

Identificando aliados: las redes sociales externas más idóneas para distribuir tu contenido periodístico

Autor: Armando Talamantes. Agosto 2019



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Sistema de Universidad Virtual

 **UDG**VIRTUAL®

¿Quién puede ayudarme a promover mi contenido?

Además de las redes propias de tu medio, es importante buscar redes externas que ayuden a promover tu contenido periodístico.

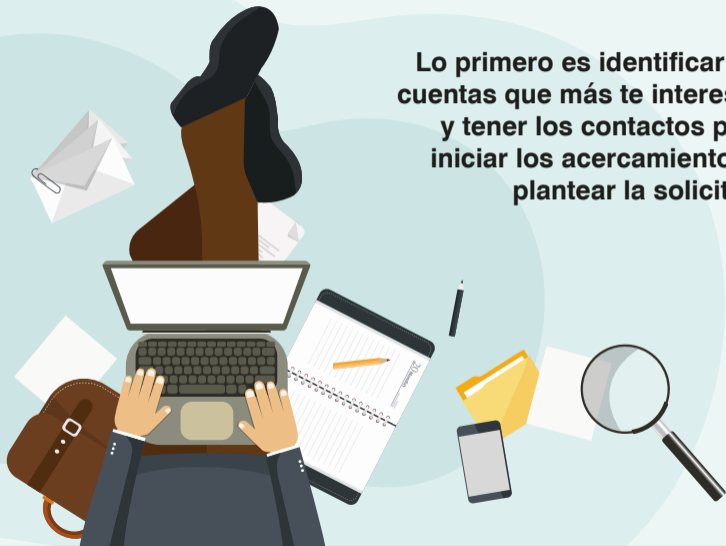


Pueden ser básicamente tres tipos:

- **Cuentas personales de gente que sea experta/influente en la materia,**
- **Organizaciones o instituciones que pueden estar interesados en difundirlo,**
- **Otros medios de comunicación que ayuden a promover tu investigación.**



Lo primero es identificar las cuentas que más te interesan y tener los contactos para iniciar los acercamientos y plantear la solicitud.



Lo segundo es pensar qué clase de contenido puedes darles para que ellos lo publiquen en sus redes o qué tipo de ayuda es la que necesitas (ejemplo: solo un RT, o un posteo que nazca de sus propias redes).





Lo tercero es proponerles cuándo te gustaría que ellos ayuden a promover tu material (a diferencia de las redes propias, aquí puedes sugerir una fecha / hora pero no hay una seguridad total de que esto suceda conforme a lo planeado).

Personas relevantes

Identifica personajes relevantes en las redes, que hayan mostrado interés por temas similares a los de tu investigación. Por ejemplo:

- Abogados muy importantes en *twitter* que tienen muchos seguidores interesados en conocer sus puntos de vista sobre cuestiones legales.
- Periodistas que operan sus cuentas individuales y que muestran interés por temas específicos como derechos humanos o cambio climático.
- Artistas o escritores con gran influencia en una región/ciudad que tienen preferencia por temas de género y equidad. Descubre quiénes son las personas más indicadas.





Contacta con estas personas o los *community managers* que operan sus cuentas para adelantarles lo que vas a publicar (ojo: sé cauto en lo que vas a compartir anticipadamente, pero puedes adelantarles algo del tema para saber si ellos están interesados en ayudarte a difundir tu contenido).

Organizaciones importantes

Existen algunas cuentas de organizaciones o instituciones que pueden ayudarte a distribuir tu contenido en redes sociales.

Por ejemplo:

- Una ONG de derechos humanos puede ayudarte a compartir contenido que exponga violaciones o transgresiones.

- Una organización médica puede difundir una investigación sobre irregularidades en hospitales.

- Un grupo sindical puede promover un contenido relacionado con temas laborales.

Hay que evaluar sus ventajas y desventajas, pero las cuentas en redes sociales de estas organizaciones poseen generalmente un buen alcance y *engagement* dentro de un nicho determinado, si es que nos interesa llegar a ese público.

Posibles medios aliados

Probablemente el medio donde publicarás tu material tenga algunos medios de comunicación aliados o con los que hayas trabajado antes, éstos son los más propicios para ayudar a difundir tu contenido.



Las estaciones de radio, televisión, los periódicos o revistas y los sitios web tienen cuentas en redes sociales, y algunos de ellos pueden estar interesados en ayudar a difundir tu contenido.





En este caso, lo más seguro es que aplique el “hoy por ti, mañana por mí”: los medios pueden acceder a difundir tu contenido si este resulta de relevancia para sus audiencias, pero probablemente vayan a demandar de ti un trato similar en el futuro y debes saber si las redes de tu medio pueden corresponder con el favor más adelante.