



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Yo soy tu datita (YSTD) : producto digital de recomendaciones**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Lucía Devoto**

**Brenda Borovich**

**Victoria Ponferrada, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2021**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)



Buenos Aires, 7 de mayo

La tesina “Yo soy tu gatita” (Número 4964.2020) es una tesina de producción. Puede accederse a ella de forma permanente y sin restricciones aquí:

<https://drive.google.com/file/d/1c5KgpLuEIU19z2pt85FwZ5gWZ3SMTSB/view?usp=sharing>

El documento a continuación es el bitácora que la acompaña y que forma parte de los requisitos de las tesinas de producción de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).

Los derechos de autor y de copia comprendidos en las obras publicadas en sitios ajenos al repositorio no comprenden a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

Lucía Devoto y Brenda Borovich

lucijdevoto@gmail.com, brenda.borovich@gmail.com

# **Yo soy tu datita (YSTD)**

## **Producto digital de recomendaciones**

### **Tesistas**

**Brenda Borovich. Dni 38.050.937**  
**brenda.borovich@gmail.com**

**Lucía Jazmín Devoto. Dni 35.560.669**  
**luciajdevoto@gmail.com**

### **Tutora**

**Victoria Ponferrada**

# YSTD

TESINA DE PRODUCCIÓN

*link a bitácora*

*Link a*

*Instagram.com/YoSoyTuDatita*

# ¿QUÉ SOMOS?

YSTD es un **producto digital** que comparte **datita** sobre **consumos** de todo tipo (desde culturales hasta gastronómicos) y **reflexiona** sobre las formas de relacionarnos -ahora más que nunca- mediadas por las pantallas.

Toma elementos de diferentes universos como el **pop**, el **reggaetón** y la **generación millennial** y confluye en una cuenta ecléctica cuyo tono es **fresco, irónico, descontracturado y divertido.**

**Es una forma de ver el mundo y sobrevivir al 2020, como Britney sobrevivió al 2007 😊**

# TARGET

👉 Personas de **18 a 36 años**, CABA

👉 **C3**

👉 Le gustan las cosas nuevas. Se informan, socializan y consumen a través de internet

👉 Comparten valores por lo **emprendedor, under, sustentable**



**Para estas personas la eficiencia no es necesariamente buena...  
A veces las cosas buenas pueden tardar un poco más 🙌**

**Le interesa conocer cosas buenas y nuevas, más si se lo recomienda alguien en quien confía 😊. No tiene la capacidad de invertir mucha plata pero sí gastar en pequeños placeres cotidianos o microgastos que lo ameritan por la oferta.**

**Se interesa por consumir productos de emprendedorxs autogestivxs, pero no siempre sus ingresos se lo permiten, por lo que accede a otros donde prima el beneficio del bajo precio.**

# TARGET

- 👉 Problematizan cuestiones **sexoafectivas**, o tal vez les gusta leer al respecto. Mismo con la perspectiva de género. El **feminismo** les atraviesa directa o indirectamente.
- 👉 Se sienten interpeladxs por un lenguaje y **tono amigable y relajado**
- 👉 Aman los memes
- 👉 Son seguidorxs y consumidorxs de divas y figuras populares en el mundo del pop, reggaetón y ritmos urbanos.

# MAPA DE LA COMPETENCIA

PÁGINAS PERIODÍSTICAS

LA PRIMERA  
PIEDRA

OH LALA

REVOLT

PÁGINAS DE RECOMENDACIONES

AGENDA  
FEMINISTA

DATAZO

FINDE CLUB

AGENDA AMIGA  
EMPRESARIOS

**YSTD**

NO ES DE  
VEGANA

EL FRENT  
BRITNIFICANTE

NENECA

LA BRITNEY DE  
CADA DÍA

MEMES DEL  
TERCER MUNDO

EL SECRETO DE  
SUS MOMOS

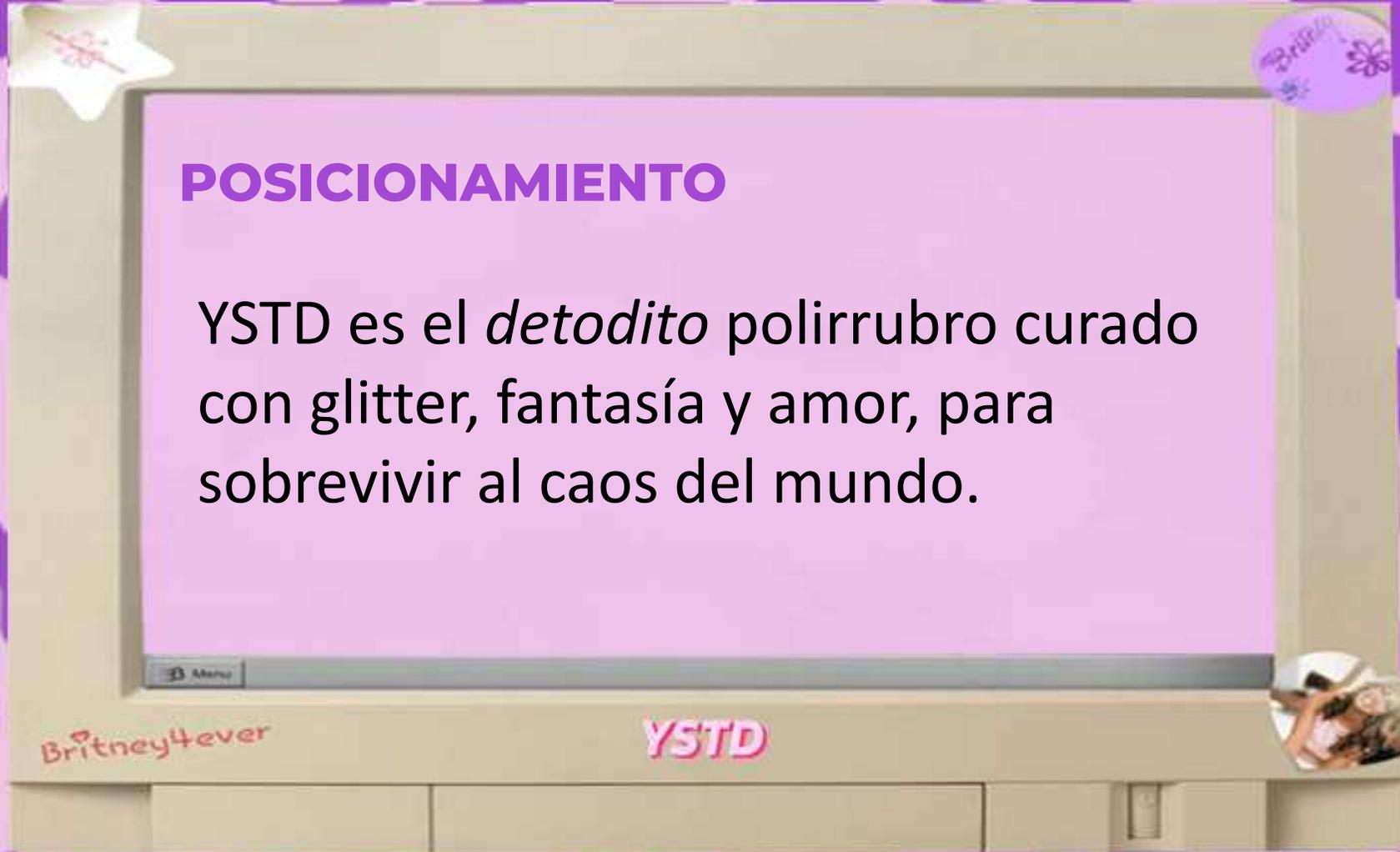
ACTIVISMO  
MILLENNIAL

PÁGINAS MÁS SOCIALES

PÁGINAS MEMÉTICAS

## POSICIONAMIENTO

YSTD es el *detodito* polirrubro curado con glitter, fantasía y amor, para sobrevivir al caos del mundo.





# TAGLINE

Porque la datita buena se comparte.

# ESLOGAN

Detodito curado con amor.

# VISIÓN

Hacer de las redes un lugar más **amable** y **colaborativo**.

# MISIÓN

Brindarle a lxs seguidorxs un espacio donde **encontrar data de todo tipo**: desde info de clases virtuales, series, películas, emprendimientos, hasta lecturas que nos hagan repensar el mundo.



# VALORES

FEMINISTA

AHORRADOR

COLABORATIVO

CONSCIENTE

PERSPECTIVA DE GÉNERO

# OBJETIVOS

👉 Generar un producto de comunicación que funcione a modo de **agenda de recomendaciones, datas y cosas polirrubros**

👉 y al mismo tiempo proponga una **catarsis 2.0** inspirada en los pensamientos que nos movilizan tanto la cuarentena como la vida digital en general.

👉 **Sociabilizar la data** para crear una red más amable de contenidos que sirvan para lxs demás, contrarrestando el mundo hostil que -nosotras creemos- plantean las redes sociales.

👉 Brindar una mirada con **sensibilidad social y perspectiva de género** sobre distintas problemáticas que nos atraviesan.

# EL NOMBRE

⚠️ **ALERTA: ESTA CANCIÓN ES PEGADIZA** ⚠️

Surgió a partir de la canción de reggaetón “Yo soy tu gatita”\*

👉 El juego de palabras entre datita/gatita es **divertido, pegadizo y popular** (nuestra cuenta es para todxs) y da cuenta del espíritu que queremos transmitir.

\* Canción de La Factoría. <https://www.youtube.com/watch?v=DpzvPfTdnXk>

# NUESTRO ESTILO

Descontracturado, informal, catártico,  
millennial, coloquial, irónico,  
hilarante, ansioso, compulsivo, pop,  
sobrecargado.



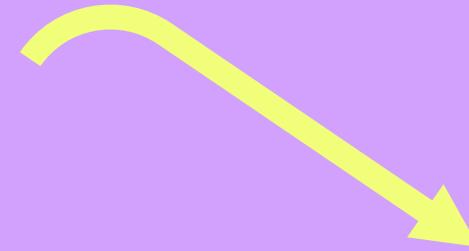
# ¿CÓMO HABLAMOS? NUESTRO TONO

Buscamos interpelar a nuestro alocutario con un tono descontracturado e informal, cargado de palabras deformadas y neologismos que utiliza nuestro target (como “same”, “datuchi”, “amichis”, “mega” y “cuarentini”, entre otras).

Enunciamos desde un nosotras como “amigas”, y producimos cercanía con el receptor desde el lenguaje y la elección de ciertos recursos como los emojis.

Usamos lenguaje inclusivo fijando posición política a favor del mismo.

# ¿CÓMO HABLAMOS?



**Y CON EMOJIS,  
MUUUUCHOS EMOJIS**

recomendadíiiiisimo.

nuestros favs

Same Nati, same... 🤔

(ah re),

Por acá ya vimos varias. Si se lo bajan nos avisan ¿OKA? besuchis. 🍷💋

Win-win.

**yosoytudadita** Amamos muchas cosas, amamos los colash.

la tecnología puede darnos ansiedad, así que recuerden regular sus tiempos en las pantallas amishh

y con envío por mensajería o retiro al toque, ofcors)

Queríamos reunir tres opciones piolas que le ganen al binomio pizzaempanada y no sean cadena (ni de Palermo 🤔(ツ)🤔)

amiwis.

Es tiempo de suPPPscribirse!

**yosoytudadita** Cuanto machirulo haciéndose la vissstima. Tenquiu, nexsst!

día 210 de la cuarentena. Todo muy SAME.

**yosoytudadita** No importa lo que te duela, same amigah, same.

SU-PPORT!

Datita, datitón!

destacadas!) Si te gustan las flores, los brillos y los estampados, MEGA, seguila.

Así que acá te recomendamos panaderías en CABA que nos vuelven laaaaaaacas.

balística del trazo. Además, es graaaatiiiiis. GRAAA TEEES!

**yosoytudadita** Una ruleta recopilatwitts remil Y Sí.

# UNIVERSO DE PERSONAJES

Nuestro universo de personajes está compuesto por muchas **mujeres, divxs, diosxs, emblemas**. Tanto del **pop**, como Rihanna y Britney Spears, del **reggaetón**, como Ms Nina e Ivy Queen, y de la escena local, por ejemplo Nathy Peluso y Nati Oreiro.

También incluimos **influencers del mundo digital**, como el Dj Shuubas y la *youtuber* Contrapoints, y **personajes icónicos** como el astrólogo Walter Mercado.





# LO MEMÉTICO

FUNCIONA COMO CÓDIGO COMPARTIDO Y COMO EXCUSA  
PARA HABLAR DE LO QUE NOS IMPORTA

Supone un llamado de atención desde lo estético y lo lingüístico e implica una identificación con el alocutario. **La intención es hacer piezas compartibles.**  
Creamos imágenes de este estilo con nuestro tono y universo de personajes tanto para las recomendaciones como para piezas exclusivamente meméticas.

# PALETA Y TIPOGRAFÍAS

## Paletas



#A2D2C8 #C985E9 #F78CD4 #F79C5C #00B0F0



#E1BEE7 #F8BBD0 #F0E68C #B0E0E6 #C0C0C0

## Logo

YO SOY  
TU  
DATITA

YSTD

## Tipografías

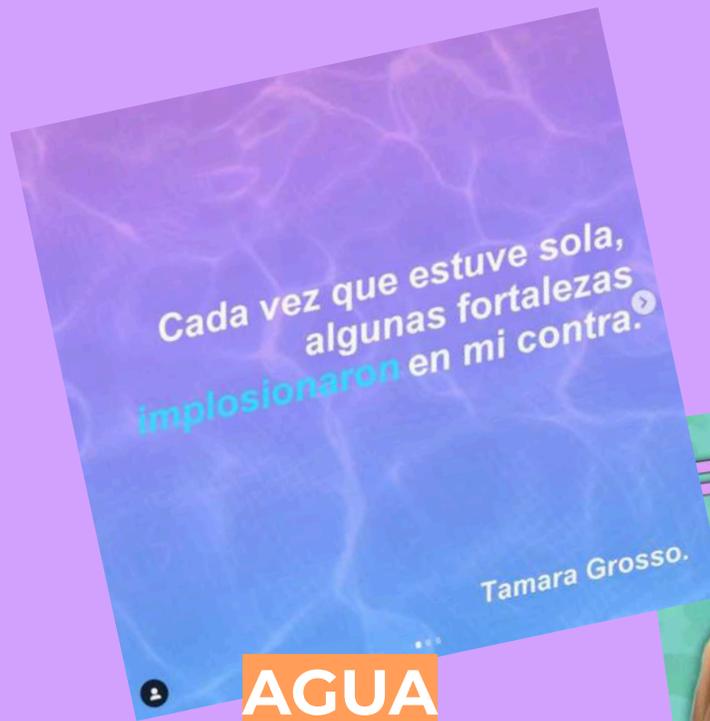
**Montserrat Bold**

**Montserrat Black**

**Old English Five**

— | minúscula, mayúscula, trazo  
negro máximo 3px

# NOS PERMITIMOS AGREGAR TEXTURAS



AGUA



ANIMAL PRINT



PATRONES PROPIOS



CIELOS



GLITTER

# ESQUELETO DE CONTENIDOS

1.DATITA RECOMIENDA

2.CATARSIS

3.MEMÉTICO

4.FORMATOS EXTRA

1

CATEGORÍA	FORMATO	SUBFORMATO	EJEMPLO
<b>DATITA RECOMIENDA / CONSUMOS PARA HACER EN CASA</b>	<b>LECTURAS</b>	<b>POEMAS</b>	. 3 Poemas que nos gustan 1
		<b>LIBROS</b>	. Libros para perderse y encontrarse . La salvación de lo Bello
	<b>PARA HACER</b>	<b>CURSOS</b>	. Ejemplo Planes por zoom . Ejemplo Yoga y elongación para mover el cuerpo
		<b>FIESTAS VIRTUALES</b>	. Ejemplo Ah Pero Anoche y Sepicall . Fiesta Rosa perreo vs Triball Sonidera
	<b>PARA VER</b>	<b>RAZONES PARA REWATCHEAR</b>	. The Nanny
		<b>AUDIOVISUAL</b>	. El dilema de las RRSS . Documental Walter Mercado
	<b>PARA ESCUCHAR</b>	<b>PODCAST</b>	. 4 Podcasts
		<b>MÚSICA</b>	. Lanzamientos musicales pandémicos
	<b>CUENTAS QUE NOS INTERESAN</b>	<b>X</b>	. Sexólogas . Cuentas random 1
	<b>COMPRAS</b>	<b>X</b>	. Pizza de Local . Ranking de heladerías . Luces mostras . Data objetos vintage
	<b>X QUE SÍ</b>	<b>X</b>	. Newsletters que sí . Ilustradoras que sí . Vintage que sí

# DATITA RECOMIENDA. EJEMPLOS.



Lecturas



Compras



Para ver



Para hacer



Para escuchar

2

CATEGORÍA	EJEMPLO
<b>CATARSIS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Dejá de seguir al influencer que te hace mal</li><li>. Desarmemos la lógica hostil de las redes sociales</li><li>. Machismo y reggaeton</li><li>. Ojo con forzar el deseo</li></ul>

## 2. CATARSIS. EJEMPLOS

👉 HABLAMOS DE TEMAS SOCIALES QUE NOS ATRAVIESAN

👉 TERMÓMETRO DE ASUNTOS DE AGENDA



Sobre el deseo



Sobre lxs influencers

3

CATEGORÍA	FORMATO	EJEMPLO
MEMÉTICO	MEME DE CAJA	<ul style="list-style-type: none"><li>. ¿Qué Bad Bunny sos hoy?</li><li>. Nivel de "tirada en la cama"</li><li>. Solo tengo dos moods / Tomasa del Real</li></ul>
	MEME SIN CAJA	<ul style="list-style-type: none"><li>. Ejemplo Planes por zoom</li><li>. Ejemplo Yoga y elongación para mover el cuerpo</li></ul>

4

FORMATOS EXTRA	TWITTS CON CRÉDITO A AUTORX	<ul style="list-style-type: none"><li>. Volúmen 1</li><li>. Volúmen 2</li></ul>
	MOODBOARD	<ul style="list-style-type: none"><li>. Verde</li><li>. Violeta</li></ul>
	DATA INFORMATIVA	<ul style="list-style-type: none"><li>. Data sobre sexting</li><li>. Aborto 2020</li><li>. Cupo laboral travesti-trans</li></ul>
	CUENTAS QUE NOS INTERESAN	<ul style="list-style-type: none"><li>. Sexólogas</li><li>. Cuentas random 1</li><li>. Cuentas random 2</li></ul>

### 3. CONTENIDO MEMÉTICO. EJEMPLOS



Con caja



Sin caja

En algunos casos usamos este recurso para realizar recomendaciones, pero también lo usamos como un formato aparte.

### 4. FORMATOS EXTRA. EJEMPLOS



Ruleta de twitts



Moodboard

**¿Cuál es el criterio para compartir una datita?**

**Recomendamos cosas que nosotras consumimos manteniendo el criterio con respecto a nuestros valores. Privilegiamos lo emprendedor, independiente, barrial y sustentable.**

**Aunque preferimos estos circuitos alternativos, no estamos completamente por fuera de lo *mainstream*. Aparece así Netflix, supermercado Día%, algunos comercios con Rappi, pero con ciertos límites y recaudos.**

# EL FEED

"Hey me voy a dormir temprano  
Yo 3 AM!"

ILUSTRADORAS QUE SI

Myrna Lee  
No puedo salir de la cama para ir al living a trabajar y me pregunto de dónde sacábamos la fuerza para ir AL CENTRO?

Ve siempre una familia más y lo...  
22 años 3 minutos después

DATITA MOSTRA

Pidiendo sabores que c...  
en el pote compartido...

SIN CONCIENCIA  
NO HAY FUTURO

Yo: voy a intentar ser...  
positivx / También yo:

EL PRIMER  
DÍA DE LA  
CUARENTINI AHO

PANDEMIA  
CRISIS MUNDIAL  
MIS PLANES  
2020

PLANES  
POR ZOOM

MÍERCOLES DE PIZZA  
PICSA  
PIPSA

1 LLENITY  
2 FULL BOZ AZUL  
3 EN UNA  
4 MOERTA  
5 COMI MIS MIERX  
6 EN BERRA

DATITA

MICRAÑA  
STRESS  
BASAR UNA  
SERIE EN LA  
COMPU Y QUE  
SE LLENE DE  
VIBES

PRIMAVERAL

TU MES DE NACIMEN...  
es tu MOOD del d...

TU MES DE NACIME...  
es tu MOOD del día

TE ROMPO TODO  
MENOS EL  
CORA  
Julio

TODO ME  
MALE SAL  
Enero

¿Me haces una propuesta para volver  
y me pedis un toallón y una toalla?

Es verdad que si Britney sobrevivió a  
2007 el resto de los mortales  
podemos con 2020, lo que es una  
locura es que la chabona va a  
sobrevivir A LOS DOS es mejor que  
Batman.

NEWSLETTER  
QUE SI

EL 2020  
ES UN GRAN  
martes 13

Hartx de lxs  
tirapostas

CONTRAPUNTS

Tu MES DE NACIMEN...  
es tu MOOD del día

TE ROMPO TODO  
MENOS EL  
CORA  
Julio

TODO ME  
MALE SAL  
Enero

¿Me haces una propuesta para volver  
y me pedis un toallón y una toalla?

Las facturas que quiero/  
Las facturas que tengo

Diva%

TODOS LOS DIAS SON DIAS  
PARA UN CHAMBUCHITO

Pizza  
Vino  
Gamuchi

Más V  
Helad  
Por  
No flix  
Pelle  
B A ta

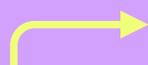
yo perreando  
en la fiesta

yo cuando pienso  
en las letras de  
las canciones

# DECONSTRUYENDO POSTEOS

# DATITA RECOMIENDA – PARA VER

## EJEMPLO RAZONES PARA *REWATCH* HEAR THE NANNY



Siempre una ubicación ad hoc, este caso el barrio donde vive la protagonista



yosoytudatita • Siguiendo  
Flushing, Queen's



Usamos un álbum compartible de una de sus líneas icónicas en la serie.

101

8

27

12

# DATITA RECOMIENDA – PARA VER

## ADEMÁS DEL CHISTE EN LA IMAGEN, EN EL COPY COMPLETAMOS EL SENTIDO

**yosoytudatita** Icónica, única e inigualable Fran Fine  
[@officialfrandrescher](#)

Nos propusimos hacer una breve lista de 3 razones para hacer un rewatch de The Nanny (rewatch porque niiiiiii queremos pensar en que no vieron esta serie!)

1. Es demasiado divertida y los chistes siguen siendo graciosos hoy en día (que no es poca cosa para una serie que se estrenó hace 26 años!). Hay algunos asuntos que podríamos discutirle como su obsesión con el matrimonio, apuro para casarse con un doctor o la obsesión con su edad, pero sinceramente es una de las primeras series que pone a una protagonista mujer a ridiculizar hombres, ubicar comentarios machirulos y ser sencillamente I-CO-NIC y tan unapologetic.

2. Los looks idos. La vestuarista de la serie [@brendacooperstyle](#) y todo lo que Fran representa con su maquillaje y pelo marcaron para siempre una generación y sobre todo un estilo de ser y mostrarse. Ella siempre diosa, despampante, de colores fuertes, taconeando y en animal print.

Hay muchas fan pages que recopilan sus outfits, en historias vamos a dejar algunos de nuestros favs 🥰

3. No hay personajes malos. Niles, Yetta, el pelo postizo de su papá, Silvia, la pubertad de Maggie TOOOODO es chiste tras chiste, gag tras gag.

4. Una razón extra: Silvia, same el mismo hambre constante y voraz. Same.

Si todavía no se suscribieron a Amazon Prime es YA un buen momento \*clears throat\*: es más barato que Netflix, podés tener varias cuentas viendo en simultáneo a.k.a. compartir la cuenta con amichis y la más mejor de las mejores razones, tiene cosas muuuy piolas para ver incluida la serie de la única, inigualable Fran Fine.

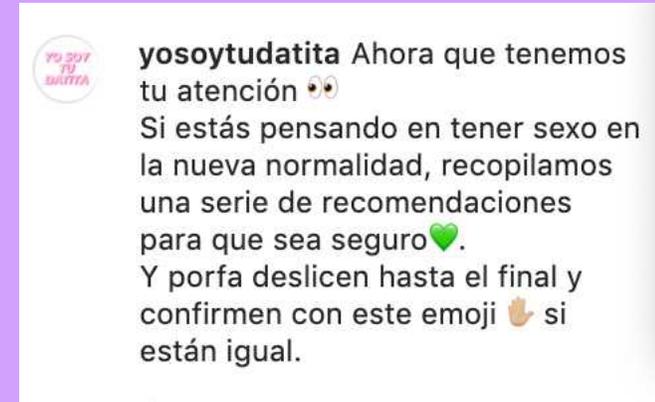
Si la amás tanto como nosotras contanos por qué 🥰👉

Yyy si nunca viste o no arrancaste a ver La Niñera el momento es AHORA. Lit YA, andá... te esperamos acá.

# CATARSIS

## EJEMPLO SEXO EN CUARENTENA

→ Juego de sentido con la ubicación



→ Call to action en el copy

En este posteo hicimos un editado propio con nuestra paleta incluyendo un álbum de placas de recomendaciones para cuidarse durante la pandemia. Era coyuntural de un momento donde la gente empezaba a salir más por el aumento de las actividades permitidas. Tuvo 25 compartidos.

# CATARSIS

## EJEMPLO SEXO EN CUARENTENA

1. Espaciar  
encuentros a  
14 días y estar  
atentx a síntomas

YSTD

2. Ser sincerxs y  
charlar si hubo  
encuentros estrechos  
anteriores con otras  
personas -ya sean  
sexuales o de cualquier  
índole-

YSTD

3. Usar  
preservativo  
siempreeeeeeee

YSTD

4. Tener muy  
en cuenta que  
es una actividad  
de alto riesgo

YSTD

Lo primero que lees es lo que  
le falta a tu 2020

U	G	S	E	X	O	G
S	E	X	O	C	S	I
Q	S	E	X	O	P	W
E	X	S	E	X	O	E
S	E	X	O	T	Q	F
T	E	S	E	X	O	V
L	H	S	E	X	O	P

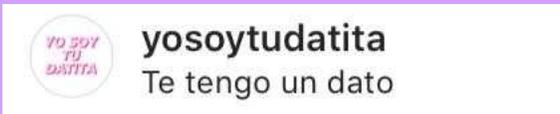
YSTD



Contenido divertido memético de elaboración propia al final del álbum

# DATITA RECOMIENDA – X QUE SÍ

## EJEMPLO NEWSLETTERS QUE SÍ



**yosoytudatita**

Te tengo un dato



En la foto fue un editado de la diva Mariah Carey con la leyenda que caracteriza al formato “X que sí”.

📧 **yosoytudatita** En esta cuarentini una de las cosas que más nos gustó fue suscribirnos a newsletters amiwis. Una vez por semana viene magia de todo tipo al mail, que es una re linda alternativa a algunas rrrs tóxicos y a medios de comunicación hegemónicos. Datita de datita: amiguis, activen sus alarmas y suscribanse a estos #newsletters del amor (y ya dijimos datita?) 📧

📧 En un gesto hermoso y divertido @valenzine en sus envíos nos explica como funciona "alguna cosa". Con su curiosidad e imaginación que vuela, Valen explica por ejemplo dibujar mariposas, hacerse muchas preguntas, el amor a distancias y más hermosedades de la hermositud. Todos los domingos a la mañana (domingo es un RE día para mimarse con esta lectura) sale un nuevo envío de este newsletter que se llama, porsupoio, @comofuncionanlascosas.

📧 El newsletter poético-económico de @mar.pedrazzoli. Una de las mejores recomendaciones que nos dio una ex compa de laburo. Todos los lunes manda un newsletter sobre economía con una perspectiva muy copada. Info del bien con explicación para todes.

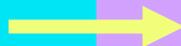
📧 "Un sinónimo para la palabra "amor". @tamaraestaloca y @gustavoyuste todos los sábados te mandan intercambios de cartas entre ellxs en tu mail. Así como lo escuchás, todos los sábados podés recibir cartitas intentando definir lo que es el amor. Sí a eso. Se podrá?

📧 Vuela un Glitch todas las semanas desde Nueva York, a cargo de @malendenis. Un newsletter con reflexiones sobre fracasar, trabajo, dinero y mucho más, por esta escritora y periodista que nos encanta. Seguro la escuchaste por la Futu o la leíste! Es tiempo de suPPPscribirse!

📧 @finde.club es un newsletter con datos espectaculares de la internet y de negocios locales. Si sos de amigos de Finde.club, tenés descuentos en deliverys de comida, vinos, libros y más, muy yas. Es un newsletter lleno de data del bien.

Le dedicamos un breve párrafo a cada recomendación.

# DATITA RECOMIENDA – X QUE SÍ



Todas las fotos van con etiqueta a la recomendación



Se arma una portada y luego se despliega un álbum con fotos de cada recomendación desarrollada en el copy. Este formato se repite en todos los contenidos de esta categoría.

# USAMOS UBICACIONES CREATIVAS



**yosoytudadita**  
HARTA



**yosoytudadita**  
El amor todo lo puede



**yosoytudadita**  
En Un Mundo de Fantasia



**yosoytudadita**  
Viendo Videos en Youtube



**yosoytudadita**  
En Algún Lugar De Internet



**yosoytudadita**  
Aires Verdes



**yosoytudadita**  
Casa Perreando

# 3 CASOS DE ÉXITO



## LINK AL POSTEO

 **yosoytutatita**  
No me vuelvas a hablar de amor

**Dejá de seguir a  
lx influencer  
que te hace mal**

**yosoytutatita** Ponete. Comprá. Gastá. Salí. Querete. Eliminá la celulitis. Mostrala. Un poco. No tanto. No llorés. Sonreí para la selfie. Mostrá tu plato de comida. Tus vacaciones. No te angusties. Operate. Adelgazá. Engordá. Amate.

¿Cuánto es el tiempo que pasamos en pantalla en casa consumiendo estos mensajes?

¿Qué hay detrás de lo que nos comunican lxs influencers de turno?

Dejá de seguir a lxs que nos hacen mal en nombre del autoamor. Tenemos que replantearnos el discurso liberal que nos individualiza, pidiéndonos que nos queramos a nosotrxs mismxs y desarmando el entramado social en el que vivimos para rearmarlo en nombre de sus reglas.

Según Nicolas Cuello (@hardcorepeluche) en una nota para @cosecharoja, "se trata de un lenguaje que en nombre de nuestro amor nos invita a dejar de odiarnos por lo que somos, nos invita a aceptar nuestras diferencias corporales, nos empuja a creer que nuestra belleza es legítima, nos dice que podemos ser felices con lo que somos y tenemos, nos urge a empoderarnos, nos quiere fuertes, visibles, sin vergüenza y ante todo, valientes". Pero, siguiendo al investigador, no es "otra forma de silenciar románticamente el maltrato desigual que experimentan algunos cuerpos más que otros".

Te invitamos a que te tomes este plan de miércoles: borra a la persona que te haga sentir mal con tu vida.

### Estadísticas de publicaciones

 129    10    39    10

75   685  
Visitas al perfil   Alcance

#### Interacciones ⓘ

75  
Acciones realizadas desde esta publicación

Visitas al perfil 75

#### Descubrimiento ⓘ

685  
Cuentas alcanzadas  
El 59 % de las cuentas no seguían a yosoytutatita

Seguimientos 12

Los posts “catárticos” nacen a partir de un **termómetro de agenda** y como un gesto personal e íntimo de **reflexión** sobre estos temas que nos afectan (a partir de una frase inspiracional, se **interpela al alocutario** poniéndonos como unas iguales). En particular el tema de los *influencers* y los conflictos que disputan en las redes venía siendo esa semana un tema de agenda.

Seleccionamos el tema para hacer este **posteo editorial** con nuestra opinión, trayendo una cita de Nicolás Cuello, un filósofo muy interesante que debate sobre la diversidad corporal y la “militancia” en redes sociales. Este posteo tuvo gran cantidad de compartidos en historias alcanzando a 60% de cuentas que no nos seguían.

## [LINK AL POSTEO](#)



**yosoytudatita** No necesitás un millón de pesos para vestirse como en Clueless, as if! Nos gusta la idea de tener una prenda única y también de hacer circular lo que ya no usamos. Aguante el vintage y darle un segundo uso a esas ropas que tienen historia. Hicimos por eso un scouting de varios vintages de indumentaria que nos parecen buenísimos, a un precio amigable y con envío a todo el país. SE, SE, SE.

**@vintagereciclado.** Su lema es "cada prenda tiene su historia", y no podemos estar más de acuerdo. Esta tienda que funciona desde 2014, hace una curaduría hermosa y también tiene opción para lxs más pequeñxs: **@vintagereciclado**. Además, nos encanta que generaron una comunidad de amantes del vintage, que se refleja en sus redes (chusmeá sus historias destacadas!) Si te gustan las flores, los brillos y los estampados, MEGA, seguila.

**@universo.mychina** es una selección de ropa vintage & reworked -y además tienen una sección de plantas, macetas y velas ecológicas-. Mucho shortcito, pollera, remera y buzo para hacerle frente a la primavera, curadas por Lore, Naty y Coco. Cancheritud asegurada 100%.

**@lavivavintage** tiene una selección eeeeeenorme de productos. Ellxs se describen como ropa mayormente usada (aunque hay cosas nuevas), con al menos 20 o 30 años de antigüedad. Si pasás por su Instagram, te dirigís a su tienda online y ahí están respondidas todas las dudas. Tienen unas camperas que te dan ganas de usarlas y convertirte en Sporty Spice.

**@affairevintage** maneja una paleta muuuuuuy #YSTD. Nos encantan las publicaciones de conjuntitos armados porque te gan ganas de comprarte todo. Esta tienda que funciona desde 2015 tienen de bio "Nos apasiona la búsqueda" y nosotras le creemos. Atenti los viernes que suben hallazgos a su tienda online.

Nuestra amiga del amor **@la.pichi\_** y **@perfumecasinook.** Todos los domingos en su cuenta personal está publicando 15 prendas a RECONTRA buen precio privilegiando que haya diversidad de talles. Perfume Casino es una feria que nos ha dado joyitas del placard, JO-YI-TAS!

¿Nos mandan sus vintage favo?

### Estadísticas de publicaciones

50 9 4 9

45 542  
Visitas al perfil Alcance

### Interacciones ⓘ

45  
Acciones realizadas desde esta publicación

Visitas al perfil 45

### Descubrimiento ⓘ

542  
Cuentas alcanzadas  
El 46 % de las cuentas no seguían a yosoytudatita

Seguimientos 10

# LINK AL POSTEO



USAMOS FOTO DE LO RECOMENDADO CON ETIQUETA PARA LLAMAR LA ATENCIÓN DE LAS MARCAS.



Es un típico **posteo de recomendaciones** en el que seleccionamos cuentas para compartir (en este caso de indumentaria vintage). La imagen es un guiño a la película *Clueless*, icónica por los looks que ahora son considerados a la moda. Reeditamos el logo con nuestra paleta y usamos en el álbum una foto producto de cada una.

Hacemos referencia al **consumo sustentable** y a una elección de bajo precio, enfocado en las posibilidades de nuestro target.

## [LINK AL POSTEO](#)



**yosoytutatita** Hoy gritamos muy fuerte: ABORTO LEGAL, SEGURO Y GRATUITO.

En la Semana Internacional por la Legalización del Aborto, necesitamos que el Congreso esté a la altura de las circunstancias. No pueden morir más mujeres ni personas gestantes por abortos clandestinos, en condiciones infrahumanas de salubridad. Los relatos sobre la situación actual son crudos: tiradxs en una camilla sin recibir ayuda médica, señaladxs, y revictimizadxs, en muchos casos sufriendo maltrato institucional, o persecución de grupos religiosos en una clara violación de los derechos. Ni la ley actual nos termina amparando.

En Argentina, el aborto es la primera causa individual de muerte materna y no podemos permitir que eso siga sucediendo.

No queremos que el aborto seguro sea solo para quienes puedan pagarlo, arrastrando a las mujeres y personas gestantes sin recursos a recurrir a métodos que ponen en riesgo su vida.

Dejen de hacer negocios con nuestros cuerpos. Basta.

Hoy no nos encontramos en las calles pero nos visibilizamos para que nos escuchen.

PAÑUELAZO VIRTUAL 28S 18 hs. YOUTUBE/ CampAbortoLegal. ¡Es urgente! ¡Es prioridad! ABORTO LEGAL, SEGURO, GRATUITO Y EN CUALQUIER LUGAR.

### Estadísticas de publicaciones

96   0   39   8

26   463  
Visitas al perfil   Alcance

### Interacciones

26  
Acciones realizadas desde esta publicación

Visitas al perfil 26

### Descubrimiento

463  
Cuentas alcanzadas  
El 36 % de las cuentas no seguían a yosoytutatita

Seguimientos 5

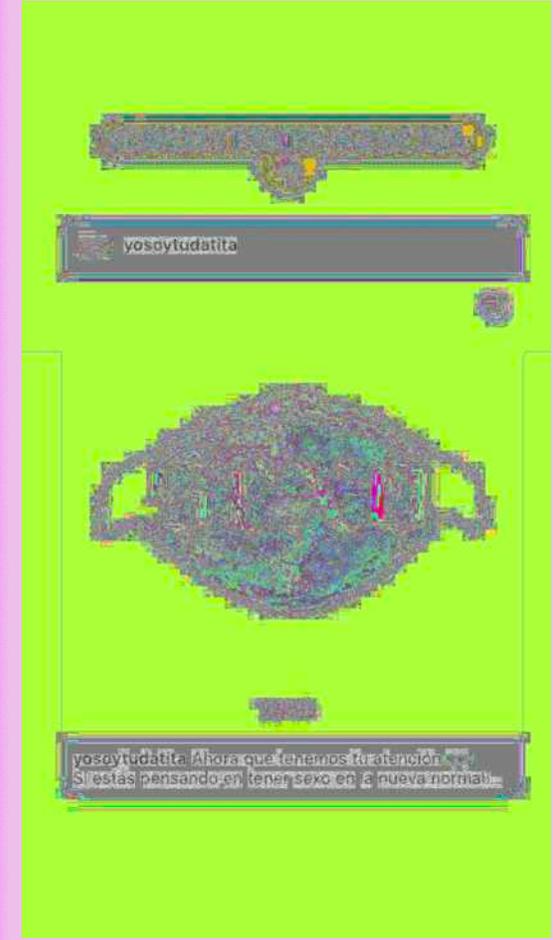
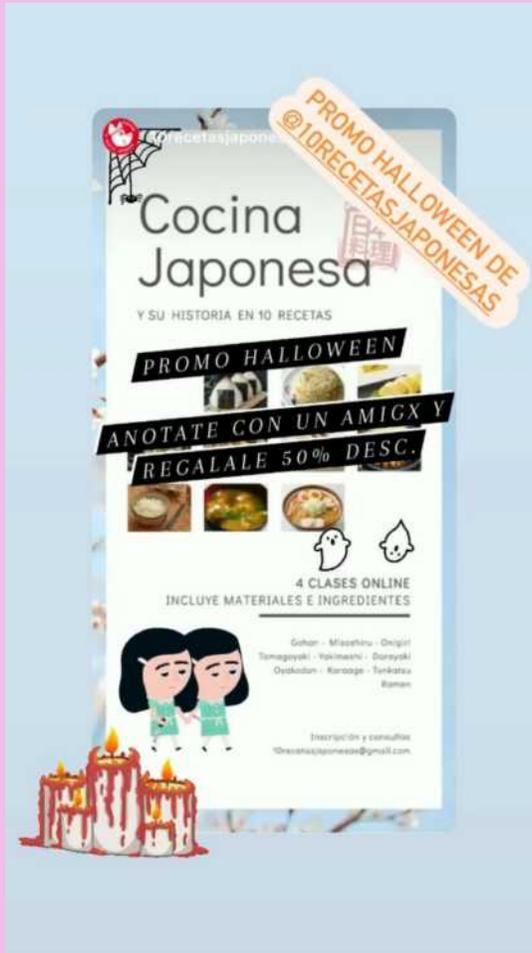
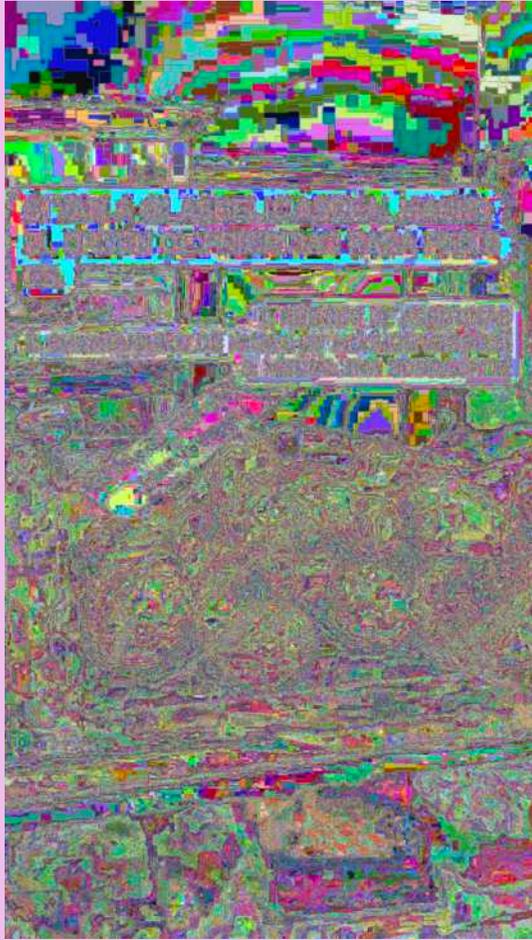
Un tema tan importante de **agenda** como es el Aborto Legal funcionó muy bien en métricas. Realizamos un posteo con foto propia y tratamiento estético de nuestra paleta que marca nuestro **posicionamiento político** en relación a la discusión.

# ESTRATEGIA DE STORIES

En *stories* no solo hay venta del contenido de *feed*, sino también contenidos exclusivos e independientes del posteo del día

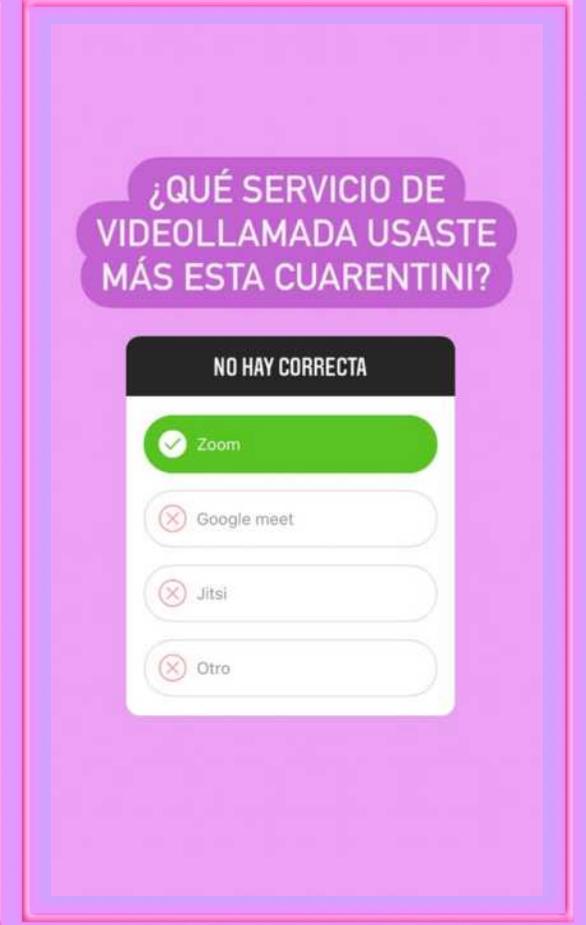
- 👉 Recomendaciones aisladas
- 👉 Se comparte posteos de otras cuentas
- 👉 Venta de nuevos posteos para dirigir al público
- 👉 Re-venta de nuestros posteos viejos para redirigir nuevamente

😜 Muchas recomendaciones se encuentran en historias destacadas



Siempre con etiqueta a las cuentas involucradas para dar mayor alcance. El color de fondo es similar a la paleta, solo trabajamos con las herramientas de Instagram.

Trabajamos con encuestas, caja de preguntas y barras de votación a través de emojis para generar interacción.



# EJEMPLO DE VENTA DE POSTEOS EN *STORIES*

## EJEMPLO NEWSLETTERS QUE SÍ



Las primeras *stories* son para calentar los motores y que haya interacción con el perfil, creando así una expectativa del posteo.

Luego compartimos el enlace al *feed* y uno a uno los distintos recomendados con etiqueta a quien corresponde para amplificar la voz y que sea sencillo compartir.

# OTRO CASO DE ÉXITO

## JUEGO DEL DIVA%. EDICIÓN Y JUEGO DE STORIES



Estadísticas de publicaciones			
87	42	34	13
163 Visitas al perfil	814 Alcance		
<b>Interacciones</b> ⓘ			
163 Acciones realizadas desde esta publicación			
Visitas al perfil			163
<b>Descubrimiento</b> ⓘ			
814 Cuentas alcanzadas El 48 % de las cuentas no seguían a yosoytutatita			
Seguimientos			28

Contenido de edición propia con nuestra paleta. Tuvo un gran alcance por la cantidad de interacción del posteo y la estrategia de *stories* asociada.

Lo posteamos un fin de semana, donde este tipo de contenidos para jugar funcionan muy bien.

TODX TENEMOS UNX AMIGUX  
QUE TE AVISA CUANDO HAY  
PROMO EN BIRRA O VINO

**Diva %**

O SINO ESX AMIGUX  
SOS VOS

**Feria de cerveza**

EL SEGUNDO AL  
**50 %**  
DE DESCUENTO

CERVEZA EN LATA  
QUILMES, BRAHMA  
X 354/473 ML  
/CERVEZA EN BOTELLA  
QUILMES, BRAHMA X 1L  
STOCK 30000

EL SEGUNDO AL  
**50 %**  
DE DESCUENTO

BUENO AHORA HAY PROMO

YSTD  
LLEVA 3  
2 X 2

AMAMOS LOS JUEGOS, A  
VEEER **¿CUÁNTO SALE?**

900ML

\$0 \$200

TARJETA  
TARJETA  
**20%**

TARJETA  
LAVANDERO  
**80%**

Club Diva %

¿Qué cosas  
impreiosamente SE  
compran en el Dia%?

Escribe algo...

A VER JUGUEMOS

PILS **59%** LAGER **41%**

**St. Wendeler Pils**  
LAW OF PURITY  
Made in Germany  
Net. Cont. e2-500ml

**St. Wendeler Lager**  
PURE BEER  
Producto de Alemania

QUESITO TODO TERRENOO

Queso de Crema **LIGHT**

A VERRRRRR **320 gr**

89,60  
78,40  
90,99  
91,99

SIP

Un día eres joven... y al otro  
están en el supermercado  
haciendo esto

Un hombre joven en un supermercado mirando productos.

Contenidos diversos  
para mejorar la  
**interacción** en nuestra  
página.

# ESTRATEGIA VIRAL: POSTEOS MEMÉTICOS COMPARTIBLES

**¿Qué Ms Nina sos hoy?**

1 2 3  
Buen día gatos

4 5 6  
Con muchas emociones

7 8 9  
Feliz triste feliz triste  
feliz triste feliz triste  
feliz triste feliz triste

**YSTD**

383 22 387 165

**SOS EL WISIN DE MI YANDEL**

104 27 126 25

**¿EN QUÉ FASE DE TIRADIX EN LA CAMA ESTÁS?**

1 2  
LLENITX FULL LUZ AZUL

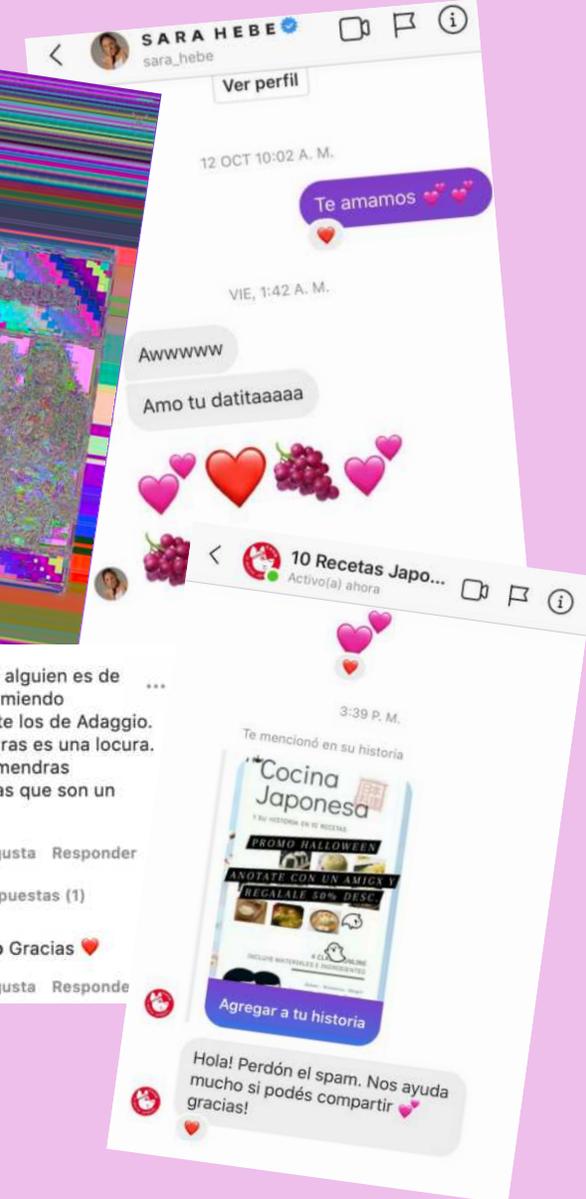
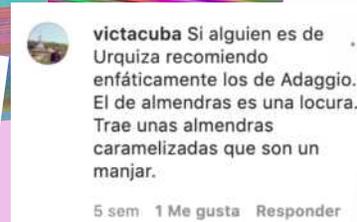
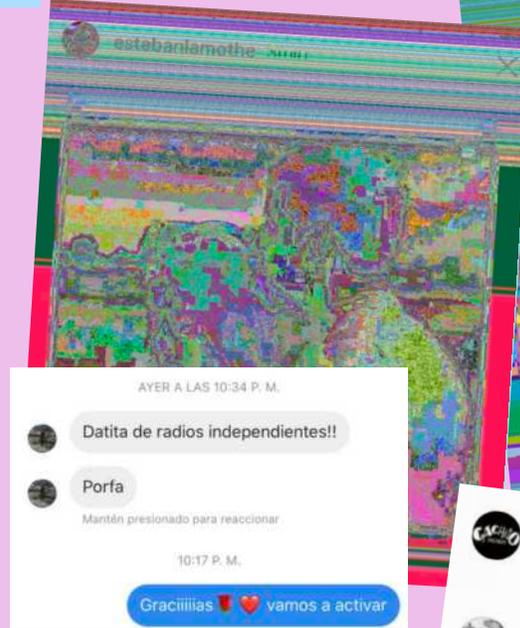
3 4  
EN UNA MOERTA

5 6  
CON MIS HIJXS EN PERRA

**YSTD**

77 12 52 4

# REPERCUSIONES



👉 Postear emprendimientos tanto en feed como en historias 👉 hace que nos reposteen y comenten. Esto nos genera una mayor visibilidad.

# ALGUNAS CONCLUSIONES

- 👉 Trabajamos bajo la premisa “**todo comunica**”. Lo más importante es siempre **crear sentido** a través de todos los elementos de un posteo: desde la **imagen, los recursos estéticos, el copy, su tono** y todos los elementos que se suman (ubicación y etiquetas).
- 👉 Funcionan los posteos que son **replicables, compartibles** o generan **contenido novedoso**
- 👉 No se trata solo de compartir una recomendación, sino también de darle nuestro **propio sello, tono y curaduría**.

# ALGUNAS CONCLUSIONES

- 👉 Nos propusimos crear un discurso que se aleje de la banalidad de Instagram para poner en agenda temas que nos parece necesario hablar. No siempre el medio hace al estilo. Podemos hacer buen contenido en un perfil con **personalidad**.
- 👉 Nos parece importante generar **circuitos alternativos de consumo** recomendando emprendimientos y productos autogestivos. Al mismo tiempo criticar el consumo compulsivo para pensarlo con una **mirada más social**.
- 👉 Construimos un **discurso de cercanía** y logramos interpelar al alocutario con temas que nos atraviesan.



# EL FUTURO



La idea es dejar una puerta abierta para seguir recomendando cosas que nos encantan.

Por ahora el proyecto es autogestivo y del corazón, demanda mucho trabajo pero la satisfacción es mucha. Se podría sostener en el tiempo solamente con algún tipo de financiación.



Thank you so much!

**Lucía y Brenda**