

Copywriting para redes sociales

Contenidos

Clase 1: Escribir en la era de las redes sociales

- Presentación del taller y de las/os participantes.
- Transformaciones de la comunicación en entornos digitales.
- Cómo cambió la escritura con las redes sociales.
- Atención, consumo rápido y economía del contenido.
- Qué es el copywriting y para qué sirve.
- Diferencias entre informar, comunicar y persuadir.
- Introducción a la creatividad aplicada a redes sociales.
- Ejercicios de observación y análisis de contenidos digitales.

Clase 2: Voz, identidad y tono en redes sociales

- Qué es el tono de voz y por qué es importante.
- Construcción de identidad verbal para marcas y proyectos.
- Cómo encontrar una voz propia.
- Narrativas digitales y autenticidad.
- Escritura para Instagram, LinkedIn, TikTok y X: similitudes y diferencias.
- Biografías, descripciones y presentaciones efectivas.
- Técnicas de síntesis y claridad en textos breves.
- Análisis de casos reales.

Clase 3: Storytelling y escritura creativa para contenidos

- Qué historias funcionan en redes y por qué.
- Principios básicos de storytelling digital.
- Cómo captar atención en los primeros segundos o líneas.
- Hooks, titulares y aperturas efectivas.
- Emoción, cercanía y construcción de comunidad.
- Técnicas narrativas aplicadas a publicaciones, reels y carruseles.
- Ejercicios prácticos de escritura creativa.
- Edición y mejora de textos.

Clase 4: Copywriting estratégico y contenidos que generan interacción

- Introducción al copywriting publicitario y digital.
- Llamados a la acción (CTA).
- Textos para campañas, promociones y lanzamientos.
- Engagement: cómo generar conversación e interacción.
- Errores frecuentes en comunicación digital.
- Escritura persuasiva sin perder autenticidad.
- Creatividad y tendencias actuales en redes sociales.
- Laboratorio de ideas y producción de contenidos.

Clase 5: Planificación y organización de contenidos

- Cómo pensar una estrategia de contenidos.
- Objetivos de comunicación y públicos.
- Calendario editorial y planificación básica.
- Tematización de contenidos.
- Formatos y tipos de publicaciones.
- Curaduría de contenidos e inspiración creativa.
- Herramientas gratuitas para organizar ideas y textos.
- IA aplicada al copywriting: construcción de prompts y entrenamiento de tono de voz.
- Producción práctica de piezas para redes sociales.

Copywriting para redes sociales

Contenidos

— Clase 6: Clínica de contenidos y proyectos finales

- Presentación y análisis de producciones de las/os participantes.
- Revisión colectiva de perfiles, textos y propuestas comunicacionales.
- Ajustes de tono, estructura y creatividad.
- Devoluciones personalizadas sobre contenidos y estrategias.
- Cómo seguir desarrollando una identidad digital sólida.
- Cierre general del taller y conclusiones.

Evaluación y cierre

Como producción final integradora, cada participante desarrollará una propuesta de comunicación digital aplicada a un proyecto personal, profesional, artístico, institucional o emprendedor.

La producción podrá incluir la redefinición de un tono de voz, una biografía o presentación de perfil, una serie de publicaciones, piezas de copywriting, una estrategia básica de contenidos o una breve campaña digital.

Durante el último encuentro se realizará una clínica colectiva de proyectos, con devoluciones y sugerencias orientadas a fortalecer la comunicación escrita y la creatividad digital.