

## PLAN DE COMUNICACIONES<sup>1</sup>

### LAS RELACIONES PUBLICAS Y LOS MEDIOS

Acercar el Candidato/a a su entorno y hacerlo más conocido y aceptado: ÚNICO

**Resultado:**

- Diseño de estrategia de posicionamiento a nivel regional en medios
- Plan de medios y posicionamiento
- Requiere contratación de relacionista de medios

### EL MARKETING

Manera de modelar previamente los mensajes candidato haciéndolos receptivos a nuestra posterior solicitud de voto: DIFERENCIACIÓN

**Resultado:**

- Estudio de imagen, marca, branding
- Plan de comunicaciones por segmento

### LA PUBLICIDAD

Manera de comunicar y crea una cultura narrativa, estética y visual en todos los canales de consumo de los ciudadanos.

**Resultado:**

- Estrategia conjunta con el equipo de comunicaciones - BTL y redes sociales

---

<sup>1</sup> Ilustración Todo es comunicación: el ejercicio de la comunicación política exige el uso de 4 estrategias diferentes para llegar a los ciudadanos de manera efectiva y movilizadora. Construcción propia.

Tomado de: Gómez, N. (2023). Laboratorio ciudadano: Mercadeo político. Diplomado en Formación hacia la Transición Política. Escuela de Liderazgo Democrático.

- Manual de marca para piezas y uso estratégico de redes sociales
- Plan de pauta

### LA PROPAGANDA

Extender ideas mediante sistemas de persuasión que pueden llegar a anular el contraste crítico y a ocultar al individuo al menos parte de la verdad de lo que realmente ocurre: ÚTIL

**Resultado:**

- Plan de mensajes
- Plan de comunicaciones de crisis y de ataque
- Definir temáticas de propaganda en diferentes segmentos