

Más que una foto bonita

Por Yaisa Beatriz Coronado Gutierrez
Fotos: Tomadas de los perfiles de Instagram de las entrevistadas

Hace años, cuando comenzó el furor de las redes sociales en Cuba, lo más común era enviar solicitudes de amistad a familiares y conocidos. Ahora, hasta niños pequeños tienen *youtubers* favoritos que, incluso, llegan a identificar en el buscador sin saber leer.

Con frecuencia sabemos más de una persona que nunca hemos visto cara o cara, porque consumimos cada vlog que publica. Las mismas conversaciones que se tenían sobre actores u otras celebridades, con la amplia incorporación de los creadores de contenido.

Los que muchos denominan *influencers* forman parte de nuestras vidas, queremos o no reconocerlo. Independientemente de los gustos personales —comida, moda, ciencia o cualquier otro—, solemos seguir algún perfil de referencia.

Para conocer más sobre este fenómeno, **Vanguardia** conversó con cuatro jóvenes creadores de contenidos digitales. Aunque quizás estos sean más conocidos por su usuario de Instagram que por los nombres en su documento de identidad.

LA PRIMERA FOTO

No resulta necesaria una razón de peso para decidir publicar, definitivamente no en la adolescencia. Entre 2014 y 2015, cuando empezaron a expandirse las áreas wifi en la isla, los cubanos comenzamos a usar las redes sociales. Nació el deseo de ser escuchados y visibilizados en el nuevo espacio público.

«Hace nueve años que estoy usando las redes sociales. En realidad, no tenía ningún objetivo definido al principio, simplemente era una adolescente que gustaba de hacerse fotos y las publicaba.

«Con el paso del tiempo me di cuenta de que las redes y el *marketing* podían ayudarme en varios aspectos, y entonces ya no solo subía una foto linda», comenta Shabeli, con usuario shb_mendez.

Sarai, conocida por sus reseñas *foodies* en su cuenta casi_fresita, empezó en 2022 con contenido humorístico. «Específicamente imitando acentos, porque es algo que me gusta y me daba seguidores. Pero llegó un momento en que no publicaba, porque tenía que forzar mucho la chabacanería para resaltar cómo somos los cubanos».

Algunas personas como Liana, lildoll, comenzaron a publicar para encontrar aceptación en etapas difíciles. Lamentablemente, ha perdido todo el registro de este suceso al ver su cuenta cancelada varias veces.

«Estuve durante dos meses ingresada en el hospital y el único entretenimiento era ver videos de “arréglate conmigo”. Me fue influenciando porque era un contenido bastante sencillo, donde demostrabas tu personalidad sin crear ningún personaje.

«Mi primer video fue afeitándome la cabeza para mi cirugía. A partir de ahí se me quitó el miedo, yo veía que en las redes sociales ibas a encontrar un punto de aceptación a ti misma, que la gente te iba a amar por la persona que eras».

Los que muchos denominan *influencers* forman parte de nuestras vidas, queremos o no reconocerlo. Independientemente de los gustos personales —comida, moda, ciencia o cualquier otro—, solemos seguir algún perfil de referencia.



Sarai ya presenta como sección fija las reseñas gastronómicas a negocios santaclarareños.



Liana se enfoca en presentarse a sí misma a través de la moda.

¿CREADOR O INFLUENCER?

Usualmente las figuras relevantes en los entornos sociales y digitales suelen ser catalogados, indistintamente, bajo los términos *influencers* o creadores de contenido. ¿Serán realmente lo mismo?

Enrique Alejandro se identifica con el rol de creador, pues su motivación es mostrar publicaciones interesantes a su audiencia. «Va más allá de los seguidores o del alcance que tenga, se trata de aportar valor».

«El término *influencer* se ha prostituido un poco, todo lo que necesitas es trabajar en redes sociales. Cualquier persona, con independencia del número de seguidores, que en algún sentido te hace querer moldear tu comportamiento sobre la base de su opinión, es un *influencer*», comenta Sarai.

«Publico cosas de mi vida diaria y de esa “vida perfecta” que todos mostramos en redes sociales», manifiesta Shabeli. «Sabemos que la realidad es otra, ya que no todos los días nos sentimos felices, con deseos de arreglarnos, ni con fuerzas para ir al gimnasio.

«Sin embargo, lo que queremos es mostrar el “lado lindo”, las fotos en la playa, el mejor *outfit*... Ese no es un contenido capaz de influir en la vida de los demás».

Aunque los creadores de contenido no busquen producir un cambio en las decisiones de su público, siempre existen personas que los toman como modelo a seguir. El «lado perfecto de la vida» que aparece en sus perfiles se vuelve, fácilmente, la aspiración de millones de usuarios.

¿QUÉ HACER CON EL TÍTULO?

Se volvió tendencia en 2022 la regulación china que exigía a los creadores

de contenido mostrar certificaciones de estudios para hablar sobre determinados temas. En un mundo donde dichos creadores se vuelven líderes de opinión, esta medida buscaba evitar la desinformación en áreas tan sensibles como la medicina y el derecho.

En 2024, la Universidad Tecnológica del Sudeste en Irlanda abrió un curso de formación llamado «Creación de contenidos y redes sociales». El programa enseña a los aspirantes cómo convertir en una fuente de ingresos su presencia en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube.

Los prejuicios sobre los creadores llevan a muchos a pensar que estos jóvenes dedican su tiempo a «realizar bailes sin sentido», pues no cuentan con preparación para otra ocupación. Lo cierto es que muchos, incluyendo nuestros entrevistados, estudian o poseen un título universitario.

Shabeli, por ejemplo, es graduada de la carrera de Letras. «Realmente no tengo mi carrera muy ligada a lo que yo hago como creadora de contenido. Trato de compartir cosas con mis seguidores sobre la literatura, el arte y la cultura, pero es solo porque son temas de mi interés».

Asimismo, Sarai, Liana y Enrique Alejandro son estudiantes de Letras, Comunicación Social y Prótesis Estomatológica, respectivamente. Ninguno relaciona los contenidos de sus carreras con el contenido que publican, pero están determinados a mantener el equilibrio entre ambas actividades mientras sea posible.

Cada vez son más los jóvenes que consideran la creación de contenido como una aspiración viable. Aunque cueste reconocerlo, los *influencers* han tomado un papel significativo en la formación de las nuevas generaciones.

Shabeli une sus vlogs diarios y contenido sobre el cuidado de los animales.

