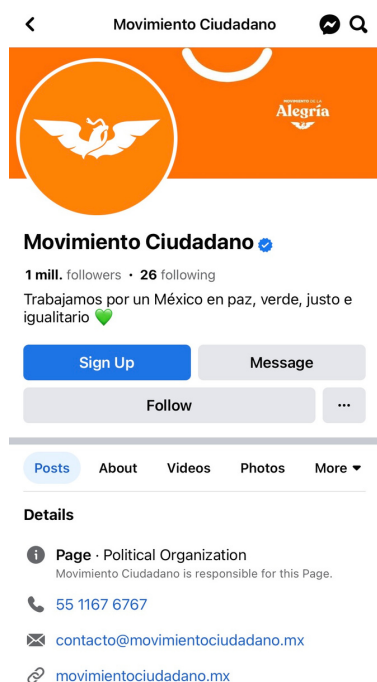
### Nuestro trabajo

Tenemos como guía el proteger y garantizar todos los derechos para todas las personas, como por ejemplo:

- La iniciativa para vacaciones dignas.
- El Nuevo Trato por la Salud.
- El Nuevo Trato de Iguales que fije salarios dignos, que amplíe e iguale las licencias de maternidad.
- La prohibición de las terapias de conversión.



## Nuestros canales



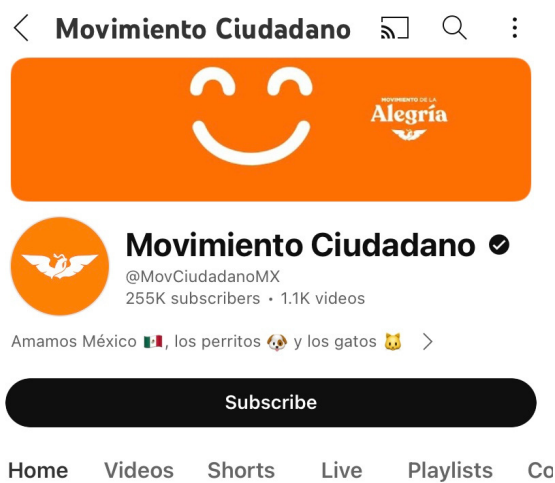
**Facebook**  
**Movimiento Ciudadano**



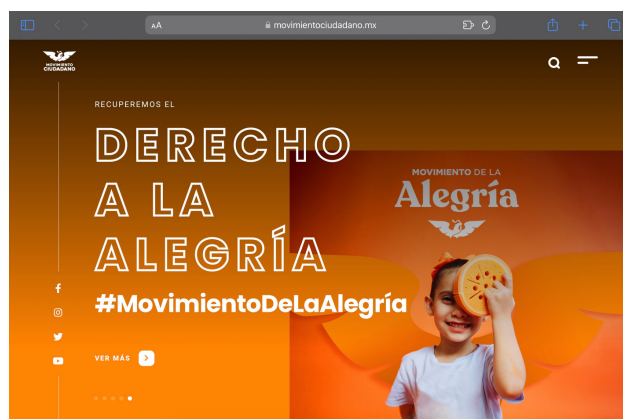
**Instagram**  
**movciudadanomx**



**Twitter**  
**MovCiudadanoMx**



**YouTube**  
**MovCiudadanoMX**



**Pagina web**  
**https://movimientociudadano.mx**

## ¿Cómo publicar en redes sociales?

Ahora que conoces nuestros medios de comunicación, estas son **recomendaciones** a seguir al publicar contenido en tus redes sociales.

**Facebook:** es una red social pensada para conectar personas, es decir, **compartir información, noticias y contenidos audiovisuales.**

En esta plataforma podrás compartir fotografías sobre tu proyecto o iniciativa y enlazarte con personas o movimientos cuyo interés sea el mismo que el tuyo.

Existen **dos tipos de cuentas, las personales y las páginas.** Te recomendamos crear una pagina una vez que tengas tu cuenta personal, ya que la plataforma te proporcionará **estadísticas** sobre el impacto de tu contenido con la audiencia. De esta manera conocerás horarios más adecuados para realizar publicaciones, y si tú contenido está llegando a las personas que te interesan, entre otras métricas.

El contenido que puedes publicar son fotos y videos cortos o largos de tu proyecto, crear eventos, contactarte con otras personas vía Messenger (mensajería), compartir noticias desde otro medio de información, etc.

Hacer “en vivos” es una opción si quieres platicar tu proyecto y tener comunicación en directo con tu audiencia.

Además, existen grupos que los usuarios crean para tratar temas de su vecindario o comunidad, algunos son públicos y otros privados, podrás unirte enviando una solicitud si el grupo es privado.

Puedes usar hashtags (#) los cuales permiten que los usuarios puedan seguir fácilmente los temas que les interesan. Te sugerimos usar **# con palabras claves de tu proyecto.** Por ejemplo, si tu tema es el deporte puedes usar #deporte #fútbol #social, etc.

**Instagram** es una red social **visual**, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración. También interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta.

Al igual que en Facebook, existen **dos tipos de cuentas, las personales y empresariales**. Una vez que tienes tu cuenta personal, puedes cambiarla a empresarial, te recomendamos usarla en esta modalidad para conocer tus estadísticas y saber si tu contenido está llegando a las personas de tu interés.

En esta red social puedes compartir fotografías de tu proyecto, seguir personas y organizaciones que tengan los mismos intereses que el tuyo.

Al usar la plataforma te darás cuenta de que existen los videos cortos, llamados "reel", puedes crear un reel desde cero juntando fragmentos de tus videos e incluso fotografías. Además, existen "plantillas" que sirven para facilitar la creación de un reel, y por lo regular éstas son "virales" o están en tendencia, lo cual te ayudará para que tu reel sea visto por mas personas.

Hacer "en vivos" es una opción si quieres platicar tu proyecto y tener comunicación en directo con tu audiencia.

De la misma forma, los hashtags (#) funcionan para que los usuarios sigan contenido de su interés. Úsalos para que tus publicaciones tengan mayor alcance y más personas lo vean, deben ser palabras clave y sencillas. Dentro de los # que te sugerimos usa **#elcaminodelheroe**.

En **Twitter** (también llamado "X") las personas publican Tweets, que pueden contener fotos, videos, enlaces y texto. Al igual que en Facebook e Instagram, puedes seguir cuentas de tu interés.

Twitter es una opción si buscas compartir alguna noticia u opinión referente a tu iniciativa.

En esta plataforma existe un **límite de caracteres** (280) por lo que te recomendamos ser preciso y breve en tu Tweet. De no ser así, podrás crear un "hilo", no es más que una serie de tweets que sirven para proporcionar contexto adicional o actualizaciones.

Es importante que uses hashtags # referentes al tema de tu proyecto o iniciativa. Recuerda que deben ser palabras clave como **#elcaminodelheroe**.

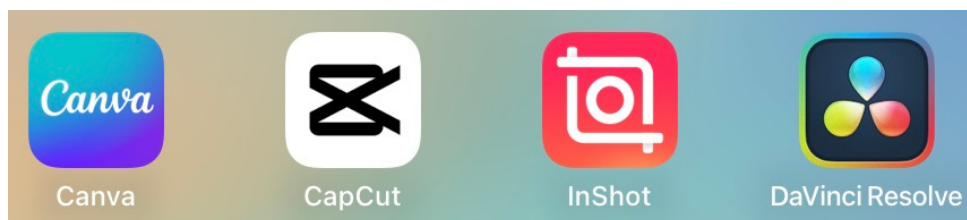
**Youtube** es principalmente una plataforma para subir videos de larga duración. En esta plataforma podras compartir videos mas extensos sobre tu proyecto.

En esta plataforma debes suscribirte para seguir el contenido que te interesa y en tu página de inicio te aparecerán videos relacionados y últimos en estrenar de los canales a los que estás suscrito.

También podrás compartir videos cortos llamados “YouTube Short”, son similares a los reels y en muchas ocasiones los usuarios comparten los mismos que en Instagram.

Algunas aplicaciones recomendadas para crear contenido y editar videos son:

- Canva
- CapCut
- InShot
- DaVinci Resolve



### Nota

Recuerda que al igual que todos los medios de comunicación, las redes sociales tienen el poder de replicar y opinar ante cualquier situación, por esta razón te pedimos **no uses colores, slogan, logos, canciones, hashtags y referencias de actores políticos** de nuestro Movimiento, o hagas referencia a **procesos electorales** de cualquier índole.

## ¿Cómo contactarte con la prensa?

El mundo de los medios es un universo inmensamente grande. Para conseguir el contacto de un periodista lo que tienes que hacer es lo siguiente:

- Identifica al periodista que necesitas: aquí es importante que afines la búsqueda. Si necesitas contactar con periodistas de empresa no busques en sociedad o si necesitas de salud no escribas a uno de economía.
- Relaciónate con el periodista: Twitter y LinkedIn son dos redes sociales perfectas para contactar con los periodistas.
- Redes Sociales: es un buen método hoy en día ya que casi todos los periodistas tienen perfil profesional y suelen compartir lo que escriben en su medio
- La página web del medio: todos los medios tienen una sección de “Nosotros” o de “Contacto” que suele aparecer en el footer de la web.
- Llamar a la redacción: ahorras tiempo dando vueltas y sobre todo tienes la oportunidad de pedir ayuda a quien te descuelgue el teléfono. Llama y pregunta si te pueden dar el contacto del redactor de empresa/salud/lifestyle o lo que sea que necesites. Si estás muy perdido incluso directamente sé franco y pide ayuda. Cuéntale brevemente a quien te atienda lo que necesitas y que te aconseje con quién hablar.

### Consejos

- Sé proactivo: antes de ponerte a buscar a un periodista asegúrate de que es la persona adecuada y que escribe sobre los temas que le vas a proponer.
- Perchas informativas: envía siempre información buena e interesante. Trabaja el storytelling y busca una buena percha informativa.
- Personaliza el mensaje: no te limites a enviar el texto sin más. Dedícale unas palabras, explícale por qué crees que ese email es acertado para el periodista. Llama al periodista por su nombre, y, si es posible, haz alguna referencia a una historia reciente que haya escrito.



- Hacer un seguimiento: deberás concederle al periodista algunos días para revisar tu información, tu nota de prensa o tu propuesta. Posteriormente podrás enviarle un email de seguimiento. Si no recibe noticias del periodista después de realizar el seguimiento, deberás suponer que no está interesado en lo que le estás ofreciendo en este momento.
- Ser agradecido: ¿Cómo puedes ser agradecido? Por supuesto con un email de agradecimiento y por otro lado compartiendo en las redes sociales y agradeciendo personalmente con una mención al periodista. Recuerda que puede ser el inicio de una buena relación. Debes cultivar esa relación para tener más oportunidades.

## ¿Cómo dirigirte a la prensa?

Quienes son **portavoces** tienen la función de **comunicar** y representar a una organización, mientras que los **periodistas**, entre otros aspectos, buscan **entender y comunicar información** generando noticias que potencialmente puedan ser de interés para el público al que se dirigen.

Ahora te dejamos recomendaciones para tener una buena relación con la prensa.

- Es imprescindible que estés al tanto de las noticias del día, y, claro está, e incluso sobre rumores que la prensa maneje a la hora de enfrentarte a sus preguntas. Muchas veces esas preguntas son basadas en especulaciones.
- Se les llama “mensajes claves” a las dos o tres frases cortas que tendrás preparadas para introducirlas dentro de las respuestas que brindes a la prensa.
- Tener comunicación asertiva y respuestas con cortesía y simplicidad.
- Se claro y preciso: evita el uso de jerga, retórica o lenguaje explosivo y evítelos “mmm” y los “ajá”. Concéntrate en el asunto para no distraer a la audiencia.
- Contradecirte es una de las formas en las que los periodistas pueden intentar menoscabar tus argumentos o la forma en la que expones tus ideas, y volverse más incisivos al preguntar.
- No juegues o agarres ningún objeto: así provocarás distracción y esto lo te hace parecer nervioso.
- La apariencia cuenta: los participantes deben estar apropiadamente vestidos para la ocasión.
- Dí siempre la verdad. Si no sabe la respuesta a una pregunta, dílo. No exageres o proporciones datos que no estén respaldados por evidencia, no presentes opiniones como si fueran hechos ni hagas acusaciones que no pueden ser comprobadas.

## ¿Qué no publicar en redes sociales o decir ante la prensa?

- No puedes publicar o decir algo que vaya en contra de nuestra **Carta de Identidad**.
- No puedes publicar o decir algo que vaya en contra de nuestra **Declaración de Principios**
- No puedes publicar o decir algo que vaya en contra de nuestro **Programa de acción**.
- No puedes publicar o decir algo que vaya en contra de los **Derechos Humanos Universales**.

Por otro lado, te recomendamos seguir los siguientes consejos para tener una mejor experiencia en los medios de comunicación.

- Solicita autorización antes de etiquetar las fotos subidas por otras personas. Puede ocurrir que haya alguien que no quiera estar etiquetado en una foto aunque se haya publicado.
- No subas aquello que pueda perjudicarte a ti o a otras personas. Podrás eliminarlo posteriormente pero las copias que ya circulen por la red resultarán imposibles de borrar.
- Usa etiquetas positivas. No utilices etiquetas que resulten ofensivas para otras personas.
- Ayuda a crear un ambiente agradable. En tus intervenciones sé amable, educado y respetuoso con los demás.
- Usa los emoticones. A veces resulta interesante usarlos para expresarnos mejor y evitar malentendidos.
- Críticas y comentarios. Modera tus críticas hacia otras personas. Recuerda que si te excedes con otros usuarios/as puedes llegar a vulnerar sus derechos.
- Respeta la privacidad de otras personas. No difundas en público o en otros grupos aquella información que un usuario comparte contigo o con un grupo en concreto. Cuida la privacidad de las personas como quisieras que cuidasen la tuya.
- No participes en aquello que no te interese o no lo veas claro. No hay problema con ignorar solicitudes de amistad de personas que no conoces. Tampoco con declinar invitaciones a ciertos eventos o grupos. No reacciones de forma violenta cuando alguien no te acepta como amigo/a.
- Conserva una actitud pacífica.



- Utiliza los sistemas de denuncia si fuera necesario. Las redes sociales disponen de formularios para denunciar el comportamiento inadecuado de un usuario.
- Sé responsable. Recuerda que las redes sociales no son un juego. Eres responsable de todo lo que haces en ellas.

Además, recuerda **no usar slogan de campañas, logos, canciones, hashtags y referencias de actores políticos** de nuestro Movimiento, o hagas referencia a **procesos electorales** de cualquier índole.