

INFLUENCERS

Aspiración, trabajo y promoción en la economía de la atención

Arturo Arriagada, PhD

Escuela de Comunicaciones y Periodismo

Universidad Adolfo Ibáñez



emrata

Follow

231k likes

32w

emrata Sugar bear brunch

@sugarbearhair

view all 1,054 comments

samspeechly @zoe_riikonen 🤔🤔

zoe_riikonen She's an absolute goddess

🤔 @samspeechly

sed_mohsen_ @pardischl اره به ته چهرتون
شبيه هم

_nh_7 @_maga97

lunahoudebine @benjaminsultan6 je suis
dsl mais elle est trop belle

mister_13lack This is an illegal
advertisement

priyanka_dan @__suhasini__ she looks
so much like your friend

vagizsupreme #отнапитка с любовью

stone_fox007 Love the necklace ❤️

louisoltmanns @henrymarten ..danz ok ..



Add a comment...





**“We’re
more popular than
Jesus”**

JOHN LENNON

**ESTE NO ES UN
FENÓMENO NUEVO**

¿QUÉ ES LA INFLUENCIA?

Estudio financiado por CONICYT (2015-2018)

2015: Entrevistas a ejecutivos de agencias de publicidad y marketing digital (N: 15).

2016: Recolección de información y análisis en Twitter (N: 55.000 tweets).

2017: Entrevistas a creadores de contenidos (N: 35). Análisis de publicaciones en Instagram (N: 740)



De dónde vienen los influencers

CELEBRIDAD

En el actual contexto mediático cualquiera puede ser una celebridad. Estamos en una constante lucha por ser visibles para el resto.

TECNOLOGÍAS

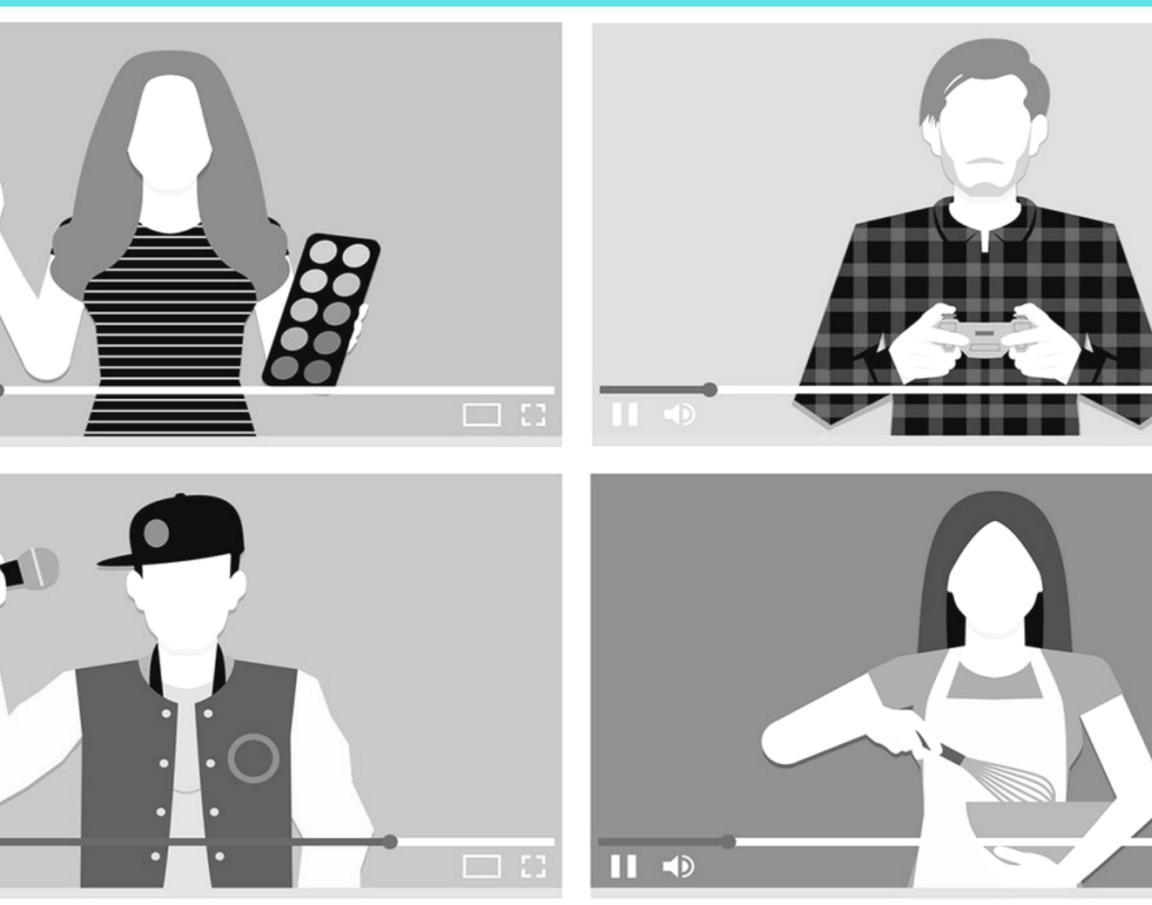
Que permiten crear, manipular y compartir nuestras identidades a gran escala.

NICHOS

La diversidad de hábitos, el volumen de información y formas de consumo hacen de los nichos las nuevas masas.

AUTOPROMOCIÓN

Para diferenciarnos en mercados cada vez más competitivos donde todo es transable.



¿QUÉ MOTIVA A LOS CREADORES DE CONTENIDO?

RESOLVER ASIMETRÍAS DE MERCADO

Informando y compartiendo experiencias de consumo

SER EMPRENDEDORES DE SÍ MISMO

A través de la auto-promoción y la creación de contenidos

REDEFINIR LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Un campo ejercido por publicistas y expertos en marketing

MAKE YOUR
PASSION
YOUR
PAYCHECK

DEL TRABAJO
POR "AMOR AL
ARTE", AL
TRABAJO "POR
AMOR AL
HOBBY"



¿QUÉ TENSIONA A LOS INFLUENCERS?

VALIDAR SU ACTIVIDAD COMO UN TRABAJO (PAGADO)

Que involucra conocimientos, tiempo y recursos

LA EXPOSICIÓN PERMANENTE

Frente a audiencias críticas y a otros actores de la cadena de valor (agencias)

ALGORITMOS Y PLATAFORMAS

Que determinan su visibilidad y que cambian su configuración

**¿QUÉ TIPO DE
CONSUMIDOR
REPRESENTA UN
INFLUENCER?**



*¡Yo ya lo comprobé!
Ahora tú atrévete a medir
los resultados.
Tinka Tomacic P.*

**¡ÚNETE
AL DESAFÍO Y
COMPRUÉBALO!**
-1 GRADO de arrugas
en 28 días*.

**GARNIER
ULTRALIFT**
Anti-arrugas + Reafirmante
con Pro-retinol natural.

Ingresa a Facebook de Garnier Chile,
recibe de regalo uno de los
5.000** Kits de prueba Ultralift,
descarga el medidor de arrugas
y sé parte del desafío.

 /GarnierChile



Cuídate.
GARNIER

* Test clínico por puntaje en 38 mujeres en 28 días, según medidor de arrugas.
** Bases protocolizadas en Notaría Nancy de la Fuente Hernández.



marcelavacarezza_ • Follow

marcelavacarezza_ Arreglándome para un matrimonio 🤍 Les recomiendo Hi-def Tinted Brow Gel de @revitalash_chile para las cejas. Tinte y gel, muy fácil! 😊 #matrimonio #cejas

Load more comments

- marcelavacarezza_ @mariaelenasaezgomez 👍
- marcelavacarezza_ @anita.jara.3551 ❤️
- marcelavacarezza_ @mariamedelmunoz para eso es 😊 @revitalash_chile
- marcelavacarezza_ @mogaro2005 cariños 🤍
- marcelavacarezza_ @marisolsoto170 @revitalash_chile 😊

menitaluengo @marcelavacarezza_ gracias marcela me encanta tu ropa y como te vistes



6,378 likes

APRIL 6

Log in to like or comment.



**LA CANCIÓN
SIGUE SIENDO LA
MISMA**

**LA COMUNICACIÓN
ORGÁNICA NO
EXISTE... ES UN
IDEAL. SOLO
EXISTE LA
PLANIFICACIÓN Y
LA EVALUACIÓN**

**CON CRITERIOS
CLAROS PARA
TODOS LOS
ACTORES DE LA
INDUSTRIA**

**PARA QUE EL VALOR
ECONÓMICO Y
SIMBÓLICO SEA EL
RESULTADO DE UNA
CONVERSACIÓN
CONSISTENTE Y
RELEVANTE**

La industria de los influencers enfrenta desafíos



AGENCIAS



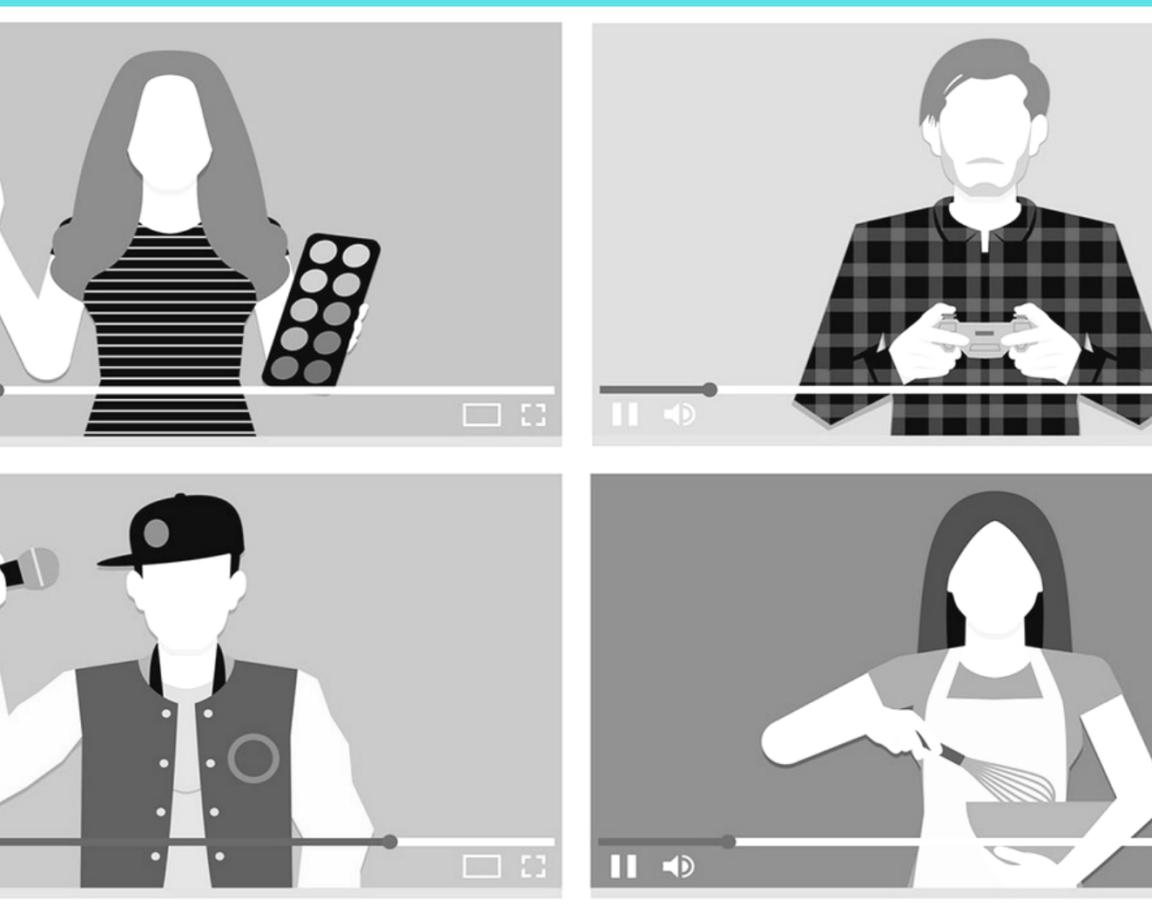
MARCAS



FISCALIZADOR



**CREADORES DE
CONTENIDO**



¿HACIA DÓNDE VAMOS?

LA COMUNICACIÓN EN EL CENTRO

Un plan de influencers no es una estrategia

CAMBIOS EN LAS PLATAFORMAS

Tiempos en pantalla, algoritmos, IA

MIS DATOS, TU PRIVACIDAD

Propiedad de los datos



Boolture @Boolture · 09 abr. 19

Suicidio en el **Costanera Center**.
Increíbles detalles y excelente
iluminación gracias a mi

#HuaweiP30

#RedefineLasReglas



**ESTO NO PUEDE
SER EL FUTURO**



MUCHAS GRACIAS

ARTURO.ARRIAGADA@UAI.CL

WWW.CULTURASOCIALMEDIA.COM