

+++

CULTURA 360↔

NARRAR DESDE LA IMAGEN

Andrea Ostera

Artista visual, fotógrafa, integrante de Camarada (colectivo a cargo del proyecto Pequeña Biblioteca) y docente en la escuela Municipal de Artes Plásticas Manuel Musto.

Video 1- Explorar la plataforma.

IG es una red social, una de las tantas que marcan las relaciones sociales en nuestros días. La expansión de internet en los años 90 y la popularización de la telefonía móvil en los primeros años de nuestro siglo fueron la condición para la inmensa expansión de las redes sociales.

La llegada de los teléfonos inteligentes resultó en una revolución en la vida cotidiana. Estos dispositivos dejaron de ser exclusivos para transmitir la voz a distancia y comenzaron a alojar un sinfín de aplicaciones destinadas a facilitar la vida. El teléfono móvil se transformó en una herramienta para rastrear ubicaciones, hacer trámites online, comprar y vender, jugar interactivamente, encontrar contenidos educativos y entretenimiento e información. Además, trajo la novedad de permitir la producción de fotos y video de calidad. Y casi inmediatamente la fotografía dejó de ser una práctica reservada para profesionales y amateurs con equipamiento adecuado, y se transformó en una experiencia cotidiana de niños, jóvenes y adultos de todas las clases sociales. La producción de fotografías creció exponencialmente, estimulada por la posibilidad de compartirlas al momento. Todo el mundo se volvió fotógrafo, y todo en la vida se volvió fotografiable. Fotografiar se transformó en un modo de confirmar la experiencia. (Aportes sobre el tema: [aquí](#) y [aquí](#))

En este contexto, hace 10 años, aparece IG. Pensada, en su origen, como una aplicación exclusiva para tabletas y celulares, los creadores, Mike Systrom y Kevin Krieguer (San Francisco, EEUU), quisieron, por un lado, evocar la polaroid — y para eso ofrecieron una serie de filtros que agregarían a las imágenes un estilo retro— y por el otro, pensaron en la fotografía como un mensaje instantáneo, un telegrama. De allí el nombre de la plataforma.

A diferencia de FB, en donde la lógica de participación requiere encontrar amigos, IG, como Twitter, es una red asimétrica: conseguir seguidores es el gran desafío. En Argentina, IG se ubica tercero en cantidad de usuarios, luego de You tube y Facebook, con 16 millones de usuarios activos mensualmente (55% mujeres, 45% hombres), en su mayoría en las edades de entre 25 y 34 años.



+ + +

CULTURA 360[↔]

Para ingresar al universo IG, es necesario crear un usuario. Ese usuario definirá un perfil, que puede ser privado o público. Si el perfil es público, hay tres opciones: personal, empresa o creador. Las dos últimas posibilidades permiten acceso a estadísticas, muy útiles al momento de definir la estrategia de una cuenta. Los perfiles de empresa y de creador son similares. El de creador ofrece una descripción más específica como figura pública y una gestión mejorada de los mensajes directos (Aportes sobre el tema: [aquí](#) y [aquí](#))

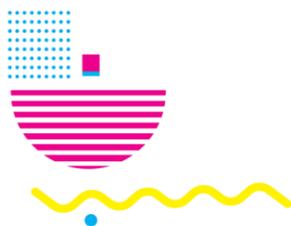
Cada perfil tiene una biografía. Tenés que cuidar la selección de la fotografía, la formulación de la descripción y la información de contacto. Aprovechá a compartir tu enlace clicable allí. IG permite incorporar links en muy pocas ocasiones. (Aportes sobre el tema: [aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#).)

Con tu perfil podés:

- Subir contenidos (fotografías, videos, texto) al **feed** o a las **historias**
- Publicar en **reels**
- Hacer transmisiones en vivo (**IGLive**) o publicar videos en el canal de IG (**IGTV**)
- Usar mensajería directa con otros usuarios (**ID**)
- Geolocalizar y etiquetar tus publicaciones
- Seguir a otros usuarios, salvar sus publicaciones y organizarlas en colecciones
- Mencionar a otros usuarios en tus publicaciones
- Conectar tu cuenta con otras redes sociales
- Hacer comentarios en las publicaciones propias y ajenas
- Buscar y explorar cuentas, etiquetas, lugares

Veamos ahora los espacios ofrece IG para compartir contenidos:

- **Feed:** Es el espacio primario en donde aparecen las fotos y videos. Los contenidos subidos son permanentes y están disponibles en orden cronológico inverso: las últimas publicaciones se visualizan primero. Podés subir imágenes individuales, o usar el carousel, una alternativa que te permite compartir hasta 10 fotos y/o videos en el mismo posteo. Pensá en esta opción como un álbum temático, una colección, una narrativa particular. (Aportes sobre el tema; [aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#)) . El diseño del feed, el modo en que se van a visualizar tus contenidos, es una parte importante de la propuesta de tu cuenta. (Aportes sobre el tema: [aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#)).
- **Historias:** es un espacio que aloja contenidos efimeros, por fuera del feed. Podés subir fotos o videos, idealmente en formato vertical, que aparecerán en pantalla completa. Las publicaciones duran de 24 horas. Si querés que tus historias sean permanentes las designás como "destacadas". En esos caso, van a aparecer



+++

CULTURA 360[↔]

debajo de tu biografía. Es un área de mucha fluidez, con un repertorio rico y cambiante de filtros de realidad aumentada, gifs, emoticones, encuestas, etc. (Aportes sobre el tema: [aquí](#) y [aquí](#))

- **IG Live:** es una función para hacer transmisiones en vivo. Tus seguidores reciben una notificación cuando comienza la emisión, y pueden hacer preguntas y comentarios en tiempo real. Para hacer un vivo sin inconvenientes, es esencial tener una conexión potente, buena iluminación y buena carga de la batería. Si querés conservar tu transmisión, podés usar la opción de compartirla en IGTV. (Aportes sobre el tema: [aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#).)
- **IGTV:** es el canal de IG para compartir videos de mayor duración. Privilegia el encuadre vertical, formato 9:16; mp4. Desde la aplicación móvil podés subir videos de hasta 15 minutos, y desde la aplicación de escritorio, de hasta una hora. (Aportes sobre este tema: [aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#))
- **Reels:** es la nueva funcionalidad de IG. Son videos que se realizan desde la aplicación, de hasta 15 segundos de duración, con posibilidad de edición, cambiando la velocidad de los videos, añadiendo audios, aplicando efectos de realidad aumentada y filtros varios. (Aportes sobre el tema: [aquí](#), [aquí](#) y [aquí](#))

Instagram Direct: es la mensajería privada entre usuarios, a la que se accede desde la aplicación de escritorio. Funciona como un chat que no necesita número