

Del boca-orella a la pantalla tàctil

La campanya "Instagram your city" converteix els usuaris de la xarxa en "ambaixadors digitals" de les marques turístiques

28.07.2013 | 10:52

SANT FELIU DE GUÍXOLS | ALBA CARMONA Paisatges acabats de descobrir, detalls i racons d'indrets que amplien la concepció d'un lloc ja conegut, delicatessen o tiberis que són l'enveja de qualsevol seguidor o simplement, uns peus ancorats a la sorra que demostrin que és dia de descans; qualsevol imatge és susceptible de passar per la sessió de maquillatge d'Instagram, l'aplicació per a telèfons mòbils que permet fer fotografies i retocar-les amb filtres per a després penjar-les a la xarxa. Juntament amb els comentaris i les piulades que aboquem a les xarxes socials, aquestes fotografies han modificat la manera com ens arriben les recomanacions culturals, turístiques o gastronòmiques. Del boca-orella entre amics al poder de la pantalla tàctil dels telèfons mòbils i les tauletes.

Amb l'objectiu d'aprofitar l'efecte d'aspersor d'internet, capaç d'escampar les bondats o maldats d'un producte cultural, restaurant o destinació turística, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona impulsa des del gener la campanya "Instagram Your City" i organitza regularment i a petició dels municipis, una trobada i un concurs per a usuaris d'Instagram. En set mesos ha passat per Girona, Torroella de Montgrí, Tossa de Mar, Cadaqués, Setcases o Cassà de la Selva, entre d'altres llocs; i ja hi ha cites programades per Begur, Banyoles o Sant Hilari Sacalm.

Els que s'hi inscriuen passen unes hores al municipi: agafen forces amb un esmorzar al punt de trobada i posteriorment, coneixen els punts més interessants de la població amb un photowalk o visita guiada pensada per a fer fotografies i penjar-les a la xarxa. Tot, de manera gratuïta.

Les imatges resultants han de difondre els atractius turístics de la localitat i les marques "Costa Brava" o "Pirineu de Girona" i s'han d'etiquetar amb els hashtags proposats en cada cita. Les fotos opten a premis que poden anar des d'estades en allotjaments hotelers o cases rurals a àpats en restaurants, lots de productes locals o vals per a activitats com batejos de mar o sortides en veler.

La campanya forma part de l'estratègia online del Patronat de Turisme, i multiplica l'impacte de la presència de les marques turístiques gironines a internet. I és que el volum d'imatges que es genera en cada una de les trobades sorprèn: els 200 participants de l'#instagirona van penjar 3.500 fotografies; a l'#instaguixols, un centenar d'instagramers van superar les mil i els 166 que es van reunir a Cadaqués, gairebé van arribar a les 2.500.

L'objectiu d'Instagram your city, explica el director del Patronat de Turisme, Ramon Ramos, és que l'usuari participi en la formació de la marca turística, tant o més que les pròpies institucions. "Si aconseguim recrear contingut rellevant i de qualitat, i amb la credibilitat que aporta el propi resident local, la marca s'enforteix molt i es posiciona amb gran valor afegit a les xarxes socials", explica Ramos.

Els "instagramers" que participen a "Instagram Your City" també són conscients del rol de prescriptors turístics que juguen. "Abans parlaves amb els amics d'un lloc on passar les vacances o recomanaves un restaurant perquè hi havies sopat bé. Ara, si t'agrada una cosa i val la pena compartir-ho, ajudes a difondre-ho, fent arribar el missatge a molta més gent", explica l'Iris, una de les habituals dels concursos. Subratlla, però, que qui guia la visita ha de ser conscient que tan important és el que explica com el que veus per capturar-ho, per això el photowalk s'ha de fer #sensepresses, una de les etiquetes més usades pels instagramers.

En Ferran, que només s'ha perdut una de les trobades d'"Instagram Your City" fetes fins ara, destaca, que a més de ser entretingut, és una bona oportunitat per fer turisme de proximitat, ja que "et dona l'excusa perfecta per descobrir localitats properes que mai aniries a visitar".

Ho confirma en David, que és de Pineda de Mar, i va assistir a l'#instaguíxols, la seva primera trobada d'"instagramers" gironins després d'haver anat a d'altres a Barcelona. Explica que atret per les imatges i els comentaris que li arribaven, ha organitzat algunes excursions per la demarcació, en les que que aprofita per "instagramejar" dos clics de Playmobil que s'emporta a tot arreu.

Convertir els perfils d'Instagram en àlbums de fotografies oberts al món crea vincles entre els instagramers. "De seguida estableixes relació amb gent que no coneixes", explica en Robert, "i les trobades ajuden a posar-los cara".

Tant, que molts ja s'han fet amics -"uns amics virtuals que es desvirtualitzen de tant en tant", bromegen- i n'hi ha que, com les @instanenes, han creat un perfil conjunt on pujar fotos i samarretes amb el logotip de l'aplicació i el seu nom d'usuari. Llueixen l'uniforme cada cop que van a les trobades. I és sovint, perquè diuen que, un cop ho proves, t'hi enganxes.

Font del document: <http://www.diaridegirona.cat/estiu/2013/07/28/del-boca-orella-pantalla-tactil/628273.html>