



Denis Lukyanov

Instagram cuenta con una enorme popularidad y desde hace tiempo se ha convertido en una herramienta eficaz para que unos se ganen la vida y otros aumenten su autoestima. En una entrevista exclusiva con Sputnik, dos expertos relataron qué se esconde entre bastidores en esta red social.

¿Cuánto ganan los influencers?

Hay diferentes maneras de monetizar Instagram. Los influencers ganan dinero a través de sus promociones, pero esta no suele ser la única forma de obtener ingresos, explicó a Sputnik la CEO y fundadora de la agencia Influegency, Arantxa Pérez.

Muchos influencers tienen trabajos aparte o empresas que generan ingresos gracias a su popularidad y a las inversiones de lo que ganan en redes. La publicidad en Instagram representa solo una parte de sus beneficios.

"Los pagos por promociones varían en cuanto al número de seguidores, pero están más ligados a los impactos que tienen sus publicaciones que al volumen de seguidores. Por otra parte, cada vez es más común la promoción en *stories* y no tanto en el *feed*", señaló Arantxa Pérez.

La cantidad de dinero que gana un influencer oscila bastante. Puede ir desde la colaboración por producto sin pagos hasta miles de euros por una sola foto.

Una modelo puede tener muchos seguidores y promocionar productos de su día a día y una instagramer puede aspirar a convertirse en modelo. Los instagramers tampoco son comerciales, son generadores de imagen de marca que potencian las ventas.

"Esta costumbre de algunas marcas de pagar por comisión no es lo habitual. Igual que una vendedora de una tienda no es la modelo que está en el escaparate, una instagramer puede aumentar las ventas pero no tiene por qué venderte el producto", profundizó Pérez.

¿Quién gana más en Instagram?

Los sectores máspreciados son los de la belleza. Los viajeros suelen costearse el viaje a cambio de promoción. Por ejemplo, ponen el foco en los *looks* o cremas que usan en el viaje.

"Los instagramers son autónomos o deberían serlo y pagar sus impuestos como actividad laboral, tanto en especies (producto) —aunque esta parte no se suele facturar— como mediante facturas ", explicó.

La industria funciona de la misma manera en todo el planeta, pero los cachés y lo que los influencers están dispuestos a hacer por las marcas sí varía en función de los países.

Por ejemplo, Alemania suele ser más estricta en cuanto a negociaciones de precio y productos. Miran mucho más lo que promocionan y cómo. Este enfoque es mucho mejor. En España la gente suele ser más laxa y acepta cualquier cosa, apuntó Pérez.

¿Cuál es la mejor manera de promover la publicidad para un influencer?

Algunos usuarios de Instagram publican contenido publicitario aparentemente no patrocinado como si no tuvieran la intención de promoverlo; otros lo hacen oficialmente con una inscripción

sobre la publicación que dice "Patrocinado por". Es decir, unos lo hacen con sinceridad, mientras que otros tratan de ocultar sus intenciones, aunque sea obvio que se trata de un anuncio pagado.

Los usuarios que siguen cuentas en Instagram ya distinguen perfectamente el contenido patrocinado del que se publica sin ánimo de lucro.

"Es normal que cobres si estás dando visibilidad a una marca, pero, por lo menos, que los seguidores no sientan que ya nada es real sino que tu *sugerencia*, aunque sea pagada, la usas en algún momento de tu vida y lo que cuentas es cierto", destacó la entrevistada.

La ley es distinta en cada país y no es clara en cuanto a redes sociales específicas. Por lo tanto, cada cual actúa según su criterio, y la marca en cuestión también. En muchos casos son las propias firmas las que impiden que se diga que se trata un post patrocinado.

"La cantidad de seguidores que un influencer tiene determina si la publicación se paga y en qué cantidad, o si solo se realiza a cambio del producto. Cada vez más los *microinfluencers* son un sector en el que se fijan las marcas por la falta de pretensiones económicas y cercanía a su círculo (nicho y target que la marca tiene como objetivo)", puntualizó.

Aunque dicho sector parezca pequeño en comparación con los grandes influencers, la posibilidad de llegar a 4.000 seguidores con un alcance de su foto de alrededor de 20.000 personas es mucha gente en un solo clic. A las marcas los *microinfluencers* les resultan cada vez más rentables, ya que estos suelen *trabajar* solo por producto.

Objetivo: lograr la lealtad de sus seguidores

Si un instagramer quiere hacer que sus seguidores sean *leales*, tiene que vivir en la red social como vive en la vida real. Esto es palpable a ojos de quienes te siguen y aporta confianza y credibilidad.

"Siendo fiel a ti mismo y a tus convicciones de vida constantemente: esto crea un vínculo, tal y como si forjas una amistad fuera de Instagram", subrayó Pérez.

Al mismo tiempo, son excesivamente comunes la compra de seguidores y de *likes*, así como el amiguismo en las contrataciones, que no tienen nada que ver con la influencia real de un *instagramer*.

"Como ya se sabe y es notorio, Instagram planea anular los *likes* visibles. Veo este cambio con buenos ojos. Probablemente volvamos a catalogar a la gente por el número de seguidores al no ver los impactos. Pero hay muchas otras formas de medirlo para las agencias honestas y profesionales que contratan", concluyó.

¿Por qué muchos usuarios de Instagram publican en masa fotos de su vida?

Redes sociales e Instagram se han convertido en una verdadera adicción para millones de usuarios. El psicólogo español Nacho Coller explicó en una entrevista a Sputnik las razones de este fenómeno, que está vinculado en gran medida con el afán de reconocimiento.

Los *instagramers* desean ser alguien en el mundo y conseguir los ansiados *me gusta*. Es decir, por un lado, el objetivo de muchos jóvenes es agradar.

"También es cierto que hay un colectivo de influencers que viven de esto. Muchos chicos y chicas quieren ser influencers, o sea, buscan cómo conseguir el éxito económico y reconocimiento social sin trabajar y sin una educación", dijo el psicólogo.

Según Coller, la sociedad del siglo XXI está reforzando mucho esta idea. Numerosos *instagramers* se preguntan: "¿Qué es lo que tengo que hacer para conseguir el éxito sin hacer nada y con el mínimo esfuerzo?". E Instagram podría ser un ejemplo de esto.

Fotos que tienen poco que ver con la vida real

"Instagram es toda una gran mentira. Realmente su vida no tiene nada que ver con lo que es habitual. Esto pasa a menudo en las parejas. Una pareja puede parecer idílica, que le va muy bien, pero luego, cuando los ves en la cara oculta, en muchas ocasiones son relaciones tormentosas", subrayó.

El hecho de que muchos instagramers oculten su vida real tiene que ver con un complejo de inferioridad. Algunos influencers publican en sus cuentas de Instagram una vida *de perfección*. Por ejemplo, influencers de deporte rara vez aparecen sudorosos o agotados en sus instantáneas y vídeos.

"No he visto ningún vídeo de un chico o una chica sudando. Es decir, muestran una vida totalmente irreal. Lo ideal no es real, lo ideal es lo imaginario que a nosotros nos gustaría", prosiguió Coller.

Los influencers funcionan de acuerdo con el marketing puro y duro. Las empresas de publicidad muestran siempre un producto perfecto, desprovisto de fallos. Ponen una estampa idílica aunque, detrás de esto, todo es falso. Esto provoca mucha presión e incluso ha habido casos de suicidios a causa de Instagram. La realidad resultó ser todo lo contrario a la vida idílica y envidiable.

"Todo esto tiene que ver con una autoestima elaborada sobre la base de la imagen, de lo que opinan los demás. No es una autoestima relacionada con el componente interior. Es una parte importante de cualquier ser humano, que nos queramos asumiendo nuestros errores y asumiendo nuestras imperfecciones", puso de relieve el psicólogo.

Herramienta para incrementar la autoestima

"Los influencers de Instagram relacionan el número de *likes* con el éxito. Si tengo muchos *me gusta*, valgo; si no, no valgo. Es un ejemplo del tipo de sociedad que tenemos. Fomentar la

autoestima sobre la base de los

likes

puede desembocar en una psicopatología", enfatizó.

Esto puede acarrear todo tipo de problemas, desde adicciones y presión hasta suicidios. O, como mínimo, algo tan básico como la insatisfacción, porque jamás van a obtener lo que quieren.

"Además, funciona mucho con la comparativa social: 'Yo tengo 1.000 *likes* y él tiene 1.100, es mejor que yo. ¿Qué tengo que hacer para conseguir los 1.200?'. Buscar una foto más original, buscar ese espacio que nadie ha hecho para conseguir más que nadie, pero es absurdo", agregó Coller.

¿Por qué la gente sigue a las estrellas de Instagram?

Para Coller, se trata de un modelo a imitar. Toda la historia, el ser humano ha funcionado siempre por modelos. El cine de Hollywood creaba modelos a seguir tanto en la manera de vestir como en la de comportarse, incluso en el modo de fumar. El cine no tiene tanto impacto hoy en día. Tienen más las redes sociales como Instagram o Facebook.

"A todos nos gusta que nos enseñen una vida maravillosa, pero a veces podemos confundir lo que es bello y maravilloso con la realidad. Con el cine sabes que es cine, pero con Instagram te crees que es real. Creo que los modelos de Instragram o de YouTube son más dañinos que el cine. Estos modelos de ahora generan una realidad distorsionada", concluyó.