



Texto de **Antonio Ortí**

Famosos desconocidos



Marina Romero

159.000 seguidores

“Lo peor de este trabajo es tener la presión de publicar una foto y ver que hay días en que no te gustas nada”, asegura.



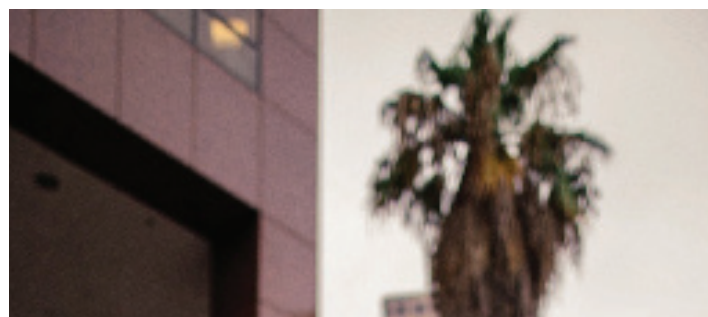
Chicas y chicos muy jóvenes, a veces aún adolescentes, están pasando a ser los nuevos altavoces de las marcas, tras lograr decenas de miles de seguidores en Instagram. Es difícil conocer los factores que hacen que tanta gente se identifique con ellos, pero lo cierto es que, para estos *influencers*, sus miles de fans suponen cuantiosos ingresos publicitarios.

Son las reinas y los reyes de la *selfie*, posiblemente por tener un don para combinar diferentes prendas y salir siempre guapos en las fotos. Hace unos años, cuando no eran conocidos, la mayoría ya despuntaba por su aspecto físico o por ir un paso por delante que sus compañeros. Y todo gracias a Instagram, una red social que es la preferida de los jóvenes de entre 13 y 19 años.

Pero no siempre fue así. Al principio, cuando empezaron a abrir sus vidas a los 500 millones de usuarios que tiene actualmente Instagram, sus días transcurrían lejos de los focos del gran público. La foto de sus comienzos es la de unos chicos posando sonrientes con sus amigos –el 81% por ciento de las imágenes que se comparten en esta red social son tan alegres como un día primaveral, según un estudio realizado con estudiantes de la ESO–, pero también camino del colegio, en bañador, poniendo morritos, con sus zapatillas de correr, haciendo yoga, sorbiendo batidos de fruta y ensayando estilismos.

Tiempo después, sus perfiles se llenaron de *likes* y sus vidas recibieron un soplo de azúcar: miles de chicos y chicas querían ser como ellos y observarles por el ojo de la cerradura. Es entonces cuando comenzaron a recibir mensajes como “hola mi amor, quería agradecerte todo lo que has hecho inconscientemente por mí” o “tus fotos me animan a seguir luchando por lo que quiero”. Casi sin darse cuenta, se habían convertido en *famosos desconocidos*, y las marcas comenzaban a disputárselos.

Sin embargo, para muchos sigue siendo un misterio entender por qué algunos jóvenes tienen decenas de miles de seguidores, mientras que otros compañeros de clase, muy parecidos a ellos, llegan a duras penas a acumular unos cientos. Alrededor de una veintena de →



→ agencias en España se ocupan de ello rastreando en internet en busca de perfiles interesantes. Y es que ahora las marcas comienzan a fijarse en chicos y chicas que, por la razón que sea, son un referente para otros chavales y les ofrecen dinero o regalos en especie a cambio de fotografiarse con sus productos.

“Tengo dos hijos, uno de 14 años y otro 12, y todo comienza en el colegio”, explica Carmen Grandes, directora de The Rocking House, una de las agencias que ayudan a estos jóvenes a canalizar su éxito. “Al principio, estas chicas y chicos son seguidos por sus compañeros de clase y por los amigos del sitio donde veranean, pero enseguida –prosigue esta consultora– comienzan a llamar la atención en otros cursos y centros escolares. Llega un momento en que su fama traspasa la ciudad donde viven y empiezan a ser seguidos también por gente muy variopinta, desde niños hasta madres que quieren saber dónde van sus hijos y qué hacen, pues esto les ayuda a entenderlos mejor y, también, a sentirse más jóvenes”.

“Al final, no dejan de ser chicos y chicas especiales de los que te podrías enamorar cruzando un semáforo o leyendo una revista en el metro”, opina Jordi Escribà,

Por diversos factores, hay adolescentes que suman miles de seguidores y hay agencias que buscan estos perfiles y les promocionan

director ejecutivo (CEO) de Present and Future Entertainment, una agencia que representa a doce chicas y tres chicos con 40.000 seguidores en Instagram como mínimo.

“A diferencia de lo que ocurre con los famosos, sus seguidores acaban creyendo que podrían ser sus amigos, porque se ven reflejados en ellos”, interviene

Paloma Miranda, directora de Go Talents, tras recalcar que no hay una fórmula magistral que garantice el éxito. “Algunas chicas son muy guapas, pero no es un requisito necesario. Otras, en cambio, tienen un tipazo, pero también las hay con estilo, que sacan fotos muy buenas, que disfrutan de una vida interesante o que se pasan la vida viajando”, enumera.

La cuestión es que desde que comienzan a tener miles de seguidores, la vida de estos jóvenes cambia por completo y comienzan a ser percibidos de otra manera.

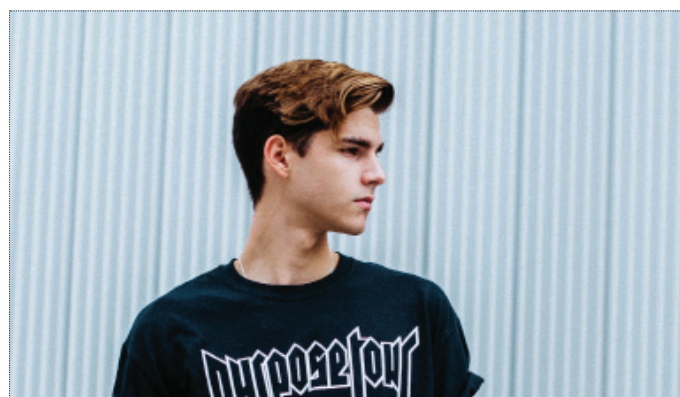
Es el caso, por ejemplo, de Alba Miró, una barcelonesa de 17 años que cuenta con más de 60.000 seguidores, tras abrirse una cuenta en Instagram con 13 años. “Mucha gente cree que has de tener un determinado carácter por tener muchos seguidores, pero quienes me conocen saben que no soy creída”, aclara. “Siempre digo que cuando llegas a los 10.000 seguidores –prosigue– es mucho más fácil. Yo lo hice con 15 años. Al



Álvaro Mel

789.000 seguidores

Tiene en mente estudiar algo de marketing o publicidad, para aprovechar lo aprendido de su éxito en Instagram.



principio, no me pagaban nada. Algunas marcas de peleteros y de joyas me mandaban muestras promocionales de sus productos, a cambio de una o dos publicaciones. Cuando me hicieron la primera oferta debía de tener 6.000 seguidores y cobré 35 euros. Ahora, en cambio, en un mes bueno puedo llegar a tener diez ofertas de trabajo”, reconoce esta estudiante de bachillerato social y económico que desde este año cuenta con una persona que la representa ante las marcas.

Aunque sea difícil deducirlo por sus glamorosas fotos de atardeceres mágicos, desayunos en la cama y travesías en paddle surf, el trayecto que han recorrido muchos de estos jóvenes hasta alcanzar el éxito guarda más relación con meterse en un berenjenal que con un camino de rosas.

Compaginar los estudios con una afición que exige un montón de horas de trabajo puede acabar por resultar muy estresante, y no digamos ya hacérselo entender a los padres.

Álvaro Mel, por ejemplo, abrió una cuenta en Instagram cuando tenía 17 años y hoy, dos años después, dispone de casi 790.000 seguidores, un 35% de los cuales reside en el extranjero. Interrogado sobre a qué atribuye haber tenido éxito, responde: “Supongo que el secreto es que he conseguido hacer lo que me gusta, lo cual, a su vez, ha gustado a la gente a la que me dirijo”, expresa.

“Hubo un momento –relata– en que le dije a mi padre: ‘Tengo esto’, y él me contestó: ‘Muy bien, pero estudia’. Ahora, cuando les digo que tengo detrás de mí a más de medio millón de personas, no saben muy bien como tomárselo”, apunta. Pese a contar con el apoyo de su madre, Álvaro Mel ha sufrido las típicas descalificaciones que reciben quienes triunfan, lo que le llevó a escribir: “Gracias también a la gente que me ha insultado, criticado de mala manera y a los que decían que haciéndome *selfies* en mi habitación no iba a llegar a ninguna parte, porque son los que más me han motivado a seguir adelante con lo que hago”.

Por lo demás, desde que ganó su primer dinero haciéndose fotos para una pequeña firma de sudaderas, ha trabajado para marcas como Martini, Garnier, Springfield, Sony o Diesel, entre otras. En la actualidad vive en Madrid, donde cuenta con dos representantes y colabora con diversos fotógrafos para que sus fotos transmitan la imagen que se ha forjado: “En lugar de parecer que estoy por encima de los demás, siempre intento que cualquiera pueda identificarse conmigo”, desvela. Eso sí, aunque ha aparcado temporalmente la →

“Cuando les digo a mis padres que tengo detrás a más de medio millón de personas no saben cómo tomárselo”, dice Mel



Itziar Aguilera

124.000 seguidores

Madrialeña de 24 años, “flipa” cuando la reconoce la gente. “Siempre pienso: ‘Pero... quién soy yo, ¿si no soy nadie!’”, dice.

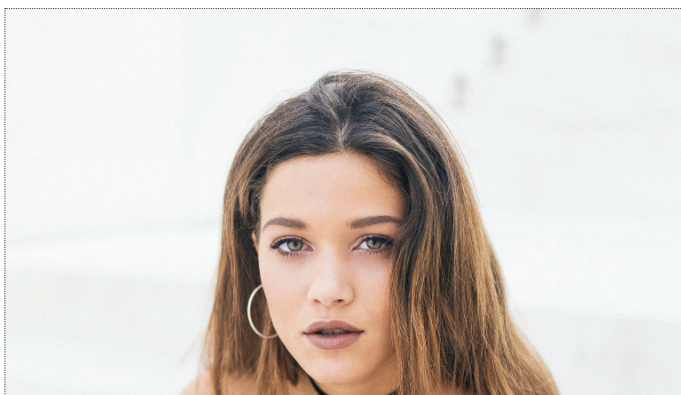




Alba Miró

60.600 seguidores

Explica que a pesar de tener muchos seguidores, “quienes me conocen saben que no soy creída”.



→ carrera de Arquitectura, intuye que lo que hace ahora no será para siempre. “Tal vez estaré un año más o dos en esto, no lo sé con certeza, pero tengo claro que quiero seguir estudiando y voy a hacerlo seguro, aunque posiblemente no será Arquitectura. Ahora pienso más en meterme en una carrera como marketing o publicidad y aprovechar lo aprendido, ya que he tenido muchas oportunidades de ver cómo funciona todo esto”, explica este salmantino.

Aunque hablar del dinero que perciben no es su tema preferido, un joven *instanmodelo* puede llegar a embolsarse hasta unos 80.000 euros anuales, pero, según matizan los gurús de este sector, solamente una decena de chicos y chicas alcanzarían esta cifra en España. En realidad, todo es muy relativo: hay chicas, por ejemplo, con 70.000 seguidores que sólo piden el producto como retribución y otras con 40.000 que en un mes bueno pueden llegar a ganar alrededor de 2.000 euros, pues el caché no depende tanto del número de seguidores como de la capacidad de generar ventas.

Jordi Escribà, por ejemplo, cuenta que cada vez es más usual que estos chicos y chicas sirvan de reclamo para aumentar la asistencia a festivales de música, campus de surf y todo tipo de acontecimientos. “Hace poco ofrecimos una colaboración de venta a un festival de música. Se trataba de sortear un abono vip en el perfil de una de estas chicas y de ofrecer la posibilidad de comprar la entrada a través de su cuenta de Instagram. Pues bien, de 40.000 personas que asistieron al acontecimiento, 250 compraron la entrada a través del link de esta chica. Puede parecer poco, pero a 50 euros la entrada, no está nada mal”, valora el responsable de Present and Future Entertainment.

Aparte de cuestiones económicas, un quebradero de cabeza al que tienen que hacer frente estos jóvenes tiene que ver con lo difícil que es compaginar los estudios con una actividad que, cuando hay dinero de por medio, exige dedicar muchas horas a editar cada foto, por no hablar de tener que interrumpir sus cenas y otros momentos íntimos para colgar imágenes (pues la profesionalización implica, asimismo, conocer las horas del día de mayor audiencia) o tener que viajar un día sí y otro también.

Marina Romero, una sevillana de 19 años que ha cosechado 159.000 seguidores en dos años, está el día de esta entrevista en Madrid, desde donde partirá al día siguiente hacia Barcelona, tras haber visitado en poco tiempo París, Fuerteventura y Marruecos, invita-

Un ‘instanmodelo’ puede embolsarse hasta 80.000 euros al año, aunque en España sólo unos cuantos se acercarían a esa cifra, según expertos del sector

da por conocidas marcas. “Lo peor de este trabajo es tener la presión de publicar una foto y ver que hay días en que no te gustan nada por mucha foto que te hagas”, explica esbozando uno de los lemas que anota en una de sus fotografías: “Una sonrisa dice mil palabras”.

Por si fuera poco, está el espinoso tema de los novios. Paradójicamente, una relación que tuvo Marina Romero con Guillermo Campra, uno de los protagonistas de la serie de televisión *Aguila Roja*, le proporcionó bastantes seguidores. “Tener novio con este trabajo es muy difícil. El mío se viene ahora a Barcelona conmigo porque, si no, luego no tenemos tiempo de vernos”, revela.

“Los novios de los *instagrammers* son parte importante de su éxito y fracaso”, explica Carmen Grandes, directora de The Rocking House. “Si sus parejas no les comprenden y ayudan, están perdidos. Por eso, muchas veces sus novios se encargan de hacerles las fotos, cuando no se convierten en sus *mánagers*”, revela.

Si se trata de hablar de novios, Belén Hostalet puede contar una curiosidad. Como otras chicas con una legión de seguidores (462.000 tiene ella), La Viajera –es el apodo por el que es conocida y que acepta encantada– se abrió una cuenta en Instagram después de hacerlo la última de sus amigas; pero sucedió que Álex, su pareja, se fue a vivir a Hawái, y ella comenzó a visitarlo. “En uno de mis viajes me compré una buena cámara para que mi familia y mis amigos vieran que nos iba bien. En ese momento tenía unos 150 seguidores”, detalla esta barcelonesa de 24 años que, desde entonces, ha cosechado 462.000 nuevos admiradores de los rincones más inauditos del mundo.

“Eran fotos muy aspiracionales: una chica en la playa, en el paraíso”, admite la joven, quien, a juzgar por sus retratos, parece vivir en un eterno verano rodeada de palmeras, atolones y peces. Menos conocido es, en cambio, que habla cuatro idiomas, que su apuesta por hacer fotos la ha llevado a vivir en Tailandia, Bali, Shanghai (China) y Australia, que impulsa tres marcas (Alohas Sandals, Feral y Monday SuperFoods) y que, además de su faceta de *instagrammers*, ha cursado estudios de Economía –“me queda una asignatura que, al ser presencial, me está

costando, pero acabaré sacándomela”, dice–. “Me gusta pensar que mucha gente –reflexiona– quiere algo más para su vida que simplemente unos pantalones nuevos. Lo que transmito con mis fotos es mi pasión por viajar, la educación que me han dado mis padres y el deseo de llevar una vida sana, positiva y desenfadada.

“Lo que transmito con mis fotos es mi pasión por viajar, el deseo de llevar una vida sana, positiva y desenfadada”, dice Hostalet

La gente puede pensar que mi vida es perfecta, y no lo es, pero intento ver el lado bueno de todo para poder seguir adelante”.

Cuando el final es feliz, muchos de estos jóvenes saborean la fama y ponen a prueba los valores que les inculcaron sus padres. “Una de las cosas que más sorprendida me han dejado es haber sido reconocida en Tailandia por una canadiense. También me acuerdo de que un fin de semana que mi pareja se fue a Madrid, estando en una discoteca, y esto me hizo mucha gracia, uno de sus amigos se fue a hablar con unas chicas y una de ellas le dijo a mi

pareja: “Tú eres el novio de Belén Hostalet”, sonrío. “Pero la fama –puntualiza– no se me ha subido a la cabeza: sigo siendo una chica muy humilde. Mi padre, que es de Valencia, siempre dice que llegó a Barcelona con mil pesetas (6 euros) y un *escarabajo* (Volkswagen) de sexta mano. Tanto él como mi madre me dieron unos valores muy sólidos, que nunca olvido”.

También a Itziar Aguilera, una madrileña de 24 años a la que siguen 124.000 personas en Instagram, comienzan a reconocerla. “Hace poco –explica– asistí a una fiesta y me asombró muchísimo que se me acercara un grupo de cuatro chicas y tres chicos para sacarse fotos conmigo. Me quedé flipada porque siempre pienso: ‘pero... quién soy yo, ¿si no soy nadie!’. Nunca me había pasado que se me acercara tanta gente a la vez, todo lo más, alguna niña me había parado en la calle para sacarse una foto conmigo”, indica esta estudiante de Bellas Artes a la que contactó personalmente Sara Carbonero para ser la imagen de uno de sus proyectos. “En cuanto la vimos, supimos que era ella. Tenía algo diferente, algo especial”, escribió la periodista en su blog tras descubrirla.

“Hace poco –continúa Itziar Aguilera– también me enteré de que Ariadne Artilles (una conocida modelo) me seguía en Instagram y me quedé de piedra, porque para mí ella es una top. Tener seguidores me ha permitido conocer a un montón de gente y viajar mucho. Sin ir más lejos, hace poco me invitaron al lanzamiento de un perfume en París y estuve en un hotel impresionante, que yo nunca me habría podido pagar, en el que las paredes eran rojas, salía humo por el suelo y había una bañera llena de botellas de champán. Estas cosas nunca se me olvidarán”.

Y es que hoy el mundo funciona por imágenes acompañadas de titulares. El gran titular de Instagram y, por extensión, de los protagonistas de este reportaje es: la vida es bella si sabes cómo y te gusta mirar fotos. ○