

Instagram: suggerimenti per creare un profilo social

Instagram viene lanciato nel 2010 e viene acquistato da Facebook per un miliardo di dollari due anni dopo. Si tratta di un social inizialmente frequentato dagli amanti della fotografia (era in effetti il social delle immagini per eccellenza), attirando poi un pubblico più ampio. Quella che segue è una breve guida a Instagram per orientare i nuovi utenti, ma anche per far riflettere chi già possiede un profilo rispetto alle diverse complessità del social network in oggetto: tips (trucchi), linguaggi, possibilità e un quiz vi aspettano. Potete consultare questa risorsa dall'inizio alla fine o scegliendo solo gli hashtag chiave che più vi interessano.

#profilo #brandnew #profile

Per creare un nuovo profilo Instagram (personale) è necessario scaricare l'app o collegarsi al sito www.instagram.com. Dovrai cliccare su "Iscriviti" e ti apparirà la schermata di inserimento dati. Dopo aver digitato l'indirizzo mail (o il numero di telefono), il tuo nome e cognome, il nome utente ed una password dovrai semplicemente seguire la procedura guidata per i passi successivi.

Una volta iscritto assicurati di rendere il tuo profilo Instagram privato in modo da scegliere chi seguirà il tuo account.

E' importante scegliere bene l'immagine del profilo: uno scatto rappresentativo, che mi racconti senza svelare troppo di me. Ma altrettanto importante è dedicare qualche minuto per scrivere una biografia chiara, che vada dritta al punto e che parli di te in maniera pacata e sincera (poiché la biografia si trova nella parte alta del feed, gli utenti sono invogliati a leggerla).

Puoi usare hashtag ed emoji e, sotto la biografia, puoi aggiungere un link al tuo sito web o ad una specifica pagina di destinazione.

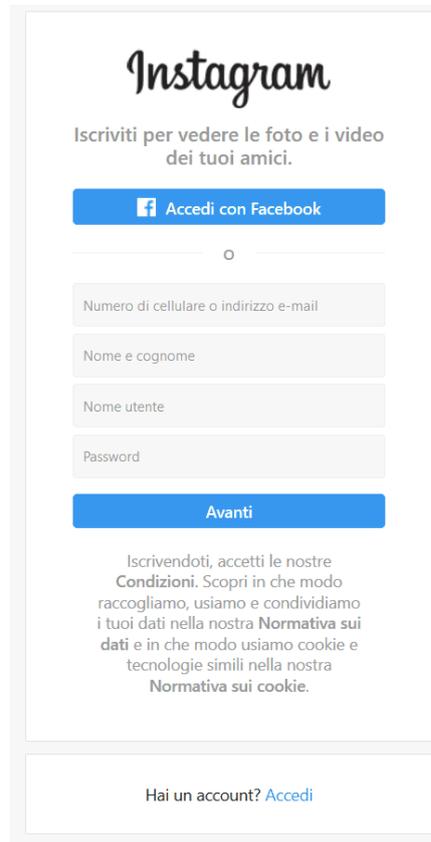


Figura 1

#quiz

Qual è la foto più popolare in Instagram?

Un aiutino: può essere sodo...Vai in fondo per scoprire di cosa si tratta.

#followme

La parte più difficoltosa quando si apre un nuovo profilo Instagram (come per tutti i social o i blog) non è tecnica, ma alimentarlo e tenerlo vivo, scegliendo un punto di vista. Cosa vuoi comunicare e raccontare? Creare un profilo Instagram non significa pubblicare contenuti e Stories senza una precisa direzione, ma operare delle scelte per avere un profilo consapevole.

#hashtag #search

Oltre alla scelta delle immagini (che non devono essere offensive) è importante imparare a usare bene il linguaggio di Instagram, ovvero gli hashtag (#). Gli hashtag nascono per "inquadrare un post" e a far sì che possa essere visto da un numero maggiore di utenti indicando nel motore di ricerca interno a Instagram la parola chiave (o etichetta) associata. Prima di pubblicare un post cercate di capire quali sono gli hashtag più corretti e in linea con il messaggio. Un esempio? Se siete appassionati di musica e pubblicate la foto di un cantante o di un concerto ricordatevi di indicare il nome, il luogo del concerto, il titolo di un album o di una canzone. In questo modo chi, come voi, è appassionato di quel cantante e fa parte della vostra rete potrà accedere al contenuto.

#stories #24hours

Da qualche anno, oltre alle immagini statiche (come le fotografie) è possibile comunicare attraverso le Stories: si tratta di contenuti (foto e video) che rendono il profilo più movimentato e aggiornato, e che possono essere visti per 24 ore. Possono essere impreziosite con scritte, linee, tag, emoji, canzoni e contenuti multimediali di vario tipo. Successivamente alla “cancellazione” del contenuto, l'autore può inserire la Storia di Instagram all'interno dei “contenuti in evidenza” nel profilo, consentendo così ai follower di visualizzarla in ogni momento.

Qualcuno ricorderà Snapchat: le Stories sono simili al social Snapchat, che consente di pubblicare foto e video accessibili da altri per 24 ore. Al gennaio 2019, secondo le statistiche, la funzione Stories viene utilizzata quotidianamente da 500 milioni di utenti.

A questo link, trovi un aiuto dedicato alle Stories: <https://help.instagram.com/1660923094227526>

#dirette #direct #tools

Oltre a immagini e Stories è possibile usare altre funzioni utili in termini comunicativi: la funzione direct, che prevede la possibilità di inviare una foto a un utente specifico senza pubblicarla, o inviare un messaggio. Quando gli utenti ricevono un messaggio privato da qualcuno che non seguono, il messaggio viene contrassegnato come in sospeso e l'utente deve accettare di vederlo. Gli utenti possono inviare una foto a un massimo di 15 persone; le dirette, che consentono di trasmettere video in live streaming (in diretta, appunto), interagendo con gli utenti che commentano (si tratta di una funzione molto nota e cara a personaggi pubblici, per mantenere un legame diretto con il proprio pubblico di riferimento).

#reflect #public #respect #bodyshaming #perfection

Pur essendo un'esperienza costruttiva e a forte carica espressiva (le Stories sono divertenti e certamente condividere è un piacere) non dimentichiamo che stiamo partecipando a uno spazio condiviso con altri: attenzione al linguaggio che usiamo, ma anche alla contrapposizione tra realtà e rappresentazione (molte volte tendiamo a dare di noi una immagine perfetta e non realistica, per approfondire leggi questo articolo: https://www.corriere.it/cronache/20_luglio_20/aurora-ramazzotti-brufoli-instagram-michelle-hunziker-risponde-sei-vera-coraggiosa-tosta-2229e4ca-c9f4-11ea-a1ca-122fad3a9e00.shtml).

Pensiamo qui al tema degli influencer, pagati dai brand e costruiti a tavolino per guadagnare e far guadagnare (la recente visita di Chiara Ferragni agli Uffizi di Firenze - luglio 2020 - ha fatto impennare le visite degli under 20 in pochi giorni), ma anche al tema dei modelli che seguiamo e che - in alcuni casi - chiedono una perfezione irraggiungibile. Forse i profili più apprezzati sono quelli veritieri, nei quali i social sono strumento di racconto e non di promozione.

#what #stats #egg

Stando alle statistiche, ad aprile 2020 la persona più seguita è il calciatore Cristiano Ronaldo con oltre 211 milioni di follower e la donna più seguita è la cantante Ariana Grande con oltre 180 milioni di follower. Al 14 gennaio 2019, la foto con più "mi piace" su Instagram è una foto di un uovo, pubblicata dall'utente @world_record_egg, creata con l'unico scopo di superare il precedente record di 18 milioni su un post di Kylie Jenner (fonte: [An Egg, Just a Regular Egg, Is Instagram's Most-Liked Post Ever](#), su The New York Times, 13 gennaio 2019).

Ecco la risposta al quiz di prima: qual è la foto più popolare in Instagram?

Un uovo.



Figura 2



Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media all'Innovazione e alla Tecnologia