

IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

**Impacto que tienen los Influencers en la construcción de la identidad de los adolescentes entre los 12 y 17 años residentes en el departamento de Antioquia”**

Ana María Foronda Gómez

Deisi Alejandra Madera Durango

Yuly Andrea Montoya León

Especialización en Familia, Infancia y Adolescencia

Asesor: Jair Eduardo Restrepo Pineda, Doctor en Análisis y Evaluación de Procesos Políticos y Sociales

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Seccional-Bello

Medellín, Antioquia

2020, Noviembre

## 1. RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el impacto de los influencers en la identidad adolescente a través de los contenidos publicados en sus redes sociales; para llegar al análisis mencionado, se caracterizó a la población adolescente definiendo su rango de edad, grado escolar, tipo de familia a la que pertenecía y municipio de residencia; posteriormente, a través de sus relatos, se identificaron las percepciones y preferencias en relación a sus influencers favoritos; seguidamente, se establecieron los patrones de comportamiento que surgieron a raíz del impacto que generan los creadores de contenido en la construcción de su identidad. La presente investigación fue desarrollada bajo un enfoque cualitativo y un paradigma hermenéutico; como herramienta metodológica se utilizó la entrevista semiestructurada, mediante la cual se accedió a la información de los doce adolescentes que participaron en la investigación. A partir de lo hablado con los adolescentes y las bases teóricas que fundamentaron el presente trabajo, se encontró que los influencers son una referencia importante para los adolescentes en cuanto al concepto que tienen de sí mismos, la manera de comportarse, su forma de hablar, de vestirse, maquillarse o pensar, además de considerar a sus influencers favoritos un ejemplo a seguir. Por último, se pudo concluir que los creadores de contenido tienen un impacto significativo en la construcción de la identidad de los adolescentes, puesto que influyen en el concepto que tienen de sí mismos, su interacción social y su conducta.

### **Palabras claves:**

Influencers, adolescencia, identidad, redes sociales, internet, influencia.

## 2. ABSTRACT

The present investigation had as objective analysis the impact of the influencers in the identity of the teenagers between of the content publish, in their social media, for arrive to the mentioned the population was characterized teenagers defining their age range, school grade, type of family to which they belonged and municipality of residence, between their historys they were identified, the perception , preferents in relation with their favorites influencers, next behavior patterns were established, that arose as a result of the impact that content creators generate in the construction of their identity. The present investigation was developed down a focus qualited paradigm hermeneutical as methodology tools ,it was used the interview semi-structured, through which the information of the twelve adolescents who participated in the research. From what has been discussed with the adolescents and the theoretical bases that founded the present work, are a important reference for the teenagers in how many to the concept that have of theirselves the way to behave, their speak form, their get dressed, make up or think, in addition to considering their favorite influencers a example to following for last it was conclusion that the creators of the content has a impact significant in the building of the identify of the teenagers, since they influence the concept they have of themselves, their social interaction and their behavior

### **Key words**

Influencers, Adolescence, Identity, social media, Influence

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. RESUMEN</b> .....	2
<b>2. ABSTRACT</b> .....	3
<b>3. INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	9
<b>4.1Pregunta De Investigación</b> .....	12
<b>5. JUSTIFICACIÓN</b> .....	12
<b>6. ESTADO DEL ARTE</b> .....	18
<b>7. MARCO CONCEPTUAL/TEÓRICO</b> .....	26
<b>7.1 El internet y su impacto en la comunicación.</b> .....	26
<b>7.2 Interacción social en plataformas digitales</b> .....	27
<b>7.3 Influencers en las redes sociales</b> .....	33
<b>7.4 Adolescencia e identidad</b> .....	37
<b>8. OBJETIVOS</b> .....	38
<b>8.1 Objetivo general</b> .....	38
<b>8.2 Objetivos Específicos</b> .....	38
<b>9. METODOLOGÍA</b> .....	39
<b>9.1 Enfoque de investigación</b> .....	39
<b>9.2 Paradigma Hermenéutico interpretativo</b> .....	40
<b>9.3 Diseño Metodológico</b> .....	41
<b>9.3.1 Población Objetivo.</b> .....	41
<b>9.3.2 Criterios De Inclusión</b> .....	42
<b>9.3.3 Diseño y selección de la muestra.</b> .....	42
<b>9.3.4 Técnicas De Investigación</b> .....	44
<b>9.3.5 Lineas y Sub-Líneas De Investigación.</b> .....	45
<b>9.4 Consideraciones éticas.</b> .....	46
<b>9.5 Matriz de consistencia metodológica.</b> .....	48

# IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

<b>10. RESULTADOS</b> .....	49
<b>10.1</b> Caracterización sociodemográfica de los adolescentes participantes en la investigación. ....	49
<b>10.2</b> Redes sociales y contenido visto por los adolescentes. ....	51
<b>10.3</b> Identificación de los adolescentes con los influencers. ....	54
<b>10.4</b> Relaciones sociales de los adolescentes. ....	60
<b>10.5</b> Frecuencia en la visualización de contenidos de los influencers. ....	62
<b>10.6</b> Modificación de los hábitos de los adolescentes a partir de los contenidos de los influencers. ....	65
<b>10.7</b> Preferencias que tienen los adolescentes por los contenidos publicados por los influencers. ....	67
<b>10.8</b> Preferencias de los adolescentes por los contenidos relacionados con la belleza. ....	70
<b>10.9</b> Influencers más recomendados por los entrevistados ....	77
<b>10.10</b> Influencers y confinamiento a partir de la pandemia del COVID – 19 ....	81
<b>10.11</b> Influencers no recomendados por los adolescentes. ....	86
<b>10.12</b> Deseo de los adolescentes de ser influencers. ....	88
<b>10.13</b> Percepción de los adolescentes frente a los influencers ....	91
<b>10.14</b> Reconocimiento social de los adolescentes. ....	94
<b>11. CONCLUSIONES</b> .....	101
<b>12. ANEXOS</b> .....	105
<b>12.1</b> Anexo 1. ....	106
<b>13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....	112
<i>Anónimo. (1/18/2020). El fenómeno de la aplicación TikTok. Revista Semana. Recuperado de:</i> .....	112
<i>Redes sociales. ( 2/6/2020). Influencers: el negocio del mercadeo en redes sociales. Revista Dinero. Recuperado de</i> .....	116

### 3. INTRODUCCIÓN

La comunicación y las maneras de transmitir información han cambiado a través del tiempo, implementándose nuevas tecnologías que han permitido el acceso a la misma, de manera rápida y eficaz. La forma de comunicarse con otras personas, es uno de los aspectos que se ha visto impactado a partir de este fenómeno, el cual ha permitido la creación de espacios virtuales de interacción social por medio de plataformas digitales llamadas redes sociales en las cuales las personas tienen acceso a diversa información y la oportunidad de vincularse con otros de manera virtual, además se permite la publicación de diversos contenidos relacionados con los intereses y preferencias de los usuarios que las frecuentan.

Una de las maneras de transmitir esta información es a través de publicaciones generadas y compartidas en las redes sociales, tales como Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, entre otras, por los creadores de contenidos, los cuales son personas que crean y publican información relacionada con diversos temas de interés, tales como: moda, belleza, deportes, rutinas diarias, entretenimiento, música, entre otros.

Del mismo modo, uno de los grupos poblacionales que visita las redes sociales son los adolescentes, los cuales son el objeto de estudio de la presente investigación

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

teniendo en cuenta que, durante esta etapa del desarrollo, se comienza la estructuración de la identidad.

Para analizar el impacto que tienen las redes sociales en la identidad adolescente, se utilizó como base diferentes teorías que explican el desarrollo del ser humano, en especial al autor Erik Erikson quién establece que, durante esta etapa, es relevante el proceso identitario siendo influido por diferentes factores, como lo es el ámbito social.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que en la actualidad la interacción con otras personas no solo se presenta de manera presencial, sino también de forma virtual, además la pandemia del Covid – 19, ha aumentado el uso de las redes sociales, por lo tanto los adolescentes cuentan con la posibilidad de estructurar vínculos cercanos con personas que conocen en internet especialmente por medio de las plataformas digitales.

Las redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube entre otras, ofrecen diferentes alternativas de interacción virtual relacionadas con todo tipo de intereses, tales como establecer relaciones con otros, divertirse, aprender o compartir contenido; además de esto, la comercialización de productos y servicios es uno de los aspectos que mas sobresalen en las redes sociales, para lo cual existen figuras representativas en el mundo digital que crean, producen y publican contenido en las redes sociales llamados influencers, los cuales comparten videos y fotografías direccionados a temas específicos. Es importante tener en cuenta que los creadores de contenidos son asumidos como influencers cuando tienen una gran cantidad de seguidores puesto que se

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

considera su capacidad de influenciar en los demás a través del número de usuarios suscritos a sus plataformas digitales.

La población adolescente, sigue en gran medida a diferentes influencers, puesto que utilizan de manera activa sus redes sociales accediendo a los contenidos que publican, por lo tanto, teniendo en cuenta que actualmente la forma de socializar de esta población se ha volcado en su mayoría a un escenario virtual a través de las redes sociales y este aspecto es relevante para el desarrollo de la identidad adolescente, se pretende conocer cuál es el impacto que generan los influenciadores en el proceso identitario de los adolescentes a través del contenido que publican en las diferentes redes sociales.

La presente investigación se encuentra estructurada en diez capítulos, en primer lugar se presenta el planteamiento del problema en el cual se hace referencia a la adolescencia como ciclo vital en el que se desarrolla la identidad, además de hablar con respecto a la comunicación en la actualidad y plantear la pregunta de investigación; seguidamente se encuentra la justificación, el estado del arte y el marco teórico conceptual, en los cuales se describen diferentes postulados que soportan el proceso investigativo, por último, se establecen los hallazgos y las conclusiones a las que se pudo llegar a partir del recorrido teórico y las entrevistas realizadas a los adolescentes participantes de la investigación.



#### 4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo del ser humano, ha sido explicado desde diferentes posturas teóricas. A partir de la exposición de diferentes publicaciones por parte de autores como Piaget, Vygotsky, Bandura y Bruner, la investigación por parte de la psicología convirtió a estos postulados en teorías indispensables a la hora de entender el desarrollo del ser humano Vielma y Salas (2000).

Uno de los autores relacionados con el desarrollo del ser humano es Erikson (citado por Bordignon, 2005) refiere “Erikson describe los estadios psicosociales del Ciclo Completo de la Vida en diversas obras, destacándose: Infancia y Juventud (1971), Identidad, Juventud y Crisis (1987), Un Modo de ver las Cosas (1994) y el Ciclo Completo de la Vida (1998)”. (p.53)

Posteriormente, Bordignon (2005) describe los estadios propuestos por Erikson desde la niñez, pasando por la infancia, la edad preescolar, edad escolar, la adolescencia, el adulto joven, adulto y hasta llegar a la vejez.

Una de las etapas del desarrollo del ser humano es la adolescencia, la cual se ubica entre la infancia y la adultez. Durante esta fase, el sujeto madura a nivel psicológico, social y físico y se evidencian cambios rápidamente (Gaete, 2015).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Del mismo modo Bordignon (2005) refiere:

El periodo de la pubertad y de la adolescencia se inicia con combinación del crecimiento rápido del cuerpo y de la madurez psicosexual, que despierta intereses por la sexualidad y formación de la identidad sexual. La integración psicosexual y psicosocial en esta etapa tiene la función de la formación de la identidad personal. (p.56)

La identidad establece el concepto que el sujeto tiene de sí mismo, incluyendo los objetivos, principios y convicciones con los que se compromete sólidamente. Erikson (citado por Pérez, Pastor y Abarrou, 2018).

Del mismo modo, Trimble, Root y Helms (citado por Pérez, Pastor y Abarrou, 2018) establecen que la identidad es de carácter psicosocial, la cual es construida mediante la confluencia del autoconcepto, la personalidad, el vínculo con los demás y el ambiente en el cual se encuentra inmerso el sujeto.

El avance tecnológico en la comunicación, forma parte de la realidad actual, además es reconocido como uno de los responsables de las nuevas maneras en las que se organiza la sociedad. Lo anterior ha impulsado la adquisición de información por medio de redes estructuradas que establecen diferentes estilos de comunicación, lo cual ha proporcionado nuevas formas de socializar ocupando o sustituyendo otras maneras de convivir, estableciéndose

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

paulatinamente como aspecto relevante en la estructuración de la identidad de los adolescentes, además de ser un medio de comunicación de información, cambiando la manera en la que los jóvenes aprenden, condicionando los espacios y la manera de socializar en el futuro (Ruíz y Juanas, 2013).

Así mismo, Ruíz y Juanas (2013) explican que, de alguna manera, ser parte de una red social se ha convertido en una condición para establecer contacto con los pares. Al respecto Gandasegui (citado por Ruíz y Juanas, 2013) expresan “En el mundo de las comunicaciones en que vivimos, el que no está conectado prácticamente no está en la sociedad”. (p.97).

Por otro lado, Carrasco (citado por Harders, 2018) define al influencer como un sujeto que maneja una red social con millones de seguidores. Les apasiona ciertos temas de los cuales consiguen información hasta tener experticia en los mismos. Adicionalmente buscan generar curiosidad, alegría y orientación sobre diferentes tendencias.

Del mismo modo, Harders (2018) refiere:

Un influenciador se involucra de forma emocional con sus seguidores, publica más fotos personales y existe más foco en lo inspiracional que en lo informativo. Es por tal motivo que los blogs y redes sociales se vuelven complemento, ya que por las redes sociales muestran las fotos personales y en los blogs inspiran con una historia al mismo tiempo que brindan información sobre cómo realizar la actividad, información sobre el producto o lo que deben de tener para llevarla a cabo, etc. (p.39)

Teniendo en cuenta que según lo descrito en líneas anteriores, la identidad es estructurada en su mayor parte en la adolescencia y es permeada por muchos factores incluyendo el social y las nuevas formas de relacionarse a través de las redes sociales, se plantea la siguiente pregunta de investigación.

### **4.1 Pregunta De Investigación**

¿Cuál es el impacto que tienen los “influencers” en la construcción de la identidad de los adolescentes entre los 12 y 17 años residentes en el departamento de Antioquia?

## **5. JUSTIFICACIÓN**

Se considera pertinente efectuar la presente investigación, dado que, por medio de un minucioso rastreo, se pudo constatar un aumento significativo en el uso de las redes sociales y posterior a este, un incremento en la publicidad y el mercadeo en internet y además los influencers como medio para comercializarlos; por ejemplo: Benítez & Navas (2016), definen:

Una red social como un conjunto de personas, organizaciones u otros tipos de identidades sociales ligadas por un conjunto de relaciones sociales con sentido, con una finalidad, con un propósito;

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Instagram y YouTube, que actualmente cuentan con mayor mercado y destacan por hacer saltar la fama multitud de influencers. (p.14)

Queda por aclarar entonces, que, para millones de jóvenes, Instagram es una red social que crea comunicación a través de la fotografía y hacen parte de esta los mencionados influencers, dependiendo del tipo y además lo que fotografíen y a su vez, estos pueden manejar millones de dólares, haciendo parte todas las redes sociales de un mismo negocio; igualmente, la industria maneja una tercera parte de un billón dólares. Con respecto a YouTube, mencionan que hace 10 años que se subió el primer video a la plataforma y desde entonces no ha dejado de avanzar, siendo la red social más visitada después de Google (Benítez & Navas, 2016).

Por otra parte, de la Piedra & Meana (citado por Kimmel y Kitchen, 2014), piensan que la era de la revolución tecnológica ha traído consigo una transformación; las redes sociales y la publicidad han creado una alianza, llegando de esta manera al consumidor. Gracias al internet se puede llegar a muchas personas y utilizar influencia social de personajes públicos para ofrecer sus productos y servicios.

A través de la historia, se han presentado múltiples avances tecnológicos que han impactado significativamente la humanidad a nivel mundial, uno de ellos es el Internet, herramienta que ha traído consigo diferentes maneras de interactuar a través de plataformas

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

como lo son las redes sociales. Éste fenómeno, ha traído como resultado cambios importantes en la manera de socializar de las personas y en la preferencia de los espacios y la cantidad de tiempo que invierten en compartir con otros; han sido reemplazadas las visitas a los parques, la exploración del entorno, la creatividad, entre otros, incrementando la interacción en ambientes virtuales.

YouTube, es una de las plataformas más visitadas y se ha convertido en una propuesta de interacción y presentación de contenido variado para toda clase de población, sin embargo, se conoce poca información con respecto a los efectos que genera en las personas la exposición que realizan los Youtubers a través de los diferentes canales.

Con base a lo anterior, es que nace el fenómeno influencers, teniendo como fundamento la habilidad de influir en un grupo de personas, transformando su pensamiento y del mismo modo induciendo a que compartan sus ideas y de manera fiel incorporen y sigan su estilo de vida. De la piedra & Meana (citado por Pérez & Campillo, 2016).

Seguidamente, Llano (2018) no dice:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

El aumento del uso de las redes sociales ha generado un nuevo contexto de socialización, donde los individuos desarrollan una serie de rasgos relacionados con su identidad y que comparten con su entorno. Según el estudio de redes sociales realizado por la IAB mencionado anteriormente, el comportamiento de los consumidores frente a las marcas en las plataformas digitales es el siguiente:

- El 83% de los internautas declara seguir alguna marca en redes sociales principalmente para estar informado de ellas y el 39% declara hacerlo con mucha intensidad.
- Facebook sigue siendo la principal red para seguir a marcas (64%), seguida de Youtube (37%) y aumenta Instagram (13%) en estos tres últimos años.
- El 25% de los usuarios afirma que la presencia en redes sociales aumenta la confianza en la marca.
- Un 52% declara haber sido influenciado por las redes sociales en el proceso de compra.
- Ropa, Calzado y complementos son los productos más comprados.
- De los “no usuarios”, que son 1 de cada 10, un 9% declara que seguro o probablemente se registrará en una red social en los próximos 12 meses. (p.13-14)

Por otro lado, se observa una ausencia de atención frente a todo lo que tiene que ver con la publicidad habitual por parte de los jóvenes, con respecto a esta situación, Cáceres, Perea, Vásquez & Torres (2017), afirman:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Se puede encontrar que hoy en día hay más usuarios de celulares que televidentes, 6.7 billones vs. 4.2 billones para ser exactos, según el sitio web Socialme. Debido a ello surge la necesidad de conocer la forma en la cual dicho grupo recibe los anuncios o estímulos de compra. El impacto del crecimiento de Internet, junto con los continuos avances tecnológicos, provocó cambios en la forma en la que las empresas publicitan sus productos. Según el sitio web WeAreSocial, el 50% de la población mundial son usuarios de internet y un 34%, son usuarios de redes sociales solo en sus celulares. (p.7)

Seguidamente, es preciso mencionar que, dentro de ese impacto de crecimiento de internet, surgen los influencers, quienes cuentan con un gran número de seguidores y que además estos desean asemejarse a su estilo de vida de acuerdo a sus publicaciones. Por tal motivo, las empresas aumentaron su preferencia por estos navegantes con la intención de publicar sus productos, a causa a la gran influencia que tenían con sus seguidores (Cáceres, Perea, Vásquez & Torres, 2017).

Llegado a este punto, los factores antes mencionados han instaurado figuras que son llamados líderes y que forman parte de las nuevas realidades y al mismo tiempo son guías o referentes en el ámbito comercial y las rutinas habituales de compras. Por lo anterior, se pretende profundizar en este nuevo ejercicio con el fin de conocer el mundo en el que se habita y además estar actualizados en las tendencias e influencia del consumo en la etapa adolescente.



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Por otro lado, se considera importante desde una perspectiva más profesional, identificar cuáles son los influencers con más fuerza en la actualidad, siendo estos generadores de consumo.

La construcción de la identidad de un sujeto, se da en gran medida en la etapa adolescente; las interacciones, la vida social y el establecimiento de las relaciones interpersonales influyen de manera significativa en la construcción de la identidad. Por lo tanto, teniendo en cuenta los cambios en la forma de establecer vínculos con otros, se desea conocer la manera en la que los contenidos publicados por los influencers impactan en este proceso identitario.

Nuestro interés como Especialistas en Familia, Infancia y Adolescencia en formación, se ha enfocado en conocer si en la identidad de los adolescentes, influyen las figuras representativas en redes sociales “influencers” puesto que son pocas las investigaciones que tratan este tema, además a través de nuestra experiencia profesional y personal hemos podido observar como los adolescentes son impactados de manera significativa por estos contenidos en el proceso de formación de su identidad, siendo influenciados a través de la presentación de diferentes posturas y temas de interés, los cuales se conectan con sus emociones y preferencias. Del mismo modo consideramos importante la investigación, puesto que la información adquirida nos permitirá alcanzar conocimientos propicios para nuestro quehacer profesional.

## 6. ESTADO DEL ARTE

Inicialmente, Piñero (citado por Gómez y Forero, 2019) caracteriza a YouTube como el principal medio en el cual pueden gestionarse contenidos de audio y video a nivel mundial, el cual cuenta con más de mil millones de usuarios por día. Sin embargo, durante el paso del tiempo, esta plataforma ha evolucionado y ha pasado a ser más que una opción en la cual reposan contenidos audio visuales; Esteban Walther, el director de marketing de Google en América Latina refiere: “Youtube ha facilitado el proceso de libertad de expresión, ha sido una plataforma que le ha dado voz democráticamente a todo el mundo” Walther 2015 (citado por Gómez y Forero, 2019).

Por otro lado, (Gómez y Forero, 2019) refieren que la expresión libertad se ha visto manifestada no solo en cuanto al acercamiento a la información, sino también en la posibilidad de crear contenido, como por ejemplo el video en el cual un hombre joven se le ocurrió hablar a cerca de algo en particular, encendió su cámara y expuso a otros con los que no ha interactuado pero que compartían sus mismos intereses.

Por otro lado, (Alvarado, 2018) realizó su tesis de licenciatura llamada Influencia de los Youtubers ecuatorianos en la conducta social de los adolescentes de 15 a 17 años del colegio de

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Harvard de la alborada en la ciudad de Guayaquil; tesis en la cual el autor relata los inicios del internet en el siglo XX, describe los contenidos expuestos en las plataformas.

Seguidamente, Alvarado (2018) refiere:

Existen varias plataformas que permiten a los usuarios observar videos que muestran situaciones cómicas, dramáticas y de doble sentido; en la mayoría de los casos, el contenido de varios videos producidos en Ecuador maneja situaciones sexuales y violentas que muestran la cultura existente en los sectores de clase media baja en el país. (p.15)

Del mismo modo, (Alvarado, 2018) define al Youtuber como una persona inscrita al canal que crea y monta vídeos en su cuenta, teniendo como objetivo obtener un número importante de visitas y de usuarios que se suscriban a su canal. Dependiendo de la influencia en sus seguidores, estos aumentarán en número.

En la tesis en mención, Alvarado (2018) busca defender la premisa: “El contenido audiovisual de los videos producidos por los Youtubers, afectan la conducta social de los adolescentes del colegio Harvard de la Alborada, por el tipo de lenguaje, escenas sexuales, consumo de drogas, entre otro tipo de contenido inapropiado”. (p. 21).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Seguidamente, (Alvarado, 2018) concluye en su investigación que el objetivo de los Youtubers es distraer a su audiencia, utilizando un lenguaje de doble sentido que permite tener más usuarios suscritos, del mismo modo explica que debido al momento del desarrollo en el cual se encuentra un adolescente, muchos de ellos no cuentan con la capacidad para diferenciar entre lo bueno y lo malo, lo cual hace que los contenidos de los Youtubers, los influyeran indirectamente de manera negativa.

Adicionalmente (Alvarado, 2018) expresa que los contenidos que se publican en la plataforma no tienen restricciones y propone que la ley de comunicación de Ecuador debe tener reformas importantes aplicadas a los diferentes medios, como televisión, prensa, radio e internet.

Por otro lado, (Gómez, 2014) es una tesis sobre Youtubers, fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de la identidad adolescente, hace una contextualización con respecto al uso del internet, expresando que los “nativos digitales” frecuentemente están navegando en internet ejecutando una porción de su vida importante en redes sociales, en plataformas de mensajería instantánea, educativas o de videojuegos, sin embargo, nombra la predominancia hacia las redes sociales.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

A partir de lo anterior (Gómez, 2014) resalta la importancia de tener cuidado con el contenido que los adolescentes visualizan en internet, puesto que, a través del mismo, reciben información variada. A partir de esta premisa, decide estudiar la manera en la que se construye la identidad y cómo influyen las redes sociales virtuales en su construcción.

Del mismo modo, (Gómez, 2014) se interesa en especial en la posible influencia de las publicaciones audiovisuales de YouTube en la construcción de la identidad adolescente en España y a partir de su investigación concluye que ésta se da en los primeros años de la adolescencia y se basa en la atribución que se dan los adolescentes, de factores culturales que se encuentran en su entorno.

Al respecto, Gómez (2014) afirma que:

Así conociendo que un 97,4% de los jóvenes entre 16 y 24 años son los usuarios más intensivos de la red, y que de ese porcentaje un 94,5% usan redes sociales virtuales, encontramos que este medio es un foco de influencia en el proceso identitario de los adolescentes, que, combinadas con las experiencias reales, ayudarán a configurar la identidad de cada adolescente. (p.40)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Por otra parte, (Bautista, 2018) en el trabajo de investigación *Influencia de contenidos de Youtubers latinoamericanos en la identidad social de adolescentes de un colegio de Chosica 2018*, tuvo como objetivo interpretar la conexión entre las publicaciones de los youtubers de Latinoamérica y la identidad social de los adolescentes.

Además. Bautista (2018) hace un contexto con respecto al uso de la plataforma en Perú, país en el cual se desarrolla la investigación: “Un estudio de YouTube elaborado por google, indica que nueve millones de peruanos se conectan y de ellos siete millones lo hacen diariamente”. (p.17).

Así mismo, (Bautista, 2018) pone en evidencia la falencia en los contenidos de los Youtubers con respecto al lenguaje ofensivo empleado por los mismos y la información que entregan en sus publicaciones con carencia de veracidad, además de las expresiones no verbales que comunican durante sus intervenciones, considerando estos aspectos como teniendo en cuenta que los Youtubers influyen al adolescente en el momento de tomar decisiones y su identidad social, puesto que esta población se encuentra en un proceso de desarrollo.

Posterior a la investigación, Bautista (2018) concluye que: “Los contenidos de Youtubers latinoamericanos si se manifiestan de manera significativa e influyente mediante sus contenidos en la identidad de adolescentes de un colegio de Chosica, 2018”. (p.76).

Del mismo modo, (Lara y Fonseca, 2018), en su tesis Todo un Reto, mirada crítica al fenómeno youtuber en Colombia, quienes iniciaron buscando los Youtubers del país, rastrearon sus puntos en común y los clasificaron según los más visitados para lo cual tuvieron en cuenta el número de reproducciones, finalmente eligieron al Youtuber Sebastián Villalobos teniendo en cuenta la defensa que le hacía a la participación de los Youtubers en el FILPO 2016.

Al respecto Lara y Fonseca (2018) manifiestan:

Lo que condujo a la selección del Youtuber centro de la investigación, dado que el tono de su discurso, la manera como defiende su ejercicio sin agredir y la construcción del concepto del ejercicio Youtuber era más clara que la de sus pares, al igual que su respuesta a las ácidas críticas que hace de una manera tranquila, pero a su vez contundente en defensa de su actividad como creador de contenidos. (p.12)

A partir de esto, Lara y Fonseca (2018) direccionaron su investigación: “A la mirada del fenómeno como una herramienta susceptible de explorar y explotar para prácticas innovadoras en el campo edu-comunicacional. Para ello se pretende llegar a reflexiones que aporten a orientaciones en este sentido”. (p.13).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Al respecto, Lara y Fonseca (2018) seleccionaron un video de 14.52 minutos publicado el 5 de mayo del año 2016, hasta el momento tiene 1.006.149 reproducciones.

Del mismo modo, Lara y Fonseca (2018) explican:

La temática central de la pieza se mueve entre una posición crítica a los sucesos presentados en la FILBO 2016 y una posición mediadora, movida por la reflexión y el consejo, en pro de la defensa de lo que para él significa el ejercicio en la web 2.0. Es así como desde el inicio del video y hasta el minuto 6.30 se lee la exaltación de lo significa para Villalobos ser Youtuber, la importancia de lo que hacen en la web, los alcances obtenidos en la industria cultural, sus potenciales en los proyectos de los cuales hacen parte y, en general, la capacidad multitareas que los caracteriza. (p.52).

Del mismo modo, (Lara y Fonseca, 2018) concluyen que a partir de la FILBO 2016 en Colombia comenzó un interés por el fenómeno Youtuber, permitiendo un reconocimiento hacia lo que hacen. Una de las características encontradas a partir de su estudio de caso –Youtuber Sebastián Villalobos- es el narcisismo, teniendo en cuenta que la generación a la cual pertenecen se crían a sí mismos, adicionalmente, es importante tener en cuenta que se considera como un ejemplo a seguir, atribuyéndose la habilidad de guiar a los a los jóvenes, alardea de sus



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

contenidos, participa en eventos sociales, obtiene nominaciones, entre otros aspectos, que dejan vislumbrar un ego alimentado al ratificar una actividad de una generación que se percibe así misma como mejor calificada y con más habilidades que otras generaciones.

Por otro lado, (Lara y Fonseca, 2018), encuentran la complicidad como característica importante en dicho fenómeno, puesto que el Youtuber considera que sus acciones pueden modificar la actitud de las otras personas, creyendo que tiene capacidad para acompañar procesos educativos; en referencia al Youtuber Sebastián Villalobos, evidenciaron como se adjudica habilidades para rescatar costumbres y prácticas importantes, se adjudica de una supuesta independencia y capacidad para producir cambios sociales.

Al respecto Lara y Fonseca (2012) exponen:

La complicidad también vista en la facilidad de aconsejar sobre el cómo despertar interés en los jóvenes, el cómplice del adulto, el que le ayuda y orienta para que no se incurra en desaciertos, no importa que comprendan o no a los jóvenes lo importante es que se conformen con “asimilar” que ellos “son así y punto” (p.72).

Adicionalmente, (Lara y Fonseca, 2018) explican como considera que es complice de los jóvenes al creer que comprende como funcionan al catalogarse en su misma condición, asumiendo que lo que hacen a través de sus publicaciones, no importando si hay equivocaciones, no requiere de otras apreciaciones o sugerencias. No es importante si su sol en internet conlleva a conductas no apropiadas, puesto que, según el relato de Villalobos, estos comportamientos corresponden al ciclo vital de los adolescentes, por lo tanto hay que permitirles ser.

### **7. MARCO CONCEPTUAL/TEÓRICO**

#### **7.1 El internet y su impacto en la comunicación.**

El ser humano ha necesitado establecer comunicación con otros, precisando exteriorizar sus pensamientos, sentimientos y escuchar información por parte de los demás. En la actualidad no se puede excluir la realidad en cuanto a la diversidad de opciones en el manejo de la información debido al avance a nivel tecnológico y comunicativo (Cornejo y Tapia, 2011).

Por su parte, el internet ha revolucionado al mundo y es definido desde diferentes perspectivas, Grillo (2017) expone dos de ellas:

Internet ha sido construido siempre como un mundo aparte: en esta perspectiva se le atribuye la capacidad de crear nuevas formas de relacionarse entre las personas y producir nuevas identidades e

identificaciones, atravesando límites culturales y sociales previos. La otra visión, otra narrativa experta, destaca que en la práctica Internet es con mayor frecuencia simplemente una herramienta y un espacio social que mucha gente usa para extenderse ellos mismos y extender sus relaciones. (p.59)

Así mismo, el internet ha evolucionado, inicialmente se contaba con la versión 1.0, la cual permitía una conexión unidireccional, posteriormente, llegó la versión 2.0 la cual permitió el intercambio de información entre los usuarios permitiendo la llegada de las redes sociales. (Tobinson y Páez 2008).

Por otro lado, Cornejo y Tapia (2011) afirman:

Los nuevos medios de comunicación, hacen referencia a todas aquellas estructuras de comunicación que se dan en Internet y que caracterizan al nuevo espacio de comunicación, diferenciándose de los procesos de comunicación de masas, por su multimedialidad (el mensaje es susceptible de ser construido y transmitido mediante texto, imagen o sonido); actualización (el mensaje puede alcanzar la instantaneidad flexibilizando parámetros temporales); interactividad (manera inédita en la que los usuarios pueden comunicarse con el medio y/o con otros usuarios. (p.4)

### **7.2 Interacción social en plataformas digitales**

En la actualidad existen servicios en internet utilizados en línea llamadas redes sociales que posibilitan la relación entre sus usuarios, además de obtener y brindar información y permanecer

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

en comunicación con los demás, sin embargo, no solo es una red social sino también una manera de construir una identidad en línea (Orihuela, 2008).

Del mismo modo, Alemany y Martínez (citado por Cornejo y Tapia, 2011) definen las redes sociales como:

Formas de interacción social, como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. (p.222)

Así mismo, Canelón (citado por Harders, 2018) define a las redes sociales como las responsables de vincular personas con inclinaciones particulares, además de compartir información creativamente.

Es así como, (Cornejo y Tapia, 2011) explican que en las redes sociales se comparten fotografías, preferencias personales y vídeos. Del mismo modo, (Orihuela, 2008) explica que se han convertido en los sitios en los que se edifica la identidad de manera virtual y la forma en la que se puede recibir la información que se encuentra relacionada con los intereses propios y de las personas que se tienen en la red

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Al respecto, Cornejo y Tapia (2011) refiere: “La relación entre usuarios de las redes sociales pasa de ser vertical a ser horizontal, posibilitando una igualdad ficticia, en la que cualquier usuario se convierte en emisor produciendo sus propios contenidos, transmisor e incluso como receptor de información”. (p.226).

Por otro lado, Luengo (citado por Rodríguez y Fernández, 2014) define las redes sociales como una colectividad virtual en la que existen diversas formas de intercambio social funcionando como plataforma de comunicación virtual, en la cual interaccionan personas o grupos, teniendo en cuenta que este modo de interrelación va más allá de los límites de espacio y de tiempo, por lo cual es importante identificar las modificaciones que se pueden dar social y cognitivamente.

Las redes sociales acortan la distancia entre ciudades y países, permitiendo la comunicación entre las personas. Orihuela (2008) se refiere a las redes sociales como: “Servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto”. (p.2).

La plataforma YouTube es uno de los lugares del ciberespacio que tiene mayor acogida por las personas, Bañuelos (2009) refiere: “Es considerada como un claro ejemplo de cómo Internet impone nuevas formas de recepción y producción de sentido en la noción, forma y contenido del espectáculo, que se suman a las características de la industria cultural. (p.2).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Esta plataforma, además de ser una fuente de entretenimiento, ha motivado a muchas personas a convertirse en Youtubers, los cuales son los encargados de subir contenido con un lenguaje particular y temáticas atractivas mediante videos en los que se muestran a sí mismos y el entorno que los rodea, haciendo parte también de un negocio que mueve una gran cantidad de dinero a nivel mundial (Berzosa 2017).

Por su parte, YouTube se caracteriza como el principal medio en el cual pueden gestionarse contenidos de audio y video a nivel mundial, el cual cuenta con más de mil millones de usuarios por día. Sin embargo, durante el paso del tiempo, esta plataforma ha evolucionado y ha pasado a ser más que una opción en la cual reposan contenidos audio visuales Piñero (citado por Gómez y Forero, 2019).

Por otro lado, Facebook es una red social que existe desde el año 2004 y fue creada para los alumnos de Harvard, sin embargo, en el año 2005 fue acogida por al menos 2.000 instituciones universitarias y colegios tan sólo en Estados Unidos. A mediados del año en mención, cerca de 22.000 organizaciones empresariales se incorporaron a Facebook y a finales del año 2005 al menos dos tercios de cibernautas tenían conexión a la red social aproximadamente por 20 minutos (Roldán, 2015).

Facebook es una red social que permite el diseño de un perfil propio, además de la conexión con otras personas. Herrera Harfuch, et al. (Citado por Roldán, 2015) describen como Facebook posibilita a las personas usuarias de la red social configurar su perfil con

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

características particulares, incluyendo información relacionada con el ámbito educativo, género, edad, entre otras categorías; también permite distribuir fotografías, videos y poner etiquetas que contienen los nombres de los “amigos”. El tope de contactos que la plataforma permite tener es de 5.000, incluyendo personas que el usuario conozca o no, familia o amigos.

Particularmente en Colombia, la conexión con esta plataforma ha aumentado, considerando además que en dicho país es más reducida la posibilidad de conectarse al ciberespacio en comparación con otras naciones más desarrolladas a nivel industrial. A pesar de este factor, Colombia es uno de los diez países con más consumidores de Facebook (Rodríguez y Hung, 2010).

Dentro de una comunidad virtual, el usuario puede construir un perfil que contenga una descripción en relación a lo que desea mostrar a las personas que se encuentran en la red social.

Al respecto Rodríguez y Hung (2010) expresan:

El proceso de construcción del perfil individual en dichas comunidades virtuales, permite al individuo organizar las características de la identidad que desea proyectar, convirtiendo su ser-virtual en el equivalente a un mensaje de tipo publicitario, con el objetivo específico de encontrar y dejarse encontrar por sus similares. (p.193)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Posterior al lanzamiento de Facebook, en el año 2010 es divulgado Instagram, red social que busca publicar la vida de sus usuarios de manera particular y entretenida con las demás personas vinculadas a través de imágenes. Las fotos que se utilizan para tal fin pueden ser las tomadas desde el equipo móvil del usuario, lo cual le da practicidad a la red social. Su objetivo es conectar a través de fotografías, posibilitando tener filtros que le dan una apariencia profesional, además de permitir subir las fotos de manera rápida. Krieger & Systrom (citado por Oropesa y Sánchez, 2016).

En relación a esta red social, se considera que los adolescentes perciben a Instagram como una plataforma importante para ser más populares en las redes sociales al permitir mostrar una buena apariencia; además consideran que no es suficiente estar presente en una foto publicada en la red, sino también acompañarla de una fotografía sensual y un vestido apropiado. Las jóvenes creen que para obtener fama en internet es importante la sensación que genera la foto. Por su parte los jóvenes estiman que la edición de la imagen es relevante para conseguir reconocimiento en el ciberespacio Siibak (citado por Oropesa y Sánchez, 2016).

Por otra parte, la revista Semana describe el funcionamiento de otra de las redes sociales más populares en la actualidad, se trata de TikTok, la aplicación más conocida en Occidente superando las 1.500 millones de descargas.

La revista Semana, describe a TikTok como una aplicación que permite grabar y publicar videos de 15 segundos que pueden ser acompañados por fragmentos de música. Una gran



cantidad de estos videos requieren realizar una sincronización de los labios de quién graba con la canción que lo acompaña, de igual manera se publican imitaciones cómicas y trucos. Los usuarios de la aplicación oscilan entre los 13 y 20 años de edad, además los vídeos que son publicados en la red compiten entre sí buscando que los demás superen la calidad de sus contrincantes (Revista Semana, 2020).

A partir de la definición de las redes sociales y la descripción de algunas de ellas, es importante resaltar que existen personas que tienen amplio conocimiento en temas particulares y participan de manera importante en las redes sociales.

### **7.3 Influencers en las redes sociales**

Al respecto, Pierce (citado por Harders, 2018) explica: “Un influenciador es una persona que tiene conocimiento de un área específica del mercado y que se caracteriza por tener opiniones fuertes y persuasivas para otras personas”. (p.28).

Por su parte Carrasco (citado por Harders, 2018) explica que el influenciador cuenta con millones de seguidores en su red social, además refiere que su audiencia, asume con seriedad su criterio cuando deben tomar decisiones. Adicionalmente, los influenciadores muestran pasión por temas específicos, lo cual les da experticia permitiéndoles establecer preferencias y producir modificaciones en las prácticas de consumo. Orientan y transmiten su pasión y curiosidad en relación a diferentes temas.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

En el mes de junio del año en curso, la revista Dinero en su artículo Influencers: El negocio del mercado en redes sociales, nombró algunos de los influenciadores más famosos y cotizados de Colombia:

Probablemente usted sepa muy poco sobre Armando Ortiz, Camilo Gómez o Natalia Segura. Pero tal vez si ha oído hablar el redes sociales de ‘El Mindo’, ‘La Liendra’ o ‘La Segura’, unos de los influenciadores más importantes del país. No solo entretienen a sus seguidores. También son máquinas de hacer dinero (Revista Dinero, 2020).

En el mismo artículo se publicó la cantidad de dinero que pide la influencer Luisa Fernanda W, una de las más reconocidas en el gremio, tal parece que recibe un aproximado de \$30 millones por publicar constantemente en su cuenta de Instagram y por una historia de una duración de 30 segundos \$17 millones, las cuales desaparecen de la red social después de 24 horas (Revista Dinero, 2020).

Del mismo modo, el artículo aclara que el contrato con el influencer depende en definitiva de la cantidad de seguidores que tenga el mismo, para ejemplificarlo, en el caso de Luisa Fernanda W, su Instagram cuenta con 12.6 millones de usuarios que siguen su red social, no obstante la cantidad de dinero que se le paga a la influencer, también está sujeto a las metas que se desean lograr con las campañas (Revista Dinero, 2020).

Finalmente, según la Revista Dinero en el mismo artículo nombra los influencers más valorizados en Colombia a finales del año 2019, en primer lugar Luisa Fernanda W, luego

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

continúa ‘La Liendra’, influencer con cuatro millones de seguidores, los videos que sube a las plataformas pueden tener más de dos millones de visitas; por su parte cobra tres millones por cada historia y veintidos millones por la publicación de un vídeo (Revista Dinero, 2020).

Luego, la influencer Natalia Segura, reconocida como ‘La Segura’, cuenta con 4.7 millones de seguidores en su red social Instagram, por historia su tarifa alcanza los cuatro millones de pesos, una foto dieciséis millones de pesos y por publicar un video veintidos millones de pesos (Revista Dinero, 2020).

Dentro del gremio de los influencers, existen diferentes tipos, al respecto, (Harders 2018) hace la diferencia entre los llamados Nativos digitales y Celebrity online; los primeros se caracterizan por ser personas objetivas en cuanto a la elección de una marca; si ésta les genera satisfacción, son fieles a la misma y hacen recomendaciones para que sus seguidores la adquieran. Buscan adquirir capacitación contactando a las personas que la manejan con el objetivo de mostrar imparcialidad en los resultados que se obtienen.

Por su parte, el segundo grupo de influencers, son reconocidos por su fama en las redes sociales debido a diferentes razones y aprovechan su popularidad para obtener dinero logrando que aumente el reconocimiento de la marca que promocionan.

Del mismo modo, Montesinos (citado por Harders, 2018) explica que los influenciadores son definidos dependiendo del número de usuarios que tenga en sus redes sociales, las

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

invitaciones a los diferentes eventos para luego publicar en un video su experiencia en el mismo y los diferentes actos que puedan realizar.

Adicionalmente, Montesinos (citado por Harders, 2018) categoriza a los influencers de diferentes maneras, en primer lugar nombra a los Foodies quienes comparten las preferencias por la comida, los egobloggers, los influenciadores que se dedican a realizar escritos de moda en los cuales ellos son los personajes principales, los Fashion, quienes también escriben sobre el mismo tema, pero usan productos cosméticos y vestimenta de marcas y los Lifestyle, quienes escriben aludiendo a su estilo de vida personal, su cotidianidad y preferencias.

El reconocimiento como influenciador es otorgado por sus seguidores. Un influencer que haga bien su labor, debe contar con usuarios con los que pueda compartir y discutir, debe tener más de mil seguidores, los cuales son definidos por la manera de interactuar, opinar y participar de los mismos (Harders, 2018).

Los influenciadores pueden impactar a población de diferentes edades mediante las redes sociales; Espinar, González, Gandasegui y Katz (citado por Bohórquez y Rodríguez, 2014) consideran a las redes sociales como un instrumento tecnológico usado por adolescentes y personas adultas, puesto que proporciona la posibilidad de socializar, comunicarse y conectarse.

## 7.4 Adolescencia e identidad

Por su parte, Woolfolk (1996), explica que Erikson determinó que las personas comparten necesidades fundamentales de manera igualitaria y que su entorno social debe suplirlas de alguna manera. Las transformaciones que se dan a nivel emocional y el vínculo con la sociedad siguen modelos semejantes en la colectividad. Con base a la relación mencionada Erikson propone su postulado, “Teoría psicosocial del desarrollo”. (p.29).

Seguidamente, Woolfolk (1996) explica que Erikson considera a la adolescencia como la etapa en la que se desarrolla la identidad, siendo ésta el soporte estable para la vida adulta. Del mismo modo, Woolfolk (1996) afirma: “la adolescencia marca por primera vez que se hace un esfuerzo consciente por responder una pregunta que en este momento implica presión, “¿Quién soy?”. (p.33).

Del mismo modo, Lozano (2014) realiza la siguiente definición:

«Adolescencia» es un término no bien delimitado respecto de otros conceptos como «pubertad» o «juventud». La distinción impúber/púber no se superpone en todas las épocas o culturas con la distinción infancia/adolescencia, aunque la distinción entre impúber e infancia sí se superpone, aproximadamente, en extensión. En algunas sociedades, la pubertad no clausura la etapa adolescente, mientras que en otras, determinadas ceremonias ligadas a la adolescencia, sobre todo tratándose de chicas, tienen comienzo antes incluso del inicio de la pubertad. (p.15)

## **8. OBJETIVOS**

### **8.1 Objetivo general**

Analizar el impacto que tienen los “influencers” en la construcción de la identidad de los adolescentes entre los 12 y 17 años de edad residentes en el departamento de Antioquia.

### **8.2 Objetivos Específicos**

Caracterizar a los adolescentes entre los 12 y 17 años participantes en la investigación que residen en el departamento de Antioquia.

Identificar las percepciones que tienen los adolescentes entre los 12 y 17 años sobre la cultura de los “influencers” en el departamento de Antioquia.

Establecer las preferencias que tienen los adolescentes entre los 12 y 17 años frente a los contenidos de los “influencers” en la construcción de la identidad personal de los adolescentes.

Describir los patrones de comportamiento que se desarrollan en los adolescentes y que están relacionados con los contenidos que comparten los “influencers”

### **9. METODOLOGÍA**

#### **9.1 Enfoque de investigación**

El presente trabajo investigativo está orientado bajo el enfoque cualitativo, puesto que se pretende describir, comprender e identificar por medio de relatos propios las experiencias, la realidad y la percepción que tienen los adolescentes sobre los contenidos expuestos en las redes sociales y los usuarios suscritos que realizan publicaciones y además como estos influyen en su identidad. Es por ello, que nos basamos en la definición de Quecedo y Castaño (2002) quienes indican que: “Puede definirse el enfoque cualitativo como la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. (p.7).

Existen una multiplicidad de miradas que han tratado de definir el enfoque cualitativo, entre ellas el concepto de Plata (2007) quién afirma que: “En los casos de los métodos cualitativo, y sólo por mencionar algunos ejemplos indicativos, servirían para problemas como las trayectorias de vida, la historia de grupos locales, la construcción de identidades, entre muchos otros”. (p.218).

En concordancia con lo anterior y tomando como referencia nuevamente a Quecedo y Castaño 2002 (citado por Taylor y Bogdan, 1986) quienes tienen unos criterios que definen la metodología cualitativa y el rol del investigador; a continuación se mencionan algunos de ellos:

El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones:

- Ha de ver las cosas como si ocurrieran por primera vez, nada se ha de dar por sobrentendido. Todas las perspectivas son valiosas:
- No se busca “la verdad o la moralidad”, sino una comprensión detallada de las perspectivas de otras personas. (p.8)

Por último, en cuanto al paradigma de la investigación cualitativa, se consideró pertinente mencionar a Vélez y Galeano (citado por Domínguez, 2000) con esta frase célebre y motivadora: “Quienes tienen experiencia en la investigación cualitativa, quienes le temen o quienes pretenden emplearla, encuentran en esta investigación un excelente panorama para organizar sus equipajes”. (p.11).

### **9.2 Paradigma Hermenéutico interpretativo**



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Luego de definir el diseño metodológico que direccionará la investigación acerca de la influencia que tienen los contenidos en las redes sociales publicados por los “influencers” en la construcción de la identidad de los adolescentes, es importante además, dejar claro el enfoque hermenéutico el cual acompañará la propuesta investigativa en la medida que se pretende interpretar esas acciones humanas, sus relatos, percepciones y discursos. Además Vélez y Galeano (2002) mencionan: “En la investigación cualitativa el enfoque hermenéutico hace explícita y directa la interpretación como proceso que acompaña de principio a fin el trabajo investigativo: La investigación es interpretación de textos, de material literario o del significado de la acción humana”. (p.49).

La hermenéutica por lo tanto, es un enfoque que permite comprender, ir más allá, escudriñar, descubrir y permite dar respuesta a los procesos dinámicos que se presentan en las personas o cuando interactúan en grupos sociales o étnicos (Vélez y Galeano, 2002).

### **9.3 Diseño Metodológico**

#### **9.3.1 Población Objetivo.**

Esta investigación se encuentra enfocada en la etapa adolescente, la cual oscila entre los 12 a los 17 años de edad, puesto que se encuentran en pleno desarrollo de su identidad y además de

esto, cuentan con mayor acceso al internet y un interés especial en las redes sociales. El lugar donde se llevará a cabo la investigación, es en el departamento de Antioquia.

### **9.3.2 Criterios De Inclusión**

Adolescentes entre los 12 y 17 años de edad.

Adolescentes tanto de sexo femenino como masculino.

Adolescentes residentes en el departamento de Antioquia.

Adolescentes que por lo menos sigan a un “influencers” en cualquier red social.

Los padres y/o tutores legales del adolescente firman el consentimiento informado para su participación en la investigación.

Los adolescentes aceptan participar en la investigación.

### **9.3.3 Diseño y selección de la muestra.**

La selección de la muestra de la presente investigación es un muestreo no probalístico, puesto que, al momento de elegir los individuos, no depende de la probabilidad, sino de las circunstancias que facilitan realizar el muestreo; por ejemplo: fácil acceso, recursos, conveniencia, entre otros (Scharager y Reyes, 2001).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Dentro del muestreo no probalístico, se encuentra el muestreo por conveniencia, que trata como su nombre lo dice de la conveniencia o la cercanía que tenga el investigador con el entrevistado. Este tipo de muestreo se puede incorporar en la medida que se requiera adquirir información de la población, en este caso la etapa adolescente, de una manera más ágil y que no genere mayor costo. Por otro lado, este tipo de muestreo se puede utilizar en el momento de la exploración y además sirve para producir hipótesis y por ende, hay que tener presente que se deben asumir los riesgos de que hay probabilidad de que en la información obtenida existan grandes desaciertos (Tamayo, 2015).

Adicionalmente, Tamayo (2015) afirma:

Este método es muy común en las entrevistas callejeras como solicitar la opinión de las personas que transitan en un centro comercial, realizar entrevistas con personas de la calle para un canal de televisión, utilizar grupos de estudiantes o grupos religiosos para realizar un experimento, etc. En cada caso la unidad o elemento de muestreo se autoselecciona o se ha seleccionado con base en su fácil disponibilidad. En ninguno de los casos se especifica claramente la población de la cual se ha tomado la muestra real. Aún más, se desconoce la probabilidad exacta de que estas personas sean seleccionadas. (p.14)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

El tipo de muestra seleccionada se ajusta a nuestro tipo de investigación, puesto que por diversas causas los adolescentes son cercanos en lo que respecta a relaciones interpersonales, contexto, visitan las redes sociales y siguen las publicaciones como mínimo de un influencers. Cabe señalar también, que los adolescentes entrevistados fueron seleccionados además porque el confinamiento causado por la emergencia sanitaria, no permitía tener contacto directo con población lejana, y aunque la virtualidad es una herramienta de comunicación eficaz, se tomó la decisión de realizar la entrevista semiestructurada con adolescentes residentes en el contexto del investigador y por ende crear un clima de confianza que su a vez permita obtener mejores resultados en la investigación.

### **9.3.4 Técnicas De Investigación**

Como herramienta metodológica se utilizará la entrevista semiestructurada puesto que permite captar la información relatada por los entrevistados, como lo menciona Merlinsky (2006):

Dicha técnica de recolección de datos nos permite captar la información experimentada y absorbida por el entrevistado, al tiempo de capturar discursos particulares que remiten a otros significados sociales y generales. Esto tiene una serie de implicancias para considerar la entrevista como forma de conocimiento. (p.28)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Por consiguiente y teniendo claro el aporte de esta técnica, se diseñará el guion de la entrevista con base en los cuatro objetivos específicos; caracterizar a los adolescentes entre los 12 y 17 años participantes en la investigación que residen en el departamento de Antioquia, identificar las percepciones que tienen los adolescentes entre los 12 y 17 años sobre la cultura de los “influencers” en el departamento de Antioquia, establecer las preferencias que tienen los adolescentes entre los 12 y 17 años frente a los contenidos de los “influencers” en la construcción de la identidad personal de los adolescentes y por último, describir los patrones de comportamiento que se desarrollan en los adolescentes y que están relacionados con los contenidos que comparten los “influencers”.

### **9.3.5 Líneas y Sub-Líneas De Investigación.**

La sublínea de investigación en la que se basará el presente trabajo investigativo son la sublínea de sujeto y sociedad y familia infancia y adolescencia, las cuales se describen a continuación:

La sublínea de investigación Sujeto y sociedad, centra su mirada en el nacimiento de la subjetividad, todo lo relacionado con percepción individual del sujeto, su manera de relacionarse de acuerdo a sus propias vivencias y juicios, la forma en la que se comunica en los diferentes entornos y la perspectiva que cada uno tenga del mundo. El ser humano va desarrollando su

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

personalidad a partir de las vivencias que tenga en cada uno de sus ciclos vitales; el contexto social, económico, cultural y político aporta también de manera significativa. Como ya se indicó, la sublínea de investigación busca adentrarse en la manera como el sujeto teje su relación con la sociedad y como es que a partir de ese vínculo el ser humano se adapta a las leyes, normas y reglas que le presenta la cultura y por ende la sociedad en general. (UNIMINUTO, s.f)

Por otro lado, es importante mencionar también la sub línea de investigación de Familia, infancia y adolescencia que tiene como objetivo profundizar en estos ciclos vitales como construcción social y cultural, en este caso en la etapa adolescente. (UNIMINUTO, s.f)

El artículo 201 la Ley 1098 del 2006, por la cual se crea el código de Infancia y adolescencia, contiene la definición de políticas públicas: Para los efectos de esta ley, se entienden por políticas públicas de infancia y adolescencia, el conjunto de acciones que adelanta el Estado, con la participación de la sociedad y de la familia, para garantizar la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes (2006). (UNIMINUTO, s.f, 60)

### **9.4 Consideraciones éticas.**

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

La presente propuesta cumple con las características para ser considerada una Investigación sin riesgo, la cual es definida por la Resolución N° 8430 de 1993 (Ministerio de Salud de Colombia) de la siguiente manera: “Son estudios que emplean técnicas y métodos de investigación documental retrospectivos y aquellos en los que no se realiza ninguna intervención o modificación intencionada de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio”.

Para garantizar el ejercicio de una buena práctica investigativa acorde con criterios éticos, se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Se elaborará documento de consentimiento informado mediante el cual se brindará información clara a los participantes sobre los objetivos, el alcance de la investigación y los posibles beneficios y riesgos de participar en la misma.
- Se hará uso adecuado, seguro y confidencial de la información obtenida.
- Se protegerá el nombre de los participantes mediante su anonimización.
- Se garantizará el principio de voluntariedad y autonomía en la participación.
- Se otorgará a los participantes la garantía de recibir respuesta a cualquier pregunta y aclaración a cualquier duda acerca de los procedimientos, riesgos, beneficios y otros asuntos relacionados con la investigación y el tratamiento del sujeto.

# IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

## 9.5 Matriz de consistencia metodológica.

### 9.6 Tabla Matriz de consistencia metodológica.

<b>Objetivo General:</b> Analizar el impacto que tienen los “influencers” en la construcción de la identidad de los adolescentes entre los 12 y 17 años residentes en el departamento de Antioquia.				
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Categoría</b>	<b>Muestra</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instru</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Caracterizar a los adolescentes entre los 12 y 17 años participantes en la investigación que residen en el departamento de Antioquia.</li> </ul>	Adolescentes	12	Entrevista semiestructura da	Guión e Grabado
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar las percepciones que tienen los adolescentes entre los 12 y 17 años sobre la cultura de los “influencers” en el departamento de Antioquia.</li> </ul>	Percepción Influencers	12	Entrevista semiestructura da	Guión e Grabado
<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer las preferencias que tienen los adolescentes entre los 12 y 17 años frente a los contenidos de los “influencers” en la construcción de la identidad de los adolescentes.</li> </ul>	Preferencias	12	Entrevista semiestructura da	Guión e Grabado



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir los patrones de comportamiento que se desarrollan en los adolescentes y que están relacionados con los contenidos que comparten los “influencers”</li> </ul>	Identidad	12	Entrevista semiestructurada	Guión e Grabado
---	-----------	----	-----------------------------	-----------------

Fuente: Elaboración propia, 2020

## 10. RESULTADOS

### 10.1 Caracterización sociodemográfica de los adolescentes participantes en la investigación.

#### 10.1.1 Cuadro 1. Cuadro sociodemográfico.

Entrevistado	Sexo	Edad	Nivel educativo	Conformación familiar	Municipio
1	F	15	Grado 9	Nuclear	Medellín
2	F	14	Grado 8	Compuesta	La Estrella
3	F	13	Grado 8	Compuesta	La Estrella
4	M	14	Grado 9	Compuesta	San Antonio de prado
5	F	14	Grado 8	Nuclear	Medellín

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

6	F	13	Grado 7	Compuesta	San Antonio de prado
7	F	17	Grado 10 y 11 Clei	Compuesta	Medellín
8	M	13	Grado 7	Monoparental	Medellín
9	F	17	Grado 10	Compuesta	Medellín
10	F	16	Grado 9	Compuesta	Medellín
11	F	14	Grado 8	Compuesta	Concordia
12	F	14	Grado 8	Extensa	Concordia

**Fuente: Elaboración propia, 2020**

En el cuadro anterior se puede observar la información sociodemográfica de los adolescentes que se entrevistaron para desarrollar la presente investigación, se evidencian datos referidos a la edad, el nivel educativo, el sexo, la conformación de la familia y el municipio de residencia en el departamento de Antioquia.

De los 12 adolescentes entrevistados, 10 eran mujeres y 2 eran hombres, la edad mínima fue de 14 años y la máxima 17 años, el promedio de edad era de 14 años. Por su parte, el nivel educativo oscilaba entre 7° y 11° de bachillerato, cinco de los participantes se encuentra cursando 8°.

Es importante hacer hincapié en el momento del ciclo vital en el que se encuentran los entrevistados, la adolescencia, etapa definida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una fase que comprende entre los 10 y 19 años de edad, siendo ésta un periodo difícil que

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

establece el paso de la niñez a la adultez. En esta etapa el adolescente sufre modificaciones a nivel fisiológico, mental, cognitivo, orgánico y social (Borras, 2014).

La población objeto de estudio fue elegida teniendo en cuenta que la adolescencia es una etapa trascendental en cuanto a la construcción de la identidad y que el entorno y el desarrollo social influyen de manera significativa en este proceso.

Durante este periodo, el sujeto se encuentra en un proceso de autoaceptación, estableciendo diferentes aspectos que definirán quién es y la persona que desea ser. Autores como Erikson (citado por Gaete, 2015) explica que el obtener identidad durante esta etapa del desarrollo, se relaciona con diferentes factores como la aprobación que el adolescente tiene de su cuerpo, su forma de ser, su identificación sexual, su vocación y su manera de pensar y ver la vida.

### **10.2 Redes sociales y contenido visto por los adolescentes.**

Los adolescentes tienen acceso a diferente contenido a través de los medios de comunicación, los cuales según Pindado (2006) “constituyen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la elaboración de la propia identidad”. (p. 11).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Dentro de los medios informativos y de interacción se encuentran las redes sociales, las cuales han generado cambios significativos en lo relacionado con los medios de comunicación. Las redes sociales tienen un millonario número de suscriptores, aumentan su popularidad, personaliza a sus seguidores y termina con algunos obstáculos de los antiguos medios de comunicación (Campos, 2008).

Los adolescentes tienen acceso a distintas redes sociales, las cuales están disponibles en diferentes formatos; Según El Tiempo, las más básicas son Facebook, Instagram y Twitter las cuales suplen las necesidades a nivel general de los usuarios y Tik Tok, Swarm, Pinterest y Snapchat son nuevas redes sociales que aparecen en los medios de comunicación (Patiño, 2020).

En el caso de Tik Tok, ha tenido un crecimiento significativo, el 35% de personas menores de 20 años y un 31% que oscilan entre los 21 y 35 años hacen uso de ella (Patiño, 2020). Con base a lo informado por los adolescentes, las redes sociales que más visitan para ver los contenidos de sus influencers favoritos son YouTube, Facebook, Tik Tok, e Instagram, cabe mencionar que un influencer puede publicar el mismo contenido en varias redes sociales a la vez, al respecto se tienen los siguientes testimonios:

*“Kimberly me gusta mucho porque ella crea diferente contenido, ella también es tiktokker. Casi todos los Youtubers tienen casi todas las plataformas cierto, entonces Instagram, Facebook, Tik Tok, bueno, etc.”(Comunicación personal Mujer, 14 años. 4 de septiembre 2020).*

*“De Luisa, ella más que todo en Instagram salen en recomendados, no es como tanto a las personas que siguen y no frecuento tanto Instagram; frecuento más YouTube Y Tik Tok”.*  
(Comunicación personal Mujer, 14 años 4 de septiembre 2020).

Durante las entrevistas, los adolescentes se refirieron a varias personas que siguen en redes sociales, los cuales son creadores de contenido y lo publican en diferentes redes sociales con el objetivo de llegar a su audiencia por distintos medios; La agencia Brandmanic (citado por González, 2018) “Define a los influencers como generadores de opinión e influenciadores y se han convertido en referentes para las nuevas generaciones en todo el mundo”. (p. 2).

Los influencers estructuran su perfil según las preferencias que establecen en relación a diferentes temas; unos crean contenido con base a sus experiencias desde el ámbito personal, otros promueven el consumo de textos o productos, o se muestran como guías a nivel turístico (González, 2018).

Los creadores de contenido además de utilizar diferentes plataformas o redes sociales para publicar sus producciones, también cuentan en sus publicaciones con una variedad de temas que cautivan a los adolescentes. Durante las entrevistas, los adolescentes describieron las actividades que exponen sus influencers favoritos en los videos que realizan:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Creo que tienen de todo, tiene blogs, tiene videos maquillándose, jugando video juegos, de moda y así”. (Comunicación personal mujer, 15 años, 8 de septiembre de 2020).*

*“Comparte muchas cosas, a veces comparte tutoriales como ella se viste, como se maquilla muchas cosas”. (Comunicación personal mujer, 13 años, 9 de septiembre de 2020).*

*“Yo sigo uno el de MLB es de videojuegos de beisbol”. (Comunicación personal hombre, 14 años, 10 de septiembre 2020).*

*“De todo un poquito, videos de maquillaje, videos de bromas y videos de peinados”. (Comunicación personal mujer, 13 años, 8 de septiembre de 2020).*

### **10.3 Identificación de los adolescentes con los influencers.**

Los adolescentes muestran diversas preferencias en sus testimonios, en los cuales se puede percibir que ven a los influencers como personas con las que se pueden identificar según los gustos que tienen.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Erikson (citado por Pérez, 2006) define la identidad como:

Diferenciación personal inconfundible; es definición o, mejor, autodefinición de la persona ante otras personas, la realidad y los valores; y es, en fin, autenticidad, correspondencia de lo afectivamente desarrollado con lo germinalmente presagiado en el plan epigenético constitutivo del individuo. (p. 21)

Del mismo modo, (Pérez, 2006) refiere que el factor central de la identidad es la percepción que el sujeto tiene de sí mismo, concepto que es formado según como es juzgado por otros, la comparación con los demás y según el contexto cultural.

Los influencers brindan al adolescente la posibilidad de crear un autoconcepto a partir del contenido que publican en las redes sociales, siendo éstos un referente en su proceso identitario comparándose y replicando las actividades que los influencers realizan en sus videos, al respecto se tienen los siguientes testimonios:

*“Si creo que jugué la mayoría de los juegos que ella ha jugado porque me parece interesante, y también unos videos donde ella deja unos tips para cuidarse la piel (...) Tal vez si intento a ser más como ella, a futuro por los video juegos, yo me centro en el contenido y me divierto. (Comunicación personal Mujer 15 años, 3 de septiembre de 2020).*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Ella trasmite emoción de ayudar a la gente, de compartir con ellas y eso me emociona mucho si yo hago eso”. (Comunicación personal Mujer, 14 años, 3 de septiembre de 2020).*

*“A ver, de que manera. Ellos ayudan mucho en muchos aspectos, muchos motivan, muchos tienen, pues, por así decirlo ayudan en el autoestima o muchos dan como ánimo, dicen, pues ósea, que no hay nada imposible en este tema, que todo ese trabajo de pasión, de dedicación, de creatividad, de originalidad. Entonces yo siento que y más que todo yo que creo contenidos siento que influyen mucho porque veo que muchos vienen desde abajo entonces que todo es posible, pues ósea, que muchos tienen dificultades o que por mas largo que sea el camino pues todo se puede lograr”.(Comunicación personal Mujer, 14 años, 4 Septiembre de 2020).*

Los creadores de contenido impactan de manera significativa el proceso identitario de los adolescentes en relación al desarrollo de sus auto esquemas, influyendo en el concepto que construyen de sí mismos, su autoimagen, autoeficacia y autoestima y además en el logro de sus objetivos. El último testimonio pertenece a una adolescente que ya inicio su carrera de influencers y ella expresa en la mayoría de sus comentarios que la han motivado a seguir adelante, a no recibir malas vibras y que por más dificultades que se presenten en el camino, nada es imposible y todo se puede lograr. A continuación, el testimonio de una de las entrevistadas que da cuenta de esto:



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Por decir a mí en realidad no me gusta el Heat o las malas vibras por así decirlo porque cuando usted influye o se mete o está en el tema de influencers, YouTuber o creadora de contenido se da cuenta que eso es algo muy difícil, que lo juzguen sin conocerlo o sin tener amistad o sin establecer conversación con una persona, entonces siempre es mejor como que el Heat no influya en las redes sociales pero a pesar de todo es algo que, es como lo más relevante en esta, en este campo de los YouTubers”.*  
*(Comunicación personal Mujer, 14 años, 4 Septiembre de 2020).*

Por otro lado, (Pons, 2010) explica la teoría del interaccionismo simbólico, la cual expone que las personas viven en un entorno simbólico, lo cual permite que los recuerdos, el aprendizaje y la comunicación se establezcan por medio de símbolos a los cuales se les da significado compartiéndolo al interactuar con otros.

En ese orden de ideas, el lenguaje y el intercambio de información permiten al sujeto estructurar sus auto esquemas, es decir la imagen, el concepto y el valor que tienen de sí mismos. Al respecto (Pons, 2010) afirma que la idea y la valoración propia del individuo provienen, se sostienen y cambian en la interacción colectiva.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Los adolescentes interactúan con sus influencers adquiriendo información y convirtiéndola en símbolos que tienen significados particulares para ellos los cuales impactan sus auto esquemas, esto puede verse en los siguientes testimonios:

*“Si por que antes era muy aburrida yo ya soy feliz y me motivan en especial a mi como ella se comporta, como patina, como se peinan y hacen bromas”. (Comunicación personal Mujer, 13 años, 8 de septiembre de 2020).*

*“A ver, de qué manera. Ellos ayudan mucho en muchos aspectos, muchos motivan, muchos tienen, pues, por así decirlo ayudan en el autoestima o muchos dan como ánimo, dicen, pues ósea, que no hay nada imposible en este tema”. (Comunicación personal Mujer, 14 años, 7 de septiembre de 2020).*

Se identifica en los testimonios, la imitación de los adolescentes en relación a los influencers que siguen en sus redes sociales, los jóvenes hacen las actividades que publican en sus contenidos buscando tener características similares como se puede apreciar en los siguientes testimonios:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“En que soy muy alegre en algunos sentidos, que me gusta peinarme como ella, que me gusta ponerme en la cara lo que a ellas les gusta y quedo linda”. (Comunicación personal Mujer, 13 años, 8 de Septiembre de 2020).*

*“Los bailes, las canciones, y el estilo de vestir, los peinados, el maquillaje o las uñas, no sé cómo me hace sentir al imitar al influencers”. (Comunicación personal Mujer 16 años, 7 de Septiembre de 2020).*

Los influencers exhiben su vida de manera pública con el objetivo de mantener conectados a sus seguidores, al respecto Carrillo y Rodríguez (2019) refieren:

Los influenciadores exponen en sus perfiles de vida, convierten su diario vivir en asunto público, y convencen a sus expectadores de que esa vida es sencilla y fácil, seducen e impulsan a las nuevas generaciones a querer vivir igual que ellos. (p. 25)

Se puede inferir que los adolescentes posiblemente se dejan impactar por lo que observan en los contenidos publicados en las plataformas; pensando así, que lo que se experimenta allí, es una realidad y es posible que esto pueda inducirlos a realizar las mismas actividades con el fin de conseguir la fama, obtener ingresos, incorporar la moda, y otros factores de acuerdo a sus

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

necesidades. Lo anterior, puede direccionarlos a encontrar una motivación o al contrario frustración por no poder alcanzar los mismos logros que los influencers si experimentan en sus contenidos.

A continuación, una de las entrevistadas menciona que detrás de las camaras, los influencers tienen una vida personal. Ella lo expresa porque ha iniciado la labor de influencer hace poco y ha podido adentrarse en este mundo y entender que detrás de lo que se percibe hay otras realidades.

*“Ellos tienen vida privada y no todo es la vida social, no todo son los fans y no todo es hablar con ellos, tienen su familia, sus amigos, sus fiestas, sus reuniones, sus problemas; pero en muchas ocasiones al fin y al cabo esto es un trabajo, ósea, para muchas personas esto no es la diversión. Ya cuando tu empiezas a tener una gran cantidad de números o personas así, ya esto se convierte en un trabajo y muchas personas dejan de por así decirlo, muchas dejan de estudiar o muchas dejan sus carreras para dedicarse a esto, entonces es importante que entendamos que nosotros somos como un nuevo trabajo o una nueva tarea, una nueva actividad para ellos”*  
*(Comunicación personal, mujer 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

### **10.4 Relaciones sociales de los adolescentes.**

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Los adolescentes establecen relaciones de manera diferente, puesto que la presencialidad no es el único medio para interactuar con otros y establecer relaciones interpersonales, por lo tanto, la virtualidad hace parte del entorno social del adolescente. (Cáceres et al., 2017) lo define como la sociabilidad virtual, entendida como la forma en la que las personas se vinculan mediante la tecnología sin comunicarse de manera física:

*“Yo no tengo muchos amigos acá pues en mi vida normal que no sea fuera de una cámara, tras de una pantalla, entonces he creado como muchas amistades (...). Hablamos también en el grupo de, pues, en realidad, es como si nos conociéramos, ósea, es como si estuviéramos frente e frente, muchas veces hacemos video llamadas, reuniones”. (Comunicación personal Mujer, 14 años, septiembre 4 de 2020).*

Como lo muestra el testimonio de la entrevistada, actualmente se tejen redes sociales que direccionan a las personas a interactuar de manera virtual y además de esto, a establecer vínculos filiales a través de éstas plataformas tanto con las personas que consideran sus amigos como con los influencers a los que siguen, puesto que los sienten cercanos y consideran que su contenido se ajusta a lo que son y a sus intereses, tal como se muestra en el siguiente testimonio:

*“A ver, ya los influencers son como si fueran literal amigos de nosotros o nosotros los conociéramos”. (Comunicación personal Mujer, 14 años, 8 de Septiembre de 2020).*

### **10.5 Frecuencia en la visualización de contenidos de los influencers..**

Durante el proceso identitario, el adolescente construye la manera en la cual se relaciona con las redes sociales y por lo tanto con los influencers; al respecto Arab y Díaz (2015) expresan:

Cada adolescente generará estrategias adaptativas o desadaptativas en el manejo de las redes sociales que favorecerán o dificultarán la construcción de su identidad. Entre las primeras destacan el autocontrol, la priorización por actividades saludables y la exploración de variadas alternativas offline. (p.8)

En las entrevistas realizadas a los adolescentes, se encontró que 8 de los 12 entrevistados permanece pendiente de las nuevas publicaciones de sus influencers favoritos, por lo tanto, el tiempo que invierten observando su contenido depende de la frecuencia con la que publiquen, al respecto se tienen los siguientes testimonios:

*“Si, cuando me pongo a ver un video a veces se me olvida comer o a veces como y así, también el trasnochar a veces me quedo viendo toda la noche esos videos, a veces y todo eso”.*  
(Comunicación personal Mujer, 16 años, 13 de septiembre de 2020).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Yo diría que, pues ellos suben videos por ejemplo cada hora, o cada 5 días, uno pasa entonces uno pasa conectado todo el tiempo para ver si ya subieron otro video y eso”. (Comunicación personal Mujer, 14 años, 9 de septiembre).*

*“Cuando monta contenido nuevo, día por medio así, se va yendo uno”. (Comunicación personal Hombre, 14 años).*

*"No sé, cada vez que me meto a Instagram y miró como las historias y ya, era como eso, no sé, pues por ahí cada media hora no se mas o menos." (Comunicación personal, mujer 15 años, 06 Septiembre de 2020).*

*“Literal, ya todo el día estamos pendientes que subieron un nuevo video, que van a subir, que nos van a mostrar, como lo van hacer, cómo lo van a desarrollar, qué nos van a enseñar, o qué van a decir o cómo lo van a decir”. (Comunicación personal, mujer 14 años, 07 septiembre de 2020).*

Algunos de los adolescentes tienen una constante necesidad de mantenerse enterados de lo que sucede con sus influencers favoritos, las publicaciones de su día a día y como lo viven,

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

extienden su horario para dormir con el fin de pasar más tiempo conectados y además como lo expresa una de las entrevistadas que hasta se le olvida comer.

Al respecto De la Piedra y Meana (2017) afirman que:

Existe un conjunto de signos y síntomas caracterizados por el miedo, la preocupación y la ansiedad, que se genera por no estar conectados a los eventos, a las experiencias y las conversaciones que se están desarrollando en el entorno social. Esto se conoce por el nombre de fear of missing out —«miedo a perderse algo. (p.446)

Es posible pensar que los entrevistados posean una necesidad de mantenerse actualizados sobre las publicaciones de los influencers no solo porque hacen parte de sus preferencias o como medio de aprendizaje social, sino que también se ha convertido en una prioridad o en una preocupación por no estar actualizado de lo que está sucediendo en el mundo digital.

Para complementar, Santamaria y Meana (2017) indican que:

Todo parece indicar que herramientas como Facebook, Twitter, Instagram o WhatsApp, entre muchas otras, tienen un gran poder alienante. Bajo la apariencia de intercomunicar pueden encerrar a la persona en sí misma, esclavizándola al servicio de recibir cualquier señal de estar en contacto con otros. (p.446)



Estos autores se refieren a las estrategias que utilizan algunas plataformas para enganchar y ejercer poder en la persona para que se mantenga en contacto y dependiente de las redes sociales. Podría inferirse entonces que, de acuerdo a los testimonios de los entrevistados, existe de alguna manera dependencia por la visualización de los contenidos expuestos por los influencers en las redes sociales.

### **10.6 Modificación de los hábitos de los adolescentes a partir de los contenidos de los influencers.**

Según las entrevistas realizadas, se encontró una variedad significativa en cuanto a la modificación de los hábitos de los adolescentes entrevistados a partir de la visualización de los contenidos, puesto que algunos refirieron no verse afectados en cuanto a las actividades que realizan en su vida cotidiana, otros manifestaron dedicarle mucho tiempo, a tal punto de retrasar horarios de comida o de sueño y otros expresaron haber mejorado aspectos que no desarrollaban en su vida diaria, uno de los adolescentes expresó:

*“Si, me han influenciado en cuidar más de mi salud, como me alimento, a veces hago ejercicio como para estirar el cuerpo para que no me den calambres o algo así, también tomo más agua, porque ellos toman mucha agua y recomiendan eso como para hidratar y eso”.*  
(Comunicación personal Mujer, 17años).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Yo siempre he sido muy relajada, pues yo me bañaba a las cuatro o seis y así, y ya verlos a ellos subir su rutina en la mañana y que son súper productivos, me levanto, hago ejercicio, hago el desayuno, saco mi perrita, baño a mi bebé (muñeco) y cosas así, entonces uno, gracias a ellos se inspira a ser las cosas como ellos.”. (Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

Este testimonio da cuenta de una influencia positiva, en la medida que se han percibido cambios significativos en los hábitos que antes estaban establecidos, en la actualidad y con base en las publicaciones que siguen los adolescentes, se puede evidenciar que hay una motivación para realizar otras actividades más productivas.

La adolescente no le parecía importante tener unos hábitos alimenticios saludables y ahora si establece un cronograma de actividades, le ve más sentido a su día, se siente más saludable, entretenida, productiva y motivada. El testimonio de la participante concuerda con lo que plantean Pastor, Balaguer y García con respecto a los hábitos de vida saludables:

La adolescencia ha sido considerada como una etapa clave en la adquisición de los hábitos que configuran el estilo de vida saludable. Este periodo, considerado como una transición de la niñez a la vida adulta, se caracteriza por los importantes cambios que los jóvenes deben afrontar. Entre estos múltiples cambios (cognitivos, fisiológicos o de autoconcepto entre otros), la adquisición de independencia y autonomía de los adultos, la relación más íntima e interdependiente con los iguales y el mayor número de situaciones en las que deben tomar

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

decisiones por ellos mismos, les sitúa en contextos en los que pueden decidir si fumar o no, beber o no alcohol, mantener relaciones sexuales con o sin protección; esto es conductas que van a tener implicaciones para su salud tanto a corto como a largo plazo (Coleman y Hendry, 1999). Estas características hacen del periodo adolescente un periodo crítico para la experimentación con conductas nuevas que pueden suponer un riesgo para la salud y crítico también para la consolidación de estos cambios en estilos de vida insanos. (Jessor, 1993). (p.56)

Por el contrario, se dan situaciones en las cuales la influencia de los creadores de contenido, impactan de manera negativa los hábitos de los adolescentes como se manifiesta en el siguiente testimonio:

*“Si, cuando me pongo a ver un video a veces se me olvida comer o a veces como y así, también el trasnochar a veces me quedo viendo toda la noche esos videos, a veces y todo eso”.*  
(Comunicación personal Mujer, 17 años).

Cabe mencionar que la adolescente tiene una edad en la cual debe tener elementos de autocontrol en cuanto al tiempo que le invierte a esta actividad, sin embargo la necesidad de ver el contenido publicado por sus influencers favoritos, afecta este aspecto.

### **10.7 Preferencias que tienen los adolescentes por los contenidos publicados por los influencers.**

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

En las entrevistas realizadas a los adolescentes participantes en esta investigación, se pudo observar que estos cuentan con unos intereses particulares en cuanto a los influencers y los tipos de contenidos que estos publican.

Todos los seres humanos tienen diferentes actitudes, formas de relacionarse con su entorno, y formas de identificarse; el tema de preferencias dentro de la investigación, va más enfocado en los influencers y sus contenidos publicados y que son más frecuentados por los adolescentes entrevistados.

Con respecto a lo anterior, es importante citar a González (2018): quién afirma que:

Las preferencias frente a las temáticas y géneros reflejan que los jóvenes no solo buscan aprender, sino hacer más confortable la vida a través de tutoriales que les permitan solucionar problemas cotidianos, ayudar en el cumplimiento de sus metas o tener un momento de diversión. (p.18)

Al respecto, una de las entrevistadas manifiesta que las principales preferencias se encuentran enfocadas en los contenidos de belleza, moda, estética y entretenimiento; puesto que nos encontramos en un tiempo donde especialmente la mujer inicia desde corta edad rindiendo tributo al cuerpo y por tal motivo las adolescentes desean mantenerse a la moda, bellas y además aprender de estética, ya sea para generar ingresos, para entretenerse o practicar con su familia y amigos. Para esto se convoca un apartado de uno de los entrevistados, quien indica que:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Pero por decir pues para mí, yo hago cuando tengo tiempo libre, no me dedico a ellos, pero de vez en cuando tengo un tiempito libre y veo que puedo hacerlo, lo hago y me divierto y me entretengo y como por hacer en un futuro como un trabajo, yo lo veo también, como lo que me entretiene y lo que me desestresa en esos momentos en los que no tengo nada que hacer o lo puedo aprovechar en algo que es más productivo como quedarme acostada, entonces sí, en eso es lo que lo he basado”. (Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de Septiembre de 2020).*

Seguidamente, se pudo evidenciar que los video juegos también hacen parte de las preferencias de los adolescentes, expresan que se entretienen, se ríen, pueden experimentar otros puntos de vista, y que además los quieren imitar, cómo lo menciona la siguiente entrevistada:

*“Prefiero los video juegos porque me gustan mucho y ella es muy buena con los video juegos y yo también lo quiero hacer, los video juegos es algo que me apasiona, me gusta mucho”. (Comunicación personal, mujer 15 años, 4 de septiembre de 2020).*

Es importante mencionar que nos encontramos en la era tecnológica y, por ende, las personas cuentan con acceso a una cantidad de información, la cual les permite realizar elecciones en cuanto a la moda, entretenimiento, entre otros temas de preferencia.

En esta categoría por ejemplo, algunos de los adolescentes compartieron en sus relatos que frecuentan los contenidos de sus influencers con el fin de entretenerse, practicar con ellos

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

mismos, sus familiares o amigos, pero que tal práctica no interrumpe sus responsabilidades tanto del hogar como las educativas (colegio) y que, por el contrario, estos contenidos les ayudan a identificarse, a ser más productivos, empáticos, ampliar su círculo social y a estimular su creatividad e imaginación.

### **10.8 Preferencias de los adolescentes por los contenidos relacionados con la belleza.**

Los adolescentes se encuentran actualizados en cuanto a diferentes temas, tales como la belleza, la música, el diario vivir, el deporte y el entretenimiento, puesto que la mayoría de los entrevistados a la pregunta ¿Cuáles son los temas que comparten en sus publicaciones los influencers?, han respondido específicamente estas razones:

*“A ver, el primero sería eh, me gusta mucho los de pues belleza cierto. Entonces uno de primeros serían James Charle, que sería uno de los más importantes y el que más nos enseña como aprender, pues como todo el tema que en realidad nos gusta, belleza. También me gusta mucho los que son como, a ver, Luisa Fernanda W, me gusta mucho comparte muchas cosas. También me gusta mucho mmm Kimberly Loaiza, ella comparte más que todo el día a día, lo mismo que Kenia O, también comparte mucho como, que hacen al diario o como lo viven, como lo llevan y como llevan una vida social o una figura pública que está expuesto a diferentes personas y pues esos son más o menos los que más me importan o los que más conozco”.*  
(Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de septiembre de 2020).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

También es cierto que las redes sociales se encuentran expuestas una serie de ideales de belleza y por su fácil acceso, las personas pueden obtener más información. Ante esto, Balbi (Citado por Mejía, Calle y Orejuela, 2018) asume los ideales de belleza como:

Los patrones de la cultura que, como se ha mencionado anteriormente, proponen la perfección corporal y la modificación de la estética sin límites”. Esto es de gran importancia porque algunas personas pueden llegar a tomar estos ideales como pautas a seguir o como modelos de ejemplo que pueden tornarse como negativos si se vuelve algo constante en la vida de las personas. (p.6)

Se pudo observar que los entrevistados, especialmente las de sexo femenino y de 14 años, se interesan por el encanto de los contenidos publicados por sus influencers favoritos, utilizan mucho el maquillaje porque les gusta verse bellas, también todo lo que tiene que ver con cejas, pestañas postizas, peinados; priorizando el tributo al cuerpo y poniéndolo como tema central.

Se podría mencionar que han iniciado muy pronto este tributo, pero también es cierto que se encuentran construyendo su identidad y este tema de preferencia hace parte de este proceso identitario, no obstante, es importante tener en cuenta que esta situación hace parte de la concepción de la belleza en el mundo actual, lo cual ha generado que los adolescentes se adapten a este contexto.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Otro de los testimonios acerca de los temas de preferencia es el siguiente:

*"Las coloridas me gustan mucho, porque son muy divertidas y felices. El de las bromas y el de patinaje. De todo un poquito, videos de maquillaje, videos de bromas y videos de peinados. (Comunicación personal, Mujer; 13 años, 7 septiembre de 2020).*

Comparando el concepto de los autores y los testimonios de las entrevistadas, se puede afirmar que la mayoría de ellas, se encuentran muy interesadas en los temas de belleza y se ha convertido en un tema prioritario, puesto que en la actualidad utilizan este contenido como medio para mantenerse actualizadas en belleza y estética, además con el fin de generar ingresos económicos, puesto que este tema del maquillaje se encuentra de moda en el entorno social y por ende es un medio fundamental para generar ingresos.

Al respecto, una de las entrevistadas, indica que tiene mucha afinidad con los temas de maquillaje porque le gusta mucho estar de moda:

*"Pues de pronto lo que son de maquillajes porque a mí me gusta maquillarme mucho, entonces es como que miro un video y digo a y que chévere lo voy a repetir lo voy a recrear, eso es lo que más me gusta. (Comunicación personal, Mujer, 17 años, 4 de septiembre de 2020).*



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Los anteriores testimonios y el análisis de los mismos se relacionan con lo que autores como El Tiempo (citado por Mejía, Calle y Orejuela, 2018) afirman que:

Los jóvenes entre los 18-25 años son personas que se encuentran muy permeados por la sociedad al estar en una etapa de la vida donde se sienten más independientes y donde empiezan a vivir la vida rodeados de nuevas tecnologías y sus influencias, estas tecnologías muestran unos ideales de belleza o personas que los transmiten que pueden ser tomados como referencias que hacen creer que se deben seguir como ejemplo de vida (p.21).

En este sentido, las preferencias que poseen las adolescentes por la moda y la belleza, se han incorporado en su diario vivir, puesto que algunas ya cuentan con espacios donde pueden desarrollar estas actividades y con los materiales necesarios para ello (tocador y aro de luz<sup>1</sup>), además ya tienen clientes, reciben ingresos, puesto que le han asignado valor a sus servicios dependiendo de la actividad que vayan a realizar (queratina, pestañas postizas, uñas, maquillaje para fiesta o casual), entre otros y aspiran perfeccionar sus saberes frente a este tema.

---

<sup>1</sup> Aro de luz: "Un aro de luz es un equipo de iluminación que se utiliza en diversos campos como la fotografía, el cine, la grabación de videos y maquillaje. Los aros de luz, como su nombre lo indica tiene forma de anillo, son lámparas circulares". Tomado de <https://arodeluz.pro/#:~:text=Un%20aro%20de%20luz%20es%20un%20equipo%20de,permite%20proyectar%20la%20luz%20directamente%20sobre%20el%20> el día 12 de noviembre 2020.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Una de las entrevistadas, enuncia uno de su maquillaje preferido y además expresó que no tiene definido un total de ingresos dado que esto depende de la cantidad de clientas que la frecuenten dependiendo de sus necesidades mensuales, esto dice ella:

*“Nunca tengo definido pues es que no sé qué cantidad de personas vaya a maquillar, entonces eso lo que pasa, tu nunca tienes definido cuanto vayas hacer al mes, porque no sabes si este mes vas a maquillar a mucha gente o a poquita gente. Entonces eso es lo que pasa, yo por maquillaje estoy cobrando 25000 pesos, entonces pues ya eso depende qué cantidad de gente maquille al mes. (Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

A partir del anterior testimonio y de acuerdo al acercamiento que se tuvo con la adolescente, se puede concluir que esta actividad no interfiere en su vida estudiantil, ni demás hábitos que ella tiene incorporados, la estética es una actividad que ella disfruta, la entretiene y además por medio de ella puede recibir ingresos económicos.

Por otro lado, se identificó una influencia importante por parte de los creadores de contenido en la imagen corporal de los adolescentes, llevándolos a tener formas de vestir, peinados y maquillaje según las tendencias que muestran en sus contenidos, incluso se puede identificar como a temprana edad, las adolescentes maquillan sus rostros y se expresan al respecto con experticia:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“A ver, el de smoking, es un maquillaje pues de noche, ehh, muchos, sino que muchas veces no me inspiro casi de influencers sino de otras plataformas, uno ve muchos maquillajes en Instagram o en Facebook o en muchas plataformas que ahora existen”. (Comunicación personal Mujer 14 años, 7 Septiembre de 2020).*

*“Empecé a desarrollarlo y pues claramente pues acá estoy entonces si el no existiera o no lo tuviera es quizás no sabría del maquillaje, o no estaría creando un canal de YouTube, no estaría creando contenido para las personas, entonces yo creo que si como que influye un poquito que creara contenido y haberlo conocido”. (Comunicación personal Mujer 14 años, 04 Septiembre de 2020).*

*“Pues de pronto lo que son de maquillajes porque a mí me gusta maquillarme mucho, entonces es como que miro un video y digo a y que chévere lo voy a repetir lo voy a recrear eso es lo que más me gusta”. (Comunicación personal Mujer 17 años, 7 septiembre de 2020).*

Los influencers por medio de su contenido, imponen estándares de belleza a sus seguidores. En este caso, los adolescentes asumen como propios los estereotipos que ven en las redes sociales impactando la construcción de su identidad. Al respecto Sossa (citado por Antelo 2017) expresa:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Como uno de los resultados de la sociedad de consumo, se encuentra el discurso de un estereotipo de belleza física, que rige como un ideal al cual se debe llegar para ser considerado “bello”, instaurando necesidades artificiales con imposiciones desde el sistema de producción, como ser las multinacionales, la publicidad y la moda, entre otros, donde las necesidades pasan de ser “vitales” a “impuestas”, mostrando al consumo como el camino o la vía a la felicidad y al éxito social. (p.10)

Los entrevistados siguen diferentes influencers que promueven en sus publicaciones distintos estereotipos de belleza los cuales son adoptados por los adolescentes, entre ellos están Luisa Fernanda W, La Segura, James Charles, Kimberly Loaiza, Kenia Os, entre otros. Estos influencers publican en sus cuentas de redes sociales contenidos que muestran ropa, formas de vestirse, maquillaje, música y baile, al respecto algunos adolescentes expresaron:

*“En lo único que me ha influenciado es en lo de la ropa, en lo resto solo lo veo”.*  
(Comunicación personal Mujer, 13 años, 08 septiembre de 2020).

*“Pues diría yo que sí, pues uno siempre por medio de otra persona es que uno cambia, si me entiende, diría yo eso”.* (Comunicación personal Mujer, 14 años, 04 septiembre de 2020).

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Los adolescentes en la actualidad les gustan tener una buena apariencia, invierten dinero en su estética, buscan diferentes estrategias para modificar su apariencia física y a causa de esto el interés por la belleza aumenta día tras día a muy temprana edad. Hay que tener en cuenta también, que la belleza es una forma de cosificar el cuerpo humano, de convertirla en un objeto de consumo, una idea de belleza a la cual deben acomodarse las adolescentes en la actualidad.

Al respecto Álvarez, Bautista, Rodríguez y Rodríguez (2020) expresa:

Una consecuencia de dicha objetificación sexual es que las mujeres aprenden desde pequeñas a examinar minuciosamente su físico: experimentan la objetivación sexual por parte de otros, pero también se objetivan a ellas mismas persistentemente. Cuando las mujeres se auto-objetivan, internalizan la perspectiva del sujeto que observa su cuerpo, considerando su apariencia física como más importante para su autoconcepto que otros atributos como su salud, emociones o cogniciones (Bartky, 1990; Berger, 1972; de Beauvoir, 1952; Fredrickson y Roberts 1997; McKinley, 1998, 2006; McKinley y Hyde 1996). Asimismo, adoptando esta perspectiva del observador, ven su cuerpo como un objeto a ser mirado (Fardouly et al., 2015). (p. 6)

### **10.9 Influencers más recomendados por los entrevistados.**

Entre los influencers más recomendados por los entrevistados se mencionan los siguientes: de belleza y estética; James Charlie, Manuela Giraldo, Sofía Giraldo, Kimberly Loaiza, Kenia Os, Laura Mejía, Luisa Fernanda W, las coloridas; Roccibella, RosyMcMichael, quienes inspiran a algunas de las entrevistadas a seguir sus prácticas, actualizarse sobre todo lo que tiene

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

que ver con maquillaje, estética en general y además expresan que los motivan a realizar con éxito otras actividades de su vida cotidiana, como lo expresa una de las entrevistadas:

*“Entonces el primero sería James Charlie, que es el que más me gusta y del que más he aprendido. También me gusta mucho una que se llama Manuela Giraldo, con ella uno aprende demasiadas cosas y pues tiene muchos conocimientos y es muy formativa, entonces en realidad te aporta y te brinda muchos conocimientos sobre el tema que te gusta, por decir a mí, la belleza, entonces ella me aporta demasiado, entonces es una de las personas pues que más me gusta ver en estos medios. A ver, otro que me gusta es Kimberly Loaiza, que es una de las que más veo, también Kenia Oz. A ver otra que es Laura Mejía, ella comparte más o menos como es la experiencia es salones de belleza, en tiendas, en lugares de alta gama, de baja gama, baratos, si?, nos comparte más o menos como es el día a día en un salón de belleza o algo así. ¡¡¡A ver quién más... a bueno!!! Luisa Fernanda W prácticamente habla mucho de, pues ella da reflexiones, también canta, también nos ayuda como la belleza, hay sus tips y tipos de cositas así”. “El de, no los de James, cuando él nos. ¡Es que él literalmente enseña mucho, él es muy profesional en esto, entonces cada día muestra algo diferente y cómo hacerlo, entonces, pues es que no hay como uno en específico!”! “A bueno, James ehhhh, a ver, él es como un estilo diferente, pues, él se viste literal hay veces de mujer o de hombre, pues si me entiende? él está dentro de la comunidad LGTBI. Te voy a dar dos que frecuento mucho últimamente y las encuentras en YouTube, son Roccibella y Rosy McMichael”. (Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

La adolescente se mostró muy motivada por estos influencers, se identificó un interés particular en los contenidos relacionados con el maquillaje llevándola a adquirir los productos promocionados por James Charlie y aprender sus técnicas para replicarlas posteriormente.

Por otro lado, expresa que ha visto la diversidad como algo común y corriente, porque James Charlie pertenece a la comunidad LGTBIQ y que no tienen nada de diferente a las otras personas, que es algo muy normal en la sociedad y que además se ha aprendido aceptar.

Se pudo evidenciar el impacto que tiene este influencer para la construcción de la identidad de la adolescente, en la medida que presta demasiada atención a todos los productos, accesorios, vestimenta de él a tal punto de comprar estos artículos e incorporarlos a su estilo y utilizar el maquillaje que el influencer usa como referencia.

Así mismo, es importante mencionar que aparte de motivarlos a incorporar un estilo en cuanto a su aspecto físico, también es posible que los motiven a realizar otras actividades de su vida cotidiana como, por ejemplo, la manera en la que pueden mejorar sus notas en el colegio, como pueden lograr lo que se proponen en la vida, no escuchar los comentarios negativos, incorporar una rutina productiva, entre otras motivaciones. Al respecto se obtuvieron respuestas como, por ejemplo:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Nos ayudan a mejorar nuestras notas, como estudiar, como grabarnos el estudio, ósea, nos muestran literal más que todo cosas educativas”. “Entonces que nosotros no podemos dejar cerrarnos nuestra mentalidad o nuestra creatividad por una persona con vibras negativas o que no quiere vernos salir adelante, vernos triunfar, entonces que primero ante todo, nosotros estamos nosotros, luego las personas y ya hay sí, pues, abrir nuestra mente a nuevas oportunidades y ya de una vez nosotros estar seguros de lo que queremos realizar y pues decir para mí es muy importante, siempre he dicho, primero tú y después las personas, cierto. (Comunicación personal Mujer; 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

Realizando un recorrido por la plataforma YouTube, se analizó un video <sup>2</sup>de Sofía Giraldo una de las influencers favoritas de una de las entrevistadas y se encontró un video Titulado “Un día conmigo desde las 5 am”. En este video se puede observar como la influencers, inicia su rutina desde las 5:00 am, indicando en este, paso a paso como es su día, menciona en el video que le gusta meditar, escribir cartas y mensajes del universo, reflexionar, agradecer por el presente. Todas estas palabras las va mencionando mientras se maquilla, se peina, organiza su espacio y habla se sus publicaciones. Además, recibe como regalo una agenda del año 2021, para que inicie la planeación del año entrante. Es posible que el cambio de los hábitos o de los comportamientos de la entrevistada que se ha visto influenciada por la Youtuber.

Otra de las entrevistadas quien tiene como preferencia la música, recomienda a:

---

<sup>2</sup> Video un día conmigo desde las 5:00 AM: <https://www.youtube.com/watch?v=rTyUN0mvS24>



*"Algunos son como charli d' Amelio, hay también unos que está influenciado mucho a los adolescentes de hit hop coreano y hay muchas chicas que siguen y los influencia mucho en la forma de pensar y actuar, y en sus canciones hablan, así como para que las chicas tengan mejor autoestima y cuidado y así con los chicos, si a mí me gusta mucho, yo no entiendo la letra, pero hay muchas chicas que están aprendiendo coreano para poder entender, hay muchas.  
(Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

Este último testimonio fue relatado con un gesto de agradecimiento, es decir, la entrevistada se percibía contenta en la medida que podía avanzar con respecto a su timidez, pronunciaba gestos de agradecimiento para esta agrupación, puesto que como lo manifiesta, le han ayudado a aumentar su autoestima, su forma de pensar, ha descubierto sus gustos, identificado más su personalidad e identidad, la manera de expresarse, su vestimenta y su forma de ser en general. Por último, indica que ha percibido un cambio en ella en la medida que se ha apoyado en los influencers.

### **10.10 Influencers y confinamiento a partir de la pandemia del COVID – 19**

Cabe mencionar que como consecuencia y a causa del confinamiento por la emergencia sanitaria del COVID-19, que inicio en el mes de marzo del presente año, las familias se han visto en la necesidad de acudir a la virtualidad para ejecutar sus labores y al mismo tiempo han encontrado otras formas de comunicación y entretenimiento, entre ellas la redes sociales, quienes

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

han servido de esparcimiento y además han aportado a la incorporación de nuevos hábitos, como por ejemplo nos menciona una de las entrevistadas, quien afirma no tener vida social externa, sino que todos sus amigos se encuentran detrás de una pantalla y que además los influencers le han ayudado a adquirir nuevos hábitos en cuarentena que antes no tenía incorporados. Esto se evidencia en el siguiente testimonio:

*“Las redes sociales también son una forma de compartir y conocer nuevas personas. Hablamos también en el grupo de, pues, en realidad, es como si nos conociéramos, ósea, es como si estuviéramos frente e frente, muchas veces hacemos video llamadas, reuniones, entonces así nos preguntamos, como le fue en el cumpleaños?, entonces, ya es como si fuéramos amigos, ósea, literal, es como si yo le contara, ay!, mañana voy a ir a esta fiesta!, voy a ir entrenar y entonces preguntamos cómo le fue en el entrenamiento?, si le fue bien, es como ya establecer una amistad, ósea ya todos estamos juntos a pesar de no conocernos en persona”. (Comunicación personal, Mujer, 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

En cuanto a los hábitos que algunos de los adolescentes han adquirido durante la cuarentena una de las entrevistadas comparte:

*“Ella comparte como mejorar en el colegio, cosas de cómo darle regalos a la mamá, cómo organizar su cuarto, cómo es hacer algo productivo en esta cuarentena o*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*hacer manualidades; entonces ella nos muestra todo ese tipo de cosas. Ella nos muestra como pasar de no hacer nada en todo el día a pasar a ser super productivos, tener cambios en nuestro cuerpo, en la alimentación, en nuestra vida, pues!, ella es muy chévere porque nos muestra literal cosas que no acostumbramos a ver, ni hacer, ¿si me entiende? (Comunicación personal, mujer, de 14 años, 4 de Septiembre de 2020).*

Con relación al tema de la pandemia, Torres y García (2020) agregan que:

El 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró el virus COVID-19, conocido como “coronavirus”, como pandemia global (Sevillano 2020). Desde ese momento, y ya en semanas anteriores, fueron muchos los países que declararon el estado de alarma confinando a la ciudadanía en sus viviendas. España impuso esta situación el 14 de marzo (BOE 2020). El cierre de los ciudadanos en sus domicilios con movilidad limitada supuso que el tráfico de las redes sociales se disparara. Según datos de la consultora ComScore, solo durante el primer mes de confinamiento, el consumo de redes sociales aumentó un 55% (Sánchez 2020) y, de una forma más precisa “al aumentar los niveles de uso de las redes sociales como hábito recurrente (...) hay grandes posibilidades de que estas conductas (...) perduren después de la pandemia” (Reason Why 2020). Debemos tener en cuenta, por tanto, que nos enfrentamos a la primera pandemia global en un mundo hiperconectado (Sánchez 2020). (p.81)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Se puede deducir de los anteriores testimonios y además como lo soporta el relato del autor, que algunos de los adolescentes entrevistados han aumentado su interés por las redes sociales durante la cuarentena y que además han conformado amistades por medio digital que les permite mantenerse en contacto y compartir experiencias y modificar ciertos hábitos.

El aislamiento preventivo obligatorio ha llevado a las personas a refugiarse en las redes sociales como vía principal para la comunicación y más específicamente a los influencers como principales medios de consumo para los ciudadanos.

Al respecto, Gutiérrez y Pont (citado por Castello, 2020) agrega que:

A medida que pasan los días, el relato se vuelve más intenso, a la vez que se multiplican las stories, los post y los live. Son muchos los que comparten las dificultades que también están sufriendo. Como resultado, estamos viendo más creatividad, más sensibilidad y más cercanía en la estrategia de redes sociales de los influencers, aprovechando la oportunidad que brinda el confinamiento para mostrar nuevos registros comunicativos más cercanos y explorar habilidades desconocidas. (p.116)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

El confinamiento ha llevado a las personas a adoptar un cambio significativo en la forma de relacionamiento por los medios, ha aumentado el interés por la estética, el entretenimiento, los deportes, temas relacionados con la pandemia, manualidades, entre otras.

Por otro lado, es importante mencionar que algunos de los entrevistados admiran los gestos humanitarios que han tenido algunos de sus influencers favoritos en este tiempo de pandemia, con personas que realmente lo necesitan, como se describe en el siguiente testimonio:

*“Ella también es muy amable, en este tiempo de pandemia a intentado ayudar muchas personas, pues a todas las que lo necesitan o a las personas que han tenido problemas, ayudó a una chica de cáncer, le dio su casa, entonces ha sido muy amable con las personas que en verdad lo necesitan. Ella es humildad y carisma tiene muchas cosas que trasmitir”. (Comunicación personal, Mujer 14 años, 5 Septiembre de 2020).*

Ser visible en redes sociales, es uno de los aspectos que los influencer consideran más importantes en su rol como creadores de contenido, al respecto Eco (citado por Carillo y Rodríguez, 2019) refiere lo siguiente:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

El bien principal de esta generación es la visibilidad, donde ser reconocido es mucho más importante, y dónde siempre valdrá la pena hacer cualquier cosa con tal de ser vistos, ya sea por el tendero o el banquero, pues estar en el anonimato es espantoso e insoportable. (p.25)

Con respecto al tema de la pandemia y a la actuación de los influencers se puede decir que no solamente han sido actores fundamentales de entretenimiento, esparcimiento, guías para la incorporación de hábitos de vida saludables; sino también patrocinadores de obras o ayudas comunitarias como lo afirman los testimonios, no obstante es posible que dichas acciones los influencers las lleven a cabo con el objetivo de ser reconocidos y de esta manera conseguir más seguidores lo cual implica la obtención de mayores ingresos económicos.

### **10.11 Influencers no recomendados por los adolescentes.**

De acuerdo al relato de los entrevistados, se mencionan algunos de los influencers que no recomendarían que fueran visitados y los motivos que los llevaron a tener un argumento. Por ejemplo, una de las entrevistadas indica que:

*“Una es, Gina Calderón esa no la recomendaría a nadie, porque hace cosas que no van, que no me gustan, como sale vestida, como es tan grosera.”. (Conversación personal, mujer 13 años, 7 septiembre de 2020).*

*"Las páginas prohibidas, como no son cosas para nosotros los niños y que se puede presentar que a veces lo inviten a hacer cosas que no es tan bien y que los papás no saben, y es que estamos muy niños." (Comunicación personal, hombre 13 años, 10 septiembre de 2020).*

*"Mmm creo que Dalas Rebiew se mete en muchos escándalos es muy negativo, y ya no me gusta en un tiempo lo seguí, pero ya no, es muy grosero y pasa de escándalo en escándalo". (Conversación personal, Mujer 15 años, 4 septiembre de 2020).*

*"Hace nada se presentó un caso muy particular con un, bueno no es influencers, pero es Tik Toker que es algo muy parecido, solamente que es algo más corto. Él estaba pues como cobrando a los fans por un saludo y era un valor muy alto y por eso perdió como la humildad, ósea los fans ya no lo ven humilde, no lo ven como era antes, entonces pese a eso empezó a bajar rápido, ósea van como tres millones de seguidores en menos de una semana simplemente por cobrar por algo que nosotros somos los que se lo damos. (Comunicación personal Mujer 14 años, 4 septiembre de 2020).*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Lo anterior, según la percepción de los adolescentes da cuenta de la búsqueda de contenidos que les proporcionen información más instructiva o que se asemeje a sus personalidades. Como se mencionó en la muestra por conveniencia; los entrevistados son cercanos a nuestro entorno social y por ende se puede aportar un concepto más claro acerca de sus estilos, sus gustos, pero también de lo que no les agrada y por ende, se puede concluir que los influencers que no recomiendan no se ajustan a sus necesidades o no aportan a la construcción de su identidad.

### **10.12 Deseo de los adolescentes de ser influencers.**

Otro aspecto que es importante mencionar, es si hay o no un deseo por parte de los adolescentes de ser influencers algún día, y para ello, a la pregunta ¿En algún momento de tu vida has considerado ser un influencers?, La mitad de los entrevistados (seis) respondieron que no les gustaría serlo como se muestra en los siguientes testimonios:

*"He no, pues porque no me gustaría es muy esclavizante, para tener seguidores, tiene que estar uno ahí montados videos. "No me llama ese mundo, de estar ahí como de la fama y eso, no". (Comunicación personal, Hombre 14 años, 8 Septiembre de 2020).*



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*"No, porque la verdad soy un poco tímida, como que no se me daría bien hablar así, frente a las cámaras y así; como estoy contigo no."(Comunicación personal. Mujer 17 años, 7 Septiembre de 2020).*

Los entrevistados que no desean ser influencers, los frecuentan solo para entretenerse, aprender nuevas experiencias, como vivir el día a día, no lo ven como un proyecto de vida o es posible que los influencers no hayan creado tanto impacto en ellos como para que quieran seguir este oficio, al respecto una de las adolescentes expresó:

*"Lo hago y me divierto y me entretengo y más como por ser en un futuro como un trabajo, yo lo veo como lo que me entretiene y lo que me desestresa, en esos momentos en los que no tengo nada que hacer o lo puedo aprovechar en algo que es más productivo como quedarme acostada". (Comunicación personal, Mujer 14 años, 6 septiembre de 2020).*

Además de lo anterior, una de las adolescentes refiere no desear ser influencer puesto que frecuenta las redes sociales sin que interrumpan sus labores porque tiene un respeto frente a las responsabilidades en el hogar y a la autoridad de su madre y no quiere que ella la regañe, entonces cuando ve las publicaciones lo hace en sus tiempos libres y su madre se entera de los contenidos que frecuenta, la adolescente manifestó:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“No me gustaría, pues yo digo que uno sabe que tiene obligaciones y deberes y que ya después les saca el tiempo a los videos para divertirse, sino pues lo regañan a uno en la casa si no se hacen las cosas, si me entiende, yo diría pues aja”. (Comunicación personal, mujer 17 años, 7 de septiembre de 2020).*

Por el contrario, cinco de los adolescentes entrevistados, afirman que si desearían ser influencers algún día, en relación a esto compartieron los siguientes testimonios:

*"Si, por que ósea, me gustaría porque es alegre como los que gravan y no sentirme mal por lo que dicen los demás en los comentarios y tengo una amiguita que me dijo que yo solo servía para patinar, pero es que yo digo porque no puedo hacer las dos cosas, y bueno lo deje así". (Comunicación personal, mujer de 13 años, 7 Septiembre de 2020).*

*“Si, porque es una labor muy bonita para las personas, porque uno les puede transmitir un mensaje y que las personas lo sigan a uno y que sientan que alguien los cuida desde lejos, pues desde el otro lado de la pantalla”. (Comunicación personal, Mujer 14 años, 4 Septiembre de 2020).*

*“Si, porque la verdad si lo veo bueno, siempre que lo sigan a uno, compartir las cosas con los demás, pues lo que hace uno y le gusta”. (Comunicación personal, Mujer 13 años, 7 Septiembre de 2020).*

Podría decirse que estos adolescentes se identifican con este oficio dado que en sus formas de relacionarse se muestran muy sociables y extrovertidos, se desenvuelven de manera activa con su entorno social ya sea físico o digital, además quisieran afianzar su autoestima y seguridad en el logro de sus objetivos.

### **10.13 Percepción de los adolescentes frente a los influencers.**

En la actualidad gracias a los avances tecnológicos, surgen las redes sociales como medios para realizar diversas actividades tales como: crear grupos de conversación, encontrar pareja, crear el propio espacio en la red, entre otros. El interés central en esta categoría son los influencers y como son percibidos por los adolescentes en las redes sociales y para ello, se inicia dando claridad con un apartado del texto percepción social, escrito por Salazar, Montero, Muñóz, Sánchez, Santoro y Villegas (2012):

Las personas poseen características físicas observables al igual que los objetos, pero al percibir personas lo hacemos en función de una relación o transacción; ello implica que debemos hacer

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

inferencias sobre sus características y estados observables. Elaboramos expectativas respecto a los demás a partir de sus conductas manifiestas y suponemos la existencia de ciertos rasgos. Las acciones de los otros tienen para nosotros consecuencias. Tratamos de predecir el comportamiento de los demás y para ello el mecanismo de percepción es fundamental (p.80).

En relación a lo anterior los adolescentes describen su percepción con respecto al concepto que tienen de los influencers, algunos entrevistados los definen de la siguiente manera:

*"Son personas famosas que influyen en los demás". (Comunicación personal, mujer 15 años, 8 Septiembre de 2020).*

*"Una persona que influye en la sociedad a través de las redes sociales."*  
*(Comunicación personal, mujer 17 años, 07 Septiembre de 2020).*

*"Un influencers es una persona que comparte diferentes ideas, y se expresa de diferentes formas hacia las personas; eh, ayuda, a mostrar como otra vida con otras personas y hacemos una vida social más extensa. yo siento que es algo que nos abre a nuevas oportunidades, ósea ya por medio de las redes sociales te puedes dar a conocer, puedes ser actriz, puedes subir videos actuando y ya así la gente te va a conocer"*  
*(Comunicación personal, mujer 14 años, 04 Septiembre de 2020).*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*"Es una persona que sube videos, que dan sus opiniones, de temas importantes y que lo influncian con sus comentarios." (Comunicación personal, mujer 16 años, 10 septiembre de 2020).*

*"Pues los influencers últimamente son personas que influyen mucho ahora en jóvenes o niñas de diferentes edades literalmente, entonces ya existen muchas plataformas y muchas formas de conocer y estar por así decirlo comunicados con las personas; entonces los influencers ahora pues como que ya son algo de nosotros" (Comunicación personal, mujer 14 años, 07 septiembre de 2020).*

La mayoría de los entrevistados en sus testimonios mencionan la palabra influencia, dando a entender que son personas que impactan a los individuos que observan sus contenidos, por ejemplo; una de las entrevistadas relata que ya inició como influencer, motivada por sus creadores de contenido favoritos:

*"Si, ya soy influencers. A ver, yo estoy iniciando, pues estoy en proceso, mi idea es como llegar a ser más grande o pues sí, trasmitir como a más personas mis conocimientos, lo que sé y los que les pueda aportar y les pueda enseñar. Pues sí, siempre ellos son como una inspiración, más que todo como son tan grandes o tan conocidos, pues siempre uno se inspira o recrea o algo de ellos, a mí me encantan los*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*tutoriales de James Charlie de Manuela, entonces siempre uno intenta como imitar , pues si, como inspirarse” (Comunicación personal, mujer 14 años, 04 septiembre de 2020).*

En otro de los casos, un adolescente es influenciado en relación al deporte, su testimonio es el siguiente:

*“Yo veo eso para aprender, para jugar mejor y poder ganar cuando juego en mi equipo. Cuando entrevista jugadores y motiva a los jugadores para llegar a donde están ellos.” (Comunicación personal, hombre 14 años 9 Septiembre de 2020).*

### **10.14 Reconocimiento social de los adolescentes.**

Los adolescentes hacen referencia a la percepción que tienen sobre los influencer expresando que son personas reconocidas, con muchos seguidores y que comparten diversos contenidos y que dependiendo de ellos y del número de fans podrán alcanzar la fama. Al mismo tiempo afirman, que el reconocimiento trae consigo una serie de críticas, opiniones o apoyo y que este último aspecto, es lo que los motiva a seguir adelante.

Una de las entrevistadas menciona que:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*“Un influencers es compartir ideas y mostrar una nueva vida a otras personas, que no están dentro de nuestro círculo social. El influencers está expuesto a que las personas estén opinando, hablando y dándole decisiones a la gente: entonces como ellos son tan reconocidos, tienen que recibir muchas críticas u opiniones de la gente y ellos lo que verdaderamente les importa es la gente que los apoyan y los siguen y no las personas que generan que ellos caigan o que quieren que dejen de hacer eso que hacen. (Comunicación personal, Mujer; 14 años, 4 de septiembre de 2020).*

Con respecto a la fama, Castillo (2008), indica que:

La Fama, en la mitología romana es una diosa dotada de numerosos ojos y bocas que viaja a grandísima velocidad. Vive en un palacio de bronce donde resuenan las voces que penetran por mil aberturas. La fama es, así, en la concepción romana la mera reputación, la pura imagen, tanto buena como mala. Cuando se hace de Maquiavelo un puro defensor de la política como estrategia, parece que defenderá esta Concepción de la fama. Maquiavelo recoge el concepto romano de opinión, entendida como la (buena o mala) imagen que los demás tienen de uno. (p.104)

Como es sabido, el objetivo principal de los influencers en las redes sociales es obtener la fama por medio de sus seguidores, son ellos quienes por medio de sus likes o reproduciendo sus videos les aportan a la obtención de reconocimiento social. De acuerdo a los testimonios de los adolescentes entrevistados se puede concluir que la mayoría tiene una mirada puesta en los

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

objetivos que se proponen los influencers puesto que por medio de este oficio pueden alcanzar el reconocimiento social.

Al respecto, Martín (2020) expresa que:

De esta forma, los influencers son youtubers, instagramers, bloggers, tik tokers, entre otros. En resumen, todos los que tienen cierto reconocimiento en una red social, o en más, reciben el nombre de influencers. Por ejemplo, alguien que es famoso en Instagram no solo se define como un instagramer, sino también como un influencer. Se convierten en famosos porque tienen gran número de seguidores. La fama aumenta con el aumento de los seguidores en sus redes sociales.  
(p.22)

Con respecto a lo anterior algunas de las entrevistadas agregan lo siguiente:

*“Por medio de las redes sociales te puedes dar a conocer, puedes ser actriz, puedes subir videos actuando y ya así la gente te va a conocer. Nosotros somos YouTubers que apenas estamos creciendo, pues, todos somos pequeños, no hay ninguno que sea reconocido o famoso por así decirlo todos somos, pues, si, como principiantes en este tema. Entonces entre todos tratamos de ayudarnos, de salir adelante, de recomendarnos, entonces en mi red social yo recomiendo a mis amigos, mis amigos me*



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*recomiendan y se forma un vinculo entre todos". (Comunicación personal, mujer de 14 años, 04 Septiembre de 2020).*

*"A mí me interesa mucho el tema de las cámaras, de las redes sociales, como de compartir con la gente, entonces es algo que a mí me motiva, que yo me vea grande en un futuro, saliendo y que la gente me diga, tú eres mi inspiración, mi motivación o tu eres mi ídolo o algo así, entonces eso es algo muy chévere, pues que se siente cuando la gente dice algo así". "Me parece que el tema de los influencers es algo pues es algo que ahora como ya lo he dicho mil veces, es lo que esta super revolucionario" (Comunicación personal mujer de 15 años, 04 Septiembre de 2020).*

Por otro lado, es importante mencionar que los adolescentes consideran como cierto el mundo que proyectan los influencers en su contenido. Al respecto De la Piedra y Meana (2017) agregan que:

Gracias a las redes sociales los usuarios son capaces de mostrar a las personas que les siguen su día a día; sin embargo, es una realidad sesgada porque únicamente se refleja lo que cada quien desea compartir. Al final, se trata de causar una buena impresión en los demás. (p.450)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Con respecto a este comentario, se puede mencionar que los adolescentes entrevistados posiblemente son impactados por lo que observan en los contenidos publicados en las plataformas por parte de los influencers; pensando así que lo que se experimenta allí es una realidad y es factible que esto pueda inducirlos a realizar las mismas actividades que llevan a cabo los creadores de contenido.

Cabe mencionar nuevamente, que una de las adolescentes entrevistadas se encuentra iniciando su carrera de influencer y por tal motivo explica en uno de sus comentarios que para obtener reconocimiento social, primero hay que pasar por ciertos procesos; como por ejemplo pertenecer inicialmente a un grupo específico, a continuación se menciona el testimonio:

*“Si bueno, hay muchos YouTubers que crean contenido y crean como Tims, ¿si me entiende?, entonces ellos tienen como una comunidad, entonces dentro de esa comunidad tu te puedes suscribir a ella y ya haces parte por decir así decirlo del club amorcitos, el club lulotubers que muchas personas o llaman así o el tims de, por decir Kimberly tiene su logo que es la lindura mayor, ella es la más seguida de Mexico, tanto en Tik Tok como en YouTube; entonces ella tiene como su comunidad, nosotros somos como la familia de ella y ellos nos llaman así como, lindura mayor y hay otra que se llama Mariale, ella nos llama como los amorcitos, los lulotubers y si depende como de cada nombre, todos tienen como su logo original al llamarnos a nosotros, entonces sí. En el Tims de nosotros; nosotros somos YouTubers que apenas estamos creciendo, pues, todos somos pequeños, no hay ninguno que sea reconocido o famoso por así decirlo todos*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*somos, pues, si, como principiantes en este tema. Entonces entre todos tratamos de ayudarnos, de salir adelante, de recomendarnos, entonces en mi red social yo recomiendo a mis amigos, mis amigos me recomiendan y se forma un vinculo entre todos para ayudarnos y así crecer todos juntos”. (Comunicación personal Mujer, 14 años 04 Septiembre de 2020).*

De acuerdo con lo anterior se puede deducir que los adolescentes perciben que los influenciadores tienen una vida que les brinda estabilidad económica y emocional, que todo lo que observan es armónico y estable; pero poniendo como referencia los comentarios de una de las entrevistadas que ya inicio como influencer, se puede constatar que para obtener el reconocimiento social, primero deben de pasar por ciertos procesos que requieren de muchos esfuerzos y además tras de esa profesión existe una vida personal que no necesariamente debe coincidir con la que muestran en las camaras. Así mismo, la entrevistada explica que hay un líder que manipula sus contenidos y paga por ellos.

El siguiente testimonio lo confirma:

*“Hay como el líder, el que nos dice que hacer como otros, por decir hay, por así decirlo un canal, que recoge influencers y todos ya son grandes, él se llama Badur, pues si hay el líder, el creador, el que les paga los ingresos, entonces él es que les dice que tienen que hacer, que tienen que decir, como lo tienen que decir, que tienen que hacer y cómo lo deben de desarrollar,*

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

*dónde quién a que, pues si, él es que les dice paso a paso, él es como el de las reglas”*  
(Comunicación personal Mujer, 14 años, 4 Septiembre de 2020).

Con respecto a los anteriores testimonios se puede mencionar que la profesión de influencers debe pasar primero por un proceso que requiere de compromiso, dedicación y aprobación y que va ligado a otros aspectos que son ajenos a la creatividad de cada uno de ellos y que más bien es una profesión que requiere de vínculos sociales y financieros. Parece ser que la producción de estos contenidos y los procesos que requieren son desconocidos para la mayoría de sus seguidores, quienes suponen que es una vida formidable y fácil de llevar.

Dentro de este marco, ha de considerarse importante la apreciación de Duque (2019) con respecto a este tema, quien afirma que:

En la actualidad, YouTube cuenta con diferentes maneras de premiar a sus creadores de contenido y así motivarlos a que sigan creando videos para la plataforma, entre estos está el escalafón de seguidores con el cual se te otorga una placa marcada con el nombre de tu canal y la cantidad de seguidores que has llegado. Se te otorga una placa de plata al llegar a los 100.000 23 suscriptores a tu canal, una placa de oro al tener 1 millón y una placa de diamante al tener 10 millones de suscriptores. Son muy pocos los YouTubers que adquirieron la placa de Ruby al superar los 50 millones de suscriptores, siendo el primero en lograrlo PewDewPie, el actual creador de contenido con más seguidores en el mundo. A parte de este reconocimiento físico, YouTube te brinda otros

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

beneficios que terminan en ingresos económicos más altos por publicidad o visitas en el canal, pero 9 años atrás el tema era distinto. (p.23)

Con lo anterior se concluye que en la actualidad el reconocimiento social va ligado al deseo de generar ingresos económicos, que algunos generan contenidos por gusto pero que la mayoría lo hacen por negocio y que la mayoría de los adolescentes entrevistados no distingue a los influencers como empleados de las plataformas, sino como personas que logran la fama individualmente y de forma fácil.

### 11. CONCLUSIONES

Los creadores de contenido ganan un número de seguidores con el pasar del tiempo y a su vez obtienen ganancias económicas al pautar productos y servicios de diferentes entidades o empresas que pagan por la publicidad de los mismos, sin embargo, en su gran mayoría los adolescentes no perciben la labor de los influencers enmarcada en un ámbito laboral, puesto que consideran que lo publicado en sus redes sociales está relacionado con su vida personal; en su mayoría desconocen que los influencers son direccionados por una persona que les indica que hacer frente a lo relacionado en sus videos, lo cual implica que aspectos vinculados con la imagen que estructuran de sí mismos, esté manipulada por personas externas que se encuentran alrededor de los creadores de contenido.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Durante la investigación realizada se encontró que los adolescentes se identifican con sus influencers favoritos de diferentes maneras, en primer lugar el contenido publicado impacta de manera importante sus auto esquemas, puesto que la percepción que el adolescente tiene de sí mismo se encuentra referenciada por lo que muestra el influencer en su publicación, comenzando a imitar el lenguaje, la vestimenta, el maquillaje y los diferentes estilos de sus influencers; los adolescentes comienzan a estructurar una imagen de sí mismos a la luz de lo que pueden observar en el contenido publicado en sus redes sociales.

Del mismo modo, se pudo identificar que los adolescentes consideran que el estilo de vida, la forma de actuar y de pensar de los influencers, es congruente con su cotidianidad fuera de cámaras, en consecuencia se pueden interesar por comenzar un camino direccionado a conseguir las mismas comodidades y modo de vida que los influencers muestran en sus fotografías y videos, llevándolos a considerar ser creadores de contenido lo cual influye en la construcción de su identidad. Teniendo en cuenta que parte de este proceso consiste en estructurar su proyecto de vida, los adolescentes estarían estableciendo lo que quieren hacer y ser en su futuro basados en un personaje que estableció un rol ficticio para crear un perfil entorno a un mundo diferente al ambiente y la personalidad que el influencer tiene en su vida real.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Respecto al desarrollo social de los adolescentes, se encontró que actualmente la presencialidad no es la única forma de interacción, puesto que mediante las redes sociales, los adolescentes han encontrado diferentes maneras de vincularse con otras personas, incluso con aquellos a quienes no conocen de manera presencial y sostener estos vínculos a través del tiempo, adicionalmente los jóvenes identifican a los influencers como personas cercanas a ellos en los cuales pueden depositar su confianza. Siendo el ámbito social uno de los factores que hacen parte de la estructuración de la identidad adolescente, los influencers impactan de manera significativa este aspecto, puesto que esta población los considera una fuente de interacción social importante, los cuales consideran que suplen parte de sus necesidades en este aspecto al observar sus videos y replicar lo que ven en los contenidos publicados.

Del mismo modo, los influencers impactan de manera significativa en la necesidad de reconocimiento social de los adolescentes, puesto que la fama y la popularidad en las redes sociales son aspectos característicos de los influencers; los adolescentes visualizan un mundo de comodidades, reconocimiento y un estilo de vida que admiran y consideran que ser influencers, lo permite al generar notoriedad en la sociedad. Este fenómeno implica que algunos adolescentes muestren interés por ser influencers; adicionalmente debido a la importancia que los creadores de contenido le dan al reconocimiento social, se convierte en un factor que los adolescentes desean incorporar en su vida haciéndolo parte del desarrollo de su identidad. En consecuencia buscan reconocimiento a través de las publicaciones de fotos o videos de sí mismos que generan en sus plataformas digitales estableciendo el perfil que deseen proyectar a su entorno social.

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

En relación a la estructuración de la imagen que los adolescentes tienen de sí mismos, también existe una influencia importante por parte de los creadores de contenido, puesto que los influencers establecen estándares de belleza específicos, modas y estilos de maquillaje, lo cual delimita la manera como los adolescentes, en especial el género femenino, quieren verse a partir de los contenidos que visualizan en las redes sociales. En este aspecto, se pudo evidenciar además, que las adolescentes a temprana edad, tienden a considerar el maquillaje como parte importante de su imagen corporal, además de tener la necesidad de acicalar su rostro con las mismas técnicas que los influencers proyectan en sus contenidos. En consecuencia los influencers son una referencia en cuanto a la manera como se deben de ver físicamente ante los demás para sentirse bien consigo mismas.

Por otro lado, se pudo indentificar que los adolescentes observan los contenidos de sus influencers favoritos con una frecuencia significativa, encontrándose que invierten una gran cantidad de tiempo en esta actividad, se enteran de las publicaciones nuevas en redes sociales lo cual implica que las visiten a diario y en varios momentos del día. En algunos casos no afecta otras áreas de su vida como el ámbito académico, familiar y de autocuidado, sin embargo, existen otras situaciones en las cuales, observar los contenidos de los influencers, es prioridad ante otras actividades. Frente a esto se puede decir que los adolescentes han disminuido las actividades presenciales y además de esto, en algunos casos existe poco control interno y externo a la hora de ver los contenidos publicados en las redes sociales.



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Se debe agregar además, que durante el confinamiento debido a la pandemia del COVID – 19, el uso de las redes sociales y la visualización de contenidos de los influencers aumentaron en esta población, puesto que los jóvenes obtuvieron diversión e ideas para estar en casa, lo cual implicó que el tiempo que los adolescentes invierten en esta actividad, aumentara significativamente, lo cual ha generado que los creadores de contenido, tengan mayor influencia en los adolescentes, puesto que para realizar actividades o tener opciones durante el confinamiento, acudieron a sus contenidos; en consecuencia se puede evidenciar que los influencers son una referencia importante y significan para los adolescentes, una fuente de información relevante en diferentes aspectos y momentos de su vida.

Por último, se puede concluir que los influencers tienen un alto impacto en la identidad adolescente, puesto que se han convertido en un referente para ésta población. Los creadores de contenido establecen un escenario en el cual los adolescentes se sienten cómodos y reconocidos, admiran y equiparan su personalidad y su imagen corporal a lo proyectado por los influencers en sus diferentes plataformas digitales, aspecto que impacta la percepción y el valor que tienen de sí mismos, además de su forma de pensar, las actividades que deben realizar, como deben verse y la manera de socializar.

## 12. ANEXOS

## 12.1 Anexo 1.

Consentimiento informado

### CONSENTIMIENTO LIBRE, PREVIO E INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es comprender el impacto que tienen los “influencers” en la construcción de la identidad de los adolescentes entre los 12 y 17 años residentes en el departamento de Antioquia. Si usted accede a permitir participar en esta investigación a su hijo o hija, se le pedirá a él o ella responder algunas preguntas, esto le tomará aproximadamente treinta (30) minutos de su tiempo. Lo que se converse durante estas sesiones se grabará, de modo que se puedan transcribir después las ideas que su hijo o hija haya expresado.

La participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni mental para usted ni para su hijo o hija, y se tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar su salud e integridad física. Así mismo, debe saber que los posibles riesgos implicados en la participación se refieren a la incomodidad personal que pueden causar algunas de las preguntas, sin embargo, todas las cuestiones planteadas son de carácter opcional, así que su su hijo o hija

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

está en la libertad de no responder en el caso de que así lo estime conveniente, además puede retirarse de la entrevista en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

La participación de su hijo o hija en esta investigación es estrictamente libre y voluntaria. La información que se recoja no se usará para ningún otro propósito fuera de cumplir el objetivo de este estudio. Sus respuestas a la entrevista, así como las grabaciones que se recolecten, serán utilizadas única y exclusivamente con fines académicos y la difusión de los mismos se realizará a través de informes científicos. Las publicaciones no incluirán su nombre ni ninguna otra información que permitiría identificar a su hijo o hija personalmente, conservando su anonimato y resguardando la confidencialidad de la información tanto de la familia como de los adolescentes participantes en este estudio. Por otra parte, la participación en este estudio no involucra pago o beneficio económico alguno a su favor.

De tener preguntas sobre la participación de su hijo o hija en este estudio, puede contactar al Investigador encargado del proyecto. Cuyos datos son los siguientes:

Nombre del Investigador Responsable:

Correo Electrónico:

Teléfono / Celular:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Una vez leído y comprendido lo anterior:

1. Declaro que he leído la anterior información, que entiendo su contenido y que estoy de acuerdo en participar voluntariamente en esta investigación.

Firma del padre o madre del participante:

Nombre del Participante:

Fecha:

Lugar:

Anexo 2. Entrevista semiestructurada

Fecha: ---/---/----

Nombre del entrevistado:

# IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

## 1. Datos sociodemográficos (Caracterización).

Nombre completo:

Tarjeta de identidad:

Edad:

Fecha de nacimiento:

Lugar de nacimiento:

Sexo:

Nivel educativo:

Municipio de residencia:

Dirección de residencia:

Número de personas viven en el hogar:

Número que ocupa entre los hermanos:

Tipología Familiar:

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

### 2. Percepciones sobre los “influencers”

¿Para ti que es un “influencers”?

¿Podrías mencionarme cuáles son los “influencers” más importantes que conoces?

¿Qué te anima a seguirlos?

¿Qué actividades desarrollan en sus videos los “influencers”?

¿Cuál es la importancia de los “influencers” para la sociedad en general?

¿Cuál es la importancia de los “influencers” para los adolescentes en particular?

### 3. Preferencias en temas compartidos por los “influencers”

¿Cuáles son tus “influencers” favoritos? ¿Podrías mencionarlos en orden de importancia?

¿Desde cuándo sigues las publicaciones de estos “influencers”??

¿Cuáles son los temas que comparten en sus publicaciones los “influencers”?

¿De todos los videos que has visto realizados por los “influencers” ¿Cuáles son los que más te gustan y por qué razones?

4. Influencia en el comportamiento

¿Has realizado alguna actividad para identificarte con los “influencers”? sí, no ¿Cuáles?

¿Cuáles son las características personales de tus “influencers” favoritos?

¿Te identificas con esas características? ¿Por qué razones?

¿Qué aspectos de los contenidos de los influencers no te gustan?

¿De qué manera crees que aportan los influencers en tu vida?

¿Consideras que seguir a estos “influencers” ha influido en tu conducta? sí, no. Si han influido en tu comportamiento ¿de qué manera lo han hecho?

¿Qué has imitado de los contenidos compartidos por tus influencers favoritos? En caso de que si,

¿Cómo te has sentido?

¿Has recomendado a tus amigos que sigan algún “influencers”? ¿sí, no por qué?

¿Cuáles de los “influencers” que conoces que nos recomendarías y por qué?

¿Con que frecuencia ves los contenidos de tus “influencers” favoritos?

¿En algún momento de tu vida has considerado ser un “influencers”? Sí, no ¿Por qué?

¿Piensas que al seguir a un “influencers” te hace parte de algún grupo especial?

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

¿Cuál ha sido tu experiencia? En caso de responder no, ¿considerarías hacerlo?

¿Si tu “influencer” favorito no existiera crees que cambiaría tu forma de ser, ¿sí, no? por qué?

¿El hecho de seguir a los “influencers” ha modificado tus hábitos?

¿Consideras que los contenidos de los “influencers” han cambiado tu forma de pensar?

¿Consideras importante seguir a un “influencer”? Sí, no, ¿por qué?

### 13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Acevedo Torres, L. A., & Montaña Saavedra, Y. M. (2020). *Los influenciadores digitales como estrategia publicitaria para las marcas*. Recuperado de: <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/2959>

Alvarado Sud, J. H. (2018). *Influencia de los youtubers ecuatorianos en la conducta social de los adolescentes de 15 a 17 años del colegio Harvard de la Alborada en la ciudad de Guayaquil (Tesis pregrado)*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de : <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2134>

Anónimo. (1/18/2020). *El fenómeno de la aplicación TikTok*. Revista Semana. Recuperado de:

<https://www.semana.com/economia/articulo/que-es-tiktok-y-por-que-es-un-fenomeno/648442/>

Antelo Gutiérrez, M. (2017). *Expresión de la subcultura de la belleza física alternativa en Instagram: El papel de los influencers*. Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura, (23), 09-22. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2306-86712017000200002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2306-86712017000200002&script=sci_arttext)

Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos*. Revista Médica Clínica Las Condes, 26(1), 7-13. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>

Bañuelos, J. (2009). *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*. Razón y palabra, 14(66). Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520908014>



## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

- Bautista Chuquivilca, A. B. (2018). *Influencia de contenidos de youtubers Latinoamericanos en la identidad social de adolescentes de un colegio de Chosica, 2018*. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40127>
- Bautista Pérez, L. B., & Alonso Álvarez, A. (2020). *Consecuencias de la cosificación: ¿Me siento mujer o me siento objeto?* Recuperado de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/20456/Consecuencias%20de%20la%20cosificacion%20%C2%BFMe%20siento%20mujer%20o%20me%20siento%20objeto.pdf?sequence=1>
- Benítez Tirado, A., & Navas Ortega, V. (2016). *El fenómeno fan y la figura de influencers en redes sociales*. Recuperado de : <file:///C:/Users/user/Downloads/TFG-DEFNITIVO-4.pdf>
- Berzosa, M. (2017). *Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*. Madrid: Fundación Telefónica. Recuperado de: [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=Youtubers+y+otras+especies.+&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Youtubers+y+otras+especies.+&btnG=)
- Biblioteca Rafael García Herreros. Sede principal, EJERCICIOS PRÁCTICOS NORMAS APA EDICIÓN NÚMERO 6. (2013):[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7228/Presentaci%c3%b3n\\_Normas%20APA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/7228/Presentaci%c3%b3n_Normas%20APA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bordignon, Nelso Antonio. *El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto*
- Borrás Santisteban, T. (2014). *Adolescencia: definición, vulnerabilidad y oportunidad*. *Correo Científico Médico*, 18(1), 05-07. Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s1560-43812014000100002&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s1560-43812014000100002&script=sci_arttext&lng=pt)
- Cáceres, G., Perea da Silva, T., Vázquez, M., & Torres, M. G. (2017). *El Impacto de los influencers de Instagram en la decisión de compra de indumentaria de los jóvenes (Doctoral dissertation, Universidad Argentina de la Empresa)*. Recuperado de: <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/6331/Torres.pdf?sequence=1>
- Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Señán, G., & Ruiz San Román, J. A. (2017). *Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital*. *Historia y comunicación social*, 22(1), 233-247. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/43558/>
- Camilo Plata Caviedes, J. (2007). *Investigación cualitativa y cuantitativa: una revisión del qué y el cómo para acumular conocimiento sobre lo social*. *Universitas humanística*, volumen (64), (215 – 226). Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n64/n64a10.pdf>
- Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). *Redes sociales y relaciones interpersonales en internet*. *Fundamentos en humanidades*, 12(24), 219-229.. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf>
- De la Piedra, E. S., & Meana, R. J. (2017). *Redes sociales y fenómeno influencer. Reflexiones desde una perspectiva psicológica*. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 75(147), 443-469. Recuperado de: <https://fund-encuentro.org/index.php/miscelaneacomillas/article/view/8433>

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

- Díez, J. P. (2010). *La aportación a la psicología social del interaccionismo simbólico: una revisión histórica*. *EduPsykhé: Revista de psicología y psicopedagogía*, 9(1), 23-42. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3268858>
- Duque Vargas, J. D. (2019). *Cómo llegar a la fama sin morir en el intento*. Recuperado de: [file:///C:/Users/user/Downloads/La%20relacion%20de%20los%20influencers%20con%20los%20medios%20de%20comunicacion%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/La%20relacion%20de%20los%20influencers%20con%20los%20medios%20de%20comunicacion%20(1).pdf)
- Fernández-Bustos, J. G., González-Martí, I., Contreras, O., & Cuevas, R. (2015). *Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes*. *Revista latinoamericana de psicología*, 47(1), 25-33. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0120053415300030?via%3Dihub>
- Freire, F. C. (2008). *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales*. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Gaete, Verónica. (2015). *Desarrollo psicosocial del adolescente*. *Revista chilena de pediatría*, 86(6), 436-443. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.1016/j.rchipe.2015.07.005>
- González Gómez, O. (2018). *Apropiación y hábitos de consumo de jóvenes en Colombia frente al contenido de los youtubers*. *Dixit*, (28), 12-21. Recuperado de: [http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912018000100012&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912018000100012&script=sci_arttext&tlng=en)
- Gómez, P. A. B., & Forero, L. C. F. (2019). *El éxito de los Youtubers: cuando la influencia digital y el branding personal convergen*. *Publicidad: Revista Latinoamericana de Publicidad*, 7(1), 13-34. Recuperado de: <https://go.gale.com/ps/anonymou?id=GALE%7CA584852044&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&iissn=24221619&p=IFME&sw=w>
- Gómez Pereda, N. (2014). *Youtubers: fenómeno de la comunicación y vehículo de transmisión cultural para la construcción de identidad adolescente*. Recuperado de: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4901/GomezPeredaNoemi.pdf>
- Grillo, O. (2008). *Internet como un mundo aparte e internet como parte del mundo*. *Ciberoamérica en red: Escotomas y fosfenos*, 2. Recuperado de: [http://esterkaufman.com.ar/wp-content/uploads/2010/02/ogrillo\\_revista\\_observatorio\\_5-21.pdf](http://esterkaufman.com.ar/wp-content/uploads/2010/02/ogrillo_revista_observatorio_5-21.pdf)
- Gutiérrez-Rubí, A., & Pont-Sorribes, C. (2020). *Comunicación política en tiempos de coronavirus*. Barcelona: Cátedra Ideograma-UPF de Comunicación Política y Democracia. Recuperado de: [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=comunicaci%C3%B3n+pol%C3%ADtica+en+tiempo+s+de+coronavirus&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=comunicaci%C3%B3n+pol%C3%ADtica+en+tiempo+s+de+coronavirus&btnG=)

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

- Martín Suárez, L. (2020). *La relación de los influencers con los medios de comunicación*. Recuperado de: [file:///C:/Users/user/Downloads/La%20relacion%20de%20los%20influencers%20con%20los%20medios%20de%20comunicacion%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/La%20relacion%20de%20los%20influencers%20con%20los%20medios%20de%20comunicacion%20(1).pdf)
- Mejía Calle, D. (2018). *Representaciones sociales sobre ideales de belleza en redes sociales y su relación con el autoconcepto físico: estudio de caso con jóvenes universitarias de la ciudad de Medellín (Bachelor's thesis, Psicología)*. Recuperado de : [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13816/Daniela\\_MejiaCalle\\_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13816/Daniela_MejiaCalle_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Merlinsky, Gabriela *La entrevista como forma de conocimiento y como texto negociado: notas para una pedagogía de la investigación. Cinta de Moebio (en línea)*.2006, (27),27-33 (fecha de consulta 5 de Junio de 2020). ISSN. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10102703>.
- Lara Cárdenas, J. A., & Fonseca Fonseca, A. S. (2018). *Todo un reto: mirada crítica al fenómeno youtuber en Colombia*. Recuperado de: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/8847/1/LaraCardenasJenniferAndrea2018.pdf>
- LAWERENTZ, A. H. *INFLUENCERS:" LOS NUEVOS COMUNICADORES EN LAS REDES SOCIALES*. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/publijrccfuente/TESIS/2018/05/01/Harders-Andrea.pdf>
- Llano García, A. (2018). *Marketing de influencias, la nueva era del consumo*. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/79363>.
- López, C. B., & RODRÍGUEZ-CÁRDENAS, D. E. (2014). *Percepción de amistad en adolescentes: el papel de las redes sociales*. *Revista colombiana de psicología*, 23(2), 325-338. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/804/80434236007.pdf>
- [Lozano Vicente, Agustín teoría de teorías sobre la adolescencia. última década \[en línea\]. 2014, \(40\), 11-36\[fecha de consulta 14 de noviembre de 2020\]. issn: 0717-4691. Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/195/19531682002.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/195/19531682002.pdf)
- Orihuela-Colliva, J. L. (2008). *Internet: la hora de las redes sociales*. Recuperado de: [https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/2962/1/nueva\\_revista\\_08.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/2962/1/nueva_revista_08.pdf)
- Oropesa, M. P., & Sánchez, X. C. (2016). *Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram*. *Communication Papers*, 5(09), 27-36. Recuperado de: <file:///C:/Users/User/Downloads/22069-26004-1-PB.pdf>
- Pastor, Y., Balaguer, I., & García-Merita, M. L. (2000). *Estilo de vida saludable en la adolescencia media: análisis diferencial por curso y sexo*. *Revista de Psicología de la Salud*, 12(2), 55-74. Recuperado de: <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/psicologiasalud/article/view/791>

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

- Patiño L.(2020).colombianos en redes sociales: más móviles y más video. *El tiempo*, Recuperado de:  
<https://www.eltiempo.com/tecnosfera/apps/redes-sociales-mas-usadas-en-colombia-segun-comscore-483768>
- Pérez, M. (2006). *Desarrollo de los adolescentes III, identidad y relaciones sociales*. Antología de lecturas, 21-105.  
Recuperado de:  
[http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/Libros\\_Adolescenci\\_a.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/Libros_Adolescenci_a.pdf)
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). *Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente*. Recuperado de : <https://212.128.240.21/handle/10115/15249>
- Pindado, J. (2006). *Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente*. Recuperado de:  
<https://addi.ehu.es/handle/10810/40920>
- Puentes, A. P. R., & Parra, A. F. (2014). *Relación entre el tiempo de uso de las redes sociales en internet y la salud mental en adolescentes colombianos*. *Acta colombiana de psicología*, 17(1), 131-140. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/798/79831197013.pdf>
- Quecedo, Rosario, Castaño, Carlos *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*.<sup>o</sup>*Revista de Psicodidactica (en línea)* 2002, (14), 5-39 (fecha de consulta 4 de Junio de 2020). ISSN:1136-1034. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>
- Redes sociales. ( 2/6/2020). *Influencers: el negocio del mercadeo en redes sociales*. *Revista Dinero*. Recuperado de  
<https://www.dinero.com/empresas/articulo/cuanto-ganan-los-influencers/281396>
- Revista Lasallista de Investigación*, vol. 2, núm. 2, julio-diciembre, 2005, pp. 50-63. Corporación Universitaria Lasallista. Antioquia, Colombia. Recuperado de: <http://repository.lasallista.edu.co/dspace/handle/10567/384>
- Rodríguez, D. E. A., & Hung, E. S. (2010). *Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook*. *Zona próxima*, (12), 190-207. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=85316155013>
- Rodríguez Leal, S., & Carrillo Pacheco, M. C. (2019). *Los Fake Influencers: en redes sociales como en la vida real no todo lo que brilla es oro*. Recuperado de:  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50198/Los%20Fake%20Influencers%2c%20En%20las%20redes%20sociales%20como%20en%20la%20vida%20real%20no%20todo%20lo%20que%20brilla%20es%20oro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Roldán, M. (2015). *Antecedentes sobre el uso de Facebook en adolescentes*. Recuperado de:  
[https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/7529/1/trabajofgrolدان\\_1\\_0.pdf](https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/7529/1/trabajofgrolدان_1_0.pdf)
- Ruiz-Corbella, M., & Juanas-Oliva, Á. (2013). *Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia*. Recuperado de: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/34734>

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

- Salazar, J., Montero, M., Muñoz, C., Sánchez, E., Santoro, E., & Villegas, J. (2015). *Percepción social*. Recuperado de: [http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/1059/264\\_3.pdf?sequence=1](http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/1059/264_3.pdf?sequence=1)
- Scharager, J., & Reyes, P. (2001). *Muestreo no probabilístico*. Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología, 1-3. (muestreo no prbabilistico). Recuperado de: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31715755/muestreo.pdf?1376397424=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia\\_de\\_la\\_Investigacion\\_Escuela.pdf&Expires=1605478406&Signature=dwHBgpHpvlPPGv895x7IISyav695EwSfrBvSarXKWXJ62AOXsGS2MMRbmC5BF6k](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31715755/muestreo.pdf?1376397424=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia_de_la_Investigacion_Escuela.pdf&Expires=1605478406&Signature=dwHBgpHpvlPPGv895x7IISyav695EwSfrBvSarXKWXJ62AOXsGS2MMRbmC5BF6k)
- Tamayo, G. (2015). *Diseños muestrales en la investigación. Diseño no probalístico y por conveniencia*. Recuoerado de: <http://udem.scimago.es/index.php/economico/article/view/1410>
- Tobinson Torres, M. P., & Páez Salemi, S. E. (2008). *Qué es la web*. Recuperado de: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33054442/Queeslaweb2.0.pdf?1393056460=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DQue\\_es\\_la\\_Web\\_2\\_0.pdf&Expires=1605478774&Signature=BHsHJrfloeJzhH2H3cl92qyDzRhj~IV~LVGB7g2IIB19V4d6B0YPavywjiRHTByZ-x~keCsBsLm9pNsM7-fHcot6LDwsH3PS05XI1wlbCsyawf51MnvzNH03CSA0mvRtwUzfW55aalNnIg3Fghy~A~x1ChNEFZBb02S5M-vu93pCPpMKaqezFeHvMOvh9erXMHDbIZcfWkAitaTgwIC8eYKsj5R84-uew0LyK7u-DdyuJ9Q2nolg5dHqOWor23L0kywU5nEb4c5Ras9CO64LM0Hie5A11uhSffK467a9png7d~btMnlkgLECFq2odalZLOyM89ddcuGYiz25zuhrO\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33054442/Queeslaweb2.0.pdf?1393056460=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DQue_es_la_Web_2_0.pdf&Expires=1605478774&Signature=BHsHJrfloeJzhH2H3cl92qyDzRhj~IV~LVGB7g2IIB19V4d6B0YPavywjiRHTByZ-x~keCsBsLm9pNsM7-fHcot6LDwsH3PS05XI1wlbCsyawf51MnvzNH03CSA0mvRtwUzfW55aalNnIg3Fghy~A~x1ChNEFZBb02S5M-vu93pCPpMKaqezFeHvMOvh9erXMHDbIZcfWkAitaTgwIC8eYKsj5R84-uew0LyK7u-DdyuJ9Q2nolg5dHqOWor23L0kywU5nEb4c5Ras9CO64LM0Hie5A11uhSffK467a9png7d~btMnlkgLECFq2odalZLOyM89ddcuGYiz25zuhrO_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- TORRES-ROMAY, E. M. M. A., & MIRÓN, S. G. *Influencers y coronavirus. Los contenidos sobre la pandemia COVID-19 en las publicaciones de prescriptores de redes sociales en España (2020): el caso de Instagram*. Recuperado de: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-09/O46\\_Torres\\_GaMiron\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-09/O46_Torres_GaMiron_ES.pdf)
- TS- *Lineas de investigación v 5.PDF* Recuperado de: <http://www.uniminuto.edu/documents/991974/13334355/TS+-L%C3%ADneas+de+investigaci%C3%B3n+v+5.pdf/2a3efe96-ed74-427f-ac8f-44a948e40b8a?version=1.0>
- Vegas, J. L. C. (2008). *Fortuna, virtud y gloria consideraciones sobre la moral Republicana de Maquiavelo*. *Praxis Filosófica*, (26), 93-109. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pafi/n26/n26a06.pdf>
- Vélez, O., Galeano, M., (2002). *Investigación Cualitativa Estado del Arte*. *osemramon.com.ar/wp-content/uploads/Estado-Del-Arte-Sobre-Fuentes-Documentales-en-Investig-Cualitativa.pdf*. Recuperado de: <http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Estado-Del-Arte-Sobre-Fuentes-Documentales-en-Investig-Cualitativa.pdf>
- Vielma, E. V., & Salas, M. L. (2000). *Aportes de las teorías de Vygotsky, Piaget, Bandura y Bruner. Paralelismo en sus posiciones en relación con el desarrollo*. *Educere*, 3(9), 30-37. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/356/35630907.pdf>

## IMPACTO DE LOS INFLUENCERS EN LA IDENTIDAD DE LOS ADOLESCENTES

Woolfolk, A. E. (1996). *La obra de Erikson. Antología de lecturas*, 29. Recuperado de:

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38465709/Libros\\_Adolecencia.pdf?1439477428=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLibros\\_Adolecencia.pdf&Expires=1605479609&Signature=R6-tmaelF3~DwZI94XsA7AHVhTXnH-NjNgGXRhBxqOE88mmvxxmv7ntGn7vrn0~xM7HUVZRZP4zx9h41GQQccAlueDBgSyrqiBItMopC4bJpo71biwZcWg1fXcJ4tNR6Rckaguq2KIN24YEzwMrCqH4C3A9sDkl9Gt6BNow8pHavdjDpNZuHumcHj4GyoogypJtp2y1rq8F2YiqT94H8gI93xZVYK3sUGF4XnhTi95Yn94EffTzoEZu0JSUm0G7RFdwrBeUYXKjAkR3qRgD9GRXbFfNncng8Fiq~2gWTIoQc0KpfYSKbsrWoq6tuI7y9rEshgGC-SkOT9HGgKcUnUA\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=29](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38465709/Libros_Adolecencia.pdf?1439477428=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLibros_Adolecencia.pdf&Expires=1605479609&Signature=R6-tmaelF3~DwZI94XsA7AHVhTXnH-NjNgGXRhBxqOE88mmvxxmv7ntGn7vrn0~xM7HUVZRZP4zx9h41GQQccAlueDBgSyrqiBItMopC4bJpo71biwZcWg1fXcJ4tNR6Rckaguq2KIN24YEzwMrCqH4C3A9sDkl9Gt6BNow8pHavdjDpNZuHumcHj4GyoogypJtp2y1rq8F2YiqT94H8gI93xZVYK3sUGF4XnhTi95Yn94EffTzoEZu0JSUm0G7RFdwrBeUYXKjAkR3qRgD9GRXbFfNncng8Fiq~2gWTIoQc0KpfYSKbsrWoq6tuI7y9rEshgGC-SkOT9HGgKcUnUA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=29)