

Cómo realizar una cobertura en *social media*

«Social Media Acatlán. Para: #RetuitConGabyTlaSeca. Redes sociales: estrategias y tácticas»

«www.acatlan.unam.mx»

«Facultad de Estudios Superiores Acatlán»

«#SocialMediaAcatlán»

«#RetuitConGabyTlaSeca»

Lic. Mónica Soto Arredondo, programa de Comunicación, FES Acatlán:

¿Qué tal? Mi nombre es Mónica Soto Arredondo. Soy profesora de la FES Acatlán, de la división de Humanidades, y el día de hoy les voy a dar algunos *tips* para realizar coberturas digitales exitosas. Primero que nada, ¿qué es una cobertura digital? Vamos a entenderlo como una dinámica de trabajo que se da en redes sociales, en tiempo real, a través de la cual nosotros informamos sobre algunos contenidos que se generan dentro de determinados eventos. Es muy importante tener en cuenta que para realizar una cobertura digital necesitamos verla en tres etapas. Tenemos la etapa de preproducción, producción y, finalmente, la de posproducción. En la parte de preproducción, tenemos que tener muy claro sobre qué plataformas vamos a trabajar. Normalmente, la principal que utilizamos es Twitter. Nos podemos también apoyar en Facebook, Picasa o Flickr, entre otras. También es muy importante que sepamos de qué va a tratar el evento, es decir, que tengamos información sobre nuestros conferencistas, sobre los temas que se van a tratar, e incluso las presentaciones que estos expositores nos van a dar durante el evento. Una vez que tenemos todo ese material, es muy importante que redactemos *posts* adicionales que iremos intercalando durante la conferencia o el evento que estamos cubriendo. Esta parte es muy importante, porque hacemos que toda la dinámica de la cobertura no sea monótona, estamos agregando contenidos adicionales en este sentido, que pueden ser de interés para nuestro público meta. También es muy importante que elijamos nuestro *hashtag*, obviamente, y qué otras palabras clave pueden estar alrededor de ese *hashtag* para llamar la atención de otras comunidades. Posteriormente, ya durante el evento, es muy importante también que tengamos dividido el trabajo: quién se va a hacer cargo de Twitter, quién se va a hacer cargo de Facebook, quién va a tener a su cargo las imágenes, para que entonces, durante la dinámica, no se den duplicidades del trabajo. Una vez que empieza la cobertura, que empezamos nuestra cobertura digital en Twitter, por ejemplo, vamos mezclando los tuits que ya traíamos redactados, vamos haciendo entrevistas, tratando de grabarlas, para después subirlas a nuestras redes sociales. Una vez que entramos en nuestra parte de posproducción, aquí es

muy importante que todos los contenidos que se dieron durante la conferencia nos sirvan para generar notas que vamos a ir subiendo posteriormente a nuestros sitios o a nuestro blog por ejemplo, y que nos van a dar todavía una cobertura como de dos a tres semanas de contenidos adicionales sobre los cuales podemos reforzar todo lo que se expuso durante nuestra conferencia o cobertura digital.

«Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Unidad de Investigación Multidisciplinaria. Estudios de Imagen Institucional»

Com realitzar una cobertura als *social media*

«Social Media Acatlán. Per a: #RetuitConGabyTlaSeca. Xarxes socials: estratègies i tàctiques»

«www.acatlan.unam.mx»

«Facultad de Estudios Superiores Acatlán»

«#SocialMediaAcatlán»

«#RetuitConGabyTlaSeca»

Llic. Mónica Soto Arredondo, programa de Comunicació, FES Acatlán:

Com esteu? El meu nom és Mónica Soto Arredondo. Soc professora de la FES Acatlán, de la divisió d'Humanitats, i avui us donaré alguns consells per realitzar cobertures digitals amb èxit. Abans de res, què és una cobertura digital? Ho entendrem com una dinàmica de treball que es dona a les xarxes socials, en temps real, sobre la qual nosaltres estem informant sobre alguns continguts que es generen dins de determinats esdeveniments. És molt important tenir en compte que, per realitzar una cobertura digital, necessitem veure-la en tres etapes. Tenim l'etapa de preproducció, producció i, finalment, la de postproducció. A la part de preproducció hem de tenir molt clar a quines plataformes treballarem. Normalment, la principal que utilitzem és Twitter. Podem fer servir també Facebook, Picasa, Flickr, entre d'altres. També és molt important que sapiguem de què tractarà l'esdeveniment, és a dir, que tinguem informació sobre els nostres conferencians, sobre els temes que es tractaran i, inclús, sobre les presentacions que aquests expositors ens donaran durant l'esdeveniment. Una vegada tenim tot aquest material, és molt important que redactem *posts* addicionals, que anirem intercalant durant la conferència o l'esdeveniment que estem cobrint. Aquesta part és molt important, perquè fem que tota la dinàmica de la cobertura no sigui monòtona, estem afegint continguts addicionals en aquest sentit, que poden ser d'interès per al nostre públic meta. També és molt important que escollim el nostre *hashtag*, òbviament, i quines altres paraules clau poden estar al voltant d'aquest *hashtag* per cridar l'atenció d'altres comunitats. Posteriorment, ja durant l'esdeveniment, és molt important també que tinguem dividit el treball: qui es farà càrrec de Twitter, qui es farà càrrec de Facebook, qui tindrà al seu càrrec les imatges, perquè durant la dinàmica no es produeixin duplicitats del treball. Una vegada comença la cobertura, que comencem la nostra cobertura digital a Twitter, per exemple, mesclm els tuits que ja teníem redactats, fem entrevistes, intentant gravar-les, per pujar-les després a les nostres xarxes socials. Una vegada entrem a la nostra part de postproducció, és molt important que tots els continguts que es van donar durant la conferència ens serveixin per generar notes que pujarem posteriorment als

nostres llocs web o al nostre blog, per exemple, i que ens donaran encara una cobertura com de dues a tres setmanes de continguts addicionals sobre els quals podem reforçar tot allò que es va exposar durant la nostra conferència o cobertura digital.

«Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Unidad de Investigación Multidisciplinaria. Estudios de Imagen Institucional»