

[Iniciar sesión](#) | [Registro](#)[Espacio](#) | [Estados Unidos](#) | [Podemos](#) | [Cataluña](#) | [Empleo](#) | [Violencia machista](#)

De "influencer" a millonario a golpe de clic

La normativa en materia publicitaria y de competencia desdeal obliga a todos los "influencers" a identificar como publicidad los contenidos pagados por las marcas

Ignacio González de Aledo

Abogado de Écija

[@nachoaledo](#)

Sociedad red [seguir tema](#)

Los aficionados a las videoconsolas comenzaron a publicar vídeos en YouTube comentando las partidas

Personajes famosos y usuarios anónimos convertidos ya en famosos conviven en el mundo digital de los influencers

Los influencers están obligados a declarar los ingresos obtenidos por los servicios que prestan a esas marcas



Imagen de "El Rubius", uno de los youtubers más famosos



EP



Rubén Doblas no sale en la tele ni en las revistas del corazón. No ha entrado en ningún reality show ni es novio de ninguna supermodelo. Es un chico malagueño de 26 años que, según la revista americana **'Time'**, es uno de los líderes de la próxima generación. Y es que para ser rico y famoso ya no hay que salir en la tele, porque la tele ya no está de moda. Ahora lo que se lleva es salir en Internet. Y ahí es donde Rubén Doblas se convierte en **"El Rubius": más de 22 millones de seguidores y el tuit más "retuiteado" de 2016 le avalan.** ¿Qué hay que hacer para ser *youtuber*?

Instagram y Twitter se han convertido en una

Todo empezó con los videojuegos. Los aficionados a las videoconsolas comenzaron a publicar vídeos en YouTube comentando las partidas de sus juegos

NOTICIAS RELACIONADAS

Así se mueve el dinero en YouTube

fuelle inagotable de influencers que son utilizados por las marcas para patrocinar a diario sus productos y servicios

favoritos para unos pocos aficionados. Y muchos de esos fanáticos de los videojuegos se han convertido hoy en grandes personalidades de Internet. Los videojuegos ya han pasado a un segundo plano: a dónde viajan, qué ropa se ponen o qué refrescos beben. Queremos saberlo todo de los *youtubers*.

Unos *youtubers* que mueven millones de euros en todo el mundo. Y es que, según la revista 'Forbes', "PewDiePie", el *youtuber* más popular del mundo, ha acumulado una fortuna que ronda los 15 millones de dólares.

Pero no sólo de *youtubers* vive el mundo digital. Instagram y Twitter se han convertido en una fuente inagotable de *influencers* que son utilizados por las marcas para patrocinar a diario sus productos y servicios. Una manera más fácil y más barata de llegar a un mayor número de personas con sólo un clic. Yo, marca de ropa, te envío a ti, *instagramer*, esta camiseta para que te hagas una foto con ella, la publiques y digas lo bonita que es. Y es que, si hablamos de followers, más siempre es más: a más seguidores, más repercusión. Y a más repercusión, mayores ingresos. **¿Burbuja digital o una nueva tendencia en el sector publicitario?**

Ya todos conocemos a "MrGranBomba". Bueno, igual por ese nombre no. Pero ¿y si os hablo del "cara anchoa"? El popular vídeo de dicho *youtuber* publicado hace unas semanas ha dado ya la vuelta al mundo. Tanto, que una conocida empresa española de gafas ha decidido comprar su canal de YouTube, que contaba con unos **500.000 seguidores**. Pero, ¿cuánto vale un canal de YouTube con 500.000 seguidores? Pues nada más y nada menos que un millón de euros. Una manera fácil y sencilla de conseguir seguidores para tu marca: **a golpe de talonario**.

Tanto la normativa en materia de publicidad y comunicación audiovisual como la relativa a competencia

Personajes famosos y usuarios anónimos – convertidos ya en famosos– conviven en el mundo digital de los *influencers*. Un mundo en el que se manejan cifras astronómicas que podrían llegar a alcanzar los 10.000 euros por un simple vídeo en



mínimos

NOTICIAS RELACIONADAS

Así se mueve el dinero en YouTube

desleal imponen la obligación de identificar inequívocamente el carácter publicitario de los contenidos publicados

YouTube y un par de fotos en Instagram mencionando a una determinada marca.

Pero no es oro todo lo que reluce en la relación entre los *influencers* y las marcas a las que patrocinan. Hace unos meses, el *youtuber* "TheGrefg" publicaba un vídeo conduciendo un Audi a más de 175 km por

hora. Una actitud que no pasó desapercibida por los más de 3 millones de seguidores de la estrella de Internet. Una mala elección de la empresa de coches, que se vio obligada a pedir disculpas y a asegurar que ya habían retirado el vehículo cedido al *youtuber*. Lo mismo le ocurrió a Nestlé: el *youtuber* "JPelirrojo", patrocinador de la marca, publicó un tuit celebrando la muerte del torero Víctor Barrio. El hashtag #BoicotNestle no tardó en empezar a correr como la pólvora en Twitter, por lo que la empresa de alimentación no tuvo alternativa y JPelirrojo dejó de estar entre sus filas de patrocinadores.

Entonces, ¿ser *youtuber* es una profesión? No cabe duda. Por tanto, ojo, *youtubers* del mundo: Hacienda os acecha. Y es que no podemos olvidar que, como en todo trabajo remunerado, los *influencers* están obligados a declarar los ingresos obtenidos por los servicios que prestan a esas marcas a las que patrocinan. Incluidos, por supuesto, los regalos materiales o pagos en especie con los que muchas veces son recompensados estos líderes de opinión.

Tema aparte es el de la publicidad. Recordemos que tanto la normativa en materia de publicidad y comunicación audiovisual como la relativa a competencia desleal imponen la obligación de identificar inequívocamente el carácter publicitario de los contenidos publicados. Es decir, se deberá identificar –mediante la palabra "publicidad" o "publi"- **aquellos contenidos de carácter promocional o publicitario**. Una obligación que, sin lugar a dudas, deberían empezar a tener en cuenta *youtubers* e *influencers* que pretendan promocionar algún producto o servicio en la Red.



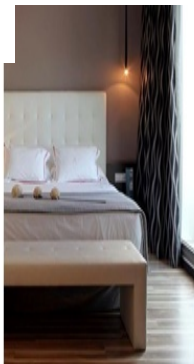
mínimos

NOTICIAS RELACIONADAS

Así se mueve el dinero en YouTube



Publicidad



PINTO 49 €



Eurostars ARENAS DE PINTO - Desde 49 € - ¡Reserva ahora en Eurostars



Promoted by eurostarshotels.com

bez.es el medio para quienes toman decisiones



NEWSLETTER



lo que debes saber



Al registrarte, aceptas las condiciones de uso

Blog de bez.es

Qué es bez.es



Lo que debes saber by bez is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional License.

[Aviso legal](#) / [Política de privacidad](#) / [Política de cookies](#)



publi



Publicidad: publicidad@bez.es

Nos puedes escribir a: bez@bez.es

Nos encuentras en: C/ Gran Vía, 16, 4 izda. 28013 Madrid

NOTICIAS RELACIONADAS

Así se mueve el dinero en YouTube