

# Cómo construir proyectos culturales en Social Media



REPERTORIO  
DE TALLERES

1

Cómo construir proyectos  
culturales en Social Media  
REPERTORIO DE TALLERES 1

Primera edición, 2023

Tallerista: Lili Fernández  
Redacción y edición: Mayra P. Dávila  
Coordinación: Abril G. Karera y Roberto Urrea S.  
Diseño Editorial: Jorge Brozon  
Responsable técnico del Proyecto: Sebastián Rivera Mir

Este cuadernillo fue realizado por la Asociación Civil de Lectoras Librosb4tipos, en colaboración y con apoyo del Proyecto El Ecosistema del Libro en el Estado de México. Hacia un Observatorio de Lectura.

"Esta es una publicación de divulgación que no ha sido objeto de dictamen por pares ciegos".

"La reproducción y circulación de este cuadernillo es libre."

X (Twitter), Instagram y Facebook:  
@librosb4tipos  
<https://lecturaedomex.com>  
[contacto@lecturaedomex.com](mailto:contacto@lecturaedomex.com)

En portada: *EDITAR* (fragmento). Ulises Velasco Alavez (UVA), "Quemando coco", Taller - Biblioteca La Chispa, Toluca, 2023.

# Sobre el cuadernillo y el taller

## *Cómo construir proyectos culturales en Social Media*

ESTE CUADERNILLO FORMA PARTE DE UNA SERIE TITULADA "REPERTORIO DE talleres" que recopilará las experiencias formativas organizadas desde el proyecto de investigación "El ecosistema del libro en el Estado de México. Hacia un Observatorio de la Lectura" (Conahcyt 2022-2024). Este año, por cada uno de los talleres que organizaremos, crearemos junto a las talleristas un cuadernillo que contenga los conocimientos básicos del tema trabajado junto a los actores del ecosistema del libro y la lectura.

Este primer cuadernillo contiene información relevante sobre cómo crear una comunidad en redes sociales, específicamente en Facebook, dirigido a proyectos de lectura, bibliotecas, promotores de lectura, salas y círculos de lectura.

La tallerista fue Lidia A. Fernández también conocida como Lili, capitalina que vive en Aguascalientes y periodista dedicada al marketing digital desde hace siete años. Es una de las integrantes de Libros Before Tipos (Librosb4tipos). Ha participado en Ferias del Libro y eventos culturales para compartir sus experiencias como lectora y como promotora de escritoras. Le gustan los tatuajes y los perritos.

Librosb4tipos es una Asociación Civil de Lectoras que difunde la obra escrita de diferentes autoras y la analiza desde su experiencia. Empezó como un grupo de booktubers y bloggers que deseaban leer literatura escrita por mujeres y comentar sus experiencias al leerlas. Lo que empezó como un club de lectura virtual se convirtió en un grupo para promover la obra literaria de autoras, ya que históricamente no ha recibido la misma difusión y reconocimiento que la escrita por hombres.

Este taller se realizó en línea el 19 de mayo del año 2023. Participaron personas con distintos perfiles, tales como mediadores de lectura, bibliotecarios y personas relacionados con la lectura y su

difusión y que deseaban incrementar sus comunidades recurriendo a la utilización de redes sociales. La mayoría de los asistentes no tenía conocimiento de la creación de contenido digital, así que el taller se enfocó en resolver sus dudas e interiorizarlos en el manejo de un perfil profesional en Facebook.

¡Esperamos que este cuadernillo sea útil para quienes estén interesados en comunicar sus proyectos culturales a través de las redes sociales!

# Algunas preguntas para comenzar

## ¿QUÉ ES UN SOCIAL MEDIA?

Cuando hablamos de Social Media nos referimos a las plataformas digitales que te ayudan a crear, compartir y visualizar contenido. En las redes sociales se interactúa de una manera bidireccional. Las redes te permiten mostrar tus intereses y gustos, y establecer relaciones y mayor alcance según tus objetivos.

Algunas de las redes sociales más populares son: Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok, X (ex Twitter), Twitch, Pinterest, WhatsApp, Telegram y LinkedIn. Cada una de ellas con un enfoque distinto.

## ¿POR QUÉ LAS REDES SOCIALES SON IMPORTANTES PARA TU PROYECTO?

Tener un perfil profesional en redes sociales implica, en primera instancia, destacar el objetivo de tu proyecto. De esta manera, podrás clarificar tanto para ti como para tu comunidad el eje del contenido que generes.

Te invitamos a responder las siguientes preguntas y te sugerimos escribir lo primero que venga a tu mente.

¿Qué es lo que quieres lograr?

---

---

¿Cómo lo vas a hacer?

---

---

¿Cómo vas a ir adaptando tu contenido según los cambios que vayan teniendo las redes sociales?

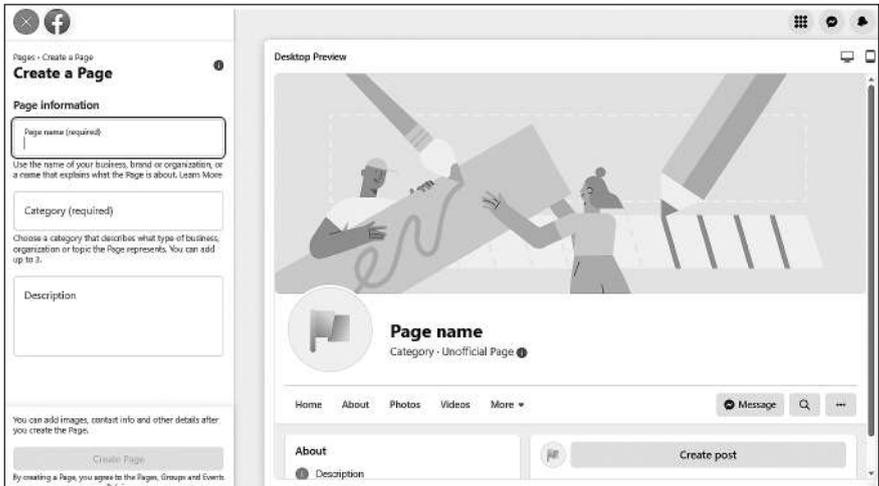
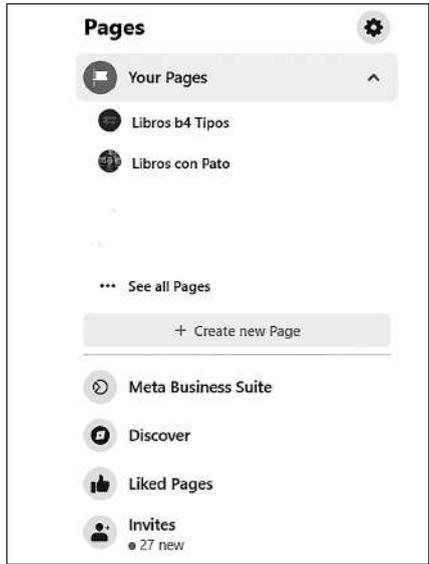
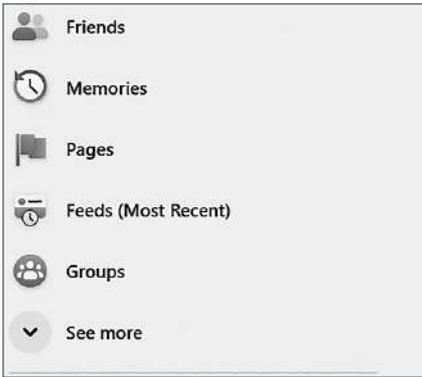
---

---

Si aún no tienes una página de Facebook, es momento de empezar...

### ¿Cómo crear una página de Facebook?

1. En la barra lateral izquierda del inicio de tu Facebook Personal, da click en Páginas.
2. Después aparecerán tus páginas. Si aún no tienes, da click en "Crear nueva página".
3. Se abrirá un apartado para crear tu página desde cero: agregar nombre, descripción, categoría, imágenes de perfil y portada.



## CONOCER COMO ANILLO AL DEDO LA RED SOCIAL

Las redes sociales están en constante cambio: por lo que es importante cuestionarse qué funciona, qué no, cómo llegar a las personas, cómo no hacerlo. Y siempre cuestionar QUÉ SÍ Y QUÉ NO.

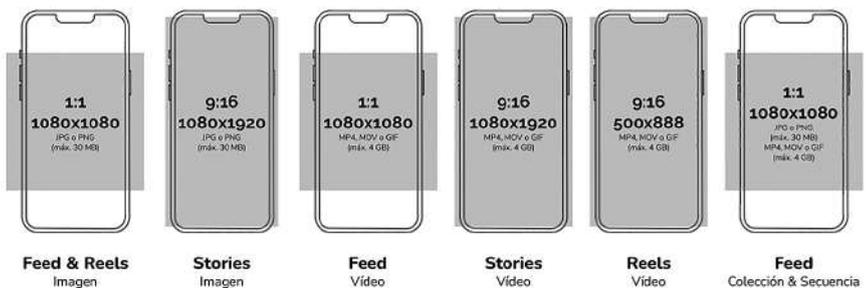
### FACEBOOK<sup>1</sup>

- Es una red social que utilizan más de 3 mil millones de usuarios a nivel mundial (casi un 40% de la población mundial)
- Aunque al principio su objetivo era la conexión entre personas, en la actualidad las marcas y creadores de contenido han usado esta plataforma para impulsar sus servicios/productos.
- Crea "emociones" y pretende enganchar a los usuarios por su algoritmo, que es un conjunto de operaciones que permiten conocer intereses y gustos.
- Las herramientas para los creadores han ido creciendo; sin embargo, se debe aclarar que, de no saber manejar bien tu contenido, podría resultar una red inútil para tus fines.

### ¿QUÉ FORMATOS USAR PARA TUS CONTENIDOS?

Facebook es una red social que permite una variedad de formatos, por lo que puedes elegir el que mejor se ajuste a tus necesidades y objetivos. Los más usados son imágenes y videos. Puede elegir entre:

- Fotos o imágenes
- Carrusel o galería
- Enlaces
- Texto
- Transmisiones en vivo
- Secuencias
- Historias



<sup>1</sup> [www.datareportal.com](http://www.datareportal.com) - Reporte México 2023

## ¿QUÉ CONTENIDO PUEDO COMPARTIR EN FACEBOOK?

- **Memes:** Puedes utilizarlos a tu favor enfocando el contenido del mismo a lo que compartes sobre lectura.
- **Videos informativos:** Es importante ser concisos y de preferencia resumir la información en un minuto.
- **Información sobre tus eventos** (aprovecha también las herramientas extra que tiene la plataforma, como el apartado de creación de "Eventos" que alertan a tus seguidores y pueden confirmar su asistencia).
- **Compartir contenido de interés de algunas otras páginas afines**
- ¡Aprovecha la existencia de **Meta Business Suite!** Es una plataforma gratuita ligada a tu página de Facebook que te permite gestionar todas las publicaciones, Messenger e Instagram desde un solo lugar. Sin tener que cambiar de una aplicación a otra, puedes crear, programar, publicar y gestionar tu contenido, responder a comentarios y mensajes directos.
- **Utiliza hashtags,** estos te permiten englobar tu contenido en un solo lugar.
- Recuerda que a Facebook le encanta "jugar" con nuestras emociones, así que cuando compartas contenido piensa en esas emociones que quieres causar (alegría, tristeza, enojo...). Es recomendable que siempre enfoques tu contenido a emociones positivas.



**Hangar 618**  
July 19, 2021 · 🌐

¿Listos para aprender todo lo que no vimos del SAT en la universidad? 🤖

Este taller presencial estará enfocado a resolver las dudas existenciales que todos tenemos sobre el SAT y sus conceptos derivados: 🧮 📄 📄 (tipos de contribuyentes, ISR, IVA, facturaciones, alta, etc). Además, el taller incluye una asesoría personalizada para que te pongas al tiro con tu situación fiscal 📄.

Se dirige a personas que trabajan de manera independiente, emprendedoras y emprendedores, y quienes... See more

**CURSO RÁPIDO Y EFECTIVO PARA**

# QUE EL SAT NO TE AGARRE EN CURVA

ENFOCADO A EMPRENDEDORES E INDEPENDIENTES  
(ALTA, IVA, ISR, FACTURACIÓN Y MÁS)

**MIÉRCOLES 21 Y  
JUEVES 22 DE JULIO  
6:00 A 8:00 PM**

IMPORTE CONSULTORÍA "HELIOS" + "FILL THE GAP"  
**COSTO DE RECUPERACIÓN \$380.00**  
(INCLUYE COFFE BREAK)

¿Qué es un emprendedor?

¿Qué son las regulaciones? ¿Cuáles son?

¿Qué es el SAT? ¿Qué es el régimen fiscal?

¿Diferencias entre Monotributo, Pagarés, IVA y Pasivo?

¿Cómo es mejor? ¿Qué es la facturación? ¿Facturas?

¿Cuáles son los requisitos, tipos y tipos de facturación?

Plataforma del SAT y Transferencia de Comisiones

¿Cómo se estructuran los gastos?

¿Qué son los ingresos deducibles?

¿Qué son los gastos deducibles?

Ingresos y Gastos

¿Cómo se calcula el impuesto?

**INSCRIPCIÓN  
Y MÁS INFORMES AQUÍ**

IG: @HANGAR618  
WHATSAPP: 442 277 06 67 | 442 121 82 46

**Sputnik**  
May 16 at 18:14 · 🌐

Este librito tiene unos cuentos buenísimos, una mezcla de cuestionamientos hacia el género y lo que debemos ser las mujeres. Lo escogimos en mi círculo de lectura #sputniksleyendo y tuve la oportunidad de leer en voz alta los primeros dos y fue toda una experiencia. Unos tiernos otros muuuuy densos. Le doy muchos sputniks porque me sacó de mi zona de confort y me maravilló. Vayan a leerlos 💎 #sputniklibros



**Mundos alternos**

Antologadora: Lisa Yezsek  
Traducción: Faldas Amigas

## CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

Primero, debes tener en mente tu(s) objetivo(s). Estos pueden ser...

- **Aumentar seguidores:** Los seguidores son las personas que ven nuestras publicaciones porque consideran que nuestro contenido es interesante, indistintamente de que tengamos o no una fanpage.
- **Crear comunidad:** Éstas son las personas con las que más interactúas.
- **Tener mayor alcance:** Representa la cantidad de gente que vio una publicación específica en sus noticias, mientras que el alcance de las páginas hace referencia a la cantidad de personas que vieron algún contenido durante un período específico.
- **Tener conversión:** Generar acciones valiosas en tu página de Facebook, por ejemplo, publicar un cartel de un evento presencial y la conversión sería la cantidad de personas que piden información para dicho evento
- **Crear engagement:** Esto es el nivel de compromiso que tienen los consumidores y usuarios con una marca, y esto va más allá de la compra de sus productos o servicios. Entre otras cosas, engloba interacción constante, confianza e, incluso, empatizar con los valores, percepciones y mensajes de la misma.
- **Vender:** Los resultados específicos que se quieren conseguir dentro del área comercial, como el aumento del número de clientes o la reducción de la pérdida de los mismos.

Después de leer los ejemplos: ¿Cuál o cuáles son tus objetivos?

---

---

---

Ahora, para lograr esos objetivos, es importante definir el perfil del individuo al que te diriges...

- Datos demográficos: Edad, sexo, idioma, país, estado civil, estado socioeconómico.
- Intereses y gustos: En este caso puedes especificar si se trata de literatura juvenil, de ciencia ficción, de terror, los géneros que más se acerquen a lo que deseas transmitir y compartir.

¿A qué público va dirigido? Define....

---

Para que tu contenido brille más, se necesitan **Pilares de contenido**.  
¿Qué son los pilares?

- Los pilares de contenidos son un subconjunto de 3 o 5 temas que crean la base de la estrategia de tus contenidos. Estos temas deben ser relevantes para la audiencia a la cual estén enfocados.
- Cada pilar puede incluir diferentes tipos de contenido, como: Publicaciones de redes sociales, artículos de blogs, podcasts, vídeos, etc. O pueden ser temas como: Eventos, interacción, lecturas del mes, etc.
- Se debe enfocar en el tipo de contenido que quieres tener en tu perfil y que vaya de acuerdo a tus lineamientos.
- Los pilares le dan coherencia a tu comunicación y dependen de los objetivos que tengas.

The screenshot shows a content calendar interface titled "Parrilla de contenidos 2023". At the top, there is a navigation bar with tabs for "GENERAL", "PENDIENTES", "Calendario", and "Vista por pilares" (selected). Below the navigation bar, there are four columns representing different content pillars:

- Eventos (10):** Includes items like "Anuncio de pijamada", "Cineclub Kiki, entregas a domicilio", "Recordatorio del HO", "Highlights de la pijamada", "Highlights del HO", and "Highlights del evento en biblioteca".
- Interacción y tendencias (14):** Includes "Día de la libertad de prensa. 5 textos periodísticos de morras.", "Meme", "Libros para regalar a tu mamá", "Día Mundial de la Risa. Comenta el último libro que te hizo reír mucho.", and "Día de las madres".
- Lecturas y datos curiosos (7):** Includes "Citas del libro Nikky", "Se anuncia lectura La canción detrás de todas las cosas", "Datos de la autora Gabriela Damían", "Recomendaciones de otras utopías de la naturaleza", and "Citas del libro de Gabriela Damían".
- Nosotras (3):** Includes "Día de las infancias, cómo eran las beforas de chiquitas y quizá sumar libro fav de infancial", "Cumple de Lili", and "Cumpleaños Gaby".

Each item in the calendar has a status indicator, such as "Listo/Programado" or "Cancelado".

Escribe cuáles serán tus **Pilares de contenido**

---

## PARA LOGRAR TUS OBJETIVOS Y LA CREACIÓN DE CONTENIDOS ES IMPORTANTE...

- Distribuir tareas.
- Considera tiempos de cada participante dentro del proyecto o tu tiempo, en caso de ser el único involucrado.
- Crear una parrilla de contenido.
- Una parrilla de contenido es un registro de tareas específicas, contenido, diseño, fechas y todo lo que tenga que ver con tus redes sociales. Básicamente es un calendario 2.0. Es importante tener plasmado qué quieres hacer y cómo vas a hacerlo.

¿Dónde hacer tu parrilla? Hay plataformas muy útiles y sin costo, como Trello o Notion. También puedes usar Excel.

Ejemplos planillas en Excel:

SI TU PROYECTO O EQUIPO DE TRABAJO ES PEQUEÑO, PUEDES USAR UNA PLANTILLA COMO ESTA			
INSTAGRAM			
VERTICAL	TENDENCIAS		
FORMATO	IMAGEN		
STATUS			
FECHA			
RED SOCIAL	INSTAGRAM		
POST COPY	Compartémos en esta publicación el último libro que te gustó mucho. 📖	¡Ya tenemos club presencial! Nos emociona mucho poder abrir de nuevo las puertas de nuestro espacio para traer de vuelta las sesiones presenciales después de tanto tiempo. ¡Ya le extrañamos! 📖 Ingresá a <a href="http://www.lasbelas.com">www.lasbelas.com</a> para inscribirte. Empezamos el 8 de abril a las 10 am. Consulta toda la info en el link de nuestra bio y en las historias destacadas. 📖	El papel de las mujeres en la ciencia es fundamental y en algunos casos poco reconocido, por eso queremos empezar con esta serie de publicaciones donde te daremos a conocer algunas de las mujeres que hicieron cosas increíbles en diferentes ámbitos. 📖 ¿Cuáles más conocés?
HASHTAGS	#DíaDelLibro #Bookstagram	#clubdelecturaonline #mujeresleyendo #librosyfiguras	#mujeresenciencia #premioNobel #MujeresYCiencia
TEXTO EN IMAGEN	23 de Abril // Día del Libro	Club de lectura de las Beloras 8 de abril - 10:00 am Inscripciones abiertas hasta el 5 de abril. Regístrate en <a href="http://www.lasbeloras.com">www.lasbeloras.com</a>	Imagen 1: Mujeres en la historia Imagen 2: Ada Lovelace: Fue una matemática y escritora británica, célebre sobre todo por su trabajo acerca de la computadora analítica. Imagen 3: Marie Curie: Fue una física y química polaca nacionalizada francesa. Pionera en el campo de la radiactividad, fue la primera persona en recibir dos premios Nobel. Imagen 4: Mary Anning: Fue la primera paleontóloga reconocida como tal. Además fue una coleccionista y comerciante de fósiles inglesa. Imagen 5: Grace Hopper: Fue pionera en el mundo de las ciencias de la computación y la primera programadora que utilizó el Mark I.
IDEA	Copy + imagen linda alusión al día del libro	Cartel promocional del evento con imagen de libro y café	Hacer una galería de 4 imágenes de mujeres sabias en la ciencia. En cada imagen poner una foto + breve descripción.
REFERENCIA			



## ESTRATEGIAS PARA ORGANIZAR TU CONTENIDO

El secreto está en la planeación...

Crear una estrategia

Organizar el contenido

Compartir ese contenido con tu audiencia

Monitoreo de contenido para nuevas ideas

Conoce a tu público

Crea tu parrilla de contenidos

Programa tu contenido

Revisa qué funciona y qué no

Piensa en qué contenido te gustaría compartir

Publica

Presta atención a lo que tu audiencia te dice y te pide

Destina un tiempo a buscar qué se está publicando al respecto en cada red social

Responde

Gestión del cuidado de tu comunidad

Look and feel de tu marca

Tono y voz de tus publicaciones

Rectifica si es necesario y publica de nuevo si funcionó

TOMA EN CUENTA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS Y RESPONDE:

¿Qué vas a publicar?

---

---

¿Con qué frecuencia?

---

---

¿En qué plataforma(s)?

---

---

¿Quién hará las imágenes y videos?

---

---

¿Cuántas personas estarán involucradas en la creación de contenido?

---

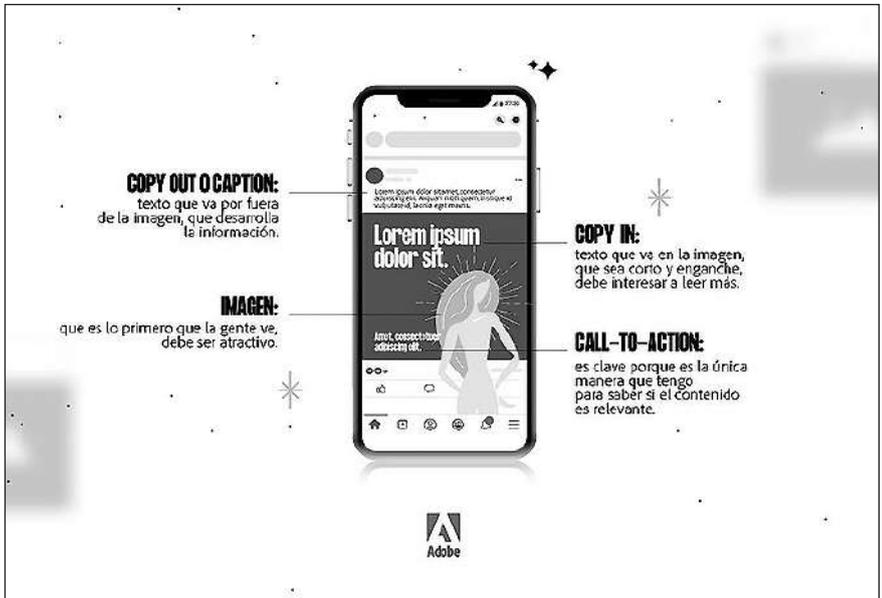
---

**COPYWRITING: LA IMPORTANCIA DE COMUNICAR BIEN NUESTRAS IDEAS**

Las palabras son clave a la hora de publicar contenido; y a ese contenido que se redacta, tanto en las publicaciones como en las imágenes se llama COPY.

Cuando hablamos de copy nos referimos a todos los mensajes que pretenden contar lo que nuestra página quiere comunicar a la audiencia. El copywriting en redes sociales busca llamar la atención para resaltar tu proyecto y finalmente generar engagement con tus seguidores.

El copy in es el texto que se encuentra dentro de la imagen. El copy out es el texto que va fuera de la imagen, es decir, el texto descriptivo de cada publicación.



A la hora de redactar tus copys, puedes basarte en el método AIDA:  
**AIDA** ▶ Usa tus objetivos

*Acción, Interés, Deseo, Acción (llamado a la acción)* ▶ Tus objetivos definirán cómo debes hablarle a tu audiencia.

Y claro, cuando se trata de escribir copys, tienes que establecer **UNA VOZ**, pues ésta será la personalidad de tu contenido, y ésta te permitirá que tu página sobresalga y tenga uniformidad.

### **Tono y coherencia**

Puede ser formal, informal, casual, usar spanglish, en tercera persona del plural, etc. ▶ Es muy importante cómo decimos lo que queremos decir. Un texto en redes sociales debe ser: *claro, conciso y sin errores gramaticales ni ortográficos.*

Así mismo, es recomendable utilizar máximo cuatro emojis en un texto.

Ejemplo: La voz de Apple es segura y directa:

- Privacidad. Esto es iPhone.
- No wonder your selfies look so good. (Que podría traducirse como "Autorretratos magníficos, sin excepción").



Escribe cómo será la voz y personalidad de tus contenidos:

---

En este mundo de la creación de contenidos, la inteligencia artificial llegó para quedarse, de forma que ha cambiado la manera en la que se generan y optimizan los copys. Estas son algunas herramientas de Inteligencia Artificial para la redacción de tus copys. (¡Utilízalas de forma responsable!):

- Copy AI
- Copymatic
- Writesonic
- ChatGPT

### **EL DISEÑADOR QUE HAY EN TI**

Ahora que ya sabes cómo generar toda la parte escrita y de planeación, no puede faltar una de las partes más importantes de tus contenidos: El diseño.

La imagen comunica y, por tanto, es lo primero que llama la atención. Debe haber coherencia entre imagen y copy: Tu contenido audiovisual debe comunicar por sí solo la mayor parte.

Si no eres experto o experta en el diseño, ayúdate de páginas especializadas que ya proveen plantillas que puedes personalizar de acuerdo con tu gusto, como:

- Canva
- Pictochart
- Picsart
- Deep Dream Generator
- Deep AI
- Dall-E

## LA IMPORTANCIA DE LAS TENDENCIAS

A la hora de crear contenido es importante tomar en cuenta las TENDENCIAS, ya que representan cambios sociales, reflejan las identidades culturales duraderas e involucran a la mayor parte de una comunidad. Con el tiempo, las tendencias adquieren más valor y alcanzan a más personas.

### ESTOS SON LOS TRES TIPOS DE TENDENCIAS A TOMAR EN CUENTA

Trending	Trend(y)	Evergreen
Tema del momento Tiene vigencia de un día, puede ser alguna festividad o actividad especial.	Puede durar un poco más de tiempo, de dos semanas a medio año y regresar de vez en cuando.	Este no tiene vigencia inmediata. Puede perdurar durante mucho tiempo y aun así seguir siendo relevante.
Puede ayudar a viralizar un contenido si se publica al momento.	Puedes volver a publicar algo que ya hiciste anteriormente.	Refuerza tu autoridad Ayuda a segmentar tu público Atrae seguidores Puedes incluir datos biográficos o conceptos.

**EJERCICIO**

Escribe 3 ideas breves para Facebook (idea, copy, qué tipo de posteo será, a qué pilar pertenece, qué hashtags utilizarás, referencia... utiliza todos los elementos aprendidos)

Un reel en el que...

---

---

---

---

---

---

---

---

Una imagen en la que...

---

---

---

---

---

---

---

---

Una galería de...

---

---

---

---

---

---

---

---

## **EL CAMBIO ES LA ÚNICA CONSTANTE EN LAS REDES SOCIALES**

Las redes sociales se han convertido en más que un medio de comunicación y, así como el mundo, todos los días cambian y se actualizan. Ya no sólo influyen en las conexiones personales y sociales, también lo hacen hasta en la forma de hacer negocios.

Cada día se agregan nuevas estrategias de mercadotecnia, el algoritmo aprende y cambia; lo que es popular hoy, en unos cuantos meses puede ya no serlo, porque el enfoque se transforma de acuerdo a los objetivos de cada red social. Es importante mantenerse actualizado, ya que permitirá adaptar los cambios necesarios a tu contenido y continuar creando una comunidad sólida.

Y recuerda, cuando crees haber dominado una red social, siempre habrá nuevas cosas por aprender y reaprender. ¡Ánimo!

### **Páginas para mantenerte actualizado y continuar aprendiendo sobre redes sociales**

- Metricool.com
- HubSpot.com (tiene certificaciones gratuitas sobre social media)
- Conviertemás
- Hootsuite
- Domestika
- Aula CM
- Google Actívate o Learning Digital
- Digital Marketer
- Crehana

Las mismas redes sociales, como Facebook e Instagram, brindan información en sus apartados de "Negocios" o "Business".

## **ÚLTIMO COMENTARIO**

Este cuadernillo fue pensado para ayudar a mediadores de lectura, bibliotecarios y personas interesadas en el fomento a la lectura y el libro. Quizá algunos contenidos queden superados con el paso de los años, sin embargo, la intención es que puedan preguntarse siempre cómo comunicar y crear comunidad de manera creativa y horizontal. Atentos siempre a los cambios del mundo virtual y hacia lo que queremos construir en el mundo real.

## GLOSARIO

**Alcance Orgánico:** Es un porcentaje o dato numérico que evalúa el impacto y el número de personas que han visto una publicación de manera natural, sin ningún tipo de promoción o publicidad de pago. Puedes averiguar el alcance orgánico de tus publicaciones a través de las estadísticas de tu fanpage de Facebook.

**Alcance Viral:** Es una unidad de medida que calcula el número de personas que han visto una publicación a través de otros contactos. Mide la evolución y la repercusión de una publicación en cualquier tipo de formato.

**Branding:** Es el conjunto de estrategias que se ponen en práctica para construir y visibilizar la marca de una empresa o producto. A través del marketing online y el social media se pueden desarrollar diversas estrategias para que una marca aumente su notoriedad, el número de ventas y su popularidad.

**Community Manager:** Persona encargada de gestionar y dinamizar la comunidad online que gira en torno a una marca. Entre sus muchas funciones el CM es creador de contenidos, gestor de la reputación online de la marca, así como analiza y usa métricas para medir los resultados de las acciones implantadas.

**Contenido de valor:** Es el contenido que ayuda y aporta valor real a los usuarios. En Internet podríamos distinguir entre el contenido de valor, el contenido comercial y el contenido de relleno. Publicando contenido de valor en lugar de contenido comercial, vamos a lograr que se comparta en redes sociales, fidelizar a nuestros usuarios y llegar a otros nuevos.

**Contenido Evergreen:** Un contenido evergreen, dentro del mundo del marketing, se define como contenido que va a perdurar en el tiempo, es decir, que no tiene fecha de caducidad y no puede quedarse anticuado. Este tipo de contenidos tiene el mismo valor para los usuarios hoy como dentro de un año.

**Contenido líquido:** Es aquel material, documento o contenido que una vez creado y elaborado puede ser transformado y adaptado a cualquier otro formato. Lo difícil es crear un buen contenido, lo fácil es adaptarlo a otras formas. Intenta siempre crear contenidos líquidos porque ahorrarás trabajo y podrás publicar la misma idea en diferentes medios y redes sociales. De un vídeo puedes hacer un post, de un post un vídeo, de un vídeo una infografía y así sucesivamente.

**Copy:** Se refiere a todos los mensajes que pretenden contar lo que nuestra marca quiere comunicar a su audiencia, como slogans, guiones, locuciones, etc. El copywriting en redes sociales busca llamar la atención para resaltar nuestro proyecto y finalmente generar engagement con nuestros seguidores.

**Copy In:** Es el texto que se encuentra dentro de la imagen y por lo contrario el copy out, es el texto que va fuera de la imagen, es decir el texto descriptivo de cada publicación.

**Engagement:** Es la sensación de pertenencia y unión emocional entre una marca y un usuario. Es el objetivo de toda marca o empresa en redes sociales, para lograrlo, puedes basar tu estrategia en marketing de contenidos y generar en cada una de tus redes la mayor participación posible.

**Fanpage:** También llamada página de fans, es la plataforma que ofrece Facebook a las empresas, marcas u organizaciones para visibilizar y conectar con los usuarios. A diferencia de un perfil personal, una fanpage no tiene límite de fans y es posible tener acceso a la información estadística de la página, puedes considerarla un perfil profesional.

**Hashtag:** Es una etiqueta formada por una palabra o conjunto de palabras precedidas por el símbolo almohadilla (#) que transmite una idea, nombre o concepto que normalmente va asociado a un mensaje o texto, estos permiten que otras personas encuentren tu contenido en un hashtag. Ejemplo, #Taller #ClubDeLectura

**KPI'S:** Son las siglas de «Key Performance Indicator» y son aquellos indicadores y herramientas de medición de los que se obtiene información útil del nivel de rendimiento de una campaña o estrategia de contenidos.

**Llamada a la Acción:** Una Llamada a la Acción (CTA) es una indicación (normalmente en forma de texto en un botón o una imagen) que invita al lector a realizar alguna acción específica, tales como comprar un producto o enviar su correo electrónico. Ejemplo: ¡Inscríbete ahora! ¡Sígueme!

**Look & Feel:** El look and feel consiste en todo lo que vemos y sentimos que hace que lo relacionemos con una marca en sí. Va más allá de la parte digital. Por ejemplo, si ofrecemos un servicio en un establecimiento, todo, desde las bolsas hasta los colores del local, tienen que tener coherencia con otros aspectos de la marca, como la estrategia digital.

**Público Objetivo:** Es el conjunto de personas o nicho de mercado potencialmente receptivo a un tipo de producto o área de negocio. Son las personas a las que se dirige una marca para vender y promocionar sus productos.

**Storytelling:** Técnica de marketing cuyo objetivo consiste en conectar y vincular al usuario directamente con el contenido contado en forma de historia gráfica o audiovisual.

**Social Care:** Se traduce literalmente como servicio al cliente en redes sociales, y se trata de dar soporte, servicio y ayuda al cliente en cualquier plataforma social. Con especial atención en la palabra "servicio", se trata de prolongar o llevar a un nivel superior la relación con el cliente en Internet y sus redes.

**Target:** Significa el público objetivo. Es aquel conjunto de personas más receptivas por sus características a un producto, marca o servicio. Será imprescindible definir y conocer bien a tu público objetivo para saber cómo aportar valor en las redes sociales.





**CONAHCYT**  
CONSEJO NACIONAL DE HUMANIDADES  
CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS



**EL ECOSISTEMA  
DEL LIBRO EN EL  
ESTADO DE MÉXICO**  
HACIA UN  
OBSERVATORIO  
DE LA LECTURA

