



CLAC



FAIRTRADE

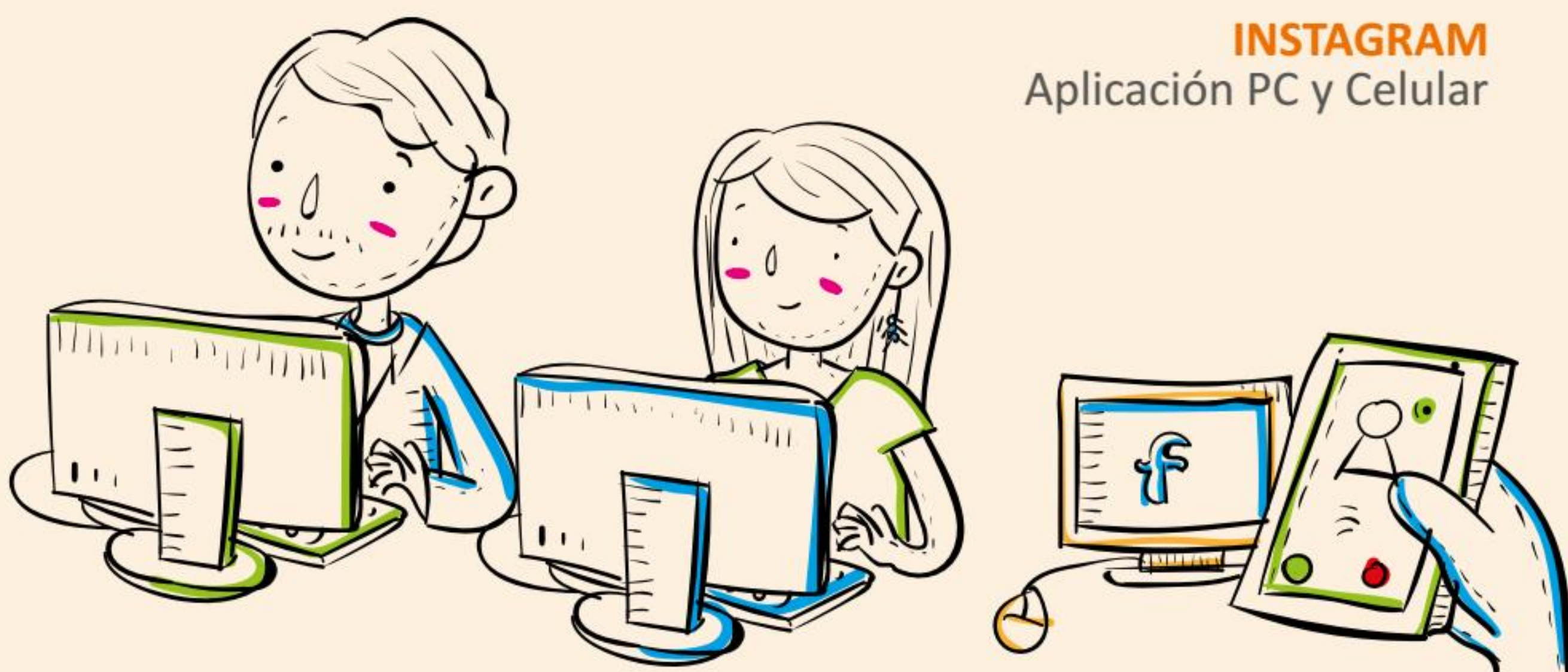
MANUAL DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

FACEBOOK

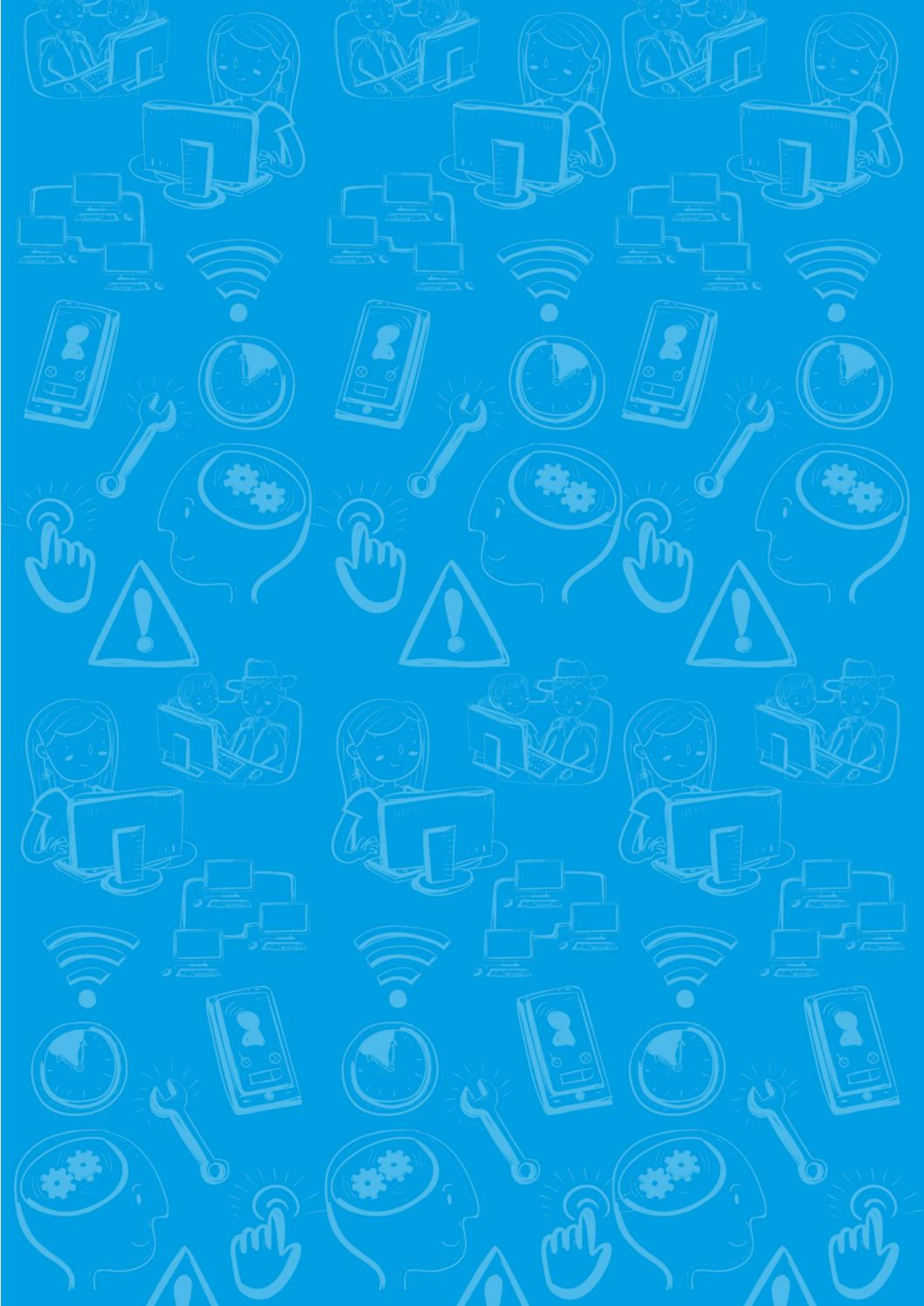
Aplicación PC y Celular

INSTAGRAM

Aplicación PC y Celular



Elaborado dentro del marco del Proyecto de la Red de Trabajadores construyendo sinergias





MANUAL DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL

ÍNDICE

LA FINALIDAD	5
METODOLOGÍA.....	6
REQUERIMIENTOS	8
RUTA DE CAPACITACIÓN	8
FACEBOOK, ¿CÓMO COMENZÓ TODO?	9
FACEBOOK, PUBLICAR PARA QUE ME LEAN Y VEAN	11
10 CLAVES PARA PUBLICAR EN FACEBOOK	22
INSTAGRAM, ¿DESTRONANDO A FACEBOOK?	23
10 CONSEJOS PARA PUBLICAR EN INSTAGRAM	36

LA FINALIDAD



El presente manual tiene como propósito proporcionar conocimientos básicos sobre cómo subir fotos, videos y textos a las redes sociales: Facebook e Instagram, tanto para su versión de escritorio (PC) como para celulares.

Pero, ¿por qué es un manual de conocimientos básicos?

A través de las visitas al territorio, se ha podido constatar que, en general, los trabajadores y trabajadoras tienen distintos niveles de conocimiento sobre las redes sociales. Es decir, algunos saben usar estas herramientas de manera concreta, aunque a veces con conocimientos confusos, pero funcionales a sus necesidades; otros cuentan con escaso o nulo entendimiento sobre este asunto.

Las visitas realizadas solamente nos han permitido identificar ciertas debilidades, que no necesariamente son el reflejo de todo el conjunto de países que integran la Red de Trabajadores y Trabajadoras de Comercio Justo.

Es por esto que, a través de este documento, y con el apoyo de las y los gestores, se busca que las y los trabajadores de las plantaciones puedan nivelar su conocimiento en cuanto a tecnologías de redes.



En este sentido, el gestor o la gestora tienen un rol vital en el proceso formativo, no solamente porque asumirán un papel de facilitadores, sino porque también les llevará a la necesidad de relevar información del territorio donde tienen acción. Dicho de otro modo: tendrán que identificar el nivel y alcance de conocimientos sobre asuntos tecnológicos de las y los trabajadores.

Tenemos claro que el gestor o gestora tiene la familiaridad y la experiencia en el uso de estas redes sociales y que se encuentra sobre la media de un trabajador o trabajadora. Esa experticia y saber serán muy útiles para esta capacitación, y serán un complemento ideal para la formación de estas personas.

Pensando en las y los trabajadores, el manual tendrá un lenguaje sencillo y con indicaciones muy visuales para que la persona que reciba el entrenamiento pueda estar segura sobre cómo utilizar estas herramientas en su equipo móvil y su computadora de escritorio con mayor eficacia.



METODOLOGÍA

En primer lugar, hay que tener presente que los trabajadores(as) pueden tener la aplicación de cualquiera de estas redes sociales ya instaladas en su computadora o celular, pero que conoce poco o nada sobre su uso. Como se señaló anteriormente, la finalidad es nivelar los aprendizajes y saberes entre las y los trabajadores, para que sean capaces de difundir sus contenidos tanto en Facebook como en Instagram y poder promocionarse en estos medios.



Por esto, se hace necesario empezar este proceso de formación desde los niveles más familiares y básicos, con funciones que incluso se usan con frecuencia.

Es importante mencionar que este manual está diseñado, en el caso de Facebook (FB), para subir textos, fotos y videos en un perfil (la cuenta personal) y no en un *Fanpage* (para fines de negocio o desarrollo de marca). Un *Fanpage* tiene las mismas lógicas que un perfil (en cómo subir contenidos), pero tiene sus particularidades. Ese nivel amerita otro proceso de formación que no cubre este manual.

El perfil de FB es, seguramente, la herramienta que más usan las y los trabajadores, es por esto que empezar la formación por este nivel ayudará a disminuir la inseguridad para cuando requieran administrar un *Fanpage*.

En segundo lugar, ya entrando en su metodología, este documento debe ser aplicado con personas que integran el Comité de Prima en las plantaciones, generalmente compuesto por cinco trabajadores o trabajadoras. Por esto, antes de iniciar, se requiere que puedan recoger información sobre el uso de este tipo de tecnologías.

Se trata de una data que al gestor o gestora le puede ser de utilidad. Proponemos estas cinco preguntas:



¿Sabe usted subir contenidos: a Facebook, Instagram o a ambas?

¿Cuál de estas redes usa con mayor frecuencia: Facebook o Instagram?

¿Dónde revisa con frecuencia esos contenidos: en el celular o en la PC?

¿Qué le resulta difícil subir a Facebook o Instagram: texto, foto o video?

¿Qué contenidos quisiera ver de la Red de Trabajadores y Trabajadoras en FB o IG?

Esta encuesta tiene que realizarse antes de trabajar el taller. De esa manera se podrá subrayar mejor las herramientas que necesitan e, inclusive, se podrá tener en cuenta el número de hombres o mujeres que requieren mayor asistencia. Esto es un asunto importante ya que, generalmente, las mujeres suelen tener más dificultades para realizar estas destrezas, sea por desconocimiento o porque no hubo un espacio formativo adecuado.

En el caso que hubiera más mujeres que desconocen sobre el uso de estas redes sociales se recomienda una capacitación específica para ellas.

Con esta data se podrá identificar el nivel de conocimiento de los y las participantes sobre las redes sociales propuestas. Esta diferenciación es valiosa, ya que tener en un grupo de saberes diferentes puede hacer que el taller no cumpla con el objetivo. Los que saben más pueden sentir aburrimiento y quienes no saben mucho quizá perciban que el taller va muy rápido; esto puede generar angustia o falta de interés.

El principio debe ser siempre incluirlos y generar interés en todos y todas.

Las y los gestores, con esta información previa, capacitarán a los miembros del Comité de Prima. Posteriormente, las y los trabajadoras capacitadas realizarán el mismo ejercicio con otras áreas de la Asociación de Trabajadores y Trabajadoras. Por ejemplo, con los Comités de Vigilancia, los Comités de Mujeres, entre otros.

Se ha observado que estos comités tienen un número de cinco personas en promedio. Eso dará mayor posibilidad de que la capacitación sea manejable.

Es importante recordar que en las posteriores capacitaciones, el gestor o gestora siempre debe estar presente.



En resumen: gestores y gestoras realizan la capacitación al Comité de Prima. Luego, el Comité de Prima al resto de áreas de la Asociación de Trabajadores

La idea es cubrir formativamente a todas las áreas de la Asociación. Aunque, las personas que deban dejar el cargo (relevo o renovación de cargos) tienen la misión de dar el mismo taller al trabajador o trabajadora que les sucederá.

Los espacios formativos se desarrollan en las áreas de la Asociación porque sus integrantes tienen responsabilidades específicas. Por tal razón, requieren de destrezas y habilidades para el desempeño de sus funciones como el impulso de la Red de Trabajadores y Trabajadoras.

Cabe indicar que los talleres serán presenciales, aunque se contará con material virtual. El equipo consultor, en consonancia con CLAC, solamente ofrece los contenidos y el aporte metodológico. La parte del diseño (digital y/o impreso) queda en manos de la institución regional.

REQUERIMIENTOS

Para este taller se requiere:



Computadores personales. En caso de no contar para cada asistente, se puede usar una computadora hasta para cinco personas. Contar con una segunda computadora ayudará al proceso formativo.



La mayoría de las y los trabajadores tienen equipos celulares. Si se detecta que alguien no cuenta con uno, se puede pedir apoyo con algún trabajador o trabajadora para que realicen juntos el entrenamiento.



Acceso a internet.



Proyector para que todos y todas vean los pasos que se deben seguir.



El taller se debe realizar en un período máximo de una hora, considerando que en ese tiempo se deben resolver todas las dudas.



Una limitación puede ser el uso de computadores individuales y la disposición de celulares. La creatividad tiene que ser la vía para solucionar estos obstáculos. En caso extremo, el equipo consultor sugiere una capacitación para dos personas. Luego éstas capacitarían al resto.

RUTA DE CAPACITACIÓN

De manera concreta, la capacitación será de la siguiente forma:



Se realiza una breve encuesta.



Se evalúan las condiciones técnicas (internet, celulares, computadoras).



Gestores y Gestoras capacitan a Comité de Prima.



Comité de Prima capacitan al resto de comités de la Asociación, con presencia de gestor o gestora.



Al tratarse de un grupo pequeño, el taller es presencial, no requiere dinámica introductoria y se sugiere que la actividad se pueda realizar un

día sábado (no en actividades de lunes a viernes). Se afirma esto porque, dentro de sus actividades diarias probablemente no tengan el tiempo y el espacio suficiente para realizar el taller. Sin embargo, este camino dependerá mucho de la realidad de cada plantación: si es viable realizar el taller dentro de los días que se realizan las actividades diarias del trabajador o trabajadora, adelante.

FACEBOOK, ¿CÓMO COMENZÓ TODO?

Había una vez un joven estudiante universitario que en el 2003 tuvo la idea de montar una plataforma web. Lo hizo solamente con el propósito de que las y los estudiantes de su universidad se puedan conocer, pero el centro de estudios no estaba muy contento con la idea porque, al parecer, este joven había sustraído datos personales de las y los estudiantes.

Pero, eso no fue un obstáculo.

Un año después, él se reunió con otros estudiantes e intentaron poner en marcha otro proyecto. La idea era la misma, pero mejorada. Sin embargo, con los años, ellos empezaron a tener diferencias entre sí, incluso el asunto llegó hasta los tribunales de justicia. Pero, el proyecto creció y empezó a llamar la atención de otras personas interesadas en potenciarlo.

El nombre de ese joven estudiante universitario es Mark Zuckerberg y su proyecto se llama Facebook.

Desde el 2006, Facebook dejó de ser un proyecto universitario pensado para que las y los estudiantes alojen sus fotos y puedan relacionarse. Hoy es la red social más grande del mundo. Es la que aloja las fotos y datos de más 3 mil millones de personas. ¿Te imaginas? Fíjate que la población de todo el mundo es de 6 mil millones de personas.

Eso quiere decir que ¡la mitad del mundo está en Facebook!

En la actualidad, los que tenemos una cuenta en Facebook no podemos dejar de verla, al menos unos minutos.

Los más entusiastas entrarán a Facebook todo el tiempo que puedan: para ver un estado, etiquetar un amigo o amiga, comentar una publicación, subir un video, las fotos de vacaciones; entre mil cosas que las personas comparten cada minuto los 365 días al año.

Zuckerberg, hoy por hoy, es uno de los hombres más poderosos y millonarios del mundo. Se ha hecho rico con nuestras fotos y datos personales. Una locura, ¿verdad?

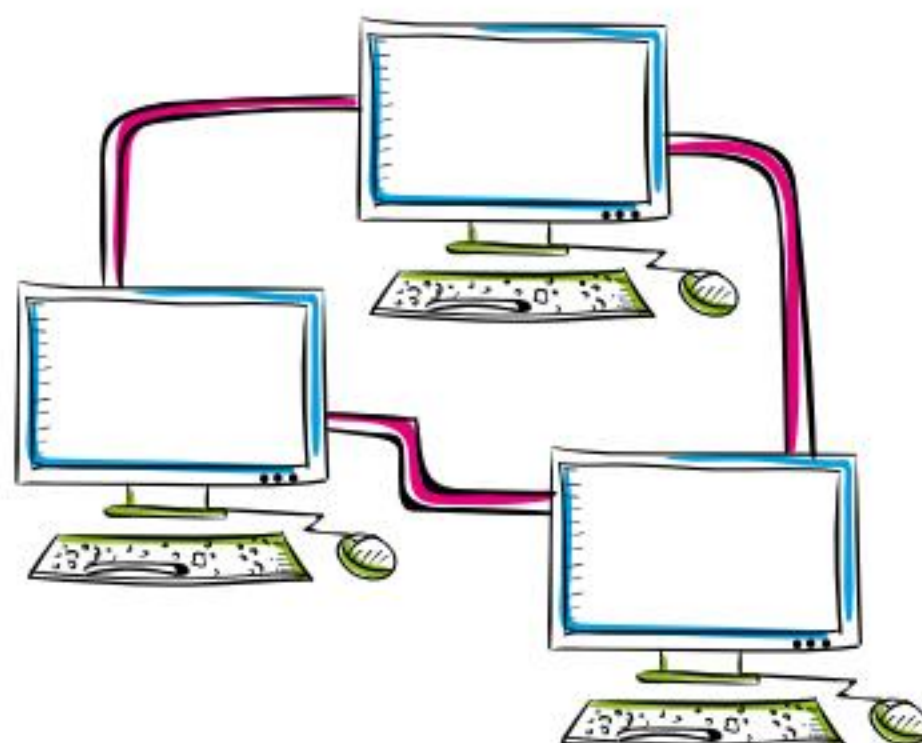
Facebook no ha estado exento de polémicas, lo mismo que su creador. Pero, a la medida que esta red social se hace poderosa, es necesario conocerla para hacer un uso responsable de ella.



Facebook es una herramienta muy eficaz y tiene muchas funcionalidades. Es, como han dicho muchos expertos: un universo.

Pon atención en este manual, nos vamos a concentrar en cómo publicar: textos, fotos y videos.

!Vamos!



FACEBOOK, PUBLICAR PARA QUE ME LEAN Y VEAN

Lo primero que debemos hacer es reconocer que Facebook se ve de manera diferente en el computador y el celular. Desde tu computador, debes buscar la página de Facebook y colocar tu usuario y clave. Desde tu celular, puede tener la aplicación de Facebook instalada y solo con un click puedes ingresar.

ASÍ SE VE EN TU COMPUTADORA



ASÍ SE VE EN TU CELULAR

Ahora, es necesario saber que en Facebook existen dos vías para realizar publicaciones:

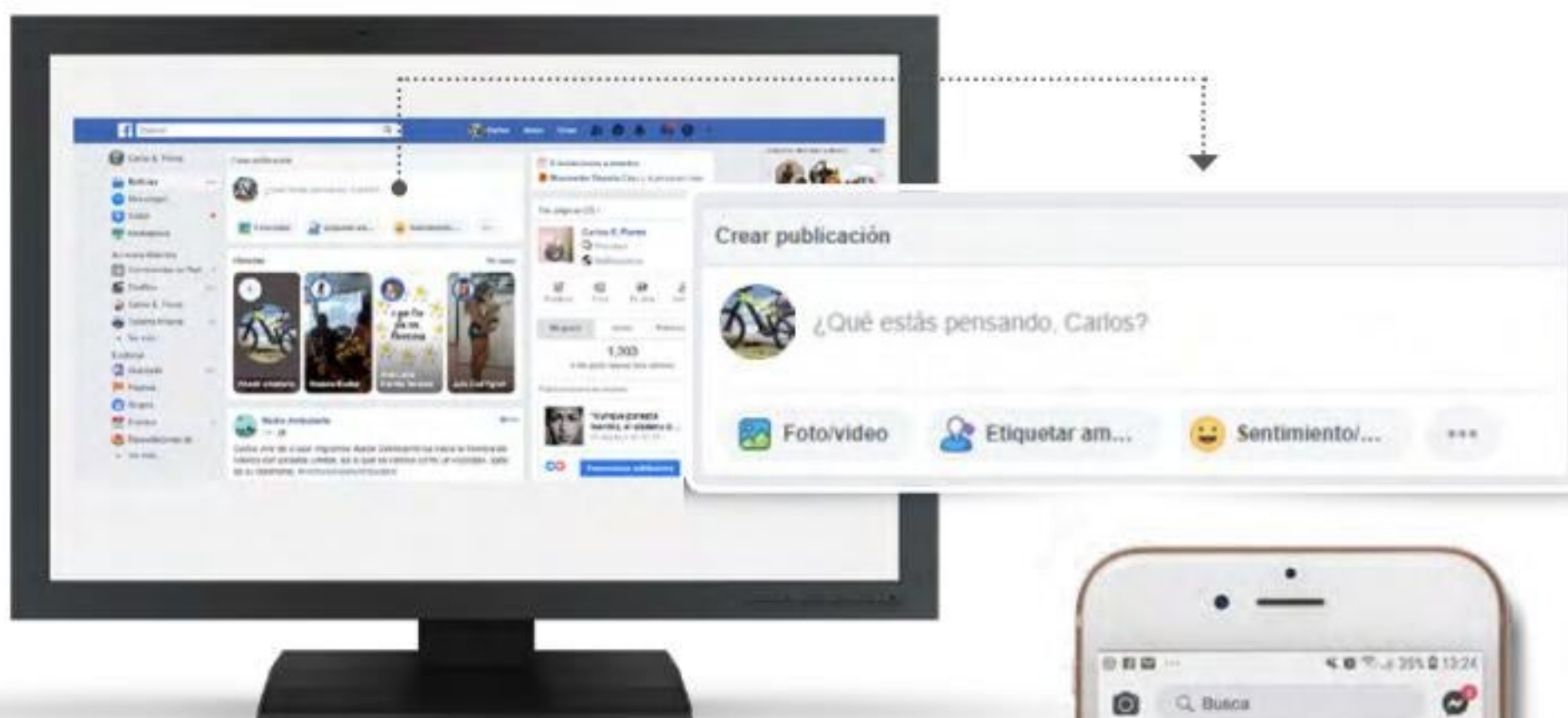
- A través de un perfil, o
- Mediante el *fanpage*.

El perfil es básicamente para personas naturales (como tú); mientras que un *fanpage* es para una organización (como CLAC), una empresa (como tu plantación) o una persona natural, pero que tiene fines más profesionales (como un periodista, una profesora, un empresario, entre otros).

Hoy te vamos a explicar las publicaciones mediante el perfil de Facebook.

Para publicar en el perfil de Facebook, debes ubicarte en el espacio que dice: **¿Qué estás pensando?**

ASÍ SE VE EN LA PC



ASÍ SE VE EN TU CELULAR

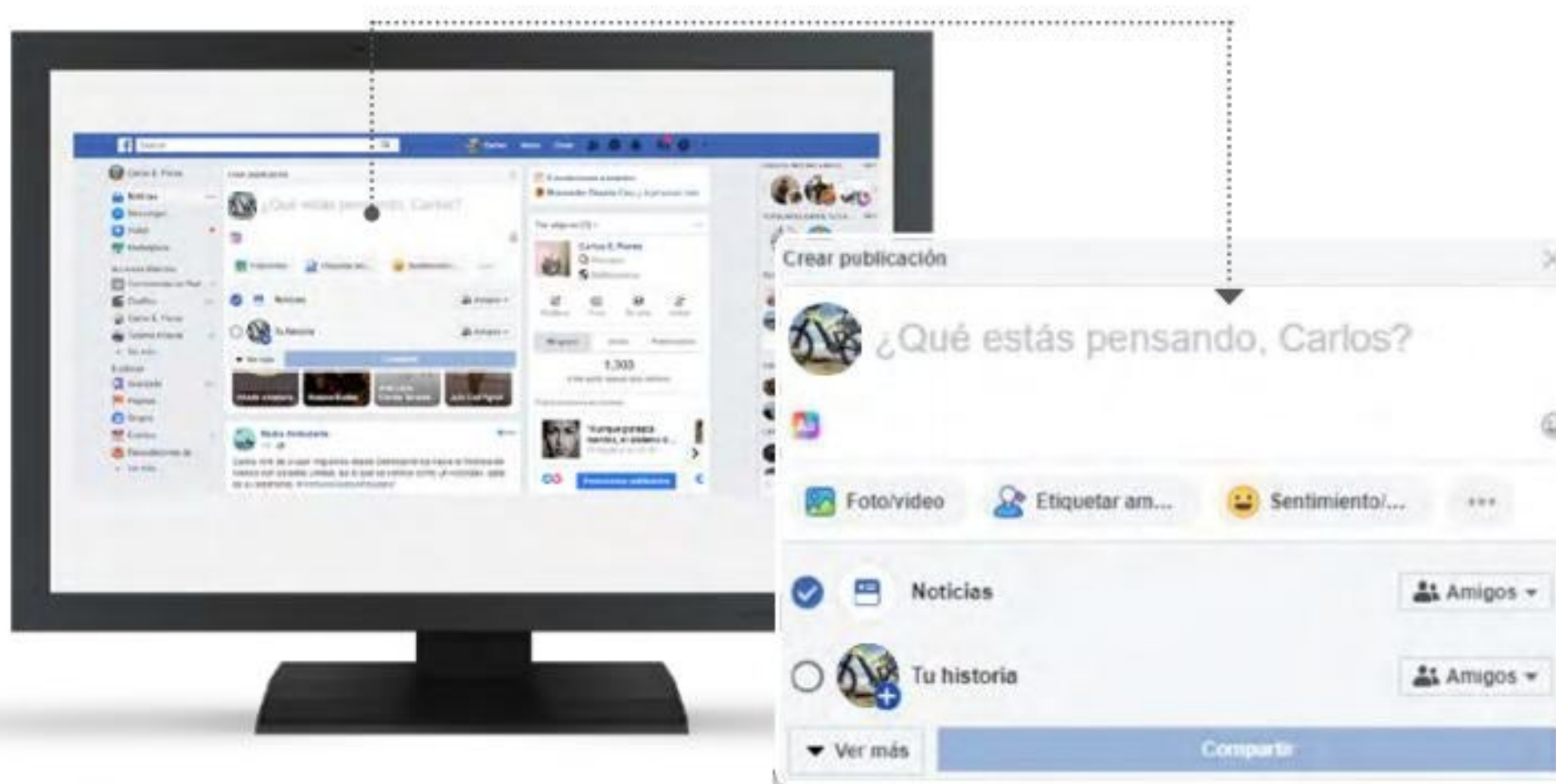




Vamos a conocer qué herramientas se ven en tu computadora cuando das click en el texto ¿Qué estás pensando? Para eso vamos a dividir la siguiente gráfica en tres bloques.

Recuerda: nos vamos a centrar en cómo publicar texto, foto y video.

ASÍ SE VE EN LA PC



ASÍ SE VE EN TU CELULAR







Para publicar un texto en Facebook podemos utilizar algunas herramientas:

En la versión de celular o en PC, el texto puede tener una extensión variada, desde una palabra a más.

Esta red social permite que el texto pueda tener algunas funciones para hacer más bonita tu publicación.

En **¿qué estás pensando?** puedes usar palabras y también los emoticones, usando: esto :)

o esto 😊

Estos botones   sirven para que las publicaciones tengan un toque más llamativo. Veamos algunos ejemplos.

Si le das click a este botón  de inmediato se van a desplegar muchos otros cuadrados de diferente color.



Cada uno de estos le da un color de fondo diferente a tu publicación. Escoge el que más te guste.

Pero hay un detalle adicional: si el texto sobrepasa un promedio de **20 palabras**, entonces está herramienta ya no funcionará.

Veamos un ejemplo.

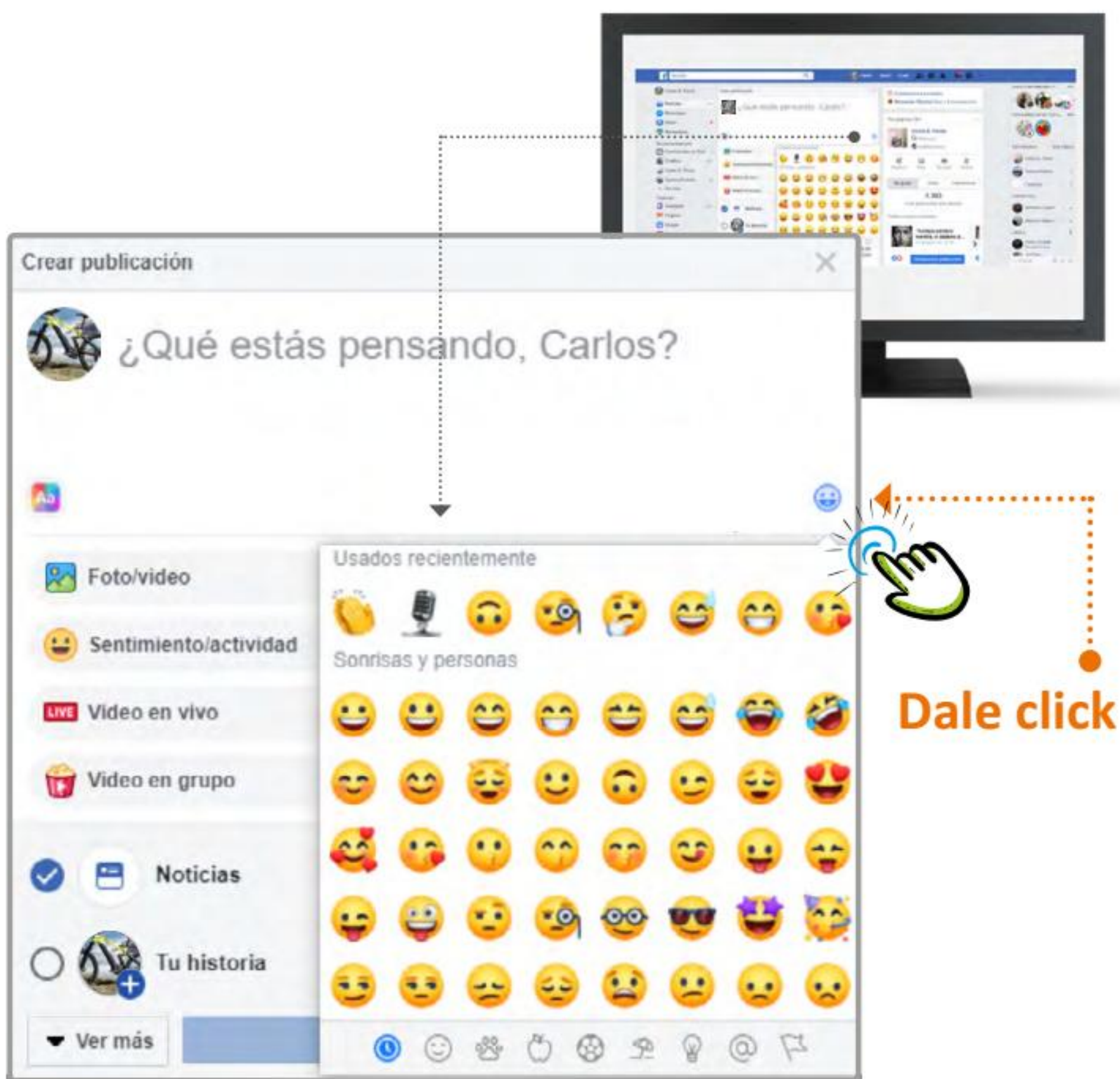
CON MENOS DE 20 PALABRAS



CON MÁS DE 20 PALABRAS



Este botón 😊 tiene como función enseñarte más *emojis* o emoticones. Esas figuras que muy popularmente se conocen como “caritas”.



Veamos un ejemplo:

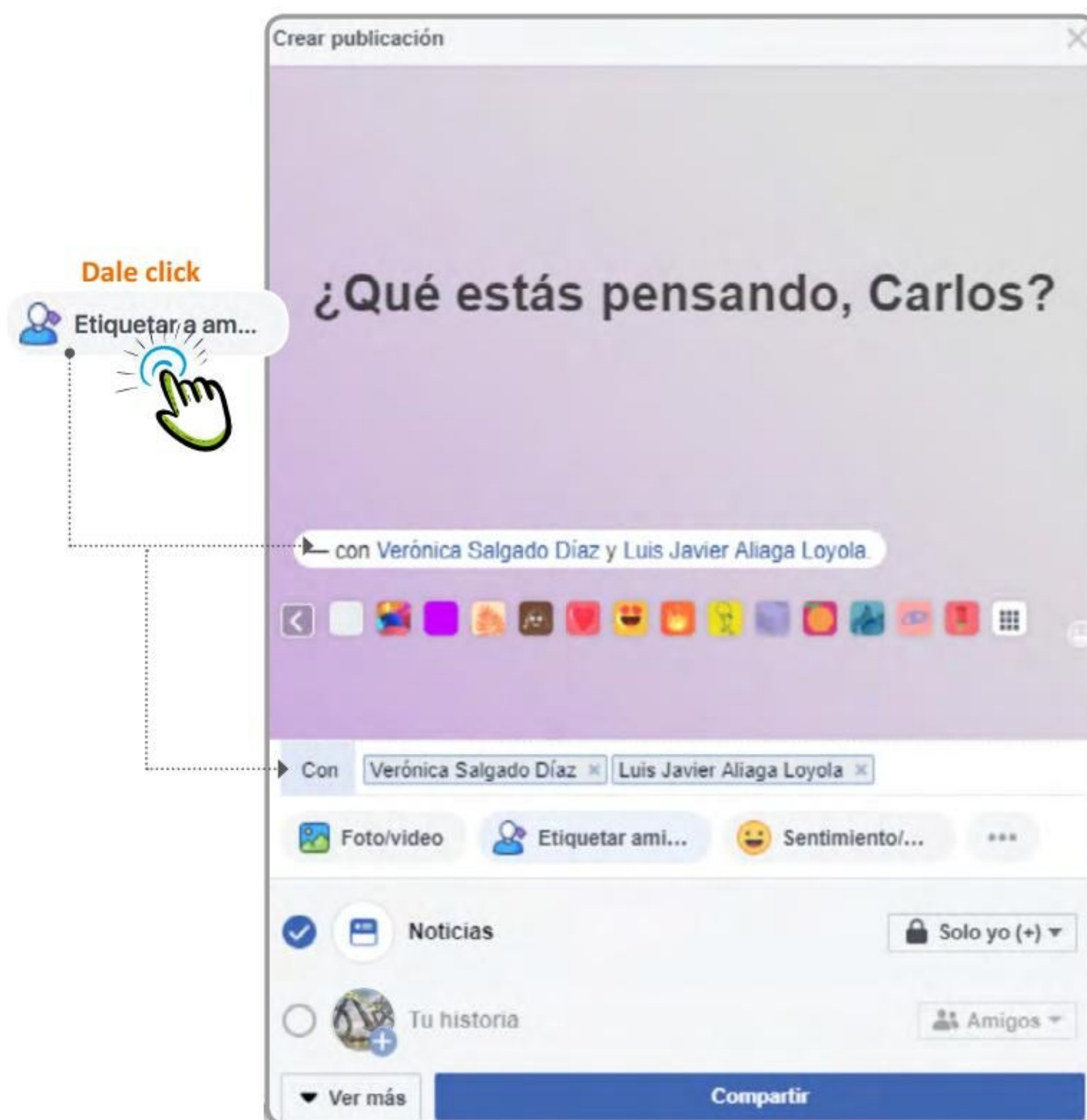


En el lugar donde dice   se pueden agregar más cosas para que tu publicación sea más dinámica. Veamos.


Etiquetar a un amigo es una herramienta que te permite identificar con sus nombres a las personas a las que está destinado el mensaje.

Sentimiento sirve para expresar por medio emoticones y frases preestablecidas lo que sentimos con respecto al tema de nuestra publicación.

CUANDO EN TU PUBLICACIÓN ETIQUETAS A AMIGOS Y AMIGAS



CUANDO EN TU PUBLICACIÓN LE AGREGAS UN SENTIMIENTO



Crear publicación

Amigos, ya estoy listo para ir de viaje. ¡Nos vemos pronto! :)

— con Verónica Salgado Díaz y Luis Javier Aliaga Loyola.

Elige un sentimiento o una actividad...

- Me siento...
- Estoy celebrando...
- Estoy mirando...
- Estoy comiendo...
- Estoy bebiendo...
- Estoy asistiendo a...
- Estoy viajando a...
- Estoy escuchando a...

Dale click

😊 Sentimiento/a...


The image shows a social media post creation interface. At the top, there's a title 'Crear publicación' and a close button. The main text of the post reads 'Amigos, ya estoy listo para ir de viaje. ¡Nos vemos pronto! :)'. Below the text, it says '— con Verónica Salgado Díaz y Luis Javier Aliaga Loyola.' There is a row of various emojis and icons. Below this, a dropdown menu is open with the prompt 'Elige un sentimiento o una actividad...'. The menu lists several options, each with an icon: 'Me siento...' (smiling face), 'Estoy celebrando...' (party), 'Estoy mirando...' (glasses), 'Estoy comiendo...' (cookie), 'Estoy bebiendo...' (beer), 'Estoy asistiendo a...' (calendar), 'Estoy viajando a...' (airplane), and 'Estoy escuchando a...' (headphones). A dotted line points from the 'Me siento...' option to a callout box at the bottom left. The callout box contains the text 'Dale click' and a button with a neutral face emoji and the text 'Sentimiento/a...'. A hand cursor icon is shown clicking on the button.

Luego de escoger toda la publicación queda así:





Como has visto, para publicar sólo texto hay varias funciones que le dan vida y color a tu publicación. Te animo a explorar esas opciones ¡hay muchas!

Ahora, vayamos a foto y video. Para subir esos contenidos puedes verlos en esta imagen 

Cuando das click se abre una caja donde están los archivos de tu computadora o de tu celular, escoges la foto o el video y el archivo se empezará a subir.




Algo muy importante: toda foto o video son archivos que “pesan” en megabytes (MB). Eso quiere decir que tus datos de internet se pueden consumir muy pronto.

Veamos cómo queda una publicación con foto:



En esta publicación se ha puesto: una foto, se ha etiquetado, hay unos emojis y se ha colocado un sentimiento. ¿Falta algo?



Pues, sí, cuando se pone una foto o un video no se puede usar esta función 

El procedimiento es el mismo cuando se sube un video. Escoges en qué carpeta de tu computadora o celular está y lo subes.

Cuando haces esto en el computador, tendrás un aviso como éste:



Procesando videos

Se está procesando el video de tu publicación. Te enviaremos una notificación cuando finalice el proceso y se pueda ver la publicación.



En el celular observarás un mensaje similar.

Cuando ya se haya subido, lo que has publicado queda así:



Por último cuando todo esté listo ya puedes hacer click en:

Compartir



Y tus amigos o las personas que visiten tu red social podrán observar tu publicación.

10 CLAVES PARA PUBLICAR EN FACEBOOK

- 1 Procura que tus textos sean breves y redactados de manera adecuada. De esa forma tu mensaje será claro y entendible.
- 2 Antes de “Compartir” verifica que toda tu publicación esté como deseas. Si no estás seguro o segura de publicar, es mejor revisar, nuevamente y corregir.
- 3 Recuerda que las publicaciones con fotos y videos consumen muchos datos de tu celular. Si lo subes desde tu casa, conectado a wifi, será mucho mejor para ti.
- 4 Si compartes fotos, asegúrate de que estén bien tomadas: con buena luz y que no estén movidas. Si vas a fotografiar personas, la foto debe estar a una distancia adecuada.
- 5 Los videos también deben registrarse con buena luz y sin mucho movimiento. Usa un trípode de mano para celulares. Te ayudará mucho.
- 6 Siempre que puedas y sea necesario, etiqueta a las personas. Pero, no abuses de esta opción.
- 7 Si solamente vas a publicar texto, usa colores de fondo y emoticones. Esto hará que tu publicación sea atractiva para los demás.
- 8 Facebook es visto por muchas personas, que incluso puedes no conocer. Por eso, es recomendable no subir fotos de menores de edad (tus hijos o hijos de otras personas), números de tarjetas de crédito, cédula, o cualquier documento. Cuida la privacidad de tus seres queridos.
- 9 Cuando tomes fotos, puedes hacerlo desde tu celular de manera vertical. Pero, si vas a hacer un video para Facebook lo mejor es que grabes de manera horizontal.
- 10 Si subes contenido en Facebook, comparte cosas que no sean ofensivas para nadie. Sé respetuoso.

INSTAGRAM, ¿DESTRONANDO A FACEBOOK?

Kevin Systrom es una de las personas fundadoras de lo que hoy se conoce como Instagram. Kevin, después del trabajo, dedicaba muchas horas a aprender programación y es ahí cuando decidió crear el primer prototipo de Instagram. En este camino hubo muchas idas y vueltas; a veces estaba seguro de su proyecto y otras tenía dudas sobre si era posible que salga a la luz pública.

Systrom persistió hasta que encontró un prototipo que le dio un mejor resultado. Primero, lo mostró a sus amigos y amigas y ellos le dieron su retroalimentación. Luego, continuó con el proyecto hasta que en una reunión conoció a un inversor, a quien le gustó mucho su idea. Kevin se sintió muy estimulado y decidió dejar su trabajo para dedicarse sólo a este proyecto.

En el camino conoció a Mike Krieger, con quien avanzó más prontamente.

Es así que nace la aplicación Burbn, que estaba disponible solamente para iPhone. Pero Systrom y Krieger continuaron mejorando su idea hasta que, en el 2010, salió la aplicación que hoy lleva el nombre de Instagram, que fue un furor entre las y los jóvenes.

Tan exitosa fue que Facebook, dos años después del lanzamiento de Instagram, compró la aplicación en la suma de mil millones de dólares. ¡Una cifra increíble!

Entonces, hoy Instagram es de Facebook y ha crecido tanto que algunos especialistas consideran que empieza a ser más popular que el mismo Facebook.



Como en Facebook, en Instagram también debes manejar con mucha responsabilidad los contenidos que subas.

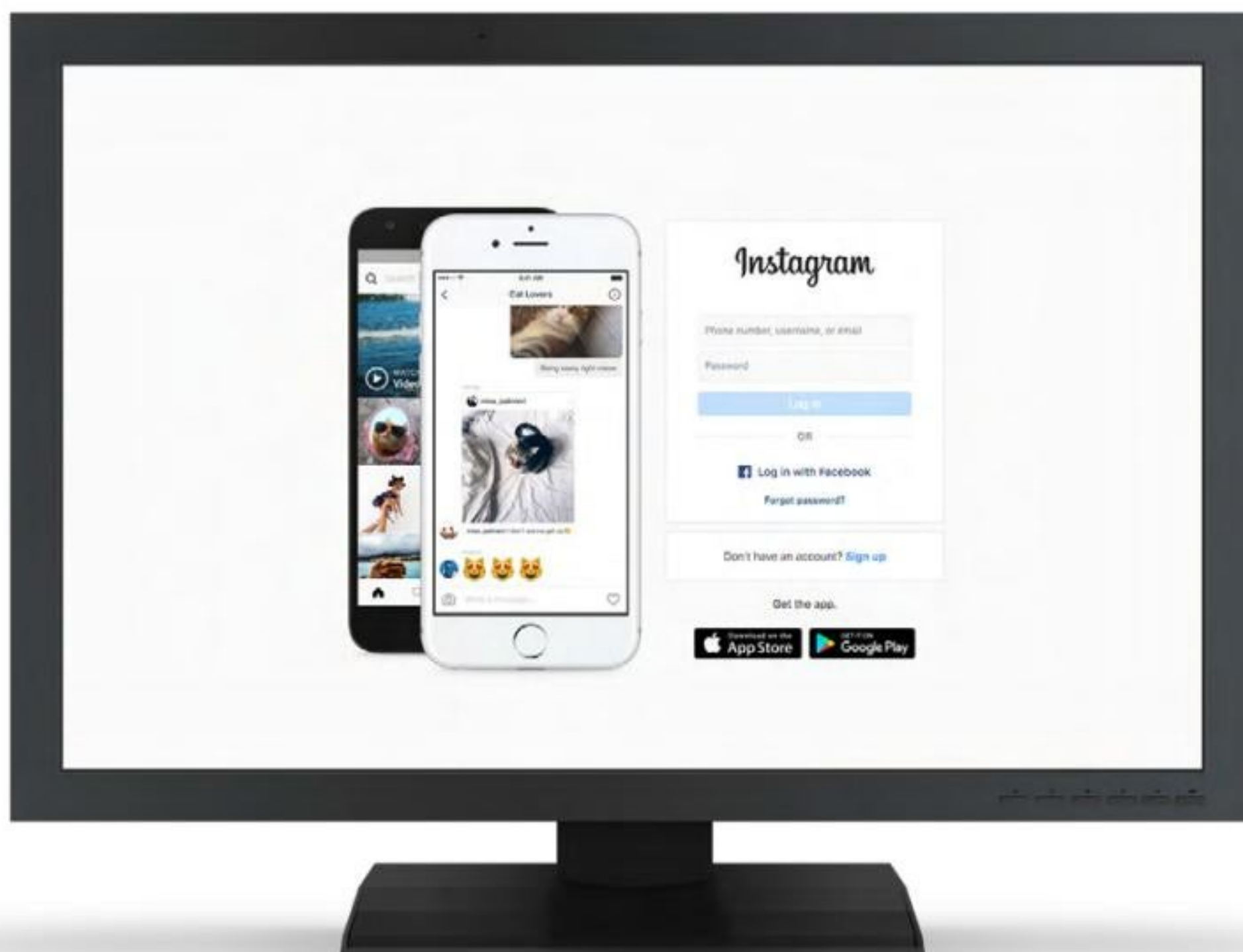
Recuerda: debes cuidar tu privacidad.

En esta parte del manual, vamos a indicarte cómo subir fotos y videos en esta red social.

Instagram también puede abrirse desde el escritorio (PC) o desde tu celular. Sin embargo, en PC tiene menos herramientas, que el móvil.

Vamos a empezar por la versión de PC.

Para ingresar por tu PC, debes digitar: <https://www.instagram.com/>



Si ya tienes una cuenta, debes ir a

¿Tienes una cuenta?

- Luego haz click en Entrar.

Al hacer eso aparecerá lo siguiente:





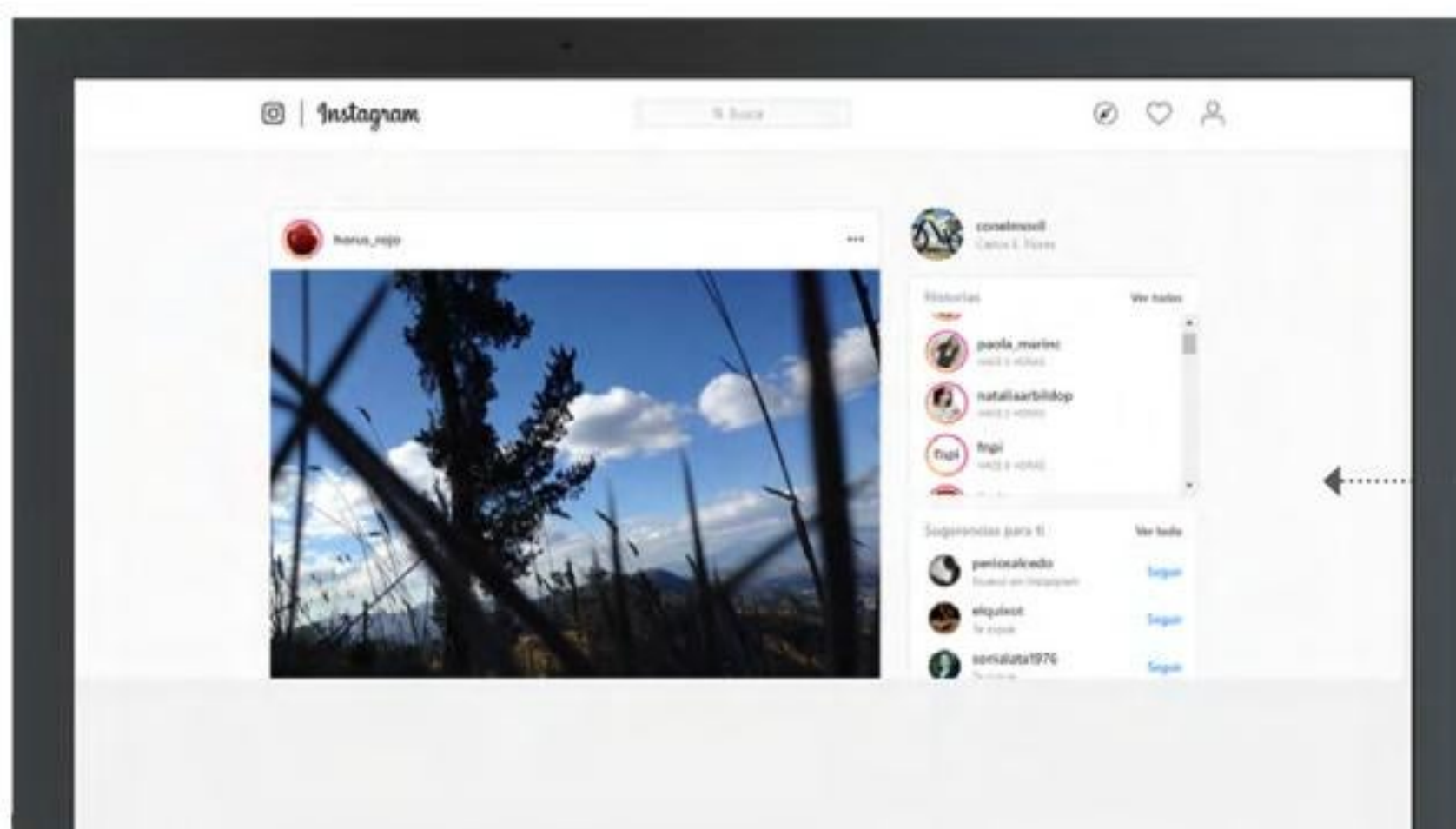
Para acceder puedes colocar tu teléfono, usuario o correo electrónico y luego debes poner tu contraseña. Recuerda que también puedes ingresar con tu cuenta de Facebook.

Al ingresar, puede que te aparezca este mensaje:

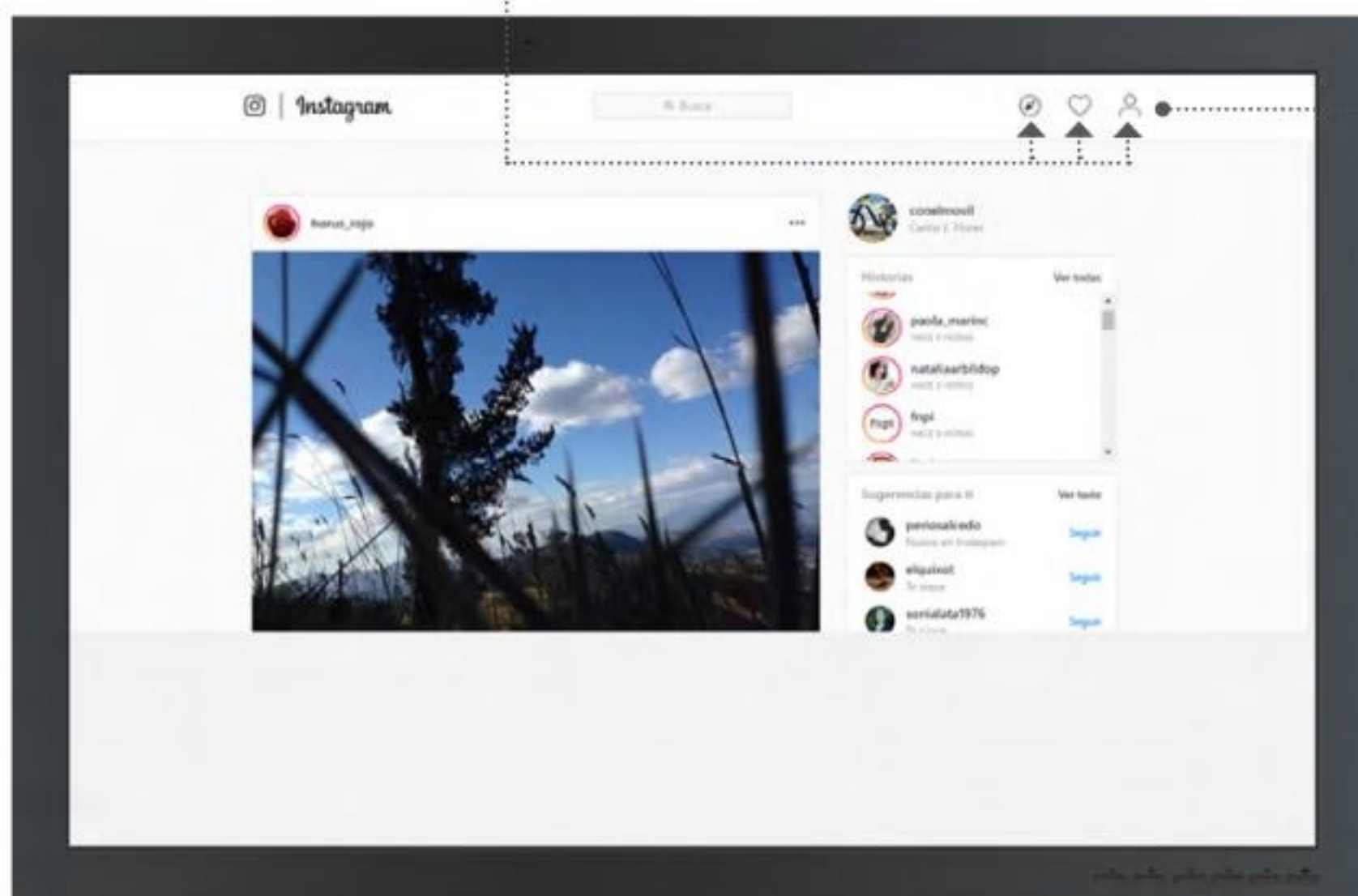


La sugerencia es que cliques en "Ahora no". Si colocas Activar, entonces las notificaciones te llegarán a tu PC.

Hecho esto, podrás ingresar a tu cuenta donde te aparecerá esto: •



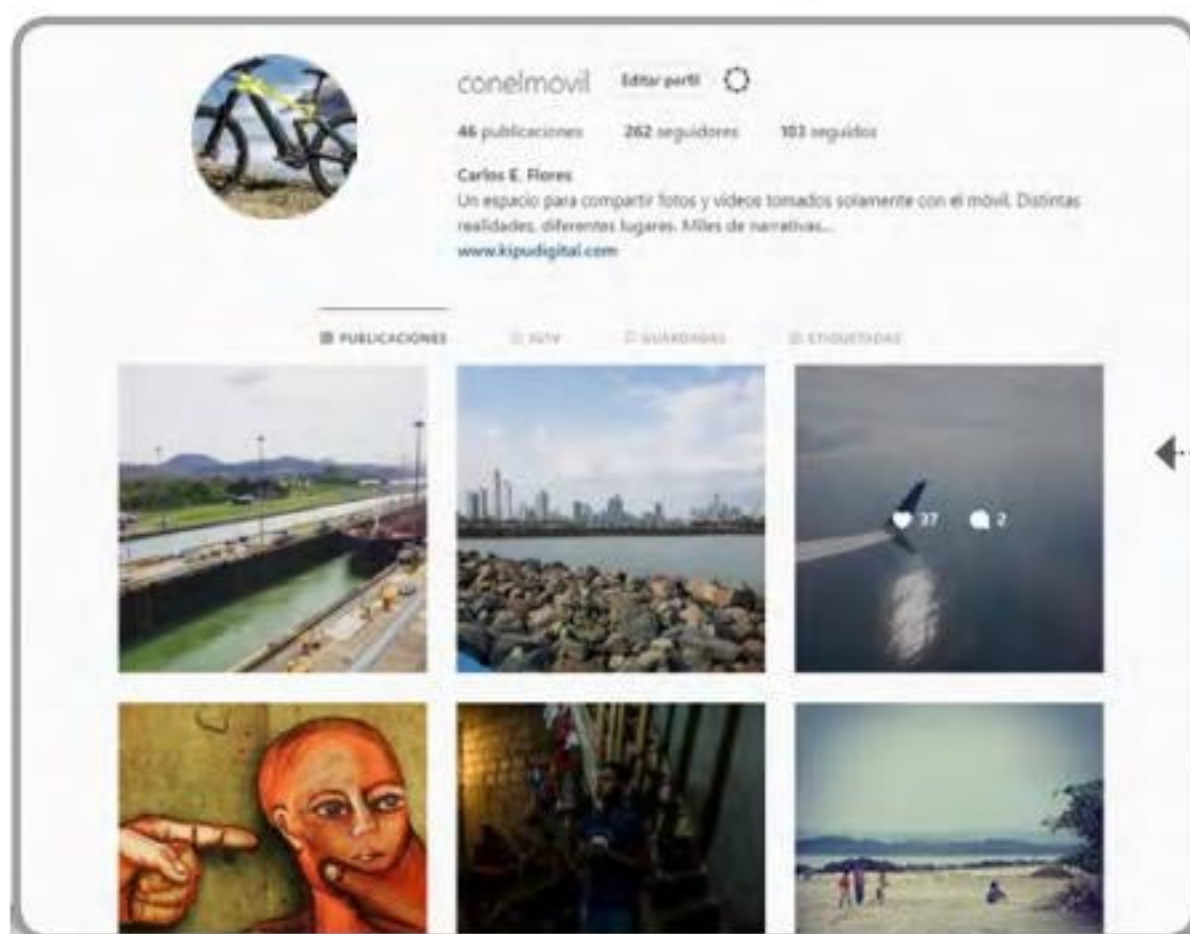
En la parte superior derecha, encontrarás estos tres íconos:



Hacer búsquedas

Saber quiénes han dado Me Gusta a tus publicaciones

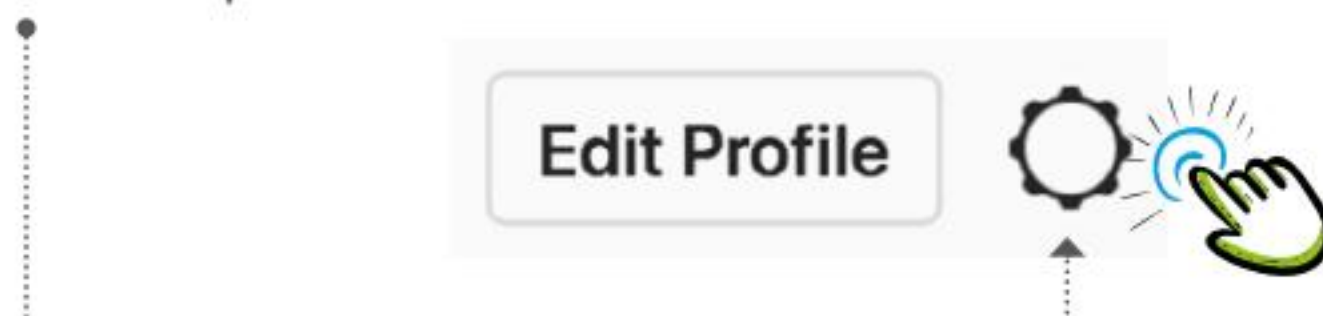
Para ingresar a tu perfil.



Al darle click en el ícono de persona, verás esto:

En la versión de PC, Instagram te permite por ejemplo: buscar, comentar, dar Me gusta, pero no te permitirá subir contenidos. Entonces, por esta vía se puede solamente ver, pero no publicar.

Para salir de tu perfil debes ir a la tuerca:



Ahora, donde sí puedes utilizar todo el potencial de Instagram es en el celular. Para ingresar basta con que te descargues la aplicación, si no la tienes ya, y que presiones en tu móvil el ícono de Instagram y listo.

Dicho esto, para subir contenidos, estos son los pasos:



Al ingresar a la aplicación en la parte inferior de la pantalla de tu celular verás los siguientes íconos.

The diagram shows the Instagram mobile app interface with five icons at the top: a home icon, a magnifying glass, a plus sign, a heart, and a person icon. Below these icons are five text boxes with arrows pointing to the corresponding icons. The main part of the diagram is a smartphone screen displaying a user profile for 'conelmovil'. The profile includes a profile picture, a bio, and statistics: 46 publications, 262 followers, and 103 followed. Below the profile are buttons for 'Editar perfil', 'Promociones', and 'Contactar'. There is also a section for 'Historias destacadas'. At the bottom of the screen is the navigation bar with the same five icons as at the top. An orange arrow points from the bottom navigation bar to the text 'Al seleccionar TU PERFIL verás algo similar a esto:'. A dotted line connects the top icons to the text boxes on the left.

Te lleva al inicio de las publicaciones de Instagram. Es decir, las cuentas que sigues.

Para buscar contenidos (usuarios, imágenes, videos).

Te permite publicar tus contenidos en Instagram.

Son todos los **Me Gusta** que han recibido tus publicaciones.

Es **TU PERFIL**. Es decir, tu cuenta de Instagram, todo lo que has publicado.

Al seleccionar **TU PERFIL** verás algo similar a esto:



PARA PUBLICAR UNA FOTO

Vamos al ícono  y ahí nos aparecerán dos bloques. Veamos en la imagen:



Pero, hay algunas herramientas más:



El recuadro del lado izquierdo, sirve para poner la foto en posición rectangular o cuadrada y al mantener el dedo presionado sobre la foto podrás ubicar qué parte de la foto quieres que se vea, o ampliar la imagen.

Luego le sigue una figura de infinito que se llama "Boomerang" y se aplica únicamente para videos. ¿Recuerdas esas fotos que duran 4 o 5 segundos de animación, donde la gente suele hacer muecas o saltar? Pues esta herramienta es para eso.

El tercer elemento, es para armar o crear un diseño con dos fotos o más. Eso te permitirá hacer un mosaico de fotos.

El último ícono te permitirá escoger más de una foto dentro de la galería de tu celular.

Sobre este tema: en el segundo bloque, en la parte inferior, se encuentra la galería de tu celular donde tienes alojadas tus fotos y videos.

Cuando escoges una foto, ésta se atenúa, como puedes ver en esta imagen.

Finalmente, al pie verás que dice:



Donde se alojan tus fotos y videos.

FOTO, para poner una foto o hacer una foto.

VÍDEO, para grabar un video.

Cuando hayas escogido la foto que quieras, en la parte superior derecha está colocada la opción de SIGUIENTE, debes dar un click ahí para avanzar.

Entonces, te aparecerán más opciones para que puedas mejorar tu foto, si así lo deseas. Para que sepas de qué se trata, observa la siguiente imagen:

En la parte superior, hay tres íconos:



Sirve para regresar a tu galería, por si te falta agregar una foto o te equivocaste en escoger.

Es para poner más luz a tu foto. ¿Es una foto oscura? Entonces, esa función te ayudará a mejorar.

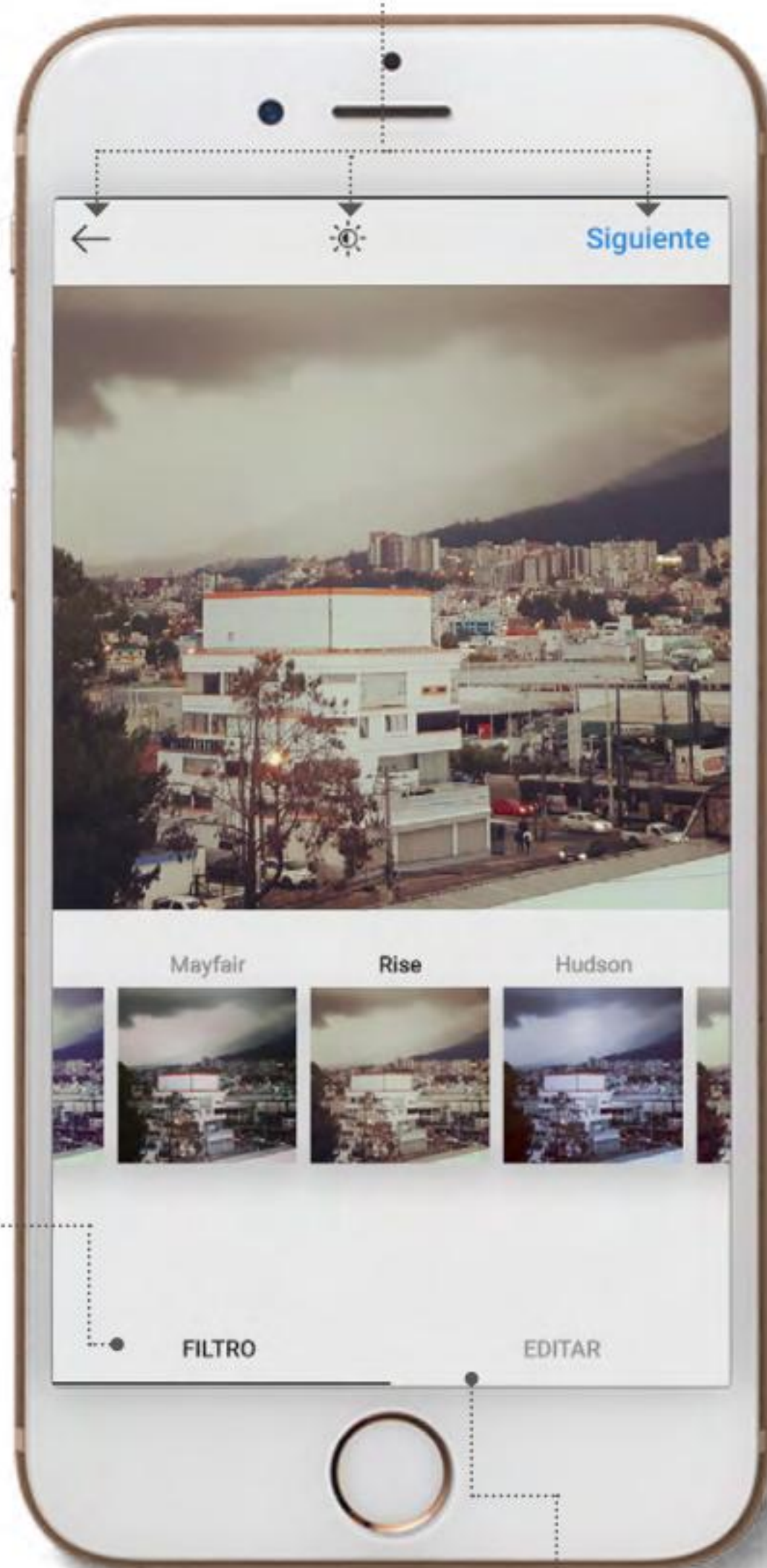
Es para avanzar a la última fase antes de publicar.

En la parte inferior observas dos funciones:



Te permitirá escoger diversas opciones para poner diferentes tonos y colores a tu foto.

Sirve para que puedas escoger más opciones para darle un toque personal a tu foto.



No es indispensable que siempre las uses. Solamente empléalas cuando veas que puedes mejorar algo.

Cuando hayas acabado con esta parte, puedes colocar siguiente para continuar y te encontrarás con esto:

Sirve para poner un texto o descripción a tu foto o video. También puedes colocar etiquetas como #Quito, #Ecuador, etc. El símbolo # nos servirá para generar tendencias y agrupar publicaciones.

Es un elemento que permite que la publicación se difunda a personas determinadas.

Es para indicar el lugar en donde te encuentras.

Sirve cuando tienes cuentas de redes sociales vinculadas a Instagram. Si no lo tienes, no se usa.

Te coloca otras opciones que puedes aplicar antes de compartir.



Hecho todo eso, ya puedes COMPARTIR [Compartir](#) y ahora tus seguidos o amigos podrán observar tu nuevo contenido.

PARA PUBLICAR UN VIDEO

Para empezar es importante que sepas que Instagram permite subir videos de máximo 1 minuto. Puedes subir un video que ya tengas guardado en el celular o uno que quieras grabar en ese momento. Para esto, volvamos a esta imagen:



Al escoger un video guardado, te aparecerá lo siguiente:

En la parte superior vemos estas opciones:



Sirve para regresar y escoger otro video. Entonces, regresas a la opción anterior.

Es por si quieres que el video tenga o no sonido.

Sirve para avanzar.

Como se ve en la imagen, también se pueden aplicar filtros al video.

Ahora, en la parte inferior, aparece lo siguiente:



Permite escoger una imagen del video. Como sabes, un video, por decirlo en términos generales, es la suma de muchas imágenes. Entonces, uno puede escoger una de esas para que vaya como foto de portada en tu publicación.

Permite abrir las opciones que se indicaron (Clarendon, Gingham...)

Se refiere a que el video se puede cortar en el tiempo que tú quieras. Claro, dentro del minuto permitido.

Cuando ya tengas realizados todos los pasos, das click en **Siguiente** y te aparecerá lo mismo que apareció con las publicaciones de las fotos, pero con un ícono de video en la mitad.

Sirve para poner un texto o descripción a tu foto o video. También puedes colocar etiquetas como #Quito, #Ecuador, etc. El símbolo # nos servirá para generar tendencias y agrupar publicaciones.

Es un elemento que permite que la publicación se difunda a personas determinadas.

Es para indicar el lugar en donde te encuentras.

Sirve cuando tienes cuentas de redes sociales vinculadas a Instagram. Si no lo tienes, no se usa.

Te coloca otras opciones que puedes aplicar antes de compartir.



Tienes que proceder de la misma manera que en la foto, llenando los campos que te sean necesarios.

¡Y listo! Ahora solo debes colocar tu dedo en **COMPARTIR** **Compartir**.

10 CONSEJOS PARA PUBLICAR EN INSTAGRAM

- 1** Recuerda que todos los contenidos que subas son públicos, salvo que hagas tu cuenta privada, esto significa que tus publicaciones solo serán vistas por las amistades que aceptes. Por lo tanto, cuida tus datos personales.
- 2** Antes de subir contenidos, es recomendable que sepas lo que vas a publicar (una foto o un video). El tema ya debe estar claro.
- 3** El texto que acompañe a la foto o el video debe ser concreto.
- 4** En Instagram puedes usar entre 15 y 25 Hashtag #. Recuerda deben ser relacionados al tema de tu foto o video para crear una tendencia sobre este contenido.
- 5** También puedes usar puntos de separación. Es decir, tu texto, luego un máximo de cinco puntos en cada línea y finalizar con los Hashtag. Ejemplo:

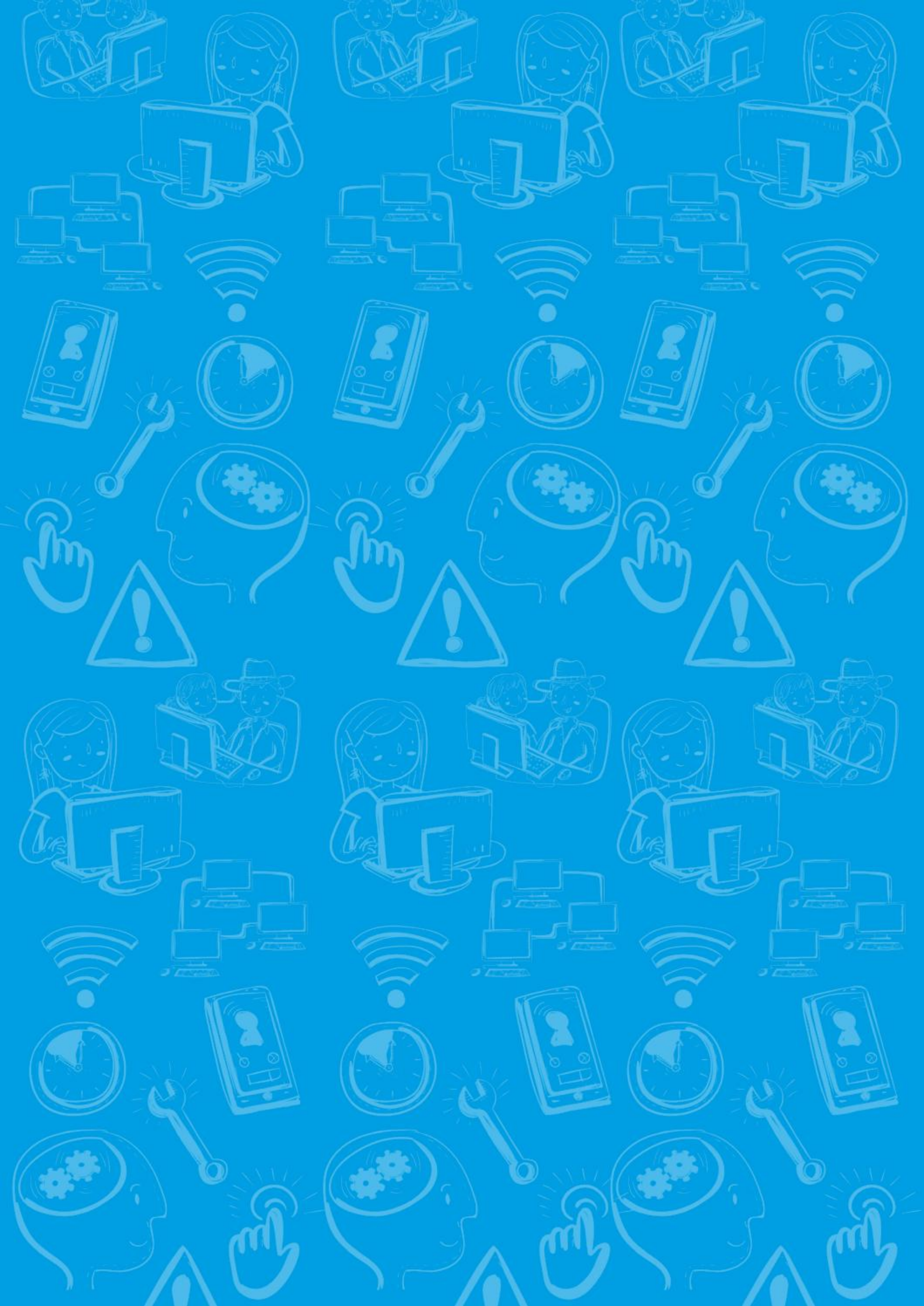


- 6** Recuerda que tu texto debe ser claro, entendible y bien escrito. Si tienes dudas de cómo se escribe una palabra entra a Google, o busca en tu casa un diccionario.


- 7** En Instagram se pueden subir contenidos en posición horizontal, pero lo recomendable es hacerlo en vertical. Si tienes dudas, piensa en el motivo de la foto o video y toma la mejor decisión.
- 8** Si vas a tomar fotos te recomendamos: tener buena luz, que los personajes de la foto se vean con claridad y centrar la misma.
- 9** Etiqueta a las personas en las fotos. No abuses de esta opción.
- 10** Recuerda que los videos deben tener una duración máxima de 1 minuto. Es decir, antes de grabar ya debes tener claro el contenido que vas a mostrar.









 Diseño e Ilustración: Gabriel Hidalgo / Mediación de Contenidos: Micoela Calderón, Esteban Zapata.



Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC)

Av. El Boquerón, Calle Ayagualo M-1A, Ciudad Merliot, Santa Tecla, El Salvador

Tel. (503) 2278-4635

<http://clac-comerciojusto.org>

info@clac-comerciojusto.org

Consultora COMUNEDCU

