

2017

**H. CONGRESO DEL
ESTADO DE OAXACA -
LXIII LEGISLATURA
Plan de Comunicación Social**



PROPUESTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO 2016-2017 DE LA LXIII LEGISLATURA DEL HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA

La propuesta se centra en utilizar los medios tradicionales: radio, televisión, prensa escrita y medios de comunicación alternos (redes sociales):

- Facebook
- Instagram
- Gmail
- Whatsapp
- Twitter
- YouTube

Lo anterior es con la finalidad de alcanzar los propósitos del Parlamento Abierto.

Oaxaca se caracteriza por su intensa movilidad social, debido a sus condiciones estructurales que la mantienen como una de las entidades más pobres del país, con todo lo que ello implica en atraso socioeconómico.

Al mismo tiempo tiene la peculiaridad de poseer una compleja geografía y una multiculturalidad que se refleja en la existencia de 16 pueblos originarios, con sus lenguas propias y cientos de dialectos.

Lo anterior implica grandes retos para poder alcanzar mediáticamente a su población calculada en cuatro millones de habitantes, y que ésta tenga conocimiento de las tareas parlamentarias de la LXIII Legislatura del Honorable Congreso del Estado de Oaxaca.

Descripción del proyecto

Elaboración de canales y formas de comunicación que mantengan informada a la ciudadanía del trabajo realizado por las y los 42 diputados que integran el Congreso local.

Objetivos del Plan Anual de Comunicación Social 2016–2017

- Dar a conocer a la sociedad oaxaqueña puntualmente del quehacer Legislativo.

A).- A través de medios alternos (Redes Sociales Facebook y Twitter)

Es necesario, como primera acción, generar una imagen institucional del Honorable Congreso de Oaxaca para empezar a posicionar la misma y evitar que otras cuentas confundan a los seguidores.

Se propone la emisión de diferentes contenidos en las redes sociales. Estos contenidos informarán de los trabajos que desarrollen los integrantes de la Junta de Coordinación Política (JUCOPO), el presidente de la Mesa Directiva, los 42 diputados, las 38 comisiones permanentes y especiales, así como la actividad que se desarrolla en el pleno camaral durante sus periodos ordinarios y extraordinarios.

En medios alternos se construirá una página de Facebook y Twitter cuyos contenidos serán los siguientes:

Contenido de Valor

Este tipo de contenido tiene como finalidad aumentar el número de seguidores de la página y de una publicación en específico.

En ella se le proporcionan a los seguidores datos que resulten de utilidad para ellos. Aquí se pueden encontrar datos de interés social o manuales de operación para el cumplimiento de diferentes tareas.

Contenido Educativo

Este tipo de contenido tiene como objetivo reforzar la cultura general de la audiencia, proporcionándoles datos de fechas importantes referente a la cultura, política y sociedad, es decir, efemérides.

Contenido Promocional

La finalidad de este tipo de contenido es la difusión de determinado producto o idea.

Infografías

Este tipo de contenido tiene como finalidad profundizar en la explicación de temas específicos.

B) Página web

Se dispone de la pestaña: <COMUNICACIÓN SOCIAL- BOLETINES DE PRENSA- FOTOGALARÍAS- EVENTOS>

Dentro de la página web es necesaria la administración diaria de notas informativas, la alimentación de la foto-galería y la promoción de los demás eventos institucionales.

Para generar tráfico a la página web se arrobaran a los diputados y diputadas. Las publicaciones en redes sociales irán acompañadas del link de la página institucional.

C) YouTube

La plataforma de YouTube se tiene contemplada para la difusión de notas informativas referentes al quehacer legislativo mediante contenidos audiovisuales y la emisión de transmisiones en vivo de las sesiones.

D) Gmail

Dos niveles:

1) Canal de comunicación interna

El email se utilizará como medio de comunicación interna con el que se estará en comunicación con los representantes del área de comunicación de los legisladores. También se enlazará información a las áreas correspondientes: redes sociales, página web y canal de YouTube.

2) Canal de comunicación institucional

Se pondrá al servicio de la ciudadanía para solicitudes de información. También estará a disposición de los medios de comunicación, para que se acerquen con el fin de construir su trabajo informativo.

E) Instagram

Se propone la utilización de esta red social con el fin de ampliar el público al que se informa respecto a las actividades del H. Congreso de Oaxaca.

Esta red social se alimentará con las fotografías del recinto legislativo durante las sesiones y las visitas que las y los diputados hagan de manera directa a sus distritos. Las fotografías serán compartidas por los encargados de la comunicación social de las y los diputados.

Plan para el manejo de medios alternos

a) Mix de medios

- Facebook: Esta red social se ocupará principalmente para la difusión de notas informativas. De igual manera será emisora de contenidos secundarios que estén orientados a conseguir la amplificación de seguidores.
- Twitter: Esta red social estará enfocada a la información minuto a minuto de lo que acontece en las sesiones ordinarias, extraordinarias y solemnes del H. Congreso del Estado de Oaxaca. De igual manera se enlazarán las notas informativas difundidas en Facebook.
- Instagram: Dentro de los objetivos que persigue la existencia de esta red social está la difusión del quehacer legislativo de manera coloquial y amena a través de pequeños videos y fotos.
- Youtube: Dentro de los objetivos de esta red social está la difusión del resumen semanal del quehacer legislativo.
- Gmail: Este medio de comunicación contemplará dos cuentas de correo electrónico que estarán funcionando en dos planos, de manera externa e interna para la recepción y difusión de información, respectivamente.

6:40 pm	#LoMásLeído	“”		“”	“”	“”	“”
7:00 pm	#LoMásLeído	“”		“”	“”	“”	“”
7:20 pm	#LoMásLeído	“”		“”	“”	“”	“”
7: 40 pm	#LoMásLeído	“”		“”	“”	“”	“”
9:00 pm	Publicación de cierre	“”	“”	“”	“”	“”	“”

- Las publicaciones de apertura se acompañarán de los hashtag: #Oaxaca #Buendía y estarán insertadas en una pleca.
- Las publicaciones con el hashtag #LoMásLeído serán las repetidas
- Ubicación de las notas del día con otro copy externo.
- Los contenidos adicionales (de valor, educativos, infografías y promocionales) serán solicitados semanalmente, tendrán el mismo contenido, pero el diseño y la presentación, serán diferentes para cada red social.

3.0 Medios Tradicionales: Radio, Televisión y Prensa escrita.

En medios tradicionales se propone:

A) Televisión

- Implementación de entrevistas presenciales en canales de televisión y en estaciones de radio.
- Realización de programas con formato pánel de opinión de Legisladores.
- Publicación de comunicados de prensa de las actividades del Honorable Congreso del Estado de Oaxaca.

B) Radio

- Entrevistas en cabina.
- Enlaces radiofónicos.
- Programas de enlace estatal de radiodifusoras.
- Notas informativas en radio.

C) Prensa escrita

- Emisión de los comunicados de prensa
- Publicación de convocatorias emitidas por el Honorable Congreso del Estado de Oaxaca
- Publicación de comunicados en prensa escrita
- Atención a medios regionales a través de enlaces radiofónicos