
Creatividad en pantalla:

Herramientas de edición en dispositivos móviles para la creación de contenidos digitales para la red social Instagram.

Luisa María Bedoya Bueno

Monografía para obtener el título de: Diseñadora Visual
Universidad de Caldas - Facultad de Artes y Humanidades

Director: César Augusto Arias Peñaranda

Manizales 2023



Creatividad En Pantalla: Herramientas De Edición En Dispositivos Móviles Para La Creación De Contenidos Digitales Para La Red Social Instagram

Luisa María Bedoya Bueno

Universidad de Caldas
Facultad de Artes y Humanidades
Programa de Diseño Visual
Director: César Augusto Arias Peñaranda

Manizales Caldas
Diciembre 2023



Contenido

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
Pregunta de investigación	4
OBJETIVOS	5
Objetivo general	5
Objetivos Específicos	5
ANTECEDENTES	6
MARCO TEÓRICO	12
COMUNICACIÓN	12
RED SOCIAL	16
CREACIÓN DE CONTENIDOS	22
HERRAMIENTAS DIGITALES	27
RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	33
Análisis de las aplicaciones	33
PICSART	34
CANVA	37
ADOBE LIGHTROOM	39
MOJO	41
INSHOT	43
INSTAGRAM EDITOR	45
CAP CUT	48
EVALUACIÓN DE HERRAMIENTAS	51
PROPUESTA DE HERRAMIENTAS	55
I LOVE IMG	55
UNUM (Captions and feed preview)	57
REMINI	59
CONCLUSIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	66
Tabla 1 - Redes Sociales	20
Tabla 2 - Aplicaciones para imagen	51
Tabla 3 - Aplicaciones para video	53

Imagen 1 - PicsArt Aplicación.....	35
Imagen 2 - PicsArt Interfaces	36
Imagen 3 - CANVA Aplicación.....	38
Imagen 4 - Lightroom Aplicación	40
Imagen 5 - MOJO Aplicación.....	42
Imagen 6 - InShot Aplicación.....	44
Imagen 7 - Instagram Editor Aplicación.....	47
Imagen 8 - Cap Cut Aplicación	49
Imagen 9 - I LOVE IMG Plataforma.....	56
Imagen 10 - UNUM Aplicación	58
Imagen 11 - REMINI Aplicación.....	59

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A partir de la generación de las múltiples herramientas tecnológicas para el apoyo y creación de contenidos en las redes sociales, los usuarios de estas plataformas generan poco a poco la necesidad, de incorporar el diseño para captar el interés de su público objetivo, lograr posicionamiento en la web y promover más tráfico en los diferentes canales de comunicación digital con el fin de llegar a las diferentes audiencias. Ahora bien, las redes sociales han pasado de ser una plataforma de comunicación a convertirse en un medio que incorpora el mercado electrónico; las distintas marcas optan por buscar soluciones frente a la publicidad y encuentran en los medios digitales, una manera inmediata de solventar esta necesidad.

Por tal razón, hoy en día los diseñadores y las personas que generan contenido a través de estas plataformas, se enfrentan a un nuevo reto sobre cuáles son los lineamientos en los distintos formatos de publicación en cada red social. Esto obliga a los diseñadores y creadores de contenidos a entender, no solo el uso de la interfaz, sino también a comprender cómo funcionan las herramientas digitales que las mismas plataformas les proporcionan para el trabajo compartido para la generación de contenidos. Asimismo, es necesario comprender la caracterización que permite la plataforma para la visibilización de la información posteada y la lectura por parte de los diversos públicos.

Finalmente, este estudio tiene como finalidad realizar una caracterización de las diversas herramientas de edición en dispositivos móviles que permite la creación de contenidos digitales de entretenimiento y comunicación, con usuarios dentro de un contexto digital de redes sociales y que los diseñadores visuales como profesionales del área de la comunicación visual, deberían tener en cuenta para la apropiación de herramientas, contenidos y manejo de públicos.

Pregunta de investigación

- ¿Qué herramientas de edición se usa en dispositivos móviles para la creación de contenidos digitales para la red social Instagram?

OBJETIVOS

Objetivo general:

Caracterizar diversas herramientas de edición en dispositivos móviles para la creación de contenidos digitales para la red social Instagram.

Objetivos Específicos

- Recopilar un listado de aplicaciones móviles que permitan la generación de contenidos digitales para la red social Instagram como instrumento de desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales en el contexto digital de un diseñador.
- Analizar las herramientas basadas en su funcionalidad y contexto dentro de la creación de contenidos digitales para la oferta de servicios en redes sociales.
- Proponer diferentes herramientas tecnológicas que favorezcan el quehacer del diseñador visual en el ámbito profesional frente a la creación de contenidos digitales en redes sociales.

ANTECEDENTES

El auge de las redes sociales en la última década ha transformado por completo la forma en que las personas se comunican, interactúan y consumen información en línea. Este fenómeno ha generado un creciente interés en la creación de contenido digital y en la optimización de estrategias de marketing en redes sociales. En este contexto, se ha vuelto esencial explorar las herramientas digitales disponibles para la creación de contenido en redes sociales y comprender cómo estas herramientas pueden influir en la efectividad de las estrategias de marketing en línea.

A través de un análisis detallado de investigaciones previas, esta monografía busca arrojar luz sobre cómo estas herramientas han revolucionado la forma en que las marcas y los individuos se presentan en plataformas como Instagram.

Sanchez-Vizcaíno (2019) realizó una investigación denominada “Análisis de la publicidad en las redes sociales” donde el objetivo era estudiar los nuevos modelos de publicidad y marketing disponibles para las empresas en el mundo actual, centrando dicho análisis en las redes sociales existentes y su impacto en el cliente. La metodología aplicada fue de orden cualitativo y cuantitativo por medio de una encuesta para la recolección de datos para conocer el alcance de los anuncios de redes sociales en la sociedad y permitir conocer el grado real de la eficiencia de este tipo de publicidad en línea. Los resultados de la investigación arrojaron que el tipo de publicidad que hoy en día se presenta en las redes sociales han sido más efectivas para llegar a los usuarios y que además los perfiles de las personas ayudan a optimizar los anuncios y llegar a clientes potenciales de las empresas. El trabajo de investigación concluyó que es cierto que tras la llegada de las nuevas tecnologías, para las empresas ha sido un reto la adaptación y los cambios tras la demanda y necesidad de seguir creciendo en diferentes entornos y que uno de ellos son las redes sociales, además de que el comportamiento de los usuarios

cambió porque cada vez es más el tiempo que pasan en las redes sociales que en los medios tradicionales como la televisión.

Bravo y Ordoñez (2021) desarrollaron una investigación llamada “IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES COMO ESTRATEGIA DE MARKETING EN EL NEGOCIO DE LAS PYMES DEL MUNICIPIO DE PASTO” la cual tenía como objetivo analizar el impacto y la importancia de las redes sociales como una estrategia de marketing para las pymes en el municipio de Pasto, así mismo la metodología aplicada fue de enfoque descriptivo cualitativo por medio de un análisis documental, el cual permitió conocer que en el municipio de Pasto existe hasta el momento una baja participación de las pymes en el mercado digital, las cuales no utilizan las redes sociales para la promoción y consumo de su portafolio de bienes y servicios. En ese caso, los resultados fueron que, en el año 2020, con la pandemia del Covid-19, se incrementó el uso de las redes sociales en las empresas a partir de ese año, en un porcentaje de la población muy específico, las cuales sirvieron como sostenimiento para continuar con su flujo de caja. Este trabajo de investigación concluyó que el uso de las redes sociales digitales incrementó en sus usuarios a partir del año 2020, sirviendo así, como una zona de impacto en ventas en línea, además se convirtió en una tendencia futurista para la innovación de los mercados y estrategias digitales en Nariño, haciendo énfasis en que las redes sociales de mayor uso son Facebook e Instagram según las encuestas realizadas y calificadas.

Pazmiño-Benavides (2010) realizó un trabajo de investigación el cual titula “El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito”. El cuál tenía como objetivo especificar el impacto que tienen las redes sociales en la formación de los jóvenes, por medio del análisis en la Universidad Politécnica Salesiana, para demostrar en qué medida afectan estos espacios cibernéticos a los estudiantes

universitarios. Durante el desarrollo de la investigación la metodología aplicada fue cuantitativa y cualitativa, por medio de entrevistas a estudiantes de Comunicación social de primeros y segundos semestres, además de aplicar el método FODA, con el propósito de saber el tiempo que pasan los jóvenes conectados a internet diariamente, analizar su conducta, la convivencia con las personas que los rodean y evaluar si esta plataforma aporta un bienestar a estos jóvenes en sus planes y metas a futuro. Los resultados de la investigación obtenidos a través de las encuestas dicen que los estudiantes conocen muy bien las redes sociales y el Internet, porque las utilizan casi a diario, un 52% de los estudiantes respondió que pasan en el Internet por lo menos 2 horas diarias. Además, ellos prefieren el Internet porque es más rápido y por ende se ahorra más tiempo, es de fácil acceso y tiene información más actualizada que en una biblioteca. El Internet es su herramienta favorita para consultar alguna tarea y prevén que en un futuro este sea un recurso que colegios y universidades deban priorizar para el proceso formativo de los estudiantes, logrando así una adaptación a los nuevos retos que se presentarán debido a la transformación global gracias al internet. El trabajo de investigación concluyó que el impacto de internet en todo el mundo, está abarcando desde el trabajo hasta el ocio y la educación. Se menciona que las redes sociales pueden ser una fuente de distracción y pérdida de tiempo, lo cual ha llevado incluso a la prohibición de su uso durante el horario laboral. Por otro lado, se destaca que la educación online ha revolucionado la educación y ha permitido el acceso a expertos de todo el mundo. También se hace hincapié en la necesidad de educar a las personas en el uso de nuevas tecnologías. Sin embargo, se reconoce que las tecnologías por sí mismas no pueden satisfacer todos los desafíos a los que se enfrentan las personas, incluidos sus sentimientos y emociones, lo que puede llevar a comportamientos extraños e inaceptables.

Basabe-Melo (2021) realizó una investigación denominada “Plan de marketing digital para las redes sociales en las bibliotecas universitarias” donde el objetivo era

analizar las estrategias de marketing en las redes sociales que utilizan las bibliotecas universitarias para la mejora de servicios y productos de información. En este caso la metodología aplicada fue basada en el enfoque de tipo cualitativo en el cual se realizó un proceso de búsqueda de información de la población objeto de la investigación, para lo cual, se estableció primero un acercamiento con la comunidad de la que se generan datos de primera mano. Por consiguiente, se hizo un estudio de caso en profundidad aplicando el método de entrevistas a los diferentes involucrados de las bibliotecas universitarias, elaborando una serie de preguntas clave, esto para obtener la gran mayoría de información para una matriz de análisis, definiendo los puntos más significativos sobre el marketing digital en redes sociales en las bibliotecas universitarias. Los resultados de la investigación arrojan que las 4 bibliotecas universitarias expresan el deseo de que las redes sociales se conviertan en una herramienta de apoyo para ellas y mencionan múltiples beneficios, incluyendo la posibilidad de atraer a más usuarios, y de posicionar su marca en el mercado. Las bibliotecas más entrevistadas comentaron que las redes sociales son relevantes para su labor debido a que pueden publicar información importante como la publicidad de sus servicios, productos, horarios y ubicaciones. También mencionaron que los contenidos publicados en las redes sociales pueden incluir desde videos, fotos, memes y escritos, y que es significativo tener una segmentación del público para establecer la clase de publicación que se deben realizar para cada red social. Además, afirman que la autonomía en la publicación es importante para la toma de decisiones, en la difusión de información y que es fundamental tener claro cuál es el propósito de cada red social para establecer estrategias y planes acordes. El trabajo de investigación concluyó que las bibliotecas universitarias han adoptado las redes sociales como una forma de apoyo para dar a conocer sus servicios y productos, así como para la divulgación de sus actividades. Es crucial que las bibliotecas conozcan bien las diferentes redes sociales y sus características para asegurar que las publicaciones sean llamativas y

divertidas. Además, es esencial que las bibliotecas efectúen un estudio de su organización para establecer planes de marketing digital a largo, mediano y corto plazo y poder desarrollar sus productos y servicios en las diferentes redes sociales. En general, el uso de las redes sociales puede ayudar a las bibliotecas a llegar a una audiencia más amplia y a promocionar sus recursos y servicios de manera efectiva.

Acosta y Morad (2018) realizaron un trabajo investigativo titulado “Análisis del impacto generado por el marketing digital en redes sociales en las microempresas moradtours y varmu house de cartagena, a través de la implementación del mismo en estas compañías para mejorar sus niveles de competitividad” donde el objetivo era analizar impactos del MDRS en dos microempresas cartageneras: Moradtours y Varmu House, a través de la implementación de esta misma herramienta en ellas, para mejorar sus niveles de competitividad. La metodología aplicada fue descriptiva, bajo un enfoque analítico, desde la cual se implementaron estrategias de MDRS en las compañías focalizadas, y a partir de allí se analizó el impacto generado por las mismas. Como resultado, se obtuvo que estas microempresas focalizadas reestructuraron sus prácticas comerciales y publicitarias, puesto que incluyeron el MDRS como una nueva forma de conectarse con los clientes, satisfacer sus necesidades de manera eficaz y estar a la vanguardia del mercadeo; circunstancia que trajo consigo un aumento significativo de clientes, por el crecimiento de las visitas en las redes. Se concluyó que la aplicación del Marketing Digital representó un avance importante para el crecimiento de las pequeñas compañías bajo estudio, porque se insertaron en el mundo digital, que antes no lo concebían en sus prácticas comerciales, y mejoraron ciertos niveles de competitividad.

En resumen, la evolución de las redes sociales en la última década ha redefinido la comunicación, el marketing y la formación académica. A través de investigaciones detalladas, se ha evidenciado que la publicidad en redes sociales, como se analiza en los estudios de Sanchez-Vizcaíno (2019) y Bravo y Ordoñez (2021), ha superado a los

medios tradicionales, siendo más efectiva para llegar a los usuarios y adaptarse a los cambios en el comportamiento de estos. La pandemia de COVID-19, según la investigación de Bravo y Ordoñez, aceleró el uso de las redes sociales en las empresas, convirtiéndolas en una herramienta crucial para la continuidad del negocio. Además, Pazmiño-Benavides (2010) destaca el impacto de las redes sociales en la formación de jóvenes universitarios, subrayando la necesidad de educación en el uso responsable de la tecnología. Por otro lado, Basabe-Melo (2021) destaca cómo las bibliotecas universitarias han adoptado estrategias de marketing digital en redes sociales para promover sus servicios de manera efectiva. Finalmente, Acosta y Morad (2018) demuestran que la implementación del Marketing Digital en Redes Sociales ha llevado a un aumento significativo de clientes y visitas, transformando las prácticas comerciales y mejorando la competitividad de microempresas. Estos estudios colectivos subrayan la importancia continua y la influencia multifacética de las redes sociales en diversas áreas de la sociedad contemporánea.

MARCO TEÓRICO

El presente trabajo de investigación se centrará en analizar la relación entre comunicación, redes sociales, creación de contenidos y herramientas digitales. En este sentido, se utilizarán diversos términos y conceptos que son fundamentales para el desarrollo del proceso investigativo. En primer lugar, se abordará el concepto de comunicación, entendida como el proceso de transmisión de información y significado entre un emisor y un receptor; a continuación, se hará mención a las redes sociales, entendidas como plataformas digitales que permiten la interacción e intercambio de información entre individuos, organizaciones y marcas. Seguidamente, se abordará el concepto de creación de contenidos, entendido como el proceso de generación y distribución de información en un formato digital diseñado para atraer y retener a una audiencia específica; y finalmente, se abordará el concepto de herramientas digitales, que se refiere a aplicaciones o plataformas informáticas que permiten la gestión, creación y optimización de la presencia online de una marca, empresa o persona en redes sociales y otros medios digitales.

COMUNICACIÓN

En tal sentido, y para dar inicio a esta conceptualización teórica, definiremos la comunicación como ese proceso de intercambio de información y significado entre varias personas. Se establecen dos tipos: verbal y no verbal. Cuando hablamos de comunicación verbal nos referimos al uso de palabras habladas o escritas, a diferencia de la comunicación no verbal, la cual se refiere a la transmisión de información por medio de gestos, expresiones faciales y lenguaje corporal. Así mismo, la Real Academia Española define la comunicación como la transmisión de señales a través de un código compartido entre el transmisor y el receptor. (2023)

Ahora bien, se debe tener en cuenta que la comunicación también se divide en modelos como el lineal, de interacción y transaccional, en este caso y para esta monografía, el modelo que se va a abordar es el lineal, el cual se refiere a la descripción de la comunicación como un proceso de intercambio continuo de mensajes entre dos o más personas. Se suele considerar que el primer modelo de comunicación lineal aceptado fue por Harold Lasswell (1948) plantea su teoría de la transmisión de mensajes basados en su misma definición sobre comunicación, la cual dice que toda comunicación es un acto de pensamiento y análisis de elementos como: el quién transmite, el canal o medio por el cual se trasmite, quién recibe el mensaje y por último, qué efecto genera.

Según Marín, A. L. (2006) la definición de comunicación lineal coloquialmente hablando se puede precisar como:

El modelo lineal de la comunicación parte de dos ideas generales: la primera es la consideración de la comunicación como un mero transporte de información, y la segunda es pensar que la clave del significado está en el propio mensaje y no en las personas. (p. 21)

Teniendo en cuenta lo anterior para posicionar una comunicación digital, dado que no entablamos un acto de transmisión de información de manera física o presencial, el hecho de que la comunicación no verbal no esté presente o se evidencie por medio de entornos virtuales, nos lleva a un análisis e interpretación de estímulos o interacciones que claramente no podemos deducir, es entonces cuando el modelo lineal se traslada a ese contexto virtual y el propio mensaje obtiene un significado de valor sin tener en cuenta a la persona en su existencia física.

Para abordar las diversas formas de comunicación, es esencial considerar el concepto de comunicación visual, especialmente en el contexto de la psicología. La transmisión efectiva de un mensaje, entendido por el receptor, implica una cuidadosa atención a la supremacía de los elementos visuales. Este proceso desencadena una serie

de comportamientos que llevan al ser humano a procesar información y tomar decisiones. La influencia de las imágenes desempeña un papel fundamental, ya que las percepciones visuales son esenciales para comprender la comunicación en su totalidad. Este fenómeno se produce gracias a que el diseño gráfico emplea un lenguaje visual tanto artificial como técnico (González Ruiz, 1994).

Los diseñadores se adaptan a este nuevo lenguaje del diseño, que se basa en códigos visuales que incluyen signos y símbolos. Estos elementos también están enraizados en un contexto cultural específico, en el que se desarrollan y adaptan los contenidos para lograr una comunicación óptima en los medios audiovisuales, que se basan en la combinación de imágenes y palabras.

Conforme a lo anterior, partiendo sobre como es el comportamiento de la comunicación en un contexto visual y además conducido por factores artificiales y técnicos, el diseño se enfoca en procesar y expresar por medio de entornos audiovisuales el mensaje que se transmite a través de los contenidos digitales y se añaden conceptos como lo son la denotación y connotación los cuales se incluyen en la realización del ejercicio en la actividad del diseño. Eco (1975) define la connotación como el conjunto integral de todas las entidades culturales que puede involucrar una definición intensional del término en cuestión, y, en consecuencia, representa la totalidad de las entidades culturales que dicho término puede evocar en la mente del receptor de manera institucional.

El receptor, en este caso, recibe la comunicación de una manera interpretativa, donde parte de su conocimiento entra a crear la manera de relacionar los significantes con lo que la pieza pretende transmitir. Por otro lado, Mora (2006) nos dice que “el significado denotativo pone de relieve el hecho de que el emisor no desea relacionar el objeto con las cualidades objetivas que, por otra parte, resultan evidentes” (p.19) En este

caso, el mensaje busca ser claro y directo para el receptor, lo que aumenta la efectividad en la transmisión de su objetivo.

Ahora bien, la comunicación y el diseño están intrínsecamente relacionados en el punto en el que lo digital se convierte en parte integral de los procesos de desarrollo de contenido por parte de un diseñador. El propósito principal es transmitir mensajes a través de entornos virtuales. Es en este punto donde se fusionan los conceptos de comunicación visual y digital para dar forma a lo que hoy en día conocemos como las distintas facetas de la comunicación.

En el ejercicio de diseño proyectual, se incorporan conceptos perceptivos, persuasivos y evidentes en la creación de elementos que influyen en el comportamiento de las personas al navegar por plataformas digitales. Esto da lugar a una comunicación óptima y crea un contexto único en el ámbito del consumismo humano. Con la llegada del internet fueron llegando las plataformas de comunicación que hoy en día conocemos como las redes sociales, haciendo que todo el proceso de comunicación se convirtiera en una evolución inmediata y masiva, así mismo los espectadores comenzaron a entender que aquella información donde antes podía recibirse a través del papel o los televisores, habían trascendido a dispositivos móviles los cuales permitieron la accesibilidad a dichos contenidos de una manera más factible.

El objetivo del diseñador, a través de lo que podríamos denominar “mensajes visuales” en las redes sociales, es inducir una necesidad en las personas, lo que las lleva a interactuar con otros individuos, establecer conexiones y buscar productos y servicios en todo el mundo.

Para concluir, una vez definido el papel fundamental de la comunicación en el diseño, es crucial determinar el medio a través del cual se distribuirá toda esta información. En la actualidad, las redes sociales ofrecen la oportunidad de llegar a una audiencia global, permitiendo una comunicación inmediata y eficaz. Además, facilitan la

creación de comunidades donde las personas pueden intercambiar ideas e intereses en una amplia variedad de temas.

RED SOCIAL

Si bien la congregación de personas alrededor de un tema en particular, es algo que sucede desde los primeros inicios de la convivencia del ser humano en sociedad. El concepto de la red social, es un término que se ha puesto en boga de las personas en los últimos años, permitiendo diferenciar el aspecto físico de la congregación de individuos al plano virtual de agrupación de usuario. Una red social es una plataforma digital que realiza la conexión de individuos con intereses mutuos, actividades o formas de relacionarse y crear comunidad. El intercambio de información se efectúa a través de dispositivos electrónicos que permiten el contacto entre individuos geográficamente dispersos de manera virtual a través de un dispositivo electrónico como un smartphone u ordenador.

Las redes sociales han tenido un crecimiento en el último tiempo gracias a la potencialización y a la necesidad de las personas de comunicarse con el mundo. Por medio de estas plataformas, creadas inicialmente en la década del 90, han evolucionado de manera notable, integrando el concepto de red social en el ámbito digital.

Valenzuela Argüelles (2019) menciona al respecto:

Classmates es una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es para muchos el primer servicio de red social, debido a que se observa en ella el origen de Facebook y otras redes sociales para el contacto entre alumnos y ex alumnos. (p. 5)

Dando a entender que este sitio fue el primer indicio de una red social en la cual los individuos se reúnen con un fin específico, entablar comunicación por medio de un campo virtual donde las nuevas tecnologías permiten encontrar personas alrededor del

mundo. Este espacio es una estructura social conformada por una serie de nodos, que pueden ser personas, organizaciones o instituciones que se relacionan con uno o más tipos de vinculados y que comparten puntos de vista, ideas, niveles de amistad, parentesco y demás interacciones que se pueden llevar de igual manera en el mundo real.

Con respecto al término red social, podemos decir que todo el contexto de estas palabras se remonta a la prehistoria del ser humano, donde la convivencia, modo de vida y supervivencia hacían que las comunidades crecieran a partir de grupos pequeños como lo son las tribus o grupos donde existían interacciones y relaciones afectivas con la gran diferencia que no existía la virtualidad como tal.

La necesidad que suple las redes sociales hoy en día es comunicar a las personas a grandes distancias y de este modo se le atribuye esa relación con una red o sistema que permite tener servicios y herramientas para que este fin específico sea real. Según Patro (2010) estas son algunas de las definiciones de red social:

- Las redes sociales en internet son sistemas que permiten establecer relaciones con otros usuarios a los que se puede o no conocer en la realidad.
- Las redes sociales como espacio de intercambio de información y generación de relaciones cobran cada vez mayor relevancia.
- Una red social es una estructura social que puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos y las aristas relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, o rutas aéreas.
- También es el medio de interacción de distintas personas como por ejemplo juegos en línea, chats, foros, spaces, etc.

Las redes sociales, en este caso, nos proporcionan escenarios o lugares donde las personas pueden además de comunicarse, crear y compartir experiencias, pensamientos

o ideas por medio de estas plataformas audiovisuales utilizando los códigos de lenguaje. Con la llegada del internet, las personas han podido realizar tareas de una manera más efectiva y factible, ya que hoy en día la automatización proporciona servicios a las personas que normalmente requieren de una presencia física en entornos o lugares. Castells (2011) nos dice que el internet como tal es un fenómeno en el cual interviene directamente la sociedad moderna; una red diseñada y estructurada con el fin de facilitar la vida de cada sujeto y se compone de varios factores donde estos serían una red social como tal, y no solo presenta los medios de comunicación social como un espacio de interacción, hoy en día las redes sociales se han convertido en una necesidad de servicio básico como lo son: la luz eléctrica, el gas, el agua potable, etc.

Una de las primeras redes sociales de gran reconocimiento es Facebook, la cual fue fundada por Marck Zuckerberg, un estudiante de la universidad de Harvard en el año 2004; la finalidad de esta red social era que los estudiantes pudieran establecer un contacto entre ellos y generar una interacción de manera virtual, esta plataforma además de comunicar permitió brindar entretenimiento social a los adolescentes y personas en general. Otro de los propósitos de esta red social es que le permite a las personas estar informados de acontecimientos, ya que constantemente las personas están publicando fotografías, videos, eventos, estados, casi que en tiempo real. Podemos decir, que como medio de comunicación entre seres humanos, de manera efectiva, virtualmente hablando, también se ha convertido en un nuevo medio masivo de comunicación, donde la información y las noticias se postean de manera rápida y sencilla.

Otra red social que permite el intercambio de información y comunicación entre individuos de manera instantánea y virtual es Instagram, esta plataforma permite a los usuarios compartir fotos y videos, además de tener funciones como la aplicación de filtros, efectos y la capacidad de subir contenido audiovisual. Según Soto(2020) Instagram es una red social muy popular entre los jóvenes, que ofrece la posibilidad de compartir

fotografías con otros usuarios y recibir comentarios o "me gusta" de los seguidores. Entre estas fotos que podemos subir podemos añadir etiquetas o hashtags según el tipo de foto o lo que se ve en la foto, facilitando su categorización a la hora de buscar un tema concreto, permitiendo que la red social pueda trabajar en la organización de algoritmos e información para segmentar comunidades y usuarios con respecto al tipo de intereses y mercado electrónico.

Instagram se creó originalmente exclusivamente para iPhone y se lanzó en la App Store de Apple en octubre de 2010, y no fue hasta abril de 2012 que se lanzó la aplicación final para Android, que se descargó más de 1 millón de veces en las primeras 24 horas. Tuvo tanto éxito que Facebook se interesó inmediatamente por la aplicación que decidió comprarla convirtiéndose así en plataformas ecommerce donde los usuarios accedieron a nuevas modalidades de comercio electrónico a través de esta red social.

Así como estas redes sociales, existen muchas más que permite a las personas generar diferentes acciones con la comunidad con la cual conviven dentro de este entorno digital, en la tabla 1 - Redes sociales, se muestra el creador, el año de creación, la cantidad de usuarios vinculados a 2023 y el objetivo principal de cada red social.

Tabla 1 - Redes Sociales

Red Social	Creador	Año de Creación	Cantidad de Usuarios Vinculados	Objetivo Principal
Facebook	Mark Zuckerberg	2004	Más de 2.8 mil millones	Conectar a amigos y compartir contenido
YouTube	Chad Hurley, Steve Chen	2005	Más de 2 mil millones	Compartir y ver videos
WhatsApp	Brian Acton, Jan Koum	2009	Más de 2 mil millones	Mensajería instantánea
Instagram	Kevin System	2010	Más de 1 mil millones	Compartir fotos y videos
Twitter	Jack Dorsey	2006	Más de 330 millones	Compartir pensamientos y noticias
LinkedIn	Reid Hoffman	2002	Más de 774 millones	Red profesional y búsqueda de empleo
Snapchat	Evan Spiegel	2011	Más de 293 millones	Compartir fotos y videos efímeros

Pinterest	Ben Silbermann	2010	Más de 400 millones	Descubrimiento y compartición de imágenes
TikTok	Zhang Yiming	2016	Más de 1.5 mil millones	Crear y compartir videos cortos
WeChat (Weixin)	Zhang Xiaolong	2011	Más de 1.2 mil millones	Mensajería y servicios en línea
Reddit	Steve Huffman	2005	Más de 52 millones	Compartir y discutir contenido en línea

*Datos a octubre 2023

El papel del diseño en las redes sociales es de suma importancia, ya que está estrechamente relacionado con la experiencia del usuario y ejerce un impacto significativo en la conversión de ventas. Cuando hablamos del diseño en los medios de comunicación social, no debemos limitarnos únicamente a su aspecto visual, sino que también debemos considerar su funcionalidad, navegabilidad y usabilidad. Un buen diseño en el contexto del contenido digital debe ser atractivo, entretenido y coherente con un propósito claro.

A medida que las empresas y emprendimientos utilizan las redes sociales como una plataforma para monetizar, se hace evidente que el marketing se ha trasladado del entorno físico al entorno virtual. Por lo tanto, se vuelve esencial mostrar la identidad y la razón de ser de estas empresas a los usuarios o clientes virtuales. Las redes sociales se han convertido en vitrinas y espacios de visibilidad fundamentales para estos negocios.

Para atraer a la mayoría de las personas que conforman los diversos públicos objetivos, es crucial diseñar estrategias y proyectos desde una perspectiva de diseño que

logren el propósito de cautivar a los usuarios. En este sentido, una de las características distintivas de las redes sociales es su capacidad para entretener a los usuarios. Esto subraya el impacto significativo que estas plataformas han tenido en la vida cotidiana de las personas. Las redes sociales no solo se emplean para comunicarse, sino también para navegar en su interfaz y acceder a una amplia variedad de servicios y opciones, más allá de las conversaciones de chat.

Hoy en día, muchas de estas aplicaciones funcionan como medios para el comercio electrónico, lo que permite a las personas llevar su consumo a un entorno virtual. Esto no se limita únicamente a las tiendas virtuales, sino que abarca también ámbitos como los videojuegos, aplicaciones de citas, música, edición y mucho más. En resumen, el diseño en las redes sociales juega un papel fundamental en la creación de experiencias atractivas y efectivas para los usuarios, y es una parte integral de la estrategia de marketing en el entorno digital.

CREACIÓN DE CONTENIDOS

La creación de contenidos tiene como propósito desarrollar información de temas de interés social entre una comunidad virtual y segmentada. Para este trabajo se buscará definir lo que se debe entender por creación de contenidos en el área audiovisual para redes sociales y la importancia de que estudiantes de diseño visual tengan el conocimiento de trabajar conscientemente en el desarrollo de este tipo de retos.

Según Ferrar (2013) en lo que se refiere a la producción de contenidos, implica el desarrollo de materiales como objetos digitales, textos, imágenes, audiovisuales, más la integración y reelaboración de contenidos digitales, derechos de autor y manejo de licencias, así como aspectos de programación con elementos interactivos.

De acuerdo con Area Moreira et al (2015), además de aplicar estándares éticos y democráticos en la gestión de derechos de autor y licencias, los creadores de contenidos

deben dominar las herramientas digitales, un nivel de pensamiento crítico y creativo que transforme la información en conocimiento, la capacidad de comunicarse en diferentes idiomas y recursos tecnológicos, y su capacidad para navegar según las reglas de conducta al utilizar Internet para la creación de contenidos para medios sociales.

Es fundamental destacar que en la actualidad, el acceso a las redes sociales no se limita al uso de computadoras, sino que el dispositivo clave para interactuar con ellas es el teléfono móvil. Este dispositivo se ha convertido en una necesidad imperante en la comunicación diaria, ya que las personas desean mantenerse conectadas constantemente. La posibilidad de llevar un dispositivo en el bolsillo con acceso a internet nos permite estar en contacto con el mundo y conocer en tiempo real lo que está ocurriendo. En el ámbito de la creación de contenidos, el teléfono móvil se ha convertido en un soporte esencial para adaptarse a los nuevos formatos. Se consideran aspectos cruciales como la interacción y la experiencia del usuario al interactuar con estos contenidos. Cada vez más, los usuarios prefieren obtener información a través de sus dispositivos móviles debido a la rapidez con la que se pueden acceder a datos, en gran medida gracias a las redes sociales.

Un aspecto de gran relevancia que motiva a las personas a participar en las redes sociales es que no solo pueden consumir información a través de ellas, sino que también tienen la capacidad de generar y compartir contenido. Los contenidos digitales surgen de la necesidad de mantener a las personas informadas a través de las plataformas en línea. En este proceso, se establece una comunicación bidireccional, donde tanto los creadores de contenido como los usuarios generan preguntas, discusiones y debates, lo que a su vez influye en la variedad y la cantidad de contenido que se visualiza en estas redes. En resumen, el teléfono móvil se ha convertido en un compañero esencial para la interacción en las redes sociales, proporcionando a las personas la posibilidad de acceder a información y participar activamente en la creación y difusión de contenidos digitales. Esto

ha transformado la forma en que nos comunicamos y compartimos conocimiento en la era digital.

Echegaray y Peñafiel (2011) hacen una observación relevante al señalar que los contenidos de información destinados a medios sociales ya no se limitan exclusivamente a la televisión. Actualmente, muchas empresas y personas buscan utilizar las redes sociales como un medio masivo para distribuir estos contenidos, asegurando que sean accesibles en diversas plataformas sin sacrificar la movilidad. En este contexto, surge una pregunta intrigante: ¿qué es lo que genera tanto interés en el ser humano respecto a los contenidos audiovisuales que se comparten a diario en las redes sociales?

Es cierto que a diario se crean contenidos en una amplia variedad de temas con el propósito de atraer y comprometer a la comunidad o audiencia en las redes sociales. En la actualidad, los espectadores no solo tienen voz en el mundo físico, sino también en el virtual, lo que les brinda la oportunidad de expresar lo que desean ver y cómo desean recibir información. Esto se traduce en una mayor interacción y participación activa de las personas en las plataformas de redes sociales.

Cuando nos encontramos con publicidad en las redes sociales y deseamos obtener más información, la misma plataforma proporciona herramientas que permiten a las personas realizar preguntas y participar en debates a través de los comentarios. Esta interacción directa con las publicaciones genera un ambiente de conversación en tiempo real, donde los usuarios pueden expresar sus opiniones, plantear preguntas o compartir sus puntos de vista. Esto no solo enriquece la experiencia del usuario, sino que también permite a las empresas y anunciantes comprender mejor las necesidades y preferencias de su audiencia.

La capacidad de los espectadores para influir en el contenido y la dirección de las conversaciones en las redes sociales refleja el poder de la participación activa y la co-creación de contenido. Esto ha transformado la dinámica de la publicidad y el marketing

en línea, ya que las empresas deben ser receptivas a las opiniones y deseos de su audiencia para mantenerse relevantes y atractivas en un entorno altamente competitivo.

La creación de estos contenidos que vemos hoy en día, ya sea en imágenes, audiovisuales, texto o audio, se basan en los principios básicos de la comunicación visual. Edwards, M. (2016) menciona los procesos y cómo estos se prestan a la comunicación visual, ya que la planificación de los mismos generalmente se realiza mediante herramientas de diseño de procesos. Además, encontró que la presentación visual es una forma muy precisa de comunicación que, en la mayoría de casos, facilita y permite que todas las partes vean las cosas de la misma manera. Con la utilización de parámetros de forma adecuada, se pueden presentar y comunicar procesos o información compleja a grandes grupos sin que haya pérdida de comprensión.

Es cierto que, en la creación de contenidos digitales, el papel del diseño va mucho más allá de la redacción de textos y la elección de imágenes. El diseño busca presentar el tema de manera efectiva para satisfacer las necesidades de la audiencia, y en este proceso, es esencial tener en cuenta las consideraciones legales relacionadas con el uso de recursos tomados de la red. El trabajo de Área Moreira et al. (2015) destaca la dinámica compleja involucrada en la creación de contenidos, que implica seleccionar información para convertirla en conocimiento, disponer de los medios para la producción, ser capaz de transmitir y compartir el contenido, y estar consciente de las interacciones que se generan en línea como resultado de esta acción.

En este contexto, un diseñador de contenidos digitales debe ser capaz de cuestionarse, recopilar datos, analizarlos y tomar decisiones fundamentadas. Esto es crucial, ya que los principios y parámetros necesarios para diseñar efectivamente y resolver los problemas son esenciales para crear contenido en línea que responda a las necesidades del entorno, especialmente en el campo de la publicidad en línea.

La publicidad en línea presenta desafíos únicos, puesto que implica no solo la creación de contenido atractivo y relevante, sino también el cumplimiento de regulaciones y prácticas éticas en un entorno digital en constante evolución. Los diseñadores deben ser conscientes de las implicaciones legales y éticas de su trabajo, asegurarse de que los recursos utilizados estén debidamente autorizados y respetar los derechos de propiedad intelectual. Además, deben comprender cómo su contenido puede interactuar con la audiencia en línea y adaptarse en consecuencia.

Después de haber establecido la creación de contenidos centrados en las redes sociales, es fundamental destacar tanto su importancia como su razón de ser. Estos contenidos despiertan el interés de los usuarios al contribuir significativamente a la generación de tráfico y al análisis de los temas abordados. Esto se traduce en un apoyo valioso para la ubicación de estos contenidos en los motores de búsqueda y la captación de la atención de los usuarios. Además, en el contexto de la navegación en línea, fomentan la confianza en las marcas y entre los internautas. Asimismo, permiten un conocimiento más profundo de la audiencia al proporcionar oportunidades para comprender qué consumen las personas, desde sus intereses y opiniones hasta sus preferencias en entretenimiento, negocios, adquisiciones y ocio, entre otros aspectos.

En función de estas razones, los creadores de contenido logran fidelizar a su audiencia, no solo en términos de la información que desean compartir, sino también al crear una comunidad en línea que tiende a consumir y analizar contenido con objetivos similares. Esto facilita la recopilación de datos que enriquecen otros canales digitales y orienta la planificación y creación de nuevo material.

Además, es crucial señalar las ventajas que ofrecen las plataformas de redes sociales para expresar opiniones sobre el contenido. En caso de desacuerdo o la necesidad de aportar información complementaria, se pueden generar debates donde la información se aclara o enriquece a través de los comentarios. De acuerdo con Nadda et

al. (2015), las redes sociales se definen como plataformas de publicación de contenidos que facilitan la edición y el intercambio de información. En estas redes, los usuarios se congregan, interactúan, generan y comparten conocimientos, aportando valor a través de la creación de contenido. Las redes sociales otorgan a los usuarios una influencia considerable, y es común encontrar reseñas sobre experiencias positivas o negativas con respecto a marcas y productos, lo cual las empresas deben gestionar y tener en consideración.

HERRAMIENTAS DIGITALES:

Con relación a las herramientas digitales, es importante establecer una base sólida de conocimiento teórico que permita comprender su uso, funcionalidad y especificar qué va dirigido a complementar a las redes sociales por medio de aplicaciones que sirvan para generar contenido. Es relevante tener en cuenta que estas herramientas deben tener la capacidad de gestionar, automatizar, analizar y tener una funcionalidad apta para que el creador de contenido navegue a través de su interfaz de manera intuitiva.

Dentro de lo conceptual mencionado anteriormente, las herramientas digitales en el ámbito práctico deberán también dar como resultados la facilidad de crear y publicar contenido, interactuar con los usuarios, programar publicaciones, realizar análisis de estadísticas, mejorar funciones, así sea a través de tarifas. Según Luo et al. (2021) las herramientas digitales para la creación de contenido son programas informáticos que permiten a los usuarios diseñar y producir contenido multimedia para su publicación en diferentes plataformas digitales.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, es esencial que estas plataformas estén diseñadas pensando en un tipo de usuario que pueda interactuar de manera fácil y natural con su interfaz. La usabilidad intuitiva es un factor clave para lograr un resultado efectivo al presentar el contenido. Hablando específicamente de los editores,

es importante destacar que sus funciones permiten la manipulación de imágenes y la modificación de estas dentro del entorno de edición. Lo mismo sucede con el contenido audiovisual, donde no solo se pueden editar los videos, sino también trabajar con los elementos de audio asociados. Tener la capacidad de corregir o producir contenido utilizando insumos que se pueden modificar y la posibilidad de agregar elementos adicionales permite poner en práctica el análisis y la planificación realizados previamente para obtener contenido de alta calidad y adecuado para su apreciación.

Además, es crucial mencionar que las características que proporcionen una experiencia positiva al usuario son de suma relevancia al usar estas aplicaciones. Una experiencia atractiva al ingresar a la plataforma resultará en una menor tasa de abandono y en un mayor valor para el usuario.

Según Lai y Chen (2019),

Las aplicaciones para la creación de contenido deben contar con una interfaz intuitiva y de fácil uso, una amplia variedad de plantillas y recursos multimedia, la capacidad de colaboración en tiempo real, la integración con redes sociales y plataformas de publicación, y una buena calidad de exportación del contenido generado" (p. 73).

Estas características son esenciales para asegurar que los usuarios puedan crear y compartir contenido de manera eficaz y satisfactoria. Desde luego, podemos concluir que es un conocimiento ampliamente reconocido que existe una diversidad de aplicaciones para la creación de contenido, que van desde herramientas sencillas y gratuitas hasta plataformas más sofisticadas y especializadas. Estas aplicaciones ofrecen a los usuarios la capacidad de diseñar y producir contenido multimedia en diversos formatos, que incluyen vídeos, imágenes, presentaciones y gráficos, entre otros. Además de estas funcionalidades fundamentales, muchas de estas aplicaciones brindan características adicionales que enriquecen la experiencia del usuario.

La capacidad de colaborar en tiempo real con otros usuarios es esencial, ya que facilita el trabajo en equipo y la creación colectiva. La integración con redes sociales y plataformas de publicación permite compartir el contenido de manera eficiente y llegar a una audiencia más amplia. La posibilidad de exportar el contenido generado en diferentes formatos y resoluciones brinda versatilidad para adaptar el contenido a distintos contextos de uso. También es crucial señalar que una experiencia de usuario exitosa se basa en una interfaz intuitiva y fácil de usar, que tiene en cuenta las necesidades y expectativas del usuario. Además, muchas aplicaciones cuentan con una integración incorporada que recopila datos sobre las preferencias y características del usuario, lo que permite personalizar y mejorar la experiencia.

Es cierto que, en la actualidad las redes sociales como Instagram y Facebook se han convertido en herramientas fundamentales para el marketing de productos, servicios y la visibilidad de las marcas. En este contexto, el papel del diseñador visual es crucial, ya que debe contar con un conocimiento adecuado de los recursos digitales para crear contenido efectivo en estas plataformas.

El diseño digital es una disciplina en constante expansión y evolución. A menudo, los diseñadores digitales pasan por un proceso de aprendizaje, dominio y experimentación. Estas etapas son fundamentales para su desarrollo:

- **Aprendizaje:** Durante esta fase, los diseñadores se familiarizan con las herramientas digitales básicas. Aprenden a utilizar estas herramientas para crear diseños simples y funcionales. Es importante que, en esta etapa, se centren en los conceptos básicos del diseño, como la composición, el color y la tipografía. Estos elementos forman la base del diseño efectivo.
- **Dominio:** En la fase de dominio, los diseñadores perfeccionan su conocimiento y habilidades en el uso de las herramientas digitales. Son capaces de crear diseños de alta calidad y cumplir con los objetivos de sus clientes de manera eficaz. En

esta etapa, los diseñadores pueden utilizar las herramientas de manera creativa y eficiente, lo que les permite destacarse en su campo.

- Experimentación: La fase experimental es donde los diseñadores se aventuran a explorar nuevas posibilidades de diseño. Están abiertos a nuevas ideas y están dispuestos a experimentar con herramientas digitales para crear diseños innovadores. Esta etapa es fundamental para la creatividad y la innovación en el diseño digital.

Además, es esencial destacar la importancia de aprender a emplear estas herramientas, ya que se están convirtiendo en habilidades importantes para nuevos empleos. Los diseñadores visuales están adquiriendo un valor significativo en estas áreas, ya que su capacidad para crear contenido atractivo y efectivo en las redes sociales es esencial para las estrategias de marketing.

El aprendizaje no se limita solo al uso de herramientas, sino que también implica la adquisición de nuevos conocimientos que enriquecen la capacidad intelectual del estudiante. Aprender algo nuevo o conocer perspectivas distintas permite comprender los desafíos de la sociedad y reflexionar sobre el proceso de aprendizaje en sí mismo. Esta habilidad para asimilar y reflexionar sobre el conocimiento es esencial en el campo del diseño y en la sociedad en general. (Ponce, 2021)

La autora citada previamente proporciona una definición que nos ayuda a comprender mejor el propósito del aprendizaje y los beneficios que aporta a los estudiantes. Este concepto también es aplicable de manera específica a la carrera de diseño visual, considerando los cambiantes entornos actuales, impulsados por el avance tecnológico, la transformación de los mercados y las crecientes necesidades en la oferta de formación para futuros profesionales del diseño. Al igual que en cualquier proceso de análisis conceptual, una vez que hemos definido la importancia de las herramientas digitales y su necesidad de ser dominadas, es esencial identificar sus variables y evaluar su viabilidad

de uso, ya que, durante la formación se requiere el uso de estos recursos digitales para un adecuado desarrollo de las habilidades.

Existen numerosas herramientas digitales y aplicaciones para la creación de contenido, algunas de las cuales se ofrecen de manera gratuita, mientras que otras son de pago. Entre las aplicaciones gratuitas más populares, se encuentran las herramientas de edición de imágenes que suelen ofrecer una amplia gama de funciones, permitiendo a los usuarios crear contenido de alta calidad sin necesidad de adquirir una licencia. Por otro lado, las aplicaciones de pago suelen brindar características avanzadas y herramientas de edición de alta calidad. A pesar de que estas opciones pueden tener un costo, suelen ser la elección preferida de profesionales y empresas que buscan un alto nivel de calidad en su contenido. En última instancia, la elección de una aplicación de creación de contenido dependerá de las necesidades y el presupuesto de cada individuo. En este sentido, las plataformas más ampliamente utilizadas son aquellas de acceso gratuito.

Carrillo, M. V. (2021) se refiere a las plataformas de software libre, las cuales ofrecen acceso gratuito y gozan de gran demanda a nivel mundial. Estas plataformas se destacan por su capacidad de colaboración en la resolución de problemas y por otorgar a los usuarios la libertad de modificar, copiar, estudiar, usar y distribuir el contenido creado de forma independiente. Algunas de sus ventajas incluyen su confiabilidad gracias al fácil acceso, su estabilidad derivada de una amplia base de usuarios, y la posibilidad de reutilizar el código en diferentes aplicaciones. De manera similar, muchas aplicaciones solicitan acceso mediante correo electrónico o vinculación a redes sociales para construir una base de datos y ofrecer funciones específicas según el tipo de usuario que interactúa con ellas.

Como bien sabemos, en la actualidad, los diseñadores visuales dependen en gran medida de las licencias proporcionadas por ciertos programas para la creación de

contenido profesional. A menudo, esto pasa por alto la posibilidad de que no siempre se cuente con equipos especializados, como computadoras, capaces de soportar estas aplicaciones. Si bien herramientas como Adobe ofrecen la ventaja y la garantía de producir contenido de alta calidad, es fundamental considerar que los dispositivos móviles también pueden ser un apoyo valioso en el proceso de diseño.

Existen aplicaciones móviles que son más fáciles de usar y permiten una exportación sencilla para su publicación en las redes sociales.

En resumen, es esencial que los diseñadores visuales no solo contemplen las opciones de software de escritorio, sino que también valoren las herramientas móviles, igualmente efectivas en la creación de contenido de alta calidad. Además, deben tener en cuenta cuándo es necesario pagar por funciones mejoradas, en función de su presupuesto. Aunque los programas de escritorio, como Adobe, ofrecen garantías de calidad, las tarifas elevadas pueden limitar su acceso para algunos. Al considerar las herramientas móviles, los diseñadores pueden encontrar aplicaciones que les ayuden a resolver problemas y que son más fáciles de manejar, debido a su compatibilidad con dispositivos más pequeños. Al tener en cuenta todas estas opciones, los diseñadores pueden crear contenido digital de manera rápida y sencilla, conscientes de que es esencial adaptarse a un entorno tecnológico en constante evolución, donde las plataformas y las necesidades de los clientes cambian continuamente.

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Análisis de las aplicaciones

Considerando la información previamente mencionada en la sección de herramientas digitales relacionadas con aplicaciones móviles para la creación de contenido digital, este trabajo de investigación se centra en un análisis exhaustivo de siete de estas aplicaciones, detallando sus características, funciones y beneficios. Estos aspectos serán evaluados a través de experimentación práctica, exploración de sus interfaces y su integración con la plataforma de redes sociales Instagram.

Es importante destacar que, a partir del año 2023, algunas de las aplicaciones más populares entre los influencers para la creación de contenido son Adobe Lightroom, VSCO y Facetune. Es relevante mencionar que estas aplicaciones están diseñadas principalmente para la edición de fotos y vídeos básicos. Los usuarios, en su mayoría, las emplean de manera sencilla, centrándose en la mejora estética de sus contenidos.

Dada la amplia gama de aplicaciones disponibles en el mercado, es fundamental destacar que esta investigación se enfoca en aquellas que ofrecen un valor más profundo y significativo para los diseñadores visuales. El objetivo primordial es comprender de manera exhaustiva lo que cada una de estas aplicaciones aporta en términos de características, funcionalidad y calidad.

Las aplicaciones que se examinarán en este estudio incluyen PICSART, CANVA y ADOBE LIGHTROOM para la edición de imágenes, así como MOJO, INSHOT, EDITOR DE INSTAGRAM, CAP CUT y la plataforma I LOVE IMG para la edición de contenido audiovisual. Este análisis tiene el propósito de brindar a los usuarios, en particular a los estudiantes de diseño visual, la capacidad de identificar nuevas herramientas y técnicas que potenciarán su proceso de creación de contenido.

Al comprender a fondo las opciones analizadas en esta investigación, los estudiantes podrán tomar decisiones informadas sobre qué aplicaciones utilizar y cómo

integrarlas de manera efectiva en su flujo de trabajo. En última instancia, esta exploración de aplicaciones móviles puede marcar la diferencia entre un contenido promedio y uno que sobresale en las redes sociales, lo que, a su vez, tendrá un impacto significativo en la visibilidad y el éxito de una marca o negocio en línea.

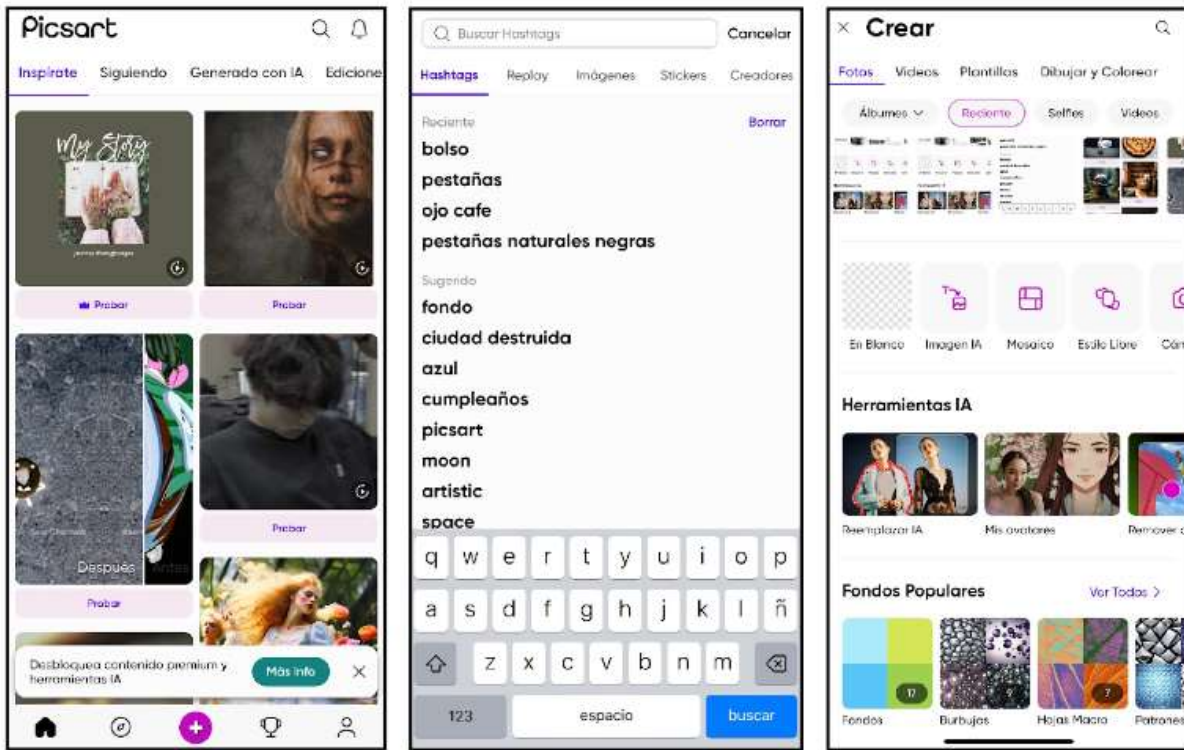
PICSART

Picsart es una versátil aplicación de edición de fotos y diseño gráfico disponible tanto para dispositivos móviles como para escritorio. Esta aplicación se encuentra disponible en plataformas de descarga como la Play Store para dispositivos Android, donde cuenta con un impresionante registro de más de 1,5 millones de reseñas, y en la App Store de Apple para iPhones, donde ostenta una calificación de 4.8 estrellas. Estos números atestiguan su destacada popularidad como una herramienta esencial para la creación y edición de contenidos visuales.

Picsart ofrece una amplia gama de herramientas de edición que facilitan la manipulación de imágenes a través de la pantalla táctil de dispositivos móviles. Estas herramientas abarcan desde funciones básicas como recortar y ajustar colores hasta características avanzadas, como la corrección de ojos rojos y la aplicación de efectos de filtro. Además, la aplicación pone a disposición del usuario una rica colección de pegatinas, texto, marcos y fondos para personalizar las imágenes.

Lo que hace destacar aún más a Picsart (Imagen 1) es su capacidad para el diseño gráfico, siendo incluso comparada con el renombrado programa Adobe Illustrator. Esta versatilidad la convierte en una herramienta potente y completa que abarca tanto la edición de imágenes como la creación de diseños gráficos, satisfaciendo así las necesidades de una amplia variedad de usuarios.

Imagen 1 - PicsArt Aplicación

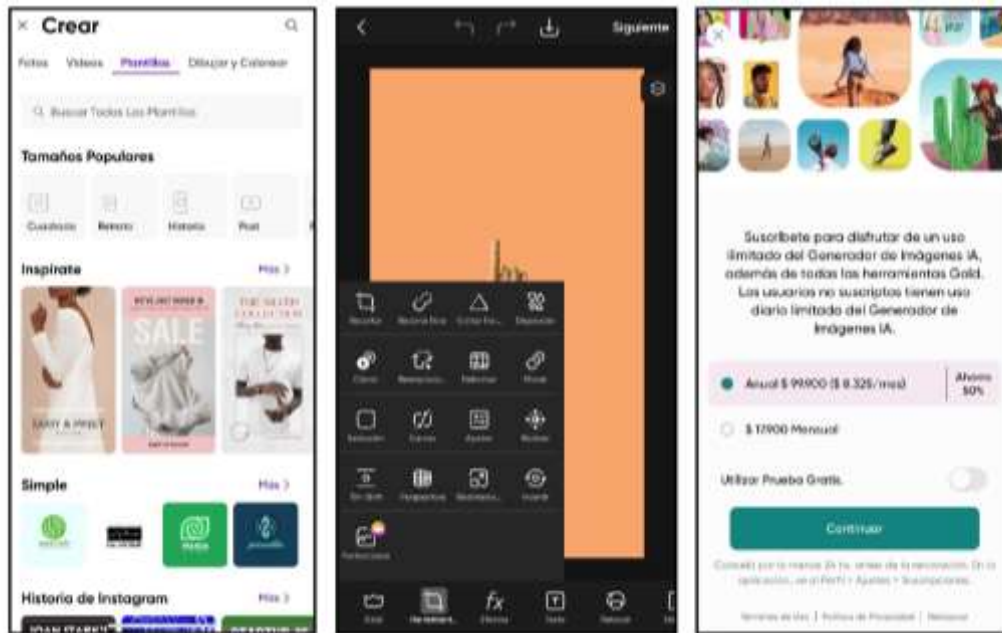


La aplicación despliega una interfaz de bienvenida que ofrece un vistazo completo a la comunidad en línea a través de un panel de inspiración. Aquí, los usuarios pueden explorar aspectos como sus seguidores, la intervención de la inteligencia artificial y las ediciones realizadas por expertos. Además, la interfaz cuenta con un buscador, etiquetas de tendencia (Hashtags) y una sección de Reproducción (Replay) que permite encontrar videos que muestran transformaciones antes y después de la edición. También proporciona imágenes de apoyo y recursos para enriquecer el proceso de edición, así como pegatinas para la creación de composiciones visuales. Los "creadores", usuarios destacados dentro de la aplicación, pueden ser seguidos para obtener inspiración a través de sus trabajos o plantillas.

En el panel de Creación, se presentan diversas opciones para iniciar el proceso de edición. La aplicación, una vez otorgados los permisos necesarios para acceder a la galería del dispositivo, muestra las alternativas disponibles, ya sea trabajar con imágenes

o videos previamente guardados en la galería o proponer herramientas y recursos de inteligencia artificial.

Imagen 2 - PicsArt Interfaces



La aplicación se destaca por proporcionar herramientas de edición de imágenes y videos (ver Imagen 2). El editor ofrece una amplia gama de funciones que incluyen la manipulación de imágenes, como transformación, recorte, ajuste de tamaño y correcciones, así como la posibilidad de modificar parámetros como el brillo y la iluminación. Además, ofrece opciones de retoque, efectos, la capacidad de agregar imágenes, stickers y pinceles, entre otras posibilidades. Es importante destacar que todas estas funciones son gratuitas y de fácil acceso, lo que las hace ideales para la composición de productos visuales.

En cuanto a las funciones de pago, Picsart Gold ofrece la oportunidad de trabajar de manera ilimitada con un generador de imágenes basado en inteligencia artificial, además de proporcionar acceso a herramientas de corrección y retoque en la mayoría de las funciones de la aplicación. A partir de 2023, las tarifas para acceder a todas las

funciones de la aplicación son de \$99,900 COP al año y \$17,900 COP al mes, con la opción de disfrutar de una prueba gratuita por un período determinado.

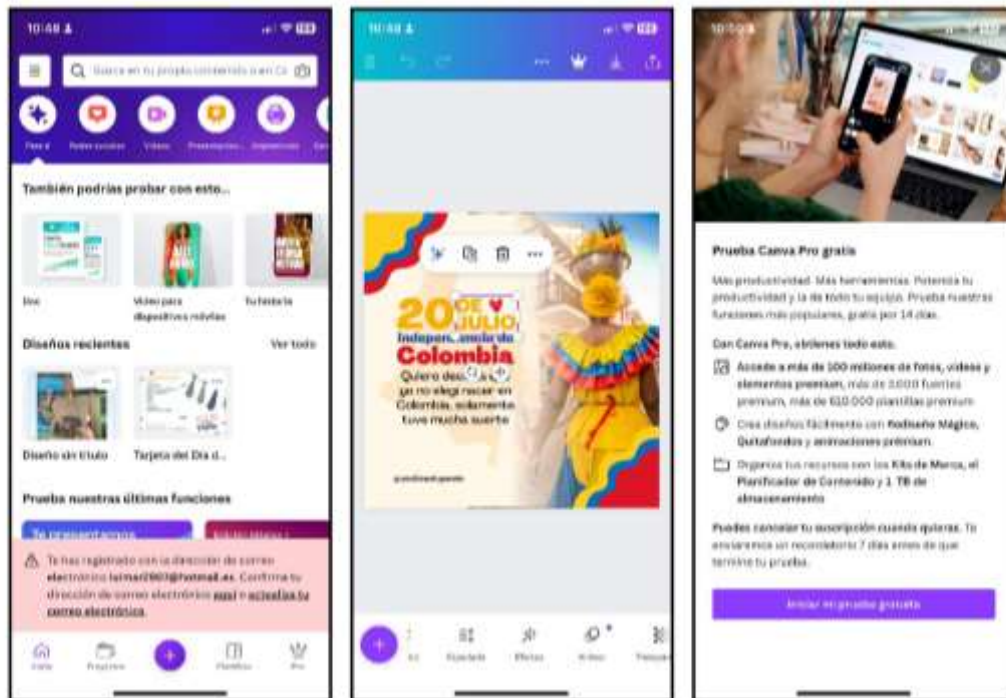
Esta herramienta resulta especialmente beneficiosa para diseñadores visuales, ya que se han identificado funciones que mejoran significativamente su flujo de trabajo. Sin embargo, la aplicación ofrece muchas más funciones que los usuarios pueden explorar y aprender a utilizar a medida que navegan y experimentan con ella. La capacidad de exportar imágenes en alta calidad es un punto a favor, y su integración con la red social Instagram garantiza que los contenidos se adapten a los requisitos y formatos de la plataforma, respetando los derechos de marca correspondientes.

CANVA

Canva, al igual que PicsArt, es una aplicación de diseño gráfico diseñada para dispositivos móviles que fue lanzada en el año 2012. Se ha convertido en una de las aplicaciones más populares para la edición de imágenes y videos, gracias a su facilidad de uso y a la amplia gama de funciones y herramientas que ofrece. Con Canva, los usuarios tienen la capacidad de crear diseños gráficos para diversos fines, como redes sociales, presentaciones, tarjetas de visita, folletos y mucho más, ya sea utilizando plantillas predefinidas o diseñando proyectos personalizados.

Además de su versión para dispositivos móviles, Canva también ofrece una plataforma de escritorio que proporciona opciones de edición de imágenes y video con la capacidad de trabajar con herramientas basadas en inteligencia artificial. Esta aplicación ha sido ampliamente elogiada por los usuarios y disfruta de una calificación promedio de 4.8 estrellas en la tienda de aplicaciones de Google Play, mientras que en la App Store de Apple, ostenta una calificación promedio de 4.9 estrellas.

Imagen 3 - CANVA Aplicación



Canva ofrece una serie de ventajas notables para sus usuarios. Una de las más destacadas es que no se requieren habilidades especializadas en diseño gráfico para crear diseños atractivos y de alta calidad. La aplicación proporciona numerosas plantillas predefinidas que los usuarios pueden editar de inmediato (ver Imagen 3). Al abrir la aplicación, se presentan una amplia variedad de funciones, similares a las del formato de escritorio, que abarcan desde recomendaciones de edición hasta opciones específicas para impresiones, redes sociales y tableros virtuales, entre otras. En todas estas áreas, Canva ofrece una abundancia de plantillas disponibles para su personalización, o los usuarios pueden empezar desde cero utilizando la opción "crear", que sugiere tamaños específicos para redes sociales, videos móviles, historias, logos, presentaciones, invitaciones, pósters, folletos, documentos, y mucho más.

Una característica valiosa es la capacidad de guardar el trabajo en tiempo real gracias a la vinculación con correos electrónicos, lo que permite retomar el diseño en el

futuro. Las herramientas de edición que ofrece Canva permiten ajustar una variedad de parámetros en fotografías, texto, estilos, animaciones, filtros, recortes y trabajos en capas, entre otros.

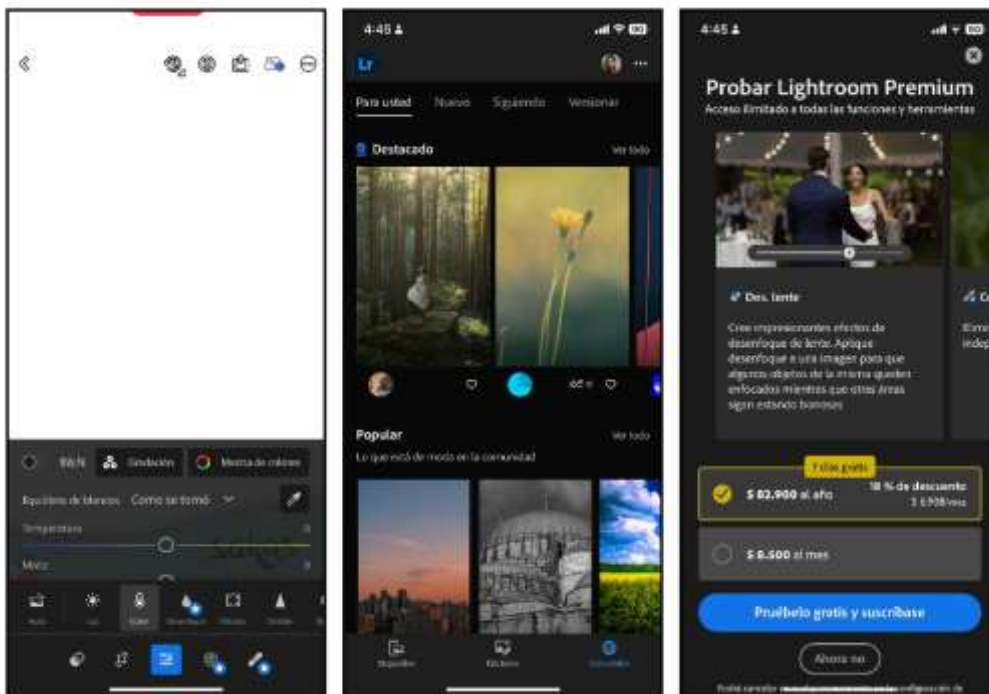
Sin embargo, existen algunas desventajas, como la interfaz en línea que puede tardar en cargar, así como ciertas limitaciones en la versión gratuita de la aplicación, como la restricción en la cantidad de diseños que se pueden crear y la necesidad de una cuenta premium para acceder a características avanzadas. Canva ofrece una prueba gratuita por un tiempo limitado, y las tarifas de pago en 2023 son de \$182,900 COP anuales y \$22,900 COP mensuales. A pesar de estas limitaciones, Canva sigue siendo una herramienta popular y altamente valorada por diseñadores visuales para el diseño gráfico en dispositivos móviles. No obstante, algunos diseñadores podrían optar por equilibrar el uso de esta aplicación con la creación de composiciones completamente originales, ya que las plantillas predefinidas podrían limitar la innovación en el diseño.

ADOBE LIGHTROOM

Es una aplicación de edición de fotografías diseñada para dispositivos móviles. Lanzada como versión beta en 2006 y su versión final en febrero de 2007, ha evolucionado para convertirse en una herramienta popular para fotógrafos profesionales y aficionados en todo el mundo. En el año 2023, la aplicación cuenta con una calificación de 4.3 estrellas en la Play Store de Google y 4.7 estrellas en la App Store de Apple. Lightroom ofrece una amplia gama de herramientas de edición para fotografías, incluyendo ajustes de exposición, contraste y saturación, así como filtros preestablecidos que permiten dar a las imágenes un estilo único. Los usuarios también pueden corregir la perspectiva y la distorsión de las imágenes, además de recortar y enderezarlas. Con la función de sincronización en la nube, los usuarios pueden acceder y editar sus imágenes desde diversos dispositivos, lo que facilita la edición de fotografías en cualquier momento

y lugar. Asimismo, la aplicación permite a los usuarios compartir sus fotografías editadas en línea directamente desde la aplicación, lo que simplifica la tarea de compartir imágenes en las redes sociales, aunque muchas de estas funciones están disponibles en la versión de pago.

Imagen 4 - Lightroom Aplicación



Al iniciar la aplicación, se solicita la autenticación a través de una dirección de correo electrónico, ya que esta funcionalidad permite establecer conexiones con la comunidad de usuarios y la capacidad de sincronizar con la nube. Para acceder a todo el contenido de la galería, se requieren los permisos adecuados, permitiendo a la aplicación tener acceso a las fotografías y videos (ver Imagen 4). La interfaz de bienvenida presenta opciones para acceder a las ediciones previamente realizadas y a la comunidad.

En la sección de edición, la aplicación permite ejecutar ajustes de iluminación, recortes y proporciona opciones predefinidas para agilizar el proceso de edición. En la sección de "ediciones ya realizadas", los trabajos se organizan por fechas, lo que permite

la sincronización con la nube y otros espacios de colaboración en línea, facilitando la conexión con la comunidad de usuarios.

Es fundamental destacar que la aplicación también hace uso de la inteligencia artificial, la cual se activa con el acceso ilimitado a todas las funciones y herramientas premium. Esta característica no se limita únicamente a las fotografías, sino que también se extiende a los videos, ofreciendo correcciones, máscaras y ajustes recomendados.

En el año 2023, la aplicación ofrece tarifas de \$82,900 COP al año y \$8,500 COP al mes, con la posibilidad de disfrutar de una prueba gratuita de 7 días que brinda acceso a todas las herramientas disponibles. Para un diseñador visual, esta opción puede resultar útil, ya que la aplicación permite trabajar fuera del dispositivo a través de su opción de desarrollo en línea. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la aplicación está más orientada hacia los ajustes basados en la fotografía, diseñada principalmente para retoques, lo que limita la creación de composiciones más complejas debido a la falta de recursos de edición y creación avanzados.

MOJO

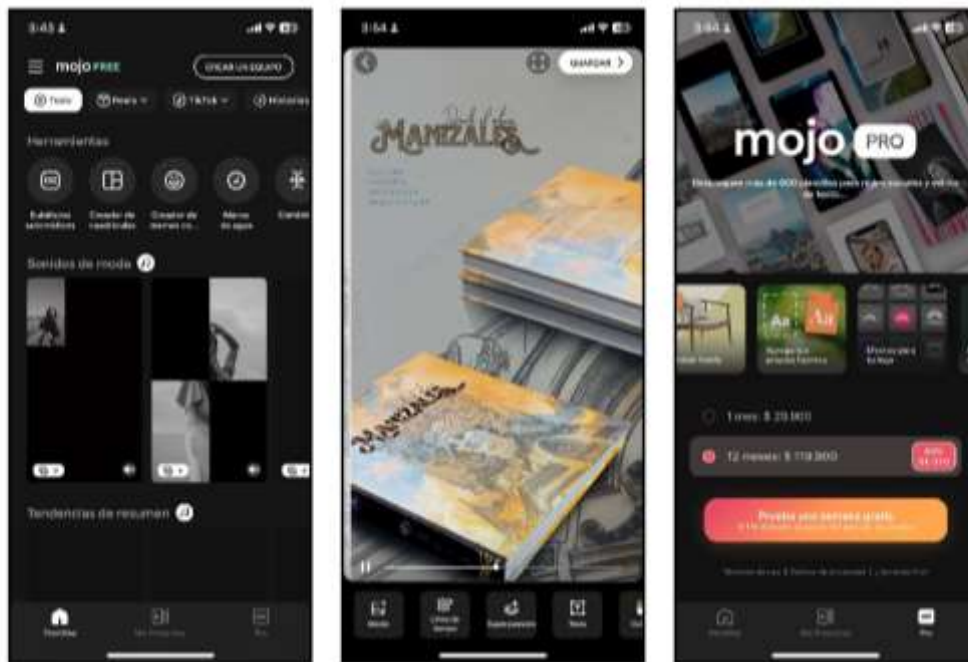
Mojo es una aplicación de creación de contenido diseñada especialmente para las historias de Instagram. Fue desarrollada en 2018 y se ha consolidado como una de las aplicaciones más populares para la creación de contenido visual. En el año 2023, ostenta una calificación de 4.6 estrellas en la App Store de Apple, basada en más de 230,000 calificaciones, y una destacada calificación de 4.9 estrellas en la App Store de Apple.

La aplicación se destaca por su interfaz de usuario intuitiva y su amplia gama de plantillas predefinidas que facilitan la creación de composiciones visuales impactantes. Además, brinda la flexibilidad de elegir entre diversos estilos de texto, fuentes y paletas de colores para personalizar las historias de acuerdo a las preferencias de los usuarios. Mojo

también permite la incorporación de animaciones y efectos visuales, lo que contribuye a la producción de contenidos audiovisuales de alta calidad.

Entre sus funciones adicionales, la aplicación permite agregar música de fondo y grabar voz, lo que enriquece la experiencia del usuario y crea historias más inmersivas. Con todas estas características, Mojo se convierte en una herramienta esencial para aquellos que buscan crear contenido visual atractivo y envolvente para sus redes sociales, especialmente en el entorno de Instagram.

Imagen 5 - MOJO Aplicación



Al ingresar a la aplicación y explorar sus funciones (ver Imagen 5), la interfaz de bienvenida de Mojo presenta una atractiva selección de plantillas predefinidas y opciones para la creación de Reels, TikToks e historias. Esta aplicación guía al usuario directamente hacia la edición al importar medios, previamente otorgados los permisos necesarios para acceder a la galería del dispositivo. Una vez en la sección de edición, la aplicación permite ajustar la línea de tiempo, añadir texto y animar imágenes para dar al

video un aspecto más dinámico. Aunque la aplicación ofrece una gran autonomía y una interfaz intuitiva para que los usuarios puedan crear contenido desde cero, la opción más sencilla y efectiva suele ser utilizar las plantillas prediseñadas.

Además, Mojo incluye una valiosa función de programación de historias que permite a los usuarios programar publicaciones de Instagram para que se publiquen automáticamente en un momento específico, lo que agrega un valor significativo a la aplicación gracias a su estrecha integración con Instagram.

Al igual que muchas aplicaciones en la actualidad, Mojo ofrece funciones premium que se pueden desbloquear por un costo de \$119,000 COP anuales o \$29,000 mensuales. Estas opciones de pago brindan acceso a más de 600 plantillas y características avanzadas para editar videos. Para un diseñador visual, esta herramienta resulta práctica para la creación de contenido audiovisual de alta calidad, especialmente debido a su vinculación con las redes sociales. Aunque las ediciones más avanzadas pueden lograrse con programas de ordenador, Mojo se destaca por su accesibilidad y rapidez en la producción de contenido visual de calidad.

InShot

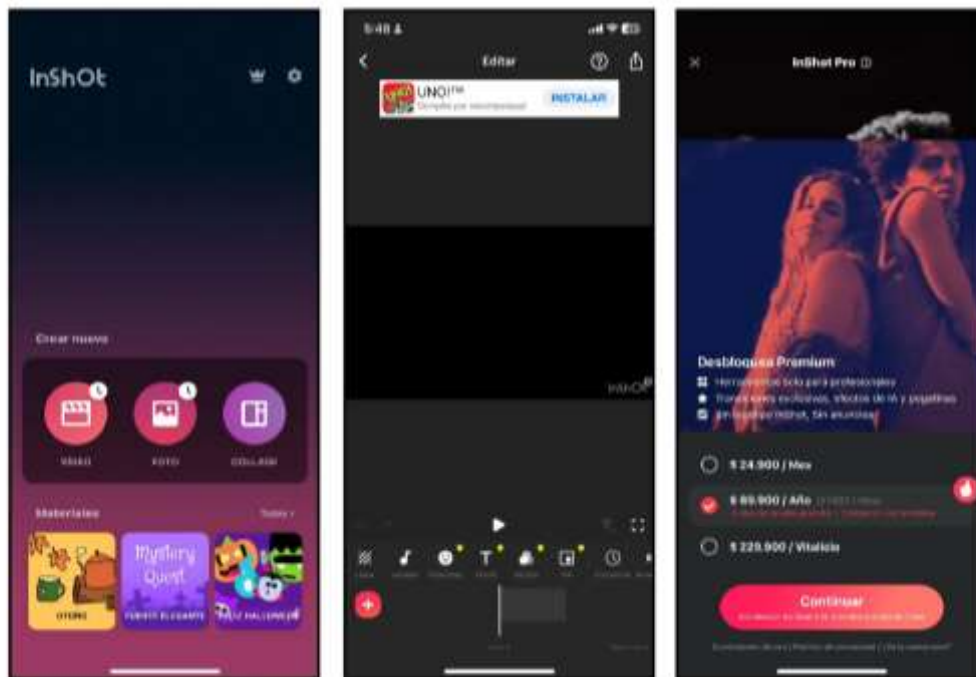
InShot es una destacada aplicación móvil que brinda a los usuarios la capacidad de editar fotos y videos de manera sencilla y eficiente. Fundada en 2015 y continuamente actualizada, InShot se ha convertido en una de las aplicaciones más descargadas por creadores de contenido. Lo que la distingue es su habilidad para editar tanto imágenes como videos, lo que la convierte en una herramienta versátil.

InShot proporciona una amplia gama de funciones de edición, que incluyen recortar, cortar, fusionar, añadir música y texto, ajustar la velocidad de reproducción, y aplicar filtros y efectos a videos e imágenes. Su calificación en las tiendas móviles para el año 2023 es impresionante: 4.8 estrellas en la Play Store y 4.9 estrellas en la App Store

de Apple. Estas calificaciones reflejan su popularidad y eficacia en la edición de fotos y videos.

La aplicación no solo ofrece herramientas para mejorar la calidad de las imágenes y los videos, como corrección de color y eliminación de imperfecciones, sino que también permite a los usuarios exportar sus contenidos en una variedad de tamaños y resoluciones. Esto la convierte en una elección ideal para la creación de contenido destinado a las redes sociales, especialmente dado su vínculo directo con plataformas como Instagram, TikTok y YouTube. En resumen, InShot es una poderosa herramienta para la edición de contenido visual que satisface las necesidades de creadores de todo tipo.

Imagen 6 - InShot Aplicación



Durante la exploración de InShot, la aplicación presenta una interfaz intuitiva que guía a los usuarios para tomar decisiones sobre la edición, ya sea de video, imagen o collage. Desde este punto, cada opción conduce al acceso a los medios necesarios para

comenzar la edición (ver Imagen 6). Una vez en el panel de edición, la aplicación ofrece una amplia y variada gama de herramientas que abarcan todas las funciones necesarias para crear contenido de alta calidad.

En comparación con Mojo, donde las plantillas prediseñadas son la opción principal, InShot permite a los usuarios total libertad para crear productos desde cero. Esto incluye la capacidad de editar y corregir cada paso del proceso. Además, en el ámbito de la edición de imágenes, la aplicación ofrece ajustes de fotografía como iluminación, recorte, montaje, efectos, y mucho más. Para la creación de contenido digital para redes sociales, InShot es una excelente elección, similar a PicsArt, ya que brinda opciones de diseño y herramientas profesionales.

Además, InShot ofrece una experiencia sin anuncios, sin marca de agua y proporciona herramientas de calidad profesional a través de su versión premium. Para el año 2023, las tarifas son \$229,900 COP para una suscripción vitalicia, \$89,900 COP al año y \$24,900 COP al mes. Estas opciones permiten acceder a herramientas ilimitadas y ofrecen una mayor calidad al exportar contenido para las redes sociales. Con estas ventajas, InShot se posiciona como una opción atractiva para aquellos que buscan editar contenido visual sin interrupciones y con un alto nivel de calidad.

INSTAGRAM EDITOR

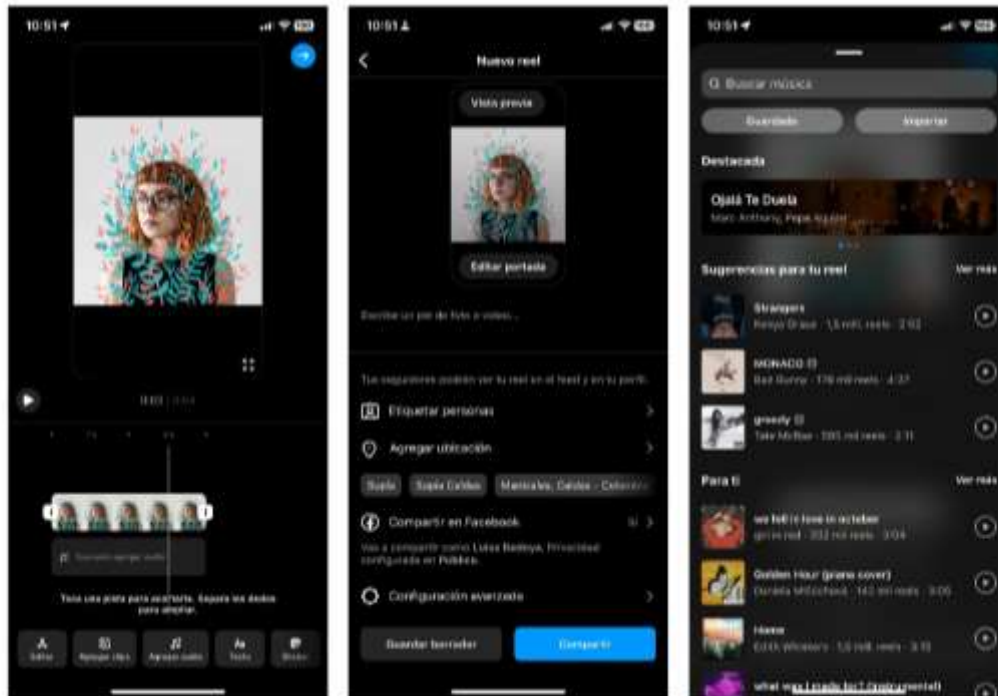
Instagram, dentro de su propia aplicación, incorporó un editor de video en agosto de 2020 en respuesta a la creciente popularidad de los vídeos cortos en las redes sociales y para competir con plataformas como TikTok. Antes de este lanzamiento, los usuarios de Instagram tenían que recurrir a aplicaciones de terceros para crear contenido de video de alta calidad para compartir en la plataforma. El editor de video de Instagram fue diseñado específicamente para la plataforma y proporciona una amplia gama de

características y herramientas para facilitar la creación de videos atractivos y de alta calidad directamente dentro de la aplicación.

Desde su lanzamiento, el editor de video de Instagram ha ganado en popularidad, ya que permite a los usuarios crear contenido directamente en la plataforma, lo que resulta en una mayor calidad en comparación con las aplicaciones de terceros. La calidad del contenido es significativamente mejor cuando se crea directamente en la aplicación, ya que se optimiza para su visualización en la plataforma.

Las calificaciones en las tiendas móviles para el año 2023 oscilan entre 4.4 y 4.8 estrellas en la App Store, Google Play y la App Store de Apple. Las reseñas de los usuarios destacan características como la biblioteca de música, las opciones de edición y la capacidad de ajustar la relación de aspecto para adaptar los videos a diferentes tamaños de pantalla. En general, las opiniones de los usuarios indican que el editor de video de Instagram es una herramienta popular y altamente valorada para la creación de contenido de vídeo en la plataforma, lo que demuestra su impacto positivo en la experiencia de los usuarios de Instagram.

Imagen 7 - Instagram Editor Aplicación



Instagram facilita la creación de contenido directamente en su plataforma, permitiendo a los usuarios cargar imágenes y videos de manera instantánea y abrir el editor para crear historias o reels (ver Imagen 7). La interfaz de la plataforma es sencilla e intuitiva, lo que la hace accesible para usuarios de todos los niveles, y ofrece una variedad de herramientas de edición.

Los usuarios pueden editar la línea de tiempo, agregar clips, texto, stickers y ajustar el volumen de la amplia biblioteca de música, lo que fomenta la interacción. También se incluye una función de grabación de voz en off. Además, la aplicación permite la incorporación de efectos de video, lo que ha contribuido a su popularidad.

La finalidad de crear contenido en Instagram es alcanzar una audiencia global y obtener visualizaciones, y estas funciones colaboran con ese objetivo, considerando el algoritmo de la plataforma. La diferencia fundamental con las aplicaciones de terceros radica en las herramientas que ofrece Instagram, como el acceso a una biblioteca de

música que evita problemas de derechos de autor, así como herramientas avanzadas de edición y funciones de etiquetado y categorización al publicar el contenido.

Para un diseñador visual, es relevante tener en cuenta que el editor de Instagram no proporciona todas las herramientas necesarias para una creación visual compleja, pero es una plataforma que permite aprender y comprender la funcionalidad para trabajar con estos recursos y obtener contenido audiovisual de alta calidad.

Es importante destacar que el editor de video de Instagram no cuenta con opciones premium, ya que se considera que las herramientas incluidas son adecuadas para la creación de contenido de manera fácil. Al estar integrado directamente en la aplicación, los usuarios no necesitan descargar y aprender a usar una aplicación adicional para crear contenido de video para Instagram. En resumen, el editor de video de Instagram es una herramienta completa y fácil de usar, diseñada específicamente para la plataforma, que ofrece una forma rápida y sencilla de crear contenido de video para compartir en Instagram.

CAP CUT

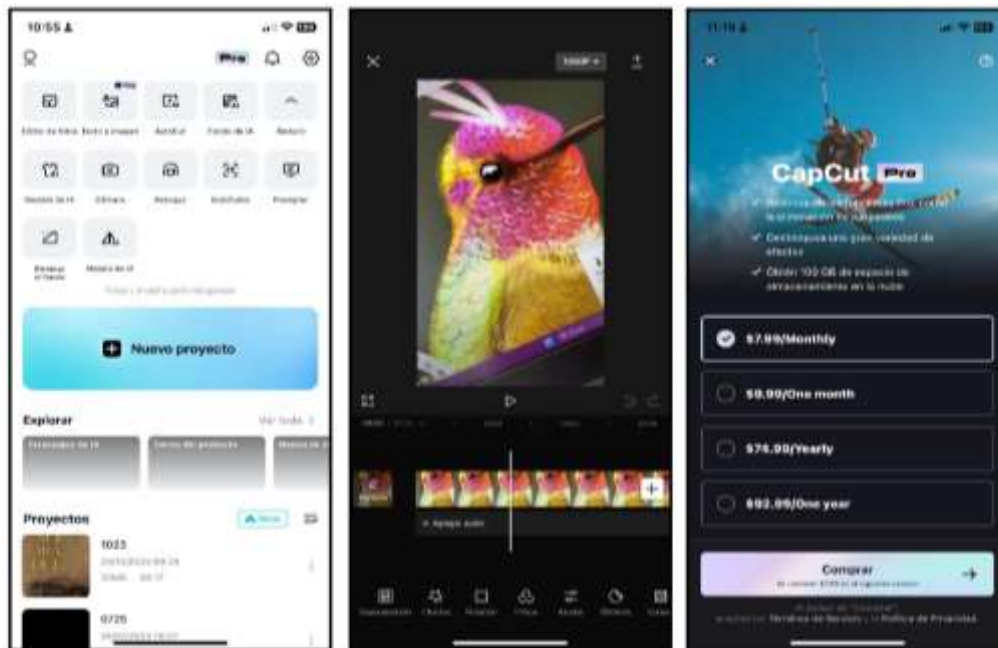
CapCut es una destacada aplicación de edición de vídeo para dispositivos móviles, que fue creada en 2019. La aplicación ha ganado una gran popularidad gracias a su amplia gama de características y herramientas. Entre sus funcionalidades se incluyen filtros de inteligencia artificial, la capacidad de ajustar la velocidad de los vídeos, plantillas, efectos especiales, música, la inclusión de subtítulos y opciones de edición avanzadas como la eliminación de objetos y corrección de color.

CapCut ha sido muy bien recibido por los usuarios y ha obtenido una calificación promedio de 4.7 estrellas en la tienda de aplicaciones de Google Play, así como una calificación promedio de 4.8 estrellas en la App Store de Apple, basada en un total de más

de 200,000 calificaciones. Esto refleja su reputación sólida y la satisfacción de sus usuarios.

Además, CapCut se destaca por su vínculo con las redes sociales, en particular Instagram, ya que permite a los usuarios acceder a las plantillas de CapCut desde el contenido ya publicado en Instagram, TikTok y Facebook. Esto simplifica el proceso de creación y edición de contenido para redes sociales, lo que es especialmente valioso en un mundo cada vez más centrado en la producción de contenido visual atractivo y de alta calidad. En resumen, CapCut es una aplicación versátil y altamente valorada que ofrece a los usuarios las herramientas necesarias para crear y editar vídeos de manera efectiva y creativa.

Imagen 8 - Cap Cut Aplicación



CapCut ofrece numerosas ventajas, destacándose por su facilidad de uso y su amplia gama de funciones y herramientas disponibles (ver Imagen 8). Al ingresar a la interfaz, la aplicación sugiere opciones para comenzar a editar, como la edición de fotografías, la edición con inteligencia artificial y la exploración de filtros. Una vez en el

editor, se despliega una amplia variedad de recursos para la creación de contenido, incluyendo ajustes, recorte, filtros, línea de tiempo y más. Esta aplicación, diseñada para la edición de video, se compara favorablemente con PicsArt debido a la similitud de las herramientas y su capacidad para realizar composiciones desde cero.

Un aspecto que destaca a CapCut es su integración con las redes sociales, lo que le permite acceder a una biblioteca de música y sonidos originales de TikTok, lo que fomenta la viralización en las plataformas de redes sociales. Además, la opción de trabajar con plantillas permite a los usuarios interactuar con contenido preestablecido y ofrece producciones de alta calidad, incluyendo Smart HDR.

Por otro lado, algunas limitaciones de la versión gratuita incluyen marcas de agua en algunos efectos y restricciones en la duración de los videos. Para aquellos que desean acceder a funciones avanzadas, CapCut ofrece una versión premium llamada CapCut Pro. En el año 2023, esta versión tiene un costo de \$7.99 dólares mensuales (equivalente a \$23,700 COP), \$9.99 dólares al mes, \$74.99 dólares al año (equivalente a \$222,800 COP) y \$92.99 dólares por un año. La suscripción a CapCut Pro desbloquea características de inteligencia artificial, herramientas de edición adicionales y proporciona 100 GB de almacenamiento en la nube.

En general, CapCut es una herramienta adecuada para diseñadores visuales, ya que ofrece una amplia gama de recursos que permiten la creación de contenido desde cero y facilita la producción de contenido de alta calidad en dispositivos móviles, además de su vinculación con la red social Instagram.

EVALUACIÓN DE HERRAMIENTAS

A continuación, en la Tabla 2 - Aplicaciones para imagen se realizó un análisis exhaustivo de las diferentes herramientas para edición de imagen aptas para la creación de contenido para redes sociales y su conexión con Instagram. En este contexto se llevó a cabo una comparación y evaluación con respecto a las características de usabilidad, interfaz, capacidad de funciones y vinculación. Se evaluaron tres aplicaciones que ofrecían la capacidad de realizar edición de imagen por medio de dispositivos móviles y se llevó a cabo utilizando un rango de calificación de 1 a 5, donde 5 representa el nivel más alto de satisfacción en las necesidades de diseño y creación de contenido, mientras que 1 indicaba el más bajo de adecuación para la producción.

Tabla 2 - Aplicaciones para imagen

APLICACIONES PARA IMAGEN	CARACTERÍSTICAS						TOTAL
	Calificación 1 al 5	Edición imagen	Edición video	Usabilidad	Capacidad de funciones	Interfaz intuitiva	
PICSART	5	5	4	4	3	5	26
CANVA	5	5	4	5	3	5	27
LIGHTROOM	3	2	5	3	3	3	19

PREMIUM			
SI	NO	COSTO	
		Annual	Mensual
X		\$99.900 COP	\$17.900 COP
X		\$182.900 COP	\$22.900 COP
X		\$82.900 COP	\$8.500 COP

Durante el proceso de análisis de aplicaciones para la creación de contenido centradas en imágenes, se observó que, aunque existen similitudes en la calificación de características, aún se deben considerar factores que influyen en la evaluación y clasificación. En este contexto, aplicaciones como PicsArt y CANVA obtienen puntajes similares. No obstante, se destaca la diferenciación en términos de usabilidad, entendida como la capacidad de utilización efectiva en la producción de contenido. CANVA ofrece una amplia gama de herramientas y recursos, presenta la desventaja de no cargar siempre la información al 100% para su edición, lo que podría resultar problemático, aun así este programa tiene la capacidad de crear post en movimiento sin necesidad de usar

un programa de animación. En contraste, PicsArt permite trabajar de manera más fluida y constante. Sin embargo, ambas aplicaciones tienen ciertas limitaciones debido a su gran capacidad de funciones.

Por otro lado, Lightroom se destaca como una aplicación popular entre los creadores de contenido en redes sociales, aunque su oferta de recursos digitales es limitada en comparación con otras aplicaciones de edición de imágenes. A pesar de esto, Lightroom brinda una buena usabilidad en términos de edición de fotografías y corrección de iluminación.

En resumen, CANVA sobresale como la aplicación líder en este análisis debido a su construcción, funcionalidad, aplicabilidad y navegación para los usuarios, especialmente para los diseñadores visuales. Los diseñadores visuales, familiarizados con herramientas más avanzadas, tienen la capacidad de aprender, aprovechar al máximo la aplicación y obtener resultados excepcionales, aunque la plataforma entra en un debate creativo debido a que muchas de las opciones que tiene de edición ya tiene un diseño establecido, cabe destacar que ayuda agilizando el trabajo del diseñador y permite coeditar. Con base en las plantillas prediseñadas siempre se pueden generar propuestas nuevas y además permite trabajar de la mano con adobe illustrator.

Una vez obtenidos los resultados de la evaluación de apps para edición de imagen, en la siguiente Tabla 3 - Aplicaciones para video se realizó un análisis de las diferentes herramientas para edición de video para la creación de contenido para redes sociales y su vínculo con Instagram. En este contexto se aplica el mismo método de evaluación llevando a cabo una comparación con respecto a las características de usabilidad, interfaz, capacidad de funciones y vinculación. Se evaluaron cuatro aplicaciones que ofrecían la capacidad de realizar edición de video por medio de dispositivos móviles y se llevó a cabo utilizando un rango de calificación de 1 a 5, donde 5 representa el nivel más alto de satisfacción en las necesidades de diseño y creación de

contenido audiovisual, mientras que 1 indicaba el más bajo de adecuación para el desarrollo de los proyectos.

Tabla 3 - Aplicaciones para video

APLICACIONES PARA VIDEO	CARACTERÍSTICAS						TOTAL	PREMIUM			
	Calificación 1 al 5	Edición imagen	Edición video	Usabilidad	Capacidad de funciones	Interfaz intuitiva		Vinculación a Instagram	SI	NO	COSTO
										Annual	Mensual
MOJO	0	5	5	2	3	4	19	X		\$119.000 COP	\$29.000 COP
INSHOT	3	5	4	5	4	4	25	X		\$89.900 COP	\$24.900 COP
INSTAGRAM	3	5	5	3	5	5	26		X	\$0	\$0
CAP CUT	5	5	4	5	3	5	27	X		\$222.800 COP	\$23.700 COP

En la actualidad, los proyectos audiovisuales orientados a la creación de contenidos para redes sociales han experimentado un mayor alcance y rendimiento, especialmente al elegir las opciones para compartir contenido. Por esta razón, estas aplicaciones, populares en las tiendas móviles, destacan no solo por su funcionalidad, sino también por su facilidad de uso. Es importante señalar que la capacidad no se limita a la cantidad de funciones, ya que algunas aplicaciones pueden tener menos funciones, pero ofrecen capacidad en otros aspectos, como su integración con la inteligencia artificial.

Dentro del proceso de análisis y evaluación de las cuatro aplicaciones mencionadas, se destaca que todas no solo permiten la edición de videos en general, sino que también se enfocan directamente en la creación de contenido para redes sociales, especialmente Instagram. El editor de Instagram, al estar vinculado directamente con la aplicación, ofrece una ventaja en términos de usabilidad, aunque carece de funciones adicionales para la producción de material audiovisual. Sin embargo, destaca en términos de calidad.

CapCut se destaca por la amplitud de sus funciones y recursos de edición, pero puede carecer de intuitividad en la navegación debido a la estructura de su interfaz. Su

vinculación con las redes sociales, gracias a las funciones de música integradas y conectadas, agrega dinamismo y la capacidad de crear contenido altamente personalizado.

En contraste, MOJO, diseñada específicamente para historias y reels en Instagram, puede limitar la capacidad del usuario para generar contenido dinámico y creativo debido a la restricción en sus funciones. Mientras tanto, InShot brinda al usuario la libertad de crear contenido desde cero a través de un panel de edición que ofrece una amplia variedad de herramientas, aunque puede carecer de intuitividad y de un vínculo sólido con Instagram.

En resumen, CapCut, incluso en su versión gratuita, destaca como la mejor opción entre las aplicaciones de video, ya que proporciona numerosas herramientas y recursos para que los diseñadores puedan realizar producciones audiovisuales creativas para compartir en las redes sociales. A pesar de que su versión de pago puede resultar costosa, su versatilidad la hace sobresalir.

PROPUESTA DE HERRAMIENTAS

Dentro del desarrollo de este trabajo de investigación y después de profundizar en distintas herramientas para la creación de contenidos digitales, es necesario establecer que aparte de las aplicaciones del dispositivo móvil ya mencionadas, el diseñador visual debe tener conocimiento de otros recursos que le beneficien en su flujo de trabajo, estas herramientas si bien no tienen como fin crear composiciones visuales, aportan mucho en aspectos de calidad y adaptación de imagen para los parámetros que exigen las redes sociales, estrategias de contenidos, organización y recursos para mejoras, en este caso se proponen tres herramientas que ayudan a complementar o modificar insumos que se necesiten para la posterior construcción de contenidos, previsualización con respecto a la app de Instagram y se realizará una breve descripción de cada una y sus aspectos importantes, estas herramientas son: I LOVE IMG, UNUM y REMINI.

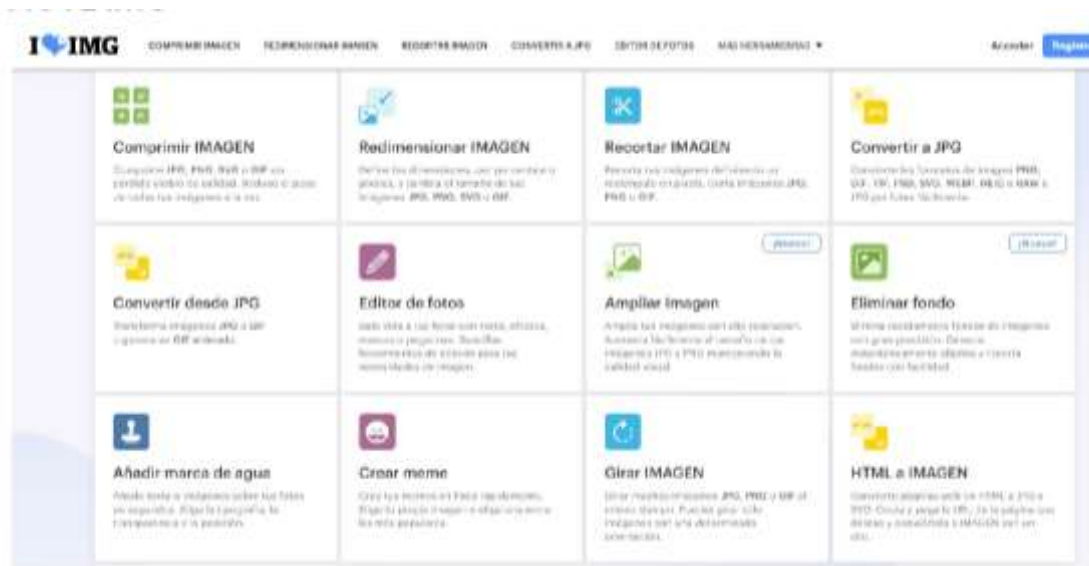
I LOVE IMG

Cuando hablamos de la creación de contenidos digitales para redes sociales, uno de los aspectos cruciales es la calidad y el formato de los productos visuales. Aunque esta plataforma no está disponible en dispositivos móviles, desempeña un papel fundamental en la gestión de recursos visuales, como imágenes. Ayuda a optimizar y adaptar el peso y el formato requeridos por las aplicaciones para que el contenido se cargue correctamente y se visualice de manera adecuada en las redes sociales.

Para los diseñadores visuales, la creación de contenido de alta calidad es esencial. Por lo general, utilizan programas como Adobe Illustrator y Photoshop para componer material visual destinado a las redes sociales. Sin embargo, muchos de estos productos pueden generar archivos con un alto peso que no se ajustan a los formatos específicos que solicitan las redes sociales, como Instagram.

Es fundamental que los diseñadores visuales estén familiarizados con herramientas que les permitan comprimir, convertir y editar imágenes. Estas herramientas desempeñan un papel crucial en la eliminación de información innecesaria durante el proceso de edición de contenidos, lo que resulta en archivos con el peso y formato adecuados. Esto garantiza que los usuarios puedan disfrutar de imágenes con una resolución óptima en las redes sociales.

Imagen 9 - I LOVE IMG Plataforma



Un ejemplo de esto es I LOVE IMG (Imagen 9), una plataforma en línea de edición de imágenes de uso gratuito y premium que ofrece una amplia variedad de herramientas para ayudar a los usuarios a editar y mejorar su contenido visual. Esta plataforma, creada en 2016, ha ganado una gran popularidad gracias a su facilidad de uso y a la extensa gama de características y herramientas que pone a disposición de los usuarios.

Las funciones ofrecidas por I LOVE IMG incluyen la compresión de imágenes, redimensionamiento, recorte, edición, conversión de formatos, mejora de la calidad de imágenes pixeladas mediante la inteligencia artificial, eliminación de fondos y más. Entre las ventajas de I LOVE IMG se destacan su facilidad de uso y que es compatible con una amplia variedad de formatos de imagen. No obstante, hay algunas limitaciones, como las

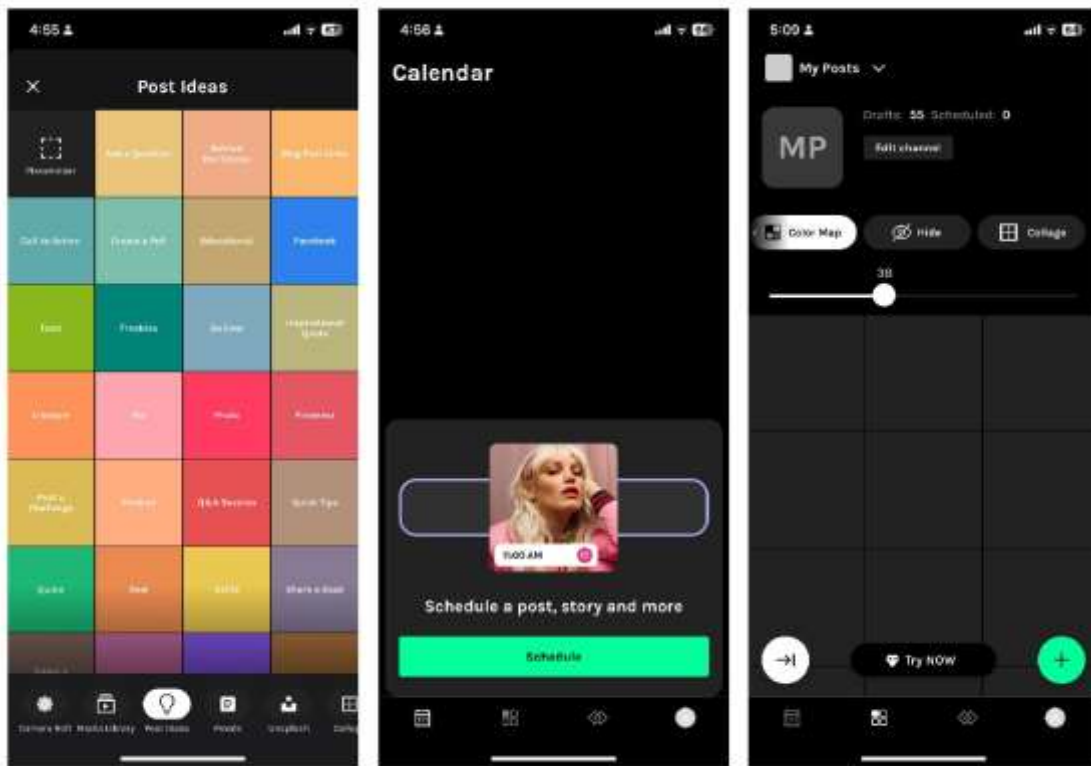
restricciones en el tamaño y la cantidad de imágenes que se pueden cargar, pero esto lo soluciona su versión premium que además desbloquea funciones nuevas que poco a poco han ido incorporando.

En general, I LOVE IMG es una plataforma que permite a los usuarios dar el toque final de calidad a su contenido visual, adaptándolo a los requisitos de las redes sociales en cuanto a tamaños de imagen, peso y resolución, entre otros.

UNUM (Captions and feed preview)

Como se sabe el concepto de community manager hoy en día, es un tipo de profesión nueva que va llegando debido a la transformación de la tecnología y sus diferentes propuestas de comunicación para las personas, este se encarga de gestionar los contenidos digitales en las redes sociales y aunque un diseñador visual no se considera un manejador, es importante que tenga en cuenta esta herramienta de organización de estrategias y previsualización para entender y proponer el contenido adecuado para las redes sociales, además de que se adapte y esté presente la identidad de la marca por medio del diseño.

Imagen 10 - UNUM Aplicación



UNUM, (Imagen 10) es una aplicación móvil que permite la organización y planificación de contenido para redes sociales, fue fundada en el año 2015, está disponible en idioma inglés y se ha convertido en una herramienta esencial para influencers en todo el mundo. Con esta aplicación, los usuarios en este caso diseñadores pueden llevar y subir de una manera más ordenada las piezas visuales a postear, lo que les permite crear una estrategia coherente y atractiva para su audiencia. Esta también permite previsualizar cómo se verán las publicaciones antes de compartirlas, lo que da la oportunidad de hacer ajustes y asegurar que el contenido sea impactante y cohesivo. Su interfaz es fácil de usar y contiene varias funciones como un panel que presenta un calendario en el cuál se pueden agendar las publicaciones y llevar un control sobre ellas por medio de un cronograma. Adicionalmente, la aplicación permite escoger temas y brinda un feed con ideas para contenidos, en caso de no tener algo planeado, además

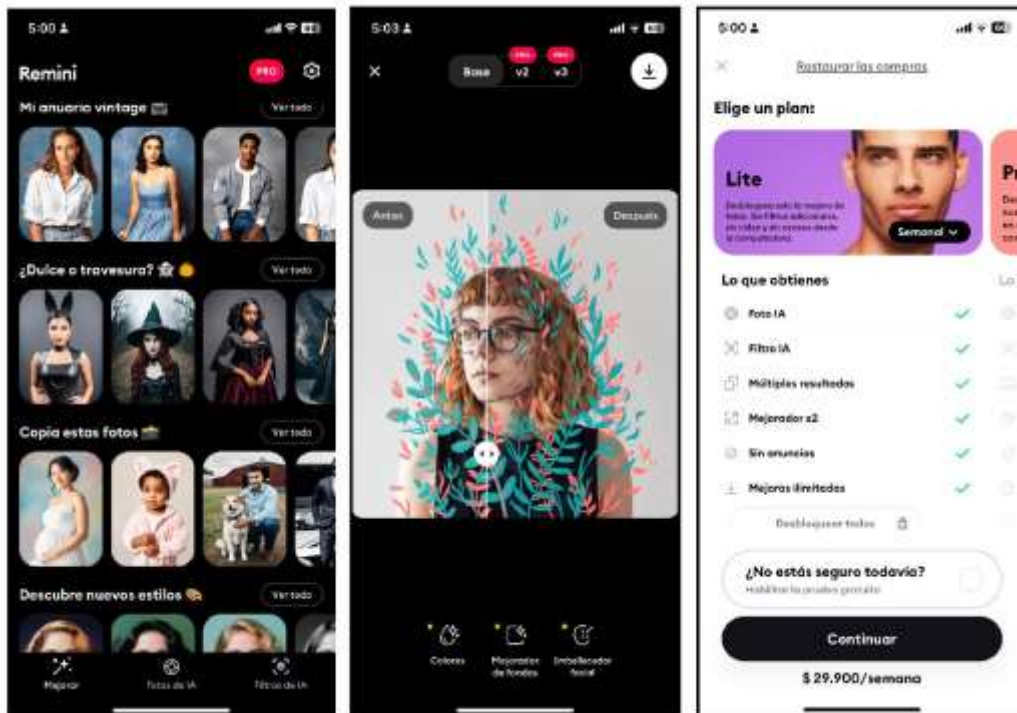
conecta con las aplicaciones directamente para realizar publicaciones instantáneas.

También desbloquea funciones especiales a través de su versión premium y se encuentra disponible para Android y para Apple.

REMINI

En la era digital en la que vivimos, la calidad de las imágenes es de suma importancia en diversos ámbitos, desde la fotografía profesional hasta la publicidad en línea. Las imágenes de alta calidad pueden marcar la diferencia entre una campaña publicitaria exitosa y una que no lo es, y pueden ser la clave para atraer a un público más amplio a través de las redes sociales y otros medios digitales. Es por eso que hoy en día las aplicaciones de inteligencia artificial que mejoran la calidad de las imágenes y las hacen más nítidas son cada vez más relevantes, no sólo porque ayudan a recuperar una imagen de baja calidad sino porque también interpretan la imagen y a través de la misma información se crean nuevas versiones.

Imagen 11 - REMINI Aplicación



Remini (Imagen 11) es este tipo de aplicaciones que permiten a los usuarios mejorar significativamente la calidad de las imágenes, lo que puede mejorar la percepción y aumentar la visibilidad, aunque la aplicación en determinados casos arroja ciertos detalles no deseados en su proceso de suma de píxeles y presenta anuncios, generalmente ayuda a redimensionar las imágenes de manera satisfactoria, todo depende de la calidad de imagen a intervenir. Esta aplicación una vez ejecutada arroja opciones para el usuario de mejora en el color, estética y corrección de fondos, también cuenta con una versión premium la cuál desbloquea una lista de funciones de mejora y filtros en tendencia con la ayuda de inteligencia artificial.

En resumen, para un diseñador visual este tipo de herramientas aporta significativamente la optimización de trabajo, ya que normalmente se necesitan programas profesionales para realizar este tipo de ediciones y su proceso es más complejo, con el paso del tiempo y la necesidad de postear información visual en las redes sociales, han ido surgiendo este tipo de aplicaciones que ayudan a mejorar el contenido y han tenido una buena aceptación en el público.

CONCLUSIONES

Por medio de esta monografía se logra evidenciar bajo el ejercicio realizado en la caracterización, recopilación, análisis y propuestas sobre las diversas herramientas de edición en dispositivos móviles y como estas tendrían un impacto en el quehacer del diseñador para la creación de contenidos para la red social Instagram a hoy en día.

Después de haber recopilado un listado de aplicaciones móviles para generar contenidos digitales en Instagram, se puede concluir que estas herramientas tienen un gran potencial para el desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales para el entorno digital. De la lista de aplicaciones que se investigó, se destacan Canva y PicsArt por su versatilidad y amplia gama de opciones de diseño. Canva es una herramienta muy eficiente que permite al usuario crear diseños estéticos de manera sencilla y con la posibilidad de utilizar plantillas o diseños preestablecidos, crear desde cero y realizar animaciones en alta calidad. PicArt, por su parte, ofrece la opción de crear y editar imágenes con altos estándares de calidad y personalizar los detalles de una manera mucho más minuciosa ya que su interfaz es más amigable con el usuario.

Pero también se destacan otras aplicaciones como, Inshot, CapCut y Mojo, las cuales ofrecen opciones de diseño divertidas y una amplia gama de filtros y herramientas de edición de manera gratuita. Además, Instagram, como plataforma para compartir las piezas generadas, es una herramienta fundamental para el diseñador, ya que permite mostrar su trabajo al mundo entero. En general, estas aplicaciones móviles son herramientas muy útiles y asequibles que permiten a los diseñadores de contenidos digitales crear piezas de gran calidad para su audiencia en Instagram. Los resultados obtenidos han permitido observar que, con su uso, es posible generar una mayor cantidad de contenidos de manera más rápida y eficiente, sin necesidad de depender de programas avanzados que solo se pueden obtener en formatos para escritorio, así como

una mayor interacción con la audiencia, lo que se traduce en un mayor impacto en el entorno digital.

Ahora, al haber realizado una comparación exhaustiva de las herramientas disponibles para la creación de contenidos digitales para la oferta de servicios en redes sociales, se pudo concluir por medio de las Tablas 2 y 3, que CANVA y CAP CUT son herramientas que se destacan por su funcionalidad, usabilidad y su vínculo con la red social Instagram.

CANVA es una herramienta muy completa que permite diseñar de manera creativa y eficiente, especialmente para proyectos de redes sociales como Instagram, ofreciendo la posibilidad de generar piezas visuales de muy alta calidad con facilidad. CAP CUT, por su parte, es una herramienta muy interesante que se destaca por ofrecer a los creadores de contenidos la opción de personalizar el formato de video y audio. Esto permite a los usuarios diseñar la parte audiovisual de las piezas de manera más eficiente, logrando una mayor interacción y enganche con el público objetivo.

El análisis de las herramientas utilizadas para la generación de contenidos digitales permite observar la importancia de estos procesos para el éxito de la oferta de servicios en redes sociales y también para el quehacer del diseñador. El uso de herramientas eficientes y eficaces puede marcar la diferencia en la calidad del trabajo que se ofrece, lo que se traduce en una mayor satisfacción por parte del público objetivo. Además, este análisis permitió conocer las herramientas disponibles y sus funcionalidades, ofreciendo a los creadores de contenidos en este caso diseñadores visuales una visión más amplia de las opciones disponibles para poder elegir la herramienta adecuada en cada caso y contexto.

En conclusión, la propuesta de diferentes herramientas tecnológicas que favorezcan el quehacer del diseñador visual en el ámbito profesional frente a la creación de contenidos digitales en redes sociales es un tema de gran relevancia. Durante el

análisis de herramientas, se encontró que I LOVE IMG es una plataforma de edición de imágenes muy útil que permite a los diseñadores visuales ultimar detalles de calidad y formatos para la correcta publicación de los contenidos digitales ya producidos gracias a las herramientas de edición que se han analizado.

Así mismo, en cuestión de calidad la aplicación REMINI junto a varias existentes ahora en las tiendas móviles, las cuales trabajan con la ayuda de inteligencia artificial conceden la posibilidad de mejorar estas imágenes y adaptarlas adecuadamente a una calidad óptima para su posterior uso en formatos grandes, como se sabe para poder realizar este tipo de ajuste normalmente se debe realizar un trabajo minucioso por medio de programas avanzados y la inteligencia artificial hoy en día con solo ejecutar de manera correcta los comandos de solicitud mejora y crea instantáneamente nuevos recursos visuales.

Es importante destacar que hoy en día, la generación de contenidos digitales es una tarea fundamental para el éxito de cualquier negocio o marca en el ámbito digital. Es por eso que la organización de los manejadores debe ser llevada y controlada de manera adecuada para estar alimentando constantemente las redes sociales con contenidos, se encontró que UNUM es una plataforma que en resumen ayuda a gestionar la información ya generada por medio del diseñador y es una herramienta que usándola de manera adecuada es de gran ayuda con respecto a los cronogramas planeación de ideas y comunicación con los usuarios. Por esta razón, es importante que el diseñador visual tenga acceso a las herramientas tecnológicas adecuadas que le permitan crear y editar contenidos de alta calidad para las redes sociales.

En resumen, la propuesta de estas herramientas tecnológicas ha permitido comprobar que en la actualidad existen más opciones para que los diseñadores visuales puedan conocer un poco más de la información de las imágenes que ellos crean.

Además, el uso de plataformas como I LOVE IMG, UNUM Y REMINI permiten al creador

de contenido tener un mayor control y edición adecuada para la publicación, lo que aumenta su alcance y la eficacia de su trabajo en el ámbito profesional. En conclusión, todo diseñador visual que busque el éxito en la generación de contenidos digitales para redes sociales hoy en día debería tener en cuenta la importancia de conocer diferentes recursos que sumen al desarrollo de su profesión, dado que aún no hay una educación establecida de manera profesional en lo que se conoce como los empleos del futuro basándose en la nueva era digital. En este caso deberíamos preguntarnos:

¿Por qué existen insuficiencias en el conocimiento y manejo de herramientas para la edición de contenidos digitales en la formación de diseñadores visuales en el siglo XXI?

Los estudiantes o personas que se dedican ahora en la creación de contenidos para redes sociales han adoptado estos recursos como apoyo, para dar a conocer los diferentes proyectos y productos que en ellas se pueden ejecutar, como vía de divulgación de las diferentes actividades que se producen dentro de ellas, sería muy interesante la implementación de este aprendizaje debido a la transformación innovadora del mundo moderno que cada vez se reinventa y busca la manera de mostrar lo que es la publicidad en línea y sobre cómo se va trasladando de formato con el pasar del tiempo. Para efectuar cada actividad en estas aplicaciones de creación de contenidos como lo son, Picsart, canva, Inshot, Instagram, etc. Es necesario conocerlas, establecer su funcionalidad, diferenciar si son de vídeos, fotos, escritura o engloba todas en ellas, conociendo las características que ellas proporcionan para producir las publicaciones, esto para hacerlas más eficientes, accesibles y asequibles. De la misma manera, establecer todo un estudio de la organización para identificar aquellos parámetros como lo son debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, tanto, internas como externas, de este modo, elaborar todo un plan a seguir a largo, mediano y largo plazo dentro de la

institución, todo esto, enfocado en los contenidos digitales desde el área de herramientas de aquellos productos y servicios a desarrollar en la red social Instagram.

BIBLIOGRAFÍA

Area Moreira, M., Borrás Machado , J. F., & San Nicolás Santos, B. (2015). Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio.

Apuntes para la alfabetización digital. *Revista de Estudios de Juventud*, 109, 13–32.

Carrillo, M. V. (2021). Plataformas Educativas y herramientas digitales para el aprendizaje. *Vida Científica Boletín Científico de La Escuela Preparatoria No. 4*, 9(18), 9–12.

Castells, M. (2001). Internet y La Sociedad Red. *Conferencia de Presentación Del Programa de Doctorado Sobre La Sociedad de La Información y El Conocimiento*.

Echegaray, L., & Peñafiel, C. (2011). Convergencia y evolución en la creación de contenidos audiovisuales. Un análisis sobre la percepción de la audiencia desde el punto de vista de los productores de contenidos. *Actas Del IV Congreso Internacional Sobre Análisis Fílmico*.

Eco, U. (1975). *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Editorial Lumen.

Edwards, M. (2016). *El libro de la comunicación visual*. Editorial Almuzara.

Ferrari, A. (2013). *DIGCOMP: A framework for developing and understanding digital competence in Europe* (P. Yves & B. Brecko , Eds.). European Commission.

Lai, Y. S., & Chen, S. F. (2019). Exploring the design of a mobile application for content creation in informal learning. *Interactive Learning Environments*, 27(1), 63–76.

Laswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The Communication of Ideas*, 37–51.

Luo, Z., Xu, J., & Wu, Y. (2023). *The effect of video content creation strategy on*

the evaluation of vicarious tourism experience. Authorea, Inc.

<http://dx.doi.org/10.22541/au.168116404.46263631/v1>

Marín, A. L. (2006). Las tecnologías de la información y la comunicación: Cambios en el modelo de comunicación. *Hologramática*, 4(1), 15–33.

Mora, P. (2006). Connotación y denotación en los mensajes publicitarios de “artículos de lujo.” *Español Actual*, 7–27.

Nadda, V. K., Dadwal, S. S., & Firdous, A. (2015). Social media Marketing. In H. Nick (Ed.), *Handbook of Research on Integrating social media into strategic marketing*. IGI Global.

Ponce, J. K. M. (2021). Herramientas digitales educativas y el aprendizaje significativo en los estudiantes. *Dominio de Las Ciencias*, 7(1), 712–724.

Real Academia Española. (2023). *Inicio*. Real Academia Española.

<https://www.rae.es/>

Ruiz, G. G. (1994). *Estudio de diseño: Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Emecé.

Valenzuela Argüelles, R. (2019, June 1). *Las redes sociales y su aplicación en la educación*. Repositorio Institucional de La UNAM; Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-nacional-autonoma-de-mexico/psicologia/arguelles-2013-las-redes-sociales-y-su-aplicacion-en-la-educacion/66307688>

Soto, J. (2020, 16 de Agosto). ¿Qué es instagram y para qué sirve?. *Geeknetic*.

<https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>