

Ejemplos de plan de comunicación exitosos

Descripción	Contenidos	Aportación	Referencias
<p>Título: Zapatismo</p> <p>Cuándo: 1994</p> <p>Dónde: Chiapas, México, Global</p> <p>Contexto: Primero de enero de 1994, el día en que entraba en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA)</p>	<p>Considerada la primera revuelta contra el neoliberalismo, este movimiento puso en crisis las formas tradicionales de acción política.</p>	<p>El zapatismo está considerado como la primera guerrilla de la comunicación que se apoya en Internet. Aplica con gran inteligencia y creatividad las estrategias de comunicación en red, prototipo de la Net War. Utiliza el mito como una de las formas más eficaces de comunicar (mezcla de personas y personajes, como el subcomandante Marcos). E inaugura una verdadera nueva caja de herramientas (hablar de corazón a corazón, evitar la generalidad discursiva, utilizar distintos registros, descentralizar el discurso, mantenerlo abierto...).</p>	<p>Innumerables, busca la tuya :-D</p>
<p>Título: Si eres legal, comparte</p> <p>Cuándo: 2008</p> <p>Dónde: España</p> <p>Contexto: Campañas del Ministerio de Cultura contra las redes P2P y las descargas</p>	<p>El Ministerio de Cultura lanzó una web contra las descargas, titulada Si eres legal, eres legal. Hacktivistas, colectivo de activistas en Internet, diseñó una página web réplica de la de la campaña ministerial y la tituló Si eres legal, comparte. Publicó en ella argumentos a favor de la cultura libre y la posicionó para</p>	<p>Hacer que el enemigo trabaje para ti. Deslegitimar sus argumentos con mejores argumentos. Aún cuando la suplantación se destapa (la "falsa" web de Hactivistas), la acción sigue siendo eficaz. Se sigue hablando de ello, se abre un debate y reflexión por parte de la sociedad, que suele implicar desmentidos por parte de los organismos</p>	<p>Casi todo lo de Hacktivistas ha desaparecido.</p>

	<p>que saliera en las primera posiciones de Google. Cuanto más dinero invertía el Ministerio en visibilizar su web, más visitas llegaban a la web de Hacktivistas. La visibilidad y legitimidad de «los ilegales» fue tan grande y mediática que el el periódico El País publicó el día 1 de diciembre de 2008 un cara a cara argumental entre el Ministerio de Cultura y esos «ilegales», titulado «Las 10 verdades del P2P que dice Cultura que son mentira».</p>	"atacados".	
<p>Título: Rainforest Action Network campaña orientada a la mujer del CEO del Royal Bank of Canada Cuándo: 2015 Dónde: España Contexto: Manifestación contra la ley conocida como "mordaza"</p>	<p>En Toronto la red RAN apeló directamente a Janet Nixon - la esposa del director general de Royal Bank of Canada, Gordon Nixon - para ayudarles a que ese banco deje de financiar masivamente empresas de arenas bituminosas localizadas en Alberta. Dos mujeres indígenas canadienses pusieron banderas frente a la entrada principal de la sede del Royal Bank of Canada (RBC) donde ponía "Por favor, ayúdenos Sra. Nixon".</p>	<p>Este caso ejemplifica como a veces hay que orientar la campana de comunicación hacia personas u organizaciones que pueden tener mas medios o influencia en conseguir cambiar las malas practicas que se denuncian, además muestra que no siempre hacen faltas muchos medios ya que en este caso se usaban banderas pintadas a mano pero saber donde colocarlas y asegurarse de que estas sean vistas por quien puede hacer pasar el mensaje hacia la persona influenciadora.</p>	<p>https://www.ran.org/mrs_nixon_please_help_us_stop_the_tar_sands</p>
<p>Título: Manifestación de Hologramas Cuándo: 2015 Dónde: España Contexto: Manifestación</p>	<p>Convocada por la plataforma No Somos Delito, la manifestación mostraba su rechazo a la Ley Orgánica de Seguridad Ciudadana, aprobada por el</p>	<p>Este ejemplo muestra que a veces hace falta inventar un formato que no existe aun para llevar a cabo un plan de comunicación que pueda tener un impacto mediático muy</p>	<p>Youtube: http://www.youtube.com/watch?v=6KtXRz-BBP0 No somos delito: http://nosomosdelito.net/ Hologramas por la libertad:</p>

<p>contra la ley conocida como “mordaza”</p>	<p>Gobierno del Partido Popular y bautizada por la oposición como “ley mordaza”. Según la Marea: Miles de hologamas desfilaron este viernes por la noche frente al Congreso de los Diputados en una singular manifestación contra la <i>Ley Mordaza</i> organizada por la plataforma No Somos Delito. Ciudadanos de todo el mundo prestaron su imagen y su voz para que su imagen digitalizada integrara la protesta, que pretendía visibilizar la restricción de la protesta que supone la aprobación de la Ley de Protección de la Seguridad Ciudadana. “La manifestación de hologramas desvela que las personas no podremos expresarnos en la calle con mensajes contrarios a la clase política dominante, no podremos pensar libremente, pues el pensamiento libre depende de la posibilidad de reunirse para hablar con libertad, expresarse en las plazas, en los mercados, en las calles... No podremos ser nosotros y nosotras mismas”, señalan desde No Somos Delito”.</p>	<p>extendido y también muestra como estos formatos experimentales requieren mucho trabajo de preparación y la creación de redes y alianzas con organizaciones y colectivos a nivel internacional.</p>	<p>http://www.hologramasporlali bertad.org/ La Marea: http://www.lamarea.com/2015/04/11/miles-de-hologramas-protestan-contra-la-ley-mordaza-frente-al-congreso/</p>
--	---	---	--

<p>Título: Movimientos de liberación gráfica (MLG)</p>	<p>En las campañas electorales municipales, diseñadores/as se auto-organizan de manera descentralizada para crear dibujos, carteles, lemas a favor de las alcaldesas candidatas. Su trabajo descentralizado se refleja en una imagen gráfica de las alcaldesas no unificada (no una única foto oficial). Se genera una ola de explosión de creatividad y de alegría en las redes sociales digitales y en las calles que toma la forma de carteles, ilustraciones, performances, poesías y relatos, proyecciones en edificios, paseos con caretas y con pancarta-letras, balcones intervenidos, creaciones de películas y videoclips, canciones originales y versiones.</p>	<p>La construcción de un discurso gráfico (campaña electoral gráfica) no unificado, distribuido, que permanece abierto. La centralidad que el diseño gráfico está ocupando en la nueva comunicación política y del reconocimiento explícito de su valor como lenguaje complejo, capaz de hacer afirmaciones y de expresar proyectos, propuestas e identificaciones con tanta riqueza y matices como el lenguaje letrado. Salir del anquilosamiento comunicativo. Permitir que otros/as completen tu discurso con aportaciones que no controlas.</p>	<p>MLG: http://mlgmadrid.tumblr.com/ Facebook: https://es-la.facebook.com/mlgbarcelona Experimenta: https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/movimiento-de-liberacion-grafica-de-barcelona-4800/</p>
--	--	---	---