



Impacto de los influencers en el pasaje adolescente y su relevancia
publicitaria

Licenciatura en Publicidad
Facultad de Arquitectura
María de los Milagros Rilova Salazar
Matricula: 149057

Tutor: Ezequiel Nuñez

Universidad de Belgrano
Zabala 1837
Ciudad Autónoma de Buenos Aires- Argentina Tel: 011-4788-5400 int. 2533

Índice:

1 - Introducción

- Planteo
- Tema
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- Justificación
- Ordenamiento general del trabajo

2 - Capítulo I Antecedentes

3 - Capítulo II – Marco teórico:

I. Definición de los influencers

- A. Tipos de influencers
- B. Características de los influencers
- C. Funciones de los influencers

II. La adolescencia

- A. Definición de la adolescencia
- B. Características de la adolescencia
- C. Desarrollo psicológico y social en la adolescencia

III. La influencia de los influencers en los adolescentes

- A. Motivaciones para seguir a los influencers
- B. Efectos de la influencia de los influencers
 - 1. Efectos positivos
- C. Factores que influyen en la magnitud de la influencia de los Influencers

IV. Teorías de la influencia social y psicológica

- A. Teoría del refuerzo social
- B. Teoría del procesamiento de la información
- C. Teoría del aprendizaje social

4 - Capítulo III – Marco metodológico:

- I. Tipos de investigaciones
 - A. Enfoques de la investigación

B. Criterios de inclusión y exclusión

C Recolección de datos

5- Capítulo III – Análisis de datos

6 - Conclusión

Introducción

Planteo:

Existen varias razones por las cuales los influencers impactan en los adolescentes; pasamos a considerarlas:

1. **Identificación:** Este es un aspecto clave que vamos a abordar en el trabajo. Los adolescentes suelen buscar modelos o referentes con los que puedan identificarse. Los influencers exhiben estilos y personalidades muy similares a la de los adolescentes "estándar". Comparten las mismas preocupaciones, errores e inseguridades, y muchos de ellos manejan estas situaciones con humor, es decir, se ríen de sí mismos. En sus historias, posteos, suelen superar las dificultades que sus seguidores también enfrentan, y lo hacen a través de valores implícitos como ser amables, considerados y tolerantes. Logran combinar la comicidad con la autenticidad, aceptando quiénes son y resolviendo sus propios errores a su propio ritmo. Además, se comprometen con actividades, causas o proyectos que les parecen significativos. Al ver estas actitudes en los influencers, los jóvenes se ven reflejados en ellos y los consideran modelos a seguir. Los adolescentes pueden ser influenciados por estos nuevos actores sociales, adoptando características positivas que se incorporarán a su propio ser a través de un proceso de identificación, descrito por el psicoanálisis.
- **Autenticidad:** Tal como lo consideramos en el punto anterior, los influencers suelen ser vistos como personas auténticas y genuinas. A diferencia de las celebridades tradicionales, muchos influencers han ganado su fama a través de las redes sociales compartiendo el contenido que les apasiona. Esto puede hacer que los adolescentes confíen más en ellos y en lo que promocionan.
- **Relevancia:** Los influencers tienen una gran presencia en las redes sociales, donde los adolescentes pasan una gran cantidad de tiempo. Por lo tanto, sus mensajes son relevantes para los adolescentes e influyen en sus decisiones de compra (publicidad) y en otras esferas de comportamiento propiciando cambios de conducta (propaganda)¹.
- **Entretenimiento:** Los influencers suelen crear contenido entretenido y atractivo para los adolescentes, lo que puede hacer que se involucren más con su marca o producto y aumentar la conciencia sobre ellos.

¹ En todo momento hay de tener en cuenta esta distinción básica entre *publicidad* - referida al acto de dar difusión pública a un bien o a un producto, y *propaganda*, orientada a propiciar un cambio de conducta (por ejemplo: Dejar el tabaco u orientar el voto por determinado candidato político)

En cuanto a la publicidad, los influencers pueden ser beneficiosos porque su contenido es percibido como más auténtico y confiable que la publicidad tradicional. También pueden llegar a una audiencia más específica y segmentada, lo que puede generar una mayor tasa de conversión.

Tema:

El advenimiento de la publicidad a través de influencers en Instagram ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años debido al impacto masivo que los mismos tienen en esta plataforma. Estos individuos, con una amplia base de seguidores, poseen la capacidad de influir en las opiniones y decisiones de compra de su audiencia.

Las marcas han descubierto que al asociarse con ellos, pueden llegar a un público más amplio y específico, y de una manera más auténtica. Estos promueven productos y servicios de manera sutil y persuasiva en sus publicaciones, historias y vídeos, y en muchos casos, lo hacen de una manera que parece natural y genuina.

Por lo general, las marcas se acercan a ellos para ofrecerles productos gratuitos o una compensación monetaria a cambio de la promoción de sus productos en Instagram. A medida que estos han ganado cada vez más poder en la plataforma, las marcas han aumentado sus presupuestos para trabajar con ellos, y muchos han construido carreras rentables a través de la promoción de productos en Instagram.

La publicidad a través de influencers en Instagram se ha convertido en una forma popular para que las marcas lleguen a su audiencia objetivo y para que estos ganen dinero promocionando productos y servicios en la plataforma.

Objetivo general

El objetivo de mi tesis es demostrar que los influencers tienen un impacto positivo en los adolescentes al promover comportamientos saludables, estilos de vida positivos y mensajes de empoderamiento a través de las redes sociales.

Objetivo específico

Analizar los resultados de una encuesta realizada a adolescentes para evaluar su percepción sobre el impacto que tienen los influencers en la adopción de comportamientos saludables y estilos de vida positivos.

Justificación

- ❖ Los influencers son cada vez más influyentes en la vida de los adolescentes y se han convertido en una importante fuente de información y modelo de comportamiento. Comprender cómo influyen en los adolescentes y de qué manera podrían utilizarse para promover comportamientos saludables es de suma importancia para la sociedad.
- ❖ La adolescencia es una etapa clave en el desarrollo de una persona, y las decisiones y comportamientos que se adoptan en este momento pueden tener un impacto duradero en la salud física y mental. Identificar cómo los influencers pueden impactar positivamente en los adolescentes y promover comportamientos saludables puede tener un impacto significativo en la salud y el bienestar de esta población.
- ❖ El papel de los influencers en la sociedad es cada vez más relevante y por lo tanto, es importante entender cómo estos tienen un impacto en los adolescentes y cómo su influencia puede ser utilizada para promover un cambio positivo en la sociedad.
- ❖ Comprender cómo los influencers impactan e influyen en los adolescentes puede ayudar a los padres y educadores a fomentar un pensamiento crítico y a guiar a los adolescentes hacia la toma de decisiones saludables y positivas en su vida cotidiana.

2- CAPÍTULO II: ANTECEDENTES

En la actualidad, este fenómeno se ha convertido en un tema central en el campo de la comunicación y la sociedad. Específicamente, la influencia que ejercen sobre los adolescentes ha captado la atención de investigadores y expertos, tal como lo ha señalado *Manuel Castells* en sus estudios sobre los impactos de la comunicación en la sociedad contemporánea. En este contexto, se destaca el caso de *Santiago Maratea*, (influencer argentino) que ha logrado captar la atención de su audiencia a través de su trabajo en causas sociales y caritativas.

Santiago utiliza sus redes sociales para generar conciencia sobre problemas sociales y recaudar fondos para causas benéficas, convirtiéndose en un referente para muchos jóvenes. Ha liderado campañas solidarias que han logrado recaudar importantes sumas de dinero para diferentes causas, como la construcción de una casa para una familia en situación de calle, la recaudación de fondos para un niño con cáncer, entre otras.

De esta manera, este caso se presenta como un ejemplo relevante en el estudio del impacto de los influencers en los adolescentes, ya que sus acciones generan un impacto positivo en la sociedad y pueden influir en las actitudes y comportamientos de los jóvenes que lo siguen en las redes sociales.

Otro caso que ha generado un impacto significativo en los adolescentes es el de Greta Thunberg, una joven activista sueca que ha liderado una campaña mundial a favor del medio ambiente y contra el cambio climático. A través de su activismo en las redes sociales y su participación en importantes eventos internacionales, Thunberg ha logrado movilizar a millones de jóvenes en todo el mundo y generar conciencia sobre la importancia de proteger el planeta.

Este caso resulta relevante, ya que su mensaje promueve la toma de conciencia y la participación activa de los jóvenes en la defensa del medio ambiente, lo que puede influir en sus actitudes y comportamientos frente a este tema de relevancia mundial.

Por último Stephanie Demner (influencer Argentina) ha logrado capturar la atención de los adolescentes a través de sus redes sociales, gracias a su perfil enfocado en la moda y la belleza, lo que ha hecho que muchas adolescentes la sigan y se sientan influenciadas por su estilo de vida. Se presenta como una figura que impulsa a las jóvenes a ser la mejor versión de sí mismas, a través de consejos de moda y belleza, pero también con reflexiones sobre la autoestima y confianza en uno mismo.

Si bien el impacto de la misma en la sociedad es positivo, es importante tener en cuenta que su perfil se encuentra en una industria que promueve el consumismo y podría llevar a los adolescentes a sentir la necesidad de adquirir productos para ser aceptados en su entorno social. Por lo tanto, es importante analizar de manera crítica la influencia de este tipo de influencers en la formación de valores y actitudes de los adolescentes.

En este capítulo se ha discutido la influencia de los influencers en los adolescentes, a partir de la presentación de casos como Santiago Maratea, Greta Thunberg y Stephanie Demner. A través de estos ejemplos, se ha podido observar cómo la figura de los mismos puede tener un impacto significativo en la vida de los adolescentes, ya sea a través de su labor social o de su influencia en la moda y la belleza.

No obstante, es importante tener en cuenta que el impacto en los mismos puede tener tanto efectos positivos como negativos, por lo que resulta necesario analizar críticamente su papel en la formación de valores y actitudes.

A partir de estos antecedentes, se justifica la importancia de realizar la presente investigación, con el objetivo de profundizar el estudio de este tipo de influencia y contribuir así al conocimiento en este campo.



santimaratea



63 3,7 mill. 3
Publicaciones Seguidores Seguidos

Santi Maratea

No es caridad lo que hago

Ver traducción

mpago.la/1gYe4Ns



stephaniedemner



7.675 1,4 mill. 2.786
Publicaciones Seguidores Seguidos

Stephanie Demner

Blog personal

Modelo, emprendedora y mamá de

[@arianna.pellademner](#) 🐣❤️

[@serendipity.bysd](#)

[@theofficialpandora](#) [@chiaraferragnibrand...](#) más

Ver traducción

stephaniedemner.com.ar



gretathunberg



921 14,7 mill. 1.288
Publicaciones Seguidores Seguidos

Greta Thunberg

Autistic climate justice activist

Born at 375 ppm

Ver traducción

minstoradag.adoveo.com/start/TVRJNVIXU...

3- CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.0 Definición de influencers

Los influencers son personas que tienen una gran cantidad de seguidores en las redes sociales y tienen la capacidad de influir en las opiniones, comportamientos y decisiones de su audiencia. En general, son conocidos por su capacidad de persuasión y por su habilidad para crear contenido atractivo y relevante para su audiencia.

Pueden ser personas famosas, como celebridades o deportistas, pero también personas comunes que han logrado ganar seguidores y generar una audiencia a través de las redes sociales. En general, estos se enfocan en un tema o nicho específico, como la moda, la belleza, el fitness, la tecnología, entre otros, y comparten contenido relacionado con ese tema para su audiencia.

En el contexto de la publicidad y el marketing, son muy valorados por las marcas, ya que pueden ayudar a promocionar sus productos o servicios de una manera más auténtica y efectiva que la publicidad tradicional.

2.1 Tipos de influencers

Existen varios tipos de influencers, y su clasificación puede variar dependiendo del criterio que se utilice. Estas son algunas posibles categorías:

Por el número de seguidores: Esta es una de las clasificaciones más comunes, y se basa en el número de seguidores. Algunas de las categorías pueden ser:

- *Microinfluencers*: aquellos con menos de 10.000 seguidores.
- *Macroinfluencers*: aquellos con más de 100.000 seguidores.
- *Mega influencers*: aquellos con más de 1 millón de seguidores.

Por la temática: Otra forma de clasificación es según el tema en el que se especializan. Algunas categorías pueden ser:

- *Beauty influencers*: belleza y cosmética.
- *Fitness influencers*: deporte y fitness.
- *Food influencers*: gastronomía y cocina.
- *Travel influencers*: viajes y turismo.
- *Fashion influencers*: moda y tendencias.

Por el tipo de contenido: Esta categorización se basa en el tipo de contenido que comparte. Algunas categorías pueden ser:

- *Vloggers*: crean contenido en formato de video y lo comparten en plataformas como YouTube.

- *Bloggers*: crean contenido escrito y lo comparten en sus blogs o en otras plataformas.
- *Instagrammers*: comparten contenido principalmente en Instagram, en formato de fotos o videos.
- *TikTokers*: crean contenido en la popular aplicación de videos cortos, TikTok.

Es importante tener en cuenta que estas categorías no son exhaustivas y pueden variar dependiendo de quién las utilice.

2.3 Características de influencers

Pueden variar dependiendo del tipo de influencer y del contexto en el que se desenvuelve, pero en general, se pueden mencionar las siguientes:

- **Credibilidad**: Suelen ser percibidos como personas creíbles y confiables por su audiencia, lo que les da una gran capacidad de persuasión.
- **Autoridad**: En general tienen una gran autoridad en el tema en el que se especializan, ya sea por su experiencia, su conocimiento o su habilidad para crear contenido relevante y atractivo.
- **Relevancia**: Se enfocan en un tema o nicho específico, lo que les permite ser relevantes para su audiencia y generar contenido que sea de interés para ellos.
- **Engagement**: Suelen tener una gran capacidad para generar engagement con su audiencia, lo que se traduce en likes, comentarios y compartidos en sus publicaciones. El engagement se refiere a la medida en que las personas interactúan, participan y se comprometen con una marca, contenido o plataforma en el ámbito del marketing y las redes sociales. Es un indicador de la conexión emocional y la atención que los usuarios muestran hacia una marca o su contenido. Implica una variedad de acciones que los usuarios pueden tomar, como dejar comentarios, compartir publicaciones, dar "me gusta" o reacciones, participar en encuestas o concursos, etiquetar a otros usuarios, entre otros. Estas interacciones demuestran que los usuarios están interesados, involucrados y activos con el contenido y la comunidad en torno a una marca. Este es valioso para las marcas y los especialistas en marketing porque indica que han logrado captar la atención y el interés de su audiencia. Es importante destacar que el engagement no sólo se basa en números o métricas cuantitativas, como la cantidad de "me gusta" o comentarios, sino también en la calidad de las interacciones y el nivel de conexión emocional que se establece. La autenticidad, la relevancia del contenido y la capacidad de generar conversaciones significativas son aspectos clave para impulsar un alto nivel del mismo.

- **Creatividad:** Suelen ser personas creativas y capaces de generar contenido innovador y atractivo para su audiencia.
- **Comunicación:** En general poseen habilidades de comunicación efectiva, lo que les permite conectar con su audiencia de manera auténtica y generar un vínculo emocional con ellos.
- **Influencia:** Por supuesto, la característica más importante es su capacidad para influir en las opiniones, comportamientos y decisiones de su audiencia. Esta es la razón principal por la que son tan valorados por las marcas y los anunciantes. En definitiva la influencia termina siendo el efecto de las capacidades que mencioné anteriormente.

2.4 Funciones de los influencers

Pueden tener diferentes funciones dependiendo del contexto en el que se desenvuelven, pero algunas de las funciones más comunes son:

- **Crear contenido:** Son creadores de contenido, lo realizan en diferentes formatos, como fotos, videos, blogs o podcasts.
- **Generar engagement:** Tienen la capacidad de generar interacción con su audiencia, ya sea a través de comentarios, likes o shares en sus publicaciones.
- **Aumentar la visibilidad:** pueden ayudar a aumentar la visibilidad de una marca, producto o servicio al compartir contenido relacionado con ellos.
- **Persuadir a su audiencia:** pueden influir en las opiniones, decisiones y comportamientos de su audiencia mediante su capacidad para persuadirlos y generar confianza.
- **Colaborar con marcas:** Lo hacen para promocionar sus productos o servicios y generar un mayor alcance y visibilidad.
- **Ser líderes de opinión:** pueden convertirse en líderes de opinión en su nicho o temática, generando un impacto en su audiencia y en la sociedad en general.
- **Generar ingresos:** Lo hacen a través de diferentes fuentes, como patrocinios, publicidad, ventas de productos propios o colaboraciones con marcas.

2.5 La adolescencia

La adolescencia es una fase crucial en el desarrollo humano que se sitúa entre la niñez y la edad adulta. Es un período de cambios trascendentales a nivel físico, psicológico, emocional y social. Durante esta etapa, que generalmente abarca desde los 10 a los 18 años (esto puede variar según la cultura y sociedad), los jóvenes experimentan una serie de transformaciones en su cuerpo, su mente y sus relaciones con los demás.

En primer lugar, los cambios físicos son evidentes. El cuerpo adolescente experimenta un rápido crecimiento, la aparición de características sexuales secundarias y la maduración de órganos reproductivos. Estos cambios, a veces abruptos, pueden generar cierta incomodidad y autoconciencia en lo, ya que se enfrentan a una nueva imagen corporal y a la necesidad de adaptarse a estos cambios.

No obstante, la adolescencia también es un periodo de descubrimiento y exploración. Los jóvenes empiezan a formar su propia identidad personal, a cuestionar y definir sus valores, intereses y metas en la vida. Durante este proceso, pueden experimentar diferentes roles y comportamientos, buscando su lugar en la sociedad y en su entorno social. Es común que se sientan atraídos por nuevas experiencias y se involucren en actividades como el deporte, la música, el arte o la participación en grupos sociales.

Además de los cambios internos, los adolescentes también enfrentan desafíos en sus relaciones interpersonales. La búsqueda de independencia y autonomía puede llevar a conflictos con los padres y a la necesidad de establecer nuevas relaciones de amistad y pertenencia en su grupo de pares. Las relaciones románticas también pueden comenzar a cobrar importancia en esta etapa, y los adolescentes aprenden a manejar emociones y a establecer vínculos más íntimos.

En palabras del reconocido psicólogo *Erik Erikson*, "La adolescencia es una etapa crucial en la que los jóvenes deben enfrentar y resolver la tarea fundamental de desarrollar una identidad sólida y coherente". Durante este período de cambios físicos, emocionales y sociales, los adolescentes se encuentran en una búsqueda interna para descubrir quiénes son y qué quieren llegar a ser en la vida. Aunque estos cambios pueden generar confusión y estrés, también ofrecen una oportunidad invaluable para explorar nuevas experiencias, formar relaciones significativas y establecer los cimientos de su identidad adulta. Brindarles el apoyo adecuado y fomentar un entorno que promueva su desarrollo positivo es fundamental para que los adolescentes puedan enfrentar los desafíos y aprovechar al máximo esta etapa de transformación.

2.6 Características de la adolescencia

Las características de la adolescencia son diversas y están influenciadas por la cultura, la sociedad, el género, el entorno y el desarrollo personal de cada individuo. *G. Stanley Hall*, uno de los primeros investigadores en el campo de la adolescencia, ha señalado que existen algunas características comunes en esta etapa, tales como:

- Cambios físicos: Se producen cambios importantes en el cuerpo, como el crecimiento y maduración de los órganos sexuales, el aumento de la estatura, el desarrollo de vello corporal y facial, y el cambio de la voz en los varones.
- Cambios psicológicos: También implica cambios psicológicos, como el desarrollo del pensamiento abstracto, la capacidad de planificar a largo plazo, el aumento de la capacidad de razonamiento y la capacidad para reflexionar sobre el propio yo.
- Cambios emocionales: Los jóvenes pueden experimentar emociones intensas y variadas, como la felicidad, la tristeza, la ira y la confusión, a menudo relacionadas con la construcción de su propia identidad.
- Desarrollo de la identidad: Es un momento de búsqueda y construcción de la propia identidad, que puede estar influenciada por factores como la cultura, el género, la sexualidad, la religión, la educación y las experiencias personales.
- Interacción social: Se relacionan con otros de su misma edad y construyen su propia red de relaciones interpersonales, como amigos y parejas románticas.
- Riesgo y experimentación: Es un momento de experimentación y exploración, lo que puede llevar a comportamientos arriesgados como el consumo de drogas o el sexo precoz.
- Búsqueda de autonomía: Los jóvenes en la adolescencia buscan cada vez más independencia y autonomía en sus decisiones y acciones, lo que puede generar conflictos con sus padres y cuidadores.

Es importante tener en cuenta que estas características no son universales ni se presentan en todos los adolescentes, pero pueden ser útiles para comprender algunos de los desafíos y oportunidades que enfrentan los jóvenes durante esta etapa del desarrollo.

2.7 Desarrollo psicológico y social en la adolescencia

Durante la adolescencia, se desencadenan transformaciones significativas en el desarrollo psicológico y social de los jóvenes. *Erik Erikson*, reconocido por su teoría del ciclo vital, ha destacado algunos de los aspectos más relevantes de este proceso:

- **Desarrollo psicológico:** En la adolescencia, los jóvenes experimentan cambios en su pensamiento, emociones y personalidad. A nivel cognitivo, se produce un desarrollo hacia el pensamiento abstracto y la capacidad para pensar en múltiples perspectivas, lo que les permite reflexionar sobre su propia identidad, valores y creencias. A nivel emocional, los jóvenes pueden experimentar cambios de ánimo y emociones intensas, debido a los cambios hormonales y a la complejidad de los desafíos que enfrentan en su vida. En cuanto a la personalidad, durante la adolescencia, los jóvenes pueden desarrollar rasgos de personalidad que les acompañarán durante el resto de su vida.
- **Desarrollo social:** En la adolescencia, los jóvenes comienzan a desarrollar su identidad social y a construir su propia red de relaciones interpersonales. Los amigos y la familia son especialmente importantes en este proceso, aunque también pueden surgir nuevas relaciones, como parejas románticas. Las interacciones sociales pueden ser especialmente desafiantes en la adolescencia, ya que los jóvenes buscan cada vez más independencia y autonomía, mientras que a la vez necesitan sentirse aceptados y valorados por sus iguales.

En resumen, la adolescencia es una etapa de importantes cambios en el desarrollo psicológico y social de los jóvenes, que puede ser emocionalmente compleja y desafiante, pero también es una época de oportunidades y descubrimientos. Los jóvenes que logran desarrollar una identidad sólida y estable, y construyen relaciones interpersonales saludables y significativas, tienen mayores posibilidades de lograr un bienestar psicológico y emocional a lo largo de su vida.

2.8 Motivaciones para seguir a los influencers

Hay varias motivaciones por las cuales los adolescentes pueden seguir a los influencers. Algunas de las razones más comunes incluyen:

- **Identificación:** Los adolescentes pueden sentirse identificados con estos en función de su edad, intereses, pasatiempos o estilo de vida. Esto puede llevarlos a seguir a los mismos para obtener inspiración o sentirse quizás más conectados con un grupo social.

- Entretenimiento: también pueden seguirlos por entretenimiento, ya que comparten contenido divertido, emocionante o inspirador que puede capturar la atención de los adolescentes y mantenerlos interesados en su contenido.
- Aprendizaje: :En otras ocasiones para aprender sobre diversos temas, como la moda, el maquillaje, la tecnología, los deportes o la música ya que a menudo comparten tutoriales o consejos que pueden ayudar a los adolescentes a mejorar sus habilidades o conocimientos.
- Conexión emocional: Los adolescentes pueden sentir una conexión emocional con los mismos debido a su capacidad para compartir su vida en las redes sociales. Al compartir sus pensamientos y sentimientos personales, suelen generar empatía y esto hace que se sientan más conectados con ellos.

En resumen, los adolescentes pueden seguir a los influencers por una variedad de razones, incluyendo la identificación, el entretenimiento, el aprendizaje y la conexión emocional. Es importante comprender estas motivaciones para comprender mejor la relación entre los adolescentes y estos.

2.9 Efectos de la influencia

Esta influencia puede tener tanto efectos positivos como negativos.

Dentro de los efectos positivos se pueden observar los siguientes:

Inspiración: Pueden inspirar a los adolescentes a perseguir sus metas y sueños. Al mostrar cómo logran el éxito, pueden motivarlos a trabajar duro y esforzarse por alcanzar sus objetivos.

Conexión social: Pueden ayudar a los adolescentes a sentirse más conectados con un grupo social. Al seguirlos comparten sus intereses y valores, y logran sentir que forman parte de una comunidad.

Conciencia social: A menudo abordan temas sociales importantes, como la igualdad de género, el cambio climático y la justicia social. Al compartir su opinión crean conciencia sobre estos temas, y pueden inspirarlos a tomar medidas y hacer una diferencia positiva en el mundo.

Dentro de los efectos negativos se pueden observar los siguientes:

Presión social: Pueden crear una presión social en los adolescentes para seguir ciertos estándares de belleza, moda o estilo de vida. Esto puede llevar a los adolescentes a sentirse inseguros o insatisfechos con ellos mismos si no cumplen con estos estándares.

Consumismo: Al promocionar productos y marcas, puede llevar a los adolescentes a gastar dinero en productos que no necesitan incentivando a una cultura de sobreconsumo generando un impacto negativo en el medio ambiente.

Es importante tener en cuenta tanto los efectos positivos como negativos de la influencia e intentar fomentar una relación saludable y equilibrada entre los dos.

2.10 Efectos positivos

El impacto de los influencers en los adolescentes puede tener efectos positivos, algunos de los cuales incluyen:

Inspiración: A menudo comparten contenido que puede inspirar a los adolescentes a perseguir sus metas y sueños, o a adoptar nuevos hábitos y estilos de vida saludables.

Educación: Pueden ser una fuente de información y educación sobre temas relevantes para los adolescentes, como la salud, la nutrición y la tecnología.

En el ámbito de la educación, desempeñan un papel significativo al proporcionar información y conocimientos relevantes para los adolescentes. A través de sus plataformas, pueden abordar temas como la salud, la nutrición y la tecnología, ofreciendo contenido educativo de manera accesible y atractiva. En primer lugar, pueden promover la conciencia sobre la salud y el bienestar entre los adolescentes. Pueden compartir consejos sobre ejercicio físico, hábitos de sueño saludables, técnicas de manejo del estrés y autocuidado en general. Al utilizar su influencia para educar sobre la importancia de mantener un estilo de vida saludable, pueden inspirar a los adolescentes a adoptar comportamientos positivos y tomar decisiones informadas sobre su bienestar físico y mental.

Además, en ocasiones brindan información sobre nutrición y hábitos alimentarios saludables. Pueden compartir recetas nutritivas, opciones de meriendas saludables y consejos sobre cómo mantener una dieta equilibrada. Al educar a los adolescentes sobre la importancia de una alimentación adecuada, pueden ayudar a prevenir problemas de salud relacionados con la nutrición y fomentar una relación saludable con la comida.

A su vez, suelen abordar el uso responsable de la tecnología. Pueden educar a los adolescentes sobre el manejo adecuado de las redes sociales, el uso seguro de internet y la importancia del equilibrio entre el tiempo en línea y el tiempo fuera de pantalla. Al promover una relación saludable y consciente con la tecnología, ayudan a los adolescentes a evitar los efectos negativos del uso excesivo y promover un entorno digital seguro y positivo.

Diversidad: pueden promover la diversidad y la inclusión, lo que puede ayudar a los adolescentes a desarrollar una mayor comprensión y aceptación de las diferencias culturales y de género. Es un aspecto fundamental en la sociedad actual. Al tener una amplia audiencia y una plataforma de alcance masivo, pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la diversidad y la inclusión entre los adolescentes. En primer lugar, pueden mostrar una variedad de cuerpos, etnias, identidades de género y estilos de vida a través de sus contenidos. Al presentar una representación más diversa en sus publicaciones, pueden desafiar los estereotipos y los estándares tradicionales de belleza, promoviendo una mayor aceptación y apreciación de las diferencias físicas entre los adolescentes. Esto ayuda a fomentar una imagen corporal positiva y a construir una autoestima saludable, independientemente de la apariencia física. También, pueden destacar la importancia de la diversidad cultural y compartir experiencias y perspectivas de personas de diversos orígenes étnicos y culturales. Al hacerlo, los adolescentes pueden desarrollar una mayor comprensión y respeto hacia las diferencias culturales, lo que a su vez promueve la tolerancia y la inclusión en la sociedad. En el ámbito de género, estos también pueden jugar un papel importante al desafiar los roles y estereotipos de género tradicionales. Pueden abogar por la igualdad de género, promover la participación de las mujeres en diversos campos y desafiar las expectativas restrictivas de género. Al hacerlo, ayudan a los adolescentes a cuestionar las normas sociales impuestas y a desarrollar una mentalidad más inclusiva y equitativa.

Autoexpresión: pueden motivar a los adolescentes a expresarse de manera creativa, por ejemplo, a través de la fotografía, el arte, la moda, la música y otras formas de expresión personal. La autoexpresión es una parte fundamental del desarrollo personal de los adolescentes. Al ser modelos a seguir y tener la capacidad de llegar a una audiencia amplia, pueden motivar y fomentar la autoexpresión creativa entre los jóvenes.

3.1 Factores que influyen

La magnitud de la influencia puede verse afectada por varios factores, algunos de los cuales incluyen:

- Nivel de identificación: Los adolescentes pueden identificarse más con ciertos influencers que con otros, y esto puede influir en la magnitud de su influencia.

- **Contenido compartido:** El tipo de contenido que se comparte puede tener un impacto en la magnitud de su influencia, ya que los adolescentes pueden estar más interesados en ciertos temas que en otros.
- **Tamaño de la audiencia:** con una audiencia más grande pueden tener una influencia más significativa en los adolescentes, ya que sus mensajes llegan a un público más amplio.
- **Frecuencia de publicación:** La frecuencia con la que se publica un contenido también puede influir en la magnitud de su influencia, ya que los adolescentes pueden estar más expuestos a sus mensajes si se publican con regularidad.
- **Naturaleza de la relación:** La naturaleza de la relación entre el influencer y el adolescente también puede ser un factor importante. Si un adolescente considera a un influencer como un amigo o un modelo a seguir, es más probable que sean influenciados por ellos.
- **Calidad del contenido:** La calidad del contenido compartido también puede ser un factor importante. Si el contenido es informativo, entretenido y valioso, es más probable que los adolescentes presten atención y se sientan influenciados.

Es importante tener en cuenta que estos factores no son exhaustivos y que la magnitud de la influencia puede verse influenciada por muchos otros factores, incluyendo la edad, el género, la cultura y la personalidad del adolescente.

3.2 Teoría refuerzo social

La Teoría del Refuerzo Social es una teoría de la psicología social que se enmarca dentro de las teorías de la influencia social y psicológica. Esta teoría sostiene que el comportamiento humano es el resultado de la interacción entre los factores personales (por ejemplo, la personalidad, la motivación y las habilidades) y los factores situacionales (por ejemplo, el entorno social y cultural).

Según la Teoría del Refuerzo Social, los individuos aprenden a través de la observación y la imitación del comportamiento de los demás. Esta imitación se ve influenciada por el refuerzo social, que se refiere a la respuesta que los individuos reciben de su entorno social como resultado de su comportamiento.

El refuerzo social puede ser positivo o negativo. El refuerzo social positivo ocurre cuando un individuo recibe una respuesta favorable de su entorno social como resultado de su comportamiento. Por ejemplo, un adolescente puede recibir comentarios positivos de sus amigos después de publicar una foto en Instagram, lo que puede reforzar su comportamiento de publicar más fotos en la red social. Por otro lado, el refuerzo social negativo ocurre cuando un individuo recibe una respuesta

desfavorable de su entorno social como resultado de su comportamiento. Por ejemplo, un adolescente puede recibir críticas negativas de sus amigos después de publicar un comentario ofensivo en las redes sociales, lo que puede desalentar su comportamiento de hacer comentarios ofensivos en el futuro.

En resumen, la Teoría del Refuerzo Social sostiene que los individuos aprenden y adoptan comportamientos a través de la observación y la imitación de las conductas de los demás, y que el refuerzo social que reciben como resultado de su comportamiento puede influir en su disposición a seguir o abandonar dicho comportamiento. Esta teoría es relevante en el estudio del impacto de los influencers en los adolescentes, ya que estos pueden actuar como modelos de comportamiento para los adolescentes y recibir refuerzo social positivo de su audiencia, que puede influir en su disposición a seguir los comportamientos promovidos por los influencers.

3.3 Teoría procesamiento de información

La teoría del procesamiento de la información es una teoría de la psicología que se enfoca en cómo las personas procesan, almacenan y utilizan la información. En el contexto de la influencia social y psicológica, esta teoría sugiere que las personas toman decisiones racionales basadas en la información disponible y que el procesamiento de la información puede ser afectado por factores como la atención, la motivación y la capacidad cognitiva.

En el contexto de la influencia de los influencers en los adolescentes, la teoría del procesamiento de la información puede explicar cómo los adolescentes procesan y utilizan la información presentada por estos en las redes sociales. Por ejemplo, si se promueve un producto de belleza, los adolescentes pueden procesar la información y tomar una decisión informada sobre si desean comprar el producto o no, basándose en factores como la calidad del producto, el precio y la opinión de sus amigos. Sin embargo, otros factores como la popularidad del influencer o la presión social pueden afectar la forma en que procesan la información y toman una decisión.

3.4 Teoría aprendizaje social

La teoría del aprendizaje social, también conocida como teoría del aprendizaje por observación o modelamiento, es una teoría de la psicología que sugiere que las personas aprenden a través de la observación y la imitación de las conductas de otras personas. La teoría del aprendizaje social fue desarrollada principalmente por Albert Bandura, un destacado psicólogo social, en la década de 1960. Este propuso que las personas aprendan no solo a través de la experiencia directa, sino también mediante la observación y el modelado de las conductas de otros.

Esta teoría destaca el papel del ambiente social y de las experiencias de aprendizaje en el desarrollo de las conductas.

En este contexto, la teoría del aprendizaje social puede explicar cómo los adolescentes pueden aprender nuevas conductas o comportamientos al observar e imitar a los influencers en las redes sociales. Por ejemplo, si un promueve una dieta saludable y un estilo de vida activo, estos pueden ser influenciados a adoptar estos comportamientos al verlo como un modelo a seguir. Sin embargo, otros factores como la edad y la personalidad del adolescente, así como el contenido y la autenticidad del mensaje también pueden afectar la influencia sobre los adolescentes.

4- CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En este caso, si el objetivo es demostrar que los influencers tienen un impacto positivo en los adolescentes, uno de los enfoques podría ser cuantitativo, utilizando una encuesta para recopilar datos de una muestra de adolescentes que siguen a influencers en las redes sociales

4.1 Tipos de investigaciones

La encuesta: es una técnica de recolección de datos que se considera adecuada para el estudio que estoy realizando, ya que permite obtener información de un gran número de personas en un corto período de tiempo y con un relativamente bajo costo. Además, la encuesta permite obtener datos cuantitativos que pueden ser analizados estadísticamente, lo que permite identificar patrones..

En este estudio, se ha diseñado una encuesta que fue administrada a un grupo de adolescentes que siguen a influencers en las redes sociales.

La encuesta consistió en preguntas cerradas y abiertas que permitieron obtener información acerca de las motivaciones de los adolescentes para seguir a influencers en las redes sociales, así como los efectos que la influencia de estos tiene en su vida cotidiana.

A su vez muestran investigaciones y estudios estadísticos que comprueban la hipótesis propuesta en esta tesina:

Artículos académicos y estudios estadísticos:

1- Artículo académico: "Influence of social media on teenagers: A case study of Facebook" de Charlene L. Nelson y Stephen M. Stolp - Este artículo académico examina cómo el uso de Facebook

afecta a los adolescentes en términos de su comportamiento en línea, sus relaciones y su salud mental.

2- Artículo académico: "The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families" de Gwenn Schurgin O'Keeffe y Kathleen Clarke-Pearson - Este artículo académico examina los efectos del uso de las redes sociales en los niños y adolescentes en términos de su desarrollo cognitivo, emocional y social.

3- Estudio de Pew Research Center: "Teens, Social Media & Technology 2018" - Este estudio examina las actitudes y comportamientos de los adolescentes en Estados Unidos con respecto al uso de las redes sociales y la tecnología.

4- Estudio de Common Sense Media: "Social Media, Social Life: Teens Reveal Their Experiences" - Este estudio explora cómo los adolescentes utilizan las redes sociales para conectarse con amigos, construir su identidad en línea y cómo afecta esto a su bienestar emocional.

a-Enfoques de la investigación:

El enfoque de investigación que utilicé para mi estudio es el enfoque cuantitativo, ya que utilicé una encuesta y estadísticas para recopilar datos numéricos sobre el impacto de los influencers en los adolescentes. Este enfoque se basa en la medición numérica de variables y en el análisis estadístico de los datos recolectados.

b- Criterios de inclusión y exclusión:

Los criterios de inclusión y exclusión son aquellos que se establecen para determinar qué sujetos serán incluidos en la muestra y cuáles serán excluidos. Algunos criterios que utilicé fueron:

Criterios de inclusión:

- Adolescentes entre 13 y 21 años de edad.
- Que sigan a algún influencer en redes sociales.
- Que hayan consumido productos o servicios promocionados por influencers.
- Que tengan disponibilidad para responder la encuesta.

Criterios de exclusión:

- Adolescentes que no utilizan redes sociales.
- Que no hayan consumido productos o servicios promocionados por influencers.

- Que no estén dispuestos a responder la encuesta.
- Adolescentes con problemas psicológicos o emocionales que puedan afectar su capacidad de respuesta.

c- Recolección de datos:

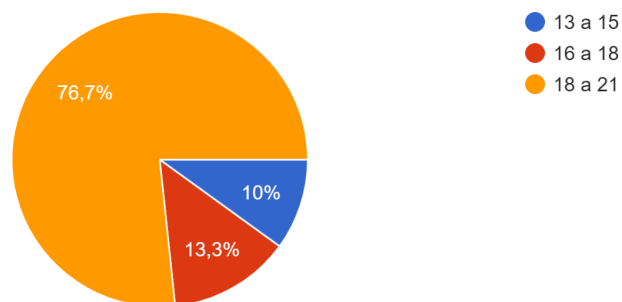
El instrumento utilizado para obtener los datos sería la encuesta. El diseño de la encuesta fue a través de Google Forms, con un total de 10 preguntas, con preguntas abiertas y cerradas, el tamaño de la muestra fue de 30 personas y la forma en que se administró la misma fue en línea. Así es cómo se obtuvieron los datos necesarios para llevar a cabo el análisis y los resultados de la investigación.

<https://forms.gle/HKkDqgqrR9yekLh89>

5-CAPITULO III: ANÁLISIS DE DATOS

En cuanto a la edad de los participantes, el 76,7% de ellos tienen entre 18 y 21 años, seguido por el 13,3% que tienen entre 16 y 18 años y otro 10% que tienen entre 13 y 15 años. Esto indica que la mayoría de los participantes son jóvenes adultos.

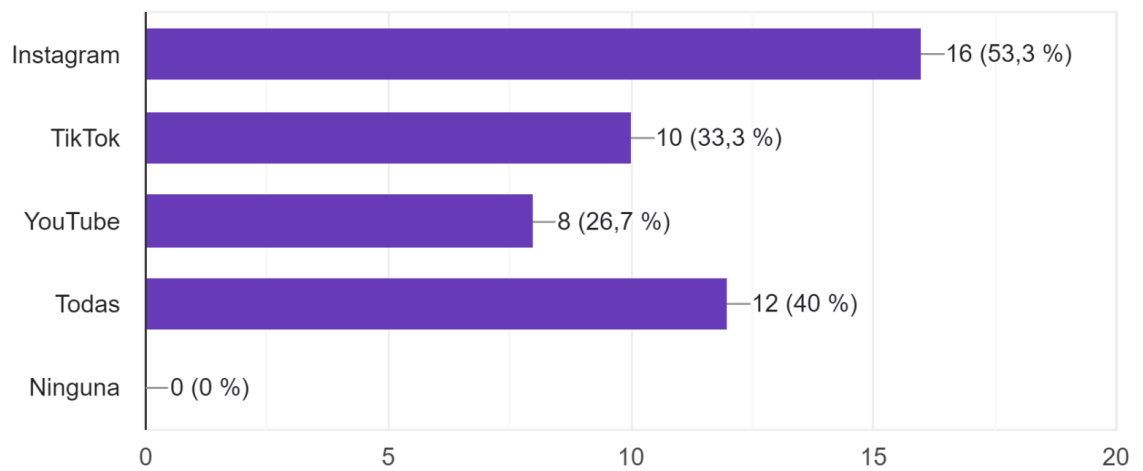
¿Qué edad tenés?
30 respuestas



En cuanto a las redes sociales que utilizan a diario, el 53,3% utiliza Instagram, seguido del 33% que utiliza Tik Tok, 26,7% YouTube. Y por último un 40% que utiliza todas las enumeradas anteriormente.

¿Cuáles redes sociales usas a diario?

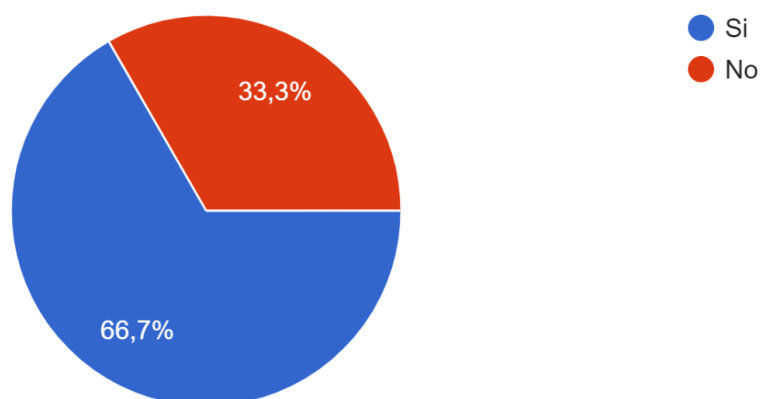
30 respuestas



Cuando se les preguntó si habían comprado algún producto recomendado por los influencers que seguían, el 66,7% respondió afirmativamente, lo que sugiere que los influencers tienen una influencia significativa en las decisiones de compra de los encuestados. Además, el 50% de los encuestados creen que los influencers tienen un impacto en sus decisiones de compra. Y un 33,3% cree que tal vez.

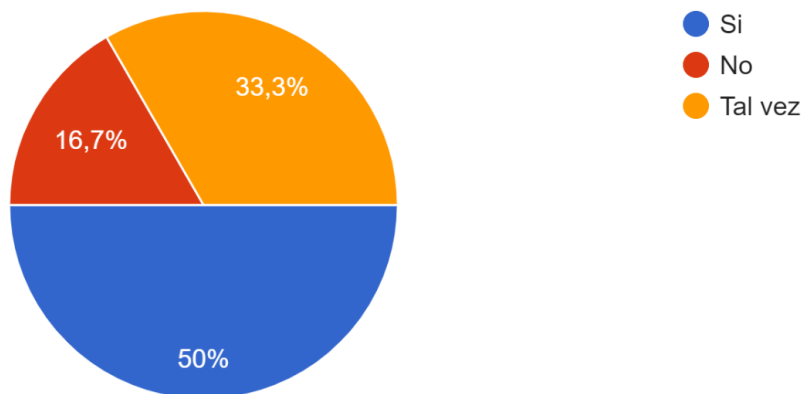
Compraste algún producto recomendado por los influencers que seguís?

30 respuestas



¿Crees que los influencers tienen un impacto en las decisiones de tu compra?

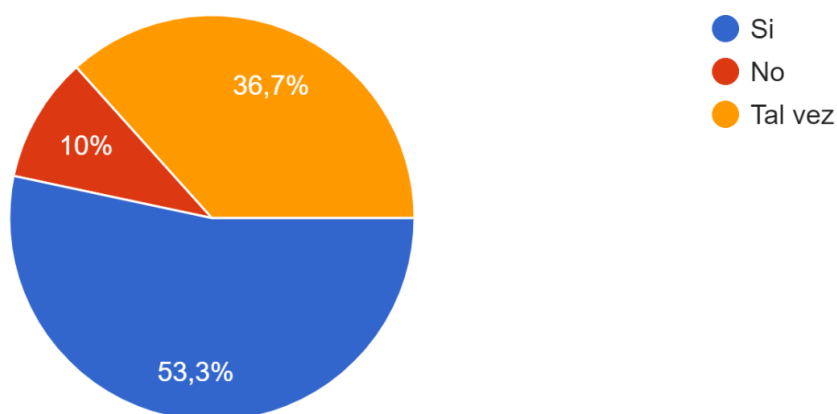
30 respuestas



En cuanto a la transparencia de los influencers, el 53,3% de los encuestados cree que deberían ser más transparentes, mientras que el 36% cree que tal vez deberían ser más transparentes y el 10% cree que no es necesario.

¿Crees que los influencers deberían ser más transparentes?

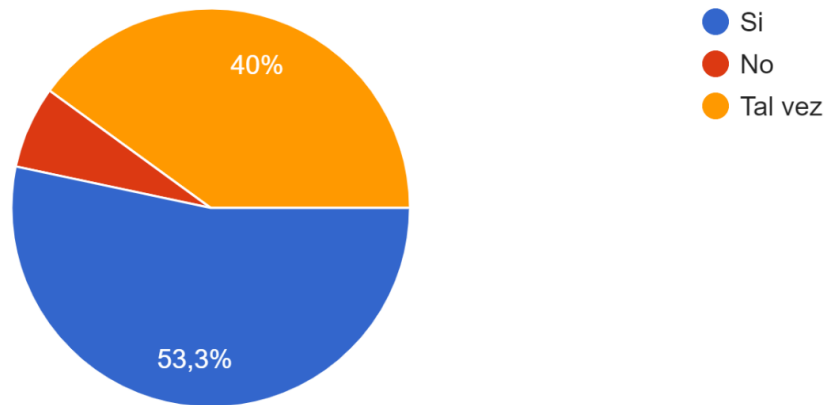
30 respuestas



En cuanto al impacto de los influencers en los adolescentes, el 53,3% de los encuestados cree que los influencers pueden tener un impacto positivo, mientras que el 40% cree que tal vez tengan un impacto positivo. Solo el 8,3% cree que los influencers no tienen un impacto positivo.

¿Crees que los influencers pueden tener un impacto positivo en los adolescentes?

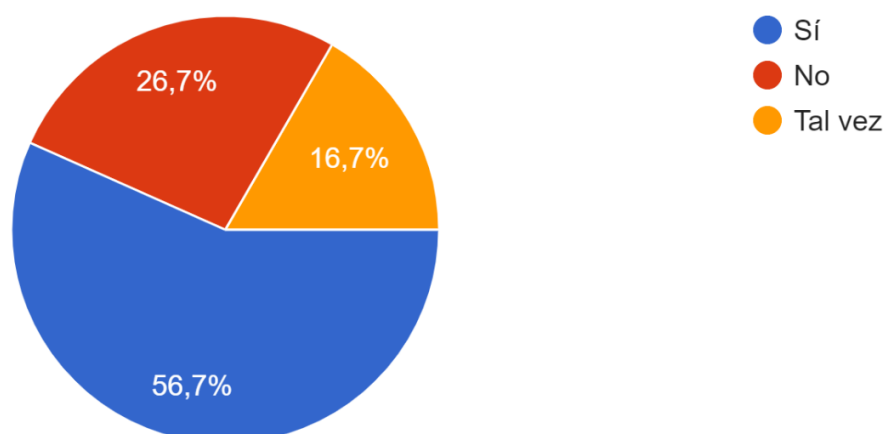
30 respuestas



El 56,7% de los encuestados se han sentido inspirados o influenciados por los influencers en algún momento, especialmente en sus decisiones de compra, cuando promueven hábitos saludables y cuando donan para colectas y hacen un bien a la sociedad.

¿Te sentiste inspirado/influenciado alguna vez por ellos?

30 respuestas



Estas son algunas respuestas que recibí de los entrevistados al preguntarles cuando se sintieron inspirados/influenciados:

- **Entrevistado A:** *“A la hora de comprar productos me dejo llevar en gran parte por la experiencia que cuentan los influencers en sus historias y no siempre tiene que ver con la realidad. También la imagen de algunos influencers influye en mi forma de vestir para seguir las últimas modas”*
- **Entrevistado B:** *“Me siento influenciada, para comer bien, entrenar y tener una vida saludable”*
- **Entrevistado C:** *“Cuando dono plata para las colectas de Santi Maratea, siento que hago un bien a la sociedad, tengo visibilidad de otras realidades y me hace abrir la cabeza”*
- **Entrevistado D:** *“Cuando muestran sus rutinas de vida, hacen deporte, comen saludable, y se cuidan a sí mismos. Me dan ganas de hacer lo mismo y me inspira”*
- **Entrevistado E:** *“Los influencers de turismo, me inspiran a conocer lugares que antes de ellos nunca se me había pasado por la cabeza visitar”*
- **Entrevistado F:** *“Muchas veces compré cosas que ni siquiera necesitaba solo porque un influencer lo mostraba, y me terminó aportando mucho a mi vida diaria o a mis hábitos. Me inspiraron a conocer cosas nuevas”*

6- CONCLUSIÓN:

Después de analizar la información recolectada, se puede concluir que los influencers tienen un impacto positivo en los adolescentes. La mayoría de los encuestados los sigue en las redes sociales, y la gran mayoría de ellos ha comprado algún producto recomendado por estos. Además, la mayoría de los encuestados cree que estos tienen un impacto en sus decisiones de compra.

Si bien algunos encuestados se mostraron indecisos sobre si los influencers deberían ser más transparentes, la mitad cree que pueden tener un impacto positivo en los adolescentes, y más de la mitad se sintió inspirado o influenciado por ellos en algún momento.

En general, estos hallazgos sugieren que los influencers pueden ser una fuerza positiva para los adolescentes, no sólo en términos de productos recomendados, sino también en términos de inspiración y promoción de hábitos saludables. Aunque hay algunas preocupaciones sobre la transparencia de estos, los resultados sugieren que los adolescentes están dispuestos a seguir a influencers y a ser influenciados por ellos si creen que están haciendo un bien a la sociedad. En conclusión, los influencers pueden tener un impacto positivo en la vida de los adolescentes, y esta es una tendencia que probablemente continuará en el futuro cercano.

La adolescencia es una etapa en la vida en la que la identidad se está formando y por ende va cambiando. Nos referimos a la forma en que el adolescente comienza a percibirse a sí mismo cuando deja de ser un niño y se convierte en quien realmente es. De allí la importancia de tener en cuenta el gran impacto que los influencers generan y la importancia de tenerlos en cuenta al pensar en cambiar comportamientos o en el momento de promocionar un producto legítimo.

Bibliografía

- Fernández, L. (2021). Influencers adolescentes: ¿modelo a seguir o peligro para la juventud? Educa y Aprende. Recuperado de <https://educayaprende.com/influencers-adolescentes/>
- Télam. (2021, Agosto 3). Los influencers literarios y su impacto en la promoción de la lectura. Télam. Recuperado de <https://www.telam.com.ar/notas/202108/564245-influencers-literarios.html>
- Castells, M (20 de septiembre de 2020). El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. OpenMind BBVA <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impactode-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- Idital (1 de octubre de 2020). Influencers. <https://idital.com/poder-los-influencers-lasociedad-actual/>
- Urresti, M (2008). Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet. La Crujía
- Bauman, Z. (2007). Vidas de consumo. Fondo de cultura económica. <https://construcciondeidentidades.files.wordpress.com/2017/11/bauman-vida-de-consumo.pdf>
- Contenidos, Social media. (10 de marzo de 2021). El nuevo algoritmo de Instagram en 2021. ClickAge, marketing digital. Recuperado de <https://clickage.es/>
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Cialdini, R. B. (1984). Influence: The psychology of persuasion. New York, NY: William Morrow.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. New York, NY: McGraw-Hill.
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Erikson, E. (1950). *Childhood and society*. New York, NY: W.W. Norton & Company.
- Nelson, C. L., & Stolp, S. M. (20XX). Influence of social media on teenagers: A case study of Facebook. *Journal of Adolescent Health*,
- Pew Research Center. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018* (Informe de investigación).
- Bravin, C y Pievi, N (2008). Documento metodológico orientador para la investigación educativa. INFD, Organización de Estados Iberoamericanos y UNICEF.
- Kukso, F (9 de octubre de 2016). Tecnofilia versus tecnofobia: el nuevo campo de batalla cultural. La Web, las redes y los aparatos inteligentes dividen la época en dos: los apóstoles de la conectividad y los voceros de sus efectos oscuros. *La Nación*.
<https://www.lanacion.com.ar/opinion/tecnofilia-versus-tecnofobia-el-nuevo-campo-de-batallacultura-nid1944758/>
- Manovich, L (2006). *El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Paidós
- Torres, C. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Revista Apertura*, 3(2).
- Castelló, A. (2015). "Del prescriptor al marketing de influencia". *Observatorio Comunicación en Cambio*, 23 de enero 2015, pp. 1, consultado el 09/09/2020, disponible en:
<http://comunicacionencambio.com/del-prescriptor-al-marketing-de-influencia/>
- Castelló Martínez A. y del Pino Romero C. (2015). Prescriptores, marcas y tuits: marketing de influencia. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDresearch ESIC*, Vol 12, N° 12, pp. 86-107.
- Marengo, J. (2020). "¿Influencers en cuarentena?". *Infobae*, 9 de noviembre 2020, pp. 1, consultado el 11/11/20, disponible en:
<https://www.infobae.com/opinion/2020/11/09/influencers-encuarentena/>
- Merodio, J. (2013). "Qué es el marketing de influencia y cómo usarlo dentro de tu estrategia de contenidos". *Juan Merodio*, 22 de julio 2013, pp. 1, consultado el 12/09/2020, disponible en:
<https://www.juanmerodio.com/2013/quees-el-marketing-de-influencia-y-como-usarlo-dentro-de-tu-estrategia-de-contenidos/>

- Núñez, V. (2014). Qué es el marketing de influencia y cómo funciona.
- Posadas Gallardo, A. (2018). El creciente papel de los influencers en las redes sociales y en la publicidad. Un estudio de caso.
- MARKETING DIRECTO (2017). Diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo. Término Influenciadores. Recuperado de:
<http://www.marketingdirecto.com/diccionariomarketing-publicidadcomunicacion-nuevas-tecnologias/influenciadores>
- Hatch, H. (2012). Influenciadores ¿Quiénes con realmente?. Merca 2.0. Recuperado de:
<https://www.merca20.com/influenciadores-quienes-son-realmente/>