SMW - Il Turismo ai tempi di Instagram

Guadagnarsi da vivere facendo foto con il cellulare. Magari viaggiando nei posti più belli del mondo. Questo è quello che fanno gli **Instagramers**, riunitesi in una associazione, gli **Igers**, che sono intervenuti alla **SMW di Roma** organizzata da **Business International**, per raccontare la loro esperienza. Che, come per tutte le novità, non è stata immediatamente capita e ha scatenato gelosie e rancori in altre categorie di "operatori della comunicazione", siano questi digitali e/o social, oppure più tradizionali. Insomma giornalisti contro blogger, blogger contro Instagramers, poco amati all'inizio anche dai fotografi, e Instagramers contro chi? Forse contro gli **Steller**, o come diavolo si chiameranno, ovvero gli adepti alla nuova piattaforma che racconta storie attraverso una combinazione di testi, foto e video (ma non erano i giornalisti questi?). Applicazione che, nella massima trasparenza, è stata suggerita dalla stessa presidentessa degli Igers Italia la marchigiana **Ilaria Barbotti**.

Barbotti che spiega, però, che non basta un cellulare dell'ultima generazione per diventare Igers, anche se aiuta, così come non basta *spammare* la Rete di tweet o post su **Facebook** per diventare un *social evangelist*. "Noi ormai riconosciamo facilmente i professionisti da chi si improvvisa" afferma Barbotti, e ce ne sono tanti, aggiungiamo noi, sia tra gli Instagramers che tra i blogger e, naturalmente anche tra i giornalisti. "Noi siamo cresciuti tanto, dandoci delle regole deontologiche, e collaborando seriamente con diverse iniziative. Molte nel campo turistico, come il primo grande evento **Instragram** di **Barcellona** organizzato dalla regione con i nostri corrispettivi catalani, o i più recenti eventi realizzati con **Pecora Verde**, conclusosi su un tram d'epoca a Milano (vedi la cronaca. C'eravamo anche noi di Wbm!, ndr) o l'I**nstarail in Abruzzo**". Oppure, ancora, la **MyPugliaExperience**, evento internazionale a cui ha partecipato, tra gli altri un altro degli Igers presenti alla sessione, **Marco Bottalico**. Turismo ,ma non solo: "stiamo ad esempio collaborando con **Bmw o con Ceres**" dice Barbotti, che prosegue: "naturalmente gli eventi Iger devono esser programmati all'interno di un piano strategico più ampio e non deve essere una toccata e fuga. I grandi Instagramers con diverse migliaia di follower, reali e non comprati, sono capaci di ottenere mille o duemila like sulle loro foto. Una ricchezza che si deve coltivare sui social e con altri mezzi. E che gli Instagramers continuano a stimolare con **latergram**, ovvero le foto postate nelle settimane dopo l'evento in questione, così come di solito fanno prima dell'evento stesso, con *teaser* anche sugli altri social network".

Insomma anche qui, come nella maggior parte dei lavori, ci vuole passione, conoscenza del mezzo, come ha dimostrato anche Bottalico nella spiegazione di ***How to use Instagram*** all'inizio dell'incontro, "guida rapida" all'uso correlata anche dalla storia del social network dei ***Mobile photographers***, e "tanta curiosità più una buona dose di anticonformismo, che ci ha portato a collaborare con realtà come Pecora Verde, appunto, con il challenge #fuoridalgregge o con **Notfortourist**, per far conoscere la Roma nascosta ai nostri follower" spiega la terza Iger presente all'incontro, la romana **Silvia Cretella**.

Per chi volesse saperne di più, oltre che sui loro profili Instagram, ecco il sito dell'associazione www.instagramersitalia.it, o, se vi troverete a passare per Trieste il prossimo 4 ottobre, potreste rivolgervi direttamente agli oltre 200 Instagramers che parteciperanno alla 4a edizione dell'**Instameet** italiano. Buoni (Insta)tweet a tutti!