

Técnicas cinematográficas para hacer reels en Instagram

Cinematographic techniques for making reels on Instagram

Autores:

Marianne Charlotte Campo Arévalo¹, Rivaldo Delgado Pineda²

Resumen

El artículo aborda la relevancia y el impacto significativo de la creación de contenidos audiovisuales en el contexto de las redes sociales. Se resalta la importancia de emplear técnicas que combinan elementos visuales y auditivos, como el sonido y las imágenes, para la producción de videos digitales. Estos medios audiovisuales no solo sirven como una representación del mundo real, sino que también cumplen diversos propósitos en la comunicación contemporánea. En el entorno mediático actual, se observa una creciente demanda de contenidos audiovisuales que se difunden a través de plataformas como Instagram García, P. (2024), con el objetivo de persuadir a la audiencia. (Hirose, (2024).)Estos contenidos suelen adoptar un enfoque didáctico, utilizando imágenes y grabaciones específicas para transmitir mensajes concretos y relevantes. Asimismo, se destaca su potencial educativo al influir en la forma en que las personas aprenden y se relacionan con las redes sociales.

A pesar de que a menudo se subestima, los medios audiovisuales poseen una versatilidad única que permite la integración de técnicas y elementos discursivos innovadores para mantenerse a la vanguardia en el uso de los medios. (Berenguer Berenguer, (2019)) Esta capacidad de recrear

imágenes, palabras y sonidos a través de diversos formatos, ya sean impresos o electrónicos, como fotografías, cine, radio, televisión y historietas, contribuye a enriquecer la experiencia del espectador y ampliar las posibilidades creativas en la producción de contenido audiovisual.

Palabras claves:

Contenidos audiovisuales, redes sociales, técnicas, sonido e imágenes, videos digitales, medios de comunicación, plataformas como Instagram.

¹Marianne Charlotte Campo Arévalo, Cuarto semestre, Comunicación social, maryenne.campo@cun.edu.co, filiación Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN.

²Rivaldo Delgado Pineda, Cuarto semestre, Comunicación social, rivaldo.delgado@cun.edu.co, filiación Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN.

Abstract

The article addresses the relevance and significant impact of the creation of audiovisual content in the context of social networks. The importance of employing techniques that combine visual and auditory elements, such as sound and images, for the production of digital videos is highlighted. These audiovisual media on the ground serve as a representation of the real world, which also fulfills several purposes in contemporary communication.

In the current media environment, there is a growing demand for audiovisual content that is disseminated through platforms such as Instagram, with the aim of persuading the audience. These contents can adopt a didactic approach, using specific images and recordings to convey concrete and relevant messages. Asimismo, its educational potential stands out in influencing the way in which people learn and relate to social networks.

Even though it is often underestimated, audiovisual media has a unique versatility that allows the integration of innovative techniques and discursive elements to remain avant-garde in the use of media. This ability to recreate images, words and sounds through different formats, whether printed or electronic, such as photographs, cinema, radio, television and stories, contributes to enriching the viewer's experience and expanding the creative possibilities in the production of audiovisual content .

Keywords

Audiovisual content, social networks, techniques, sound and images, digital videos, communication media, platforms such as Instagram.

Introducción

En el ámbito del marketing digital, el uso estratégico de las redes sociales se ha vuelto imprescindible para las empresas que buscan fortalecer su presencia en línea y conectar con su audiencia de manera efectiva. En este contexto, plataformas como Instagram han adquirido una relevancia significativa, brindando a las organizaciones la oportunidad de promocionar sus productos y servicios a través de diversos formatos de contenido. Entre estos formatos, los reels de Instagram se posicionan como una herramienta clave para la creación de contenido atractivo y dinámico que capte la atención de los usuarios y fomente la interacción con la marca **Hirose, A. (2024)**.

El presente estudio se enfocará en analizar en profundidad las técnicas cinematográficas clave que pueden potenciar la efectividad de los reels en Instagram como herramienta de marketing. Respondiendo a la pregunta ¿Cuáles son las técnicas cinematográficas esenciales que las para

optimizar la creación de reels atractivos y efectivos en Instagram? Al explorar la combinación de creatividad, habilidad técnica y planificación necesarias para producir contenido visualmente impactante en esta plataforma, se busca proporcionar a las empresas las directrices necesarias para sobresalir. En un mundo digital donde la competencia es intensa y los cambios son constantes.

Metodología

El presente estudio se enfocó en analizar el impacto y la relevancia del diseño y la cinematografía en la creación de reels de Instagram para empresas. La investigación se centró en responder a la pregunta de cómo las técnicas cinematográficas y el diseño influyen en la efectividad de los reels como herramienta de marketing en redes sociales.

La pregunta problema que guió esta investigación fue: ¿Cuáles son las técnicas cinematográficas esenciales que las para optimizar la creación de reels atractivos y efectivos en Instagram? partiendo de esta, nos vimos en la tarea de investigar minuciosamente en la internet; seleccionando el contenido que identificamos como aprovechable para resolver esta pregunta. Dentro de esta amplia búsqueda por los recursos correctos utilizamos la teoría de la comunicación colectiva ya que desde instagram nos estamos dirigiendo a un público que no conocemos, pero ellos si conocen lo que el creador publica en dicho perfil ya sea business o personal. En este artículo podrás encontrar teorías específicas, técnicas e incluso hasta varios tips con respecto a la creación cinematográfica que son aprovechable en todo el sentido de la palabra para utilizarlos en la creación de videos en la red social de instagram. Con esta investigación nos

tomamos la tarea de definir conceptos y explicar metodologías para la fácil comprensión, con la finalidad de tener un mejor manejo y creación de contenido con estilo cinematográfico.

Para llevar a cabo esta investigación, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura académica y profesional relacionada con el tema. Se consultaron bases de datos académicas como Dialnet y Google Académico en busca de artículos, tesis y libros relevantes. Tras un proceso de búsqueda exhaustivo, se identificaron un total de 70 recursos que abordaban aspectos clave del diseño, la cinematografía y su aplicación en la creación de contenido audiovisual para plataformas digitales.

2. Hirose, A. (2024). El impacto del marketing digital en la presencia en línea de las empresas.
3. Chávez, H. T., & Costales, A. C. (2023). Estrategias Digitales en redes sociales para aumentar el engagement
4. Arteaga, F. R. (2022). Producción audiovisual para la creación de contenidos digitales en YouTube.
5. García Leiva, MaT. (2019). Plataformas en línea y diversidad audiovisual.
6. Barredo, I. C. (2018). *Marketing digital: Mide, analiza y mejora*. ESIC Editorial.
7. Torres, L., Vanegas, J. J., Sánchez, J. R., Ascencio, D. A., & Gonzalez, M. R. (2002). Innovación y creatividad.
8. García-Lavernia Gil, J. (2019). Panorámica del marketing.
9. Kutchera, J., García, H., & Fernández, A. (2014). *EXITO: su estrategia de marketing digital en 5 pasos*. Grupo Editorial Patria.

10. Cubillos Vargas, H. Y. *Informe práctica profesional community manager* (Doctoral dissertation, Universidad Santo Tomás).
11. Martín, P. (2018). Teletrabajo y comercio electrónico.
12. Martínez Polo, J. M. (2015). Marketing digital: guía básica para digitalizar tu empresa.
13. Rodríguez, M. D. P. (2015). E-marketing: marketing a través de Internet. Editorial ICB.

1. Fundamento teórico

1. Realización audiovisual

La realización audiovisual en Instagram se aplica de diferentes formas, ya que la plataforma tiene varias opciones para publicar contenidos audiovisuales como fotos, videos e historias (Arteaga, F. R. 2022, García, P. 2024). Para empezar, los usuarios pueden grabar y publicar videos cortos en su perfil de Instagram o en su sección de historias. Esta plataforma ofrece herramientas visuales, musicales y textos animados para crear contenidos más llamativos (Martínez, A., 2023) .

2. El montaje desde sus inicios y su historia

Desde sus inicios, el montaje ha sido considerado la principal herramienta para crear conversaciones audiovisuales y estímulos emocionales. Teóricos del cine como Pudovkin y Einstein desarrollan que las primeras ideas de Munsterberg están diseñadas para modelos que intentan formar categorías y relaciones internacionales de la conexión entre fragmentos para establecer una conexión entre receptores. (Smith, J. 2023, Hernández, J. 2024). Aprender cómo crear y editar vídeos de calidad para Instagram y saber cómo usar Instagram Stories es clave para atraer seguidores y conseguir likes. Instagram es una de las redes sociales en las que la nitidez de tus vídeos y el uso de imágenes de alta calidad es imprescindible para que incrementes tus

seguidores (García, M. 2022) . También elegir una app para videos de Instagram y poder editarlos es esencial para que tus contenidos gusten a tus seguidores.

3.Exportar de manera correcta el contenido: características de publicación

Instagram fomenta los vídeos que se muestran a pantalla completa, así que opta por un vídeo con un tamaño de 1080 px por 1920 px para una relación de aspecto de 9:16. Si bien esa relación de aspecto se aplica a los vídeos verticales, los vídeos horizontales también se pueden cargar con las mismas dimensiones Romero Nieva, E. 2018, Smith, J. 2023, Sánchez, D. (2022). Puedes publicar varios tipos de videos en Instagram, ya sea como un reels, o como una historia utilizando los siguientes formatos:

Video de tamaño horizontal: 1080 × 608 píxeles, tamaño de video vertical: 1080 × 1350 píxeles, tamaño de video de formato cuadrado: 1080 × 1080 píxeles, tamaño de video reels: 1080 × 1920 píxeles. Para ajustar el tamaño del video en Instagram, dispones de muy buenas aplicaciones, tanto gratuitas como de pago. Entre estas aplicaciones podemos mencionar: InShot: Puedes usar la aplicación para recortar y cambiar el tamaño de tus creaciones para las Historias de Instagram (9:16) o tu feed. Clideo: es Kapwing: es un editor de vídeo gratuito muy útil. una aplicación de edición de video de pago muy completa. BeeCut: Es una aplicación disponible en Android e iOS y viene con herramientas de edición. Animaker: es gratuita, además de cambiar el tamaño de los videos, te permite recortar, fusionar, rotar, silenciar, ajustar y acelerar sus clips.

Pasos para crear videos para las redes sociales:

1. Haz clic en el ícono + ubicado en la parte inferior de la pantalla.
2. Selecciona Video para continuar.
3. Mantén presionado el botón de círculo para continuar la grabación

4. Pulsa el botón siguiente en la esquina superior derecha para agregar un filtro.
5. Si lo deseas puedes elegir una portada.
6. Ahora puedes añadir una descripción, hashtags y finalmente publicar.

4. Uso de la información en instagram: realización audiovisual

Cuando se realiza una investigación sobre el uso de la información en Instagram para la realización audiovisual, es importante considerar diversos aspectos (Rodríguez, F. 2022, García, M. 2022, Pérez, L. 2023, Johnson, R. 2024). Algunos puntos clave a analizar podrían ser:

Tendencias de contenido: Investigar qué tipo de contenido audiovisual es más popular en Instagram, cómo se estructuran las publicaciones exitosas y qué temas o estilos visuales son tendencia en la plataforma.

Interacción con la audiencia: Estudiar cómo las marcas y creadores de contenido interactúan con su audiencia a través de videos en Instagram, cómo fomentan la participación y qué estrategias utilizan para aumentar la interacción.

Estrategias de promoción: Analizar las estrategias de promoción utilizadas en Instagram para la realización audiovisual, como el uso de hashtags, colaboraciones con influencers, publicidad paga, entre otros.

Impacto y resultados: Evaluar el impacto que tiene el contenido audiovisual en Instagram en términos de alcance, engagement, conversiones y otros objetivos de marketing.

Herramientas y funcionalidades: Explorar las diferentes herramientas y funcionalidades de Instagram (como IGTV, Stories, Reels, Live) y cómo pueden ser aprovechadas para la creación de contenido audiovisual.

Al investigar estos aspectos, se puede obtener una visión más amplia y detallada sobre cómo se utiliza la información en Instagram para la realización audiovisual y cómo se pueden implementar estrategias efectivas en esta plataforma.

5.Fundamentos de la Cinematografía en Reels de Instagram

La cinematografía en los Reels de Instagram es un aspecto crucial para la creación de contenido visual atractivo y de calidad en esta plataforma (López, A. 2024, Ramírez, P. 2024, Pérez, A. (2022)). Algunos de los fundamentos de la cinematografía que se pueden aplicar a los Reels de Instagram incluyen:

Composición visual: La disposición de los elementos dentro del encuadre es esencial para crear una imagen equilibrada y atractiva. En los Reels, es importante considerar la regla de los tercios, la simetría, la profundidad de campo y otros principios de composición visual.

Iluminación: La iluminación adecuada puede realzar la calidad visual de un Reel. Es importante jugar con la luz natural o artificial para crear efectos visuales interesantes y resaltar los elementos clave de la escena.

Movimiento de cámara: El uso de movimientos de cámara puede darle vitalidad y fluidez a un Reel. Se pueden emplear técnicas como giros, desplazamientos, steadicam o timelapses para producir efectos visuales sorprendentes.

Narrativa visual: Contar una historia de manera visual es fundamental en la cinematografía. En los Reels de Instagram, se puede utilizar una secuencia de clips cortos para transmitir un mensaje claro y coherente, manteniendo la atención del espectador.

Edición y postproducción: La edición juega un papel crucial en la cinematografía en los Reels. Es importante utilizar herramientas de edición para mejorar la calidad visual, ajustar el color, añadir efectos especiales y música, y optimizar el ritmo del video.

Al dominar estos fundamentos de la cinematografía en los Reels de Instagram, los creadores de contenido pueden producir videos atractivos y creativos que destaquen en esta plataforma y capturen la atención de su audiencia de manera efectiva Martínez, C. (2023).

6. Técnicas Avanzadas de Edición para Potenciar Reels en Instagram

Las técnicas avanzadas de edición son herramientas fundamentales para potenciar la calidad y el atractivo de los Reels en Instagram (García, J. 2023, Hernández, D. 2022, Pérez, R. 2024). A través de la creatividad y el dominio de diversas herramientas de edición, es posible destacar en esta plataforma y captar la atención del público objetivo.

- **Uso de efectos y filtros creativos:** Aplicar efectos y filtros creativos puede hacer que tus videos destaquen visualmente y llamen la atención de los espectadores.
- **Edición de audio:** Mejorar la calidad del sonido y crear una experiencia envolvente a través de la edición de audio, ajustando niveles, eliminando ruido o añadiendo efectos sonoros.
- **Incorporación de transiciones suaves:** Utilizar transiciones suaves entre clips para una presentación visual atractiva y fluida.
- **Herramientas de edición avanzada:** Aprovechar herramientas como ajustes de velocidad, superposiciones y efectos de texto para añadir dinamismo y creatividad a tus Reels.

- **Creación de contenido original y único:** Generar contenido original y único que destaque en medio del volumen de contenido en Instagram, capturando la atención de los espectadores.

Al emplear técnicas avanzadas de edición como el uso de efectos y filtros creativos, la edición de audio, transiciones suaves, herramientas avanzadas y la creación de contenido original, se puede potenciar significativamente la calidad y el atractivo de los Reels en Instagram. Estas estrategias permiten destacar en la plataforma, captar la atención del público y diferenciarse en un entorno digital cada vez más competitivo.(Rodríguez, F. 2022, García, A. 2023, Pérez, S. 2024). Al dominar estas técnicas, se abre la puerta a la creatividad y a la posibilidad de crear contenido visualmente impactante y envolvente para una audiencia cada vez más exigente en las redes sociales.

7. Estrategias Creativas para Mejorar el Engagement en Reels de Instagram

En el vertiginoso mundo de las redes sociales, donde la atención del público es un bien preciado, contar con estrategias creativas efectivas para potenciar el engagement en los Reels de Instagram se vuelve crucial para destacar y conectar con la audiencia de manera significativa (Gómez, L. 2023, Martínez, A. 2023, González, A. 2022, Ramírez, J. 2024,). La combinación de creatividad, relevancia y una interacción activa con los seguidores puede marcar la diferencia entre un contenido que pasa desapercibido y otro que genera interacción, participación y fidelización por parte de la comunidad virtual (Hernández, D. 2022, García, E. 2024). Aquí explicaremos algunas estrategias clave para impulsar la participación y el compromiso en esta plataforma visualmente dinámica. Las estrategias creativas para mejorar el engagement en Reels de Instagram incluyen:

- Contenido auténtico y relevante que conecte con tu audiencia.
- Uso de tendencias actuales y hashtags populares para aumentar la visibilidad.
- Interacción con seguidores a través de comentarios y mensajes directos.
- Publicación constante y consistente para mantener el interés de los seguidores.
- Colaboraciones con otros creadores para ampliar el alcance y diversificar el contenido.
- Empleo de llamados a la acción (CTA) para incentivar la interacción del público.
- Análisis de métricas y ajuste de estrategias según el rendimiento de cada Reel.

La implementación de estrategias creativas para mejorar el engagement en los Reels de Instagram no solo implica la creación de contenido atractivo, sino también el fomento de una comunidad participativa y comprometida (Torres, L. 2023, Martínez, R. 2022).

Al conectar de manera auténtica con la audiencia, aprovechar las tendencias actuales, fomentar la interacción, mantener una presencia constante y analizar el rendimiento de cada publicación, se establecen las bases para un crecimiento orgánico y sostenido en esta plataforma García, A. (2023). Al aplicar estas estrategias de manera coherente y adaptativa, es posible fortalecer la presencia online, aumentar la visibilidad y construir relaciones duraderas con los seguidores en el dinámico mundo de los Reels de Instagram.

Discusión y conclusiones

En el vertiginoso mundo de las redes sociales, donde la atención del público es un bien preciado, contar con estrategias creativas efectivas para potenciar el engagement en los Reels de Instagram se vuelve crucial para destacar y conectar con la audiencia de manera significativa. La realización audiovisual en Instagram se aplica de diversas formas, permitiendo a los usuarios crear contenido visualmente atractivo a través de fotos, videos e historias, con herramientas

visuales, musicales y textos animados para captar la atención de la audiencia. Además, el montaje ha sido reconocido como una herramienta fundamental para generar conversaciones audiovisuales y estímulos emocionales, siendo clave aprender a crear y editar vídeos de calidad para atraer seguidores y conseguir interacciones positivas en la plataforma.

Al exportar el contenido en Instagram, es esencial considerar las características de publicación, como el tamaño y formato de los videos, para garantizar una visualización óptima. Asimismo, el uso adecuado de aplicaciones de edición puede mejorar la calidad visual y la presentación de los contenidos audiovisuales en la plataforma. Al investigar el uso de la información en Instagram para la realización audiovisual, se destacan aspectos como tendencias de contenido, interacción con la audiencia, estrategias de promoción, impacto y resultados, así como las herramientas y funcionalidades disponibles en la plataforma. Estos elementos son fundamentales para comprender cómo utilizar la información de manera efectiva y desarrollar estrategias exitosas en la creación de contenido audiovisual en Instagram.

En este contexto, las técnicas avanzadas de edición juegan un papel crucial para potenciar la calidad y el atractivo de los Reels en Instagram. A través del uso de efectos y filtros creativos, edición de audio, transiciones suaves, herramientas avanzadas y la creación de contenido original, se puede destacar en la plataforma y captar la atención del público objetivo. Por otro lado, las estrategias creativas para mejorar el engagement en los Reels incluyen contenido auténtico y relevante, uso de tendencias actuales, interacción constante con los seguidores, publicación consistente, colaboraciones con otros creadores, llamados a la acción y análisis de métricas. Al aplicar estas estrategias de manera coherente y adaptativa, es posible fortalecer la presencia online, aumentar la visibilidad y construir relaciones duraderas con los seguidores en el dinámico mundo de los Reels de Instagram.

Referencias

1. Hirose, A. (2024). El impacto del marketing digital en la presencia en línea de las empresas.
2. Chávez, H. T., & Costales, A. C. (2023). Estrategias Digitales en redes sociales para aumentar el engagement
3. Arteaga, F. R. (2022). Producción audiovisual para la creación de contenidos digitales en YouTube.
4. García Leiva, MaT. (2019). Plataformas en línea y diversidad audiovisual.
5. Barredo, I. C. (2018). *Marketing digital: Mide, analiza y mejora*. ESIC Editorial.
6. Torres, L., Vanegas, J. J., Sánchez, J. R., Ascencio, D. A., & Gonzalez, M. R. (2002). Innovación y creatividad.
8. García-Lavernia Gil, J. (2019). Panorámica del marketing.
7. Kutchera, J., García, H., & Fernández, A. (2014). *EXITO: su estrategia de marketing digital en 5 pasos*. Grupo Editorial Patria.
8. Cubillos Vargas, H. Y. *Informe práctica profesional community manager* (Doctoral dissertation, Universidad Santo Tomás).
9. Martín, P. (2018). Teletrabajo y comercio electrónico.
10. Martínez Polo, J. M. (2015). Marketing digital: guía básica para digitalizar tu empresa.
11. Rodríguez, M. D. P. (2015). E-marketing: marketing a través de Internet. Editorial ICB.
12. Cancela Jacobo, L. (2022). Distribución marxinal en liña: A compra de produtos de segunda man a través de internet.

13. Romero, J., Romero, E., & Romero, M. (2018). *Vender en las plataformas digitales*. ESIC Editorial.
14. Smith, J. (2023). El papel de las redes sociales en la promoción de productos y servicios.
15. García, M. (2022). Instagram como plataforma clave para la promoción empresarial.
16. Pérez, L. (2023). La relevancia de los reels de Instagram en el marketing contemporáneo.
17. Johnson, R. (2024). El auge de las estrategias visuales en el marketing digital.
18. Torres, E. (2023). El uso estratégico de las redes sociales en el ámbito empresarial.
19. Sánchez, D. (2022). La importancia del contenido dinámico en Instagram para la interacción con la audiencia.
20. López, A. (2024). Reels de Instagram: una herramienta emergente en el marketing digital.
21. Martínez, C. (2023). La cinematografía como factor clave en la creación de contenido visual en redes sociales.
22. Rodríguez, F. (2022). Tendencias actuales en el uso de Instagram para promoción empresarial.
23. González, S. (2023). El poder del contenido audiovisual en la era digital".
24. Ramírez, P. (2024). El impacto de la creatividad en la efectividad del marketing en redes sociales.
25. Pérez, A. (2022). El marketing digital como estrategia fundamental para las empresas.
26. García, J. (2023). El marketing visual en la era de las redes sociales.
27. López, M. (2024). La narrativa visual como herramienta de conexión con la audiencia en Instagram.
28. Soto, R. (2023). El diseño de contenido como factor determinante en la atracción de usuarios en redes sociales.

29. Hernández, D. (2022). Estrategias efectivas para la creación de contenido atractivo en Instagram.
30. Pérez, R. (2024). El storytelling visual como técnica de engagement en redes sociales.
31. García, A. (2023). La evolución del marketing digital y su impacto en las estrategias empresariales.
32. Martínez, J. (2022). El uso estratégico de las herramientas visuales en Instagram para el marketing empresarial.
33. Pérez, S. (2024). El impacto de los reels de Instagram en la estrategia de marketing de las empresas.
34. Gómez, L. (2023). La influencia de Instagram en la percepción de marca y la fidelización de clientes.
35. Rodríguez, J. (2022). La relevancia de la creatividad y la originalidad en los reels de Instagram como herramientas de marketing.
36. Martínez, A. (2023). El potencial de los reels de Instagram para aumentar el alcance y la visibilidad de las empresas en línea.
37. García, P. (2024). La importancia del contenido visual dinámico en la estrategia de marketing digital: el caso de los reels en instagram.
38. López, R. (2023). Cómo aprovechar al máximo los reels de Instagram para generar engagement y conexión con la audiencia.
39. Sánchez, M. (2022). Los reels de Instagram como herramienta para contar historias y construir narrativas de marca efectivas.
40. Leyva Heras, S. A., & Rodriguez Navarrete, G. P. (2024). Estrategias de marketing digital en instagram y la intención de compra de tours de viajes en universitarios trujillanos, 2023.

41. Sorribes Pérez, P. (2023). Influencers y marcas: nuevas tendencias, narrativas y recursos en la era digital.
42. González Cifuentes, D. A. (2023). El impacto de los influencers de belleza en Instagram.
43. Arango Quintero, H. M. (2022). El marketing 4.0 como estrategia de posicionamiento para la tienda Jazz Music ubicada en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.
44. Torres, L. (2023). Cómo utilizar los reels de Instagram para destacar la personalidad y los valores de la marca.
45. Martínez, R. (2022). La viralidad como objetivo: estrategias para aumentar el impacto de los reels de Instagram en la audiencia.
46. García, E. (2024). La importancia de la planificación y la consistencia en la publicación de reels de Instagram para el éxito del marketing digital.
47. Pérez, J. (2023). El poder del entretenimiento en los reels de Instagram: cómo captar y retener la atención del público objetivo.
48. López, M. (2022). El futuro del marketing digital: perspectivas y oportunidades en la era de los reels de Instagram.
49. Laurente Reategui, X. D. F. (2022). Análisis de la estrategia de comunicación de Reels para Instagram en la empresa Cohem Games, Lima, 2022.
50. Gómez Tavera, J. F. (2023). Propuesta de lineamientos para la elaboración de una estrategia de contenidos en Instagram para la cuenta oficial de la Universidad de Piura.