



# LA PUBLICACIÓN PERFECTA EN REDES



Facultad de  
Ciencias Sociales  
y del Trabajo  
Universidad Zaragoza

## INSTAGRAM

**Objetivo:** Comunicar visualmente actividades, experiencias y valores del centro.

**Instrucciones:**

1. Prioriza la imagen:
  - o Usa fotos de buena calidad, luminosas y con personas (siempre que haya consentimiento).
  - o Formato cuadrado (1080x1080 px) o vertical (1080x1350 px) para mejor visibilidad en móviles.
  - o No publiques imágenes pixeladas, oscuras o con texto ilegible.
2. Texto del post:
  - o Comienza con una frase atractiva o emocional.
  - o Incluye una descripción breve de la actividad o mensaje clave.
  - o Añade citas si procede, pero sin pasarte de 2-3 líneas.
  - o Termina con una frase de reconocimiento o llamada a la acción (agradecimiento, pregunta, enlace en bio).
3. Hashtags:
  - o Incluye entre 4 y 7 hashtags relevantes, sin repetir.
  - o Ej.: #ServiciosSociales #Zaragoza #Inclusión #VidaUniversitaria #Unizar #ODS
4. Menciones:
  - o Etiqueta siempre a @fcstunizar y otras cuentas implicadas (como @unizar o entidades colaboradoras).
5. Publicación y formato:
  - o Publica desde el móvil para cuidar el formato.
  - o No uses el primer comentario para los hashtags: ponlos en el texto principal.
  - o No olvides el texto alternativo (ALT) si es posible, para accesibilidad.

## LINKEDIN

**Objetivo:** Difundir logros institucionales, colaboraciones, actividades formativas y proyectos de impacto social.

**Instrucciones:**

1. Contenido profesional:
  - o Habla de hechos, cifras, logros o testimonios con tono serio pero cercano.
  - o Orienta siempre el contenido a una reflexión o resultado concreto.
2. Estructura del texto:
  - o Primer párrafo claro y directo (qué ha pasado y por qué es relevante).
  - o Desarrollo en párrafos breves.
  - o Cierre con agradecimientos, invitación o pregunta reflexiva.
  - o Límite recomendado: entre 900 y 1300 caracteres.
3. Imagen o vídeo:
  - o Siempre debe haber un recurso visual: una imagen, gráfica, cartel o vídeo corto subtulado.
  - o Evitar documentos PDF como imagen si son ilegibles en móvil.
4. Menciones:
  - o Etiquetar siempre a @FacultadCienciasSocialesyTrabajo y otras instituciones participantes.
  - o Si se menciona un máster o actividad, incluir su nombre completo y/o siglas (ej. DIRYGESS).
5. Hashtags:
  - o Incluye de 4 a 6 hashtags específicos.
  - o Ej.: #UniversidadYTerritorio #TransferenciaSocial #DIRYGESS #Zaragoza #ODS #FormaciónConImpacto

## BLUESKY

**Objetivo:** Comunicar mensajes institucionales con tono moderno y claro, para una comunidad más innovadora y descentralizada.

**Instrucciones:**

1. Longitud y tono:
  - o Límite de 300 caracteres.
  - o Usa tono humano, directo y comprometido con lo social.
  - o Ideal para frases inspiradoras, mensajes breves de impacto o convocatorias puntuales.
2. Imágenes (opcional):
  - o Bluesky permite imágenes, pero el texto sigue siendo protagonista.
  - o Si se usa imagen, que sea horizontal y clara.
3. Hashtags y menciones:
  - o Usa máximo 2-3 hashtags bien elegidos.
  - o Menciona cuentas relevantes si están activas en esta red (actualmente en desarrollo).
4. Formato recomendado:
  - o No uses enlaces largos ni etiquetas vacías.
  - o Evita copiar publicaciones de otras redes sin adaptarlas.