

Redes sociales para compañías de títeres

Facebook e Instagram · Introducción y práctica

Organiza UNIMA Galicia.

Lugar: Muxía (A Coruña)

Fechas: 23 y 24 de septiembre de 2026 (miércoles y jueves)

Horario: de 16:00 a 20:00 h (8 horas)

Plazas: 15 participantes

Idioma: gallego y castellano

Precio: 100 € (75 € socios UNIMA)

Inscripción: [Formulario de inscripción](#)

Contacto: unimagaliza@gmail.com , 617 762 757



Introducción

¿Cómo conseguir que las redes sociales de una compañía de títeres sean realmente útiles para dar a conocer su trabajo, conectar con su público y mejorar la difusión de sus espectáculos?

En este curso abordaremos las claves básicas para gestionar de forma eficaz las redes sociales de una compañía, con especial atención a **Facebook e Instagram**.

El curso tendrá un enfoque eminentemente **práctico**, combinando conceptos, ejemplos y ejercicios adaptados a la realidad y a las necesidades de las compañías de títeres y de las personas participantes.

Se practicarán diferentes tipos de publicaciones, como posts, stories, reels y carruseles. En concreto, se trabajará en la creación de **un vídeo (reel)**, desde su planificación y edición hasta su publicación y optimización.

Trabajaremos cómo definir a quién queremos llegar, qué contenidos pueden resultar más interesantes para nuestro público, cómo planificar las publicaciones y cómo analizar los resultados para saber qué funciona y qué podemos mejorar.

Formadora: Carmen Figueroa

Breve currículum y actividad actual

Carmen Figueroa es licenciada en Comunicación Audiovisual y cuenta con una amplia trayectoria profesional en diferentes ámbitos de la comunicación, desde la redacción y la producción hasta la edición de vídeo. Ha trabajado en medios de

comunicación, publicidad y creación de contenidos, antes de poner en marcha su propio proyecto profesional.

Desde 2015 dirige **La Ferretería Eventos & Co**, un espacio dedicado a la organización de eventos y a la comunicación para empresas. A lo largo de estos años, La Ferretería también ha acogido y desarrollado diferentes iniciativas vinculadas a la cultura y a la creación, como exposiciones artísticas y mercados de artesanía.

Su trabajo abarca tanto la organización y producción de eventos como su comunicación y difusión, además de la gestión de la presencia online de marcas y proyectos.

Está especializada en **comunicación digital, gestión de redes sociales y asesoramiento en estrategia de contenidos**, y también imparte formación en estas áreas para empresas y profesionales.

Objetivos

Al finalizar el curso, las personas participantes podrán:

- Identificar y definir el **público objetivo** de su compañía.
- Organizar y estructurar sus redes sociales para publicar contenidos de forma más eficaz.
- Crear contenidos de interés y adaptados a su público.
- Planificar las publicaciones y establecer una estrategia de contenidos realista.
- Conocer las principales herramientas de Facebook e Instagram para la gestión de contenidos.
- Analizar el alcance y los resultados de las publicaciones para valorar qué funciona y qué se puede mejorar.
- Simplificar la gestión de las diferentes redes sociales y optimizar el tiempo dedicado a ellas.

Contenidos

1. Crear contenidos para redes sociales

- Fotografía y vídeo.
- Stories y reels.
- Qué contenidos pueden funcionar mejor para una compañía de títeres.
- Cómo aprovechar los recursos que ya tenemos para generar contenido.

2. Escribir para redes sociales

- Qué contar y cómo contarlo.
- Cómo redactar textos atractivos y claros.
- Adaptar el mensaje a nuestro público y a cada red social.

3. Publicación y planificación

- Qué publicar y cuándo.
- Organización y planificación de contenidos.
- Cómo mantener una presencia constante sin dedicar demasiado tiempo a las redes.

4. Simplificar la gestión de las redes

- Cómo conectar y gestionar diferentes cuentas.
- Herramientas para facilitar la publicación y organización de contenidos.
- Cómo optimizar el tiempo dedicado a las redes sociales.

5. Analizar el impacto

- Qué datos nos ofrecen Facebook e Instagram.
- Cómo interpretar el alcance y la interacción.
- Cómo saber qué contenidos funcionan mejor.
- Cómo utilizar estos datos para mejorar nuestra estrategia.

Material necesario

Cada participante deberá llevar:

- **Ordenador portátil.**
- **Teléfono móvil.**
- **Cuenta activa de Facebook e Instagram.**
- **Un títere, muñeco u objeto similar** que pueda utilizarse durante los ejercicios prácticos.