

Material Imprimible

Curso de Canva

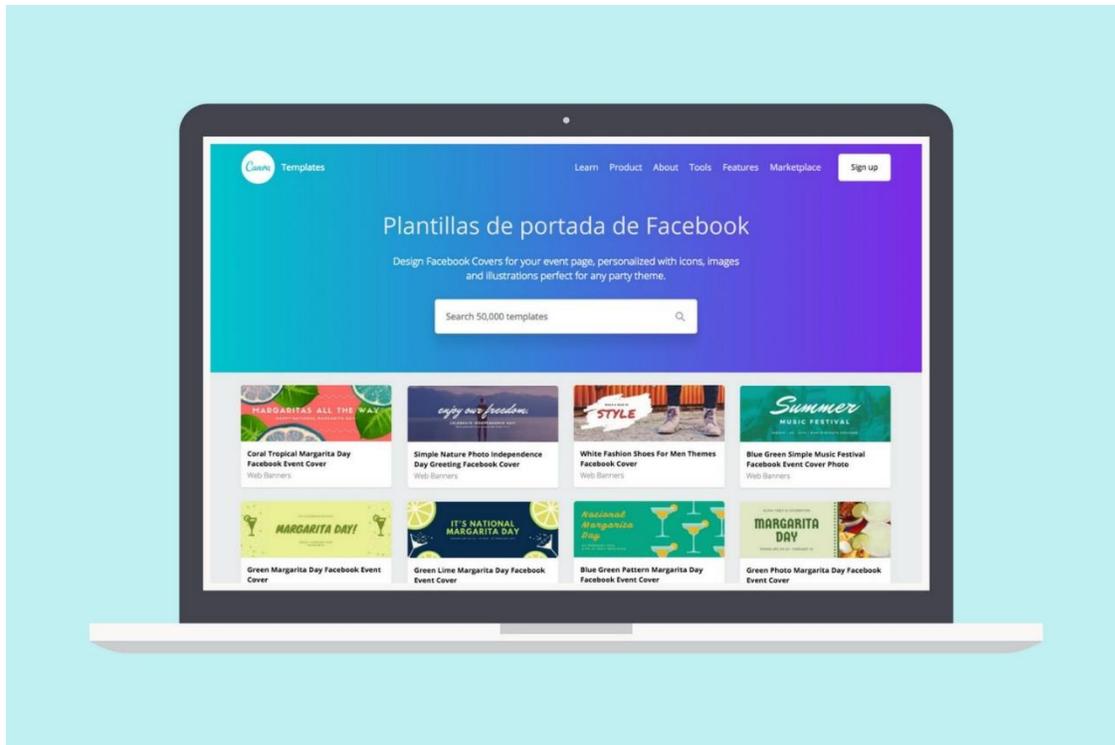
## **Módulo 2: contenido para redes sociales I**

### **Contenido para Facebook**

Desde el surgimiento de Facebook en el 2004, esta red social ha ido evolucionando y cambiando. Incluso, el uso original para el que fue diseñado ha sido modificado por los propios usuarios y, poco a poco, los desarrolladores han ido adaptándola a las necesidades y demandas emergentes. Facebook nació estrictamente como una red social, para identificar y calificar a personas (el origen del “Like” o “Me gusta”). Sin embargo, hoy en día, esta plataforma va más allá de lo social y se ha convertido en una herramienta de marketing y comunicación.

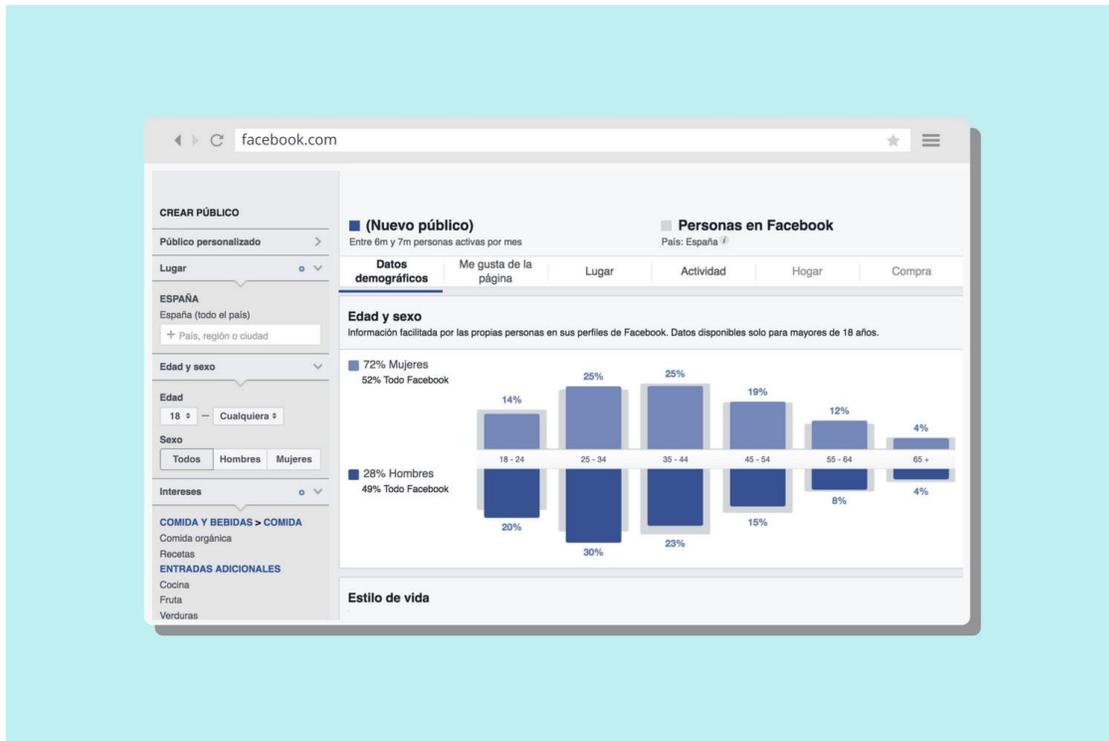
El consumo de información en esta plataforma es rápido, por tanto, los contenidos más efectivos son aquellos con imágenes y videos cortos. Al contar con más de 1,800 millones de usuarios en todo el mundo, se hace evidente lo imprescindible que es crear elementos visuales efectivos en Facebook para llegar al público pertinente. En Canva puedes diseñar todos los elementos visuales que desees para comunicarte y tener impacto en tu audiencia. Puedes encontrar muchas plantillas para diseñar portadas de página, portadas de eventos y anuncios.

Todos ellos al tamaño perfecto para que no pierdan calidad, no se corten o aparezcan demasiado grandes o demasiado pequeños. Recuerda que los mensajes que envíes deben ser claros y relevantes para que tengan el alcance deseado.



## La efectividad de un contenido

La efectividad de un contenido en Facebook se mide por muchos factores, de hecho, si has entrado al área de analítica de la plataforma te habrás dado cuenta que hay muchos indicadores. Sin embargo, hay tres que son los más relevantes y los que te darán más información sobre cómo las personas reciben tus mensajes.



## 1. Alcance

El alcance puede ser general y orgánico. El alcance general se refiere al número total de seguidores y/o fans de tu página que han visto una de tus publicaciones. A su vez, el alcance orgánico es el número de personas (tanto fans como no fans y/o seguidores) que han visto una de tus publicaciones. El alcance general es más relevante ya que nos da información de personas que accedieron directamente a tu contenido y no a través de un enlace compartido o desde la biografía de otra persona. Es a ellos a quienes debes mantener y fidelizar como tu audiencia principal.

## 2. Interacción

Se refiere al número de personas que pulsan sobre cualquier parte de tu publicación, ya sea para abrirlo, ver los comentarios, ver el nombre de personas que han comentado algo, ver un video, agregar un comentario, dar “Me gusta”, “Me divierte”, etc. Es la métrica que más relevancia tiene después del alcance.

## 3. Comentarios e historias

Los comentarios e historias nos dan información sobre el vínculo que estás formando con tu audiencia. Los comentarios pueden ser positivos y negativos. Los comentarios negativos también incluyen acciones como darse de baja,

borrar, ocultar o denunciar un contenido y tienen un peso importante sobre el impacto de tu publicación. Las historias son aquellas acciones de las personas que interactúan con tus contenidos que generan, a su vez, sus propias historias. Esto se logra ya sea compartiendo, agregando un comentario o enviando tus publicaciones a amigos o a páginas de grupos determinados. Estas acciones se contabilizan dentro de la métrica CTR (*Click Through Rate*) o porcentaje de clics. Entendiendo y manteniendo un récord periódico de estos 3 factores, podrás planear y tomar acciones que hagan que tus contenidos sean cada vez más efectivos.

Recuerda que todo el contenido que diseñes para Facebook tiene que ser lo más claro posible. Esto lo puedes lograr con imágenes atractivas, tipografías actuales y colores adecuados a tu mensaje. Por ejemplo, has decidido que es tiempo de renovar la heladería de la familia y darla a conocer a más gente. Ya tienes logo y nombre, y un local. Ahora te falta conectar con las personas que te interesan y, para ello, Facebook es una herramienta perfecta.

Lo primero que tendrás que hacer es la portada de la página de la heladería. Seleccionando una de las plantillas disponibles en Canva, puedes encontrar alguna que se adapte a la nueva imagen que quieres proyectar.



Una vez seleccionada la plantilla, puedes cambiar el texto, el tamaño, añadir los datos de contacto e incluso seleccionar alguna foto disponible desde el menú izquierdo de Canva o utilizando tus propias fotos.



Listo, ya tienes la portada perfecta para subir a tu nueva página de Facebook.

### **Los tipos de contenidos más efectivos**

Una vez que tengas la portada, tendrás que seguir creando contenido efectivo para fidelizar a tu audiencia y llegar cada vez a más gente. No solo basta con conocer la forma en la que se mide la efectividad de un contenido, sino también conocer los tipos de contenido que resultan más efectivos para una plataforma como Facebook. Estos son:

#### **1. Fotos e imágenes con texto o solos**

Las fotos e imágenes que añadas a tus contenidos deben ser de alta calidad, de tu propia autoría o haberlas obtenido de un banco de imágenes de pago o gratuitas como las que te ofrece Canva. Evita usar imágenes trilladas y de baja calidad, esto repercutirá en el mensaje y el impacto. Trata que las imágenes que

selecciones siempre vayan de acuerdo a la imagen general de tu página (¡e incluso de acuerdo a los colores de temporada!). Como ejemplo de esto, Tráfico Bazar promociona las diferentes ediciones de acuerdo a la estación del año:



## 2. Videos

Se recomienda que los videos, al igual que el texto, sean cortos e impactantes. Un ejemplo perfecto de contenido de video efectivo son los posts de Tasty, que en

menos de dos minutos muestran recetas completas, claras y apetitosas. Aquí puedes ver la receta de unos muffins de plátano con chocolate en un video de 38 segundos.

### 3. Eventos

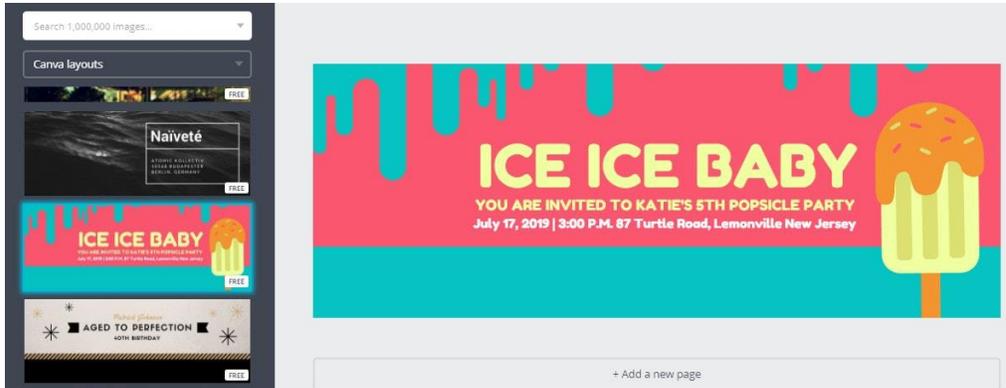
Los eventos, además de crear presencia de marca, ayudan a generar historias y a que tu audiencia interactúe con tus productos y/o empresa. Un evento, ya sea virtual como un webinar o una videoconferencia, o presencial, como una fiesta, inauguración o proyección de video o película, es siempre una gran oportunidad para consolidar y ampliar tu red social y empresarial.

En este ejemplo, la afamada marca de helados Ben & Jerry's colabora con el cine de verano en Barcelona regalando muestras de sus productos.

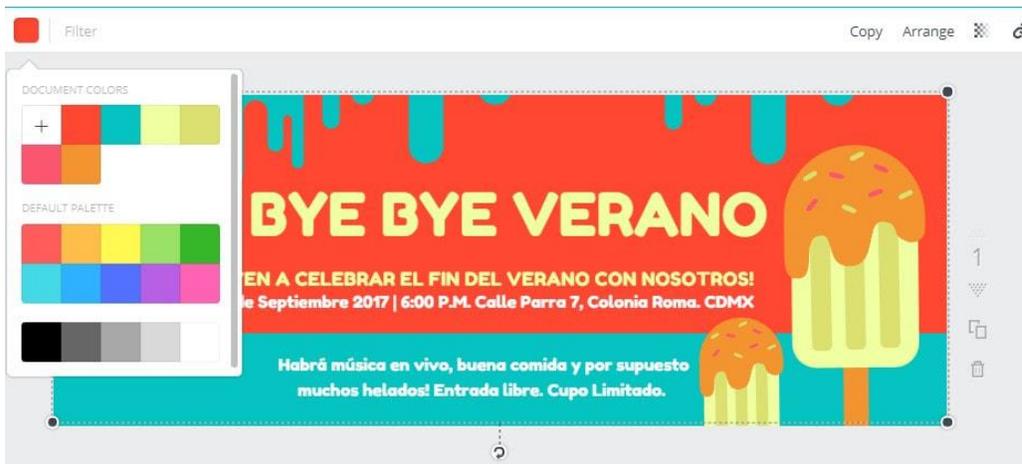


Imagen vía Facebook\_BenandJerrysSpain

Para el ejemplo de tu heladería, puedes hacer un evento para celebrar el fin del verano y dar la bienvenida al otoño, y así aprovechar para que la gente que no te conoce pueda probar tus productos. Para diseñar la portada del evento en Facebook, puedes hacerlo en Canva. Empieza seleccionando la plantilla:



Ahora puedes cambiar el color del fondo, agregar elementos, cambiar el texto, poner fecha y lugar del evento.



¡Ya está! Sube el evento e invita a todos tus seguidores y amigos.





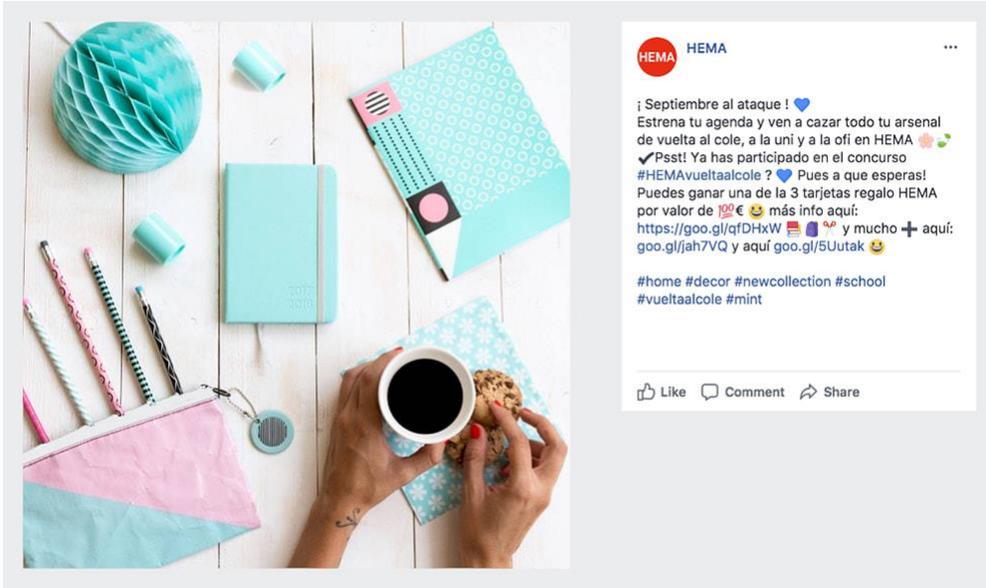
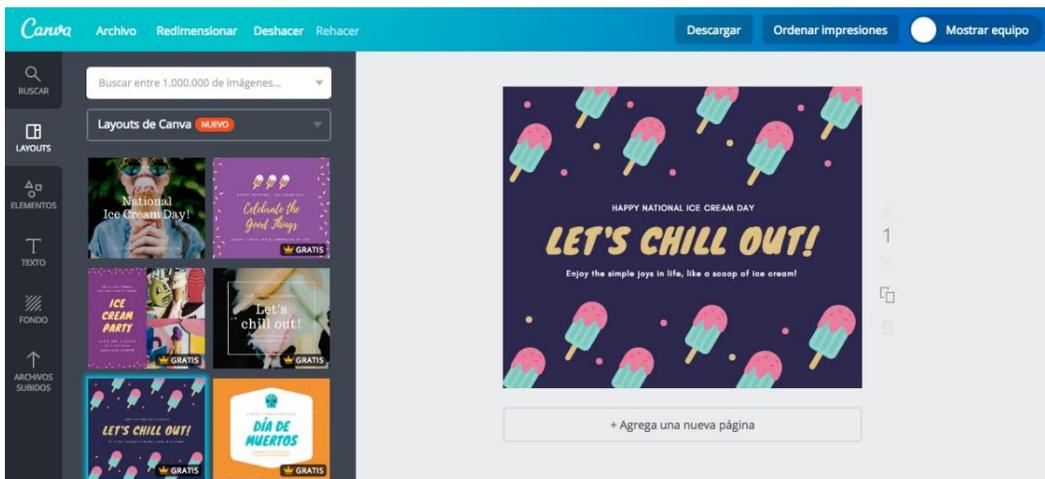
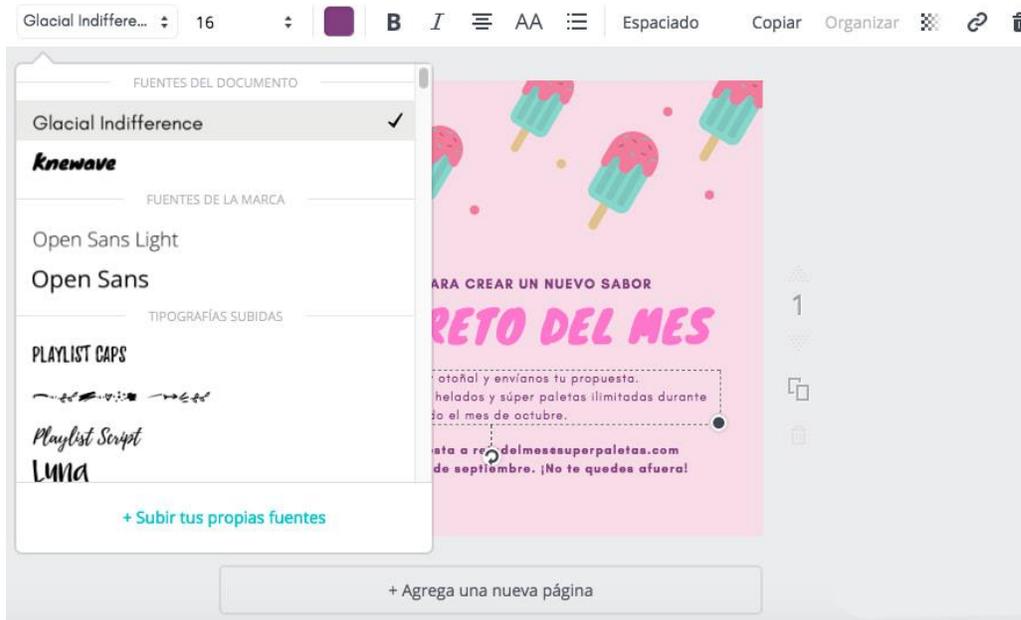


Imagen vía Facebook\_HemaEspana

También para la heladería puedes hacer un anuncio. ¿Qué te parece un concurso para crear un nuevo sabor? Diseña la imagen para promocionarlo en Canva. Además de invitar a la gente a que conozca los sabores actuales, generarás interacción e interés mediante una actividad divertida. Empieza seleccionando una plantilla:



Continúa introduciendo los datos y condiciones del concurso, así como la imagen y colores que vayan mejor con el objetivo del mismo. Puedes cambiar el fondo por una imagen propia o del banco de imágenes.



Después, sube tu anuncio.



### **3. Texto**

Se recomienda mantener el texto de las publicaciones de Facebook conciso y que contenga algún punto gracioso o positivo. La gente suele compartir e interactuar más con aquellos mensajes que los hagan reír o sentir bien.

### **4. Vínculos a otros contenidos de internet**

Puedes, de vez en cuando, sugerir publicaciones de otras páginas. Al hacerlo, asegúrate que el contenido que estás sugiriendo aporte valor a tu audiencia y sea de calidad. Siempre agrega un comentario propio sobre el mismo, ya sea una pequeña reseña o justificación sobre su relevancia.

### **Contenido para LinkedIn**

LinkedIn es una excelente red para profesionales de todo el mundo. Pero, si quieres resaltar entre los millones de perfiles de la plataforma, necesitas un banner profesional que demuestre tu originalidad y dedicación. Por suerte, en Canva es muy fácil diseñar un banner para LinkedIn.

Usa nuestra colección de plantillas creadas por diseñadores profesionales y nuestra biblioteca con más de 1 millón de imágenes y fotografías de archivo para tu diseño. En cuestión de minutos, puedes crear un banner para LinkedIn que no solo llame la atención, sino que también haga que tu perfil se vea profesional.

### **Usa imágenes en alta calidad para tu banner**

Es muy importante mostrar tu profesionalismo, tu estilo y tu originalidad, sin importar cuál sea tu profesión: maestro, escritora, ingeniero o abogada. Con Canva, ¡es muy fácil! Tenemos más de un millón de imágenes, fotos y elementos de diseño profesionales para que no te salgas del presupuesto contratando fotógrafos y diseñadores.

### **Agrega logotipos e imágenes de tu empresa**

Si estás diseñando un banner para el perfil de LinkedIn de tu empresa, es importante que le agregues el logotipo de la compañía. Solo necesitas subir tus imágenes y luego agregarlas a tu diseño con la herramienta de arrastrar y soltar.

En cuestión de minutos puedes diseñar un banner perfecto para tu perfil de LinkedIn. Como es tan rápido y sencillo, puedes diseñar un nuevo banner cada mes para que tu perfil esté siempre actualizado. También puedes crear banners para resaltar productos o servicios nuevos. Es muy fácil. Diseña tu banner para que tu perfil de LinkedIn se destaque del resto.

### **Diseña un banner para LinkedIn en unos minutos**

Con Canva, también es muy fácil crear tu propio banner para LinkedIn. Tenemos cientos de gráficos, imágenes y fuentes tipográficas para que puedas diseñar el banner tal como lo imaginas. Lo mejor de todo es que no necesitas experiencia en diseño ni tampoco instalar ningún programa ni aprender a usar complicadas herramientas especializadas. Puedes diseñar un banner profesional en cuestión de minutos.

### **Elementos y formas**

Siempre hay mucho que aprender, mucho que hacer, y mucho que considerar cuando aún eres un principiante – sin mencionar el hecho de que la tecnología se encuentra en constante evolución, día tras día se publican nuevos softwares, y surgen nuevas modas y te golpean en la cara como una ráfaga de viento. A decir verdad, todo esto puede resultar ser un poco abrumador.

### **Línea**

Si piensas en ello, las líneas forman prácticamente todo. Incluso las palabras y letras que estás leyendo en este mismo instante están compuestas de miles de líneas curvadas, en ángulo y rectas.

Además, las líneas también pueden canalizar ciertas ideas. Las líneas rectas pueden evocar orden y claridad, las líneas onduladas pueden crear movimiento, y las líneas en zigzag pueden implicar tensión o emoción.

Una técnica que se aplica muy a menudo en la fotografía es el uso de 'líneas guías', las cuales hacen lo que su nombre sugiere – guían al ojo. Encontrar y enfatizar las líneas guías fuertes en tu obra puede permitirte dirigir al ojo a través de la obra completa o hacia ciertos puntos principales.

## **Color**

El color es primordial. El color crea humores específicos, atmósferas, canaliza emociones y cada tono tiene ciertas connotaciones específicas asociadas con el mismo. En pocas palabras, el color puede crear o destruir tu diseño.

El color no es un principio únicamente limitado a elementos de marca, el color va más allá y abarca todo, incluso fotografías. Los filtros y los ajustadores de imagen nos han concedido la capacidad ilimitada para ajustar los colores y tonos de nuestras fotografías.

¿Diseñas un póster elegante y sofisticado? Por qué no usar un filtro monocromático nítido inspirado en el cine negro en tu imagen, como el filtro 'Street' de Canva. ¿O quizás buscas una apariencia más extravagante? Considera reducir el contraste en tus imágenes ligeramente para atenuar los colores de tus imágenes un poco y hacerlas más suaves y apacibles.

## **Escala**

La escala es una parte importante del diseño, a veces puede ser literalmente. En una definición muy básica, la escala es el tamaño deliberado de elementos individuales.

La escala puede ayudarnos a darles sentido a los diseños e imágenes. Trata de imaginarte dibujando un ratón al lado de un elefante, es más que probable que dibujes al ratón mucho más pequeño que el elefante, lo que ayudaría a los observadores a entender tu dibujo de inmediato.

De esta manera, la escala nos ayuda a darle sentido a las cosas. No obstante, la escala no siempre tiene por qué basarse en el realismo. Puedes darles a tus elementos un tamaño considerablemente grande o pequeño para crear efectos impresionantes y para indicar qué partes de tu diseño son más y menos importantes.

## **Simetría**

La simetría no siempre es una opción para todos los diseños, y no debería de serlo. Existe una delgada línea entre un diseño de apariencia equilibrada y simétrica, y uno en el que se vea que uno de los lados se copió, se invirtió y se pegó a la

---

izquierda. Entonces, en vez de intentar lograr una simetría perfecta, por qué no probar introduciendo sutiles elementos de simetría a tu diseño.

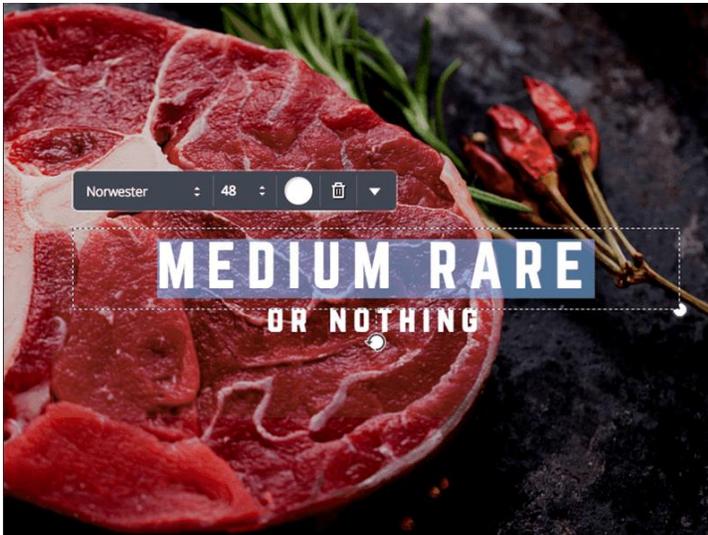
Por ejemplo, esta invitación de boda utiliza un alto grado de simetría, pero si prestas atención, notarás que no es un reflejo exacto. En cambio, el diseñador ha elegido ajustar las ilustraciones para que combinen con la letra y el mensaje de una manera tan sutil que mantiene el diseño simétricamente equilibrado y ordenado, pero no evidentemente reflejado, creando un diseño delicado, romántico y equilibrado.

La simetría no siempre resulta ser tan obvia, a veces es muy sutil, y puede que a veces ni siquiera la notes. Un magnífico ejemplo de simetría invisible puede encontrarse en el diseño editorial, y siendo mucho más específicos en los cuadros de texto. Tan sólo abre cualquier revista que tengas tirada por ahí y es muy posible que en los artículos más largos te des cuenta que el cuerpo de texto ha sido separado en columnas de texto, y estas columnas a menudo son de tamaño simétrico para garantizar que todo sea legible, ordenado, al igual que atractivo visualmente.

Al utilizar un poco de simetría en tu diseño, puedes crear un sentido de equilibrio y orden. Así que, la próxima vez que diseñes un diseño de publicación, o un diseño con muchas letras, presta atención a qué tanta (o qué tan poca) simetría estás usando. Si tu diseño no se ve bien, juega un poco con tu simetría, ya sea aumentándola o disminuyéndola.

### **Texto**

Una vez tu diseño esté listo para una sofisticada inscripción, es el momento de ir al panel de "Texto". El panel de texto tiene muchas funcionalidades, y hay bastantes que están justo bajo la superficie, pero es muy fácil comenzar. Tan solo haz clic en "Añadir texto" y una pequeña caja de texto se añadirá a tu diseño. Puedes mover y cambiar el tamaño de tu texto de la misma forma que todos los otros elementos de diseño, y una vez sepas lo que quieres decir puedes hacer clic dentro de la caja de texto y comenzar a escribir. Así de fácil.



La parte inferior del panel de texto está repleta de “marcadores de texto”: pequeños pedacitos con tipografías equilibradas que puedes utilizar en tus diseños en cualquier momento con tan solo arrastrar y soltar. Simplemente desplázate por el panel de texto para encontrar el marcador de texto que sea perfecto para tu foto, haz clic en él o arrástralo hacia tu diseño. Selecciona el marcador de texto para personalizar los colores, o haz clic en el texto del marcador de posición para empezar a escribir por tu cuenta. Ni siquiera vas a tener que preocuparte por ajustar el tamaño de la fuente: modificaremos el tamaño a escala por vos, para que tu mensaje quepa perfectamente.

Tienes muchísimas tipografías para elegir, desde las robustas slab serif y hasta las curvilíneas fuentes script, todas ellas con una muestra de vista previa en la ventana de selección de tipografías. Incluso puedes elegir entre algunas de las tipografías favoritas que se emplean en publicidad, como Helvetica y Baskerville. Y, además, puedes personalizar el color, la alineación y el espaciado de tu texto con tan solo un par de clics.



Hay muchas maneras para que tu texto destaque en una foto. Por ejemplo, puedes aumentar el tamaño de fuente o darle a tu texto un color electrizante que contraste. Otro gran e ingenioso método que puedes probar es reducir la prominencia de tu foto con un ligero desenfoque, o tal vez un poco de transparencia. Selecciona tu foto, abrí la ventana de filtros y a continuación desliza lentamente el control de desenfoque hacia la derecha. Vas a poder tener una vista previa de cómo tu foto se va volviendo más y más borrosa en tiempo real; tan solo para cuando el texto se muestre claramente.



La mejor manera de agregar texto a una foto es hacerlo en un lugar que parezca natural y que contribuya a que la fotografía dé la sensación de estar completa. Prueba añadir texto en el espacio negativo de una foto: áreas muy abiertas, sin muchos detalles o variaciones, como horizontes abiertos, colores mate, o tupidos fondos forestales. Al seleccionar alguna tipografía creativa, junto con la edición y la alineación del texto, el resultado será una imagen en la que el texto se funde con naturalidad. ¡El público se preguntará incluso cómo existía tu foto antes sin texto!

[https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/como-crear-contenidos-efectivos-facebook/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/como-crear-contenidos-efectivos-facebook/)

[https://www.canva.com/es\\_ar/crear/banners/linkedin/](https://www.canva.com/es_ar/crear/banners/linkedin/)

[https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/elementos-y-principios-diseno-tips-e-inspiracion/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/elementos-y-principios-diseno-tips-e-inspiracion/)

[https://www.canva.com/es\\_ar/funciones/escribir-texto-fotos/](https://www.canva.com/es_ar/funciones/escribir-texto-fotos/)