



INFORME

SOBRE EL ESTUDIO DE

INSTAGRAM



LUIS OSCAR REYES TORREGROSA

ALICIA JIMÉNEZ MARTÍN

ÍNDICE

<i>Contenido</i>	<i>Pág.</i>
INTRODUCCIÓN.....	3
INFORME SOBRE DATOS CUANTITATIVOS.....	4
EJEMPLO DE USOS DE BUENAS PRÁCTICAS.....	11
FICHA DE CRITERIOS PARA EL USO DE INSTAGRAM @MOSTOLESJOVEN.....	14
HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE INSTAGRAM.....	18

INTRODUCCIÓN

De la revisión del uso de Instagram, que se hace por distintos servicios de juventud de Ayuntamientos de la Comunidad de Madrid, hemos recogido una serie de datos cuantitativos, y cualitativos, que nos permiten conocer mejor el uso de la herramienta, así como hacer propuestas para su uso de forma continuada desde la Concejalía de Juventud de Móstoles.

Nuestras aportaciones no pretenden ser una revisión definitiva, ni han podido seguir métodos estrictamente científicos, pero nos proporcionan una aproximación a los datos disponibles, así como una fotografía del momento, desde la mirada de los profesionales de la información juvenil que interpretamos los datos.

Consideramos para que la información fuera reciente y actualizada recoger fundamentalmente los contenidos que han sido publicados en el año 2020, y hasta la fecha de finalización del estudio (22 de mayo de 2020). Esto significa que contabilizamos un total de 143 días naturales, para la interpretación de los datos cuantitativos de las publicaciones.

Presentamos nuestras conclusiones en los cuatro apartados previstos:

- Informe sobre los datos cuantitativos recogidos.
- Recopilación de ejemplos de buenas prácticas, con aportación de ideas que podríamos desarrollar en el futuro.
- Ficha de criterios para el uso de la red Instagram de @Mostolesjoven
- Relación de herramientas necesarias, que pueden permitir el desarrollo de contenidos de calidad.

INFORME SOBRE LOS DATOS CUANTITATIVOS

Hacer una evaluación bajo un enfoque cuantitativo nos permite conocer toda la información de los datos recogidos de una manera clara y precisa. De esta manera, obtenemos los elementos necesarios para poder evaluar el propósito del estudio que aquí nos atañe: conocer cuál es el uso y el tratamiento que los Centros de Información Juvenil hacen de la red social Instaran.

Una vez establecido el objetivo, para llevar a cabo el estudio nos hemos basado en los siguientes elementos:

1) Objeto: Instaran de centros juveniles de 50 municipios de la Comunidad de Madrid.

Ajalvir, Alcalá de Henares, Alcobendas, Arganda del Rey, Ayuntamiento de Madrid, Boadilla del Monte, Brunete, Chinchón, Colmenar, Coslada, Daganzo, El Alamo, El Molar, Fuenlabrada, Getafe, Galapagar, Guadarrama, Humanes de Madrid, La Cabrera, Las Rozas, Leganés, Lozoyuela-Navas- Sieteiglesias, Majadahonda, Manzanares , Moraleja de Enmedio, Morazarzal, Navalafuente, Nuevo Baztán, Paracuellos del Jarama, Parla, Pedrezuela, Rascafría, Rivas, San Agustín de Guadalix, San Fernando de Henares, San Lorenzo del Escorial, San Sebastián de los Reyes, Soto del Real, Torrejón de Ardoz, Torreldones, Torres de la Alameda, Tres Cantos, Valdemorillo, Valdemoro, Velilla de San Antonio, Villacanejos y Villalbilla.

2) Rango: análisis de contenidos y publicaciones realizadas desde el 1 enero a 20 de mayo de 2020.

3) Ítems: Publicaciones totales, publicaciones 2020, publicaciones IGTV, historias destacada, seguidores, seguidos, interactúa en comentarios, sigue a usuarios.

METODOLOGÍA

Toma de datos y análisis del tipo de publicaciones que realiza de cada uno de los perfiles estudiados.

Una vez que hemos recogido toda la información para comenzar el estudio, establecemos diferentes grupos en función del número de seguidores:

- **Datos referidos a municipios con < 500 seguidores**

Los Centros Juveniles que se sitúan en municipios pequeños de la geografía madrileña, tienen en general un flujo de publicaciones bastante puntual y concreta en cuanto a contenidos propios de la información juvenil. Suelen hacer hincapié en publicaciones referidas al propio municipio.

Muchas de sus publicaciones hacen referencia a actividades de ocio que llevan a cabo, publicando fotos de los participantes realizándolas. Esto motiva que muchos seguidores sean precisamente los jóvenes que participan en las actividades porque les gusta verse en ellas.

MUNICIPIO/ENTIDAD	Publicaciones Totales	Publicaciones 2020	Publicaciones IGTV	Historias Destacadas	Seguidores	Seguidos
Chinchón	101	37	0	2	346	300
Daganzo	707	234	1	1	464	981
El Alamo	11	0	0	0	66	267
El Molar	892	14	5	82	430	582
Galapagar	35	10	0	0	221	6
Humanes de Madrid	186	17	0	82	314	32
La Cabrera	148	68	21	12	348	115
Las Rozas	32	10	2	0	118	92
Lozoyuela-Navas-Sieteiglesias	212	96	18	11	275	150
Pedrezuela	36	36	0	0	75	49
Rascafría	4	4	1	1	107	125
San Agustín del Guadalix	241	130	0	3	320	77
San Lorenzo de El Escorial	335	67	22	0	448	64
San Sebastián de los Reyes	239	54	1	0	403	26
Valdemoro	176		4	0	453	164
Velilla de San Antonio	177	98	0	4	194	174
Villaconejos	38	2	0	0	178	29

- **Datos referidos a municipios entre 500 seguidores y 1000 seguidores**

En general, son municipios que tiene un flujo de publicaciones activas, con una periodicidad de publicaciones bastante constante. Son publicaciones referidas contenidos propios que realizan en su centro juvenil, así como de otras concejalías e instituciones. El número de seguidores sube, respecto al grupo anterior principalmente por dos motivos, por un lado porque corresponden a municipios con un mayor número de jóvenes y por otro lado, por tener un Instagram vivo con información variada de diferentes ámbitos.

MUNICIPIO/ENTIDAD	Publicaciones Totales	Publicaciones 2020	Publicaciones IGTV	Historias Destacadas	Seguidores	Seguidos
Ajalvir	46	5	1	3	507	563
Alcalá de Henares	1074	303	3	0	595	92
Brunete	165	22	32	8	528	573
Colmenar	122	15	0	18	507	57
Coslada	1017	212	29	28	950	861
Daganzo	707	234	1	1	464	981
Moraleja de Enmedio	678	267	11	14	636	666
Moralzarzal	590	165	17	29	922	259
Nuevo Baztán	699	164	0	0	614	315
San Fernando de Henares	434	126	4	12	749	1025
Soto del Real	1120	146	0	0	718	201
Torrelodones	1689	190	0	0	605	310
Valdemorillo	231	32	1	4	765	2111
Villalbilla	384	20	2	7	662	447

- **Datos referidos a municipios con + 1000 seguidores**

Éste va a ser nuestro foco de estudio principal ya que nos aporta más información y abarca a municipios muy similares al nuestro, con un número de población juvenil similar y con una línea de trabajo en cuanto a contenido, metodología y enfoque muy semejante a priori al uso se puede dar a nuestro Instagram. Publican contenidos de su propia concejalía y también de otras concejalías e instituciones. Las publicaciones van desde infografías, fotos, videos...con contenidos relacionados con la información juvenil, con propuestas referidas a la situación del quédate en casa, y propuestas sobre retos, concursos, encuentros digitales etc.

ANÁLISIS

Como hemos comentado anteriormente, vamos a realizar un análisis más profundo del uso del Instaran de aquellos perfiles que tiene más de 1000 seguidores.

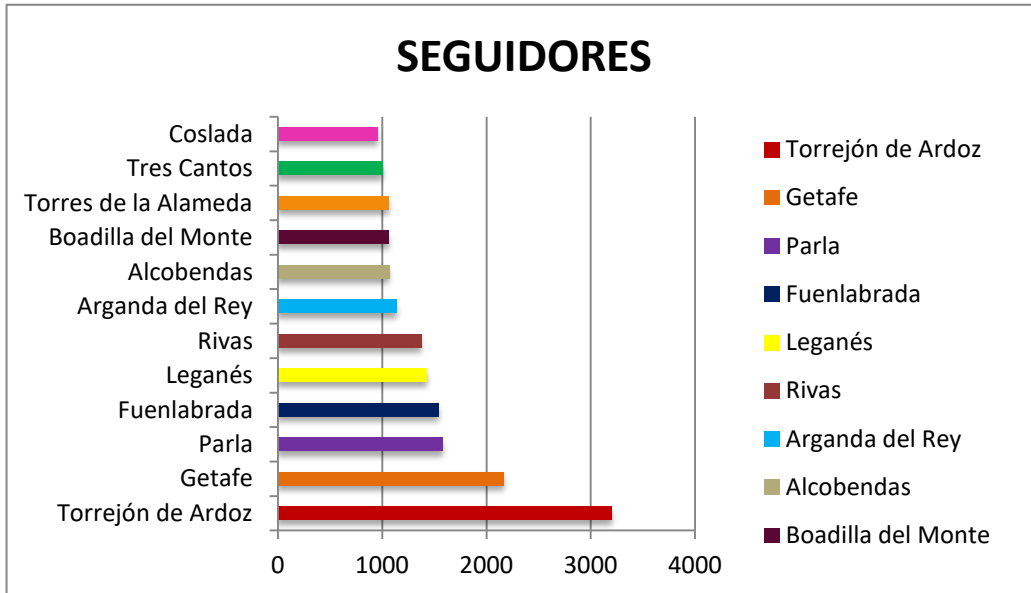
MUNICIPIO/ENTIDAD	Publicaciones Totales	Publicaciones 2020	Publicaciones IGTV	Historias Destacadas	Seguidores	Seguidos
Alcobendas	492	120	4	13	1066	136
Arganda del Rey	1058	135	5	11	1137	1595
Ayuntamiento de Madrid	2146	939	10	21	4292	370
Boadilla del Monte	64	36	3	0	1060	329
Coslada	1017	212	29	28	950	861
Fuenlabrada	817	159	10	0	1538	941
Getafe	923	135	2	9	2161	879
Guadarrama	434	45	2	0	923	1067
Leganés	351	42	1	13	1422	1254
Parla	1085	189	12	5	1579	618
Rivas	149	59	5	11	1373	652
Torrejón de Ardoz	277	81	11	6	3196	2114
Torres de la Alameda	656	92	7	5	1057	1166
Tres Cantos	838	169	3	0	1000	202

Para ello vamos a analizar los diferentes ítems:

- Seguidores
- Seguidos
- Publicaciones IGTV
- Historias destacadas
- Publicaciones 2020
- Publicaciones totales
- Interacciones con usuarios

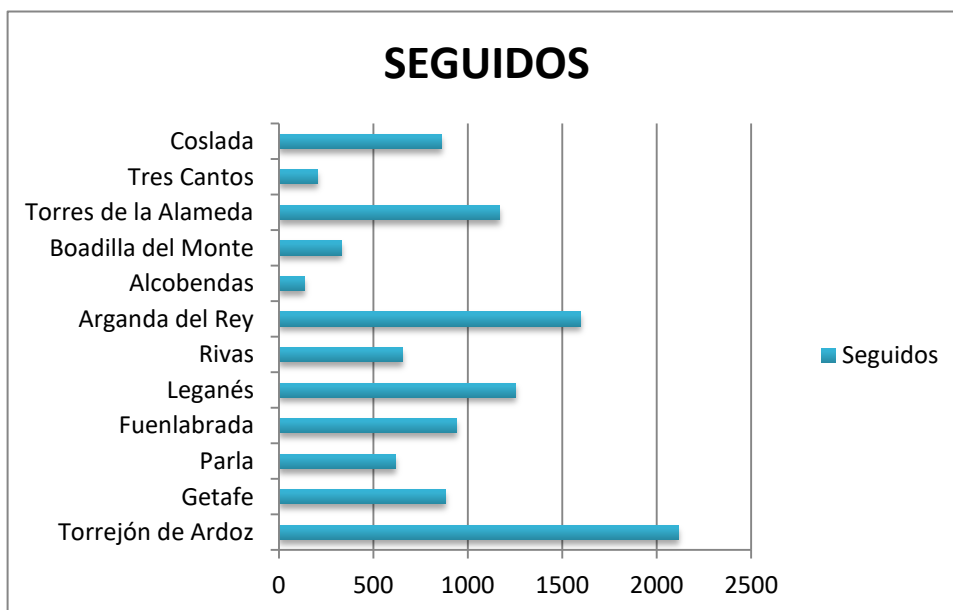
a) **Seguidores**

Los perfiles de Torrejón de Ardoz, Getafe, Parla, Fuenlabrada y Leganés son los que más seguidores tiene, cuyos seguidores van desde los 3.196 de Torrejón a los 1.422 de Leganés.



b) **Seguidos**

Una gran mayoría de estos perfiles a parte de seguir a otros centros, ayuntamientos e instituciones, siguen además a usuarios que siguen su cuenta.



c) **Publicaciones IGTV**

Aunque no es uno de los contenidos que más publicaciones tiene, e incluso hay centros que no hace uso de este tipo de publicaciones, hay otros como sucede con Coslada que cuenta hasta con 29 publicaciones IGTV.



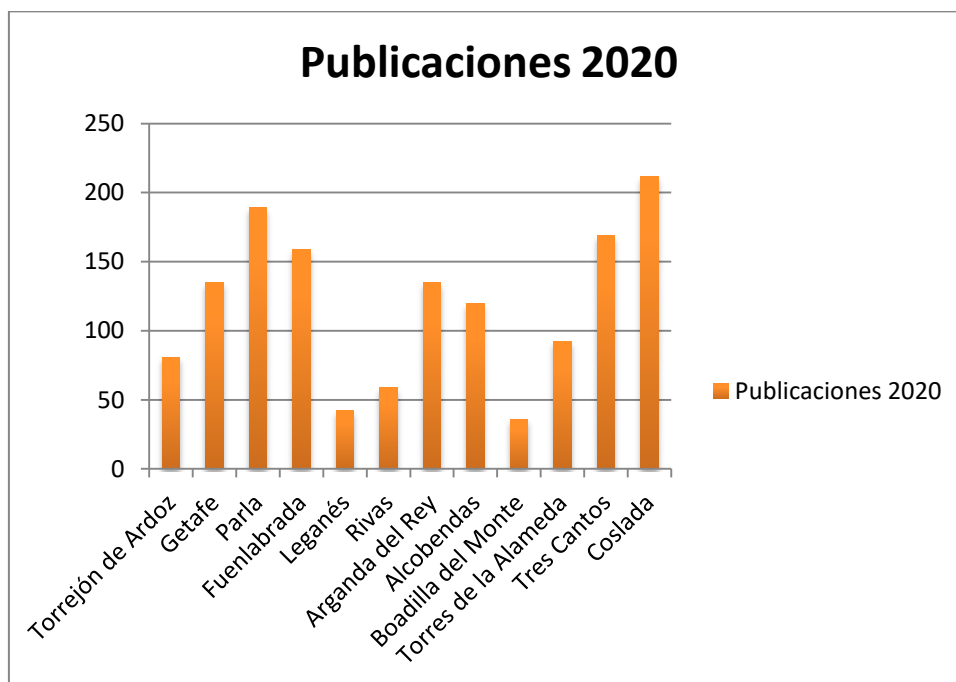
d) **Historias destacada**

Como sucede con las publicaciones ITGV, Coslada se desmarca en el número de Historias destacadas.



e) **Publicaciones 2020**

Sin duda, aquí la variedad de publicaciones es dispar. Muchos centros han aprovechado la situación que vivimos para subir contenidos de manera mucho más activa y ha generado una subida bastante notable en el número habitual de sus publicaciones por la pandemia a lo que venía siendo su tónica habitual.



f) **Publicaciones totales**: es complicado establecer una línea de estudio objetiva al respecto, ya que desconocemos desde cuando tienen Instagram. Hemos observado centros que tenían Instagram hace varios años ya y que por diferentes circunstancias dejaron de hacer uso de esta red social y han vuelto a engancharse años después.

g) **Interactuación con los usuarios**: según la tendencia que hemos visto a lo largo del estudio, es que la mayoría no interactúa con los usuarios. Bien es cierto que muchísimas de las publicaciones ni siquiera tienen comentarios por parte de los usuarios por lo que si interactúa con ellos a través de mensajes privados que los usuarios envían a ese perfil en concreto, es algo que no podemos conocer según los datos que tenemos. Pero si podemos afirmar que lo la tendencia que hemos visto cuando hemos recogido estos datos, es que cuando se interactúa se hace de forma muy concreta y precisa.

Mención aparte merece el Ayto. de Madrid por el elevado número de contenidos que publica diariamente, así como el número de seguidores. Publican información referida a información juvenil e información de interés, además hacen actividades, concursos, videos, retos...

Sus números son:

Publicaciones totales: 2.188

Seguidores: 4. 339

Seguidos: 371

En conclusión, los datos cuantitativos recogidos en este informe dejan entrever que no en todos los centros de información juvenil utilizan de la misma forma la herramienta de Instaran, cada uno lleva una línea de trabajo definida y un flujo de contenidos diferente. El perfil, formación y el número de personas que se dedican al uso de esta herramienta puede ser una de las claves, así como el uso de recursos y herramientas con los que cuentan cada uno de los centros juveniles.

EJEMPLOS DE USO Y BUENAS PRÁCTICAS

Nos planteamos rescatar enlaces de distintos perfiles de los servicios de juventud, que nos pueden servir de ejemplo sobre las posibilidades de realizar diferentes tipos de contenidos.

Para ello además del rastreo por diferentes perfiles de los Servicios de Juventud de la Comunidad de Madrid, y de otras instituciones hemos mantenido reuniones telefónicas con los técnicos de juventud que manejan Instagram en los municipios de Coslada, Parla, Alcalá de Henares, Leganés y Madrid.

Publicaciones:

A partir de Fotografías o Vídeos de menos de un minuto que tengamos disponibles o realicemos desde nuestro teléfono móvil. Las publicaciones permanecen en nuestro perfil, salvo que decidamos eliminarlas, los usuarios las pueden comentar, o simplemente mostrar que les gusta. A continuación recogemos diferentes ejemplos significativos de varios usos realizados desde los Servicios de Juventud:

TEMA	Entidad que publica	URL – Enlace Instagram
Información de interés general:: Contagio del COVID19	Valdemoro @juventud_valdemoro	https://www.instagram.com/p/B_mINpnjShX/
EDUCACIÓN	Majadahonda @majadahonda_joven	https://www.instagram.com/p/B_iF-OVDGWI/
EDUCACIÓN	Parla @casa_juventud_parla	https://www.instagram.com/p/B_XA-XXndm2/
Desafíos propios y ajenos: #YoBailoEnCasa	@casa_juventud_parla	https://www.instagram.com/p/B_eqS3hFA4w/
Concurso sobre Europa	Madrid @madridjuventud	https://www.instagram.com/p/B_7DmX3HrQh/?

Reto en la Cocina	San Sebastián de los Reyes @centrojovensanse	https://www.instagram.com/p/CAU-vncjzy1/
Voluntariado internacional	La Cabrera @espaciojoventlacabrera	https://www.instagram.com/tv/CAQ9G4Zh967/
Trivial Virtual	Villalvilla @planjoventvillalvilla	https://www.instagram.com/p/B-jrJ-DCIG1/
Concurso “batalla de gallos”	Manzanares @juventudmanzanares	https://www.instagram.com/p/B-EjgCelyJi/
Concurso de Creación De Jovenes	Leganés @dejoveneslega	https://www.instagram.com/p/B_7Kt7ul8rM/
Festivales de Música #EmergentesFestival	Festival Alternativo de Música @emergentes_festival	https://www.instagram.com/p/B_Zeh-dDmPg/

Historias:

A partir de las plantillas y recursos que proporciona la aplicación Instagram, pudiendo incorporar fotografías o vídeos cortos con múltiples efectos, y con música, posibilidad de hacer encuestas cortas, lanzar retos, proponer juegos, o incluso compartir en directo charlas o talleres.

Estas historias están visibles sólo durante 24 horas, al no ser que se hayan guardado como “Historias Destacadas”- Por ese motivo recogemos enlaces sólo a algunos ejemplos estables de los servicios de juventud:

TEMA	Ayuntamiento	URL – Enlace Instagram
Encuesta e Información sobre los ODS	@redjoventoslada	https://www.instagram.com/stories/highlights/18098476240181769/
Servicios de Juventud	@informajoven	https://www.instagram.com/stories/highlights/1792318

Ayuntamiento de Murcia		4791243902/
Información Juvenil en Alcobendas	@imagina_alcobendas	https://www.instagram.com/stories/highlights/18053268649038156/

IGTV:

Por medio de una aplicación complementaria de Instagram que nos permitirá subir vídeos de más de un minuto para compartir directos de jóvenes tocando música, charlas o conferencias sobre temas de interés, o cualquier muestra de las actividades que realizamos:

TEMA	Publica	URL – Enlace Instagram	Visto
Directo sobre Habilidades Sociales	ALCOBENDAS @imagina_alcobendas	https://www.instagram.com/tv/CAdYNpbql8W/	164
Presentación de una red formada por entidades que trabajan por la tolerancia hacia la diversidad.	MADRID @madridjuventud	https://www.instagram.com/tv/BOX3xNDDMzw/	381
Recursos para la cuarentena	LAS ROZAS @rozasjoven	https://www.instagram.com/tv/B_UlINnpYKG/	104

FICHA DE CRITERIOS PARA EL USO DE LA RED DE INSTAGRAM DE @MOSTOLESJOVEN

Nuestra cuenta se ha creado en plena pandemia de la #COVID19, sin criterios previos, sin objetivos explicitados, y sin un proyecto de comunicación que relacione esta herramienta con el resto de recursos comunicativos disponibles en el Centro de Información Juvenil.

Esto nos ha hecho plantearnos que formato y que uso debe que tener la información que ponemos a disposición de los jóvenes desde un Centro de Información Juvenil, así como definir una serie de criterios que nos permitan realizar este trabajo con cierta coherencia y método.

En primer lugar analizamos la creación de nuestro perfil, así como las pautas para construirlo a partir de ahora, en los diferentes conceptos que lo componen:

1.- Foto de perfil:

Se facilita la imagen desde la Concejala de Juventud. No está relacionada con los logotipos oficiales del Ayuntamiento, ni con los iconos de nuestra página web.

Se ha propuesto la **creación de un concurso entre los jóvenes para diseñar un nuevo logotipo en la red**, lo que a nuestro entender **sería positivo**, aunque habría que considerar que nos pueda identificar en los distintos soportes comunicativos y redes sociales que se desarrollen.

Por lo que hemos podido observar, hay Servicios de Juventud que tienen más clara una imagen de marca, y otros que han optado por una imagen diferente para esta red social.

2.- Publicaciones:

Las publicaciones permanecen publicadas en el perfil, y pueden ser consultadas en cualquier momento por nuestros seguidores. **Constituyen un Tablón de Anuncios virtual y Multimedia**, que nos permite colocar una fotografía o un vídeo con el contenido de la información y añadir un breve texto.

Las **imágenes deben ser cuadradas** para que se vean completamente, pero al contrario que en Facebook, **no podemos incluir enlaces a la página web** que amplía la información.

La media de publicaciones en los Servicios de Juventud con más uso de la red es de 6 a la semana, y la media en general es inferior a 5 por semana.

Entendemos que es **un objetivo razonable mantener al menos una publicación diaria en Instagram, en los días laborables**, para que haya una visibilidad continua de contenidos relacionados con los temas de Información de interés para los jóvenes.

En este sentido hemos observado publicaciones que están contextualizadas en procesos de intervención o actividades propias de los Servicios de Juventud, que aparecen de forma esporádica relacionadas con la realización de un curso, o de una actividad de tiempo libre.

Este canal, podrá estar abierto, por tanto, a facilitar a otros programas (Formación, Tiempo Libre, Participación) una ventana para la difusión o la muestra de resultados en las actividades realizadas. Sin embargo, esa interacción con los jóvenes podría tener cabida también en las Historias, que veremos en otro apartado.

2.1.- Publicaciones Etiquetadas

Podemos **etiquetar nuestro perfil en cada publicación en la que aparezcamos** o haya participación de la Concejalía de Juventud. Esto es útil para visibilizar nuestra cuenta, así como para mostrar a nuestros participantes aquellas imágenes en las que aparecemos. Puede ser útil en la elaboración de propuestas del tipo concursos, retos, encuestas, etc.

3.- IGTV → Instagram TV

Es una aplicación que nos permite incluir vídeos a pantalla completa, en vertical para verlos adecuadamente sobre el teléfono móvil, y sin el límite de 1 minuto que tienen las publicaciones en vídeo normalmente en Instagram.

Permitiría hacer entrevistas, o programas en directo desde el propio Centro de Información Juvenil, facilitando contenidos sobre cualquier tema que consideremos de interés. Nos permitiría conectar con otras áreas municipales, o con otros servicios de juventud.

Esta aplicación es usada por los centros de forma puntual, ya que requiere una elaboración del contenido más técnica, aunque sin excesivas complicaciones se pueden compartir algunos contenidos. A continuación dejamos unos ejemplos de otros servicios de juventud en Madrid, Rivas y Parla:

https://www.instagram.com/tv/CAas_QUjKBD/  Entrevista de Informadora en Madrid

https://www.instagram.com/tv/B8_hUUPqFOV/  Curso de conducción de MTB – Rivas

https://www.instagram.com/tv/B_VF-35HXm1/  Día del Libro Parla

Los vídeos permanecen en el perfil mientras no los eliminemos formando parte del contenido que se ha ido trabajando en los servicios de juventud.

4.- Seguidores:

Son los **destinatarios de nuestras publicaciones**, por lo que es interesante poder hacer campañas de difusión de nuestro perfil de Instagram, entre los jóvenes que queremos que reciban nuestros mensajes. Actualmente **contamos con 108 seguidores** que nos han conocido exclusivamente por el contacto directo entre los profesionales del Centro de Información Juvenil y los Servicios de Juventud de otros municipios con los que hemos empezado a interactuar.

Entendemos que aunque podemos iniciar el trabajo de publicar Información Juvenil en Instagram, **nos hemos marcado un mínimo de 500 seguidores para iniciar actividades y propuestas que requieran una interacción en la red**. Para ello ya están en marcha las propuestas de difundir el canal en Nota de Prensa y Correo Electrónico a nuestros participantes, sin descartar otros medios de difusión a medida que generemos contenidos de forma estable.

5.- Seguidos:

El uso de Instagram nos ha permitido ver, que igual que en otras redes disponemos de un magnífico **canal de recepción de información juvenil**. En este sentido nos hemos planteado seguir los **perfiles oficiales de Servicios de Juventud municipales, autonómicos, estatales y europeos, los de las administraciones públicas que generan contenido de interés juvenil, los**

de otros servicios municipales de Móstoles y de entidades sin ánimo de lucro que prestan servicios a la juventud (especialmente en Móstoles).

Este seguimiento se limita exclusivamente a perfiles oficiales, **descartando seguir cuentas individuales, o perfiles comerciales.** A pesar de que hemos podido comprobar que la mayor parte de servicios de juventud hacen también seguimiento de los perfiles de sus usuarios, fruto de la interacción que ha existido en algunas actividades.

Se hace la excepción de incorporar perfiles de los responsables públicos del Ayuntamiento de Móstoles (Concejal@s y Alcaldesa), y de los técnicos y trabajadores de juventud que voluntariamente deseen ser seguidos para poder valorar, hacer pruebas, y difundir contenidos que se consideren apropiados en cada caso.

Actualmente **se siguen 103 perfiles**, pudiéndose aumentar paulatinamente este número cuando vayamos descubriendo cuentas de interés que cumplan con los criterios definidos.

6.- Historias:

Las stories o historias nos permiten generar contenidos con imágenes secuenciadas o *vídeos cortos, que **desaparecen a las 24 horas desde su publicación.*** También podemos *añadir dibujos, stickers y emojis para adornar cada publicación.*

Hemos realizado un total de 18 publicaciones de historias durante estos días y visualizado muchas más de otros servicios de juventud, que han llegado a visualizarse entre 10 y 20 veces con contenidos simples relacionados con las publicaciones que realizaban otros servicios de juventud.

Pero cada día podemos ver las creaciones de los diferentes perfiles a los que seguimos, y aquí encontramos las **grandes posibilidades de interacción con el público joven.** Porque más allá de indicar que un contenido publicado les pueda gustar, **se pueden establecer retos, concursos, encuestas y otros pasatiempos,** que nos permiten saber que hay alguien al otro lado, y que aumenta la confianza y el seguimiento de los jóvenes hacia nuestros contenidos, que por supuesto llevan impregnada nuestra información útil, y nuestra sensibilización hacia valores y propuestas que queremos transmitir.

La elaboración de historias es sencilla, simplemente utilizando la aplicación de Instagram, pero es deseable poder disponer de otras herramientas para el tratamiento de imágenes o la edición de vídeo de cara a publicar un contenido más profesional.

6.1.- Historias Destacadas:

Estas publicaciones en formato imagen o vídeo permanecen en nuestro perfil, **pueden hablar de quienes somos, o de nuestras propuestas de cada momento, o visibilizar campañas en relación a días internacionales** SIDA, tabaco, Museos, Discapacidad, Medioambiente...

Nuestra propuesta es que existan al menos 4 o 5 historias destacadas fijas que hablen de nuestros programas y servicios, y tener otras 3 o 4 que podamos ir modificando mensualmente en función de contenidos de actualidad.

También pueden ser útiles para visibilizar actividades en las que hayan participado jóvenes, ya que eso promociona y favorece su implicación.

The screenshot shows the Instagram profile for 'mostolesjoven'. The profile picture is a colorful logo with the text 'Móstoles Joven' and a silhouette of a person jumping. The bio includes the text: 'Móstoles Joven', 'Información Juvenil Ayuntamiento de Móstoles--- Toda la información disponible en www.mostolesjoven.es', and the website www.mostolesjoven.es. There are 3 publications, 108 seguidores, and 103 seguidos. Below the bio are three featured posts: 'Desinforma...', '#DiaDeLos...', and 'Móstoles Jo...'. The main feed shows three posts: a text-based announcement about 'NUEVA FLEXIBILIZACIÓN DE MEDIO TERRITORIOS EN FASE 0', a red circular graphic with 'SIJ+ GARANTÍA JUVENIL', and an infographic titled '10 Y PROTEGER A OTROS NO ADMITES TU VIDA' with various safety icons and illustrations.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL DESARROLLO DE INSTAGRAM

Instagram es una de las redes más visuales que existen hoy en día. A través de la comunicación visual, es posible contar un contenido y reforzar los valores principales que deben ser transmitidos. De ahí, que nuestro objetivo fundamental sea tener una imagen cuidada.

Para llevar a cabo este objetivo, es importante contar una serie de herramientas que ayuden a desarrollar los contenidos que llevaremos a cabo en nuestro perfil en la red y de esa forma tener una presencia eficiente en la misma.

En este estudio sobre el uso de Instagram, nos hemos dado cuenta que son necesarias una serie de herramientas para desarrollar el trabajo de una manera óptima. Para ello, presentamos a continuación una serie de categorías y nombramos algunas de las herramientas que serían necesarias para llevarlo a cabo.

1) Creación de contenidos

Es sin duda el momento más importante y el que conlleva más tiempo de dedicación, porque ello lleva implícito:

- a) Una labor de investigación previa de las publicaciones ya existente y de esta forma poder crear un contenido atractivo.
- b) Una planificación del contenido: es fundamental marcar una línea de trabajo, definiendo cual es camino a seguir, la metodología, el calendario de las publicaciones. Es importante tener una línea de actuaciones definida para llevar a cabo el contenido de publicaciones de una forma ordenada y eficaz.
- c) El diseño de la publicación, considerando tres modos diferentes: imagen, video, texto.

A continuación dejamos algunas de las herramientas para poder llevar a cabo la creación de contenido.

Herramientas para imágenes:

Canva y Crello son las más utilizadas en Instagram

Picktochart para hacer infografías, presentaciones, flyer, poster, informes.
Para infografías también: easelly, visme,

Pablo: para convertir frases en imágenes

Herramientas para video:

InShot permite fusionar vídeos, añadir tu marca, ponerles música, desenfocar el fondo y otras funciones super útiles.

Pow Toon: para crear videos animados

A parte de estas herramientas tenemos que añadir una herramienta más que es muy aconsejable, se trata de **Repost for Instagram**. Consiste en publicar en tu perfil la publicación de otro perfil. Lo que viene a ser en Facebook la opción de compartir. Es gratuito y está disponible para android.

2) Publicación de contenidos

Una vez que hemos creado el contenido pasamos a la publicación del mismo. Aquí tenemos que tener en cuenta dos aspectos:

- **Hora y día de publicación.** Establecer qué momento/s del día es el más adecuado para publicar el contenido. Tener en cuenta cuál es el momento de más audiencia sería fundamental.
- **Publicaciones automatizadas:** para publicaciones cuyo contenido no está sujeto a una inmediatez sino que se trata de publicaciones periódicas (por ej., todos los jueves o viernes podemos proponer un contenido tipo “Planes para el finde”) o contenidos que podamos tener preparados para una publicación posterior, podemos utilizar herramientas que permiten programar estos contenidos.

Algunas de las herramientas que más se utiliza para publicar de forma automatizada son iconosquare, Sendible, Tailwind, Buffer, Hootsuite, Later, Planoly, Crowdfire y Agora.

<https://socialmedier.com/herramientas-programar-Instagram/>

3) Análisis de datos

Una vez que ya hemos creado y publicado contenidos es importante conocer cuál es el impacto en nuestra cuenta. Instagram tiene una herramienta nativa que entrega indicadores métricos sobre las publicaciones y sobre el comportamiento de los usuarios y su demografía; sin embargo, estos indicadores parece ser que son algo limitado y difícil de manipular.

Por ello, algunos community manager aconsejan usar herramientas externas. Como Iconosquare. Con ella se clasifica muy bien la información y se organiza de forma muy simple y práctica. Además, se ofrecen métricas avanzadas y gráficos. Incluso, Iconosquare permite la descarga de los datos y el filtrado por periodos de tiempo, el seguimiento de *hashtags*, el monitoreo de las métricas críticas de los competidores y agrega funcionalidades de *machine learning* que sirven para detectar patrones de comportamiento en la audiencia, como los momentos de mayor alcance, los contenidos con mejor interacción y el día y la hora para publicar con más impacto.

Otras alternativas disponibles son: Social Insider, HypeAuditor, Panoramiq Insights y Command Instagram Analytics

Como hemos visto a lo largo de este epígrafe son muchas las herramientas que se pueden utilizar para el desarrollo de Instagram, algunas son gratuitas y otras de pago, pero son esenciales para poder llevar el desarrollo de Instagram de una manera óptima.

Somos conscientes de que el uso de estas herramientas conlleva tiempo de dedicación y aprendizaje ya que no hemos trabajado con ellas y en este sentido supone un esfuerzo y una dedicación extra para poder aprender a utilizar aquellas que se decidan poner en marcha.

A priori, es difícil definir cuál de ellas sería la más adecuada ya que no hemos trabajado con anterioridad con ellas, sin embargo, sí es cierto que hemos visto que algunas son más utilizadas que otras, como **Canva**, por ser más intuitivas y por ofrecer contenido gratuito para crear y diseñar diferentes contenidos, aunque ofrecen contenido Premium y de pago.

Por ello, vamos a ir trabajando con algunas de estas herramientas para definir cuál de ellas, tanto de diseño, imagen y video, son las que vamos a utilizar para crear contenidos para nuestro Instagram @mostolesjoven.es.