



Universidad
Católica del
Uruguay

Facultad de Ciencias Humanas
Licenciatura en Comunicación Social

Asistencia de Investigación: “Estrategias de autopromoción en Instagram: El posteo de contenidos confesionales y cotidianos.”

María Soledad Rodríguez Villajos

Florencia Varela Gadea

Noviembre 2018

Índice

i.	Resumen.....	P. 2
1.	Comentario sobre la asistencia.....	P. 2
2.	Introducción.....	P. 6
3.	Análisis de Datos.....	P. 7
3.1	Observación de posteos.....	P. 7
3.1.1	@natyblogger.....	P. 8
3.1.2	@fedeassaf.....	P. 9
3.1.3	@gimenaplada.....	P. 10
3.1.4	@Sheydearmass.....	P. 10
3.1.5	@nataliestal.....	P. 11
3.1.6	@jorgelinanu.....	P. 12
3.1.7	@belnavadian.....	P. 13
3.1.8	@florcastillo22.....	P. 14
3.1.9	@notonlysaladblog.....	P. 15
3.1.10	@caromarsfit.....	P. 16
3.2	Análisis de las observaciones.....	P. 17
3.3	Encuestas a Usuarios.....	P. 20
3.4	Análisis de las encuestas.....	P. 22
4.	Conclusiones.....	P. 24
5.	Referencias Bibliográficas.....	P. 25

i. Resumen

La asistencia de Investigación: **“Estrategias de usuarios Uruguayos en el uso de Instagram motivadas por la oportunidad de desarrollo profesional.”** Consiste en realizar el análisis de diez cuentas de Instagram observando desde el primer posteo que aparece en esta hasta lo publicado hoy en día. Para esto se completó un cuadro en dónde se identificaron los distintos posteos, se hizo un seguimiento diario de las historias y se generaron perfiles en relación a esto. Un segundo paso fue el envío de encuestas a las distintas personas y el análisis de los datos de las respuestas dadas por el total del universo cuentas analizadas. Por último se realizó un análisis de los datos obtenidos utilizando distintas teorías para explicar el la naturaleza de los mismo, con esto realizado llegué a las conclusiones que se exponen en el último capítulo de este trabajo.

Palabras claves: Instagram; Redes sociales; Autopromoción; Comunicación; Medios.

1. Comentario sobre la asistencia

Estrategias de usuarios Uruguayos en el uso de Instagram motivadas por la oportunidad de desarrollo profesional.

Instagram es una de las redes sociales con más crecimiento a nivel global (Dumas, Maxwell-Smith, Davis, Giulietti, 2017). En Uruguay junto con WhatsApp, Instagram es la red social con mayor crecimiento en los últimos años (Radar, 2016).

Para este proyecto, en particular, nos centraremos en los usuarios que utilizan Instagram como una vía de oportunidad para su desarrollo profesional. En este sentido, el uso de su cuenta incluye desde una comunicación directa con potenciales “clientes”, consumidores proveedores, hasta la captación de marcas que se acercan para que promociones sus productos de forma natural, por ejemplo, o medios de comunicación que se interesan por el protagonista.

La particularidad de estos usuarios radica en que comparten un inicio común en relación con su condición amateur, y es a partir de allí que comienzan a

desarrollar diversas estrategias en función de conseguir los objetivos propuestos relacionados con su desarrollo profesional. Una de las más notorias es volverse populares (conseguir más seguidores) y obtener algún tipo de rédito de esta situación. Una primer hipótesis consistió en pensar que un número de estrategias que el usuario incorpora a su uso de la red social, destinadas por ejemplo a la definición de su perfil (por ejemplo enfocarse en fitness, en cocina o en su talento para modelaje), son alternadas de forma estratégica con posts relacionados con su vida íntima y personal. En este sentido, nos planteamos la posibilidad de que estos posts personales suelen ser los que generan más likes. De acuerdo con el propio funcionamiento de la red social, los likes contribuyen de forma directa con el incremento de popularidad del usuario (obtener más seguidores), lo que se denomina como autopromoción (Moon, Lee, Lee, Choi, Sung, 2016).

Algunos estudios muestran que los individuos con personalidad narcisista son más activos en el uso de Instagram, se interesan por actividades relacionadas a la promoción del yo (self-promotional) y tienden a usar esta red para volverse más populares. A su vez, las personas con personalidad narcisista al igual que aquellas que tienen un sentido de pertenencia débil con respecto a sus pares podrían utilizar con más frecuencia estrategias engañosas para obtener likes, como, por ejemplo, comprar seguidores (Dumas, 2016). No obstante, nos planteamos la posibilidad de que si bien los estudios demuestran que algunos posts personales como específicamente las selfies, se relacionan de forma directamente proporcional con la personalidad narcisista y a la tendencia a la autoexhibición (Moon, Lee, Lee, Choi, Sung, 2016), en los casos estudiados, podrían estar relacionados además con una acción estratégica por parte del usuario, consciente de que éstos incrementan su popularidad.

Existen distintos motivos que llevan a los usuarios a utilizar Instagram. Según un estudio realizado en la Universidad de Korea, hay cinco que predominan entre los adultos jóvenes (20 - 39 años). En primer lugar, los usuarios buscan la interacción social, es decir, el hecho de poder establecer y mantener relaciones sociales a través de la plataforma. En segundo lugar, la red social

sirve para documentar su vida diaria y presentarse ante los demás en cuanto a su personalidad, sus estilos de vida y sus gustos. De esta forma, Instagram se ha convertido en un medio clave para la presentación del yo. Por otro lado, los usuarios también tienen el fin de escapar de la vida real y establecer relaciones con personas que no pertenecen a su círculo off line, como por ejemplo las celebridades. Por último, las personas utilizan Instagram para mirar (peeking) lo que postean otros usuarios. Creemos, por nuestra parte, que el objetivo estratégico en relación con el uso de Instagram como posibilidad de rédito también constituye, al menos en nuestro contexto, un motivo importante.

Objetivos del proyecto y de la asistencia

El objetivo del proyecto de investigación es explicar el rol que cumplen los posts de carácter personal e íntimo en un uso estratégico de Instagram, con mayor o menor profesionalismo y conciencia.

Para ello, se contó con la asistencia de cinco estudiantes de la Licenciatura en Comunicación, a fin de poder hacer un primer relevamiento de los contenidos actuales e históricos de una cantidad de usuarios acordes. En esta primera instancia se realizó un seguimiento a un número aproximado de 60 usuarios de Instagram, uruguayos o que viven en Uruguay, y que tienen un perfil bastante definido en relación con un perfil profesional, pero que no son empresas o representantes de empresas. Para llevar adelante este seguimiento, categorizamos los distintos posts en personales, íntimos, profesionales y comerciales. Los posts personales se definen como comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral. Los posts íntimos se diferencian de los personales en tanto que constituyen comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio. Los posts profesionales en cambio son comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente. Y por último los posts comerciales se identifican por ser comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una

acción de promoción de parte del usuario (adjuntamos cuadro de relevamiento).

Esta clasificación de los posts se diferencia de los posts ya categorizados por autores como Seldon, Rauschnabel, Antony, Car (2017) de carácter individualista como self-promotion, documentación, o de tendencias colectivas y de interacción, creativos.

En segundo lugar, se realizó un formulario online a todos estos usuarios, con el objetivo de verificar la intención y accionar estratégicos y su relación con el objetivo de desarrollarse profesionalmente.

Florencia Varela Gadea

2. Introducción

Este trabajo es el resultado de la asistencia de investigación “**Estrategias de usuarios Uruguayos en el uso de Instagram motivadas por la oportunidad de desarrollo profesional.**” El objetivo de la asistencia consistió en el relevamiento de datos y análisis de estos.

Instagram fue lanzada en el año 2010, se trata de una red social que le permite al usuario compartir fotos y videos instantáneamente utilizando cualquier dispositivo móvil. Hoy en día Instagram presenta una actividad diaria de aproximadamente 500 millones de usuarios y la actividad mensual supera el Billón (www.instagram.com/press).



Estas estadísticas convierten a Instagram en la red social más utilizada del momento. Recientes investigaciones vuelcan resultados que muestran que los usuarios de Instagram no solo se interesan por seguir las publicaciones de amigos o familia, sino que ponen mayor foco en la auto presentación y la auto promoción, esto lo hacen, como dice Dumas, documentando sus vidas para que otros las observen, incrementando la popularidad de ellos en su grupo de pares. (Dumas, 2017, p.1)

La razón por la cual opté por esta asistencia de investigación fue que hoy en día soy una usuaria activa de esta red social, podría decir que Instagram ocupa por lo menos cuatro horas de mi vida diaria. Muchas veces me he sorprendido al encontrarme observando perfiles de personas que no conozco pero que, sin

embargo, pueden llegar a atraparme tanto como para seguirlos. Este fenómeno me resulta muy extraño, cuáles son las razones por las que uno comienza a seguir a otro usuario? Existe una estrategia utilizada por estos para lograr que sus cuentas atraigan a un determinado público?

3. Análisis de Datos

Para realizar en análisis de datos se seleccionaron usuarios de Instagram uruguayos que posean un elevado número de seguidores. Una de las metodologías utilizada fue la observación de los posts de diez de estas cuentas de Instagram, por otro lado, se realizaron encuestas personales a veintiséis de estas personas. Del cruce de los resultados de la observación de las encuestas y del marco teórico utilizado es que se desprenderán las conclusiones de esta asistencia.

3.1 Observación de posts:

Para llevar a cabo la observación de posts, se categorizaron los posts en personales, íntimos, profesionales y comerciales. Para hacer una breve definición de estas categorías, se consideran posts Personales aquellos que se encuentran relacionados con la vida personal, familiar o el entorno cotidiano, doméstico de la persona. Se categorizarán como posts Íntimos todos aquellos que expresen sentimientos, confesiones, sueños o deseo, así como también todos aquellos que muestren el cuerpo al descubierto o muestren lugares de la casa más íntimos como pueden ser el baño o la cama. Los posts Profesionales en cambio, son todos aquellos que el usuario suba para mostrar o generar un desarrollo a nivel profesional. Por último, vamos a considerar como posts Comerciales todos aquellos que están relacionados con marcas, comercios, productos o todos aquellos que muestre una acción de promoción por parte del usuario.

Para el análisis se realizó un cuadro de relevamiento de datos en donde se identificaron los distintos tipos de posts utilizados por los usuarios, con esta información se establecieron los perfiles de los usuarios y la estrategia que cada uno utiliza.

3.1.1 @natyblogger – Posteos: 3328 – Seguidores: 37,5 k

Natalia de La Fuente, es una influencer especializada en Fitness, su cuenta de Instagram muestra un claro avance en cuanto a lo profesional.

En su comienzo, 2013, la mayor parte de sus posteos mostraban sus comidas, recetas, idas al gimnasio y también encontramos algunas frases motivacionales. Este tipo de posteos, dada su profesión, se puede incluir en la categoría de personales y profesionales al mismo tiempo dado que muestran parte de su vida cotidiana. En este tiempo vemos como Natalia va creando su propia identidad a través de la cuenta, tal como dice Yair Amichai-Hamburguer (2005) *“The creation of a personal website may be seen as a visual construction of identity, as its contains the different roles in the life of the creator”* (p.41). Podemos decir que una cuenta de Instagram puede reflejar la identidad de quien la crea mostrando distintas áreas de su vida. Ya sobre el año 2015 Natalia Fuentes comienza a mostrar más su vida personal con imágenes de su familia y amigos pasando también por posteos íntimos en dónde se la ve con el cuerpo más al descubierto. Esta cuenta utiliza la selfie y los posteos íntimos a modo de mostrar su cuerpo. Esto está muy relacionado a lo que ella predica que es el bienestar físico y mental a través de una buena alimentación y ejercicio. Este tipo de posteo está sumamente relacionado a la autopromoción, tal como dicen Ridgway y Rusell (2016) *“SNS users are also likely to share images of one’s self for self-promotion purposes, including projecting positive self-image”* (p.3).

La cuenta de Naty Blogger empieza a tener cada vez más seguidores, esto se puede explicar dado que tiene un claro perfil con el que distintas personas con intereses similares se pueden identificar. Natyblogger transforma su cuenta de Instagram en una herramienta de trabajo, se identifican posteos en dónde se repite la presencia de algunas marcas de las cuales recibe beneficios por mencionarlas. Marcas como L’Oreal y Adidas le proporcionan sus productos para que los muestre y las mencione en su feed, y es ahí en donde la cuenta de natyblogger se convierte en una herramienta de trabajo. No solo la vemos mostrando diversos productos, sino que se muestra a sí misma concurrendo a los mismos restaurantes, por ejemplo, La Linda, en Carrasco. El uso de las

historias también es comercial, personal e íntimo, en la mayoría se la ve en el gimnasio, mostrando sus looks y concurriendo a diversos eventos.

3.1.2 @fedeaassaf – Posteos: 11 – Seguidores: 18,3K

Federico Assaf es un modelo publicitario uruguayo, su cuenta de Instagram es muy particular debido a que posee muchos seguidores y muy pocos posteos, que actualmente tiene once publicados en su feed.

El recurso que él utiliza para la creación de su perfil de Instagram son las historias. En lo que se refiere a sus posteos vemos que tiene tres profesionales, dos personales y seis íntimos. El uso de sus historias es de índole íntimo, al igual que los lives o vivos en dónde responde preguntas a sus seguidores y mantiene conversaciones con ellos aconsejándolos sobre diversos temas. Esta cuenta También muestra mucho de su vida personal, sus amigos, sus autos y su casa, entre otros.

El objetivo de esta cuenta tiene más que ver con la autopromoción y la búsqueda de aprobación por parte de sus seguidores, no tiene un fin económico sino un fin narcisista, *“Narcissism refers to “a personality trait reflecting a grandiose and inflated self-concept” and is characterized by an unrealistic positive self view (Buffardi and Campbell, 2008) especially of traits such as status, physical appearance, social popularity and intelligence.”* (Moon, Lee, Lee, Choi, Sung, 2016, p.1). Su profesión es el modelaje, por lo cual los tres posteos profesionales que muestra son es uno de él en un set de grabación en su primer rodaje y dos de campañas realizadas. En sus vivos vemos cómo mantiene una relación cercana con los seguidores y va tratando temas como las relaciones de pareja, el sexo, la sinceridad y la amistad, entre otros. Esta cuenta de Instagram muestra cómo con el tiempo la persona puede generar fuertes lazos con sus seguidores manteniendo conversaciones profundas y enriquecedoras. se podría pensar que las relaciones que surgen en las redes sociales son más superficiales que las relaciones que uno tiene cara a cara con otra persona, sin embargo, cuentas como la de Federico Assaf nos muestran que las relaciones que se generan aquí pueden ser igual de profundas. Como dice Yair Amichai-Hamburger (2005) *“Although online impressions of the other, and hence personal relationships, may take longer to*

develop, over time they can become as profound and as intimate as in offline circumstances.” (p.121).

3.1.3 @gimenaplada - Posteos: 74- Seguidores: 71,5K

Gimena Plada es modelo comercial, su Instagram no muestra en el feed su vida personal o íntima, las fotos que sube son profesionales en dónde se la ve modelando para diversas marcas de ropa. Por otro lado, en las historias sí nos muestra parte su vida personal, sus amigas, las fiestas a las que concurre al igual que también podemos distinguir historias íntimas. Por sobre todo Gimena Plada utiliza su cuenta como promoción profesional de ella misma como modelo y se identifican los posteos profesionales-comerciales cada vez que menciona a alguna de las marcas de ropa que lleva puesta en la imagen. Esta cuenta tiene un enfoque de autopromoción a nivel profesional y se puede decir que es una herramienta de trabajo para la modelo dado que hace mención de muchas de las marcas que modela.

3.1.4 @Sheydearmass – 192 posteos – 12.9 K

Shey de Armas es una emprendedora uruguaya dueña de una boutique de vestidos de fiesta llamada Dressuy.

En lo que se refiere a su cuenta de Instagram vemos que la misma utiliza una gran cantidad de posteos íntimos, en ellos se la ve sensualmente vestida o mostrando los lujos de su vida. Esta cuenta refleja lo que Dumas (2016) llama like-seeking behaviors, una de las herramientas más utilizados por los usuarios para aumentar sus likes que consiste en la edición y selección de las imágenes que suben a su feed. *“Because of this, Instagram has several features that help people to modify and distribute their visual content to a larger audience. The site allows users to modify their photos using different filters, so they have more control over the final image.” (Dumas, 2016, p. 2).*

Por un lado, el uso de filtros y el cuidado de la imagen son muy notorios, pero también al comparar el número de seguidores y la cantidad de likes que reciben sus posteos se puede decir que Shey de Armas podría haber comprado

seguidores en algún momento. Luego del análisis de esta cuenta, según Dumas, podríamos decir que Shey de Armas contiene rasgos de lo que se considera como la personalidad narcisista, *“In sum, it is plausible that narcissistic individuals engage in more like-seeking behaviors on Instagram, primarily of appearing cool or increasing png others. Narcissists may also be more willing to deceive other individuals by, for example, purchasing likes or followers.”* (Dumas, 2016, p.2)

Su primer posteo comercial data de junio y desde ahí empieza a mencionar a distintas clínicas, gimnasios, maquilladores, lo que da la sensación de que ella recibe algo a favor de su mención. Los posteos que más likes tienen son íntimos, en los que se la muestra en ropa interior. En las historias destacadas hace mención a distintas marcas, a sus viajes y a su propia marca de ropa. En lo que compete a las historias diarias, se muestra mucho el entorno laboral, el local de ropa, así como también muestra los distintos tratamientos estéticos que se realiza. No hay una línea de crecimiento profesional en esta cuenta, lo que más se explota es su autopromoción y podemos identificar que cada vez es más fuerte como influencer dado que cada vez hace mención a más marcas, las cuales la seleccionaron para que las promocióne.

3.1.5 @nataliestal – Posteos: 541 – Seguidores: 11,5K

Natalies Stal es una modelo profesional uruguaya que vive y trabaja actualmente en Estados Unidos.

Su cuenta de Instagram tiene un enfoque profesional, al analizar desde sus primeros posteos, en el año 2013, a la fecha vemos cómo se va profesionalizando con el tiempo. Esta cuenta no tiene un enfoque económico ya que no se ve que tenga relación con ninguna marca, por lo tanto, no recibe ningún beneficio de estas, sin embargo, hoy en día este tipo de cuentas pueden funcionar como un “book” o un “curriculum” en lo que a la promoción profesional se refiere.

En esta cuenta, los posteos que más likes tienen son los de índole profesional. En su feed se ve claramente una diferencia entre los primeros posteos, en

dónde las fotografías eran más “reales” y la actualidad en dónde vemos que la estética de las fotos pasa a tener un rol sumamente importante. Las historias tienen un gran contenido profesional, pero se distingue en este ámbito una mayor presencia de su vida personal e íntima, por ejemplo, cuando mostró los festejos de su cumpleaños.

Yair Amichai-Hamburguer (2005) habla de las redes sociales y la relación con el ámbito profesional, cuando explica que *“People consider Facebook as their identity card, which has a pivotal relevance for new encounters. Once people have our name and wants to receive further information about us, one of the first places they are likely to look is your Facebook profile. This includes many employers who use Facebook profiles to screen potential candidates.”* (p.6). Las redes sociales pasaron a ser nuestra carta de presentación y es por esto que profesionales como Natalie Stal cuidan mucho la imagen y el contenido de estas, su foco no está en conseguir likes cueste lo que cueste, sino en mostrarse profesionales.

3.1.6 @jorgelinanu – Poosteos: 54 – Seguidores: 4564

En el caso de Jorgelinanu, entiendo que es una chica de 21 años que vive entre Estados Unidos y Uruguay.

En lo que se refiere a su feed de Instagram, podemos identificar que utiliza el recurso del posteo íntimo y personales, no hay una estética definida y las imágenes no parecen ser de fotógrafo profesional. Se analizaron los cincuenta y cuatro posteos y en ninguno logramos distinguir a qué se dedica, profesionalmente hablando. Tampoco encontramos posteos comerciales, por lo cual se puede decir que no recibe ningún rédito económico por su actividad en Instagram. Esta cuenta parece ser una cuenta de una chica normal de 21 años lo que no explica la cantidad de seguidores. Se distinguen dos posteos que podrían ser profesionales y darnos la pauta de que ella se dedica al modelaje, sin embargo, no son más que especulaciones dado que no se dice cuál es su profesión en ningún momento ni se ve una línea clara de acción más que la de autopromoción. En el análisis se distingue que la mitad de las fotografías son selfies esto, según estudios conducidos por Moon, Lee, Choi y Sung (2016) evidencia que Jorgelinanu posee rasgos de personalidad narcisista, dado que

confirman que los individuos con personalidades narcisistas suelen recurrir al recurso de la selfie y suelen actualizar sus perfiles con más regularidad que aquellas personas no narcisistas. (p.24).

3.1.7 @belnavadian – Posteos: 1109 – Seguidores: 65,8K

Belén Navadian es una influencer uruguaya quien aumenta su popularidad cuando comienza a conducir un programa para niños, el cual se emitía en YouTube.

En lo que se refiere a su cuenta de Instagram, vemos que en sus inicios la utilizaba con un fin social, sus posteos son personales e íntimos, sin ninguna línea estética definida. Las fotografías muestran su entorno cotidiano, con amigo y familiares. El primer posteo profesional lo hace en el año 2015, en dónde anuncia el primer episodio de su programa, es a partir de este momento que se observa una evolución y una mayor planificación del contenido de su cuenta de Instagram. En lo que se refiere a los posteos íntimos, los comienza a utilizar en el año 2016, mostrándose con poca ropa, este cambio la ayuda a incrementar los likes, por lo que vemos que comienza a utilizarlos con mayor regularidad para así promocionarse a sí misma. A partir del año 2016 mejora la calidad de las imágenes y comienza a divisarse una línea estética, en dónde la protagonista de los posteos es ella.

Observando la cuenta de Belén Navadian podemos ver una estrategia por parte de la influencer, vemos como ella va construyendo una identidad y la va cambiando en el correr de los años. En los primeros posteos nos mostraba una Belén más “real”, hoy en día se la ve modelando y promocionando distintas marcas. Los distintos influencers van cambiando a lo largo del tiempo, muchos lo harán como parte de su crecimiento, otros solamente para generar más likes y agrandar a sus seguidores. Yair Amichai-Hamburger (2005) habla de la teoría del Yo Real de Rogers en dónde explica que *“He believed that contemporary life had led people to abandon their innate character traits and in their place develop a social persona that they believed would assure them the devotion of others.”* (p.15) Belén Navadian no muestra su interés por el modelaje en los

primeros años, pero año a año va profesionalizándose hasta llegar a hacer campañas para marcas como Freeshop Paysandú y Macri calzados. Esta cuenta muestra una evolución no solo a nivel profesional, sino a nivel de perfil, el cambio que ella hace de su personalidad es lo que la lleva a avanzar profesionalmente. Hoy en día Belén Navadián no sólo trabaja como modelo, sino que también recibe un beneficio económico por las marcas que ella promociona. En cuanto al uso de las historias, estas son de índole personal, mostrando su día a día, un recurso que utiliza en las historias son las frases, estas frases reflejan su manera de pensar o ver las cosas, este tipo de historias la acercan a sus seguidores y muestran parte de su “yo”. Si observamos esta cuenta, podemos ver como ella va lentamente construyendo su perfil y es a través de esta construcción que logra trabajar en distintas campañas como modelo. Se identifica que, como dice Yair Amichai-Hamburguer (2005, p.39), muchas veces la construcción de una identidad fuerte y marcada en la red puede afectar la “vida real”, es decir la vida fuera de la red, de las personas, Belen Navadian es un claro ejemplo de esto.

3.1.8 @florcastillo22 – Posteos: 58 – Seguidores: 9053

Florencia Castillo es una modelo profesional uruguaya. Su cuenta de Instagram la utiliza como autopromoción a nivel profesional. La mayoría de las fotografías que sube a su feed muestra sesiones fotográficas, trabajos realizados o pasarelas.

En lo que se refiere a la utilización de los posteos íntimos, encontramos que prácticamente no los utiliza, encontramos algunos en los que se la ve modelando bikinis, pero estos no dejan de ser profesionales. Por otro lado, analice los posteos personales, en estos solo muestra fotografías con sus amigas, en lo que se refiere a su familia, no vemos ningún posteo relacionado a esto. En cuanto al uso de las historias, la gran mayoría son personales en dónde muestra sus idas diarias al gimnasio al igual que las comidas del día. No se puede asegurar que recibe beneficios económicos dado que cuando menciona una marca es aquella para la que realizó campaña y no las menciona en un posteo personal ni se muestra utilizando productos.

3.1.9 @notonlusaladblog – Posteos: 421 – Seguidores: 52,4K

@notonlusaladblog es una cuenta de Instagram creada por Steffi Rauhut, ella es una cocinera uruguaya quien antes de abrir su cuenta en Instagram ya tenía su propio Blog.

Esta cuenta, a diferencia de las analizadas hasta ahora, es una cuenta con un marcado perfil profesional, en dónde la cocinera tampoco es la protagonista, sino que las distintas recetas lo son.

En este tipo de cuenta de Instagram los usuarios no se identifican con la persona detrás del perfil ni por su imagen ni por lo que acontece en su vida cotidiana, sino que quienes siguen esta cuenta comparten un interés en común con su creadora, la gastronomía. Muchos estudios dicen que los usuarios de Internet encuentran en la red un grupo al cuál pertenecer, con el cuál se sienten identificados, el mismo Maslow agrega en su jerarquía de necesidades humanas la necesidad de pertenecer a un grupo. Tal como escribe Yair Amichai-Hamburguer (2005): *“Being a member of a group that shares your goals and interest is one of the major’s ways through which to enhance self-esteem”*. Este tipo de cuentas no idealizan a una persona, sino que tratan una temática en particular y la presentan y explotan de tal modo que generan que el usuario se interese y se identifique más con la cuenta, sintiéndose parte de un grupo con el cual comparte intereses , en este caso el interés sería por la cocina. Encontramos que muchas veces Stefi Rauhut postea que ha hablado con distintas seguidoras que le recomiendan recetas y le piden consejos, entre otras cosas. Es en este intercambio de información que el usuario encuentra un espacio en donde dialogar con personas que poseen su mismo interés, sintiéndose parte de un grupo. Esta cuenta tiene un perfil profesional marcado y recibe beneficios económicos de varias marcas como es el caso de Casancrem, Electrolux y Los nietitos, por ejemplo. Dado a que la cuenta no se trata de ella específicamente vemos que utiliza pocos posteos personales y que todos ellos los acompaña de comentarios relacionados a la cocina. Podemos distinguir que su interés no es solo por la gastronomía, sino también por la moda, en esta cuenta de Instagram hay mención constante de algunas marcas de ropa como Paudan, Magma y Lolita por ejemplo. Vemos que la cuenta

mantiene, desde sus comienzos, una misma línea estética en dónde la comida se presenta de la manera más tentadora posible, aquí vemos como hay una selección y edición de las fotografías. En lo que se refiere a los posteos íntimos es lógico que no encontremos ninguno dado que el perfil de la cuenta es profesional.

3.1.10 @caromarsfit – Posteos: 737 – Seguidores: 12,8K

Carolina Marsiglia es una fisicoculturista uruguaya quien utiliza su cuenta de Instagram para autopromoción profesional.

La gran mayoría de los posteos son de índole profesional y personal, mostrando siempre sus avances físicos al igual que las competencias en las que participa. Los primeros posteos que aparecen son de ella posando de cuerpo entero y con poca ropa, deberíamos categorizar esos posteos como íntimos, sin embargo, en este caso son profesionales y se repiten a lo largo de la cuenta. Más sobre el año 2017 se empiezan a ver posteos de índole comercial, esta cuenta al tener un marcado perfil profesional hacia el fisicoculturismo, las marcas que promocionan son de complementos nutritivos, gimnasios y ropa de gimnasia, entre otros. Este tipo de cuentas muestran una construcción de un perfil profesional, Carolina Marsiglia se autopromociona y crea su cuenta de Instagram seleccionando y mostrando de su vida lo que ella cree que su grupo social quiere ver. Sin embargo, esta cuenta no refleja más que la vida profesional de ella, por lo cual, según el pensamiento de Yair Amichai-Hamburguer es menos probable que se refleje completamente la identidad de la persona (2005, p.42).

3.2. Análisis de las observaciones:

Se puede decir que, entre los usuarios más jóvenes de Instagram, el tipo de posteo íntimo es el más utilizado. Mediante estos, los usuarios atraen la atención de nuevos seguidores con el posteo de imágenes o historias en los que aparecen con menos ropa o más sensuales. Hoy en día el concepto de intimidad se ve sumamente afectado por la Web 2.0, según Lucía Tello (2013) hoy en día debemos replantearnos los principios de la ética que están vinculados a la protección de la intimidad, de todos modos, no solo se debe responsabilizar a las nuevas tecnologías por esto, sino que se da un nuevo paradigma en donde los usuarios priorizan la comunicación por encima de la intimidad. “Este fenómeno denominado “Extimidad” por Jacques Lacan, se traduce como la intimidad hecha pública a través de las nuevas redes de comunicación.” (Tello Lucía, 2013, p.205).

En algunas cuentas de Instagram la línea entre lo íntimo y lo público desaparece, hay una excesiva necesidad de mostrarse y comunicarse con el otro, no se trata de mostrar una imagen, sino de presentar ante el otro nuestros gustos, deseos y personalidades. Este recurso puede ser engañoso dado que, si se utiliza muy frecuentemente, como en el caso de @fedeassaf, el hecho de aparecer en ropa interior o sin remera no causa el mismo efecto, sino que se normaliza.

La intimidad en Instagram pasa a ser subjetiva, para algunos de estos influencers una selfie en la cama o en el baño en ropa interior es algo regular, para otros una imagen mostrando un escote, o su dormitorio es hasta demasiado íntima. La intimidad, para los jóvenes está más marcada hacia los desnudos y las imágenes que contiene connotaciones sexuales, se identifica una mayor respuesta por parte de los seguidores cada vez que se sube un posteo de esta índole, sin embargo, la excesiva utilización de este recurso no es favorable. Se identifica que el posteo íntimo genera más likes cuando se utiliza esporádicamente, convirtiéndose así en un recurso de impacto. También vemos que se utiliza mucho este recurso en las historias, esto lo hace ser más íntimo todavía dado que el seguidor siente que es el aquí y el ahora. Lo que los posteos íntimos en donde predominan las imágenes con poca ropa o

posiciones sensuales suelen tener una buena repercusión. Como dice Yair Amichai-Hamburguer (2005) *“in Today`s culture attractive people have enormous social advantages: They are better liked, more frequently helped, and seen as a possessing better personality traits and intellectual capabilities.”* (p. 6) Es por esto que el cuidado de la imagen personal, al igual que la elección de las imágenes y la edición de las mismas pasa a ser tan importante a la hora de subir contenido a las redes sociales.

Las redes sociales nos permiten tener el control de nuestra apariencia física de modo que cada uno elige qué y cómo mostrarlo. En este sentido también podemos distinguir que existe una construcción de la persona, no sólo de su apariencia física, sino también de su vida.

En cuanto a los posteos personales, pasan a ser una herramienta que acerca al influencer a sus seguidores, mostrando sus distintas realidades, sus familias, amigos, sentimientos, lugares de trabajo y ámbitos de ocio. Este tipo de posteo está ligado al perfil profesional del Influencer, por ejemplo, las cuentas de modelos profesionales no utilizan este recurso, dado que se centran en mostrar sus trabajos más que sus vidas personales.

Hoy en día en dónde se pueden ver este tipo de posteos forman más parte de las historias que de las fotografías o videos del feed. Los usuarios las utilizan para mostrar el minuto a minuto de su día, logrando que el seguidor se acerque más a la realidad de cada uno, historias en el gimnasio, historias en la rambla, historias de sus comidas, con quien se junta etc. La historia muestra más al ser humano que las imágenes, dado que estas en su gran mayoría están armadas y editadas, la historia es más “real”. Sin embargo por más de que parezca ser real, el influencer selecciona en todo momento lo que mostrar y en esa selección siempre vamos a ver que las personas se van a esforzar por mostrar que sus vidas son felices y atractivas. (Yair Amichai-Hamburguer, 2005, p.6) En lo que se refiere a el tipo de usuarios analizados, siempre hay, por más de que se haga inconsciente, una elección y manipulación del contenido a modo de mostrar lo que cada uno quiere, estudios sugieren que Instagram es una red social de auto expresión, en dónde mediante la fotografía

las personas presentan sus personalidades, estilos de vida y gustos (Lee, Lee, Moon y Sung, 2015, p.555).

Tras el análisis de las cuentas fuimos viendo que cada usuario utiliza distintos comportamientos para conseguir más seguidores y mayor aceptación de estos. Una vez que el influencer se vuelve conocido la presencia de posteos comerciales se vuelve protagonista en su cuenta de Instagram. Estos se presentan de diversas maneras, en primer lugar podemos distinguir imágenes de campañas realizadas para las distintas marcas, sobretodo de ropa. En estos se suele mencionar en el comentario a la marca de ropa. En el caso de los modelos, este tipo de posteos pueden ser considerados profesionales y comerciales a la misma vez. Por otro lado, las marcas muchas veces les proporcionan a estos los productos para que los utilicen en sus vidas cotidianas, este tipo de posteo suele ser personal, pero mostrando así los productos, por ejemplo @natyblogger realizando deporte con ropa Adidas o Steffi Rauhut de @notonlysalad cocinando con Casancrem.

Otro de los recursos que se utiliza para promocionar ciertas marcas es la historia, por ejemplo, se observan historias en donde, por ejemplo, el influencer está recibiendo cierto tratamiento estético, ahí no solo se menciona al centro estético que lo proporciona, sino que también se explican en vivo y en directo los beneficios del tratamiento. Por último, muchos de estos influencers suben en su feed publicidades que realizan para distintas marcas, es importante destacar que todos estos posteos siempre vienen acompañados de un comentario en donde se mencionan las cualidades del producto. De diversas investigaciones se ha desprendido que se debería de incluir el beneficio económico como un motivo para el uso de Instagram. Las personas realizan acciones para aumentar el número de likes y seguidores de modo de poder conseguir alguna empresa como sponsor. Podemos decir que se puede medir el éxito que tiene un Influencer al identificar la cantidad de marcas que los contratan. Cuanto más seguidores y mayor llegada tenga la cuenta un mayor número de marcas harán contrato con el influencer (Dumas, 2016, p.9)

En cuanto a los posteos profesionales, vemos que estos son utilizados por todos los influencers, los mismos varían según el perfil profesional. En las

modelos vemos imágenes de pasarelas y producciones, en las cuentas de fitness o comidas, imágenes de platos, recetas, cursos a los que han asistido. Posteos con referentes en cada área son muy comunes y obtienen una gran cantidad de likes, a los seguidores les interesa la vida profesional de los influencers ya que es una de las razones por las cuales los siguen. Las cuentas profesionales, siempre muestran como el influencer pertenece a determinado grupo de profesionales, por ejemplo, en @notonlysalad la vemos en posteos con otras cocineras, o en @caromarsfit la vemos junto a otros fisiculturistas, esto se debe a que las personas no solo están interesadas en mostrar su identidad individual sino que tienen la necesidad de mostrarse relacionados con otros que poseen la misma identidad, hay una necesidad de relacionarse como grupo (Yair Amichai-Hamburger, 2005, p.48). La asistencia de los influencers a eventos invitados por las marcas también pasa a ser un posteo profesional, ya que llega un punto en que el hecho de ser una persona pública en Instagram pasa a ser un trabajo en sí. Todo lo que se refiere a la difusión y participación del influencer en eventos es bien recibido por los seguidores.

Los posteos profesionales en cuentas como @notonlysalad son muy frecuentes dado que todo el tiempo se están subiendo recetas o videos con tips de cocina, en la cuenta de @caromarsfit, fisiculturista, pasa lo mismo, prácticamente todos sus posteos son profesionales ya que sube mejoras de su físico y competencias.

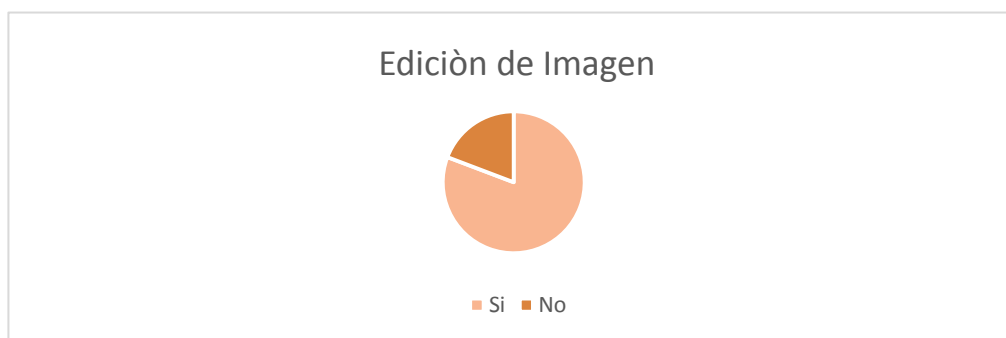
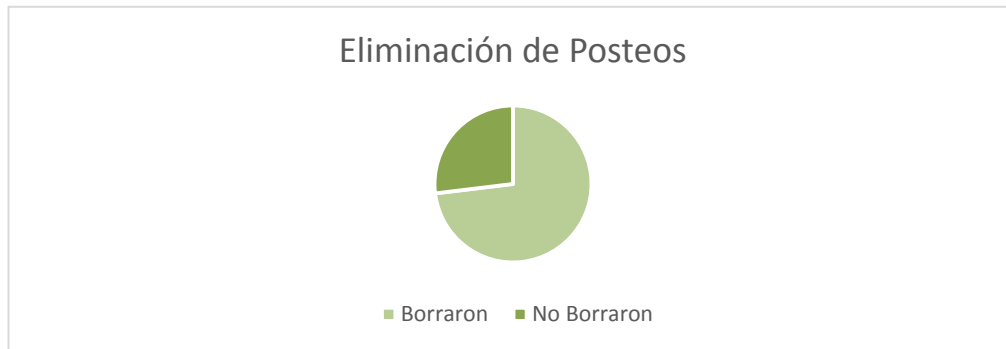
3.3. Encuestas a Usuarios:

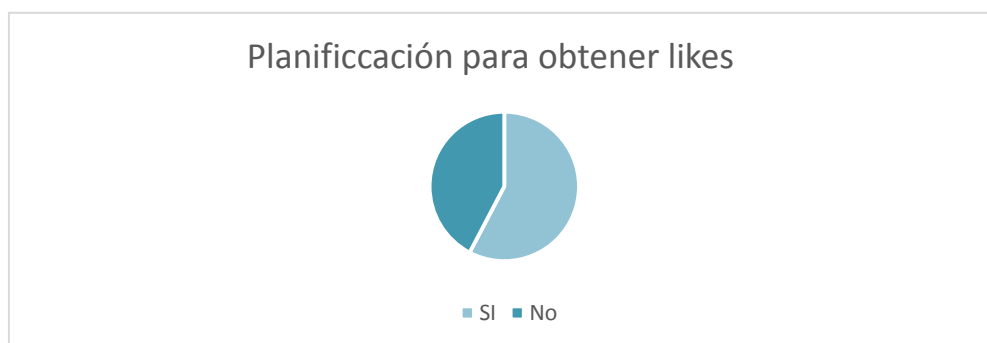
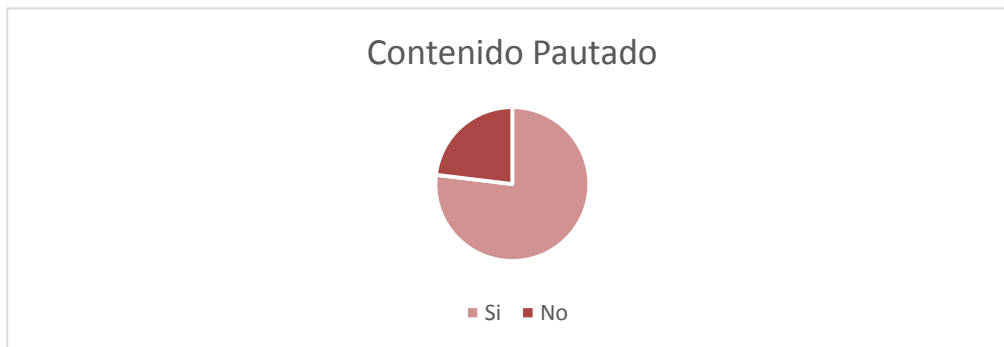
Se realizaron un total de veintiséis encuestas personales. El objetivo de esta era identificar si los usuarios utilizaban, consciente o no, una determinada estrategia no solo para aumentar el número de seguidores sino también para obtener una mayor aprobación por parte de estos, esta aprobación se traduce en la cantidad de likes que obtienen.

Las preguntas se centraron en el uso que cada Influencer le da a su cuenta, para el análisis de los datos me enfoqué en lo que Dumas (2016) llama *“Like-seeking Behavior on Instagram, or the extent to which they engage in*

behaviours to increase the number of individuals who will click a button to indicate they “like” their photos or videos” (p.1)

Se relevó información acerca de los siguientes comportamientos en Instagram:





3.4 Análisis de las encuestas:

En lo que se refiere a la eliminación de los posteos, se observa que un 73.08% de los entrevistados eliminaron en algún momento un posteo de su feed. Se identificaron varias razones por las cuales se eliminaron los posteos, encontramos causas como que los posteos eliminados no seguían la línea estética que los demás, que los mismos los llevaron a confrontar con usuarios por exponer alguna ideología, mostraban el cuerpo demasiado expuesto, entre otras. Lo que nos interesa no es en sí la razón particular de la eliminación, sino que en general se elimina un posteo cuando la respuesta que el influencer obtiene de sus seguidores no es positiva. El usuario opta por eliminar aquellos posteos con los que no desea ser identificado.

Cuando se les pregunta por los posteos con mayor cantidad de likes, se desprende que los profesionales, con un 46.15%, obtienen mejor repercusión. Muchas de las cuentas seleccionadas tienen un marcado perfil profesional, por lo cual es lógico que los seguidores prioricen y acepten mejor los posteos de esta índole. A estos les siguen los posteos Personales con un 26.92%, algunos de estos declaran que sus seguidores son más propensos a darles “like” a aquellas publicaciones en donde aparece con familiares, amigos o con la

pareja. Este tipo de posts logran que los seguidores se identifiquen y conozcan a la persona detrás del perfil. Con un 15.38% se distinguen los posts íntimos, Sobre todo en las cuentas de mujeres, las imágenes que las muestran en bikini o con el cuerpo más expuesto son las que tienen más repercusión.

Cuando nos referimos a la edición de imágenes, no solo estamos hablando de la previa selección de estas sino del uso de Filtros y demás herramientas que mejoran tanto los colores y contrastes como la apariencia física. En lo que se refiere a los resultados, me llamó la atención que un 19.23% respondiera que no edita sus imágenes. En Instagram este comportamiento es el más usual, hasta se puede decir que la edición de las imágenes es una característica de esta red social. Como especifican Lee, Lee, Moon Y Sung (2015) *“This “image first, text second” rule of Instagram creates strong visual-orientated culture with it enhanced photo-editing features. Without having to use a different app for taking, editing and uploading photos, Instagram is an all.in.one package, allowing users to complete the three steps instantly and, more importantly, with high quality.”* (p.552).

Cuando se les pregunta por el contenido pagado, el 76.92% de los encuestado declaran haber utilizado posts pagados para aumentar el número de seguidores o para que sus publicaciones obtengan más “likes”. El posteo pagado, no es igual al posteo comercial, dado que el posteo comercial trata de promocionar otras marcas y el pagado trata de la autopromoción.

Por último, se les consultó acerca de la planificación para la obtención de likes, en este sentido se incluyen en la planificación los posts pagados, la elección del horario y los días en los que se suben tanto historias como imágenes al feed, también la elección de la temática de los posts y la estética de los mismos. Como la planificación engloba todas estas acciones, me llamó la atención ver que el 42.31% de los encuestados haya declarado no utilizar una planificación. Creo que en muchos de los casos los influencers no son conscientes de que hasta la más mínima elección del qué, cómo, cuándo y dónde mostrar un posteo ya es señal de que existe una planificación para alcanzar determinado objetivo.

4. Conclusiones

Luego del análisis de diez cuentas de Instagram y 26 encuestas se puede afirmar que hoy en día los influencers uruguayos utilizan determinadas estrategias para conseguir una mayor cantidad de seguidores.

La mayoría de ellos comienza teniendo un perfil profesional medianamente definido, sin embargo con el paso de los tiempos vemos en las distintas cuentas una evolución en lo profesional y se empieza a dibujar una estrategia detrás de cada posteo. Hoy en día el influencer concibe su cuenta de Instagram como una herramienta de trabajo en dónde el conocimiento de los gustos y preferencias de su público objetivo pasa a ser primordial. Una vez que poseen este conocimiento pueden decidir en base a esto que contenido publicar para generar mayor o menor tráfico en su cuenta. Al mismo tiempo vemos que las estrategias varían según el perfil de cada Influencer, por ejemplo en **@notonlysaladblog** un posteo íntimo tendrá menor aceptación que uno personal.

Se muestra un quiebre en la cuenta que reciben beneficios económicos, dado que los obliga a llevar un perfil más profesional y comercial, espaciando los posteos personales e íntimos. Esto demuestra que hay un determinado plan de acción.

Todas las cuentas analizadas utilizan los recursos de posteos íntimos, personales, profesionales y comerciales, sin embargo la cantidad de posteos e historias que cada uno sube de las distintas categorías muestra que existe una estrategia detrás, en dónde cada uno de ellos analiza a su público objetivo, es decir a sus seguidores, para saber a qué responden mejor y qué tipo de posteos les generan más o menos interés. Las respuestas de las encuestas muestran que la estrategia existe, aunque muchos no lo hagan consiente, todos analizan previamente lo que van a subir, a comunicar. Instagram ya deja de ser algo instantáneo, para estas personas quienes no muestra la realidad tal cuál es, sino la realidad que ellos arman para aumentar los “likes” y seguidores. Instagram deja de ser una red social para ser una herramienta de autopromoción, una herramienta de trabajo

5. Referencias Bibliográficas:

- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Full length article: *Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. Computers in Human Behavior*, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- Instagram, Inc. (2018) Instagram Statistics. <https://instagram-press.com/our-story/> (accessed Oct.20.2018)
- Lee, E. (1), Lee, J.-A. (1), Sung, Y. (1), & Moon, J. H. (2). (n.d.). *Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9),552–556. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Moon, J. H. (1), Lee, E. (2), Lee, J.-A. (2), Sung, Y. (2), & Choi, T. R. (3). (n.d.). *The role of narcissism in self-promotion on Instagram. Personality and Individual Differences*, 101, 22–25. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.05.042>
- Tello Díaz, Lucía. (2013). *Intimidación y «extimidación» en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook. Comunicar*, Vol XXI, Iss 41, Pp 205-213 (2013), (41), 205. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-20>
- Yai Amichai-Hamburger (2005) *The social net: Understanding Human Behavior in cyberspace*. Pp 1-16; 27-56

6. Anexos

Belen Nalvadian – 1109 posteos – 65.8K

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (intima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-Ella selfie amiga	03-04.2014	#maslindasolchu	4	133		
		-Foto con amiga bikini	22-06-2014	#verano		57		
		-Ella con su padre	01-08-2014	#retrica#papa#concentrado#mirando#una#peli		22		
		-Video ella bailando	20.12.2014	#arabe	8	178		
		-Video cantando con el padre	23.01.2015	#mybabyyou#marcanthony#papa	2	163		
		-selfie con niños	10-02-2015	Los amo son lo mas	4	159		
		-selfie amigos	24.05.2015	#W Amigos	4	190		
	Posteos íntimos	-selfie en baño	21.07.2014	#emoji	3	68		

	(comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	-Foto de ella en corpiño brillante -Foto de ella en bikini -Ella bikini gorro -Ella con vaso y remera traslucida	20-12-2014 6-10-2015 7.03.2016 20-02-2018	#baile#de árabe Emoji Emoji De Rumba	6 8 8 58	175 1111 1837 4066		
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de							

	parte del usuario).							
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	-Imagen ella con niños en set	12.08.2015	Grabando el primer programa	13	587		
		-Ella con niños	29-09.2015	Soy feliz haciendo lo que hago	7	581		
		-ella campaña	31-05-2016	Campaña para Freeshop Paysandu	4	500		
		-Foto campaña	23-03.2017	Haciendome l modelo.Sigan a @macritrendy que se vienen cosas	19	1979		
		-Ella posando	25.08.2017	Ropa: Ringabelluruguay ..	20	2422		
		- Ella posando	05-04-2018	Haciendome la mala, pasen a ver la ropa divina que tiene rumi_vestimenta	76	5899		
		-Ella posando	20-07-2018	Arriesgar de eso se trata la vida. ROPA @lovemonroe.uruguay...	57	3151		
	Posteos pautados							

	(publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							
--	---	--	--	--	--	--	--	--

@Caromarsfit – 737 Posteos – 12.8K

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (íntima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-imagen, ella de niña -Ella besándose con su pareja -Ella con amiga -Ella con su pareja piscina -Ella con su pareja -Ella con amigos	30.11. 2014 31.12. 2015 06.03. 2016 07.01. 2017 31.12. 2017 20.07. 2018	- De peque -Otro año junto a ti, Te amo -Promis -Te amo! -Agradezco a Dios por tenerte a mi lado otro año más. .Feliz día del Amigo! En especial para estas...	3 3 1 9 2	3 11 5 140 398 100		
	Posteos íntimos (comentarios,	-Imagen de ella mostrando	19.05. 2015	- Abs al ataque! Jaja		7		

	imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	los abdominales en el baño -Selfie en el baño - Frase Motivacional	12.09.2015 28.05.2016	-Emoticones -Se tú mismo, los demás puestos están ocupados		7 11		
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).	-ella posando ropa interior de Gimnasia -Repost de pestanasuy -Ella con imagen de Nutrex -Flyer taller de cocina	27.11.2016 08.03.2017 04.06.2017 16.10.2017	- La determinación es la regla que mide la distancia entre tú y tus metas!! #uawomanuy -La mejor opción para que no se corra el maquillaje en el gym @pestanasuy -Enfocada en mi próximo objetivo acompañada de @nutrex.uy -Faltan tan solo seis días para el @tallerdecocinafit	3 2 2	245 118 278 137		

		Fit		de @mercedesperutti				
		-Ella posando detrás de producto	21.01.2018	-En mi nueva preparación me acompaña como siempre mi sponsor @nutrexresearch....	8	423		
		-Video de masaje	25.09.2018	-Hoy probé MADEROTERAPIA en @Henkoesteticauy...	1	39	1024	
		-Ella con un suplemento	09.10.2018	-Todavía no probaste la suplementación de @nutrexreaserch?.....	5	383		
	Posteos profesionales (Comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	-Imagen: ella mostrando los músculos	24-11-2014	-Primer mes de entreno! 😊		12		
		-Ella en competencia	24.05.2015	-Campeona Bikini		9		
		-video Ella entrenando	12.02.2016	-Día de dorsales		12	209	
		-Imagen ella en el gimnasio	26.04.2016	-Nunca pares, nunca te conformes hasta que lo bueno sea mejor y lo mejor		14		

		mostrando abdominales		excelente				
		-Ella en el podio	15.05.2016	-Premiación campeones absolutos			15	
		-Ella en competencia	07.09.2016	-Meta, en 9 semanas vencerme a mí misma			81	
		-Ella competencia	04.02.2017	-Controla tu mente para conquistar tu cuerpo	8		223	
		-Ella competencia	08.05.2017	Hashtags	7		400	
		-Ella en competencia	11.09.2017	-Campeona Sudamericana. Un sueño hecho realidad. Gracias padre todo poderoso...	49		601	
		-Foto de nuevo emprendimiento seguimientos a	13.07.2018	-Consultas por Inbox	6		85	

		distancia						
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							

Nombre: Fede Assaf Usuario@Fed eassaf N°seguid.18.3 K Perfil Stories	Posteos 11	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (intima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	Imagen de él de joven -El en Moto -El con auto	11.08.15 31-07-2017 01-04-2018	Cuando tenia dientes de leche -Es diferente a los demás @fedeassaf -A un ave no le preocupa que la rama se parta...	37 6 29	831 1339 6633		
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así	-Selfie en la cama -Selfie en ropa interior -Selfie con auto, torso	03-04-2015 30.11.2017 13.02.2018	-Se una persona respetuosa con quien te regala tiempo... -Vive y disfruta -La distancia y el tiempo no saben...	31 13 16	4728 2159 3949		

	como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	desnudo -Selfie en el baño -Él en torso desnudo y pantalón abierto	18.03.2018 19.08.2018	-No busques cuentos con finales felices.. -Quien se deja llevar por la magia...	15 19	2202 1684		
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).							
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es	-Video de él en el Set -Foto de él en el Parque Rodó	27.06.2017 12.10.2017	- Mi primer Filmación... -Excelente sonrisa, Excelente físico. Única Ancla.	7 6	562 1786	16416	

	decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	- Foto de él en Parque Rodó	29..10 .2017	-No soñarás con flores después de una buena rosa...	9	2432		
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							

Flor Castillos – 9053 – 60 posteos

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantidad de comentarios	likes	Reproducciones de video	Historias destacadas: tipo (íntima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-Foto ella con amiga en tabla	03.03. 2018	Siempre así	1	96		
		-Foto ella en tabla con perro	10-03- 2018	Enojis	5	69		
		-Foto ella abrazada a amiga	29-04	Sos de kas personas que ya no existen, diez años de amistad, amarte es poco	2	75		
		-Foto ella salida con amigas	02-05- 2018	Este team no lo cambio, siempre asi de locas	2	76		
		- Video Ella sillón globos 25	22-07- 2018	Feliz cumple para mí. Los twenty five	24	104	1278	
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen	-Video ella escote	04.05. 2017	Emojis	2	53	710	
		-Foto ella mllaroja	27.01. 2018		9	155		
		-Foto malla						

	confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	en inflable -Selfie en baño -Selfie escote	03-02-2018 16.09.2018 24.09.2018	Paseando en – Emojis Emojis	1 2	56 70 79		
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).	-Ella posando -Ella modelando bikini -Foto ella sacando foto	01.06.2016 01.12.2017 26.03.2018	@petra.sore @ninfia.uy @Ferrara.ok	 1 1	71 90 69		
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es	-Foto ella en set -Foto ella producción	06.09.2015 06.06.2016	#produ#angelinamartinez#Saturday#modelbook	2 2	15 53		

	decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	-Foto ella backstage	15.08.2016	Mañanas en @buendiauruguay maquillada por la genia de...	3	54		
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							

Nombre Gimena Plda Usuario@gim enaplada N° seguid.71.5K Perfil Stories	Posteos 74	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (intima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).							
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así							

	como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio).							
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).							
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalme	-Imagen de ella -Imagen ella en playa -Gala revista Gente	16.01.2016 20.01.2016 30.05.2017	-X -Emoji Jabalí -Gracias a @paolasantos por el vestido....	3 6 15	908 1270 932		

	nte).	-Ella sentada en playa	27.10.2017	-Tenía miedo y me lance, decidí hacer eso que me hacía tener el nudo...	16	1287		
		-Ella riendo	06.04.2018	-Ella quería salvarlo todo, cuando en realidad necesitaba..	36	1002		
		-Ella de remera y botas	17.04.2018	-El gil te quiere apagar. El piola brilla con vos	23	1315		
		-Ella sentada	16.06.2018	-Nada me importa mas...	14	867		
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							

JorGelina – 54 posteos - 4564

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantidad de comentarios	likes	Reproducciones de video	Historias destacadas: tipo (intima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-Selfie con amigos	13.02.2017	-Mis mejores amigos los amo con todo mi corazón	7	67		
		-Foto con globos	16.04.2018	-Mis 21 Feliz	34	524		
		-Foto de ella en Punta del Este	08.07.2018	-Dentro de lo que se puede todo	8	441		
		-Foto ella niño	10.01.2018	-Aquellos que creen en magia...	2	258		
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así	-Foto de dos personas besándose	23.06.2015	-Si vos me preguntas que es el amor yo te digo miralos a ellos	3	51		
		Foto de niño con juguete	21.03.2017	-Sigo acá recordando todos los días que en algún momento vamos a volver a abrazarnos...	1	64		

	como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	-Ella en sillón poca ropa -Ella en playa de atrás	4.02.2 018 03.02. 2018	Ceu, sol e mar	3	288 340		
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).							
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse							

	profesionalmente).							
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							

Natalie Stal – 541 posteos – 11.5K

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (intima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-Foto ella con amiga	27.09. 2015	-Party inda house...	4	65		
		-Foto ella bebe desnudo	03.06. 2016	-Mi madre si que sabía...	2	54		
		-Foto llibro y fuego	31.05. 2018	-The shape of fire		94		
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o	-Ella en cama con perro	18.04. 2015	-Lo mejor de mi vida. Mi bb	1	57		
		-Ella en cama gato	25.01. 2016	-Me encontré con un lindo gatito	1	94		
		-Ella sin sostén	21.04. 2016	-Ashes to snow,fire to blood..	5	88		
		-Ella sosteniend	31.05. 2017	Yo quiero océanos sanos	4	217		

	lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	o cartel						
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).							
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	-Ella -Ella guante -Grupo -Video Pasarela -Ella con short de	06.09.2013 17.09.2013 25.09.2013 14.08.2015 03.08.2018	-Rock it? -Book -Fiesta caras Uruguay -Bafweek -Last job in Australia	1 1 1 2 5	21 17 13 46 304		

		jean						
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)							

Nombre Usuario Naty de la fuenta N° seguid.35.3K Perfil @natyblogger Stories POSTEOS 3278	Posteos	Tipo: imagen / comentario	Fecha	Descripción	likes
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	Imagen: Ella con su novio - Selfir de ella en el espejo de su cuarto - Selfie en el espejo del cuarto y frase "Ser tia es amar a alguien que no es tuyo pero a quien tu corazón pertence"	02/07/2015 24/09/2015	- GRACIAS!! Desde ayerestoy con esta palabra en la cabeza, meditando la importancia de agradecer y enfocarnos en todo lo bueno que tenemos..." "Estoy en lo de mi hermana pasando lindo, hoy look off white que no me canso de repetir.."	99 118 99

		<ul style="list-style-type: none"> - Imagen: sus piernas con un libro un bowl de yogurt con cereales y fruta - Collage, selfie de ella en espejo del cuarto, torta, foto de niñas en la piscina - Selfie con su pareja - Foto de ella con amigas, Collage - Foto ella con niños en el sillón - Foto de ella con niño 	<p>21/11/2015</p> <p>29/11/2015</p> <p>25/01/2016</p> <p>23/05/2016</p> <p>24/08/2016</p> <p>8/02/2017</p>	<p>-“Esto es vida!! Merendando y leyendo al aire libre! Que paz!!”</p> <p>“Pasamos divino en el cumple de mi sobri!! Nos matamos de Risa...”</p> <p>“Juntos a la par hoy y siempre”</p> <p>“Bellas,Bellas todas! Corazones”</p> <p>“Amarlos más que a nada en el mundo”</p> <p>“El amor de mi vida”</p>	<p>100</p> <p>89</p> <p>120</p> <p>237</p> <p>119</p> <p>215</p>
	<p>Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o lugares de la casa como el</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Selfie en el espejo de cuarto - Selfie en el espejo de Gimnasio 	<p>4/6/2015</p> <p>12/06/2015</p>	<p>“”Terminamos por hoy!! Spinning y clase de piernas y brazos..Emojis..Ustedes?”</p>	<p>29</p> <p>59</p>

	baño o el dormitorio).	- Imagen de Jennifer Aniston con frase de ella	16/06/2015	- “Tal cual!!! Resulto Sabia Jennifer(Rachel para quienes amamos friends) .e encanto!! A quererse y aceptarse cada uno como es!! Sin comparaciones por favor!! Emojis de caras felices y corazones”	43
		- Imagen: caricatura de dos chicas una rellenita y una flaca”	23/06/2015	- Aceptemos nuestros cuerpos y Amemoslos tal y como son!! Y si alguna cosita nos molesta mucho, bueno trabajar para mejorarlo! Pero sin obsesiones, ni metas inalcanzables! Seamos como digo simepre la mejor versión de nosotras!!...”	86
		- Selfie en la cama mostrando piernas y panza	03/04/2017	- Primera foto en la cama, “Recién terminando la jornada y mañana me espera un día más largo aún....”	233
				- “Podré estar muerta de	275

		- Selfie en la cama de pijama animal print	25/04/2017	cansancio pero mi mirada siempre parece descansada y relajada gracias a mis extensiones de pestaña de @lasmartinezuy. Un antes y un después en mi vida”	
		- Foto: Ella en la cama comiendo y mirando una revista con solo un buzo	6/6/2017	“Cenita by @romaverdee Ensaladita de penne con frutos secos, queso de cabra tomates secos...”	239
		- Foto de bata en el baño	24/08/2017	“Buenos dias Buenos Aires. Ya instalados y eñajandonos un poquito en @hotelsavoybsas	202
		- Foto, sus piernas en bañera de espuma con productos Kerastase detrás	19/09/2017	“emoticones... #chill@relax#bath#relaxbath”	176
		- Ella en la cama con camisa y pierna afuera	20/09/2017	“El que sueña crea. No dudes en el poder que tiene tu pensamiento y tu deseo...”	213
		- Ella recién despierta en la cama	19/10/17	“Y un dia te das cuenta que no podes cargar cin los problemas de los otros. Uno debe mirarse a uno mismo, a ocuparse de sus pequeñas luchas cotidianas...”	205
		- Ella de ropa interior sentada en la	26/02/2018	“emoticones de unicornio y	157

		<p>cama</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ella de ropa interior tirada en la cama con un libro <p>26/02/2018</p> <p>corazón”</p> <p>“Siempre hay un libro cerca mio. Desde niña tengo el habito de estar leyendo algún libro,hábito que por supuesto inculcaron mis padres y que yo amé desde el día uno. ...”</p> <p>198</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ella en la cama solo cintura <p>04/08/2018</p> <p>“Así todo el día”</p> <p>165</p>		
	<p>Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Selfie con tarro de dulce de leche light los Nietitos <p>21/05/2015</p> <p>Para vos @cynro1977 @monimfit</p> <p>20</p> <ul style="list-style-type: none"> -Foto doble de un lado revista gene y jardin, del otro yogut Viva de Conaprole <p>14/11/2015</p> <p>“Ahora si!! A disfrutar del sol snakeando un Yogurt emojis”</p> <p>73</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selfie en el espejo del cuarto con vestido , en una de las tres fotos se ve una caja de VDAMIANI <p>28/11/2015</p> <p>“Casamiento allá vamos!! Feliz con mi vestido de @mandinga_mandinga”</p> <p>110</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagen de Vauqita Los Nietitos <p>28/06/2016</p> <p>“Momnto dulce de la tarde!! Esta tableta de DDD Los Nietitos es lo más”</p> <p>154</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagen de chocolate sin azucar Georgalos <p>26/07/2016</p> <p>“tERMINANDO LA NOCHE CON UN RICO CHOCOLATE!”</p> <p>171</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boomerang gel limpiador Neutrogena <p>11/09/2016</p> <p>“Despues de un domingo full no dejo de limpiar mi piel con</p> <p>1940 views</p>		

				@neutrogena..”	
		- Selfie con mascarilla	27/09/1016	“Hoy tuve mi momento relax total en @phi_medestetica..”	108
		-Sorteo de PHI estetica	5/10/2016	Explica sorteo	46
		-Protector Neutrogena y Toalla	25/11/2016	“Gracias @neutrogena @beachlovers por equiparme el verano”	74
		- Ella con bolsa Levis	06/01/2017	“Me voy fascinada con mi prenda customizada de @levis_uy en Levi`s Tailor Shop en @Bigotobar...”	314
		- Imagen de ella con ropa de Gym	19/12/16	Primera imagen en don aparece toda vestida de adidas y los menciona en comentario	234
		- Imagen, su desayuno con revista y producto Loreal	30/03/2017	- Primera Imagen en donde presenta producto Loreal	188
		- Imagen , ella desayunando en la linda	9/04/2017	- Emoticones.. Primeros posteos en “LA LINDA” Carrasco	305
		- Ella Merendando en LA LINDA con base Loreal en la mesa	01/03/2017	- Posteo que menciona la base Loreal y a la Linda	249

		<ul style="list-style-type: none"> - Imagen de Cheesecake 	07/05/2017	-Hoy brunchemos en @Belvederbakery y me encanto!..”	371
		Foto de Merienda	01/06/2017	-La Merienda @credo_cafe”	177
		<ul style="list-style-type: none"> - Imagen de ella en cama solar 	17/08/2017	<ul style="list-style-type: none"> - Verano 365 dias del año! Gracias por existir @mauiclub 	208
		<ul style="list-style-type: none"> - Imagen ella en el Gimnasio 	24/11/2017	<ul style="list-style-type: none"> - Desafia tus limites, crece cada día, anímate a ser y hacer más..” 	388
		- Imagen ella de Bikini en la orilla	31/11/2017	<ul style="list-style-type: none"> - Este verano me olvido de la depilación! Gracias a @candela_depilacion..” 	223
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	<ul style="list-style-type: none"> - Screenshot de Infotechnology: Movida Fit: quienes son las argentinas detrás del fenómeno que es furor en instagram” 	11/02/2016	-“Casi muero de la risa, mis 5`de fama y no me nombran jaja Qqueremos la movida Fit de argentinas y uruguayas tambien..”	78
		<ul style="list-style-type: none"> - Foto de plato en donde se lee la palabra Ricotón 	17/03/2016	- “Receta del Ricotón	101
		<ul style="list-style-type: none"> - Imagen de computadora con frase “En que consiste nuestro plan” 	2/05/2026	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimos trabajando con @esenciabylu para ustedes! Con Lu entendemos que hoy en día muchos sienten que su cuerpo es un 	157

		<ul style="list-style-type: none"> - Collage de Imágenes con Rubia mala y su equipo en Pase Rostand - Repost de nota en revista: Expertas en Fitness - Video en donde aparecen varias chicas 	<p>11/06/2016</p> <p>7/09/2016</p> <p>9/01/2017</p>	<p>reflejode un ambiente tóxico..."</p> <p>-“El #rmteam copó paseo Rostand! A pesar del frío la pasamos bombaaa!</p> <p>“Por más Workshops @thehealthyblogger, felcitaciones florsiii Salio todo divino!</p>	<p>71</p> <p>114</p> <p>3258 views</p>
	<p>Posteos pagados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como publicidad)</p>				

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (íntima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-Ella árbol de navidad	29.12. 2017	Un mil gracias a todos los que se acercaron a contarme lo que	13	383		
		-Ella con su hijo	13.05. 2018	Ser mama es muchísimo más lindo y bastante más difícil...	12	365		
		-Ella con su hijo	09.06. 2018	Desde bebé lo siento cerca mio en la cocina...	14	382		
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o							

	lugares de la casa como el baño o el dormitorio).							
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).	-Video sabores magma	07.04.2017	Y con ustedes (redoble de tambores) la receta de barritas de cereales...		153	1647	
		-Imagen con Casancrem	01.09.2017	Hoy estamos yendo a Grenoble...	21	305		
		-Video Electrolux	26.10.2017	@eectroluxuy quiere conocer nuestros mejores tips de cocina....		51	1242	
		-Imagen Punta Carretas	05.12.2017	Mientras estaba de viaje surgió un proyecto lindísimo	3	126		
		-Video Café el Chaná	24.01.2018	Qué se les viene a la cabeza si digo cold brew....	9	94	2047	
		-Foto ella con otras influencers	22.03.2018	Dvino recuerdo de lo que fue el lanzamiento de Arkitect! Fue un placer...	2	126		
		-Foto ella en flyer los nietitos	29.08.2018	Cuando @losnietitos te propone hacer un ciclo de recetas con sus productos deli....	50	307		

	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	-video presentación - Foto ella con señora -Foto ella taza de café -Ella con otra chica -Ella con mujeres	17.01.2017 15.06.2017 24.11.2017 11.01.2018 21.06.2018	Hola!! Me presento para los que no me conocen... Una mañana a puro capuccino charlando con... El otro día recibí en casa a las divinas de @furmagazine.. Las vacaciones son para desconectar, y vaya su me lo tomé en serio!... Cuando te mandan una foto en la que estás con @marubotana y @sofi_pecana se publica!..	19 6 17 9 9	270 217 315 220 292	1821	
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde superior izquierdo como							

	publicidad)							
--	-------------	--	--	--	--	--	--	--

Shey de Armas – 192 post – 12.9 K

Nombre Usuario N° seguid. Perfil Stories	Posteos	Tipo: imagen / comentario / Video	Fecha	Descripción	Cantida d de comenta rios	likes	Reproduc ciones de video	Historias destacadas: tipo (íntima, personal, comercial, prof.)
	Posteos personales (comentarios, imágenes o videos relacionados con la vida personal, familiar, o el entorno cotidiano tanto doméstico como laboral).	-Album fotos de cumpleaños	28.03. 2018	-Mis 21. Muchas gracias a todos por acompañarme...	6	135		
-Ella con su madre		13.05. 2018	-Happy day mom..	6	192			
-Ella con su hermano		31.05. 2018	-Mi mejor amigo, mi dos, mi todo...	9	208			
	Posteos íntimos (comentarios, imágenes o videos que expresen confesiones, sentimientos, sueños, deseos; así como el cuerpo muy explícito o	-Foto en baño cuerpo entero	21.03. 2018		3	176		
-Selfie en baño		01.04. 2018	-Emoji de luna	2	130			
-Ella de espalda bañera		11.04. 2018		2	132			
-Selfie en		22.04.		6	125			

	lugares de la casa como el baño o el dormitorio).	cama -Ella en ropa interior -Ella en ropa interior comiendo bombones -Ella en conjunto de ropa interior - Selfie espejo del cuarto en bikini -Ella en ropa interior	2018 22.04.2018 22.04.2018 10.05.2018 14.05.2018 25-06.2018	-Emoji Pizza -El Secreto.. -Emojis	33 10 16 20 21	353 263 432 525 697		
	Posteos comerciales (comentarios, imágenes o videos que estén relacionados	-Ella de espalda con piedras -su rostro maquillado	06.06.2018 07.07.2018	-Piedras calientes@henkoesteticauy -Clase Vip personalizada @tatibueno...	7	91 490		

	con marcas, comercios diversos, o que manifiesten una acción de promoción de parte del usuario).							
	Posteos profesionales (comentarios, imágenes o videos vinculados al perfil del usuario, es decir en el que pretende desarrollarse profesionalmente).	-Ella vestido rojo	05.07.2018	-EMOJI@dressuy	23	403		
		-Ella vestido plateado	05.07.2018	-Algunos buscan un mundo mas bonito...	16	428		
	Posteos pautados (publicaciones pagas por el usuario, hasta el momento están indicadas en el borde							

	superior izquierdo como publicidad)							
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Marca temporal	Usuario de Instagram?	¿Desde cuándo usas Instagram?	¿Cuántos seguidores tienes aproximadamente?	¿Podrías describir qué tienen más likes / visualizaciones?	¿Podrías describir algún posteo, imagen o video, que hayas borrado?	¿Hubo algún posteo, imagen o video que hayas decidido no subir?	¿Qué posteo no repetirías? ¿Por qué?	¿Editas las imágenes? ¿por qué?	¿Cuánto tiempo le dedicás a tu Instagram?	¿Cuándo y cada cuánto posteas?	¿Tenés o has tenido alguna planificación para conseguir likes o visualizaciones? ¿cuál?	¿Has pautado algún contenido? ¿Con qué objetivo?
20/09/2018 17:51:30		Hace 6 años aprox	87 mil	Es depende del contenido que compartas	Si	Si	No se	Le aplico filtros a las fotos o sino lo realizan los fotografos con los que trabajo. Porque se ven mejor	5 hs al día aprox	3 veces a la semana maso	No	Si
24/09/2018 11:06:49	@Sebastandup	mmm por lo menos 5 años	25000	Los que me salgan más divertidos je	Alguna historia donde decia alguna mala palabra gratuitamente	Si, varios pero sabia que era para problema	Muchos porque me divertieron hacerlos	Porque estoy fulero así salgo más lindo ☺	Mínimo 45 min (3 de 15 min cuando hago caca)	Trato de 3 posteos por semana y siempre alguna story	La segmentación correcta y la promoción	Todas las semanas. El video que puede andar bien le pongo 5 dólares para que le llegue a gente que no me sigue y poder sumarlo
24/09/2018 12:03:01	antoniamontero_	Desde 2013	4.400	Las fotos en las que se me ve el cuerpo o la cara	Alguna foto en la que me estoy muy expuesta	Si	Publicidades que no van con mi imagen, no me gusta subir posts con los que no me siento identificada	Casi nada, prefiero las fotos naturales	Unas 5-6 horas por día	A la tarde-noche, al rededor de 2 veces por semana	No	Si con pautar contenido se refieren a seguir con un estilo particular de posts, si. Con el objetivo de mantener una imagen con la que me identifique y aun así conseguir trabajo a partir de eso
24/09/2018 12:07:07	@gercomediante	2017	66700	Las naturales, las que muestren las cosas cotidianas que todos hacemos. La familia, el amor, todo lo cotidiano y honesto es bien recibido por los seguidores.	He tenido arranques de "denuncia" social, sobre algún que otro tema que me indigna, pero lo borré, porque el perfil que me interesa mostrar en las redes es el plenamente humorístico. Sigo pensando exactamente eso que borré, pero no quise compartirlo.	Si! Muchas veces ! Si a mi no me divierte, no lo subo.	No repetiría posteos que puedan haber herido a alguien. Uno nunca sabe que es lo que puede afectar a otro.	Edito muchas veces fotos de los finales de los shows, que por poca iluminación en el teatro, quedan oscuras	Muchísimo más del que me gustaría.	Posteo cuando tengo ganas de contar algo, y trato de hacer todos los días algún posteo.	Si! Pero no me ha resultado, porque los seguidores que se te agregan no son fidedignos	Mi objetivo en las redes es siempre intentar que el publico se vuelte al teatro. Mi verdadera pasión es la comediante
24/09/2018 12:21:32	—	5 años	12 mil	Videos con contenido diferente	Aquel posteo que no me convence personalmente .	Incita q discusión o problemáticas en la sociedad	—	Solo edición de colores, no las tuneo o modifico para mi persona	Gran parte del día, es mi trabajo	En historias constantemente, publicaciones una x semana aprox	No	Publicidad para marcas citados por contratos tal vez
24/09/2018 22:36:08	@popidamiani	2013	9300	Mmm es muy relativo. Las con mi novio o las de viajes mostrando looks	Graficas de marcas ya sea la mia o de otra marca que pauté, y que ya haya pasado (ej: flyer de desfile vdamiani)	Las que no me identifican o algo q no sea real	No me arrepiento de mis posteos	Si, me gusta editar. Todas las fotos que publico tienen filtros y edición, pero solo de luces (no me gusta cuando editan las fotos y dejas de ser vos)	Mucho, me levanto y me acuerdo con el. Manejo varias cuentas (la mia personal, la de la marca VDAMIANI, la de mis bikinis MARINO y ayudo a familiares en sus cuentas de negocios)	No tengo estipulado, cuando encuentro algo q me gusta y quiero compartirlo.	Postear a determinadas horas, ayuda pero no garantiza nada.	No. Si a plan para conseguir likes te refieris a pagar. Si en cuanto a que ordeno lo subo según diferentes criterios.
25/09/2018 10:14:00	Funcional_mv	Junio 2015	8000	Las que muestro mi trabajo o en las que estoy con mi familia.	Una historia de cuando me rompieron el vidrio del auto para robarlo.	Si entrenamientos sin remera.	El del vidrio roto. Porque no generó nada positivo.	Si. Para que se vean mejor o salga mejor lo que muestro.	No sé. Pero uso el celular 3hs a la semana (según iphone) e InstaG es la app más usada junto con wapp.	Trato de ser regular subo al menos 2 cosas por semana.		No.
25/09/2018 12:12:15	@sebaangok	2012	11.900	Depende del contenido o la temática, pero últimamente tengo más visualizaciones en historias. (1500 aprox)	Fotografías de mis inicios en los que mostraban momentos cotidianos de mi rutina	Si, muchas veces por tema de estrategia en redes	Los tti ni me gusta esa modalidad en redes personales	Si, con Lightroom para lograr mejoras de luz y correcciones básicas	Mucho, trabajo además en marketing digital para otras comunidades y empresas	En stories todos los días en el feed una vez por mes aproximadamente	Si, con trabajos que realice Pautados para distintas marcas	Objetivos de alcance y con fines comerciales
25/09/2018 15:10:14	Mboffano	2014	24,3	Fotos que no van con mi estilo pero no es usual que borre, quizá por que publique en horas malas y no tenían buen alcance	Fotos que no van con mi estilo pero no es usual que borre, quizá por que publique en horas malas y no tenían buen alcance	Si claro todo el tiempo veo eso	Fotos de que no vayan con mi estilo de fotografía	Si es parte de mi arte	Todos los días quizá 2 hrs	Martes y jueves a las 19	Sorteos	Si mas followers y mas clientes
25/09/2018 18:54:38	aleco.dj	2012	12mil	de aventuras extremas, deportes extremos, grandes acontecimientos	Fotos personales, ya que utilizado mi red como empresa	Si	A veces me dan gana de subir momentos personales y los borro porque va en contra a mis objetivos laborales como dj.	Con los típicos efectos. Para dar más volumen a los distintos planos	Últimamente poco..	Cada 1 o 2 semana	Hago publicaciones por fb	Contenido laboral, con el objetivo de hacerme más conocido
25/09/2018 20:40:06	@notonlysaladblog	Noviembre 2016	52200	Recetas dulces	Ninguno	No	Recetas que sé que tienen poco engagement.	Si, retoco un poco la luz para que los colores luzcan mejor.	1 h por día aprox	4 veces por semana, sin días u horario fijo.	Planifico mi contenido pero no por el mero hecho de tener más likes, sino para organizarme mejor.	Si, para mostrar mi cuenta a posibles seguidores de nacionalidad uruguaya y captar nuevos followers interesados en mi contenido.
25/09/2018 20:45:54	Behnavadian	Desde el 2014	63000	Las que estoy cuerpo entero y sonriendo	Alguno que subí y después no me gusto pero casi siempre son en bikini los que subo y borro	Si	No se	Les pongo filtro de Instagram normas	Mi día entero casi	Depende las ganas que tenga por día por medio a veces mas y a veces menos	Fijarme las horas Pico y subir una foto	Si, con el objetivo de sortear cosas y hacer llegar a más gente la marca
25/09/2018 20:59:32	Si	Hace 6 años	17,15	Las fotos de los looks que uso y también las que muestran mi vida cotidiana.	No soy de borrar porque chequeo bien antes de subir pero alguna que quede mal encuadrada o que le quite armonía al feed.	Si, muchas. Hay mucho descarte a la hora de seleccionar las imágenes que quiero compartir.	Alguno relativo a alguna marca. A medida que fue pasando el tiempo y vas aprendiendo el código de la red, podés observar los errores pasados.	Poco, de vez en cuando uso algún filtro pero generalmente es para mejorar la luz. No me gusta editar demasiado, quita naturalidad	Mucho!	En el feed trato de publicar una por día o cada dos, a veces pasa mas tiempo. En las historias todos los días.	Me cuesta planificarlo, pero trato de prestar atención a los horarios en que mi publico es mas activo.	No, siempre trabajé con la interacción orgánica. Creo que si pautas perdés la noción real del engagement que genera el perfil.

Marca temporal	Usuario de Instagram?	¿Desde cuándo usas Instagram?	¿Cuántos seguidores tienes aproximadamente?	¿Podrías describir qué fotos, videos o historias tienen más likes / visualizaciones?	¿Podrías describir algún posteo, imagen o video, que hayas borrado?	¿Hubo algún posteo, imagen o video que hayas decidido no subir?	¿Qué posteo no repetirías? ¿Por qué?	¿Editas las imágenes? ¿por qué?	¿Cuánto tiempo le dedicás a tu Instagram?	¿Cuándo y cada cuánto posteas?	¿Tenés o has tenido alguna planificación para conseguir likes o visualizaciones? ¿cuál?	¿Has pautado algún contenido? ¿Con qué objetivo?
25/09/2018 21:41:21	@gimenaplada	2013	Más de 72.000	Fotos que tengan más like las más creativas (depende la hora que la subas depende los likes que tengas) Historias que tengan más visualizaciones maso todas por igual, pero las veces que sale una nota mía en una revista y demás he llegado a tener más de 50 mil personas que me miran la historia, cuando normalmente me la ven unos 20 mil diario.	Antes subía fotos con mis amigas. O fotos que no eran sacada por un fotógrafo profesional, hoy ya no puedo.	Miles.	Una foto fumando, porq se me bajo un carje importante.	Los fotografías.	Lo chequeo muchas veces por día.	Historias todos los días. Fotos al perfil cada 5 días.	No. Nunca. Siempre me mostre tal cual soy y no planifique o arme un personaje o algo parecido.	Cuando arreglo con una marca, empresa o lo que sea, se pautó de antemano qué contenido voy a subir.
25/09/2018 22:00:39	Fedeassaf	2014	18.500	En mi caso cuando son fotos mías		Si	No tengo uno que no repetiría.	No, no las edito	Estoy varios ratos del día	Subo fotos muy cada tanto, historias todos los días	No	Deportivo por un tema laboral
25/09/2018 22:13:34	Si	de el 2016 aproximadame	Un poco más de 10000	Los de competiciones o alguno medio cómico	No borre nunca creo	Los que muestran mucho el cuerpo	Ninguno en particular	No edito. Van en crudo	Demasiado, varias horas diarias	Diariamente más de un posteo	No nunca	
25/09/2018 22:51:53	Colchon De Verdes	18 meses	17.700	Mmm depende, pero por lo general las fotos que tienen comidas como hamburguesa, pasta o postres con dulce de leche. Las fotos que más sugieren lo denominado como #FoodPorn. También las fotos en las que salgo yo tienen buena repercusión.	No, no tengo recuerdo de eso.	Si, una vez un restaurant no me gusto para nada y decidi no colgarlo.	Ninguno.	Soy muy cuidadosa con las imágenes que subo, al tratar con comida todo debe verse bien. La comida entra por los ojos.	Depende el día. Por lo general 1 hora máximo, depende la cantidad de contenido a subir.	Casi todos los días subo alguna foto al mediodía. Las stories tmb subo alguna casi todos los días, eso en cualquier horario.	Generar contenido diverso, creativo. Sumar invitados al feed.	No. En Instagram todo lo que generé es orgánico. Me gusta que todo vaya dándose de forma natural y no forzar los tiempos.
26/09/2018 21:07:33	Anasofabustin	2013	7300	Cuando aparece algun famoso, cuando son fotos de viajes, cuando se cuenta una buena experiencia	Alguna foto que ya no me parece interesante del principio de la cuenta.	Muchas cosas decido no subir. Pienso bastante antes de postear.	Uno de un museo. Porque no se vincula al contenido que posteo actualmente y no resulta interesante a la mayoría de mis seguidores	Solo los colores. Para que sean más agradables a la vista	Depende de si posteo o simplemente navego en inicio	1 o 2 veces a la semana máximo. Generalmente entre semana	Intento publicar contenido de interés siempre, planeo enfocarme en algunos temas puntuales para fidelizar usuarios	Solo una vez. Con objetivo laboral.
27/09/2018 18:03:13	@agusvarela	5 años	36400	Las fotos en bikini tienen siempre más likes, o las fotos diferentes, cuando me voy de viaje o algo de eso, las historias en general las ve siempre la misma cantidad de gente	Nunca borre nada, cuando lo subo queda	Si! En alguna fiesta o alguna foto más subida de tono	Ninguno	Uso hují para algunas fotos, muchas las pongo sin edición y si las edito es para que se vean mejor o mejorar la luz	Mucho!!	Una vez por día en Instagram y trato de subir historias todos los días varias	No nunca use	Si! Cuando hay sorteos o cuando me piden que publique determinadas cosas para una marca, eso es pautado, me dicen tenes que subir tantas historias mencionando la marca y tantos posteos, cada tantos días etc
27/09/2018 18:08:41	vickyripa	Unos años	11mil	Las que hablan sobre la confianza en uno	Ninguno	No	Ninguno	No siempre. Cuando lo hago, es sobre todo por la calidez del color	Depende el día. Unas horas	Cuando tengo ganas	No	No
27/09/2018 18:15:55	@pabloye	omo herramienta de trabaj	72.200	Aquellos con contenidos humorísticos con los que la gente se sienta identificada.	Afiches de shows que ya realicé	temas que pueda ponerme gente en contra	Los que menos funcionan. Nadie puede predecir a ciencia exacta la repercusión de una publicación. Pero si puedes evitar cometer los mismos errores	Para que luzcan más profesionales	24/7 Pero el Instagram no es mi "fin". Es una herramienta de comunicación para mi trabajo. Ser comediante	Diariamente	Siempre. Depende lo que quieras conseguir. No hay "una estrategia". Si subo un video con chistes de perros, y lo promociono me va a convenir secrotizar entre las personas que le gustan los perros y/o animales	La gran mayoría. Con el objetivo de lograr Mayor difusión. Ya sea de mis shows, contenidos, campañas, etc
27/09/2018 18:37:27	nicomontano22	so Instagram desde el 20bero en fin 19.500, llegue e		Creo que la que tienen más likes, es La foto que estoy en Palestina, luego tengo unas cuantas que pasan los 1800 likes y 400 comentarios	No, nunca elimine ninguna foto porque soy muy cuidadoso con lo que subo.	Pienso muy bien antes de subir algo	Si subí algo a mi perfil no tendría problema en repetirlo	No, no las edito, solo juego un poco con las luces, pero nada más	Mucho... creo que entró a Instagram cada 40 a 1 hora	En el horario de 6 a 10 de la tarde, y preferible viernes o sábado	No. likes y visualizaciones no	No
28/09/2018 0:35:55	Si	Hace aprox 1 año	Poco más de 16K	Las imágenes que incluyen a mi persona/ familia/ vinculado a una experiencia/ anécdota/reflexión - las que menos llegan son las q son tipo flyers-	Ninguno	Más de una vez-	Ninguno	En general No -	Dependo los mensajes privados a responder- no creo que llegue a los <5min diarios	Posteo cuando tengo algo interesante/ de provecho pra compartir- las historias las utilizo a diario como para dar testimonio de lo q puedo hacer un sacerdote	Ninguna	Nunca
29/09/2018 13:04:36	leticiapiriz	desde el 2013	+ de 16000	Los videos de humor	Borrado, solo uno (archivado muchas cosas). Borre un video en el que emplee al termino "mongolico", como quien dice "pelotudo" y luego que lo subi me di cuenta que lo había dicho porque lo tenía incorporado a mi manera de hablar, como muchos otros. Nunca más use ese termino en mi vida!	Miles	no hay ninguno que no repetiría	si! para que se vean mejores! Es decir, les edito los ajustes de color, luz, etc.	no se a que se refieren con "dedicas". Ocupa gran parte de mi tiempo en Instagram., No en mi perfil, sino en la plataforma, por trabajo.	una vez cada mil años!	Mi perfil fue creado con esa finalidad. Lo creamos en la agencia. Pensamos en el contenido, en el público objetivo, planificamos cantidad de postes, textos, temas, etc. El objetivo era convertir a uno de nosotros en "influenciador" para poder medir de primera mano el Influencer Marketing, que es a lo que nos dedicamos. Y bueno, fue con el mio! jajaja y yo copada, porque me diverti mucho.	no, mi cuenta es "personal", no de empresa y creo que no se puede.

Marca temporal	Usuario de Instagram?	¿Desde cuándo usas Instagram?	¿Cuántos seguidores tenés aproximadamente?	¿Podrías describir qué fotos, videos o historias tienen más likes / visualizaciones?	¿Podrías describir algún posteo, imagen o video, que hayas borrado?	¿Hubo algún posteo, imagen o video que hayas decidido no subir?	¿Qué posteo no repetirías? ¿Por qué?	¿Editás las imágenes? ¿por qué?	¿Cuánto tiempo le dedicás a tu Instagram?	¿Cuándo y cada cuánto posteas?	¿Tenés o has tenido alguna planificación para conseguir likes o visualizaciones? ¿cuál?	¿Has pautado algún contenido? ¿Con qué objetivo?		
29/09/2018 15:09:16	noelorenzoauade	Aprox 5 años	13 Mil	Las fotos con cambios de antes y después de mis alumnas	Por lo general no soy de borrar, porque me aseguro muy bien lo que voy a subir	Si, videos que la ejecución de los ejercicios, no está bien realizada	Ejercicios iguales o muy parecidos. Porque considero que es más de lo mismo y aburre. Me gusta siempre crear un efecto sorpresa al que está del otro lado.	Edito porque quiero poner mucha información y si no es editando resulta bastante difícil	Todos los días intento subir algo, me hago un poco la viva, porque gracias a dios me va muy bien y recibo muchas clientas a diario	En historia casi todo los días	En tres oportunidades	Con el objetivo de tener alcance, aquellas personas que podrían realizar mi programa		
5/10/2018 17:56:56	lukimadrid		2010	20000	Las Fotos de acción	No borre nunca un postec Si	Posteos sorteando articulo	Me gusta mejorar la calidad	Diariamente	3 dias aprox	No	Pauto los contenidos acordados con AXE para cada mes		