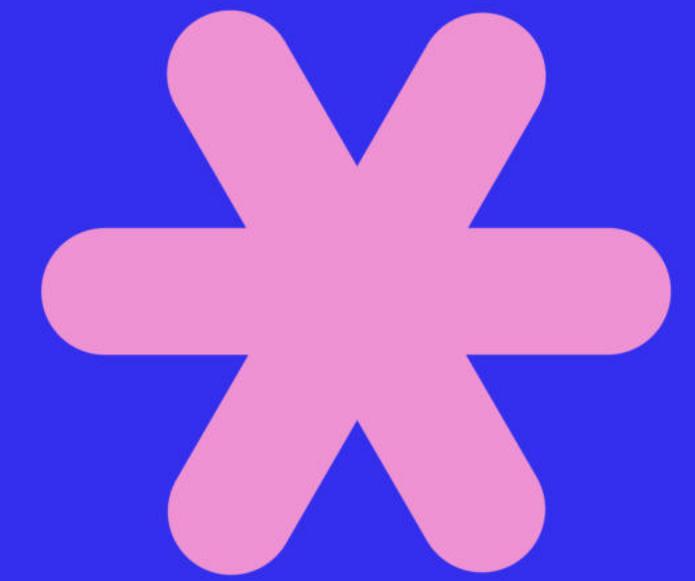


Capacitación: Formatos en Redes Sociales

inmersa

**¿En qué
quedamos en la
clase pasada?**





Formatos y condiciones de uso

Instagram

Tipo de formato



Historias

Publicación temporal
(24 horas).

Destacadas



Reels

Vídeos suelen ser
muy visuales y
tienen una duración
máxima de 60
segundos



Foto

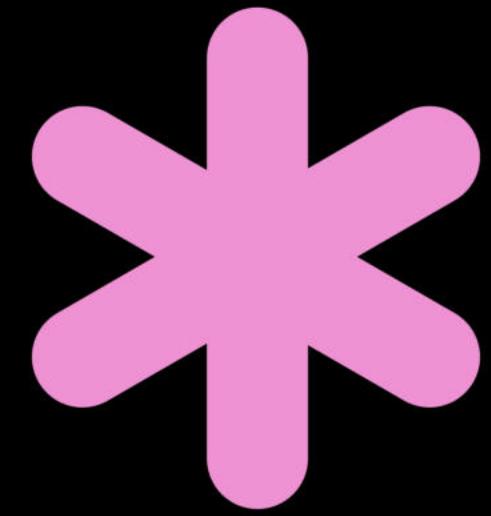
Publicación típica.
No tiene mucho
alcance. (No se
recomienda).



Carrusel

Fotos o videos (híbrido) subidos dentro de un mismo post.
En sus últimas actualizaciones, Instagram ha ampliado el
límite de imágenes en los carruseles, permitiendo ahora
hasta 15 imágenes por publicación.



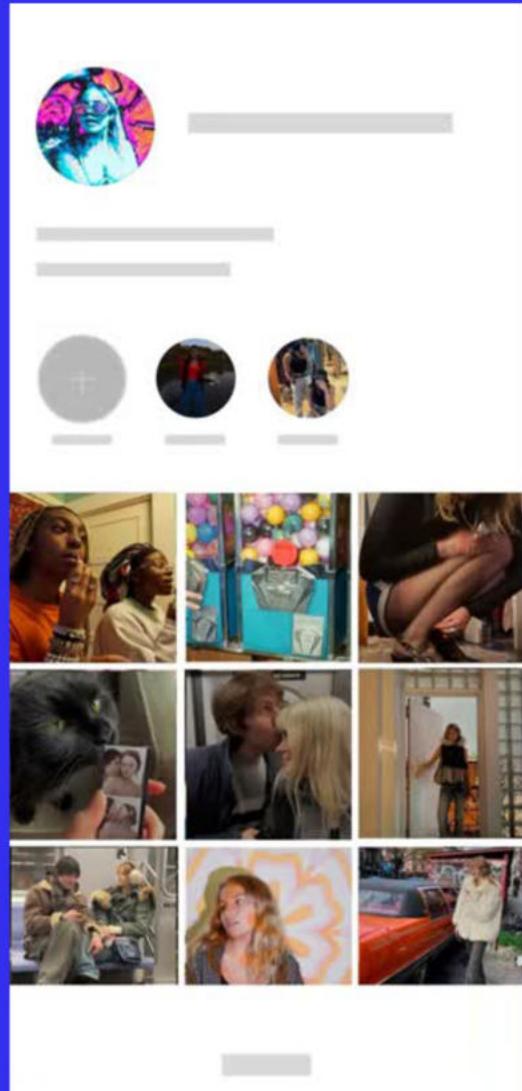


Formatos y condiciones de uso

Historias

inmersa

Historias



Compartir momentos del día de tu marca/organización

Genera conexiones

Captura lo que haces con facilidad

Las historias te permiten capturar tu día a día; destacar los momentos especiales o expresarte con texto, música, stickers interactivos, filtros y GIF para dar vida a tus historias.

Interactúa con tu comunidad

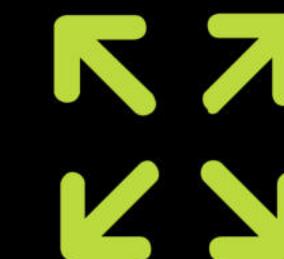
Destaca tus momentos favoritos en el perfil

Publica tus historias como historias destacadas en tu perfil para compartirlas durante más de 24 horas.



¿Qué es?

Publicación temporal (24 horas) de 60 segundos por publicación (si dura más, Instagram lo corta en varios).



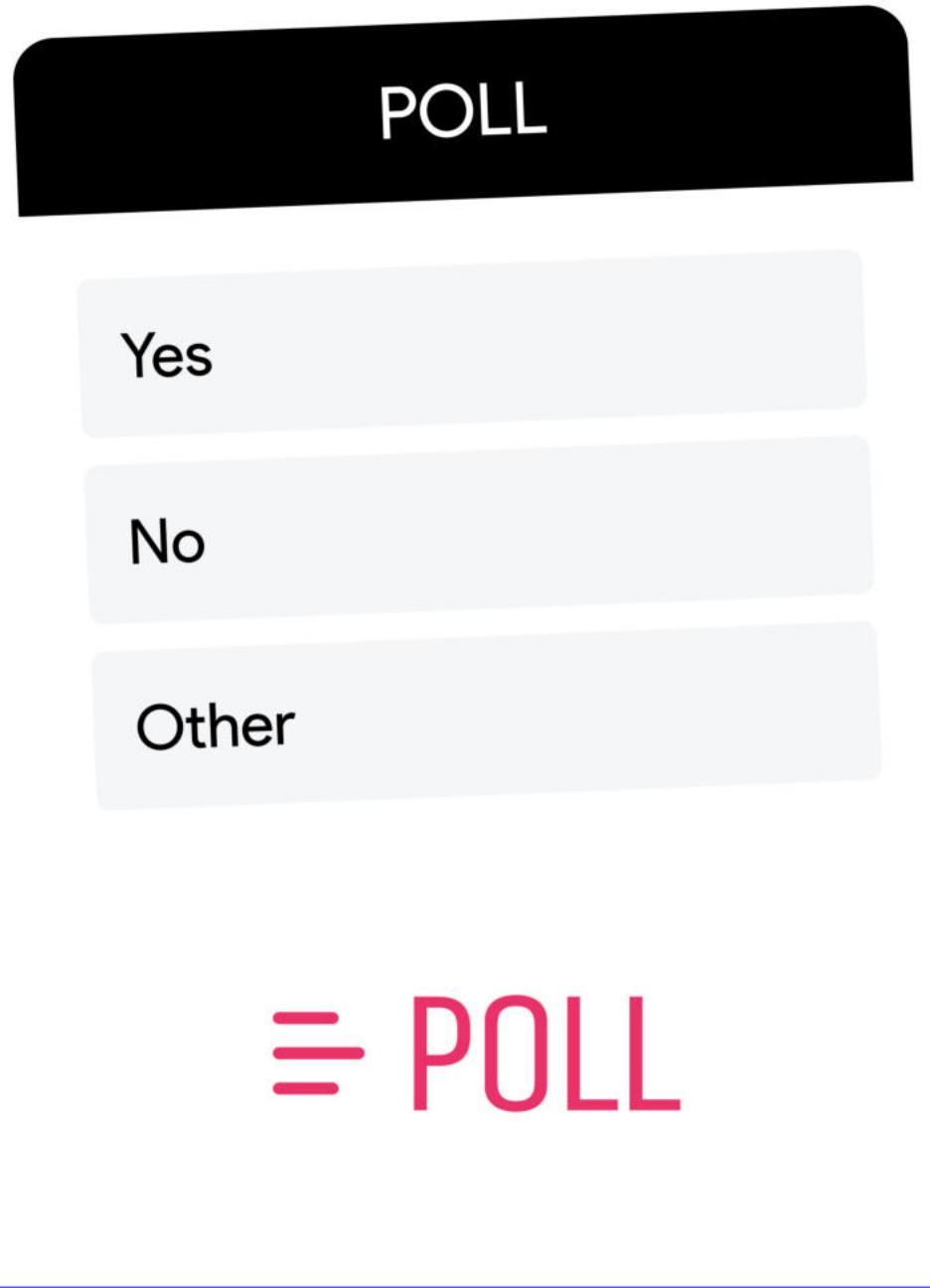
Tamaño

Relación 9:16 (1080x1920).
Vertical



Hashtags

Cuando otros usuarios hagan clic en el hashtag, podrán ver todo el contenido de otros usuarios.



Encuestas

Permite que tus seguidores interactúen con tu marca. Lo mejor es que podrás ver los resultados.



Historias destacadas

¡No dejes que tu contenido pierda vigencia tan rápido!



Formatos y condiciones de uso

Reels

inmersa



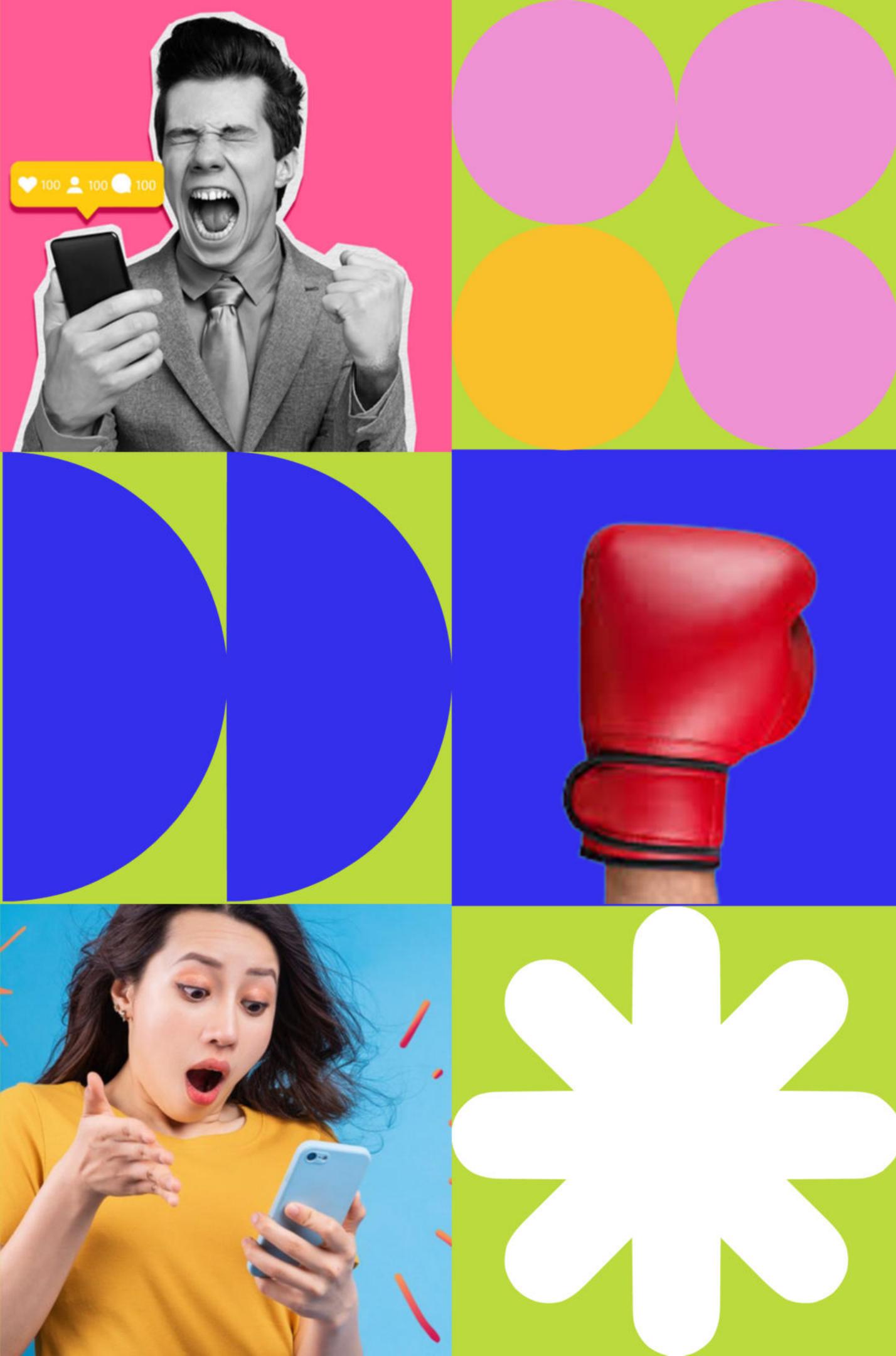
Reels

¿Por qué usar los Reels?

Llegan a gente nueva (sección descubrimiento) y resumen la propuesta de valor de una marca en poco tiempo. Es ideal para tips, know-how, demostraciones, “antes/después”, testimonios y casos de uso.

Duración sugerida: Instagram permite hasta 3 min, peero, lo ideal es mantener corto = mejor retención. (30–40 s)

¿Qué crees
que es un **gancho** o
un **hook**?



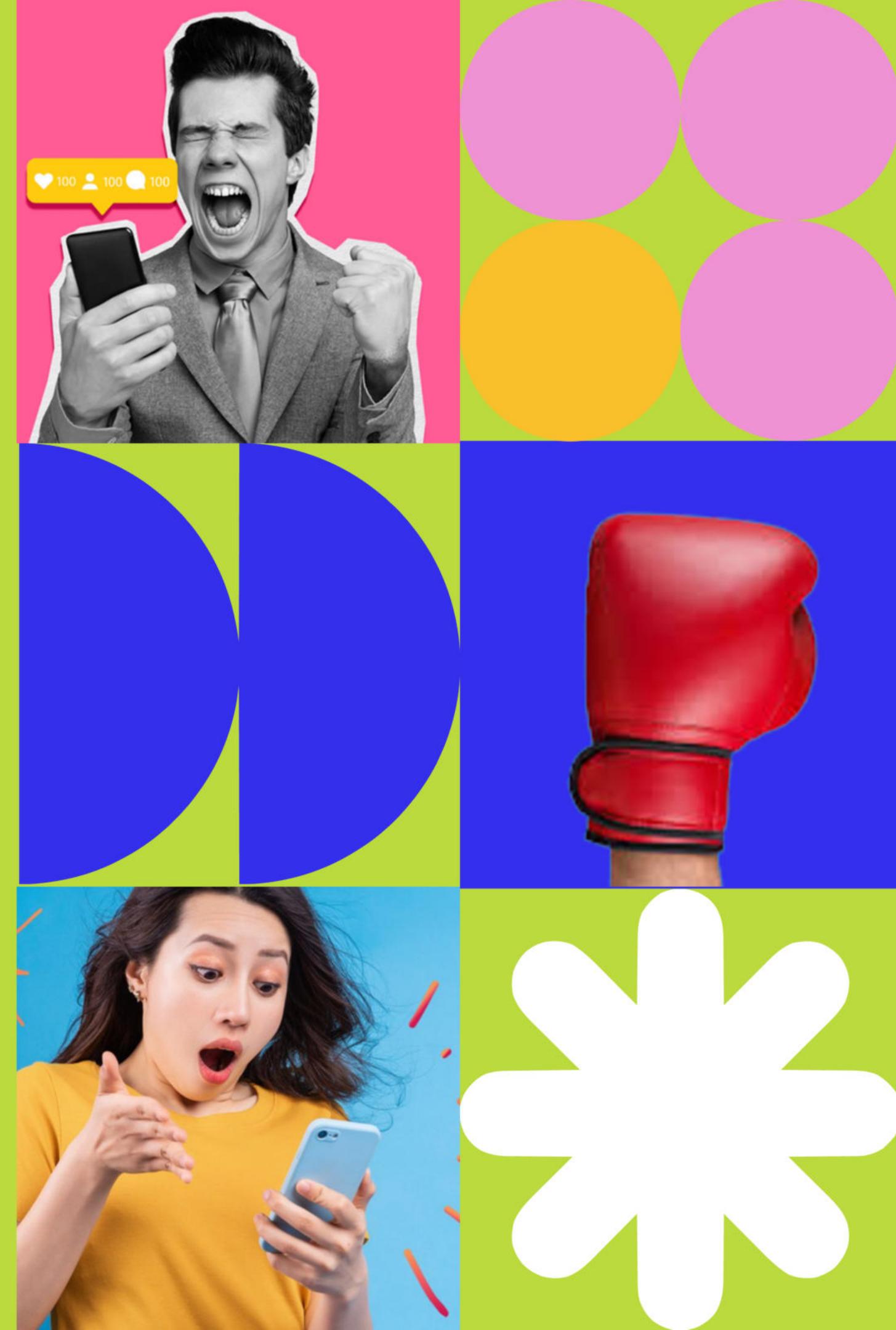
¿Cómo llamar la atención?

Hook

CTA

Es ese elemento que te engancha y te atrapa. Hace que captes la atención, puede ser con música o una acción en el inicio del video.

La función principal es atraer, retener y conectar a la audiencia con el contenido, incrementando la tasa de visualización.



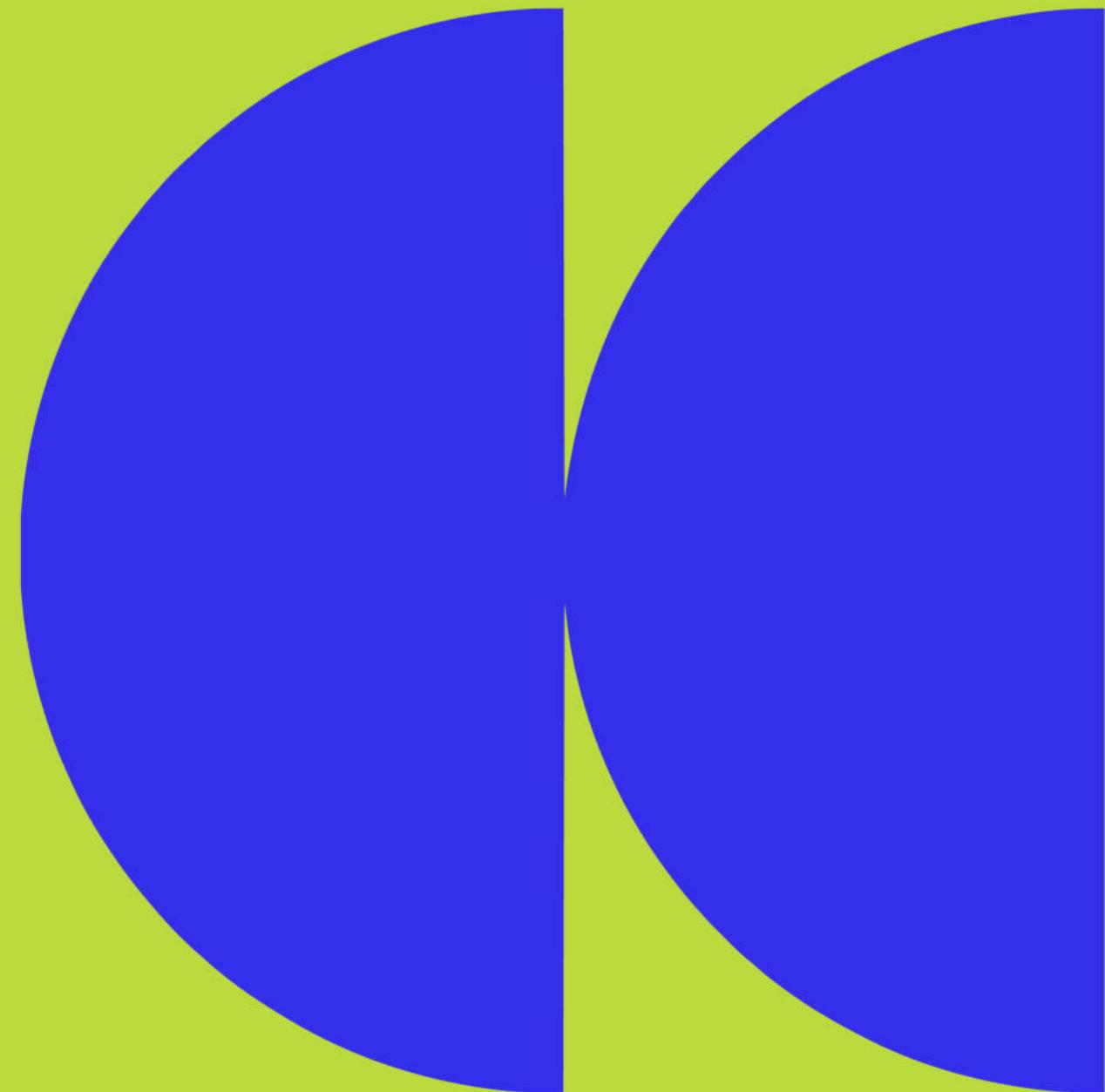


¿Cómo llamar la atención?

CTA

Hook

Un Call to Action o Llamada a la acción es una instrucción que invita a la persona usuaria a realizar una acción específica, puede ser: “Compra ahora”, “Contáctanos aquí...”, “visita nuestro portal web”. Puede ser una frase verbal, un texto, un botón.



Estructura de un buen Reel

- 1. Hook (0–3 s):**
Promesa/problema/algo que llame la atención /secreto / pregunta. Evita saludos largos.
- 2. Desarrollo (4–30 s):** 3 puntos/beneficios máximo, ejemplos visuales y uso de subtítulos.
- 3. Cierre + CTA (31–40 s):** resumen en 1 frase + llamado a la acción puntual.



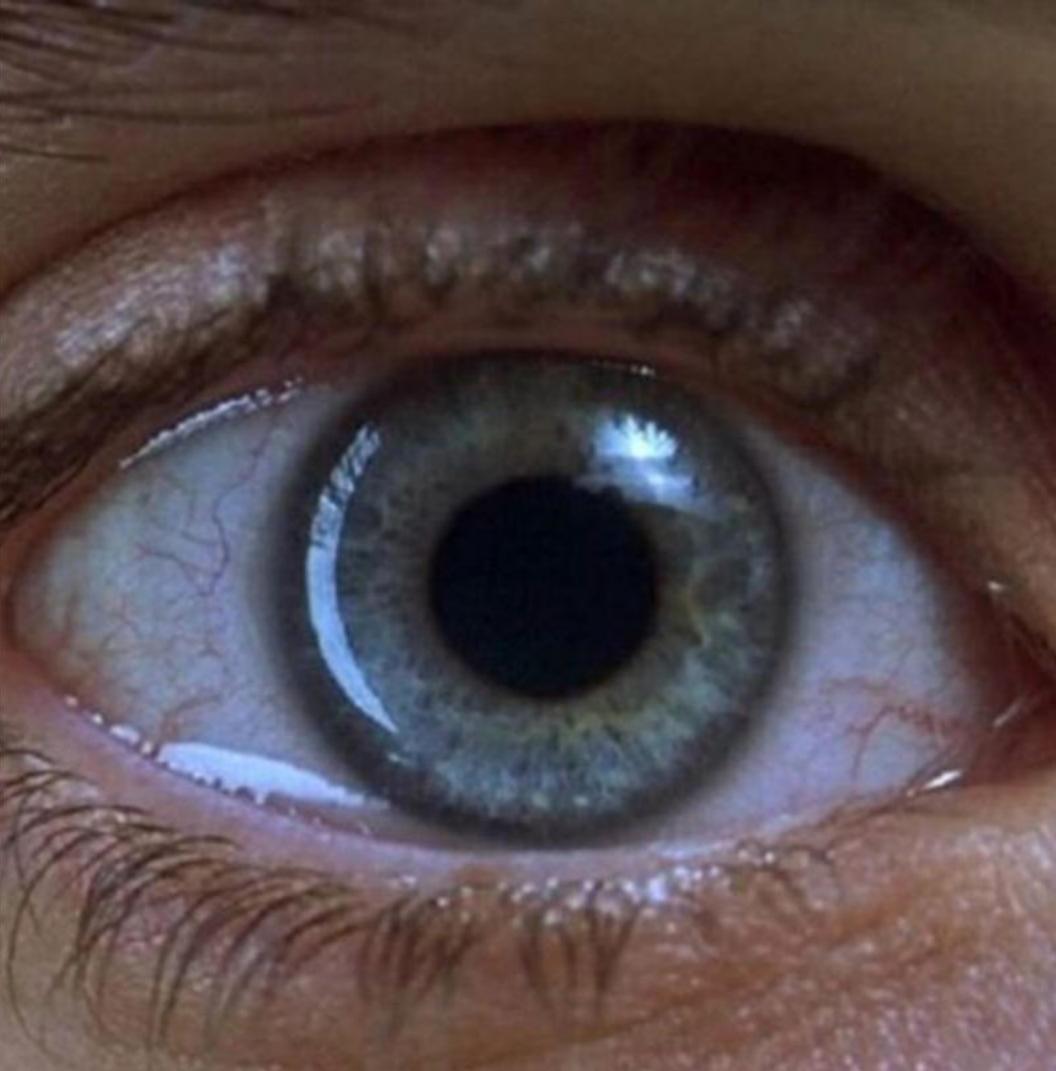
**Usa subtítulos en
tus videos**

- Solo el 60% de las historias o los reels en Instagram son vistos con sonido y en Facebook es el 85%.
- Los subtítulos son para todas las personas, para quienes tengan discapacidades visuales o auditivas
- Son un gran gancho visual

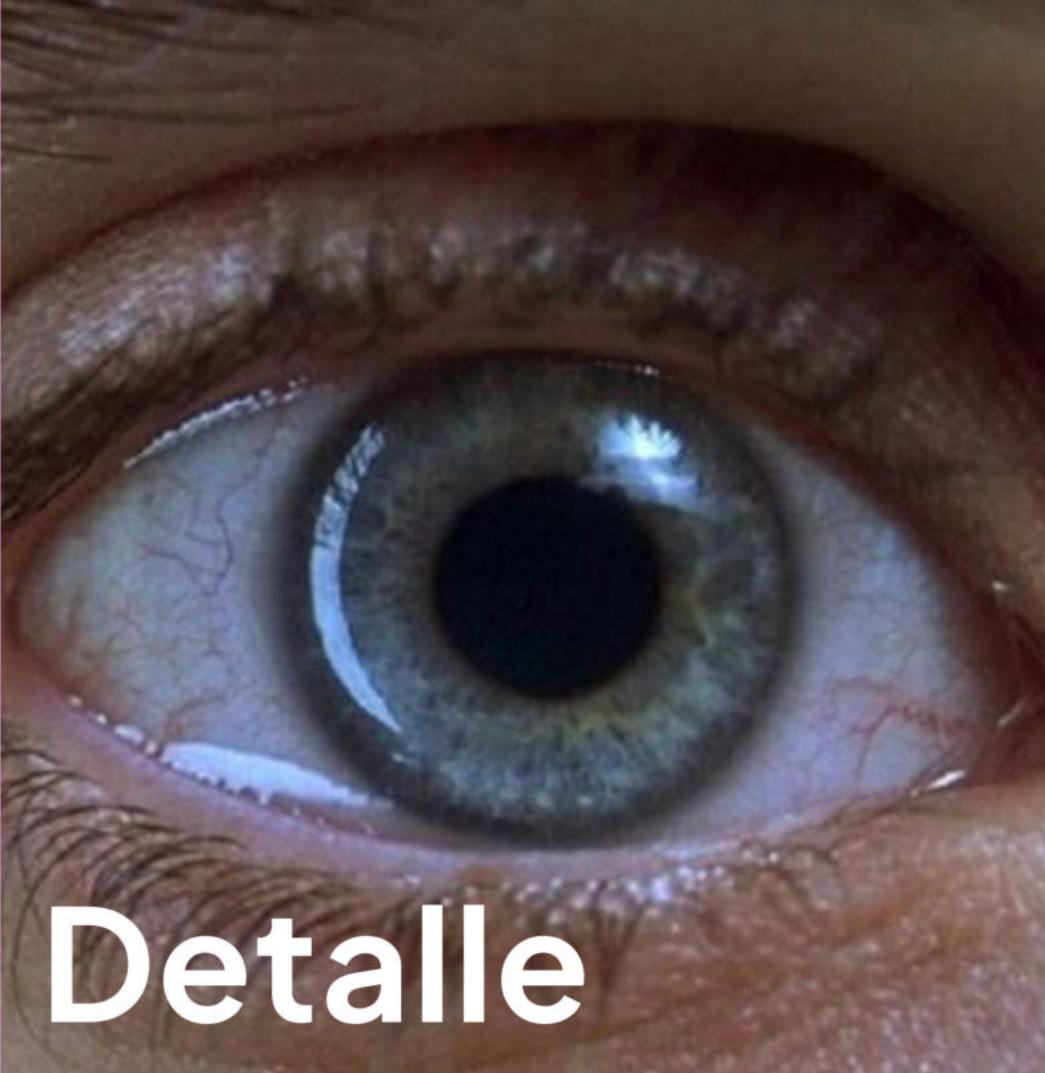
Planos y tiros de cámara

- 
1. Plano Detalle (PD)
 2. Primerísimo Primer Plano (PPP)
 3. Primer plano (PP)
 4. Plano Medio (PM)
 5. Plano Americano (PA)
 6. Plano General (PG)

Planos de cámara



Planos de cámara



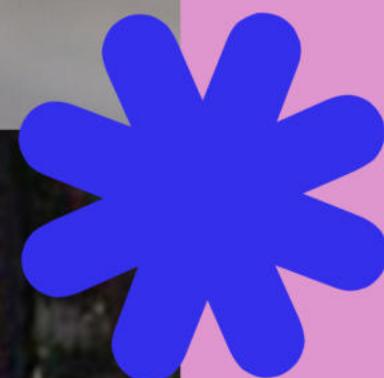
Detalle



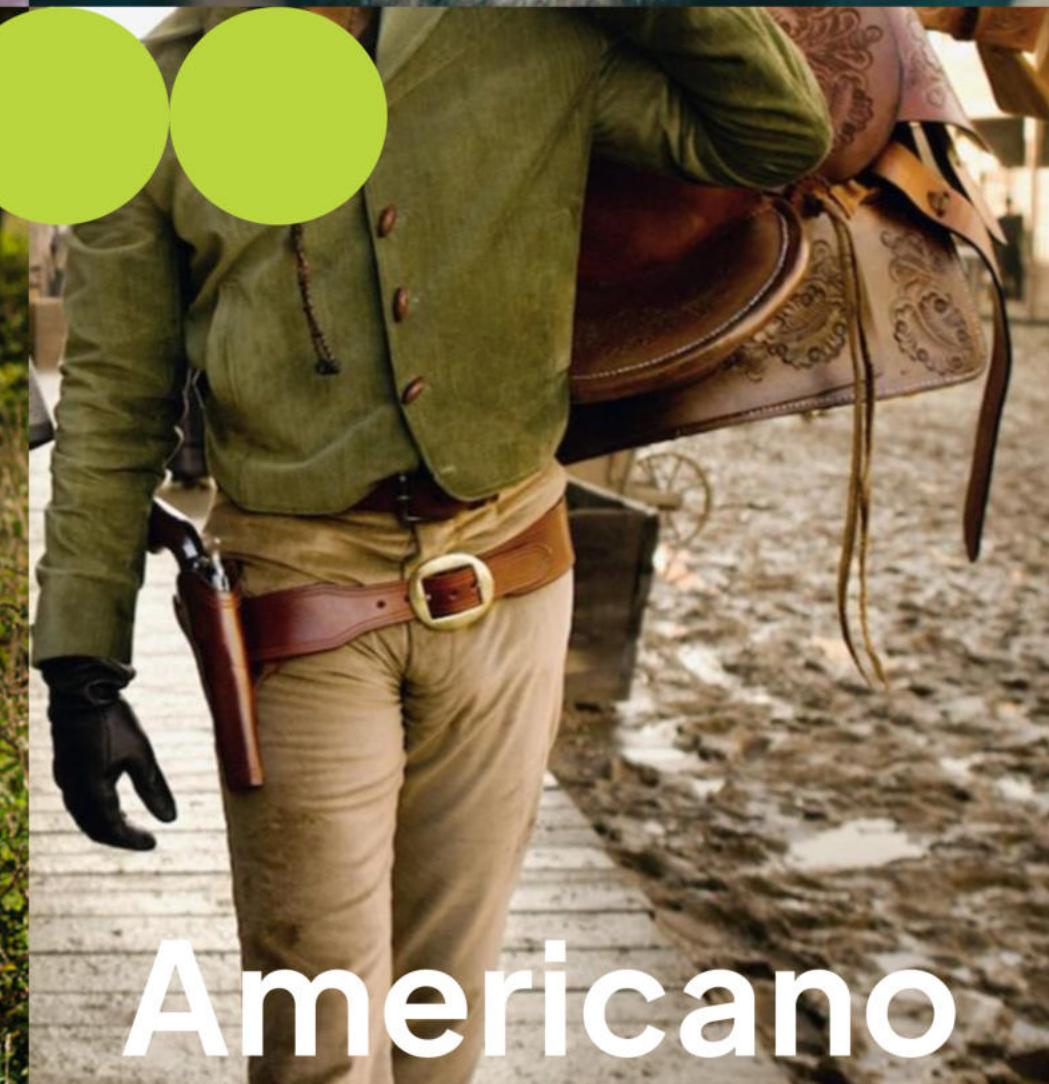
PPP



Primer



Medio



Americano



General



PD: Plano Detalle



PPP: Primerísimo Primer Plano



PP: Primer Plano



PMC: Plano Medio Corto



PML: Plano Medio



PML: Plano Medio Largo



PA: Plano Americano



PE: Plano Entero



PG: Plano General



GPG: Gran Plano General

Ejercicio aplicado

1. Escoge un pilar estratégico (**Acompañamiento permanente/ Gestión integral de procesos/ Eficiencias / Transformación digital**).
2. Completa la plantilla de guion con: título de contenido, hook, 3 puntos, cierre y CTA.
3. Define los planos de tu video (cómo lo vas a grabar).
4. Comparte tu storyboard.

GRACIAS

¡Nos vemos en la siguiente sesión!

