

ANEXOS

ANEXO 1

TAMAÑO INICIAL DE MUESTRA DE ENTREVISTADOS

PERSONAS A LAS QUE ENVIAR ENTREVISTA/ENCUESTA

▪ BLOGGERS/INTAGRAMERS/YOUTUBERS/INFLUENCERS (66)

- | | | |
|--------------------|---------------------|------------------|
| • Teresa Andrés | • Carlota Bruna | • Rolito81 |
| • Paula Gonu | • Increibleperocier | • Anitapotti |
| • Teresa Macetas | zo | • Marcforme |
| • Gigi Vives | • Carolinamochoa | • Ariadnatb |
| • Ana Pascual | • LucLoren | • Brianvanandel |
| • Joan Pala | • Sergipedrero | • Andreabelverf |
| • Escala de crises | • Marinitu | • Carla_dipinto |
| • Nina | • Patticalvo | • Anaalopez_ |
| • Alba Paulfe | • Paloma_viudes | • Albaperarnau |
| • Arthelagalleta | • Icanteachyou | • Meryturiel |
| • Mirenalos | • Alexdomenech | • Mariaromeu |
| • Elisaserranot | • Oscarcasas | • Celfc |
| • Carlotaweberm | • Natabaluc | • __esti__ |
| • Marta Pombo | • Patiaguado | • merilozanop |
| • Maria Pompo | • Isabellt93 | • Sarabece2 |
| • Pablo Castellano | • Claudaparrast | • Alisguiharro |
| • Albert Mullor | • Mariafrubies | • Coconstans |
| • Santiago Pidal | • Martacarriedo | • Olaia_h |
| • Jorge Zumeta | • Raqueltreix | • Itziaraguilera |
| • Dostaconespara | • Stellawantstodie | • Teresaseco |
| miarmario | • Marvaldel | • Bartabacmode |
| • Biel Juste | • Juancarlosoldad | |
| | o | |
| • | | |
| • | | |

▪ PROFESIONALES DEL SECTOR /EXPERTOS

- Esteticien de Brownie
- Carolina guerrero presidencia@aebdm
- Manuel Serrano (presidente de la asociación española de coolhunting)
- Iván rodríguez (socio director de truendy)
- Encarna Ruiz

▪ TRABAJADORES Y FUNDADORES DE LA AGENCIA INMANAGEMENT

- | | |
|---------------|--------------------|
| • Ana Pascual | • Gerard Estadella |
| • Gigi Vives | • Juanma Saurus |

- Jordi Romero
- Laura Tibusay

- Lydia Alberti
- David Oliver

- **ANEXO 2**

-

- **CUESTIONARIO A INFLUENCERS**

-

- **ESTUDIO SOBRE EL FENÓMENO INFLUENCER**

- Buenas tardes, soy una estudiante de Periodismo que está haciendo el trabajo final de carrera sobre la influencia real de los nuevos protagonistas de las redes sociales. Te agradecería muchísimo que dedicase el tiempo que pueda a responderme a estas cuestiones.

1. ¿Cómo comenzaste en el mundo de Blogger/Instagramer/Youtuber/influencer?
2. ¿Qué opinas sobre el fenómeno influencer?
3. Desde tu punto de vista, ¿por qué se te puede considerar influencer?
4. ¿Crees que tenéis más peso sobre el consumo de productos o sobre la transmisión de ideas y valores?
5. ¿Cuántos mensajes recibes de media de tus seguidores al día?
6. ¿Crees que un blog o un canal de Youtube es considerado como un medio de comunicación? ¿Cooperación o competencia?
7. ¿Qué tipo de colaboraciones realizas más: productos, eventos, viajes...?
8. ¿Crees que es un ámbito ya muy saturado que debería regularizarse?
9. ¿Qué aportan que no dan los medios de comunicación tradicionales?
10. ¿Crees que es una profesión caduca? ¿Por qué?
11. ¿Se han puesto en alguna ocasión en contacto contigo alguna marca para tema de patrocinios?
12. Solo porque tengo que aproximarme y necesito aportar datos, pero serán fuentes anónimas si así lo desea, podría darme una cifra aproximada de lo que se cobra por patrocinio, o lo que le han llegado a pagar, o en general la cantidad media por mes a cuánto puede ascender la cifra de lo que cobra.

-

- **ANEXO 2.1. RESPUESTA DE JORGE ZUMETA**

-

1. **¿Cómo comenzaste en el mundo de Blogger/Instagramer/YouTuber/influencer?**

- Cuando llegue a tercero de carrera decidí mover mi residencia a Barcelona por motivos de trabajo. Llevaba dos años trabajando como modelo y los viajes por trabajo me obligaron a hacer una parada en mis estudios. Fue en Barcelona donde mi compañero de piso me recomendó hacerme instagram ya que se trata de una red social donde vendes tu imagen y estaba relacionado con nuestro trabajo. Si no recuerdo mal, esto fue en 2014 y ,por entonces, quien tenia 10K era un “Dios” de las redes sociales. Nosotros teníamos como 500 seguidores, no empezamos la aventura muy fuerte.

2. **¿Qué opinas sobre el fenómeno influencer?**

- A pesar de que hoy en día cualquier persona con un número determinado de seguidores en una red social mayor a “X” ya es considerado influencer, en mi opinión no tiene nada que ver. Hay muchas personas que con pocos seguidores (ej: 3k) están influyendo en la mayoría de ellos; en cambio, otros, a pesar de tener 50k, apenas consiguen influir en nadie. Importa más el número de “likes” que tenga una foto que los seguidores que tenga la cuenta. Lo que está claro que hay una gran cantidad de influencers que consiguen una mayor repercusión que muchas de las revistas de moda, coches, tecnología,etc.

3. **Desde tu punto de vista, ¿por qué se te puede considerar influencer?**

- No considero que pueda ser influencer. Mi cuenta tiene 16’7k y mis fotos una media de 800 likes. Si consigo influir en alguien podría ser por mi trabajo, el cual intento publicar en mi cuenta. Quizás aquellas personas que comienzan en el mundo de la moda puedan estar interesadas en mi cuenta y llamar a eso influencia. No lo sé, la verdad...

4. **¿Crees que tenéis más peso sobre el consumo de productos o sobre la transmisión de ideas y valores?**

- Las marcas han confiado mucho en los jóvenes que se movían con fuerza en las redes sociales y conseguían atraer a un gran numero de seguidores, pero se ha demostrado que muy pocos de ellos consiguen el objetivo buscado por las marcas. Muchas marcas han abandonado la idea de regalar producto y pagar una cantidad de dinero a un influencer para que lo publique en una red social, a no ser que se trate de alguien que de verdad destaque con un numero de seguidores en torno a 100k,200k,... Es verdad que muchos instagramer con 15k, 20k, 40k,

... nos estamos aprovechando del movimiento social que se ha creado, pero son marcas pequeñas y no te ofrecen un seguro económico mensual.

- En cuanto a valores, creo que te los da la vida y la educación, no una persona que vende un personaje a través de una red social.

5. ¿Cuántos mensajes recibes de media de tus seguidores al día?

- Es algo que me llama mucho la atención, que gente que no conoces se ponga en contacto contigo. Suelen llegarme como 2 o 3 mensajes diarios de gente desconocida, pero no todos son para hacer alguna pregunta. Hay gente para todo y te sorprendería las veces que pueden suplantar una cuenta. El vender tu imagen por internet sale caro y si una persona poco equilibrada decide usar tus imágenes pueden crearte un problema.

6. ¿Crees que un blog o un canal de Youtube es considerado como un medio de comunicación? ¿Cooperación o competencia?

- Totalmente. Es una comunicación directa. Las personas que lo siguen buscan algo determinado y suelen ser fieles al blog o al canal. Es algo que no les cuesta dinero y que consumen a diario. Es el futuro.
- Muchas revistas se dieron cuenta pronto y ampliaron su mercado, pasando del papel a la pantalla.
- Se puede hablar tanto de cooperación como de competencia. Los influencers cooperan con las marcas a la vez que son una competencia directa con las revistas.

7. ¿Qué tipo de colaboraciones realizas más: productos, eventos, viajes...?

- Hasta el momento he hecho de todo, pero son las marcas de ropa y complementos las que más se ponen en contacto con mi cuenta.

8. ¿Crees que es un ámbito ya muy saturado que debería regularizarse?

- Es un ámbito muy saturado pero creo que ya está regularizado. Al final, la persona que pide que le paguen por publicar un determinado producto en su cuenta debe de generar una factura y declararla en su declaración de la renta.
- Al final da igual donde la veamos, no deja de ser publicidad y se lleva a cabo de la misma manera que si la vemos en una marquesina de autobuses.

9. ¿Qué aportan que no dan los medios de comunicación tradicionales?

- Una conexión directa con el comprador. Creo que es lo más importante y por lo que las marcas siguen confiando en los grandes influencers. No falla.

10. ¿Crees que es una profesión caduca? ¿Por qué?

- Totalmente caduca. La tecnología vuela, y todo lo que esté ligado a ella debe de ir renovándose a una velocidad de escándalo. Eso no quiere decir que los que estén dentro acaben en la fila del paro.

11. ¿Se han puesto en alguna ocasión en contacto contigo alguna marca para tema de patrocinios?

- Me han hecho embajador de alguna marca, pero al final mi situación actual ha hecho que me sea imposible poder llegar al objetivo esperado. No tengo tiempo para subir fotos diariamente ni puedo estar disponible *full time* para dar servicio a esa marca, por lo que al final he acabado rompiendo cualquier tipo de patrocinio. Acabo subiendo fotos a mi cuenta para evitar que muera, pero con poco interés, la verdad.

12. Solo porque tengo que aproximarme y necesito aportar datos, pero serán fuentes anónimas si así lo desea, podría darme una cifra aproximada de lo que se cobra por patrocinio, o lo que le han llegado a pagar, o en general la cantidad media por mes a cuánto puede ascender la cifra de lo que cobra.

- Esto varía mucho dependiendo de la marca, pudiendo ir desde los 100€ a los 15.000€ por foto. En mi caso, puedo decirte que estoy dentro de esa franja, dejémoslo ahí, hehe.

-

• **ANEXO 2.2. RESPUESTA DE MARÍA PINTADO**

•

1. ¿Cómo comenzaste en el mundo de Blogger/Instagramer/Youtuber/influencer?

• Fue en el año 2012. Estaba en Madrid estudiando un máster de Edificación y Rehabilitación Medioambiental. Siempre me ha apasionado la moda y llevaba años leyendo blogs de este tipo. Ese año compartía piso con una chica que tenía uno. Gracias a ella y a mi entorno que llevaban años diciéndome que cómo no lo intentaba me lo abrí. El blog fue evolucionando, al principio trataba sobre las últimas tendencias, pasarelas, diferentes estilos... pero yo no salía, hasta acabar convirtiéndose en lo que es ahora, un blog que ya no es anónimo, sino todo lo contrario.

2. ¿Qué opinas sobre el fenómeno influencer?

- La palabra me hace un poco de gracia. Me llama la atención que alguien se pueda llamar a uno mismo influencer. Creo que es algo que deben decidir los demás.
- En el momento que eres considerado influencer tienes mucha responsabilidad y debes ser consciente de la misma. Nos lee mucha gente que se fía de nuestra opinión, de nuestros gustos... Nos interesa ser consecuentes con nuestros actos y no promocionar cosas que realmente no nos gustan.

3. Desde tu punto de vista, ¿por qué se te puede considerar influencer?

- Eso lo deberían decir los demás. Pero yo considero influencer a una persona que tiene credibilidad y cuyos comentarios y opiniones condicionan los gustos o decisiones de la gente que le sigue en las redes sociales.

4. ¿Crees que tenéis más peso sobre el consumo de productos o sobre la transmisión de ideas y valores?

- Creo que sobre el consumo de productos. Espero que las ideas y valores de una persona no sean tan susceptibles de ser cambiadas, ya que los principios, las ideas, las actitudes determinan la manera de ser.

5. ¿Cuántos mensajes recibes de media de tus seguidores al día?

- Depende del día, como mínimo unos 20.

6. ¿Crees que un blog o un canal de Youtube es considerado como un medio de comunicación? ¿Cooperación o competencia?

- Por supuesto que lo es, ya que es una forma de transmitir ideas, conocimientos, emociones... lo que se quiera. Todos los medios de comunicación son compatibles, depende de qué tipo de información busques. Bajo mi punto de

vista el target de Youtube está enfocado a un público más joven que el de la televisión o radio.

7. ¿Qué tipo de colaboraciones realizas más: productos, eventos, viajes...?

- He enfocado mi blog al mundo lifestyle por lo que colaboro con marcas que me ofrecen viajes, productos, eventos... Hago de todo.

8. ¿Crees que es un ámbito ya muy saturado que debería regularizarse?

- Creo que este tema sigue en debate. Pero todas, aunque no comuniquemos cuando se trata de una colaboración y cuando no, lo tenemos regularizado. Yo soy autónoma y emito facturas de cada colaboración que realizo.

9. ¿Qué aportan que no dan los medios de comunicación tradicionales?

- Honestidad. Creo que la gente te acaba viendo como su amiga, esa persona a la que pediría consejo sobre qué ponerse para un evento o cómo maquillarse. Nosotros no vendemos cualquier cosa, nos llegan ofertas de muchas marcas y elegimos la que realmente nos gusta ya que nuestra credibilidad está en juego. Un anuncio de la tele es eso, publicidad sin centrarse en nada más que vender.

10. ¿Crees que es una profesión caduca? ¿Por qué?

- Creo que es una profesión que ha llegado para quedarse. Hay puestos de trabajo que desaparecen y otras nuevas profesiones que llegan. Habrá nuevos *influencers*, otros desaparecerán, pero la gente seguirá buscando referentes de estilo de vida en internet.

11. ¿Se han puesto en alguna ocasión en contacto contigo alguna marca para tema de patrocinios?

- Sí, bastantes veces.

12. Solo porque tengo que aproximarme y necesito aportar datos, pero serán fuentes anónimas si así lo desea, podría darme una cifra aproximada de lo que se cobra por patrocinio, o lo que le han llegado a pagar, o en general la cantidad media por mes a cuánto puede ascender la cifra de lo que cobra.

- Esto depende del bloguero y de lo que acuerde con la marca, sé de gente que no llega a fin de mes y otras en cambio que en un patrocinio pueden cerrar cifras de muchos ceros. Todo depende del engagement.
-

- **ANEXO 2.3. RESPUESTA DE PALOMA VIUDES**

-

- **1. ¿Cómo comenzaste en el mundo de Blogger/Instagramer/Youtuber/influencer?**

- Abrí mi blog en enero del 2016. Tenía un trabajo en el departamento de comunicación y marketing en una consultora y la verdad es que no me gustaba mucho. Abrí el blog como un *hobbie*, para motivarme de alguna forma y buscar algo que me gustase realmente hacer.

- **2. ¿Qué opinas sobre el fenómeno *influencer*?**

- Creo que está sobresaturado. Hoy en día cada vez hay más influencers jovencitas con muchísimos seguidores. No me parece ni bien ni mal, solo que creo que están las redes sobresaturadas y por ello ahora es más difícil "vivir de ello"

- **3. Desde tu punto de vista, ¿por qué se te puede considerar *influencer*?**

- La verdad es que he tratado desde el principio dar siempre mi humilde opinión sobre los productos que pruebo o sobre mis experiencias. Y creo que la gente eso lo valora y se fía de mi criterio.

- **4. ¿Crees que tenéis más peso sobre el consumo de productos o sobre la transmisión de ideas y valores?**

- Depende de cada *influencer* y depende de cómo tengan el blog enfocado. Hay muchas bloggers/ influencers que son muy cercanas, comparten todo, lo que hacen, desde que desayunan hasta que se acuestan, y las hay como yo, que prefieren dejar a un lado lo personal y solo ceñirse a hablar sobre producto. Las primeras creo que pueden tener mayor peso en ambos ámbitos.

- **5. ¿Cuántos mensajes recibes de media de tus seguidores al día?**

- Depende de si subo o no *stories*. Mensajes directos una media de 10-15.

- **6. ¿Crees que un blog o un canal de YouTube es considerado como un medio de comunicación? ¿Cooperación o competencia?**
- Sí, incluso creo que hay bloggers que tienen más fuerza y mayor repercusión que un medio de comunicación convencional.
- **7. ¿Qué tipo de colaboraciones realizas más: productos, eventos, viajes...?**
- De todo. Sobre todo, de producto: belleza y moda, pero también asisto a eventos.
- **8. ¿Crees que es un ámbito ya muy saturado que debería regularizarse?**
- No creo que deba regularizarse. Creo que cada uno es libre de hacer lo que quiera siempre y cuando no viole los derechos de los demás.
- **9. ¿Qué aportan que no dan los medios de comunicación tradicionales?**
- Información no sesgada ni manipulada (solo algunas bloggers, otras creo que pueden llegar a manipular más que los medios tradicionales).
- **10. ¿Crees que es una profesión caduca? ¿Por qué?**
- No creo que caduque porque si eres influyente, creo que lo serás por el tiempo a lo largo de los años, porque tu público fiel cumplirá años a la vez que tú, con lo cual les será siempre interesante lo que cuentas.
- **11. ¿Se han puesto en alguna ocasión en contacto contigo alguna marca para tema de patrocinios?**
- Sí
- **12. Solo porque tengo que aproximarme y necesito aportar datos, pero serán fuentes anónimas si así lo desea, podría darme una cifra aproximada de lo que se cobra por patrocinio, o lo que le han llegado a pagar, o en general la cantidad media por mes a cuánto puede ascender la cifra de lo que cobra.**
- de media de tus seguidores al día?

- No te puedo dar cifras porque depende mucho de la marca, duración del post, etc. Lo que sí te puedo decir es el pago por post en Instagram de media para alguien hasta 20K, 80€ por publicación aproximadamente.
-

• **ANEXO 2.4. RESPUESTA DE CRISTINA GONZÁLEZ**

•

1. Cuando yo empecé realmente no había muchos canales o influencers así que me parecía que podía aportar algo y era una forma de tener un hobby.
2. Creo que es un término que se ha creado recientemente y que a mucha gente no le gusta, pero el nombre se adapta realmente a lo que causamos, que es ser influyentes en miles de personas, pero opino que tendría que servir para ayudar, enseñar y compartir cosas buenas.
3. Porque llego a un buen número de gente que se fía de mis opiniones; Y a partir de ahí compran o no un producto, hacen o no determinadas cosas, etc...
4. Como decía en la segunda pregunta creo que la transmisión de valores es muy importante pero realmente la mayoría no lo consigue, sino que simplemente se limita a ayudar en cuanto al consumo de productos.
5. Depende del día, si has preguntado algo recientemente, o sobre todo si ha subido nuevo contenido, pero no hay día en el que no me llegue nada. (sí que es cierto que hay días que hay menos tráfico, pero otros días me podría estallar el móvil)
6. Creo totalmente que son medios de comunicación, pero sí que es verdad que últimamente parece que existe más competencia, aunque yo soy partidaria de ayudarnos unos a otros.
7. Varía según las propuestas de las empresas. pero por lo general lo que más destaca son los productos, pero también he colaborado entorno a eventos y viajes, aunque si no tienes un mayor número de servidores es un poco más difícil.
8. Sí que es verdad que hay mucha gente, pero para mí no está saturado, porque yo soy consumidora de YouTube desde hace muchísimos años y aún no me he cansado, precisamente por eso porque ves caras nuevas, aunque aún sigo a los más veteranos.
9. Una opinión personal y mucha más cercanía, porque a la gente de los anuncios realmente no la conoces y a nosotros a través de un montón de videos sí. Dentro de que cada uno muestre más o menos de sí mismo.
10. Realmente creo que es el futuro, igual surgen otras plataformas, pero para mí es la nueva publicidad.
11. En cuanto a ser la cara de una marca sí, pero empresas más pequeñas. Ojalá en un futuro surja algo grande.

12. Realmente con YouTube al mes se cobra muy muy poco, pero siento decirte que, aunque sea anónimo por temas de privacidad con los contratos muchas veces se firma que no se puede hablar de las cantidades. Pero sí que decir que por las colaboraciones se puede ganar una gran cantidad de dinero, aunque realmente comparado con lo que cuesta un anuncio a las empresas le sale muchísimo más rentable. Además, se puede cobrar por hacer un vídeo, por presencia en algún evento, por *insta Stories*, por fotos en Instagram etc...

-

● ANEXO 2.5. RESPUESTA DE MARINA MURILLO

-
- 1. Empecé en YouTube hace dos años y fue a raíz de llevar mucho tiempo viendo vídeos de otras chicas. La verdad es que al principio ni me lo planteé porque creía que era algo que no era para mí, pero conforme pasaron los años fueron muchas las chicas que se abrieron un canal y fue entonces cuando me entró el gusanillo y dije ¿por qué yo no? Y después de mucho pensarlo y de grabar mil videos que nunca subí, me animé.
- 2. Opino muchas cosas y muy diversas. Por un lado, me parece genial porque creo que es otra manera de comunicar como puede ser la televisión, pero con gente "más cercana" y que por ello inspira más confianza, pero por otro lado veo que se ha masificado mucho y se ha perdido la esencia de dar consejos como se los puedes dar a una amiga. Lo que yo veo es que actualmente importa más el dinero que ser fiel a tus gustos ya que muchos aceptan colaboraciones de productos que jamás usarían.
- 3. Como ya he dicho, en muchas ocasiones se le da mucha más importancia al consumo. Lo bueno de esto es que se les ve venir y la gente al final se da cuenta de que viven por y para promocionar productos sean de su agrado o no. También es verdad que hay gente que no acepta cualquier cosa y realmente están en este mundo de las RRSS para transmitir cosas más importantes como el respeto o la tolerancia.
- 4. Bueno yo la verdad es que ni si quiera me considero *influencer* ni *youtuber* porque tengo muy poquitos seguidores, pero depende un poco del vídeo que haya subido esa semana. Por ejemplo, cuando subí un vídeo hablando sobre mi carrera fueron muchos los que me escribieron preguntándome dudas, pero la realidad es que por norma general no suelo recibir mensajes diarios.
- 5. Si. Recuerdo que a raíz de un vídeo que subí sobre unos pintalabios, una chica me escribió diciéndome que lo había probado por ese vídeo y también he sentido que con mi vídeo hablando de mi carrera es mucha la gente que se ha animado porque tenía dudas. Aun así, no me considero *influencer* ni mucho menos ya que la gente que influencia es aquella que tiene más seguidores sean mejores o peores sus recomendaciones, pero esto funciona así.
- 6. Si, por supuesto. De hecho, creo que ahora mismo son las plataformas más fuertes para comunicar ya que son muchas las personas que consumen Instagram y especialmente YouTube que en cierta medida ha sustituido a la televisión. Si que es cierto que en estas plataformas solo se ve lo que uno quiere ver y quizás no muestran la realidad del mundo en el que vivimos, pero la gente elige lo que consume.

7. Si. Creo que hay demasiada gente y que todos hacemos lo mismo. Son muy pocos los que aportan algo nuevo, aunque por otro lado muchas veces eso no le importa. Como consumidora de YouTube creo que lo importante es ser uno mismo y "caer bien" porque si tienes eso la gente te va a ver, aunque haya visto ese vídeo en otros canales, incluso aunque la temática de tu canal no sea la que más le guste, si le caes bien o le transmites algo, te va a ver igual.
8. No lo se. Por un lado, está claro que la gente vive de su imagen y cuando sean más mayores esa imagen no va a ser la misma. Suena superficial, pero es más atractivo seguir a alguien guapo. Por otro lado, veo que es mucha la gente joven que esta empezando y las marcas les dan mucho protagonismo. Supongo que en algún momento se acabará, pero por ahora están pisando fuerte.
9. Si, alguna vez se han puesto en contacto conmigo, aunque solo he colaborado una vez. La verdad es que nunca he ido a buscar una colaboración, pero no por nada sino porque no pienso que alguien esté interesado en mi habiendo gente con tantos suscriptores.
10. Con mi número de suscriptores las colaboraciones con compensación económica no existen. Y por parte de YouTube el dinero mensual es insignificante y siempre depende de las visualizaciones de los vídeos de ese mes. Para que te hagas una idea cuando subí mi vídeo con más visitas (140.000 aprox.) gané 20 euros.
 -
 -

• **ANEXO 2.6. RESPUESTA DE ELISA SERRANO TORRES**

-
- 1. **¿Cómo comenzaste en el mundo de Blogger/Instagramer/Youtuber/influencer?**
 - La verdad que fue causal. Desde pequeña he hecho mucho uso de redes (Fotolog, Twitter, blog...) pero nunca ha sido expresamente dedicado a moda. Me abrí mi cuenta de Instagram como cualquier persona y conforme subía fotos aumentaban los seguidores y solían ponerme comentarios preguntando por la ropa, hasta ahora
- 2. **¿Qué opinas sobre el fenómeno *influencer*?**
 - Jaja me parece una locura! Como de la nada Instagram da esa posibilidad a cualquier persona básicamente.
- 3. **Desde tu punto de vista, ¿por qué se te puede considerar *influencer*?**
 - Porque de alguna manera "influencio" a parte de la gente que me sigue en moda, estilo de vida, etc. La gente recurre muchas veces a ti para pedir tu opinión o ayuda, en ocasiones te ven como un "ícono"
- 4. **¿Crees que tenéis más peso sobre el consumo de productos o sobre la transmisión de ideas y valores?**
 - Creo que somos como una vía más "cercana" y real para llegar a masas muy grandes de gente
- 5. **¿Cuántos mensajes recibes de media de tus seguidores al día?**
 - No sabría decirte, a diario recibo mensajes privados o correos, hay días que pongo una historia con alguna prenda de ropa que gusta mucho o algún lugar e igual en una hora me han escrito 40 personas, pero no se decirte un número medio
- 6. **¿Crees que un blog o un canal de YouTube es considerado como un medio de comunicación? ¿Cooperación o competencia?**
 - ¡Si! Yo también estudio periodismo y al fin y al cabo lo que hacemos a través de nuestras redes es comunicar. Nuestros gustos, pasiones, estilos, formas de vida... ¡no sé!
 - Pienso que una red social puede ser más bien cooperativa respecto a un medio más grande y actuar de manera complementaria a él y no como competencia.
- 7. **¿Qué tipo de colaboraciones realizas más: productos, eventos, viajes...?**
 - Sobre todo, productos, ropa, zapatos, maquillaje, complementos. Y la verdad que

también muchos eventos, todas las semanas recibo invitaciones a inauguraciones, presentaciones o restaurantes, por ejemplo. Pero es más difícil de compaginar.

8. ¿Crees que es un ámbito ya muy saturado que debería regularizarse?

- Actualmente funciona bien así...

9. ¿Qué aportan que no dan los medios de comunicación tradicionales?

- Yo siempre opino que cercanía y fácil accesibilidad

10. ¿Crees que es una profesión caduca? ¿Por qué?

- Caduca me parece la existencia de Instagram porque toda red social tiene su punto álgido y luego cae. Pero la "profesión" como tal no creo que tenga por qué serlo siempre que sepas renovarte y saber gestionarlo bien

11. ¿Se han puesto en alguna ocasión en contacto contigo alguna marca para tema de patrocinios?

- Si, todas mis colaboraciones son así. Escriben al correo planteando una propuesta y ya tú la valoras

12. Solo porque tengo que aproximarme y necesito aportar datos, pero serán fuentes anónimas si así lo desea, podría darme una cifra aproximada de lo que se cobra por patrocinio, o lo que le han llegado a pagar, o en general la cantidad media por mes

- Varía mucho y no sé decirte algo exacto ni conozco datos de otras chicas, y yo personalmente no tengo una media fija al mes que pueda decirte, pero podría cobrar actualmente entre 100 y 500 euros por una foto en Instagram o más según el tipo de colaboración
-

- **ANEXO 2.7. RESPUESTA DE DAVID ALGÁS**

-

- **1. ¿Cómo comenzaste en Instagram?**

- A ver, mi conexión con Instagram comenzó cuando allá por finales de 2013 se creó y empezó a viralizarse, algo que hizo que Tuenti, que en esa época era la más famosa tocara fondo. Empecé subiendo fotos de cualquier cosa, selfies míos, fotos de lo que veía diariamente y me gustaba... Al cabo de un tiempo empecé a observar otros perfiles y me parecieron geniales la manera en la que lo habían estructurado. Me gustaba el mundo de la fotografía y que mejor que pedir ayuda a un conocido para mejorar en ello. Empecé con la fotografía de paisaje y a fotografiar Zaragoza, me empecé a dar a conocer, la gente empezó a interesarse por mi trabajo y poco a poco fui creando comunidad, que ha ido creciendo de manera gradual hasta el día de hoy que si no recuerdo mal se compone de casi 5700 personas.

-

- **2. ¿Qué opinas sobre el fenómeno influencer?**

- Enfocado al mundo laboral, es una profesión como cualquier otra, es tan o más sacrificada que otras, aunque la gente piense que no. Tienes que estar pendiente en todo momento de las modas y no solo eso, crear en tu comunidad modas (una manera de vestir, frases hechas, una manera de pensar, ...). Hay gente que ha visto en esto negocio y esquema una marca que le cede cada temporada una tabla de patinar o una camiseta con un logotipo bien visible a un patinador que le patrocina Red Bull y que se le retransmite por televisión, YouTube, y medios y que tiene la capacidad de llegar a unas masas muy amplias por un coste mínimo teniendo un impacto bestial.
- Llegar a ser *influencer* es una mezcla de suerte, pillar la ola en el momento exacto y saber no caerte ni salirte de la misma.

-

- **3. ¿Crees que tienen más peso sobre el consumo de productos o sobre la transmisión de ideas y valores?**

- Para llegar a ser un *influencer* de producto, es decir que una marca te haga sponsor y te regale producto a cambio de repercusión en redes y un ROI elevado (Retorno de inversión), antes has tenido que ser un *influencer* de ideas, de

valores. Qué mejor manera que hablar y relacionarte con la comunidad, crear debates, sociabilizar con ellos...

- Creo que esto se respondería con un "Fifty-fifty".
-
- **4. ¿Cuántos mensajes recibes al día de tus seguidores?**
- Depende mucho del día y de lo que haga yo en ese momento, ya que me gusta relacionarme con mi comunidad y lanzo preguntas, debates, etc... con el fin de que la gente me comunique algo acerca de lo que pregunto y conozca mejor a mis seguidores. Una respuesta aproximada sería unos entre unos 40 y 50 diarios de manera natural.
-
- **5. ¿Crees o sabes de algún caso en el que hayas ejercido influencia cuando te han pedido algún consejo?**
- En estos momentos muchas veces me preguntan sobre mi equipo fotográfico y que les recomiendo dado que les gusta mi estilo y la calidad del mismo, yo les comento qué material pueden comprar y cuál es el que por menos precio les dará más rendimiento y me contestan al tiempo lo que han realizado y suelen sentirse contentos conmigo cuando se dan cuenta de que no es necesario comprar el producto más caro o más nuevo del mercado, hay cosas buenas a tu alcance, solo tienes que buscar más y mejor.
-
- **6. ¿Crees que dicha red social o YouTube y los Blogs, pueden considerarse como medios de comunicación?**
- En estos momentos tienen por ejemplo si mal no recuerdo Instagram tiene unos 700 millones de perfiles activos al mes, y productos que publicas allí hacen que ahorres un dinero que te podría costar poner 30 segundos en la televisión para que alguien aproveche y cambie de canal.
-
- **7. ¿Piensas que es un medio ya muy saturado?**
- Nunca estará suficientemente saturado, es algo muy relativo.
-
- **8. ¿Crees que la "profesión" de *influencer* es caduca? ¿Por qué?**

- Como todo, me parece que sí, que tendrá fecha de caducidad, aunque si te lo sabes montar bien como el caso de la *influencer* más conocida a nivel de España (Paula Gonu) ahora tiene más de un millón de seguidores y está teniendo unos ingresos alucinantes, sale por televisión, radio, YouTube, Instagram... ahora mismo tiene la vida solucionada.
-
- **9. ¿Se han puesto alguna vez en contacto contigo para alguna colaboración o has ido tú a buscarlas?**
- Marcas de ropa y personas se han puesto en contacto conmigo para realizar colaboración, un "tú me das producto o publicidad y a cambio te ofrezco fotos".
- También tengo épocas en las que pido yo colaboración, pero siempre espero a que me vengán a ofrecer una idea novedosa, algo que me saque de la rutina.
-
- **10. Solo porque tengo que aproximarme y aportar datos, pero será anónimo si quieres, ¿podrías darme una cifra aproximada de lo que ganas por colaboración?**
- Depende mucho de la colaboración que realice y con la marca con la que lo realice. En muchos casos se opta por cobrar en especie, es decir en producto, yo te hago unas fotos y tú me das producto. Pero también he cobrado por ello y sigo haciéndolo. Aproximadamente por colaboración (contando que colaborar también es publicitar un perfil...) unos 30 euros de media, aunque he llegado a cobrar hasta 70 euros.
-
- 11. Por último, y siendo fotógrafo, ¿consideras Flickr como una aplicación intrusiva en la profesión de fotoperiodismo?**
- Sí. La verdad es que es como la red social por excelencia de un fotógrafo dado que las fotos allí se suben en la máxima calidad, con información de los ajustes, personalizables, puedes organizarlas por álbumes, etc.
-
- Un saludo. David Algas Oroquieta
-

-
- **ANEXO 3. CUESTIONARIO SOBRE ESTUDIO SOBRE LA AGENCIA INMANAGEMENT Y EL FENÓMENO INFLUENCER**
-
- Buenas tardes, soy una estudiante de Periodismo que está haciendo el trabajo final de la carrera sobre la influencia real de los nuevos protagonistas de las redes sociales y todas las marcas que deciden poner sus caras a su comunicación. Trato de indagar hasta qué punto estos trabajadores están protegidos y además poder conocer e indagar un poco más en un fenómeno que todavía es desconocido para mucha gente. Me interesa mucho saber cuál es el trabajo de la agencia y su opinión con respecto al fenómeno.
-
- El proyecto ha nacido hace poco, ¿cómo se ha ido desarrollando la cosa?
- ¿Creen que vuestro trabajo es completamente necesario? ¿Por qué?
- ¿Qué pasó o qué fue lo que hizo que diesen el paso definitivo para formar la agencia?
- ¿Cómo ve el panorama de los jóvenes *influencer* actual?
- ¿Qué opina sobre el fenómeno *blogger*?
- ¿Qué cree que tiene más fuerza, el fenómeno *blogger* o el *youtuber*?
- ¿Qué opina sobre la profesionalización de este fenómeno?
- ¿Considera un blog o un canal de YouTube como un medio de comunicación?
- ¿Qué es lo que aportan que no dan los medios de comunicación tradicionales?
- ¿Cree que es una profesión caduca?
-

- **ANEXO 4. CUESTIONARIO A EXPERTOS**

-

- **ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS PROTAGONISTAS EN LAS REDES SOCIALES YOU TUBE, INSTAGRAM Y PLATAFORMAS COMO LOS BLOGS.**

-

- Buenas tardes, soy una estudiante de Periodismo que está haciendo el trabajo final de la carrera sobre la influencia real de los nuevos protagonistas de las redes sociales y todas las marcas que deciden poner sus caras a su comunicación. Trato de indagar hasta qué punto pueden considerarse medios de comunicación y qué grado de publicidad se inserta en su comunicación, además de poder conocer e indagar un poco más en un fenómeno que todavía es desconocido para mucha gente.

-

- He leído algunos estudios suyos como el de Truendy y por eso me interesaría y serviría muchísimo poder conocer su opinión al respecto.

-

1. ¿Qué opina del fenómeno ‘influencer’?
2. ¿Considera un blog o un canal de YouTube un medio de comunicación?
3. ¿Qué cree que aportan estas plataformas que no lo hace un medio de comunicación tradicional?
4. ¿Considera el fenómeno ‘influencer’ una profesión?
5. ¿Cree que es una profesión caduca?
6. Según su opinión, ¿cree que el panorama está saturado?
7. ¿Qué opina de que se formen agencias que amparen a estas figuras?
8. ¿Comunicación o nuevo formato de publicidad?
9. ¿Cree que están acaparando intrusivamente el terreno que pertenece a otras profesiones como el periodismo?

-

- Muchas gracias

-

- Cordialmente

-

- Pilar Viñas

-

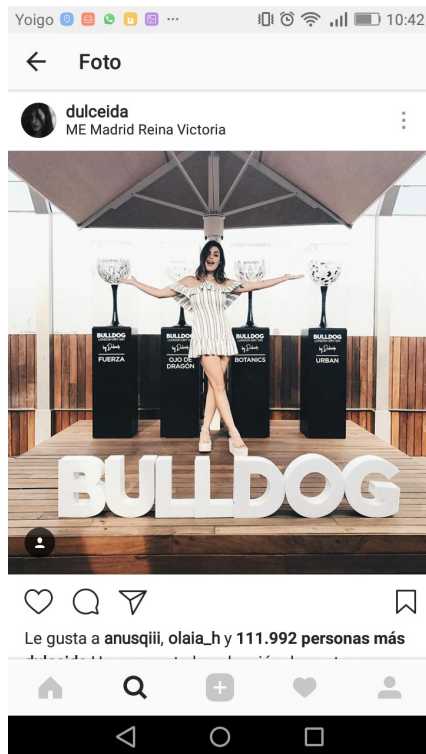
- **ANEXO 5. SEGUIMIENTO Y EJEMPLO DE CASOS**



- *Ilustración 1. Mery Turiel enseñan en Insta Stories un mono que se ha comprado de Zara*



- *Ilustración 2. Dos horas más tarde sube otra historia afirmando que la prenda se ha agotado. Observamos así el grado de influencia.*



2.

- Ilustración 3. Dulceida asiste a un evento para promocionar una bebida alcohólica. Aunque sería interesante tener en cuenta que la mayoría de sus seguidores son menores de edad



3.

- Ilustración 4. Tres influencers realizan un shooting promocionando la marca JoAndMrJoe para El Corte Inglés



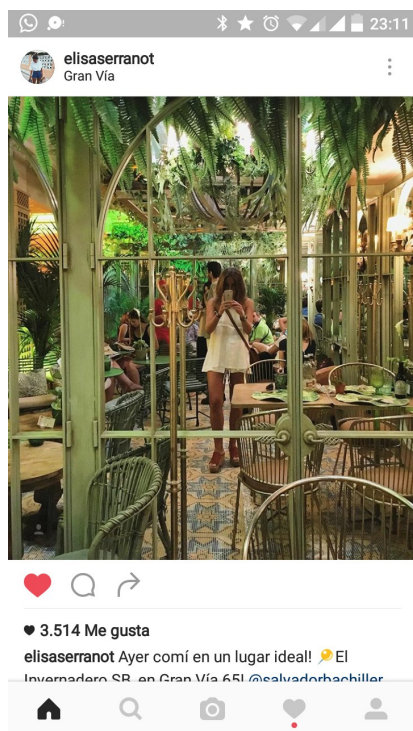
4.

- Ilustración 5. Paula Gonu se une al movimiento Garnier y sube una fotografía a Instagram, que aunque no lo pone se nota que es una colaboración por el estilo de post y porque en el texto cita a la marca



5.

- Ilustración 6. Últimamente han empezado a patrocinar también hoteles y destinos como este, Hotelscombined.es para encontrar hoteles para tu viaje



6.

- Ilustración 7. Los restaurantes no escapan por supuesto al grado de influencia. Elisa Serrano, una de nuestras entrevistadas, como bien decía que recibía invitaciones a inauguraciones de restaurantes



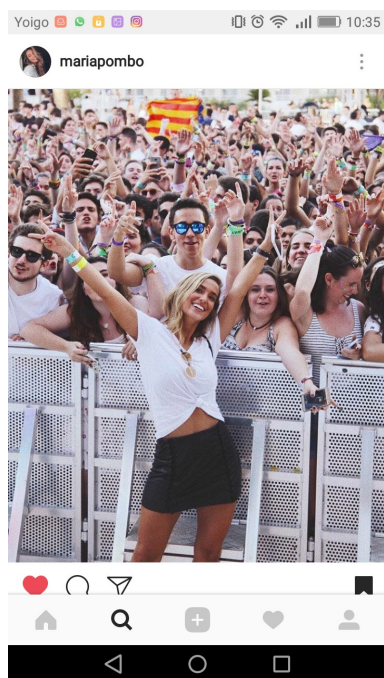
7.

- Ilustración 8. Otra influencer, Nina Urgell haciendo promoción de un restaurante. Es uno de los reclamos más dados ultimamente, ya que muchas personas las siguen para saber dónde ir a comer fuera de casa



8.

- *Ilustración 9. Teresa Macetas Sanz, zaragozana y con muchos seguidores en la red social, es invitada al Festival de Málaga*



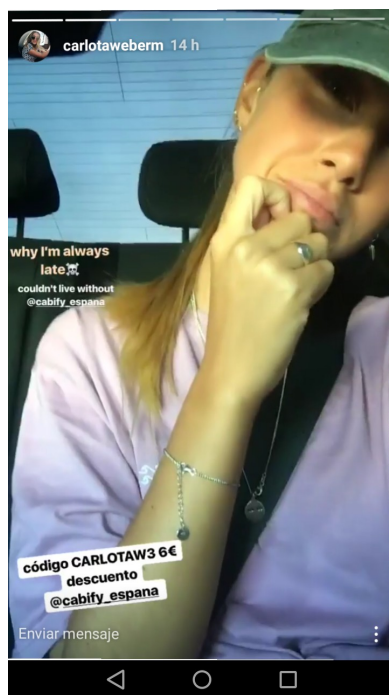
9.

- *Ilustración 10. María Pombo, una de las influencers más seguidas del momento, con fans detras suyo en un evento en Mallorca para promocionar la gestora de viajes ViajaWay*



10.

- Ilustración 11. La influencer Carlota Weberm en un evento de L'Óreal



11.

- Ilustración 12. La misma influencer, Carlota, no solo promocionando productos de cosmética, sino también haciéndose partícipe, ya que esto fue muy común verlo en todos los influencers, de promocionar Cabify, una red alternativa a los taxis. Proporciona un descuento



12.

- Ilustración 13. No podemos olvidar los sorteos que combinan marcas y eventos con los que se asocia la imagen de dicho producto, por ejemplo L'Óreal con Gigi Vives, sorteando entradas para el festival de música BBK Live



13.

- Ilustración 14. María Pombo con una sudadera personalizada que le regaló la marca Mango



14.

- Ilustración 15. En estos comentarios podemos observar como las seguidoras de una influencer le preguntan de dónde son sus prendas al no haberlas etiquetado porque no estaba realizando una promoción



15.

- Ilustración 16. No solo son prendas, aquí tenemos el ejemplo de la influencer Laura Escanes promocionando el coche smart



16.

- Ilustración 17. Ni siquiera los trajes regionales escapan al grado de influencia de estos protagonistas, que asisten incluso a la Feria de Sevilla y posan con los últimos modelos de moda flamenca



17.

- Ilustración 18. Otro ejemplo de las ventajas de seguir a las influencers es que aportan códigos de descuento propios para tiendas como H&M



18.

- Ilustración 19. Ejemplo de un evento para encontrarse la influencer Silvia DIY en un evento organizado



19.

- Ilustración 20. Uno de los eventos de los que más se ha hablado, un viaje a México para promocionar el lugar y la agencia de viajes Viaja Way que reunió a todo un equipo de influencers de distintas características



20.

- *Ilustración 21. Nuevos medios ven el panorama y crean programas de radio específicos para renovarse, cuyos protagonistas no son los periodistas sino influencers de vídeos graciosos como Andrea Compton o Jorge Cremades*



21.

- *Ilustración 22. Los medios de comunicación entienden lo que ocurre y crean también su perfil en Instagram, en el que suben continuamente un resumen de todas su noticias con una foto y si quieres "leer más" no hace falta más que pinchar debajo y te redirecciona a su web*



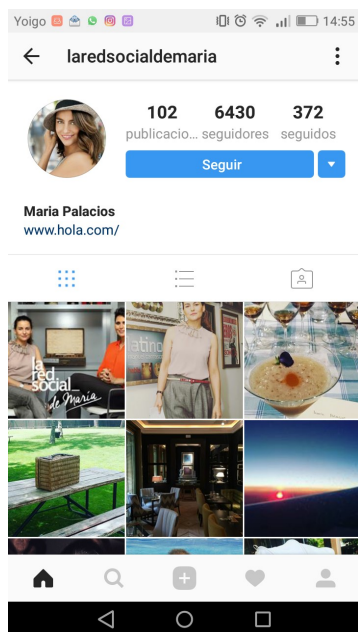
22.

- Ilustración 23. Los medios de comunicación utilizando las nuevas aplicaciones, la imagen de influencers como Mypeeptoes, y no en formato entrevista, sino el nuevo y llevado formato video



23.

- Ilustración 24. Otro de los tags que suelen realizar los medios de comunicación con las famosas, como en este caso Glamour con Laura Escanes con 1 minuto respondiendo preguntas sobre ella



24.

- Ilustración 25. Una periodista de la revista *Hola* que utiliza su perfil de Instagram para subir sus contenidos ampliados Ilustración 26. Un ejemplo de cómo estas protagonistas se convierten incluso en las portadas de números especiales de medios como ABC



25.



- 26.
- Ilustración 27. Uno de los ejemplos clave, tres influencers, entre ellos Sergi Pedrero, viajando a Israel para promocionar tanto la ciudad como el día del Orgullo Gay, es decir, valores



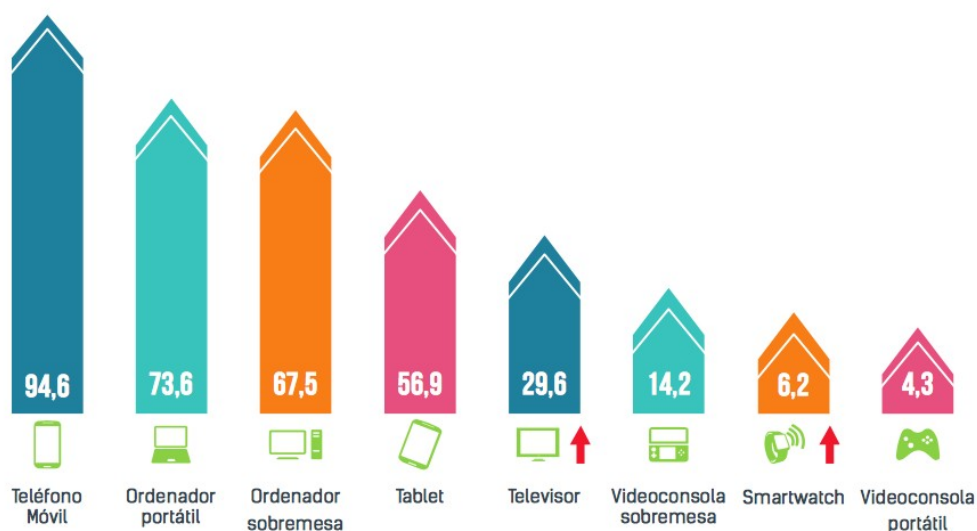
- 27.
- Ilustración 28. Paula Gonu en el Festival de Cannes con su novio

-
-

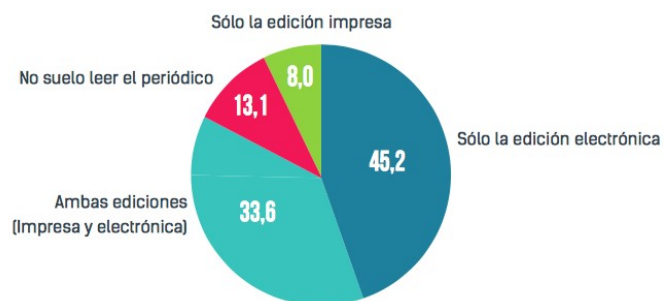
- **ANEXO 6. ESTUDIO EGM**

Infografía de la 19ª Encuesta AIMC a usuarios de Internet - Navegantes en la Red que permite visualizar las principales conclusiones de una manera clara y concisa. (09 de marzo de 2017) Con una muestra de 14.822 cuestionarios.

- **DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (%)**



- **FORMA DE LECTURA DE PRENSA (%)**



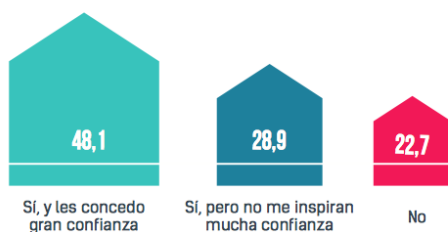
- **SEGUIMIENTO DE YOUTUBERS (%)**



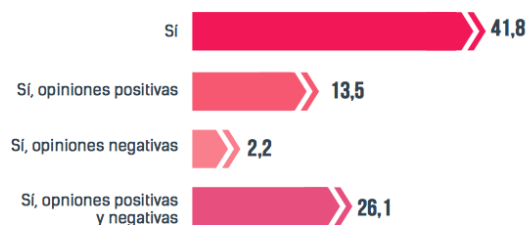
BOCA A BOCA SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN INTERNET

(ÚLTIMOS 30 DÍAS) (%)

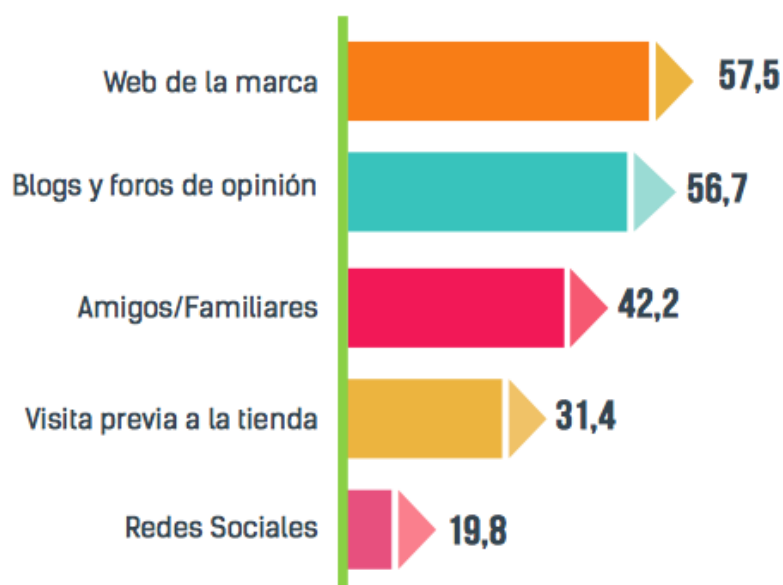
CONSULTA DE OPINIONES/COMENTARIOS (%)



DIVULGACIÓN DE OPINIONES/COMENTARIOS (%)



FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA COMPRA POR INTERNET (%)





ANEXO 7. III ESTUDIO SOBRE LOS USUARIOS DE FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM EN ESPAÑA

- Estudio llevado a cabo por The Social Media Familia que asegura, 2016 ha sido un año de consolidación para las principales plataformas sociales:



-
-
- “Instagram alcanza los 9,5 millones de cuentas, es decir, un 1’9% de los adictos a la fotografía 2.0”.¹
- Los perfiles con más seguidores de 2016 han sido los siguientes:

¹ Datos extraídos de diferentes informes, entre los que figuran IAB Spain, Google, medios de comunicación especializados

| ¿QUIÉN ES? | ¿A QUÉ SE DEDICA? | ¿CUÁNTOS SEGUIDORES? |
|---|-------------------|----------------------|
|  El Rubius | Youtuber | 4,6 millones |
|  Rafa Nadal | Tenista | 2,2 millones |
|  Jorge Cremades | Viner/cómico | 2,1 millones |
|  Vegetta777 | Youtuber | 1,9 millones |
|  Pablo Alborán | Cantante | 1,8 millones |
|  Alejandro Sanz | Cantante | 1,7 millones |
|  Abraham Mateo | Cantante | 1,5 millones |
|  Paula Echevarría | Actriz | 1,4 millones |
|  David Bisbal | Cantante | 1,4 millones |
|  Lovely Pepa | Blogger | 1,3 millones |
|  Dulceida | Youtuber | 1,3 millones |
|  Penélope Cruz | Actriz | 1,2 millones |
|  Cristina Pedroche | Presentadora | 1,2 millones |
|  Sara Carbonero | Presentadora | 1,1 millones |
|  Elsa Pataky | Actriz | 1,1 millones |

- En España¹, el reparto de la tarta social queda de la siguiente forma: los usuarios de **Facebook ascienden**

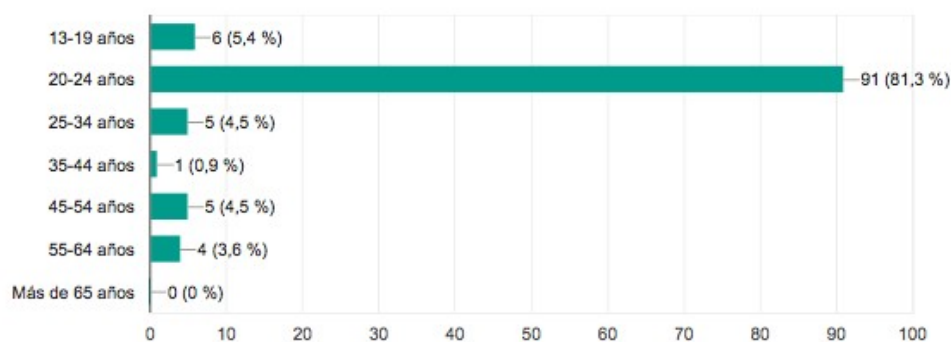
- **ANEXO 8. ENCUESTA**

-
- **CUESTIONARIO TFG - Grado en Periodismo**
-

- ¡Buenas! Me llamo Pilar Viñas y estoy estudiando Periodismo en la Universidad de Periodismo de Zaragoza. Estoy realizando el trabajo de final de grado sobre la influencia de las nuevas plataformas online, como Blogs, YouTube o redes sociales, y sus protagonistas. Considero que es un tema muy actual y que tiene que ser estudiado desde un punto de vista sociológico para conocerlo en profundidad y conocer su consumo y grado de intrusismo con la prensa tradicional.
-
-

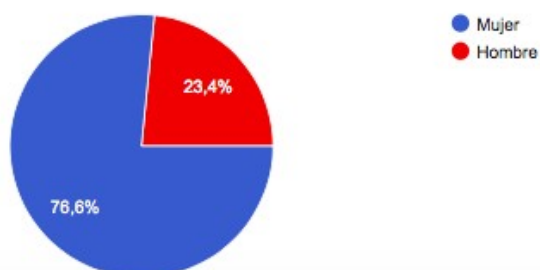
Edad:

112 respuestas



Sexo

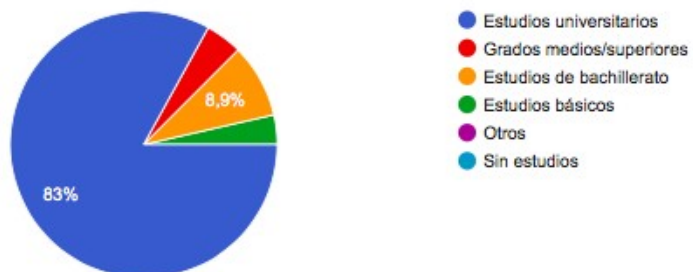
111 respuestas



•

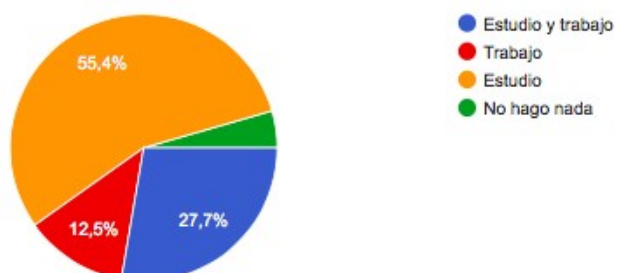
Nivel de estudios

112 respuestas



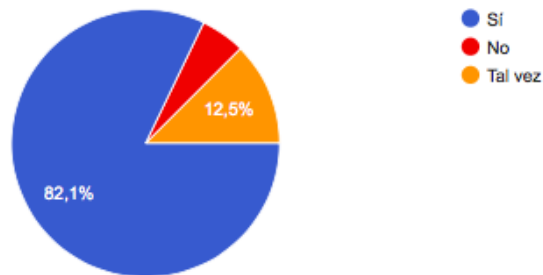
Ocupación actual

112 respuestas



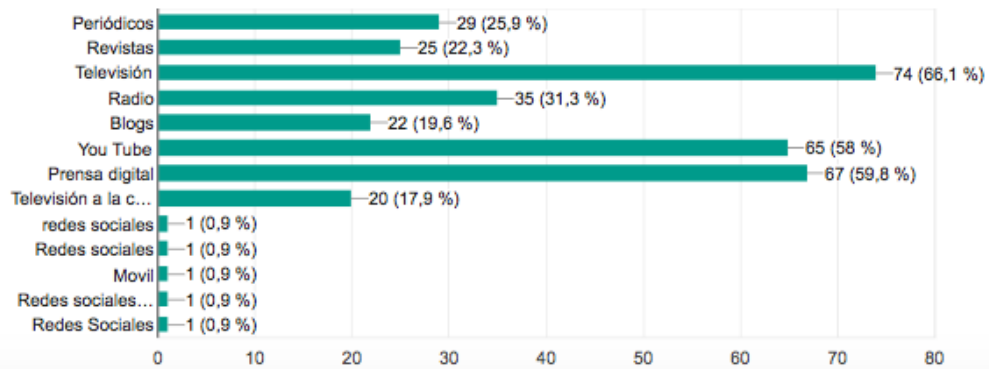
¿Consideras un blog o un canal de Youtube como un medio de comunicación

112 respuestas



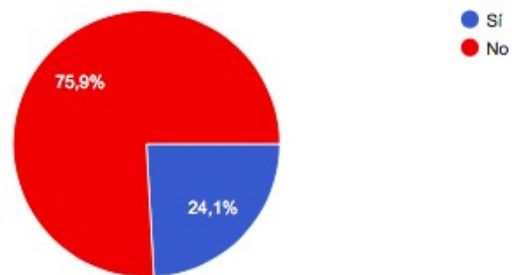
¿Qué tipos de medios de comunicación consumes más?

112 respuestas



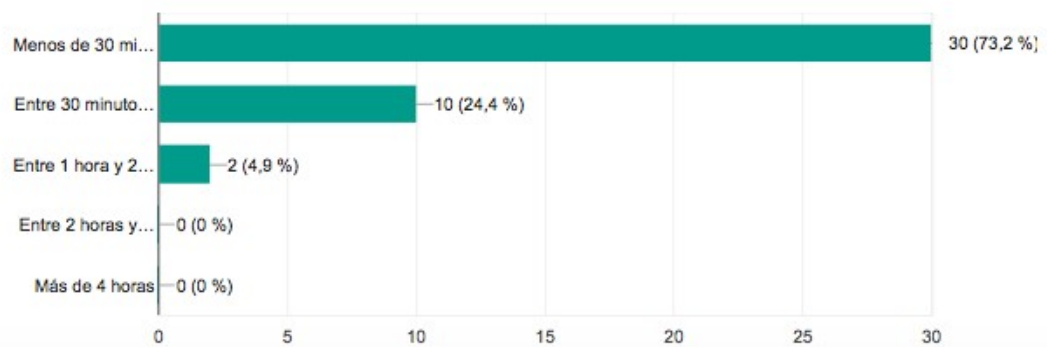
¿Eres consumidor habitual de Blogs?

112 respuestas



Si es así, ¿cuánto tiempo dedicas a leer blogs al día?

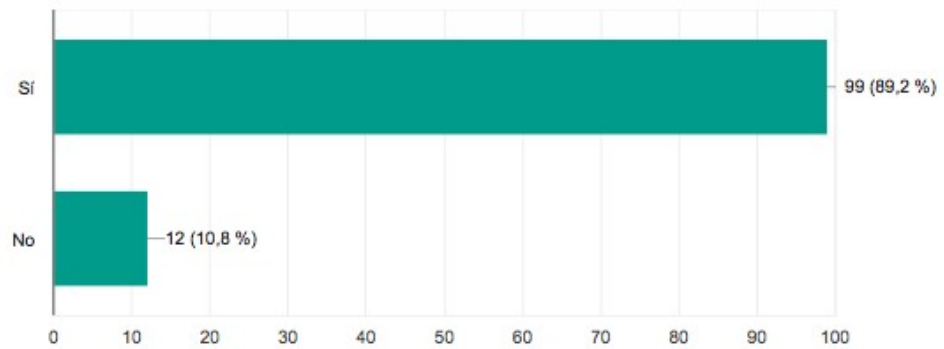
41 respuestas



•

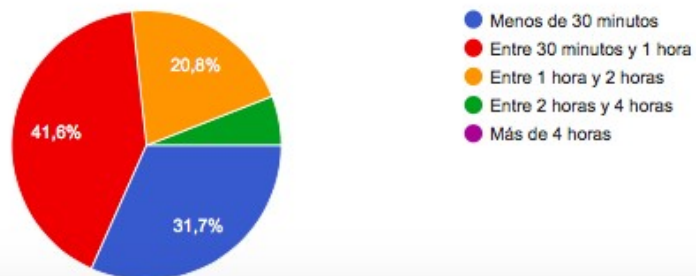
¿Eres consumidor habitual de You Tube?

111 respuestas



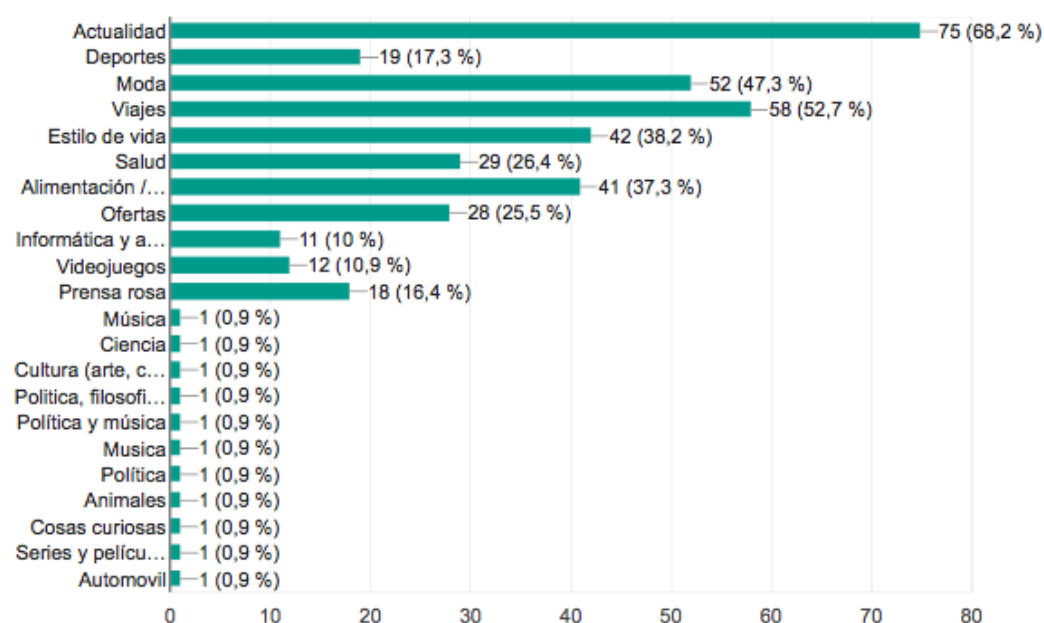
Si es así, ¿cuánto tiempo dedicas a ver vídeos en Youtube?

101 respuestas



¿Sobre qué temas te gusta informarte o saber más?

110 respuestas



¿Qué crees que aportan las plataformas digitales como Blogs y You Tube?

75 respuestas

| |
|---|
| Entretenimiento (4) |
| Actualidad (3) |
| Información y entretenimiento (2) |
| entretenimiento (2) |
| Existen blogs y canales de YouTube de lo más variopinto, así que depende. He tenido la suerte de aprender e informarme mucho en este tipo de plataformas, pero el hecho de que no exista un filtro hace que el rigor sea más que cuestionable. Como ejemplo pongo la enciclopedia online Wikipedia, que en general no se considera una fuente fiable. Sin embargo, para crear o editar un artículo es necesario insertar referencias para evitar que borren el artículo. Llama la atención que los vídeos de YouTube no se acepten como referencia bibliográfica. Por algo será.... (2) |
| Información actualizada |
| Nuevas opciones multimedia, aunque también esta democratización en el acceso a los medios de "producción" de la información hace que esta sea cada vez menos veraz |
| otro punto de vista |
| Innovación |

●

| |
|---|
| Contenido muy personalizado |
| Experiencias personales, cercanía con el espectador, innovación, temas no tratados en medios de masas. |
| Tanto cosas positivas como negativas |
| Cotilleos y publicidad de productos |
| Una gran diversidad de opiniones |
| Ideas creativas |
| Fácil comunicación con los usuarios y sobretodo el poder de convicción de los youtubers en productos |
| más información y desde diferentes puntos de vista |
| Interacción, comunicación |
| Una nueva forma de llegar al público, mucho más dinámica en numerosos casos que los medios tradicionales. |
| Desinformación |

●

| |
|---|
| Una nueva forma de comunicarnos directamente entre creadores de contenido y las personas a las que ese material está destinado sin pasar por controles como pueden ser las cadenas televisivas. |
| gran variedad y cantidad de informacion |
| El punto de vista de personas que, mayoritariamente, no están bajo el yugo de un gran medio de comunicación cuya credibilidad, para mí, deja bastante que desear. Claro está que, actualmente y tanto en la blogosfera como en Redes Sociales, el usuario también debe tratar de descodificar el mensaje de bloggers o líderes de opinión, los cuales pueden no ser del todo veraces. Lo óptimo es tener una gran cantidad de fuentes de información de las que nutrirte. |
| Actualidad sobre temas que no se tratan en los grandes medios |
| Entretenimiento e información |
| una manera más fácil de acceder a ciertos contenidos de actualidad que interesan individualmente, aunque la informacion recibida sea de mucha menor calidad y mucho menos subjetiva comparada con la aportada por otras plataformas. |
| Aportan un sitio en el que la gente que comparte una afición en común pueden intercambiar puntos de vista, opiniones... |
| Entretenimiento a un publico infantil |
| Informacion rápida |

●

Frescor a los contenidos

Nuevas formas de tener contenido de entretenimiento a la par que complementan, sobre todo YouTube, muy bien a los medios de comunicación tradicionales como la radio o el periódico.

Actualidad y otro punto de vista

novedad y informaciom actualizada

Mas facilidad de acceso y cercania

Un abanico de contenidos

Diversidad de contenidos como entretenimiento, moda, formación,...

un medio rápido y sencillo al alcance de todos, a través del cual puedes comunicarte a nivel mundial.

Tienen una aportación infinita

Un punto de vista personal alejado de los grandes medio

Es más fácil encontrar la información que buscas.

Información desde otros puntos de vista.

●

Forma diferente de hablar

Un acceso rápido a infinidad de temas. Por ejemplo hay infinidad de blogs con recursos didácticos que ayudan a profesores a preparar sus clases.

Opiniones y posibilidad de debate

Son una vía fácil y accesible para que cualquier persona pueda publicar su propio contenido, opinión, etc.

Una forma mas amena de llegar a la mayoría de usuarios con informacion, en muchos casos, relevante

Contenido adicional de ocio y entretenimiento

Informacion inmediata por un lado pero por otro aportan entretenimiento absurdo y ayudan a viralizar contenidos desagradables y a manipular a la sociedad que en ocasiones resulta muy influenciable

Información al gusto del consumidor, perspectivas informativas diferentes a las convencionales, entretenimiento...

Información

No soy usuario habitual

Mayor apertura de comunicación, profundidad en temas poco frecuentes...

Es una información más visual. En el caso de los blogs si que es como una perspectiva más tradicional (texto, fotos, vídeos, audios, etc.) En cambio Youtube texto disminuye y se centra en audiovisual

Todo depende de su contenido

Mucha información necesaria

Entretenimiento, trucos,

Conexión directa con los emisores en un ámbito menos formal

Más pluralidad de temas y enfoques; promoción de personas anónimas; retroactividad de la información (al ser posible comunicarse con el autor).

información al momento

Una nueva forma de comunicarnos

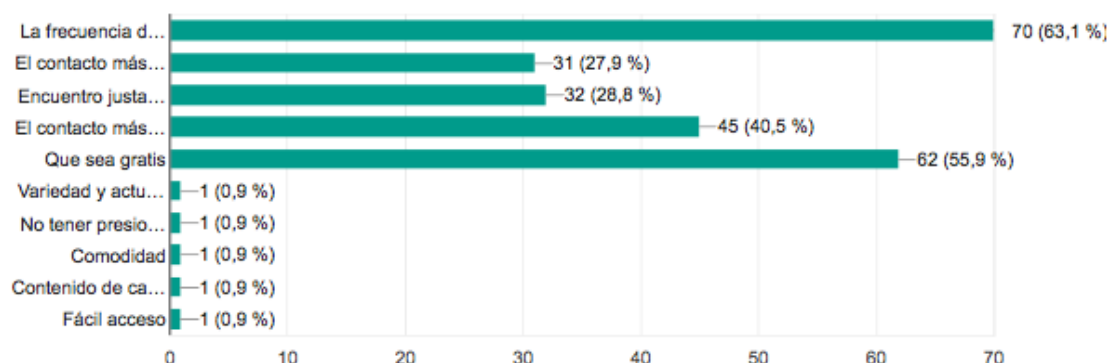
Hay información sobre cualquier tema

Información al momento

Inmediatez y entretenimiento

¿Qué factores consideras más relevantes en estas plataformas?

111 respuestas



¿Qué opinas del fenómeno 'blogger' e 'influencers'?

64 respuestas

No son fuentes fiables, sino más bien simples estrategias de marketing. Y luego: ¿qué hay que hacer para ser 'influencer'? Seguro que una tesis doctoral no es el requisito indispensable. (2)

Está sobrevalorado. Cualquier persona hoy en día consigue seguidores en redes sociales

Que tienen que tener nociones de comunicación, o, al menos, ser conscientes de su poder y de que pueden generar opinión pública en un target adolescente muy vulnerable

Demasiadas ganancias a costa de promocionar ropa o productos y no son realmente auténticos

Para mí son figuras que se nutren de la publicidad de cercanía, me parece bien su trabajo.

●

| |
|--|
| Algo inútil en algunos casos |
| Que se mueve mucho dinero y está muy sobrevalorado |
| Lo respeto pero no lo entiendo |
| Un modo fácil de patrocinio y dinero a personas que no suelen tener idea de lo que promocionan y explican |
| Me parece una gran oportunidad para las marcas para patrocinar sus productos. |
| me resulta útil y como fuente de inspiración |
| Positivos, entretienen proporcionan información que la gente demanda |
| Muy novedoso, y en ciertos casos, útil para conocer noticias, eventos, tendencias,etc. Pero también, en algunas ocasiones ,luchas de egos que no aportan nada. |
| XD |
| Que siempre ha habido gente que ha influenciado a otros, y ahora simplemente se le ha puesto ese nombre a dicha figura. |
| Una patraña |

●

| |
|---|
| He hablado un poco en la anterior pregunta. Yo creo que este tipo de personas son una evolución digital de lo que antaño se podía considerar un líder de opinión (celebridades como marilyn monroe o el cantante jay-z, incluso políticos como kennedy). Al fin y al cabo, son personas capaces de generar un contenido que atrae a la gente. Por ello creo que tambien tienen una responsabilidad para con su público. A título personal creo que se debería aprender a diferenciar a los influencers ultra medidos, aquellos que funcionan a base de publicidad encubierta, códigos de descuento en hawkers y fotos color pastel de las personas que son naturales y que logran ser influencers por que son diferentes. |
| Ridículo |
| Un fenómeno que ha crecido en los últimos años |
| Están de moda y creciendo y adquiriendo cada vez más influencia |
| Nuevo modelo a seguir por la población y es una manera de estar actualizado hoy en día |
| La respuesta a la siempre presente necesidad social a roles que individualmente las personas no son capaces de crear para su propia vida. |
| Es un medio mas de publicidad y marketing |
| Me dan bastante igual |
| Han llegado para reformar un modo de comunicación obsoleto |

●

Creo que es una nueva forma de llevar las relaciones públicas o la publicidad y me gusta. Sin embargo, creo que hay que tener en cuenta los méritos que a veces estos 'influencer' han hecho para llegar a la fama (en algunos casos ninguno)

Me parece que está bien en que haya ciertas personas de las cuales puedas tomar consejos, pero si que es verdad que últimamente se ha expandido demasiado, y mucha gente solo lo hace por la fama y por ganar "likes" en vez de como algo más profesional

No es buen ejemplo para los jóvenes

No me termina de convencer que les paguen por hablar sobre un producto o servicio

es algo que esta en auge y como de moda pero hay personas que se dedican a eso y es su trabajo y lo veo muy bien.

No creo que les dure mucho el chollo, en verdad creo que cada uno tenemos una personalidad propia y es la que debemos sacar adelante

Me mola

Que están haciendo que la sociedad se ciña a un prototipo semejante al de su "blogger" o "influencer" favorito

son nuevas profesiones y personalidades que están teniendo un gran impacto en la sociedad

●

No, me gusta. Demasiada superficialidad

Pienso que les pagan demasiado.

Qué es lo que necesitamos para entender nuestro mundo y avanzar

Poder estar mas al día.

Demasiado

Que venden su vida como si fuesen el centro del mundo y no lo son.

Se nos está yendo de las manos y muchos niños y adolescentes los toman como modelo a seguir.

Que es una moda pasajera

Luego faltarán médicos...

Nocivo y beneficioso, según. Hay que poner filtros, sobre todo para los menores.

Se les está yendo de las manos, ahora todo el mundo quiere serlo

No uso

●

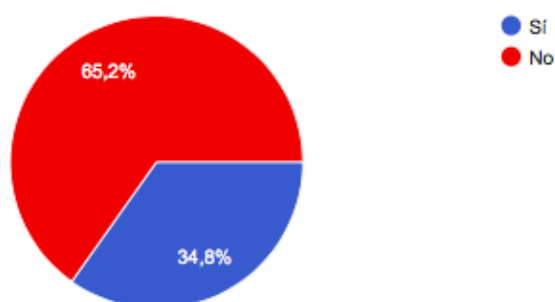
| |
|--|
| Estoy a favor |
| Se acabara convirtiendo en una moda pasajera |
| Fuera de orbita. No encuentro lógico la cantida de dinero que ganan por hacer viajes y challenges que no aportan nada vital a nuestra sociedad. |
| Bueno, sin mas |
| Nuevas formas de publicidad por su supuesta credibilidad |
| Lo veo un movimiento mercantilista muy lógico porque supone una forma de publicidad más inmediata y adaptada a los millenials, ya que las redes sociales son su mejor canal de promoción. Sin embargo creo que su éxito depende más del postureo que de la calidad de las publicaciones. Salvo una tal pilal que es la influencer por excelencia y la adoro una jarta <3 |
| nada...yo paso de eso |
| blogger mas o menos bien influencers mal |
| Demasiado pesados |
| Marcan tendencia |

●

| |
|---|
| Que he estado lenta para formar parte de él. Pero creo que en unos años pasará la moda, y los que han estado "currandose" otras facetas, tendrán futuro, los que solo se dedican a subir fotos chulas, están destinados al declive. |
| Es un arma de doble filo. cualquier persona que se considere blogger o influencer puede pecar de tener el don de la verdad absoluta o ser un medio de desinformación. |
| Me parece que se les está dando mucha más importancia de la que en realidad tienen. |

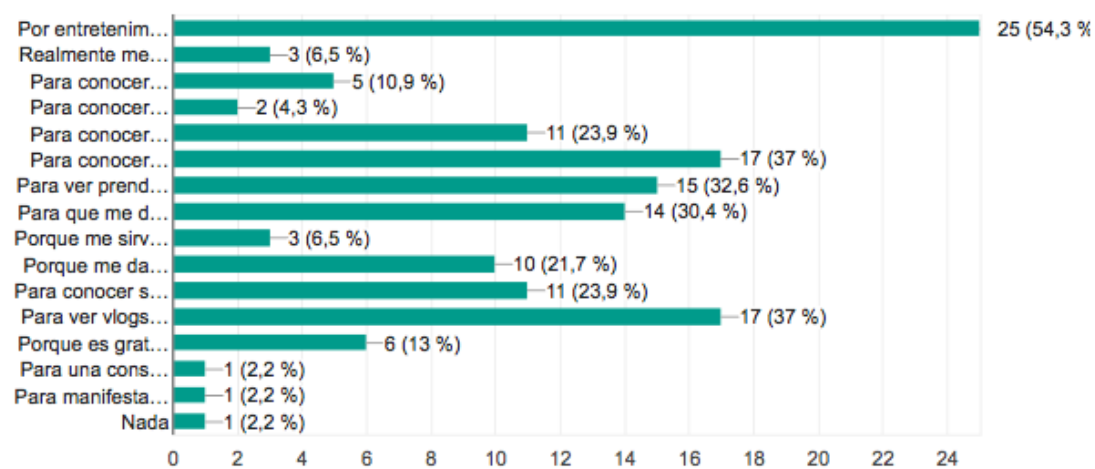
¿Has consultado alguna vez la opinión de un 'influencer'?

112 respuestas



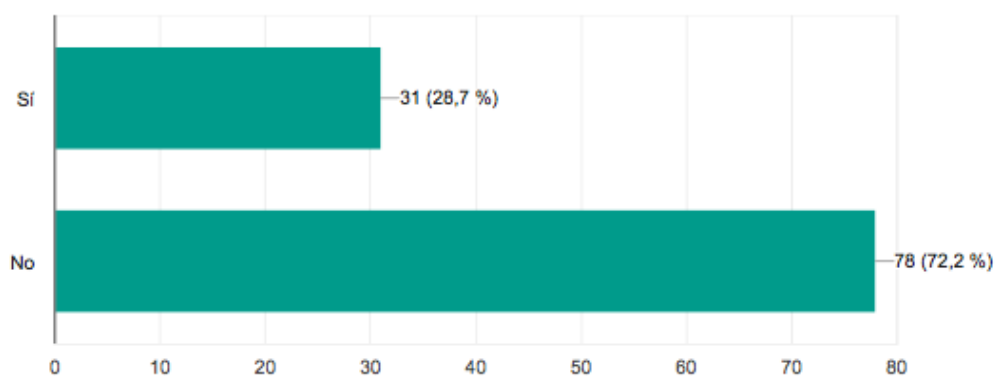
En dicho caso, ¿para qué consultaste su opinión?

46 respuestas



¿Los consideras líderes de opinión?

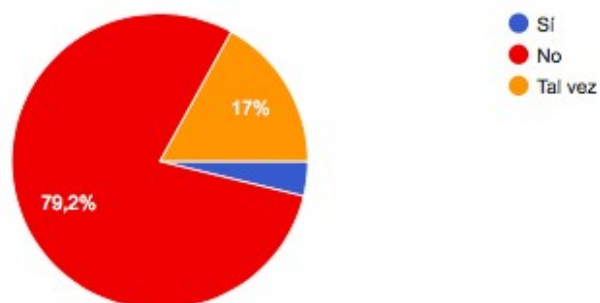
108 respuestas



•

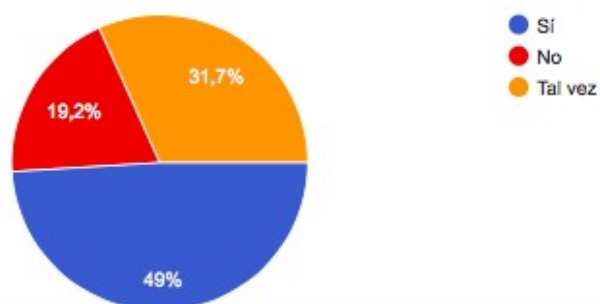
¿Confías plenamente en lo que te recomienda un influencer?

106 respuestas



¿Crees que tienen influencia real, no sobre comprar productos, sino transmitiendo valores cuando hablan de temas de opinión pública?

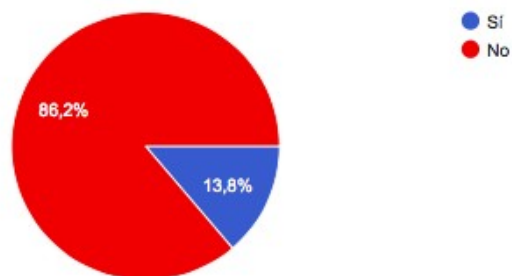
104 respuestas



•

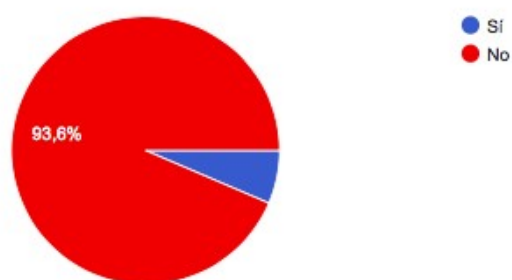
¿Has utilizado alguna vez alguna aplicación específica de algún influencer?

109 respuestas



¿Tienes blog?

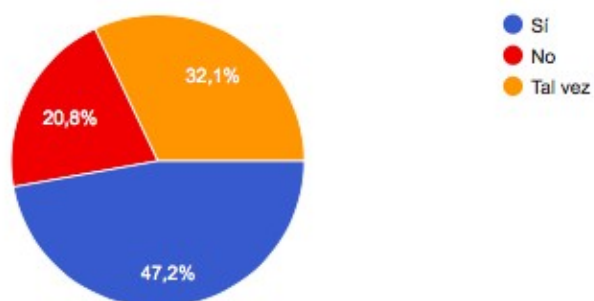
109 respuestas



•

¿Crees que se trata de una profesión caduca?

106 respuestas



•

•

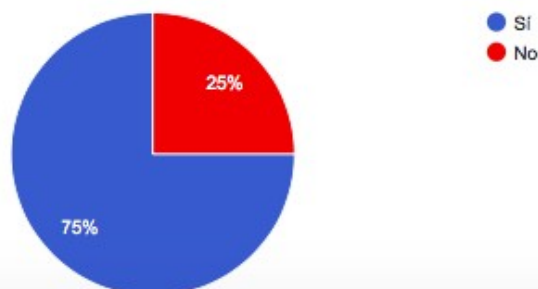
¿Crees que el panorama ha llegado a un punto de saturación?

109 respuestas



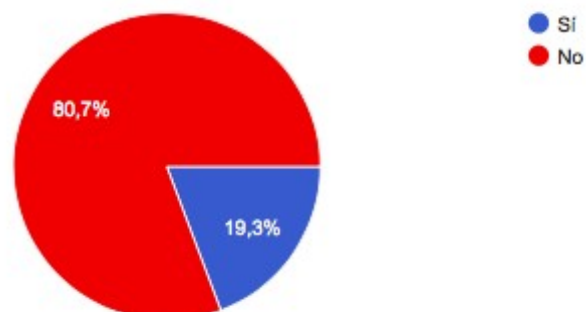
¿Algunas colaboraciones que realizan con marcas las consideras como publicidad intrusiva?

104 respuestas



¿Tienes canal de You Tube?

109 respuestas



•

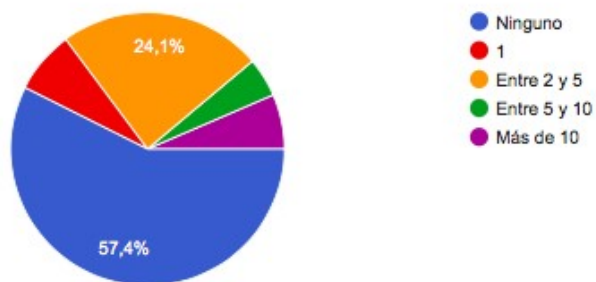
¿A cuántos canales de You Tube estás suscrito?

108 respuestas



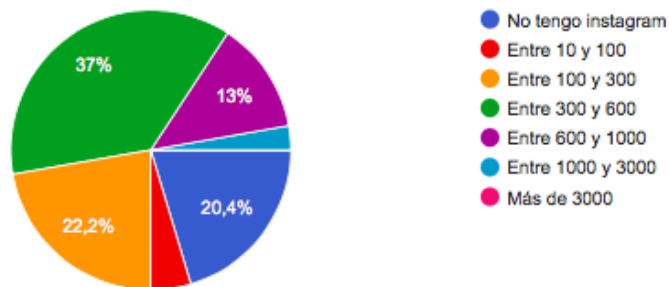
¿A cuánto bloggers sigues y lees normalmente?

108 respuestas



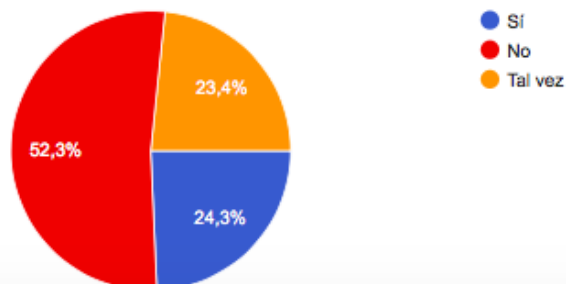
¿A cuántas personas sigues en Instagram?

108 respuestas



¿Estarías dispuesto a pagar 1 euros mensual para poder consumir todas las plataformas y que se formalice la profesión, sin dar así protagonismo a la publicidad para poder financiarse?

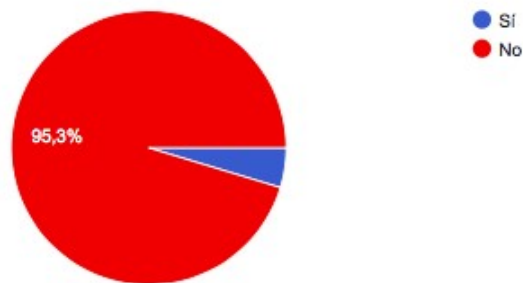
107 respuestas



•

¿Utilizas algún servidor o directorio de blogs para enterarte de novedades?

107 respuestas



¿Cuál?

4 respuestas

| |
|-----------|
| Instagram |
| Facebook |
| Pinteres |
| ninguno |

•

¿Alguna vez te has dejado llevar por las opiniones de estos sujetos?

107 respuestas



- **ANEXO 9. ESTUDIO DE *WE ARE SOCIAL* SOBRE LOS USUARIOS EN INTERNET**

-



- *Ilustración 29. Internet en el mundo*

-

-



- *Ilustración 30. Internet en Europa*

-

-