

# 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.

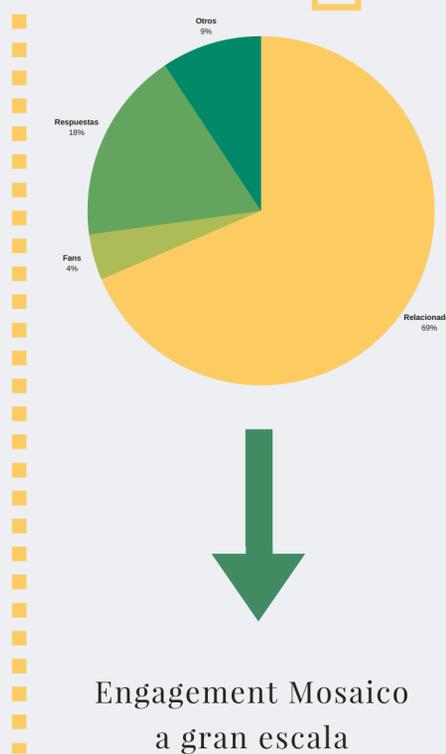
## 3. Hipótesis

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.

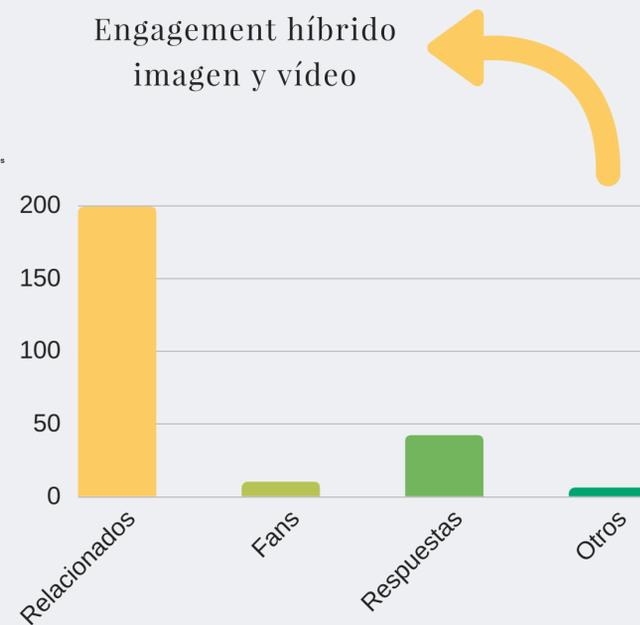
## 4. Metodología

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



Engagement Mosaico a gran escala



## 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 no20, 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](https://elpais.com/tecnología/2014/08/27/actualidad/1409128643_008701.html)

