

# Consejos

- Usa llamadas de acción claras.
- Asegúrate de usar los tamaños de imagen correcto.
- Analiza y utiliza los horarios óptimos.
- Sigue a tus seguidores.
- Utiliza Facebook para los concursos de fotografía en Instagram.
- Comercializa tu marca utilizando tendencias.
- Comparte información.
- Publica noticias relevantes.
- Haz actualizaciones constantes e interesantes.
- Se requiere un presupuesto elevado.
- Define a tu público con precisión.
- Haz uso de los hashtags.

## Horario para publicaciones



## DIRECTORIO

- Dr. Enrique Fernando Velázquez Contreras  
RECTOR
- Dra. María Rita Plancarte Martínez  
VICERRECTORA DE LA UNIDAD REGIONAL CENTRO
- Dra. Arminda Guadalupe García de León Peñúñuri  
SECRETARIO GENERAL ACADÉMICO
- Dra. Rosa María Montesinos Cisneros  
SECRETARIA GENERAL ADMINISTRATIVA
- Dr. Rosario Fortino Corral Rodríguez  
DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y BELLAS ARTES
- Ing. Heriberto Encinas Velarde  
JEFE DE DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
- M.E. Mónica Aguilar Tobín  
COORDINADORA DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

# #STALKKEAME



Año 2 Número 7 Julio-Septiembre 2017  
adostintas

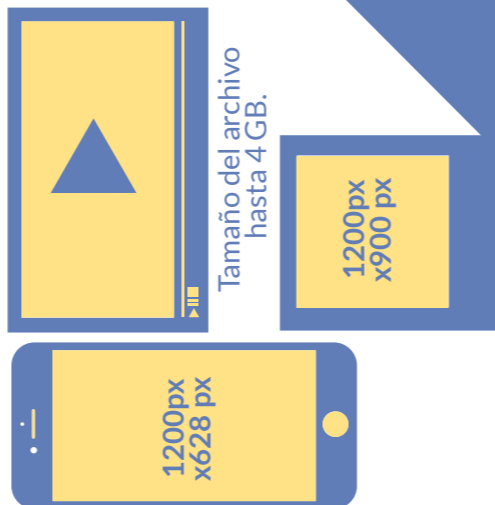
## Colaboradores

Audiffred Jasso Fabiola Yocelín, Garfías Sánchez Yaneli Guadalupe, López Cruz Edna Yanina, López Peraza Leonel de Jesús, Martínez Pérez Cristian Sarahi, Montoya Burboa Melissa, Moreno Félix Zuguey Carolina, Pacheco López Francisco Alejandro, Pavlovich Salido Raquel, Rivera Peñúñuri Arely, Torres González Olivia Cristina y Valencia Romero Jesús Francisco

adostintas es una edición trimestral elaborada por los alumnos del área editorial de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de Sonora. Blvd. Luis Encinas y Rosales s/n, Col. Centro. C.P. 83000, Hermosillo, Sonora. Tel. 259-21-78 y 80. Este número se terminó de editar el 21 de septiembre de 2017. Tiraje: 300 ejemplares. Comentarios y colaboraciones al celular 662 149 87 55 con el M.E. Andrés Abraham Elizalde García o al correo andres.elizalde@guaymas.uson.mx

## Medidas para publicaciones Facebook

90 caracteres max. por imagen y 2200 para video



# Tipos de redes

## Redes sociales más utilizadas



| REDES     | TIPOS DE RED           | FUNCIONES   |
|-----------|------------------------|---|
| Facebook  | Red Social             | Posteo - Fotos - Videos - Live - Grupos - Llamadas    |
| Whatsapp  | Mensajería             | Grupos - Llamadas - Mensajes - Audio - Estados        |
| Youtube   | Video/Social           | Videos - Publicidad (Anuncios)                        |
| Instagram | Red Social /Publicidad | Videos - Imágenes - Hashtags                          |
| Tumblr    | Red Social             | Blog Texto - Fotos - Videos - Vínculos - Chat - Audio |
| Twitter   | Red Social             | Blog Texto - Imágenes - Compartir Videos              |
| Snapchat  | Mensajería /Social     | Foto - Videos - Filtros                               |
| Skype     | Mensajería             | Video Llamadas - Compartir - Mensajes - Grupos        |
| Pinterest | Foto/video             | Fotos - Videos - DIY - Publicidad - Portafolio        |

# Lenguaje en las redes

El lenguaje como lo conocemos hasta ahora ha sido modificado a través del tiempo. No nos vamos a detener a estudiar si algunas características son apropiadas o no, debido a lo complejo del asunto, sin embargo, con motivo de nuestro tema, dedicaremos este espacio a las abreviaciones del lenguaje utilizadas en las redes sociales, motivadas principalmente por la prontitud al escribir y responder mensajes de texto. Aquí enlistamos algunas de las más utilizadas.

| Abreviación         | Significado  |
|---------------------|--|
| 100pre              | Siempre  |
| Abaxos              | Abrazos  |
| AC                  | Hace   |
| Aora                | Ahora  |
| Aki                 | Aquí   |
| Bb                  | Bebe   |
| BFF                 | Best friend forever – Mejor amigo por siempre      |
| Bro                 | Hermano  |
| Bn                  | Bien   |
| Bye                 | Adiós  |
| DM                  | Direct message – Mensaje directo o mensaje privado |
| D2                  | Besos  |
| Dnd                 | Donde  |
| Dps                 | Después  |
| Em                  | email  |
| FB Fk               | Facebook   |
| Finde               | Fin de semana                                      |
| Ftf                 | Cara a cara  |
| FYI / PTI           | For your information – Para tu información         |
| Grs / gcs           | Gracias  |
| Hla                 | Hola   |
| Hna                 | Hermana  |
| ILY I               | Love you – te amo                                  |
| JK o J/K J          | Just kidding - solo bromeando                      |
| K                   | Que  |
| K tal               | Que tal  |
| Kntm                | Cuéntame   |
| LOL                 | Laughing out loud – Riendo a carcajadas            |
| Msj                 | Mensaje  |
| NP                  | No problem – no hay problema                       |
| Ns vms dsps         | Nos vemos después                                  |
| NVM                 | Nevermind – Olvidalo, no te preocupes              |
| OMG                 | Oh my god  |
| Pf / xfa / plis     | Por favor  |
| Pa q                | Para que   |
| Ps                  | Pues   |
| RT                  | Re-Tweet   |
| Salu2               | Saludos  |
| Stoy / sta          | Estoy / está                                       |
| ¿Tas ok? / ¿Tas bn? | ¿Estás bien?                                       |
| Tb / tmb            | También  |
| Thx / Tnx / Thnx    | Thanks - gracias                                   |
| Tq / tkm            | Te quiero / te quiero mucho                        |
| Vdd                 | Verdad   |
| Xfa Porfa           | Por favor  |
| Wpa                 | Guapa  |
| Ymm                 | Llámame  |
| Zzzz                | Dormir   |



## Facebook:

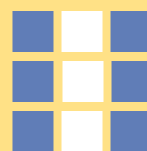
Foto perfil (170p x 70p PC)  
Foto de portada (851p x 315 p PC)

La foto de perfil tiene que ser reconocible en diferentes tamaños, tiene que llamar la atención porque esta enseguida de otros perfiles, por esta razón se recomienda ser muy simple y seguir fielmente el branding. La foto de portada se recomienda utilizar un punto focal claro, la calidad y resolución son primordiales, evitar el ruido ya que distraerá a los espectadores, se recomienda no evitar la información en la portada ya que crea fatiga visual. En los post es muy recomendable establecer un branding dinámico y seguirlo.

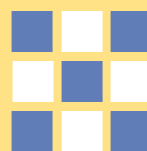


## Instagram:

En instagram se recomienda utilizar un "grid layout" esto hará que visualmente resulte armonioso.



grid layout 1



grid layout 2

Tenemos que tomar en cuenta que instagram está dirigido a usuarios de smartphones.

En instagram se recomienda establecer un filtro en el branding para que este sea uniforme en todas las publicaciones, también se recomienda usar fotos cuadradas de buena calidad.



## Youtube:

Algo de mucha importancia es la foto de miniatura ya que es el preview del video, la foto de miniatura compite con otras, por lo tanto esta foto tiene que ser muy llamativa, se recomienda utilizar un texto en las miniaturas ya que este destacará de los demás títulos, el usuario leerá primero el texto llamativo de la miniatura que el título de los videos.

En youtube es muy importante cuidar todo el audiovisual, desde el intro hasta los efectos de sonido que se utilizan.

El intro tiene que ser llamativo y armonioso porque durante los primeros 5 segundos el usuario decidirá si quedarse o no.



## Twitter:

Utiliza una foto de perfil redonda por lo que el logo de nuestra empresa tendrá que adaptarse a él, al igual que facebook la foto de perfil compite con otras por lo tanto tiene que ser llamativa y fácil de identificar a diferentes tamaños.



## ESTRATEGIAS Marketing Digital

Dentro de la mercadotecnia existe el marketing digital que consta de cuatro puntos importantes en redes sociales, son los siguientes:

### Flujo



Trata siempre de estar presente en las redes sociales, publica regularmente para crear un flujo continuo de personas.

### Funcionalidad



Revisa tus publicaciones. Trata de que sean efectivas para llegar a un mayor número de personas.

### Feedback



Al realizar distintos post o publicaciones podrás retroalimentar la funcionalidad de la misma, permitiéndote así saber lo que tu publico opina.

### Fidelización



Crema una relación a largo plazo con el publico, proporciónale lealtad y confianza.



### TIPS E IDEAS

1. Expresa tu opinión personal.
2. Humor ¡A todos les gusta!
3. Tendencias.
4. Haz preguntas a tu público.
5. Publica información personal o fotos backstage.
6. Realiza ofertas.
7. Agradece a tu público.



### ... DATE A CONOCER ...

- Actualiza tu perfil regularmente.
- Responde a todas tus preguntas.
- Usa hashtags clave.
- Concursos / Giveaways.

### ELIGE MEJOR TU



- Que sea poco frecuente
- Palabras clave.
- Hazlo corto.
- o poco común.

## ¿Cómo diseñar para las REDES SOCIALES?

### Creatividad, resolución y BRANDING

El diseño para redes sociales se hace vital para destacar sobre la competencia.

## Redes sociales para diseñadores

### Portafolios



**Devian Art.** Un espacio virtual en el que cada usuario puede mostrar su arte y aprovechar las posibilidades de la red para someterlo a los comentarios y críticas de otros artistas miembros de la comunidad | deviantart.com



**Behance.** Una red de sitios y servicios especializada en la autopromoción, incluyendo consultoría y sitios de portafolio en línea | behance.com



**Domestika.** La mayor comunidad para profesionales creativos en español. | domestika.org



**Dribbble.** Comunidad en línea para exhibir ilustraciones hechas por el usuario. Funciona como una plataforma de autopromoción y networking para diseño gráfico, diseño web, ilustración, fotografía y otras áreas creativas. | dribbble.com

### Resumé/CV



**LinkedIn.** Una comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y el empleo. | linkedin.com



**Meet in Arts.** Plataforma de conexiones profesionales para acercar y conectar a los artistas, profesionales y organizaciones relacionadas con las diferentes disciplinas artísticas. | meetinarts.com

### Comercio



**Threadless.** Es una comunidad en línea de artistas y un sitio web de comercio electrónico. | threadless.com

### Fotografía



**Flickr.** Sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías o videos en línea. | flickr.com



**Instagram.** Red social y aplicación para subir fotos y videos. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, etc., y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras. | instagram.com



**500px.** Servicio de alojamiento de imágenes, cuenta con portafolios de excelente calidad y servicio de tienda. | 500px.com

### Video



**Youtube.** Es un sitio web dedicado a compartir videos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de tv, videos musicales, contenidos amateur como videoblogs y YouTube Gaming | behance.com



**Vimeo.** Red social de Internet basada en videos, el sitio permite compartir y almacenar videos digitales para que los usuarios comenten en la página de cada uno de ellos. | vimeo.com

### Publicidad



**Ads of the World.** Es una red en publicidad sino en Comunicación Integral (Marketing, Publicidad, RRPP y Pèriodismo) en cualquiera de sus ramas | adsoftheworld.com

### Tipografía



**Fontli.** Es una red social y aplicación para los amantes de la tipografía, funciona como Instagram. | fontli.com