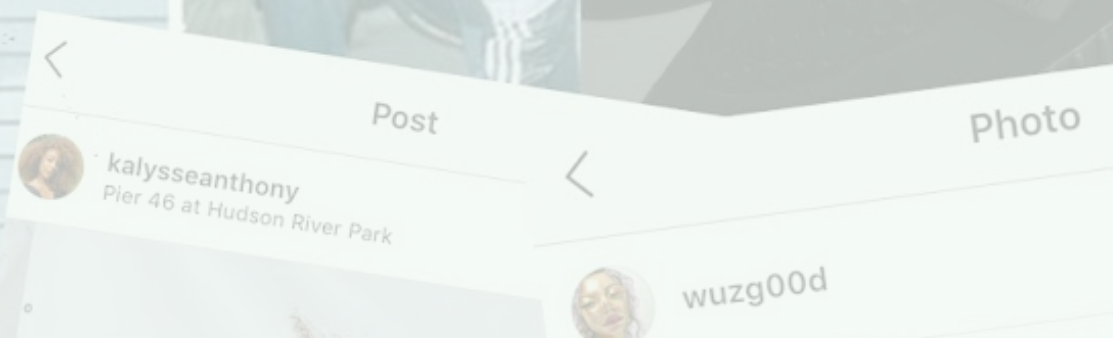


YEEZY BOO
ONLINE PURCHASE RAFFA
17-18 DECEMBER C



INFUENCERS

PODCAST DEA-DAMA



MEMORIA

Teoría y ecología de los medios

GRUPO 4

RESUMEN DEL TEMA

influencers

Hoy en día vivimos en un mundo globalizado en el que todo está conectado y en el que cada vez pensamos menos por nosotros mismos. En el momento en el que el grupo se planteó el tema para realizar el podcast, nos llamó la atención el tema de Influencers ya que es de actualidad, genera mucha controversia e inconscientemente nos afecta más de lo que pensamos, por lo tanto queríamos investigar más acerca de ello.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías y la llegada de las redes sociales, han ido surgiendo nuevos oficios que hace unos años eran impensables, este es el caso de los Influencers. Esta figura está generando gran controversia en nuestra sociedad ya que atraen la atención de miles de personas creando a su vez una nueva forma de comunicación. Los Influencers han pasado de ser gente que consumía contenido audiovisual a través de Internet, a crear contenido para sus miles de seguidores en las Redes Sociales.

La riqueza de este trabajo es que cualquier persona que tenga redes sociales y un teléfono móvil es capaz de convertirse en un referente para miles de personas, sin tener en cuenta la clase social ni económica. Los vemos como referentes cercanos, son personas de a pie, podemos llegar a tener un contacto más estrecho con ellos a través de las Redes.

Pero aquí es cuando surgen diferentes problemas, como hemos mencionado Internet y las Redes Sociales cada vez están más presentes en el día a día de todo el mundo, y cada vez son más jóvenes las personas que empiezan a utilizar estos medios y tener acceso a la información que nos transmiten los influencers. Aquí entra la veracidad que pueden llegar a tener estos, que ideales puedan ofrecer y los valores que manifiesten. Además en muchos casos estas personas muestran una vida perfecta, idílica y muy fuera del alcance de miles de personas. Esto puede llevar a idealizarles y creernos todo lo que nos muestran, sin tener en cuenta que al final no todo es de color de rosa. Lo que puede generar muchas inseguridades en el público al no alcanzar ese modo de vida que tanto se anhela.

RESUMEN DEL TEMA

influencers

Es el ejemplo de Marina Yers, ella manifestó en sus redes sociales que el agua deshidratada, para después acabar ella misma deshidratada. Las personas con un mínimo de cultura y conocimientos, se lo tomaron obviamente a risa. Sin embargo, la realidad es otra y es que no todo el mundo ha podido tener acceso a la educación necesaria para saber de primera mano que esto es una barbaridad, por lo que es muy peligroso que alguien pueda llegar a creérselo.

Además cabe mencionar el nuevo método de marketing y es que muchas empresas invierten millones de euros para que los Influencers promocionen sus productos. De esta forma los Influencers se convierten también en un producto que las empresas explotan porque ven una gran fuente de inversión y de promoción olvidando que son personas y que son sometidas a una gran presión. Este tipo de marketing consiste en que las marcas se dedican a enviar sus productos a los Influencers y estos, por otro lado, se encargan de probarlos en directo delante de sus seguidores, cosa que ayuda a poder ver los beneficios y conseguir nuevos compradores. Con esto hay que tener mucho cuidado, pues hay algunas marcas que aprovechan esta situación para estafar a sus clientes, como es el caso de las apuestas deportivas.

Para finalizar, con este trabajo hemos intentado reflejar los pros y contras sobre los Influencers, lo que nos pueden llegar a repercutir y cómo afectan a la sociedad en general. Nos hemos dado cuenta que todo lo que se publica en las Redes Sociales puede afectar de diferente manera a la población, teniendo en cuenta lo importante que es saber pensar por uno mismo y tener opinión propia para no dejarnos influenciar por cualquiera.

GUION DEL PODCAST

influencers

Guión:

CARMEN

“Si te das cuenta en el agua nunca pone que es un suero hidratante o que se utilice para la hidratación, de hecho el agua deshidrata más de lo que hidrata, podéis buscar esta información en Google”

OLGA

Seguro que muchos habréis pillado esta referencia. Después de este maravilloso momento, Marina Yers se dio a conocer en toda España y no sólo por los jóvenes. Y ese es el tema de hoy. Marta y yo vamos a hablaros de los influencers.

SINTONÍA

CARETA DE ENTRADA

CARMEN: Dea Dama f.m: Influencers con Olga Sanchis y Marta López-Manzanares

MARTA

Influencers: una campaña de márketing, creadores de polémica y tus mejores amigos. La figura de los influencers es uno de los temas más controvertidos hoy en día. Parece que no hay punto medio: o te encantan o no los soportas. Si estás puesto en redes sociales, seguramente sigas a varias de estas personas. Y, aunque no lo estés, habrás oído hablar de algunos de ellos o de las polémicas que han levantado.

OLGA

Vale, pero vamos por partes. ¿De dónde viene esta gente? Los primeros influencers eran nativos digitales que pasaron de **consumir** contenido a **crear** contenido.

MARTA

¿Pero cómo es que han triunfado tanto?

OLGA

Pues porque son personas normales, de cualquier clase social. Con un móvil puedes llegar a hacerte viral, conseguir seguidores y llegar a un estatus mayor. Son referentes y ejemplos a seguir mucho más cercanos porque al ser personas de a pie, puedes sentirte

GUION DEL PODCAST

influencers

más identificado con ellos. Los influencers comparten muchas cosas en común con sus seguidores y, además, las redes sociales hacen que sean más accesibles.

MARTA

Resulta curioso, ¿no? ¿Cómo es posible que le hagamos más caso a una persona que “no conocemos” que a nuestra madre en ciertas situaciones?

OLGA

Pues, sinceramente, ni idea. ¿Qué pensáis vosotros, oyentes? Decírnoslo por nuestras redes. Lo que está claro, es que atraen, tanto la atención de miles de usuarios como de grandes empresas para sacar beneficio económico. Con esto, las acciones de márketing pasaron de la televisión a las redes sociales.

MARTA

Pues efectivamente, el 70% del engagement de las marcas, proviene del trabajo que se hace con influencers. Aparte, los influencers también hacen eventos que atraen a miles de personas, están siempre en redes sociales haciendo contenido...

OLGA

Sí, sí, son muy pesaos.

MARTA

Claro, pero es que es su trabajo. Aunque muchos no lo consideren un trabajo, al final son una estrategia de marketing. Sin embargo, es inevitable que la figura del influencers esté un poco más mal vista, ya que últimamente el ambiente en el que se rodean está lleno de fake news, desinformación, bulos y estafas.

CARMEN

“¿Que cuánto gano al mes con Instagram? Pues es un poquito privado, pero no gano mucho, la verdad. Pero hace poco empecé a apostar en el fútbol y es con lo que más estoy ganando. El otro día metí 30 euros y acabé con 1000 en una sola tarde, o sea brutal jajaja.”

GUION DEL PODCAST

influencers

OLGA

No merece la pena citar a un influencer, ya que todos subieron la misma publicación sin molestarse en cambiar ni una sola coma.

Promoviendo la ludopatía y animando a la gente a entrar en estafas. Esto se hizo viral y llegó incluso a la televisión. Por supuesto, el puesto número uno se lo lleva nuestra querida Marina Yers, con lo de que el agua deshidrata. Y además, otro tema muy controvertido es cómo muchos utilizan ciertos temas como la pobreza en África para promocionarse, como hizo Dulceida con las gafas de sol.

CARMEN

“Una hora con ellos no ha sido suficiente. Feliz por haberlos hecho sonreír. Ahora tienen nuestras gafas de recuerdo y yo sus sonrisas y el tiempo con ellos”

MARTA

Aunque estas cosas no hay por dónde cogerlas, tenemos que decir a favor de los influencers que los medios tradicionales y las mismas redes sociales se han encargado de demonizar esta profesión. De hecho, de este tipo de errores nació lo que hoy llamamos la cultura de la cancelación. Este término nace con el movimiento metoo impulsado por las mismas influencers. Esto de cancelar consiste en retirarle tu apoyo a una persona influyente por algo malo que ha hecho o dicho. Sin embargo, esto se ha vuelto en su contra.

OLGA

Pues sí. Ahora, muchos influencers, que son los mismos que en su día levantaron este movimiento, están viendo sus carreras arruinadas. Un caso muy sonado en España fue el de Forfast, un Youtuber que cuando uno de sus trabajadores lo denunció en redes por explotación laboral tuvo que hacer dos videos pidiendo disculpas y dando explicaciones. Y ni siquiera entonces el público lo perdonó.

CARMEN

“Porque no hace falta una puta quema de brujas y decidme que yo soy el tio mas mierda de todos” “He cambiado, soy una persona totalmente diferente”.

GUION DEL PODCAST

influencers

OLGA

Semanas más tarde se incendió su piso, murieron sus dos gatas y la gente le decía que se lo merecía. La cancelación ha pasado de ser una herramienta sana de la gente para hacer justicia a ser un hate desproporcionado a la persona. Por esto, muchos cierran sus cuentas y dejan sus carreras.

MARTA

Si, gente estúpida que hace cosas malas hay en todos lados, pero también hay muchos influencers que aprovechan su posición para crear un contenido educativo y dar visibilidad a temas que hoy en día siguen siendo controvertidos. Un ejemplo de ello sería Mamacasquet, esa famosa periodista y escritora especializada en sexualidad. Sube todos los días contenido para promover el sexo responsable desde un punto de vista divertido e interesante. ¡Lo que se aprende con esos vídeos!

OLGA

Y como ella Tigrillo, Andrea Compton, Inés Hernand..

MARTA

Y Hajar Brown, la actriz e influencers que hace activismo por la inclusión racial. De hecho, tenéis una entrevista suya muy interesante en nuestra cuenta de instagram: @deadama.production.

OLGA

Por nuestra parte, esto es todo. Si queréis saber más sobre el tema, visitad nuestras redes sociales. Hemos hecho una encuesta para saber qué pensáis de este tema. ¡Nos vemos la semana que viene!

ROLES

influencers

Roles:

-Documentación: Laura Pellús Recio, Lourdes Gámez Castellar, Marta López-Manzanares Pérez, Carmen, Angel Rudiez Palacios, Andrea Lluna Fernandez

Una vez elegido el tema, se hizo una lluvia de ideas para saber como queríamos enfocar el podcast y documentarnos en base a ello. Se realizó una lista con todos los puntos que se creían importantes para el trabajo.

Una vez decidido esto, se repartieron los diferentes apartados entre los miembros del Departamento. Así, todos se encargaron de realizar un documento con esta información para pasarsela al Departamento de Redacción.

También, se realizó una encuesta a través de las redes sociales para saber la opinión de diferentes personas acerca del tema escogido.

-Redacción: Alejandra Gómez Zabal, Olga, Laura, Angel Rudiez Palacios, Andrea Lluna Fernández.

Todos los miembros del equipo leímos lo que nuestros compañeros del Departamento de Documentación habían redactado y nos pusimos a crear el guion de nuestro podcast. Una vez documentados, decidimos que el podcast se realizaría como una conversación entre dos personas y con cierto tono humorístico. Por último nos reunimos varias veces para redactarlo, no tuvimos ningún problema y supimos trabajar bien en grupo.

-Locución: Carmen Olivares Carrión, Marta López-Manzanares Pérez, Olga Sanchis

El equipo de locución se aprendió el guion para poder locutarlo con más facilidad y con la tonalidad adecuada. Todo esto se realizó en las cabinas de radio de la Universidad.

ROLES

influencers

-Edición: Alejandra Gómez Zabal, Lourdes Gámez Castellar, Carmen Olivares Carrión, Ana Sanchis Gómez

Una vez locutado el programa, el Departamento de Edición escogió los sonidos y efectos acorde con el tono y formato del podcast. Después, se montó el trabajo siguiendo las pautas del guión.

-Maquetación y memoria: Alejandra Gómez Zbal, Ana Sanchis Gómez , Angel Rudiez Palacios, Zeynab El Barouni

Nos reunimos para escribir el resumen del tema, nos encargamos de citar todas las páginas que habíamos utilizado para la redacción y la documentación. Redactamos todos los roles y quien participaba en cada tarea, metimos el guión del podcast y por último maquetamos la memoria final.

-Presentación: Ana Sanchis Gómez y Zeynab El Barouni

Se encargaron de realizar un powerpoint donde explicaban el tema elegido y los diferentes problemas que tuvimos durante todo el proceso de creación y de posproducción.

Coordinadores:

-Departamento de Locución: Carmen Olivares Carrión

-Departamento de Edición: Lourdes Gámez Castellar

-Departamento de Documentación: Marta López-manzanares Pérez

-Departamento de Redacción: Andrea Lluna Fernández

-Departamento de Maquetación: Ana Sanchis Gómez

BIBLIOGRAFÍA

influencers

A. (2017, 22 septiembre). 9 datos que demuestran la importancia de los influencers en medios digitales. BrandManic.

<https://www.brandmanic.com/datos-influencers-en-medios-digitales/>

Agencia de Marketing Digital, Torneo Performance. (2020, 13 mayo). ¿Cuándo surgieron los influencers? Blog - Torneo Performance.

<https://torneoperformance.com/blog/cuando-surgieron-los-influencers/>

B. (2020, 15 mayo). IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA SOCIEDAD. Be Shiny.

<https://www.be-shiny.com/impacto-los-influencers-la-sociedad-2/>

Brunetti, C. (2021, 28 enero). Quién es Malbert, el exitoso youtuber al que ha «plagiado» Miguel Frigenti. El Español.

https://www.elespanol.com/corazon/famosos/20210128/malbert-exitoso-youtuber-plagiado-miguel-frigenti/554445131_0.html

CoobisNews. (2020, 14 febrero). La evolución del Influencer Marketing en datos: una tendencia al alza. Content Marketing | Coobis.

<https://coobis.com/es/cooblog/la-evolucion-del-influencer-marketing-en-datos/>

D. (2019, 9 junio). Los “Influencers” y su poder en la sociedad actual. Europa Digital. <https://europadigital.es/general/influencers-y-su-poder-en-la-sociedad-actual/#promotores-de-marca-con-gran-poder-de-convencimiento-en-su-sector>

Fms, A. (2018, 8 noviembre). Origen de los influencers. Agencia FMS | Marketing Digital.

<https://www.agenciafms.cl/2018/11/08/origen-de-los-influencers/>

Fms, A. (2018b, noviembre 8). Origen de los influencers. Agencia FMS | Marketing Digital.

<https://www.agenciafms.cl/2018/11/08/origen-de-los-influencers/>