

NUEVOS FORMATOS ARTÍSTICOS Y COMUNICATIVOS EN INSTAGRAM



Por: Daniel León Fuentes

Dirigido por: Hada M. Sánchez Gonzales

1. Resumen

Gracias a las posibilidades creativas de Instagram algunos usuarios están desarrollando nuevos formatos artísticos y comunicativos en Instagram como los vídeos cinematográficos en formato vertical en Stories, series adaptadas para Instagram, mosaicos a gran escala e híbridos entre imagen y vídeo.

2. Objetivos

- Determinar cuáles son los nuevos formatos que se están desarrollando en Instagram
- Determinar el background de estos nuevos formatos.
- Localizar quiénes son las personas encargadas de desarrollar estos nuevos formatos.
- Analizar y comprender por qué están triunfando estos formatos.

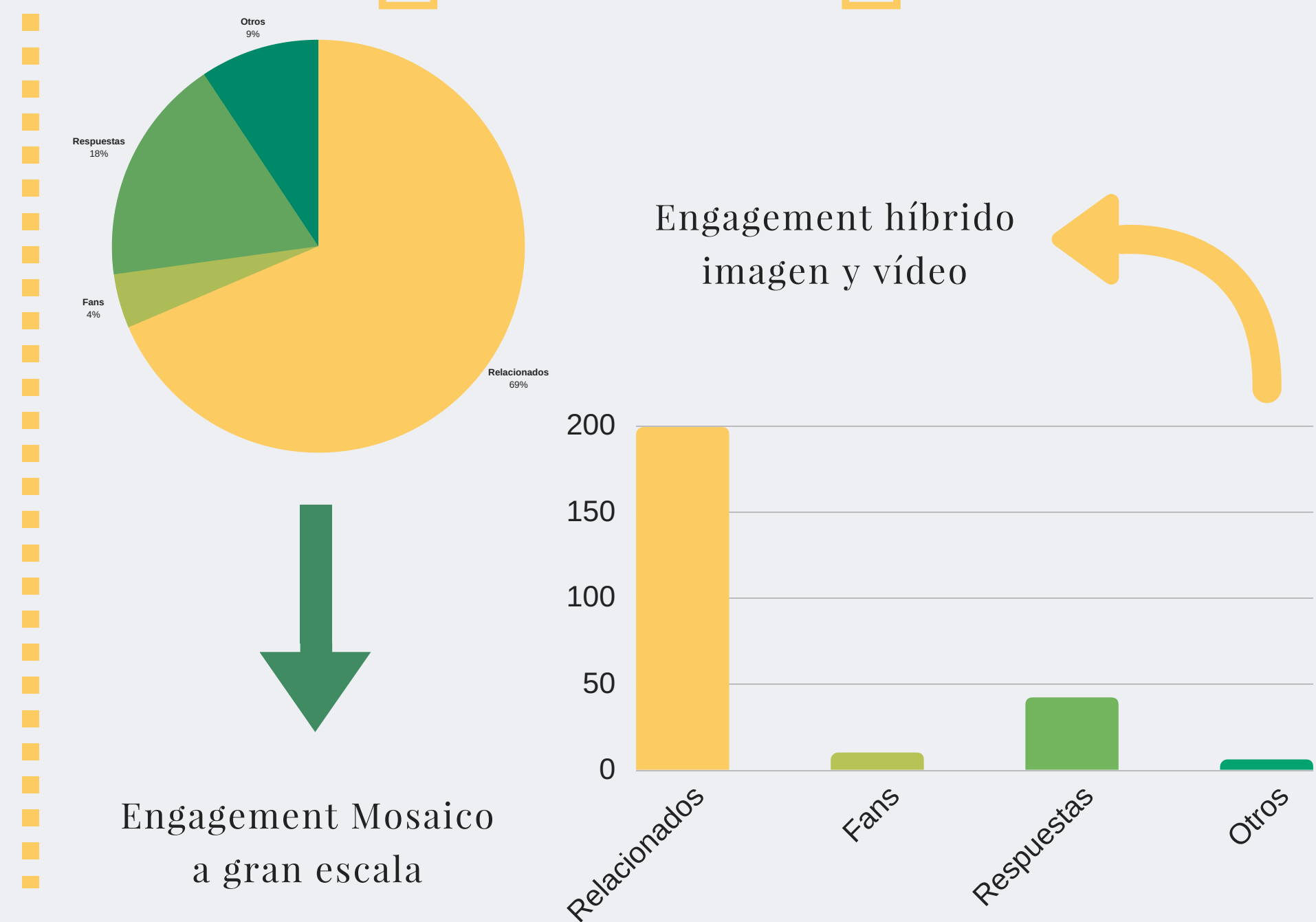
3. Hipótesis

La hipótesis de partida de este Trabajo de Fin de Grado es confirmar que Instagram ha propiciado la aparición de nuevos formatos que permiten desarrollar la comunicación a través del arte y la creatividad haciendo que estos conceptos se fusionen, además de corroborar que estos nuevos formatos si tienen éxito dentro de la aplicación.

4. Metodología

1. Revisión bibliográfica
2. Investigación exhaustiva para detectar nuevos formatos
3. Petición a través de Instagram Stories para identificar usuarios creativos-comunicadores
4. Realización de fichas de análisis de engagement (mosaico a gran escala e híbrido imagen y vídeo)
5. Realización de ficha de análisis de contenido (vídeos en formato vertical en Stories)

5. Análisis



6. Conclusiones y discusión

- Se puede confirmar que Instagram ha propiciado la aparición de nuevos formatos que permiten desarrollar la comunicación a través del arte. Además, tras realizar el análisis de engagement se comprueba que estos nuevos formatos sí tienen éxito dentro de la aplicación.
- El auge de las redes sociales está propiciando que las empresas cuenten con profesionales formados en competencias digitales. Por ello, nos planteamos si estas estarían interesadas en incorporar a sus plantillas a personas especializadas en la creación de alguno de los formatos artísticos y comunicativos que se están desarrollando en Instagram.

7. Bibliografía

- DE CASAS-MORENO, P; TEJEDOR-CALVO, S; ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. (2018) Micronarrativas en Instagram: Análisis del storytelling autobiográfico y de la proyección de identidades de los universitarios del ámbito de la comunicación, en Revista Prisma Social n020, 2018, pp. 40-57.
- DUGGAN, M. (2015) The Demographics of Social Media Users. Pew Research Center. Consultado el 30 de Marzo de 2018. Disponible en: <http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>
- LÓPEZ, P. (2018) Cómo sacarle provecho a la narrativa visual en Instagram. Voxfeed. Consultado el 20 de Mayo de 2018. Disponible en: <https://blog.voxfeed.com/como-sacarle-provecho-a-la-narrativa-visual-en-instagram/>
- VALDÉS, I. (2014). Una serie en 15 segundos. Los dos primeros proyectos creados para Instagram acaban de terminar sus primeras temporadas. El País. Consultado el 29 de Mayo de 2018. Disponible en: https://elpais.com/tecnología/2014/08/27/actualidad/1409128643_008701.html

