

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL

EL SENTIDO DE LAS IMÁGENES DE INFLUENCERS EN INSTAGRAM, Y SU
INFLUENCIA EN EL PROCESO DE INTERACTIVIDAD DE LOS Y LAS JÓVENES

(Tesis para optar al Grado Académico de Licenciada de Sociología)

Alumna: Figueroa Romero, Angela Romina

Profesor guía: Vidal Rojas, Milton

Santiago, 2022

Dedicatoria

Dedicado a mi mamá...

Agradecimientos

Agradecer a mis hermanos, especialmente mi hermana que me apoyó en todo.

Tabla de contenido

Capítulo 1: INTRODUCCIÓN	7
1.1 Justificación de la relevancia del tema o problema	8
1.2 Pregunta de investigación	12
1.3 Objetivos del estudio	12
1.3.1 Objetivo general del estudio	12
1.3.2 Objetivos específicos	12
Capítulo 2: ANTECEDENTES	13
Capítulo 3: MARCO TEÓRICO	13
3.1 Discusión teórica	13
3.1.1 Sentido	13
3.1.3 Sentido, ¿a qué se refiere?	14
4.1 Imágenes en Instagram	16
4.1.2 Auto imagen	17
5.1 La presentación del yo en Instagram	17
5.1.2 Yo co-construido	20
6.1 La presentación del otro	22
6.1.2 La presentación de influencers en Instagram	22
7.1 La interacción en Instagram	24
3.2 Opción teórica	26
Capítulo 4: METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	27
4.1 Tipo de estudio	27
4.1.2 Muestra y selección del estudio	28
4.1.3 Instrumento de recolección de información	29
4.1.4 Plan de análisis de la información o datos	30
4.1.5 Logística trabajo de terreno	31
4.1.6 Procesamiento de información	33
Capítulo 5: ANÁLISIS DE DATOS O INFORMACIÓN	34
Jóvenes	34
Influencers	41
Capítulo 6: Conclusiones del estudio	46
BIBLIOGRAFÍA	49
ANEXOS	51

Capítulo 1: INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo estudiar el sentido de las imágenes de influencers en Instagram, y su influencia en el proceso de interactividad de las y los jóvenes en la Región Metropolitana. Instagram es una red social que trata principalmente de compartir imágenes y videos como lógica de interactividad. Si bien la aplicación cuenta con más funciones (como son los DM o mensajes directos entre usuarios, la edición de fotos, las historias, los en vivo y ahora último los reels, que son videos cortos), su interactividad es a través de perfiles que publican imágenes e historias (en vivo y temporales), donde las relaciones sociales son mediadas por las imágenes digitales.

Así pues, Instagram cuenta en primer lugar con un feed que es un tablero donde se da lugar a todo el contenido que suben los usuarios a la plataforma, es decir videos e imágenes, en orden temporal. La red social también cuenta con historias (o stories en inglés) las cuales son publicaciones que las personas pueden ver de los otros usuarios si pinchan su imagen de perfil, a diferencia del contenido que suben al feed, las historias tienen una duración de 24 horas y se caracterizan por ser rápidas e instantáneas, a excepción de las historias destacadas, de las cuales los usuarios pueden escoger que queden fijas en su perfil. Por otro lado, la plataforma entrega filtros para la edición de contenido, así las personas pueden editar el contenido que suban a la red social, ya sea para imágenes, videos y reels (que son videos cortos). Además, Instagram cuenta con chat que se llama Messenger, también le dicen DM (en inglés direct message) o mensajes directos. Asimismo, debajo de la foto de perfil circular, hay un breve texto en donde el usuario puede describirse, la cual se llama biografía o bio. Por otro lado, la aplicación cuenta con seguidores y seguidos, que son los usuarios que las personas agregan o no a su perfil, a diferencia

de Facebook, Instagram permite que un usuario siga a otro sin ser aceptado. Igualmente, Instagram cuenta con funciones para interactuar con otros usuarios, que son: me gusta (o like), comentarios, y guardados que son las publicaciones que las personas guardan para ver posteriormente. Finalmente, la plataforma también da la opción de hacer compras dentro de ella.

En conclusión, esta plataforma se lanzó el año 2010 y ha logrado posicionarse como una de la red social más utilizada en el último tiempo, tanto así que para el año 2020 en Chile existan 7.3 millones de usuarios que la utilizan, entre ellos 53% corresponde a mujeres y 47% son hombres. Además, los usuarios de entre 18 y 34 años, son los que más utilizan esta red social, posicionando con un 67% de un total de usuarios (García Javier, 2020).

1.1 Justificación de la relevancia del tema o problema

El Smartphone y las Redes Sociales se han vuelto en un fenómeno revolucionario que ha cambiado la forma en que los individuos interactúan y se comunican en su vida cotidiana. Cabe señalar que, para llegar a este fenómeno han existido otros momentos dentro de los avances tecnológicos y comunicacionales que han permitido el aumento de la conectividad, con esto nos referimos a Internet. (Castells, 2001) señala que las nuevas tecnologías no son simples herramientas, sino que son procesos de desarrollo en que los usuarios y creadores se convierten en ellos mismos, de esta manera las nuevas tecnologías son una ampliación de la mente humana y lo que se piensa se convierte en bienes, servicios, entre otros.

Si bien el análisis de Castells se aplica a las nuevas formas económicas de esta sociedad red, su planteamiento de los usuarios sirve como punto de referencia ya que señala que este se vuelve creador de contenido (o productos, servicios, entre otros), así pues el autor considera que la sociedad actual va en aumento, ya que se crean nuevas formas y cambios de comunicación. Por otro parte, un par de décadas antes, (Debord, 2014) señala que el espectáculo se presenta como sociedad misma, como parte de la sociedad y como instrumento de unificación además de ser una relación social en sí misma entre personas mediatizadas por imágenes y que la realidad surge en el espectáculo y el espectáculo es real. Si bien Debord lanzó su crítica hacia la consolidación de los medios de comunicación de masas en mediados del siglo XX, su crítica es un antecedente rescatable en base a que el fenómeno analizado por el autor ha transmutado a nuevas formas tecnológicas, pero que siguen funcionando en base a la misma lógica (unificación-separación, realidad-imagen, apariencia-reproducción).

Desde otra perspectiva, (Rubio, 2010) señala la indiscutible transformación en la socialización, atribuyendo a las redes sociales y con ello a una ‘juvenilización de la sociedad’ como dos fenómenos precedentes de este cambio. Enfocándose en jóvenes como grupo predominante, que se identifica y construye realidades a través de la red. Por lo tanto, los cambios en la socialización se ven presentes por la influencia de los medios de comunicación; de esta manera, el internet junto con las redes sociales, revolucionaron la interacción entre individuos. En esta misma dirección, Arda (2011) expone conclusiones de una investigación sobre una encuesta de vida digital, apuntada a los cambios de socialización y la construcción de identidades a partir de la cotidianidad de lo digital, donde el sujeto pasa a ser un sujeto “exceso-consciente” de su representación.

Profundizando en lo anterior, tenemos que dentro de la sociedad se han generado transformaciones basadas en, como señalan (Dijck, 2016), la infraestructura tecnológica actual, donde se favorece la intensa actividad comunicativa que vivimos día a día. Los sujetos se comunican vía correo electrónico, mensajería instantánea, redes sociales, entre otras; todas estas configuran la existencia de un sistema social de conectividad permanente donde los dispositivos móviles juegan un importante papel. (Bauman, 2007) y (Giddens, 1995) señalan que la individualización y la intensificación de la experiencia han provocado un proceso de transformación social y cultural, en donde la subjetividad (la cual se entiende como subjetividades que buscan autonomía, son insatisfechas con el estado de cosas y expuestas a un mercado que convierte cada creación de lenguaje, conocimiento y afecto en mercancía) y la imagen están en una lucha por otorgarle sentido. Por ende, la confluencia de estos fenómenos provoca que los sujetos tengan relaciones sociales cada vez más inmediatas (o en tiempo real), mediadas por plataformas-aplicaciones digitales que permiten que la interacción sea por medio de perfiles e imágenes.

Dado este punto, debemos introducir a Instagram. De esta manera (Han, 2014) señala que “las imágenes, que representan una realidad optimizada en cuanto reproducciones, aniquilan precisamente el originario valor icónico de la imagen” (Han, 2014) y que, a diferencia de los medios de comunicación de masa, existe una falta de mediación; esto quiere decir que los individuos (o usuarios como se denominan en Instagram) interactúan directamente entre ellos sin la necesidad de un tercero que verifique la información que se publicará. En suma, considerando que la imagen digital es parte crucial de este proceso, ya que las personas consolidan y/o producen

sus vínculos sociales, los significados otorgados a la imagen digital impactan en la programación y/o configuración de las personas debido a que esta imagen despoja la comunicación de su carácter táctil y corporal, teniendo como consecuencia que “el medio digital crea más distancia frente a lo real que los medios analógicos (...) carece de edad, destino y muerte (...) en él se ha congelado el tiempo mismo” (Han, 2014)

Por lo tanto, este estudio estará enfocado en los principales usuarios de esta red, es decir jóvenes entre 18 y 34 años (siendo el tramo de edad predominante con un 67% de los perfiles) que saturan diariamente la aplicación, que se destacan por ser activos, ya sea subiendo contenido, dando like o comentando publicaciones. Esta red social, en la cual domina la construcción de una imagen digital que domina estos procesos, disminuye lo táctil y corporal de las relaciones sociales, y que está investida de una significación que los propios individuos (o usuarios) le otorgan a esta imagen. Hay que resaltar que, lo que diferencia a Instagram de las demás redes sociales es la prioridad que la otorgan a las imágenes, y a la vez, la importancia de la selfie.

Por último, dado que es un tema muy actual, sobre todo si se habla de redes sociales y con las distintas modificaciones que les hacen sus creadores; cabe destacar que para realizar la siguiente investigación -y específicamente sobre Instagram- es muy escasa la información que hay sobre el tema, en especial en Sociología. Por ejemplo, existen más investigaciones sobre MySpace y Facebook. En tal sentido, es que el propósito de realizar esta investigación, estará enfocado, principalmente, en aportar nuevos conocimientos sobre este tema, principalmente en Chile que no se habla mucho de redes sociales. Pero sobre todo, que aporte conocimiento tanto individualmente como colectivamente.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es el sentido que le dan los influencers a las imágenes que suben a Instagram y que ven los jóvenes entre 18 y 34 años, en la Región Metropolitana?

1.3 Objetivos del estudio

1.3.1 Objetivo general del estudio

Analizar el sentido que le dan los influencers a las imágenes que suben a Instagram y que ven los jóvenes entre 18 y 34 años, en la Región Metropolitana.

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.3 Conocer el sentido de la presentación del yo de los influencers en sus imágenes de Instagram para los jóvenes de 18 y 34 años de la Región Metropolitana.

1.3.4 Caracterizar el sentido que los influencers le atribuyen a su presentación del yo, a partir de sus imágenes en Instagram para los jóvenes de entre 18 y 34 años de la Región Metropolitana.

1.3.5 Describir la interacción que se produce entre las imágenes de los influencers y los jóvenes de 18 y 34 años que los siguen en Instagram.

Capítulo 2: ANTECEDENTES

De acuerdo a los sujetos de estudio que serán parte de este proyecto de investigación, según el estudio desarrollado por IEDGE Business School, para el año 2020 en Chile había un total de 7.3 millones de usuario, entre ellos el tramo de edad predominante que usa la red social son entre 18 y 34 años, siendo la mayoría mujeres con un total de 53.4% por sobre los hombres que tienen 46.6% (García Javier, 2020), este tramo de edad representa un total de 67% de usuarios dentro de la plataforma. No obstante este proyecto estará enfocado en los usuarios que son mayoría en la red social, es decir jóvenes de entre 18 y 34 años, pertenecientes a la Región Metropolitana.

Capítulo 3: MARCO TEÓRICO

3.1 Discusión teórica

3.1.1 Sentido

Sentido lo define la RAE como: Razón de ser, finalidad o justificación de algo. (Real Academia Española, 2020, párrafo 8). Por ello es que la siguiente investigación tendrá como eje principal el concepto de sentido.

3.1.3 Sentido, ¿a qué se refiere?

En primer lugar, para referirse al concepto de sentido se utilizará la noción de Max Weber para definirlo desde un punto de vista de sentido mentado de la acción. Según Weber, los sujetos realizan una acción social que tiene un sentido orientado y mentado, está dirigido hacia un otro; este sujeto actúa en relación a un otro, su intencionalidad es clara. Esta conducta implica que una acción social se encuentra influenciada por la percepción que cada persona tiene de la significación de la acción de los demás y de su propia acción. Esta acción no se puede entender de forma individual, ya que solamente puede ser entendida con la acción de otro. Por ello es que el autor propone la idea de tipo de ideal, lo que corresponde a los distintos tipos de acción social que existen y de acuerdo a la intencionalidad que ella carga, es decir estos tipos ideales se encuentran contruidos en base al sentido de sus acciones. Así pues, distingue entre acciones de arreglo a fines, de arreglo a valores, afectiva y tradicional.

Si bien, la acción social debe ser entendida pluralmente, no necesariamente un individuo esperará la respuesta del otro. No obstante, el autor para referirse a las acciones sociales que sí son correspondidas, las define como relaciones sociales en conducta plural recíproca en base a su sentido; es decir, cuando los sujetos actúan con un sentido de reciprocidad, dicho de otra forma, cuando se espera algo del otro y sucesivamente, aunque no siempre se trate de concordar. Las relaciones sociales consisten en que existe una probabilidad de que se actúe de una forma esperable, ya que es la respuesta del otro con una misma acción social.

Algo muy rescatable de la noción de relaciones sociales de Weber, es la relación social como comunidad, en una comunidad en donde se espera algo de otro, en donde si o si exista reciprocidad.

Por “relación” social debe entenderse como una conducta plural -de varios- que, por el sentido que encierra, se presenta como recíprocamente referida, orientándose por esa reciprocidad. La relación social consiste, pues, plena y exclusivamente en la probabilidad de que se actuará socialmente en una forma (con sentido) indicable; siendo diferente, por ahora, aquello en que la probabilidad descansa. (Weber, 2002: 21)

Además, esta idea se puede vincular con Instagram dado que es una red social en donde se espera la interacción de un otro, en relación al contenido que sube el yo -especialmente de imágenes-. La comunidad de Instagram se conforma principalmente por compartir un mismo tipo de interés ya sea personal o de un grupo de personas que son parte de la red social, que en este caso sería el motivo de ver las imágenes que suben los influencers a su perfil. Así bien lo plantea el autor:

Llamamos comunidad a una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social -en el caso particular, por término medio en el tipo puro- se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes de constituir un todo. (Weber, 2002:33)

Por otra parte, está la teoría del significado que desarrolló Schutz, que consiste en el sentido que las propias personas le dan a sus acciones y a las acciones que desarrollan los demás. Por lo tanto, el autor plantea que (Schutz, 1993), existe el significado que los individuos le dan sus acciones y la comprensión que ellos mismos le dan a sus propias acciones, por otra parte está la interpretación de la acciones que desarrollan los otros y por último, la interpretación de las acciones propias. Así pues, el autor presenta un interés por

comprender las acciones que llevan a cabo las personas, las cuales definirá como acciones sociales.

La comprensión de los signos se produce en el modo de la simultaneidad o casi-simultaneidad. El intérprete se pone en el lugar de la otra persona e imagina que él mismo selecciona y utiliza los signos. Interpreta el significado subjetivo de la otra persona como si le perteneciera. En ese proceso extrae elementos de todo su conocimiento personal del hablante, especialmente de las maneras y hábitos con la que este último se expresa. Tal conocimiento personal continúa construyéndose en el curso de una información.

El mismo proceso ocurre en la mente del hablante. Sus palabras serán seleccionadas con vistas a que las entienda su oyente. Y el significado que el hablante trata de hacer comprender no será solo significado objetivo, pues él intenta también comunicar su actitud personal. Esbozará su propósito comunicativo en el tiempo futuro perfecto, tal como lo hace con el proyecto de cualquier otro acto. Su elección de las palabras dependerá de los hábitos que ha construido al interpretar las palabras de otros, pero también estará influida, por supuesto, por su conocimiento del oyente (Schutz, 1993)

4.1 Imágenes en Instagram

Dado los avances tecnológicos, los individuos tienen -casi siempre- cerca un aparato tecnológico con el cual se pueden tomar fotos, a cualquier hora y en cualquier lugar. La característica de instantaneidad en la que se presenta la modernidad, permite sacar el teléfono celular y capturar el momento. Esas imágenes son compartidas y por ende definen el presente; se dejó de construir el espacio social, ahora, no es físico sino virtual (Ródenas, 2013). Como resultado de esto, la vida moderna se desarrolla en las pantallas de los Smartphone y por ende en las redes sociales.

(Renobell, 2017), plantea que cada imagen que se captura, captura a la vez el momento reflejando valores sociales que son propios de él. Los usuarios al subir imágenes a Instagram

acercan su realidad, contexto y vivencia del momento, generando cercanía con el otro que ve su contenido.

Cada imagen la subimos a las redes sociales como pequeños trocitos de nuestra vida. Y en las redes sociales vamos dejando un rastro de nuestro quehacer diario. Instagram es un ejemplo de ello. Lo usan la gente importante de cierto reconocimiento social (famosos y celebrities) para describir su vida diaria. Lo usan la gente anónima para mostrar con imágenes su potencial como creador artístico y comunicador. Las imágenes se utilizan de mil maneras para mostrar la vida y la sociedad que nos rodea (Renobell, 2017)

4.1.2 Auto imagen

Correspondiente a las imágenes personales que se compartan en los perfiles, lo que a la vez implica cómo el yo y a la vez otro, se quiere mostrar y cómo quieren que lo vean, de acuerdo al contenido que comparte en la red social.

5.1 La presentación del yo en Instagram

Goffman (2006) señala que, los individuos son actores que participan en una obra de teatro, en donde desarrollan un determinado papel a la audiencia. De manera que, las personas en la sociedad también son parte de la obra y transmiten, en su comportamiento, una determinada imagen o impresión a otras personas.

El individuo actúa frente a otros sujetos de una determinada forma de acuerdo a lo que quiere transmitir. Los sujetos lo observan con el objetivo de que en algún momento desarrolle una expresión espontánea, es decir que esté fuera del guion. Por ello, es que el individuo intentará

vigilar la impresión que emana hacia los otros, utilizando una máscara con el fin de mostrar un concepto idealizado, sobre él mismo, en relación a lo que quiere ser. Según el autor, es *actuación* (Goffman, 2006) cuando el individuo se presenta ante otros en los cuales quiere influir, por lo tanto la fachada social es una forma de actuación en donde el sujeto (yo) constantemente trata de mostrar su mejor aspecto. El escenario, por tanto, es donde el actor se encuentra desarrollando su personaje, en este sentido, es la red social de Instagram, ya que respecto al contenido que suba siempre tratará de dar la mejor impresión de sí mismo, mostrando su mejor *fachada*, así es como tanto desempeñar aquella representación el individuo asumirá esa realidad -ideal- como su propia realidad.

En segundo lugar, el autor plantea que el individuo es considerado como actuante y personaje. Por un lado actuante se refiere a la persona sin máscaras y sin guion, el individuo se encuentra como realmente es, dejando al descubierto sus temores, miedos e incluso vergüenza que pueda sentir. Todo esto, antes de prepararse, es decir sin leer y aprender sobre su personaje (preparación). Por otro lado, el personaje se refiere a la imagen que el sujeto quiere representar frente a los demás y a la vez, que los otros le otorgan. Esta imagen se relaciona directamente con él, es su propia presentación en escenario, por lo que si el individuo desarrolla perfectamente su rol, el auditorio -en este caso sus seguidores- va a adjudicar esa imagen como la correspondiente. Por lo tanto, el sujeto-usuario se mostrará de tal forma en Instagram con la idea de mostrar lo mejor de sí, para que los otros se generen esa imagen de él (personaje), sin embargo, detrás de la pantalla se puede apreciar cómo realmente es (actuante).

La transformación dispuesta por los avances tecnológicos, han modificado la naturaleza de los procesos sociales de las personas, y por ende las nuevas configuraciones de las subjetividades.

(Ramírez y Anzaldúa, 2014) plantean que las sociedades configuran sujetos mediante un proceso de socialización, en el cual se modela un sujeto a través de sus significaciones y las del imaginario social, para darse lugar en el mundo. La socialización se lleva a cabo a partir de dos procesos simultáneos y complementarios, integración y regulación, el primero remite a los sujetos y sus capacidades para poder incorporarse a la colectividad; el segundo condiciona a los sujetos a asumir formas que van a contener sus prácticas, sus relaciones y modos de participación en lo social. En este sentido, la dinámica de socialización en el ciberespacio, principalmente en las plataformas móviles como Instagram, también funciona en base a estos dos postulados.

(Escobar & Román, 2011) plantean que las redes sociales posibilitan tanto consolidar relaciones ya establecidas en el mundo offline como construir nuevos vínculos además de ser “portales de identidad” en los que los usuarios construyen y expresan su “yo” o características de sí mismos, agregando y compartiendo su actividad en Internet. Estas prácticas están diseñadas, por tanto, para crear y mantener vínculos con otros, y este fomento de la sociabilidad hace de las redes sociales un espacio privilegiado para la autorrepresentación, para la encarnación del “yo” en el ámbito digital. Por tanto, las redes sociales, tomando elementos de (Sánchez, 2011) en cuanto a la cibercultura, las relaciones son fluctuantes y expandidas, y quizá por ello se han permitido erguirse como el culmen de la virtualidad tecnológica.

Al abordar la presentación transfigurada del yo, sobre la idea de identidad que poseen las personas, según (Castoriadis, 2007) esta sería impulsada por la condición de existencia basada en *el orden histórico-social pero su psique impulsa creación radical de significaciones (representaciones, afectos y deseos), que enlazadas con las significaciones imaginarias sociales, constituyen la realidad que se da a sí mismo (subjetividad), para encontrar un lugar y*

reconocimiento en el mundo. De tal suerte, entendemos por subjetividad el proceso donde el sujeto se constituye y modela a sí mismo, en el entramado de dos órdenes irreductibles e inseparables: el de la psique-soma y el histórico-social. Por lo tanto, las significaciones que los sujetos le dan a sus experiencias y a la de los otros, no pueden ser vistas de manera aislada de su contexto. El sujeto se constituye en base a las significaciones sociales y personales, donde se presenta y representa a un otro distinto. De esta forma, según (Sánchez, 2010) el sentido de la identidad sólo puede ser construido a partir de la acción repetible, la incidencia de hechos singulares en la cultura; por su parte, la alteridad se manifiesta como diferencia en tanto el otro siempre es distinto. La significación del otro en tanto diferencia con el yo (o en este caso, la identidad diluida en presentación del yo), permite tanto al yo como al otro configurar esa identidad que supone diferenciarlo.

5.1.2 Yo co-construido

En las redes sociales, principalmente Instagram, la utilización de imágenes por parte de los sujetos-usuarios es el medio por el cual las personas significan y socializan. (Suárez, 2005: 29) cita a Bourdieu para referirse a la fotografía como una cosa, que responde a funciones y necesidades sociales predeterminadas, ya que vienen a llenar funciones que preexisten a su aparición: solemnizar y organizar un tiempo importante de la vida colectiva.

Ninguna foto es casual, sino que más bien responde a una lectura social, o una forma particular de leer lo social. Por lo tanto, cada elemento visual que los usuarios comparten en sus perfiles, están cargados de intencionalidad y significado, creando contenido de acuerdo a siete elementos constitutivos de su autoimagen, siendo estas representantes de la cotidianidad. Según (Sánchez, 2011) las imágenes digitales dejaron de ser solo contemplativas, puesto que ahora están cargadas de sentido, eliminan distancia y propician el acercamiento. El yo se representa a través

de las imágenes, éstas pueden intervenir, ser transformadas y alteradas. Como característica especial de las imágenes digitales, aparece la intervención del sujeto para configurar y configurarse como imagen: la imagen virtual es una imagen acción, pone en escena nuevos modelos de subjetivación basados en la transfiguración de sí (Sánchez, 2011).

Instagram entrega funciones que permiten la autoedición fotográfica, esta gestión está regulada por las normativas de la misma red social. Si bien, la estrategia de gestión de recursos depende de la persona que se pone en escena, al mismo tiempo es dependiente de un sistema automatizado. De esta manera, la identidad es una coproducción donde se cruzan las estrategias de la plataforma y las tácticas de los usuarios (Rueda, 2015). Asimismo, la autora cita a Cardon para entender cómo se construye una *autoimagen* en las redes sociales digitales, quien propone la existencia de dos aspectos de la presentación del yo en la vida cotidiana: en primer lugar, el papel activo de quien desea presentarse ante un público determinado, a través de la “gestión de impresiones” que se desarrolla de un modo narrativo verbal y visual; en segundo lugar, el manejo del equipamiento simbólico-expresivo de acuerdo con el escenario concreto de interacción, el cual está cargado de posibilidades y restricciones tanto materiales como sociales y donde la auto-expresión puede traducirse también en autopromoción de sí.

Los autores (Ruiz-Corbella & De-Juanas Oliva, 2013) plantean que el sujeto en el entorno digital juega con diferentes colectividades o el anonimato. Se configura a partir de la habilidad de gestionar con éxito la visibilidad, la reputación y la privacidad construyéndose a partir de la propia actividad y la de los demás en el entorno. De esta manera, el sujeto pasaría a ser un *yo co-construido*: en donde la identidad individual y colectiva se integran y regulan, simultánea y

permanentemente, teniendo como consecuencia una continua visibilidad junto con estar agregada, fragmentada, almacenada y no controlada.

6.1 La presentación del otro

En lo que se refiere a la presentación del otro, primeramente se debe entender que el yo contiene un otro, con el que se significan e interactúan. La existencia de un otro se presenta como alteridad a la presentación del yo, provocando que el yo se perciba como un producto único y diferente. El yo proyectado por el usuario hacia una colectividad dentro del espacio digital social, es percibido por un otro; un público que otorga una significación a la publicación-imagen y la cual puede manifestarse a través de los recursos que le brinda la misma plataforma.

6.1.2 La presentación de influencers en Instagram

Por otro lado, el concepto de influencer acuñado recientemente y utilizado mayoritariamente en Instagram, se refiere a un cierto tipo de personas que proyectan un estilo de vida ideal, la cuales logran despertar el interés de los otros, en relación al contenido que suben; constantemente se encuentran interactuando con sus seguidores, creando así una comunidad (Gómez, 2018).

Así pues, se trata de personas que tratan de influir en las actitudes, pensamientos y conductas de otras personas, utilizando la inducción como método principal de provocación. Si bien, el concepto de influencer se considera como nuevo o reciente, es en la psicología social en donde se comienza a hablar sobre influencia social. Lo cual significa la base para entender lo que es un influencer en la sociedad actual.

(Kelman, 1972), plantea que la influencia social trata sobre un cambio de conducta socialmente inducido, es decir cómo una persona o un grupo de personas cambia su comportamiento por uno o más sujetos. Este tipo de persuasión puede ser intencional o deliberada, así también intencional como no intencional.

Aquí es importante mencionar, que el autor plantea que existen tres procesos de influencia social: sumisión, identificación e internalización. Sin embargo, en la que más se ve aludido el concepto de influencer es en el proceso de identificación, ya que trata sobre cómo las personas son influenciadas por alguien estimado y/o por la cual siente admiración, y como, el otro se siente atraído por el deseo de lograr ser como el que influye, es decir adoptando actitudes y características como un modelo a seguir.

De manera que, un influencer se define por ser activo y constante en redes sociales en relación al contenido que crea y que socializa en la red social, lo que a la vez brinda reconocimiento por parte de sus seguidores, ya que constantemente están viendo y revisando su contenido y por lo tanto logrará generar confianza y será identificable por parte de ellos. Además, se destacan por

tener manejo en un tema en específico, es decir pueden ser considerados como líderes de opinión; así, de acuerdo al tema que se dediquen a desarrollar más en su perfil, es que se clasificará y por lo tanto, existirán muchos tipos de influencers. Lo que se enlaza con “tienen que ver con los grupos de referencia y con el propio aprendizaje social del uso del medio de comunicativo. Cada imagen es un modelo social a percibir. Un modelo para ser imitado o rechazado según la cultura ideal dominante. Modelos a seguir que explican la realidad circunstancial y global.” (Renobell, 2017). Si bien, no existe claridad para definir cuántos seguidores debe tener un usuario para ser considerado como influencer, es la influencia social que ejerce sobre los otros lo que los hace diferenciar del resto, lo que dependerá de la interacción que genere en la red social, asimismo la relación que logre generar con sus seguidores, (Cáceres, Perea da Silva, Melina, & Torres, 2017) citan a Zucherino mencionan que las publicaciones que realicen los influencers puede producir un impacto sobre ellos como no, lo que podría motivar a que sus seguidores realicen acciones positivas o negativas respecto al contenido compartido.

Sin embargo, si un influencer comparte contenido que genere críticas, es seguro que perderá seguidores, lo que también perturbará la interacción generada por sus seguidores, estas serían una de las razones por la que un influencer podría dejar de serlo.

7.1 La interacción en Instagram

La interacción que se da en Instagram se presenta a través de la relación de yo y el otro, específicamente cómo el yo -siendo a la vez otro- se relaciona con los influencer. En primera instancia, los cambios de la socialización se vieron influidos por los medios de comunicación. Sin embargo, el uso de internet y las redes sociales revolucionaron los procesos de interactividad de

los individuos en la sociedad. Los jóvenes en las redes sociales se sienten identificados y parte del mundo.

(Renobell, 2017), plantea que el uso activo y frecuente de Instagram ha modificado e intervenido las formas de interactuar, ahora las redes sociales en general son el principal medio de información, comunicación e interacción. Las maneras de relacionarse en la actualidad son facilitadas por internet y el principal medio son las redes sociales. Las personas hoy en día, interactúan a través de imágenes, y especialmente en Instagram predomina lo visual por sobre lo escrito.

Según Goffman (2006), la interacción es una presencia mutua, en donde converge un yo y otro. Es allí donde los individuos muestran lo mejor de sí. Según lo que plantea el autor, la interacción se da mediante dos *equipos*. Para el autor, el sentido social de las acciones se debe comprender en donde surge la interacción. El ser humano interactúa con las demás personas a partir de los símbolos, de ahí que se refiere al hecho de que los individuos en la sociedad utilizan máscaras para presentarse e interactuar con los otros.

La actual era digital ha revolucionado las formas de socializar y por ende de interactuar. Ahora, existe la interacción tanto física como virtual, se construyen nuevas comunidades en donde las acciones y reacciones se van generando y desarrollando dado los intereses en común que se pueden compartir en una red social.

Asimismo, (Blumer, 1982) propone una interacción de tipo simbólica, puesto que se responde a otro a través de símbolos, los cuales dependerán de la interpretación y comprensión

que le de el yo, puesto que cuando el ser humano es consciente de las acciones que realiza, a la vez es consciente de interpretar las acciones de los demás, por qué el otro usa tal y cuál actitud y con qué intención. De tal modo, el yo premedita sus acciones por el otro, es decir está consciente de que otro estará consciente, a la vez, de sus acciones.

Tiene que señalarse las diversas condiciones que pueden servirle para instrumentar su acción y aquellas que pueden entorpecerla; ha de tener en cuentas las exigencias, expectativas, prohibiciones y amenazas que pueden surgir en la situación en la que actúa. Su acción se elabora paso a paso a través de un proceso de indicación a sí mismo. El individuo conjunta y orienta su acción tomando en consideración las distintas cosas e interpretando la importancia que revisten para lo que proyecta hacer. No hay ningún tipo de acción consciente en la que esto no se cumpla. (Blumer, 1982:61)

Del mismo modo, plantea la importancia del “sí mismo” y a la vez crítica a la sociología por no considerarlo, debido a que el ser humano en la sociedad actúa bajo este “sí mismo” que son indicaciones propias que ellos mismos se dan y que el contexto influye sobre qué acción realizar y en la interpretación de la acción de los demás (otro); por lo tanto la acción colectiva son en un conjunto acciones de cada persona, respondiendo, interpretando y comprendiendo la acción del otro.

3.2 Opción teórica

De acuerdo a los autores y su discusión teórica, para efectos de este proyecto de investigación se tomará la noción de sentido mentado de la acción social de Weber, ya que describe bien cómo los sujetos actúan en la sociedad de acuerdo a una acción con sentido e intencionalidad, que además es recíproca, si bien esta noción fue desarrollada en una época distinta a la actual, en relación a los avances tecnológicos, resulta interesante tomar un autor clásico de la sociología comprensiva a un tema tan actual como son las redes sociales.

Por otro lado, respecto a la presentación del yo, se tomará la propuesta de Goffman para referirse a cómo el yo actúa dentro de la red social, ya que como plantea el autor, el sujeto en las redes sociales está detrás de una pantalla, que otro no es capaz de ver, sin embargo de acuerdo al contenido que comparte otorga cercanía y se muestra de una forma idealizada.

Asimismo, cuando se habla de influencers se escogerá la noción de Kelman, puesto que si bien es un concepto considerado como moderno, siempre ha existido. Por último, al referirse a interacción se preferirá el concepto de interaccionismo simbólico que desarrolla Blumer, puesto que los seres humanos en la sociedad interactúan a través de símbolos, saturados de sentido, en respuesta a otro, el cual también responderá.

Capítulo 4: METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de estudio

Dado que las investigaciones tienen distintos tópicos y fines a investigar, por ejemplo de tipo correlacional, descriptivo, explicativo y exploratorio. La siguiente investigación utilizará el tópico exploratorio, ya que el tema a investigar ha sido poco estudiado.

Asimismo, se utilizará un enfoque cualitativo, interpretativo y hermenéutico para recolectar información empírica respecto del tema, con el fin de comprender la conducta de las personas a estudiar. Por lo tanto, se construirá un instrumento que ayude a responder la pregunta de investigación, así como también los objetivos que son parte del estudio. Así bien lo plantea el autor:

La función final de la investigación guiada por el paradigma interpretativo consiste en interpretar las conductas de las personas estudiadas, lo cual se logra cuando se puede el significado que ellas le dan a los acontecimientos, según su propia perspectiva de subjetividad. (Briones Aedo, 1994:31)

Se escoge la metodología cualitativa, porque además de que se centra en la comprensión es que entre sus características tiene la apertura y flexibilidad. Apertura en un sentido de que se puedan incluir nuevos ajustes al diseño metodológico, y flexibilidad ya que el número de entrevistas puede ir variando de acuerdo a la información que se obtenga de ellas.

Así, la investigación cualitativa utiliza como datos las representaciones y los discursos obtenidos en condiciones rigurosamente diseñadas para llegar, mediante el análisis y la interpretación de las unidades de sentido (estructuras semánticas) identificadas en ellos, al origen y significación de las analogías (metonimias y metáforas) utilizadas para elaborarlas, lo que hace siguiendo el camino inverso al de su formación, es decir, al del proceso de la simbolización. (Pérez Andrés, 2002:374)

4.1.2 Muestra y selección del estudio

Así pues, el sujeto de estudio serán jóvenes residentes de la región Metropolitana, de entre 18 y 34 años, ya que es el tramo de edad predominante con un 67% de los perfiles en la red social. Además, entre sus principales características es que sean activos en la red social, que la mayor parte del tiempo estén en ella, ya sea revisando contenido que sube el otro, dando like, comentando, haciendo stories o subiendo publicaciones. Igualmente, se harán entrevistas semi estructuradas a influencers para conocer de qué forma interactúan con los otros en Instagram. Se escogerán

influencers que pertenezcan a la comunidad LGBTIQA+, ya que es una instancia que puede permitir abrir más y mejores espacios a la disidencia.

4.1.3 Instrumento de recolección de información (ver anexo 1)

Puesto que, el enfoque es cualitativo el objetivo es realizar entrevistas tipo semi estructuradas, a jóvenes de entre 18 y 34 años residentes de la región Metropolitana, para analizar el sentido de las imágenes de influencers en Instagram. Por ende, el entrevistador tendrá una guía de preguntas, pero a la vez, podrá realizar nuevas preguntas si siente que son pertinentes en el momento. Así, el sujeto de estudio se podrá desenvolver mejor, pero sin perder el eje central de la discusión con el fin de relacionarla con los objetivos de la investigación. Por otro lado, no existe número definido de cuántas entrevistas se realizarán, ya que dependerá de la saturación de la información que se de en cada una de ellas, puesto que si se tiene pensado hacer 10 puede que en la número 5 la saturación de información esté lista. Se decidió utilizar la técnica de entrevista semi estructurada ya que se caracteriza por ser más flexible y dinámica al momento de recolectar información, además permite que el sujeto de estudio se sienta más cómodo y a la vez se afloje más, generando así un espacio mucho más espontaneo.

En principio, estas primitivas/renovadoras prácticas históricas cualitativas de investigación social entrañan una recuperación de la subjetividad real de las relaciones sociales, devolviendo (de forma relativa) el protagonismo y la voz a los propios sujetos/objeto (entrevistados/grupos de referencia) de la investigación social. Pero a su vez, la renovación de estas prácticas de investigación supone un intento de sustitución del artificioso (y represivo) lenguaje informático (reductivo) de la encuesta precodificada (lenguaje del poder encuestador) por la riqueza viva del proceso de comunicación real del intercambio simbólico entre sujetos totales, capaces no solo de reformular las preguntas, sino incluso de cambiar el código del intercambio. Y de tal modo, los sujetos/objeto de la investigación social dejan de ser considerados/metodológicamente tratados como masa

pasiva e indiferenciada de individuos/autómatas “señalizadores” para poder expresar (supuestamente) sus propios valores deseos y creencias etc., (Ortí, 2007).

4.1.4 Plan de análisis de la información o datos

Para comenzar, cabe recordar que el presente proyecto de investigación tiene una finalidad exploratoria, ya que el tema ha sido poco estudiado. El enfoque es de tipo cualitativo, en el cual se efectuaron entrevistas semi estructuradas para obtener la información. Se elaboró un instrumento para jóvenes de entre 18 y 34 años residentes de la región Metropolitana y otro instrumento para influencers que son parte de la comunidad de Instagram (ambos instrumentos compartían los primeros tres tópicos, solo el último, referido a los influencers es el que cambió).

Por su parte el plan de análisis tendrá cinco pasos a seguir:

- 1) Luego de tener transcritas todas las entrevistas se va a organizar la información y subrayar lo que verdaderamente de respuesta a la pregunta que se le hizo al entrevistado, con la finalidad de obtener la información más importante y concisa.
- 2) De acuerdo al paso anterior, se definirán categorías (o códigos) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) que se desprenderán de los objetivos específicos (tales como: yo, otro, influencer e interacción)
- 3) Por consiguiente, se confeccionará una tabla que será la matriz de relaciones de categorías de análisis.
- 4) Al mismo tiempo, se analizarán las respuestas que los participantes tengan en común, así como la redundancia que se de en ellas.

5) Por último, se redactarán las conclusiones las cuales se relacionaran con el marco teórico.

Así pues, el análisis de contenido tendrá entre sus principales características ser iterativo, interpretativo y lograr la saturación. Iterativo porque se deberá leer y re leer muchas veces las entrevistas transcritas para lograr desprender de ellas las categorías; interpretativo porque el investigador tendrá como rol fundamental unir la teoría junto con la información recopilada y finalmente realizar el proceso de saturación, que consiste en obtener el máximo provecho de la información y a la vez es el que marca el fin del proceso de análisis de datos.

En suma, lo que se espera obtener de esta técnica es conocer el sentido que le dan los influencers a las imágenes que suben en Instagram y que ven los jóvenes dentro de esta red social.

4.1.5 Logística trabajo de terreno

En primer lugar, cabe destacar que la carta Gantt no tuvo muchas variaciones, ya que acceder a las unidades de análisis no fue dificultoso, al menos en el caso de los jóvenes, por otro lado, acceder a influencers fue más complicado, ya que al acceder a contactarles fue un tanto complicado y además no todos contaban con disponibilidad. Asimismo, para la realización de las entrevistas, algunas fueron en modalidad online y presencial, de acuerdo de la disponibilidad de los participantes. En el caso de las entrevistas online, se realizaron a través de plataformas como Zoom y Meet, no hubo ningún tipo de complicación e incluso los participantes se veían muy cómodos al momento de aplicar el instrumento.

Por su parte, las entrevistas realizadas presencialmente, fueron un poco más dificultosas de realizar, ya que algunas de ellas las apliqué en mi trabajo, y debido a que no había un espacio muy cómodo y a la vez silencioso, en algunas ocasiones la entrevista fue interrumpida ya sea por conversaciones ajenas, o asimismo por compañeros que se acercaban a hablar sobre cualquier otro tema. A pesar de que ocurrió esto, de igual manera se pudieron llevar a cabo y conseguir lo que finalmente quería obtener de ellas. No pude obtener ningún registro fotográfico, más que los propios audios de las entrevistas realizadas.

Para concluir, al momento de aplicar el instrumento noté que algunas preguntas redundaban sobre la misma información, por lo que opté por retirarlas del guion, sobre todo en el instrumento para influencers.



Ilustración 1 Entrevistado vía Meet

4.1.6 Procesamiento de información

Identificación entrevistados jóvenes

Participantes	Género	Edad	Profesión/ocupación
1 Entrevistado	Hombre	26	Trabajador independiente, traductor
2 Entrevistado	Hombre	24	Estudiante de Ingeniería en sonido
3 Entrevistado	Mujer	20	Trabajadora, estudiante de cine
4 Entrevistado	Mujer	32	Traductora. Trabajadora y estudiante de comercio exterior
5 Entrevistado	Hombre	24	Trabajador y estudiante de derecho

Identificación entrevistados influencers

Participantes	Género	Edad	Profesión/ocupación
1 Entrevistado	Mujer	24	Artista visual
2 Entrevistado	Hombre	32	Trabajador, actor

3	Entrevistado	Hombre	23	Trabajador, publicista
---	--------------	--------	----	---------------------------

Capítulo 5: ANÁLISIS DE DATOS O INFORMACIÓN

Como se ha mencionado en el plan de análisis, se deben llevar a cabo pasos para realizar un correcto análisis de datos cualitativos, en lo que se refiere los autores:

Los propósitos centrales del análisis cualitativo son: 1) explorar los datos, 2) imponerles una estructura (organizándolos en unidades y categorías), 3) describir las experiencias de los participantes según su óptica, lenguaje y expresiones; 4) descubrir los conceptos, categorías, temas y patrones presentes en los datos, así como sus vínculos, a fin de otorgarles sentido, interpretarlos y explicarlos en función del planteamiento del problema; 5) comprender en profundidad el contexto que rodea a los datos, 6) reconstruir hechos e historias, 7) vincular los resultados con el conocimiento disponible y 8) generar una teoría fundamentada en los datos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Para analizar datos cualitativos se debe recolectar los datos, realizar tareas analíticas y por último redactar los resultados. Las tareas analíticas están directamente conectadas con la inmersión, allí el investigador en las notas de campo deberá redactar sus impresiones. Más adelante, se debe relacionar los datos obtenidos con la teoría fundamentada que se desprende directamente del marco teórico.

Jóvenes

a. Primera categoría: yo

En primer lugar, en relación a la presentación del yo de los influencers en sus imágenes de Instagram, se puede decir que tanto jóvenes como influencers consideran que la mayoría de los

perfiles se presentan con un grado de realidad distinta a la real, los sujetos en Instagram tratarán de mostrar lo mejor de sí en la red social. Conceptos como éxito, belleza, felicidad redundan en los entrevistados. Lo que tiene relación con lo que plantea (Goffman, 2006) los sujetos en la sociedad se presentan en un escenario, que en este caso sería virtual y no físico (Instagram) en donde se ocultan tras máscaras, para mostrar lo mejor de sí frente a otro usuario.

Las posturas de los jóvenes respecto a las diferencias que presenta Instagram por sobre las otras redes sociales que predominan en la actualidad, concuerdan en que Instagram es una red social en donde tiene diversidad funciones que se van actualizando a la par con otras aplicaciones, y en la cual imperan las imágenes (por sobre todo); la instantaneidad que es propia de las redes sociales hoy en día, le juega a favor ya que es menos lectura y más ver directamente al otro (a través de imágenes y videos), de hecho los jóvenes llegan a la conclusión de que subir contenido a las historias a diferencia del feed, es mucho más utilizado ya que se trata de capturar el momento con rapidez y a modo fugaz, por el contrario subir contenido al feed requiere más preparación ya que es un contenido que quedará fijo (recordar que las historias solo duran 24 horas) como portafolio del usuario, donde otro podrá ver aquel contenido cualquier día, ya que perdurará. A la vez, se trata de estar cerca de otro que está lejos pero virtualmente está cerca; se trata de mostrar e interactuar a través de imágenes instantáneas que otorgan cercanía, además en los jóvenes generalmente al ingresar a la aplicación lo hacen para ver qué contenido subió otro, para saber de la gente como dice el entrevistada 2:

“...me meto cuando siento que quiero ver a mis amigos, o cuando quiero saber de más gente o cuando te sentí como solo, no solamente aburrido”

Se puede decir entonces, que en cualquier momento y en cualquier lugar los jóvenes ingresan a Instagram, considerando que es una red social en donde se le da énfasis a la utilización del teléfono celular (antes solo se podía subir contenido mediante teléfono celular, últimamente con las actualizaciones que le han hecho sus creadores, se puede subir contenido desde un computador, sin embargo no es una acción tan rápida como la que se genera con el teléfono celular). Además, se puede decir que solo una entrevistada planteaba que ingresaba a la red social, a menos que subiera ella contenido. Por otra parte, se puede decir que el contenido que los usuarios suben a Instagram la mayoría siempre trata de plasmar el momento en fotos como dijo el entrevistado 3:

“...Instagram como que permite acercarte... o sea mostrarte un poco... ahora que se añadieron las historias más que nada, es como mostrar un poco tu vida actual, o sea es como mostrar en el momento lo que estás haciendo, independiente lo que subas, se supone que es una historia mm... hablando, una historia en un lugar en específico o simplemente para que puedas compartir publicaciones, también siento que es una forma de compartirlas a tus seguidores de lo que viste en el momento y te pareció chistoso y eso po, como que te permite acercarte un poco más a la gente a pesar de que estamos todos virtuales”

Así pues, se trata de subir un contenido especial, distinto, no cotidiano sobre todo si lo van a subir al feed, porque la mayoría concuerda con que subir contenido a las historias son más cotidianas, se trata más bien de mostrar el momento exacto particular, por otro lado en el feed se tratará de subir algo interesante, que capte la atención del otro, un contenido que escapa un poco de la realidad en la cual están sumergidos día a día, asimismo, se analiza que la mayoría de los jóvenes prefieren tener la red social privada porque es más íntima. En otro orden de ideas, en lo

que se refiere a la opción de bio hubieron participantes que planteaban que tenía una importancia relevante para ellos, puesto que es lo primero que otro vería de él, no obstante algunos participantes concluyeron que no tiene mayor importancia para ellos. La mayoría de las imágenes que suben al feed tienen una preparación previa, dedicación, por el contrario a las historias. Los contenidos que no subirían están ligados con la intimidad y privacidad. En relación al tema de la edición de imágenes, tanto jóvenes como influencers aceptaron que editan las fotos (utilizando filtros que son propios de la red social), ya que ayuda a resaltar mejor los rasgos de la imagen misma y a embellecerla.

En general, en esta categoría las respuestas anteriores son las que más redundan o se repiten de los participantes jóvenes.

b. Categoría: otro

En lo que concierne a la categoría otro, se puede decir que las cuentas de Instagram que le interesan a los jóvenes y que por ende siguen, hubo mucha diferencia de opiniones, si bien la mayoría de los participantes se centran en la respuesta amigos o conocidos, también abarcaban lo que son gusto personales: música, videojuegos etc. Además, otra pregunta que los participantes respondieron en común es sobre cómo se muestran los usuarios en Instagram, entre los conceptos claves que pronunciaron se puede analizar que el entrevistado 5 habló mucho sobre subir contenido que sea bien visto por el resto, que en este caso sería el otro

“tú a lo primero que vei es al feed porque es el reflejo de la gente cachai, porque es todo lo que quieren mostrar de sus vidas, como lo bonito de la gente jajaja entonces todos quieren verse bien po obvio, quién querría verse feo, todos nos vestimos todos los días para vernos bien...”

De la misma manera, los entrevistados señalaron que siempre se sube un contenido positivo, que proyecta felicidad pero a la vez provoca toxicidad como mencionó la participante 2, asimismo los filtros distorsionan la realidad como dijo el entrevistado 3, en conclusión los participantes consideran que las personas al presentarse en la red social no se muestran como realmente son en la cotidianidad, en el día a día, es decir fuera de la red social, sino más bien se muestran distintas, mostrando una realidad distinta. Otra similitud que hubo en las respuestas, es relacionado al contenido que les desagrada ver en la plataforma, todos los participantes dijeron que el contenido repetitivo, y contenido que sea contrario a la ideología de ellos; asimismo el contenido desagradable para ellos implicaba que los usuarios dejarán de seguir a estas personas.

c. Categoría: interacción

Respecto a esta categoría, se puede decir que los jóvenes por donde más se comunican en Instagram es a través del chat que posee la red social (DM o mensaje directo), sólo la entrevistada 4 dijo que utilizaba más los comentarios como medio de comunicación. Asimismo, cuando otros usuarios los comienzan a seguir, todos llegaron a la misma conclusión: revisar de quién se trata, si es alguien conocido para ellos, de ser así lo aceptan. En relación a esta misma categoría, entre las características que posee Instagram es que otorga cercanía como dijo el entrevistado 1, por otro lado, los participantes 3 y 4 mencionaron la palabra mantener y tanto el entrevistado 1 como 5 se refirieron a la palabra comunicación: mayor comunicación y fácil comunicación como conceptos claves.

d. Categoría: influencer

Se puede decir que la opinión que tienen los jóvenes de los influencers, dependerá del tipo de influencer del cuál se está hablando, esto para tener una opinión clara sobre ellos, ya que como dice el entrevistado 1:

“...hay algunos buenos y otros malos”

Asimismo, el entrevistado 5:

“...hay algunos que son chistoso, pero otros que caen en las idioteces”

El entrevistado 3 es el único que tuvo una opinión diferente, es decir positiva, puesto que independiente del influencer del que se hable consideraba que era “una pega súper demandante” y son personas que utilizan la red social como medio de trabajo, lo cual significa ser creador de contenido. Por otra parte, los jóvenes definen a los influencers como modelos a seguir como planteaba la entrevistada 4 y la palabra influencia como tal es una que redunda mucho entre los entrevistados 3 y 5, ya que mencionan que tienen influencia sobre el resto, así lo indicaba el entrevistado 5:

“...el nombre lo dice, como una persona que influncia como...que tiene influencia sobre el resto, pero es una persona que es muy activa dentro de sus redes sociales, la ocupan para compartir contenido constantemente po, contenido al interés de la gente... pero es un contenido bien en particular, porque es un contenido de consumo masivo”

Además, son considerados “creadores de contenido”, ya que el contenido que vayan a crear y que posteriormente suban a Instagram tendrá una gran importancia, ya que eso repercutirá en conservar, ganar o perder su “fama”. Por otro lado, tener claro quién es o no influencer, aún no

está del todo claro para los jóvenes, ya que cuando se les preguntó sobre qué tipo de influencers siguen, mencionaron a cantantes o futbolistas, entonces se puede deducir que un cantante famoso sin querer también es influencer, ocurre una ambigüedad de conceptos allí, entre ser: famoso e influencer. Sin embargo, como rasgo característico de los influencers, según los jóvenes es que cuentan con un gran número de seguidores, y además, lo más importante es que ejercen influencia sobre otras personas.

Ahora bien, en lo que respecta al motivo de por qué dejarían de seguir a un influencer, se repite la respuesta a la pregunta ¿por qué dejarías de seguir a un usuario?, todos los entrevistados plantearon que un motivo para dejar de seguir a algún influencer sería que el contenido se vuelve repetitivo y si comparten algún contenido que esté en contra de sus principios o ideales. De la misma manera, todos los entrevistados llegaron a la misma conclusión sobre que los influencers aportan si o si, ya sea positivamente como negativamente, sin embargo como plantea el entrevistado 5, eso dependerá de los principios o ideales tanto del influencer como del seguidor, por ejemplo postura política:

“...si po, obvio aportan de las dos formas po cachai, tanto reforzando ideas positivas como reforzando ideas negativas, depende del punto de vista igual... una persona partidaria política de Kast, va a pensar que está aportando positivamente a sus influenciados y yo voy a pensar que está influenciando negativamente, pero obvio po, de las dos formas influncian”

Sin embargo, las entrevistadas 2 y 4 concluyen que no conocen a ningún influencer que aporte notoriamente positivo a sus seguidores. Por otro lado, lo que redundaba mucho sobre las diferencias entre un influencer y un usuario común es la cantidad de seguidores que poseen, asimismo coinciden en que los influencers trabajan en la red social, es decir no es un pasatiempo

ser activos y subir contenido constantemente. En resumen, los jóvenes deducen que los influencers ejercen influencia sobre sus seguidores y esto se ve también en la influencia que tienen sus opiniones para que sus seguidores consuman determinada marca, es decir es común que los influencer realicen publicidad de alguna marca (la cual les pega a ellos por promocionar) y así, lograr que sus seguidores consuman aquella marca.

Influencers

a. Categoría: yo

Para comenzar, cabe destacar que las respuestas de los jóvenes y de los influencers fueron muy similares entre ambas. En relación al análisis de los influencer de la categoría yo, se puede decir que consideran que Instagram es una red social que se encuentra muy bien complementada, ya que presenta funciones varias, que al contrario de otras redes sociales solo se enfocan en una función específica; según lo que plantean los entrevistados 1 y 3, además según el entrevistado 2 es la red social más utilizada hoy en día. Al igual que los jóvenes los entrevistados 1 y 3 concuerdan con que revisan el feed todo el día, solo el entrevistado 2 dijo que revisaba el feed en sus tiempos libres. Por otro lado, en lo que concierne al momento en que suben contenido a la red social, hubo más discrepancias.

Para los influencers es muy importante la opción bio, ya que es la cara visible, es información concisa en poco tiempo de la persona y es lo que finalmente el otro verá al momento de ingresar al perfil; en lo que se refiere al tipo de imagen o el estilo de imagen que suben los influencers a su perfil, también hubieron diferencias, pero se concluye que puede estar ligado al estilo propio de cada uno de ellos para subir contenido, conceptos claves como: sencillas, felicidad,

éxito fueron algunas de las cosas que dijeron en la entrevista. Además, el contenido que no subirían a Instagram el más nombrado es política, según los influencers no es muy conveniente referirse a esto.

Una similitud que se da entre jóvenes e influencers es que ambos editan el contenido que suben a su perfil, y se repiten conceptos claves como: resaltar, embellecer, verse mejor. Por otro lado, respecto a subir contenido como historia y al feed, los influencers a diferencia de los jóvenes prestan más atención al alcance que se consigue en cada uno, consideran que las historias tienen mucho más alcance, y al igual que los jóvenes son más rápidas e instantáneas. Por último, todos los influencers concuerdan que tienen un Instagram privado.

b. Categoría: otro

Por su parte, en la categoría otro se puede ver que los influencers tienen opiniones opuestas sobre la cuentas que le interesan, lo que tiene relación con lo que se planteaba anteriormente, dependerá del estilo que tenga cada uno de ellos, porque por ejemplo la entrevistada 1 menciona que le gusta seguir cuentas informativas, y algo muy contrario dice el entrevistado 2 quien dice que no le gusta ver contenido muy reflexivo. Sobre cómo ven a los demás usuarios, el entrevistado 2 y 3 concuerdan con que los usuarios en Instagram se presentan sólo el lado bonito, se trata de mostrar felicidad y éxito, tal como pensaban los jóvenes, de hecho el entrevistado 2 menciona que ocurre incluso una distorsión de la realidad:

“...yo creo que es lo que te decía antes, que tiene que ver con una gran necesidad de comunicar felicidad, de comunicar éxito, generalmente los perfiles que se repiten son de ese estilo cachai, al menos de los perfiles que sigo, independiente si conoces o no la realidad de esa persona,

sino que tiene que ver con esta pseudo felicidad, pseudo éxito, tengo una casa gigante, tengo auto, viajo mucho, eso es lo que generalmente veo, hay algo que tiene que ver con lo físico que es mostrar tus abdominales, de publicar tu pelo, tus uñas, y el lugar bacan en el que estai comiendo, creo que va pa allá, como que eso es lo que observo siempre”

Con referencia a lo que no les gusta ver, también se da un contraste de opiniones, ya que nuevamente tiene que ver con el estilo que tiene cada uno, sin embargo lo que se da en común entre los participantes 2 y 3 es que no es de su preferencia ver un contenido que imponga ideologías y pensamientos. Por último, al igual que los jóvenes, los influencers entrevistados dejarían de seguir a otro usuario, porque comparten contenido muy repetitivo y similar, cabe mencionar que el entrevistado 1 y 3 concuerdan en este punto.

c. Categoría: interacción

En esta categoría se puede ver que los influencers se comunican en su mayoría a través de historias y mensajes directos; y gracias a la aplicación se puede decir que ven positivamente las herramientas que entrega la red social, en lo que atañe a mantener vínculos y conocer gente nueva, el participante 2 menciona que si bien se conoce gente, se interactúa con otras personas pero todo muy indirecta y superficial de conocer a otro:

“...eh pero en un 10%, como el asunto es tan instantáneo creo yo, uno más que nada sapea la vida del otro, pero no sé si hay un tema de involucrarse tan directamente con alguien a través de esa aplicación como que nos involucramos de una manera muy superficial, que tiene que ver con los me gusta no más po cachai”

d. Categoría: influencer

Sobre la opinión de los influencers sobre otros influencer se concluye que tanto el entrevistado 2 y 3 mencionaron que ser influencer significa comunicar, asimismo, ocurre una semejanza entre el entrevistado 3 de los jóvenes y el entrevistado 3 de los influencer, puesto que ambos señalaron ser influencer es un trabajo, no es un pasatiempo; y al igual que como decían los jóvenes en las entrevistas, los influencers están claros que al ser influencer se trata de influenciar a otra/s persona/s. En lo que se respecta a cómo definir un influencer, el concepto de comunicar redundaba mucho entre sus respuestas y algo que llama la atención y que tiene que ver con lo que planteaban los jóvenes, es que la entrevistada 1 indica que:

“... no sé yo me lo imagino como esas personas que tienen algo que de alguna forma hay que vender y te influncian para que tu lo compres y eso puede ser como cualquier cosa”

Aquí hay mucha similitud con lo que planteaban los jóvenes. Lo que diferencia un usuario común con influencer es el contenido y el hecho de influenciar a masas como lo dice el participante 3, y aquí la entrevistada 1 indica lo mismo que el entrevistado 3, en la primera pregunta del tópico de influencers, que finalmente es un trabajo ser influencer no un pasatiempo.

En lo tocante con qué tipo de influencer siguen y a qué tipo de área o temática pertenecen, también existe mucha discrepancia de opinión, ya que como planteo en los puntos anteriores dependerá del estilo de cada uno de los influencers que tenga en Instagram, ya que la entrevistada 1 tiene un estilo claro de subir contenido informativo a la red social y por ende, ese tipo de cuenta y ese estilo de influencer va a seguir, en cambio el entrevistado 3 le gusta seguir cuentas relacionadas con la moda, música etc. Al igual que en los jóvenes, se da bastante que los influencers dejen de seguir a otro influencer por tener un pensamiento contrario al de ellos, por subir contenido repetitivo. En lo que respecta a si se consideran influencer solo el entrevistado 2

dijo que sí, no obstante señaló que cualquiera puede ser influencer; por el contrario los entrevistados 1 y 3 no se consideran influencer porque no tienen muchos seguidores y algo muy interesante que dice el entrevistado 3 es que él se considera micro influencer, debido a la cantidad de seguidores que posee:

“...por los seguidores legalmente... es que como estudié publicidad nos pasaron esa materia y dependiendo de tu seguidores dentro de las áreas de comunicaciones te consideraban influencer, micro influencer cachai, por eso te decía que por mis seguidores soy micro influencer, pero yo personalmente no me considero influencer”

En tal sentido, la cantidad de seguidores es un concepto clave que se repite en los tres participantes, por ende se puede decir que los influencer estiman que ser influencer va a depender de la cantidad de seguidores que se tiene en Instagram.

Igualmente, otra proximidad que se da entre los participantes, es que han recibido malos comentarios o críticas; de igual manera todos consideran que aportan positivamente a sus seguidores, el entrevistado 3 mencionó que trata de alegrar a la gente, la entrevistada 1 por su lado, trata de visibilizar a la comunidad LGBTIQ+ y en sí, se puede decir que los participantes 2 y 3 coinciden en subir contenido positivo y que alegre a las personas. Finalmente, los tres participantes concilian en que ser influencer puede otorgarles más espacios a la disidencia, ya que las redes sociales son “ventanas al mundo” como señala entrevistada 1, ayuda a “visualizar” como dice el entrevistado 2 y ayuda a “educar” a las personas como dice el entrevistado 3.

Capítulo 6: Conclusiones del estudio

Objetivo 1: Conocer el sentido de la presentación del yo de los influencers en sus imágenes de Instagram para los jóvenes de 18 y 34 años de la Región Metropolitana.

Se concluye que las imágenes que suben los influencers a Instagram están condicionadas y re acondicionadas para que otros, en este caso los jóvenes, las visibilicen. Esto se puede relacionar con lo que plantea Weber de la noción sentido mentado de la acción social, ya que estas acciones sociales que son recíprocamente correspondidas, son finalmente relaciones sociales recíprocas cargadas de un sentido, ya que los influencers suben un contenido el cual esperan generar interacción por parte de los jóvenes, ya sea a través de likes, comentarios y compartidos, se trata de despertar el interés. De esta manera, el influencer pasa de ser un sujeto meramente creador de contenido a ser un yo co-construido, puesto que todos los elementos visuales que comparten en la red social, están llenos de significado y a la vez intencionalidad, los cuales están ajustados a su auto imagen que son elementos propios que otorga la plataforma, como lo son: edición de fotos, asunto y tema. Asimismo, el influencer toma el papel activo para presentarse ante un determinado público que se desarrolla tanto en lo narrativo como lo visual, cabe destacar que el influencer se va construyendo de acuerdo al contexto en que ese encuentra inmerso, y de acuerdo al público que quiere llegar. Por último, se llega a la conclusión de que el influencer más allá de la influencia que genere sobre los jóvenes, finalmente es un usuario común, dado que comparten características y modos de operar similares dentro de la aplicación, independiente si son influencer o no.

Objetivo 2: Caracterizar el sentido que los influencers le atribuyen a su presentación del yo, a partir de sus imágenes en Instagram para los jóvenes de entre 18 y 34 años de la Región Metropolitana.

El contenido que suben los influencers a Instagram dependerá mucho a qué área pertenezcan, sin embargo, independiente de este antecedente, de un modo u otro todos los influencers que fueron entrevistados consideraron que aportan de forma positiva a sus seguidores, del mismo modo, los jóvenes llegaron a la conclusión que dependiendo del área, existirán influencers que aporten de buena forma o no.

Por otro lado, tanto jóvenes como influencers se muestran en Instagram exhibiendo lo mejor de ellos, ya que como plantea (Goffman, 2006) los seres humanos en sociedad (escenario) actúan de determinada forma de acuerdo a lo que desean transmitir, así, los sujetos utilizarán máscaras (lo que puede relacionarse con la creación de un perfil) lo que es una fachada social como plantea el autor, en donde el actuante siempre tratará de mostrar lo mejor de sí. Para (Goffman, 2006), actuante es la persona sin máscaras, como realmente es, esto se puede relacionar a como el influencer es fuera de la red social, así del mismo modo, personaje es como se presenta en el escenario (Instagram) es decir, el papel de influencer que desarrollará dentro de la red social, y a la vez, la imagen que los otros (jóvenes) le otorgan.

Para concluir, la presentación que tiene el influencer al ser a la vez otro, tiene la misma lógica de preparación previa (para subir contenido) de un usuario común.

Objetivo 3: Describir la interacción que se produce entre las imágenes de los influencers y los jóvenes de 18 y 34 años que los siguen en Instagram.

La interacción que se da entre las imágenes de los influencers y los jóvenes, está relacionada en primer lugar al tipo de influencer y área que pertenezcan, ya que un contenido que no sea del interés del sujeto de estudio, es poco probable que siga al creador de ese contenido. Sin

embargo, se puede decir que el contenido que los influencers suban a la red social, los hace ver como modelos a seguir, ya que sus seguidores estarán al tanto de su día a día, y por ende, querrán alcanzar ese estilo de vida ideal que proyectan dentro de Instagram, entonces si un influencer promociona determinada marca, sus seguidores la consumirán. Por tanto, como plantea (Blumer, 1982), un influencer estará consciente de subir un contenido premeditado y preparado con anterioridad, puesto que el otro estará atento al contenido que comparta. Además, según lo que expone (Kelman, 1972), los jóvenes podrían sentirse identificados como no, dependiendo si es un influencer que comparte contenido relacionado a sus intereses, ya que incluso podría sentir la necesidad de lograr ser como el que influye. Por último, en donde más interactúan tanto jóvenes como influencers es a través del chat que tiene la plataforma.

En último lugar, cabe señalar que todos los entrevistados influencers que participaron en este proyecto de investigación, si bien tienen la característica de considerarse parte de la comunidad LGBTQIA+, coincidentemente representan distintos perfiles de influencers que se pueden encontrar en Instagram, por ejemplo la entrevistada 1 aporta directamente con información sobre la comunidad, y ayuda a las personas estar constantemente informadas sobre esto; por otro lado, el entrevistado 2 se dedica a subir contenido más liviano y motivar a sus seguidores y por último el entrevistado 3 comparte contenido que hace reír a la gente, y considerado totalmente apolítico. Además, algo muy importante de destacar es que todas las conclusiones que arroja este proyecto de investigación, son solo supuestos, especialmente por parte de influencers, ya que todo lo que comparten y la manera en cómo se muestran en la red social, puede ser igual o distinta como son fuera de ella.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Paidós.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionalismo simbólico*. Barcelona: HORA S.A.
- Cáceres, G., Perea da Silva, t., Melina, V., & Torres, M. G. (2017). *El impacto de los influencers de Instagram en la decisión de compra de indumentaria de los jóvenes*. Buenos Aires.
- Carballo, P. (2017). La emergencia de la mirada sociológica: análisis sociológico sobre las dimensiones sociales de las imágenes. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 91-109.
- Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y análisis cualitativo. *Cinta de Moebio: Revista de Epistemología de Ciencias sociales*, 204-216.
- Castells, M. (2001). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Buenos Aires : Siglo xxi editores .
- Castoriadis, C. (2007). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires : Tusquets Editores.
- Debord, G. (2014). *La sociedad del espectáculo*. Santiago: Indómita.
- Escobar, M., & Román, H. (2011). La presentación del yo en el ciberespacio. *Revista de Psicología Social*, 207-222.
- García, J. (2020) Uso de Instagram en Chile 2020. IEDGE. Consultado el 15 de mayo de 2021. <https://www.iedge.eu/instagram-en-chile-2020-por-javier-garcia>
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Ediciones Península.
- Goffman, E. (2006). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires : Amorrortu
- Gómez, C. (2018). *¿El influencer, es un efecto de moda o persistirá con el tiempo? Estudio de la evolución del concepto y del fenómeno influencer para identificar su evolución en el futuro (Tesis de licenciatura)*. Universidad Pontificia Comillas, Madrid.

- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* . México D.F: McGraw-Hill.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual* . Barcelona : Editorial UOC.
- Kelman, H. C. (1972). La influencia social y los nexos entre el individuo y el sistema social: procesos de sumisión, identificación, e internalización . *Estudios básicos de la psicología social*, 383-416.
- Ortí, A. (2007). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* . Madrid: Editorial Síntesis.
- Pérez, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 373-380. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272002000500001
- Anzaldúa Arce, Raúl Enrique, & Ramírez Grajeda, Beatriz (2014). Subjetividad y socialización en la era digital. *Argumentos*, 27(76),171-189.
- Real Academia Española. (2020). *Sentido*. En Diccionario de la Lengua Española (Edición del Tricentenario).
- Renobell, V. (2017). Análisis de Instagram de desde la sociología visual . En A. M. Martínez-garcía, *La imagen en la era digital* (págs. 115-129). Sevilla : Ediciones Egregius .
- Ródenas, G. (2013). Capturar es compartir. Filosofía, redes sociales y fotografía 2.0. *Enrahonar: Quaderns de filosofia*, 59-72.
- Rubio, Á. (2010). Jóvenes en red, generación digital y cambio social . *Ciudadanía Jove 2.0. XXVIII Jornades de Polítiques Locals de Joventut*, 8.
- Rueda, R. (2015). Redes sociales digitales: de la presentación a la programación del yo. Iztapalapa, *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (78),71-101. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272002000500001&lng=es&tlng=es
- Ruiz-Corbella, M., & De-Juanas Oliva, Á. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre educación*, 95-113.
- Sánchez, J. (2010). Cuerpo y tecnología. La virtualidad como espacio de acción contemporánea. *Argumentos*, 23(62),227-244 http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952010000100010
- Sánchez, J. (2011). Cibercultura del avatar: semiótica del avatar y los mundos virtuales. *Veredas*, 33-44.

Schutz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona : Ediciones paidós .

Suárez, J. H. (2005). Cómo descifrar sociológicamente una fotografía Elementos teórico-metodológicos . *Revista Temas Sociológicos*, 17-47.

Weber, M. (2002). *Economía y sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.

ANEXOS

Anexo 1:

Instrumento para jóvenes

Buenos/as días, tardes, noches. Primero agradecer el tiempo y la disposición para colaborar con este proyecto. Mi nombre es Angela Figueroa, estoy en mi etapa final de mi carrera, realizando la tesina para obtener el título de socióloga en la Universidad Academia de Humanismo Cristiano. El propósito que tiene mi proyecto de investigación es profundizar en las relaciones a través de Instagram. Esta entrevista será grabada, con el fin de facilitar el acceso a las declaraciones, pero dejamos claramente establecido que toda la información recopilada es de estricto orden anónimo (pudiendo utilizar un seudónimo si esto otorga comodidad), solo para fines investigativos y el acceso a estos registros serán de permiso exclusivo.

Por último te solicitamos responder con sinceridad y libre de manifestarse con comodidad; en tu propio estilo, como una conversación distendida, sin importar el tiempo que requieras,

siempre teniendo presente que puedes decidir no contestar cualquiera de las preguntas que se te realicen. Ahora, considerando estos antecedentes, ¿tienes alguna duda? y ¿estás dispuesto a comenzar esta entrevista?

Instrumento para jóvenes:

1) Tópico relacionado al yo:

¿A qué te dedicas?

¿Cómo son tus relaciones sociales fuera del internet?

¿Qué te gusta hacer además de pasar tiempo en redes sociales?

¿Tienes redes sociales?

¿Cuáles son las redes sociales que más utilizas?

¿Cuál es tu preferida?

¿Desde cuándo eres usuario en Instagram?

¿Qué te motivó a crear una cuenta en Instagram?

¿Qué crees que diferencia a Instagram de otras redes sociales?

¿En qué momentos revisas el “feed” de Instagram?

¿En qué momentos subes contenido a Instagram?

¿Tu perfil es público o privado?, ¿Por qué?

En Instagram existe una opción denominada “bio” la que permite describir tu perfil:

- ¿Qué importancia tiene para ti?
- ¿Cómo te describes en esta opción?

¿Cómo describirías las imágenes que subes a Instagram?

¿Qué contenido no subirías a Instagram?

Del contenido que subes a Instagram ¿lo editas?, ¿por qué?

¿Consideras que existe una diferencia entre subir una foto al perfil y subir contenido como “storie”? ¿cuál?

2) Tópico referido al otro:

¿Qué cuentas de Instagram son las que te interesan y sigues?

En un plano general, ¿Cómo consideras que se muestran los usuarios en Instagram?, ¿son todos iguales?

De las publicaciones de los usuarios que sigues ¿Qué contenido te desagrada ver?

¿Por qué dejarías de seguir a un usuario?

3) Tópico referido a la interacción:

¿De qué manera te comunicas con los usuarios de Instagram?

Cuando un usuario te sigue o solicita seguirte; ¿Qué haces?

Gracias a la aplicación:

- ¿Has reforzado vínculos previos?
- ¿Has creado nuevas relaciones; amigos o conocidos?

4) Tópico referido a los influencers:

¿Qué opinas de los influencers?

¿Cómo definirías a los influencers?

¿Sigues a algún influencer? ¿De qué área?

¿Por qué dejarías de seguir a un influencer?

¿Crees que los influencer aporten positiva o negativamente a sus seguidores?

¿Qué diferencia a un influencer de un usuario común?

Instrumento para influencers:

1) Tópico referido al yo:

¿A qué te dedicas?

¿Cómo son tus relaciones sociales fuera del internet?

¿Qué te gusta hacer además de pasar tiempo en redes sociales?

¿Cuál es tu preferida?

¿Desde cuándo eres usuario en Instagram?

¿Qué te motivó a crear una cuenta en Instagram?

¿Qué crees que diferencia a Instagram de otras redes sociales?

¿En qué momentos revisas el “feed” de Instagram?

¿En qué momentos subes contenido a Instagram?

En Instagram existe una opción denominada “bio” la que permite describir tu perfil:

- ¿Qué importancia tiene para ti?
- ¿Cómo te describes en esta opción?

¿Cómo describirías las imágenes que subes a Instagram?

¿Qué contenido no subirías a Instagram?

Del contenido que subes a Instagram ¿lo editas?, ¿por qué?

¿Consideras que existe una diferencia entre subir una foto al perfil y subir contenido como “storie”? ¿cuál?

¿Tienes un Instagram privado, que las personas no conozcan?

2) Tópico referido al otro:

¿Qué cuentas de Instagram son las que te interesan y sigues?

En un plano general, ¿Cómo consideras que se muestran los usuarios en Instagram?, ¿son todos iguales?

De las publicaciones de los usuarios que sigues ¿Qué contenido te desagrada ver?

¿Por qué dejarías de seguir a un usuario?

3) Tópico referido a la interacción:

¿De qué manera te comunicas con los usuarios de Instagram?

Cuando un usuario te sigue o solicita seguirte; ¿Qué haces?

Gracias a la aplicación:

- ¿Has reforzado vínculos previos?
- ¿Has creado nuevas relaciones; amigos o conocidos?

4) Tópico referido a los influencers:

¿Qué opinas de los influencers?

¿Cómo definirías a un influencer?

¿Qué diferencia a un influencer de un usuario común?

¿Sigues a algún influencer? ¿De qué área o referido a qué temática?

¿Por qué dejarías de seguir a un influencer?

¿Te consideras influencer?

Si es así, ¿Cuándo comenzaste a considerarte influencer?

¿Has recibido críticas y/o malos comentarios?

¿Crees que tu contenido aporta positivamente o negativamente para tus seguidores?

¿Consideras que ser influencer puede ayudar a otorgarles más espacios a la disidencia? ¿De qué forma?

Anexo 2: entrevistas mejor logradas

Entrevistado 5, jóvenes

A: Como te decía, mi proyecto de investigación tiene que ver con las relaciones que se dan en Instagram, ya? La primera pregunta, cuéntame sobre ti, a qué te dedicas? ¿Qué te gusta hacer?

E5: soy estudiante de derecho jajaja y trabajo como vendedor en la tienda H&M del Costanera Center y... y a eso me dedico, me gusta jugar a la pelota, salir a carretear, como todo joven de 24 años jajaja

A: ¿Tienes redes sociales?

E5: sí

A: ¿Cuáles?

E5: tengo Instagram, Facebook... eh no sé qué otra podría tener... Whatsapp tengo

A: ¿cómo podrías describir tus relaciones fuera de internet?

E5: buenas, comunes... no sé cómo describirlas

A: y cuál sería tu red social favorita?

E5: mi favorita? Es que depende para interactuar con gente Instagram, pero Facebook tiene buenos memes

A: y por qué? Para interactuar de qué forma?

E5: porque es mucho más simple la interacción mediante historias que es como el medio por el que más se comunica la gente

A: ¿Tú piensas que la interacción más fuerte que se da en Instagram es mediante historias?

E5: sí, totalmente

A: ah ya.. ¿Desde cuándo eres usuario en Instagram?

E5: uh... hace años estaba en el colegio todavía, 2014? Por ahí

A: ¿Qué te motivó a crear una cuenta ahí?

E5: la interacción con la gente, porque cuando todo el mundo tiene algo y tú no, quedas excluido de alguna u otra forma po y además porque... no, creo que eso no más

A: y qué crees que diferencia a Instagram de otras redes sociales? O sea me lo dijiste un poco pero si puedes profundizar más, bacan

E5: creo que... es que la diferencia que tiene Instagram con otras redes sociales parte del inicio cachai, porque se trata de fotos, es como para mostrar fotos y de a poco se ha ido convirtiendo

en una red social como para interactuar, y qué mejor que interactuar mediante fotos, y qué hicieron? Fotos instantáneas como las historias, entonces eso hace mucho más fácil la comunicación, porque no es solo comentarle la foto de su viaje, porque está ahí mismo en su viaje, en el mismo momento

A: ¿En qué momento revisas el feed?

E5: ¿el feed? Siempre, o sea cuando tengo tiempo libre

A: ya y en qué momento subes contenido?

E5: mmm al feed, no mucho... pero a las historias siempre, cuando hago algo interesante, cuando veo algo chistoso, algo digno de compartir

A: tu perfil es público o privado?

E5: es privado

A: ¿por qué?

E5: porque en realidad no tengo necesidad de compartir con gente que no conozco

A: en Instagram existe una función denominada bio, la que permite describir tu perfil, qué importancia tiene para ti?

E5: no mucha la verdad, en mi perfil casi nula, en la del resto es mucho más importante

A: y por qué piensas que la del resto es más importante? O sea que te lleva a pensar eso

E5: porque así sabes con quien estai hablando, que es lo que haces, qué edad tiene y cosas así

A: y cómo te describes ahí?

E5: creo que tengo mi edad y... solo eso, creo que tengo solo mi edad

A: ¿cómo describirías las imágenes que subes a Instagram?

E5: depende... al feed subo buenas fotos, a las historias...

A: ¿A qué te refieres con fotos bonitas?

E5: fotos bonitas, que uno sale encachao... fotos de paisajes

A: ¿O sea que tú le pones más dedicación a ese tipo de contenido?

E5: al feed me dedico, como que no subo cualquier cosa, pero a las historias no..

A: y eso por qué?

E5: porque el feed tiene otra... otro fin dentro de Instagram que es distinto a las historias porque cuando uno revisa el perfil de alguien, tú a lo primero que vei es al feed porque es el reflejo de la gente cachai, porque es todo lo que quieren mostrar de sus vidas, como lo bonito de la gente jajaja entonces todos quieren verse bien po obvio, quién querría verse feo, todos nos vestimos todos los días para vernos bien... y en las historias no sé, pura shit jajaja no sé, cosas chistosas, contenido político, cosas qué hago, es más cotidiano

A: y qué contenido no subirías?

E5: contenido pornográfico jajaja porque es ilegal y lo bajarían jajaja no yo en realidad no tengo algo que no subiría o... no sé cosas muy privadas, no sé no tengo nada que ocultar jajaja

A: ¿del contenido que subes lo editas?

E5: sí, lo edito... el del feed lo edito

A: ¿por qué?

E5: porque es lo que te decía endenante, porque es la cara bonita de Instagram po, porque no sé cuando uno quiere ir a una fiesta se arregla, es como lo que uno quiere representar ante la gente, no sé... pero no es que uno mienta, es parte de uno, solo que son las cosas bonitas que hace uno jajaja no de las cosas feas que uno hace grabándose y subiéndola a las historias, entonces muy distorsionado

A: ¿Consideras que existe una diferencia entre subir contenido al perfil y subir contenido como historia?

E5: al menos para mí sí, porque el feed queda para la eternidad, la historia se va en un día... además la interacción es distinta, porque uno sube fotos al feed como pa que te digan “oh que lindo lugar” y la wea, no para iniciar una conversación, en las historias sí

A: bueno el tópico que viene es referido a los demás usuarios

E5: ya...

A: ¿Qué cuentas de Instagram son las que te interesan y sigues?

E5: oh no... jajaja yo soy de esas personas que tienen muchos intereses, entonces sigo cuentas de todo, cuentas de anime, cuentas de boxeo, cuentas de fútbol, cuentas de ropa...

A: En un plano general, ¿cómo consideras que se muestran los usuarios en Instagram?

E5: en el feed? Bien, en las historias normal, cotidiano aunque igual... sí, yo creo que eso lo diferencia

A: pero qué crees tú que proyectan?

E5: ah ya, en Instagram siempre uno va a proyectar así como cosas positivas po... o sea igual hay gente que pone cosas tristes pero generalmente cosas bien vistas por el resto de la gente, porque es una red social no sé... nadie quiere verse feo jajaja eso es lo que uno siempre va a proyectar, en el feed cosas más bonitas y en las historias cosas más cotidianas

A: de las publicaciones de los usuarios que sigues, qué contenido te desagrade ver?

E5: que me desagrade ver? La gente que... pucha no quiero sonar pesado pero la gente que... ya la verdad es que la gente que tiene tendencia política de extrema derecha, de verdad me carga lo idiotas que son... de hecho por eso no tengo Twitter, me carga la gente idiota... solo eso

A: y eso sería un motivo para ti por el cual dejar de seguir un usuario? O por qué...

E5: sí... porque no me interesa, he dejado de seguir porque ya no soy amigo de él y lo elimino y... claro a gente idiota que oh ya me quita mucho de quicio

A: ya... de qué maneras te comunicas con los usuarios?

E5: de Instagram?

A: claro

E5: por historias y mandando memes... o mandando cosas del interés de la otra persona, hay amigos que le mando videos de futbol, otros videos de música o anime, pero siempre compartiendo contenido

A: Cuando un usuario te sigue o solicita seguirte, ¿qué haces?

E5: si lo conozco lo acepto y lo sigo de vuelta, si no lo conozco reviso quién es y lo dejo ahí quizás

A: y gracias a la aplicación haz reforzado vínculos previos?

E5: ¿vínculos previos? Sí, constantemente jajaja uno refuerza... es que es más fácil comunicarse con gente que no haz visto en harto tiempo o que vei poco, si... cumple su función

A: ¿has creado nuevas relaciones? Amigos o conocidos?

E5: si...

A: jajaja y este es el último tópico, referido a los influencers...

E5: ya...

A: ¿Qué opinas de los influencer?

E5: depende del influencer, hay algunos que son bastante idiotas, algunos que son chistosos, es que depende del tipo de influencer cachai

A: ya... y tú sigues a alguno?

E5: sí, generalmente sigo a los que son chistosos, como al pollo castillo... a este.. cómo se llama el narigón este? O de repente igual sigo influencer de otros países que son fitness cachai, como que suben desayunos y cómo su rutina...

A: y cómo los definirías? ¿Cómo definirías a un influencer? ¿Cómo los describes?

E5: el nombre lo dice, como una persona que influencia como...que tiene influencia sobre el resto, pero es una persona que es muy activa dentro de sus redes sociales, la ocupan para compartir contenido constantemente po, contenido al interés de la gente... pero es un contenido bien en particular, porque es un contenido de consumo masivo

A: y a qué te refieres con consumo masivo?

E5: es un consumo que a todo el mundo le va a gustar po, porque no apunta a cuestiones específicas sino a cuestiones generales, por ejemplo... cuestiones que están de moda cachai... cuestiones que... pucha no sabría cómo decirlo... sí, cuestiones que están de moda que le gustan a cierto grupo etario cachai, porque generalmente los influencer apuntan a cierto grupo etario y apuntan a los gustos de cierto grupo etario cachai, no se salen de ese esquema

A: eh tomando en cuenta eso... ah no, pero antes de eso, ¿por qué dejarías de seguir a influencer?

E5: por lo que te dije... porque generalmente los influencer tienen ese problema que políticamente son muy imbéciles

A: ¿En qué sentido?

E5: en el sentido que de repente tiran unos comentarios que no sé son muy fascistas, como nazi, no sé o... es que apoyan posturas políticas en las que no estoy de acuerdo y en las que creo que nadie debería estar de acuerdo, porque igual creo que atentan a cuestiones fundamentales que

como sociedad no deberíamos compartir, yo creo que esa es la razón fundamental porqué dejo de seguir a un influencer

A: De esa forma, ¿tú crees que los influencer aportan positivamente o negativamente a sus seguidores?

E5: si po, obvio aportan de las dos formas po cachai, tanto reforzando ideas positivas como reforzando ideas negativas, depende del punto de vista igual... una persona partidaria política de Kast, va a pensar que está aportando positivamente a sus influenciados y yo voy a pensar que está influenciando negativamente, pero obvio po, de las dos formas influncian

A: y cómo podrías describir tú la diferencia entre un influencer y un usuario común?

E5: claro... hay distintas formas de diferenciarlo, tanto en la forma cómo interactúan ellos con sus seguidores o cómo interactúan otras personas con ellos mismos cachai, porque generalmente los influencer siempre van a ganar haciendo lo que hacen, porque o sino no lo harían cachai, a no ser que les guste mucho, entonces un influencer siempre va a tener canjes, no sé hacer publicidad etc. Y lo otro es que generalmente hacen un producto de ellos mismo po cachai, entonces generalmente se están grabando a ellos mismos todo el tiempo cachai, hay gente que lo hace pero no tanto como ellos, hay gente que interactúa mucho con la pantalla y el resto cachai, como que se graban a ellos mismos conversando

A: en vivo?

E5: en vivo, por historias no sé, entonces eso que diferencia... yo no conozco a nadie que no hable con la cámara

A: ya bacan...

E5: a veces sí, pero no es la tónica...

A: bacan gracias por tu tiempo

Entrevistado 3, influencer

A: estas dispueste a comenzar?

E3: claro mi amor

A: ¿y me das autorización para grabar?

E3: sí jajaja

A: ya bacan, primero preguntarte sobre ti... cuéntame sobre ti, a qué te dedicas, qué te gusta?

E3: tengo 23 años, soy publicista no ejerzo si, y eso... me gusta maquillarme, estar en mis redes sociales, comunicarme por ahí más que nada, me gusta salir, bailar, escuchar música y eso sería hasta el momento

A: oye y cómo podrías describir tus relaciones sociales fuera de internet?

E3: fuera de internet... mm buenas, tengo mi círculo privado, como mi círculo íntimo en las cuales tengo mis amistades, y super bien, nos apoyamos entre todas, nos apañamos entre todas y con mi familia igual, unidos igual

A: ¿Cuál es tu red social favorita?

E3: por el momento Instagram

A: ya y por qué?

E3: porque ha sido una de las plataformas en donde me he expresado más y es la que más uso diariamente, igual uso TikTok pero no va onda solo para subir videos... la aplicación que me gusta es Instagram

A: y desde cuándo eres usuario ahí?

E3: uh desde que se creo, que antigua jajaja sí, de chica

A: ¿Qué te motivó a crear una cuenta ahí?

E3: no sé como subir fotos primero, como con las amistades nos veíamos las fotos, comentábamos... después empecé a hacer mi propia identidad y me empezaron a seguir personas, y me comentaban y eso me comenzó a gustar y empecé a subir cosas más producidas y empecé a tener más seguidores y me empezó a gustar po

A: ya.. y según tú qué crees que diferencia a Instagram de otras redes sociales?

E3: uff no sé, puede ser... es que hoy en día está súper cambiado a lo que era antes, como que está full ligado a los vídeos cortos como en TikTok que está pegando fuerte... yo cacho que (no se entiende 3:51) es como el Fotolog actual

A: si verdad... ¿En qué momento revisas el feed de Instagram?

E3: mi feed? Lo veo todo el día jajaja

A: ya no tienes como así...

E3: no siempre reviso el perfil, qué me falta, que puedo seguir, guardo publicaciones que me gustan, pa ver que foto puedo subir combinada, siempre reviso mi feed como diario

A: ah o sea que tú te preparas, vas escogiendo qué subir

E3: sí... o sea no como obligación pa mí prepararme, pero a veces como pa pegue el color del feed y pa algunas cosas si preparo antes las fotos

A: y en ese sentido las editas? Las publicaciones

E3: sí, me encanta editar mis fotos que se resalte por eso y que digan “es de verdad o no?”
eso me gusta jajaja

A: aah ya jajaja y en qué momento subes contenido?

E3: mm es que ahora empecé a trabajar, como 0 contenido, entonces estoy subiendo contenido solo los días que tengo libre, no sé, ni siquiera me he sacado fotos entonces estoy como super desconectada de mi Instagram

A: en Instagram, existe una opción denominada bio, la que permite describir tu perfil, qué importancia tiene para ti?

E3: la biografía? Si yo creo que igual es importante porque es la primera cosa que ven las personas al meterte al perfil, ven tus fotos del perfil y luego ven la biografía

A: y cómo te describes?

E3: reina hay una sola jajaja

A: y por qué te decidiste poner así?

E3: porque mi nombre de Instagram es @reinadechile y mi eslogan es reina hay una sola
jajaja

A: ah me encanta jajaja oye y cómo describirías las imágenes que subes a Instagram?

E3: inalcanzable, no cualquiera las puede hacer jajaja es que como te dije que estudié publicidad me pasaron cursos de Photoshop y trato de aplicar un poco de Photoshop en las fotos que subo, para que no quede igual que el resto

A: ah pero tu eres super preparado hay una preparación detrás

E3: sí, pero de verdad no me demoro nada, de hecho ahora estoy editando una foto de Halloween para subir, y no me demoro nada en editarla

A: Oye y qué contenido no subirías?

E3: eh no sé algún contenido que no me guste, por ejemplo deporte, jamás tocaría un contenido con deporte porque me aburre... o de política también, como que no cacho mucho de política... entonces contenido que no cache o no me guste, obviamente no lo subiría a mi perfil, pero siempre estoy dispuesto a hacer cosas nuevas, de grabar con gente

A: ya, consideras que existe una diferencia entre subir una foto al perfil y subir contenido como historia?

E3: eh si po, siiii... en los números, en el alcance, en todo, se diferencia... por ejemplo subo un post ahora y tengo 200 likes, que son 200 personas y en mis historias me ven 2500, entonces las 2500 personas no todas fueron a darle like cachai, entonces es súper diferente y el alcance igual po

A: y tienes algún Instagram privado que las personas no conozcan?

E3: pero en verdad me lo hice en pandemia, me hice un personaje de Rihanna con mi cara jajaja pero solo me sigo a mí

A: ah pero no lo ocupas?

E3: no, lo ocupe un mes en pandemia y después lo deje de ocupar y no lo puedo cerrar porque está vinculado con mi cuenta

A: Ya este tópico está referido a los otros usuarios, ¿qué cuentas de Instagram son las que te interesan y sigues?

E3: la verdad sigo a gente con identidad propia, como que los números no me interesan mucho y me da lo mismo los seguidores que tengan porque hay personas que me dicen “no tiene muy pocos seguidores no lo sigo”... Me gusta que en sus fotos represente su identidad y me gusta su Instagram, es lo que más me gusta de un perfil y si sigo a un perfil así? Si hay varios artistas chilenos que me gustan, pero no cacho de nombre

A: y en un plano general, ¿cómo crees que se muestran los usuarios en Instagram?

E3: es que... igual últimamente se ha vuelto súper falso, es que... en verdad hay de todo, como todo en la vida, pero no sé como que la gente muestra el lado bonito no más

A: pero a qué te refieres con decir así como el lado bonito?

E3: como por ejemplo grabo una historia “hola estoy acá en un restaurante con la Juanita comiendo empanadas” corto la historia y modo serio po cachai, como que toda la energía que puse en ese video se va y vuelvo a la realidad de conversar normal cachai, y super falso po o sea lo encuentro super falso po jajaja o también jugar con la cara, el cuerpo, de aplicaciones que te armai el cuerpo como querai y lo subes y falso po... yo antes la cara y el cuerpo full lo editaba y ahora no lo retoco tanto

A: de las publicaciones de los usuarios que sigues, qué contenido te desagrada ver?

E3: las funas masivas.. ay me carga, como que las funas ya no es lo mismo y funas por todo, como que eso me carga... también me carga ver las cosas de política que sube, es que no las entiendo entonces me aburre y me carga

A: y eso sería un motivo de porqué dejarías de seguir a un usuario? ¿O qué motivo tienes para dejar de seguir a un usuario?

E3: sí, dejaría de seguir un usuario porque me aburre en verdad, porque sube mucho contenido similar o porque está muy pegado en el tiempo por ejemplo a mí me han dejado de seguir caleta de seguidores, más de 40 este mes, porque he estado en hielo po, he subido una foto en todo el mes entonces obvio que me van a dejar de seguir, porque obvio aburro po, ay que triste jajaja uno en redes sociales igual busca personas, para desconectarte, reírte, igual ya he formado un poquito de eso en mi perfil y no he subido contenido de ese estilo entonces obvio que me van

a dejar de seguir, yo lo hago lo mismo entonces dejo de seguir a las personas que ya no me interesan o me aburren

A: ¿y de qué manera te comunicas con los usuarios?

E3: por mis historias, o me escriben por mensaje interno, por ahí hablamos... sí, estoy súper abierto a eso, siempre contesto todos los mensajes y los comentarios de las fotos

A: y por ejemplo cuando un usuario te sigue, qué haces?

E3: ah no, como que... es que me sigue no más, me alegro jajaja solo sigo a las personas que conozco, y si me sigue persona x, no lo voy a seguir de vuelta, pero si me habla y me cae bien y empezamos como a tener una relación virtual que yo diga "ah es simpático" lo sigo de vuelta cachai, me ha pasado ene eso, como que me hablan me responden las historias y me dicen cosas bacanes, y hablamos bien y los sigo de vuelta, pero si me sigue N.N no lo voy a seguir de vuelta porque no cacho quién eri

A: ah ya, pero por ejemplo si te llega un seguidor nuevo igual te metes al perfil para verlo?

E3: no siempre, me ha pasado que entré a trabajar y me dicen "oye te empecé a seguir" y yo "ay no me di cuenta" porque real a veces me llegan 6 solicitudes al día, no cacho... a parte no me meto con el teléfono mientras trabajo, entonces no cacho quien me sigue, y va bajando po, va bajando el historial, me van dando like y esas notificaciones que me siguieron van bajando y se pierden, me ha pasado siempre, y siempre les digo "háblame pa cachar quien eri"

A: Oye y gracias a la aplicación haz reforzado vínculos previos?

E3: eh sí, sí he conocido a varias amistades que hoy en día son mis amigos

A: ya y este último tópico es referido a los influencer, cuéntame qué opinas de los influencer?

E3: bacan que hoy en día se dé esa oportunidad de pega más de influencer, más que pega como que... no te lo tomes de influencer, esa pega de influencer es bacan porque al fin y al cabo, tienes un rol de comunicador y eso es bacan, podi comunicar las cosas que están pasando o tus pensamientos, las cosas que estén bien o mal, no sé me gusta que existan los influencer

A: y cómo podrías definir un influencer?

E3: es que es súper subjetivo porque hay de todo tipo, hay influencer en todas las redes sociales, porque son todas diferentes, todas las redes sociales funcionan diferentes, pero más que nada es fundamental el comunicar, y sobre todo si teni caleta de seguidores es fundamental la comunicación, que tengas una comunicación real y no podi como violentar a alguien, o ofender a alguna etnia o algún grupo no sé, eso es super heavy entonces, eso encuentro que es fundamental para un influencer

A: ¿y qué crees que diferencia a un influencer de un usuario común?

E3: no sé, el contenido más que nada, yo creo que todos podemos ser influencer al publicar nuestras historias, somos influencer o micro influencer... la misma palabra lo dice cómo influenciar a masas, y cualquiera puede ser influencer y si te tomái en serio lo que queri hacer en tus redes sociales y te enfocai como en tu objetivo te empiezan a seguir más personas po y te vuelves un influencer de real, entonces cualquiera puede ser influencer

A: o sea que tu defines a un influencer por la cantidad de seguidores que pueda tener?

E3: no, yo creo que cualquiera puede ser influencer, ahora si teni más seguidores obviamente es mucho más importante, porque lamentablemente las marcas o las mismas pymes te contactan por el target que se ve en tu perfil, y ahí te van contactando, pero cualquiera puede ser influencer, da lo mismo el número, como que yo sigo a personas de 800 seguidores quizás y... se las dan de influencer y obvio que influncian a masas aunque sean pequeñas

A: ya... pero, ¿cómo haces la distinción? ¿Cómo haces la diferencia? No sé si me entiendes

E3: sí, sí te entiendo... yo creo que en el contenido más que nada, porque si una persona sube mucho contenido de maquillaje, es como influencer de maquillaje, pero si una persona le gusta el maquillaje pero no sube contenido de maquillaje, no sé como que uno dice “le gusta no más, pero no voy a aprender nada de ella o de él” entonces te sigo por bonita

A: ¿y tú sigues a algún influencer?

E3: sí, me parece que sí

A: ¿y de qué área? O referido a qué temática?

E3: mm de todo en verdad, tengo gente que hace TikTok, gente que le gusta la moda, tengo a gente que hace podcast, gente que hace videos en YouTube, tengo gente que le gusta hacer canciones, radio

A: ¿y por qué dejarías de seguir a un influencer?

E3: eh no sé, quizás puede ser por su contenido aburrido como decía antes, o quizás si su pensamiento es distinto al mío, también lo dejaría de seguir, como si sube una historia con un pensamiento que no sé no me guste, también lo dejo de seguir

A: o sea que tenga ideas contrarias a las tuyas

E3: sí, no porque no hable jajaja si igual son heavy las redes sociales porque hay personas que me dicen que prefieren no comunicarse en un sentido más personal porque hay personas que se sienten ofendidas y pierden seguidores, bueno como influencer de verdad que ganen lucas con eso cachai

A: si porque un usuario común no tendría miedo de subir...

E3: si po, no estaría ni ahí

A: oye y esta es la pregunta más importante, ¿te consideras influencer?

E3: ay no, yo creo que no, no me las doy de influencer, sobre todo ahora que no tengo tiempo para hacer nada

A: pero antes tampoco? ¿Cuándo tenías tiempo para subir contenido?

E3: no, nunca me he creído influencer, me gusta ser más como un ícono

A: pero la otra vez me dijiste que te considerabas micro influencer

E3: es que por los seguidores legalmente... es que como estudié publicidad nos pasaron esa materia y dependiendo de tu seguidores dentro de las áreas de comunicaciones te consideraban influencer, micro influencer cachai, por eso te decía que por mis seguidores soy micro influencer, pero yo personalmente no me considero influencer

A: ah ya, ¿y haz recibido críticas y/o malos comentarios

E3: ah si po, sobre todo cuando antes subía videos reaccionando con gente de Omegle, ahí recibía full críticas y comentarios positivos y negativos, eso fue como muchos comentarios diarios, ahí colapsé en pandemia

A: ¿y tú crees que el contenido que subes o subías aporte positivamente o negativamente a tus seguidores?

E3: sí yo creo que sí, habían personas que me decían “ay gracias por hacer estos videos me sentía tan mal”, no sé si me lo dirán de verdad pero yo me lo creía “necesitaba ese video en mi vida” “me alegraste el día” entonces yo decía ay qué bacan, y hay personas que también me decían “ay te pasaste con lo que dijiste” y yo como qué onda da lo mismo

A: ¿Qué opinas de los demás influencer?

E3: que se mueran y me dejen los seguidores a mí jajaja no sé que es bacan, que ojalá se visibilicen más y se cree una profesión de influencer porque como te digo ser influencer hoy en

día es ser comunicador, de hecho somos comunicadores todos los que estamos en redes sociales, pero se debería tomar más en cuenta

A: debería tener más peso?

E3: sí debería tener mucho más peso, porque es fuerte hay personas que tienen una cantidad de seguidores, millones, e influyen a masas po, y es heavy

A: mmm sí... y esta es la última pregunta, consideras que ser influencer pueda otorgarles más espacios a la disidencia?

E3: ¿ la disidencia sexual?

A: si

E3: sí po, de todas formas, siendo influencer tenemos que ser comunicadores, tenemos que comunicar todo lo que pasa, sobre todo si podemos comunicar temas de disidencias sexuales y para que la gente entienda y se eduque un poco más, esta súper bien

A: ya, eso sería todo, muchas gracias por participar

E3: ya mi niña

Anexo 3:

Matriz entrevistas influencers

Categorías	Preguntas	Respuestas	Palabras claves
Yo	¿Qué crees que diferencia a Instagram de otras redes sociales?	E1: yo creo que eso mismo, que puede complementar, lo visual, el texto, lo informativo, el video ahora haciendo reels, por ejemplo complementa todo lo que puede haber en TikTok con lo que puede haber en Facebook, se puede complementar haciendo una publicación con ilustraciones y abajo hacerle la descripción	Complementar Visual Texto Video
		E2: el hecho de ser tan instantáneo, es mucho más rápido de ver, no es tan	Instantáneo Rápido

		<p>complejo de manejar, marca mucho más la diferencia, además yo encuentro que el rango etario de la gente de Instagram, es gente más nueva gente de la generación mía que es millennial o generación Z de alguna forma, porque si hablamos de Facebook, Facebook igual es una herramienta que la mayoría de nosotros igual la tenemos, pero hoy en día esta quedando como más para la mamá, pa la tía, de hecho mi familia que son más adultos todos ellos tienen Facebook po cachai, y ahí aparece el cuento de esta wea es un poco añeja, entonces tengo que seguir poniéndome al día con las nuevas tecnologías y por eso también aparecen estas nuevas categorías de instagramers por decirlo así, por eso siento yo personalmente que es mucho más usado y es mejor que otras aplicaciones</p>	<p>Fácil de manejar Más usado Mejor que otras aplicaciones</p>
		<p>E3: es que hoy en día esta súper cambiado a lo que era antes, como que esta full ligado a los videos cortos como en tiktok que está pegando fuerte... yo cacho que (no se entiende 3:51) es como el Fotolog actual</p>	<p>Videos cortos</p>
¿En qué momentos revisas el “feed” de Instagram?		<p>E1: todo el día igual, al tener hartos seguidores y estar hablando de debatir sobre estos temas, siempre hay muchos comentarios, hay mucho que ver, y uno siempre está activo en esa red social, al ocuparlo como medio informativo de red activa</p>	<p>Todo el día Mucho que ver Activo</p>
		<p>E2: lo reviso en las mañanas, y en las tardes, en verdad lo reviso en mis tiempos libres, pero igual es poco el tiempo así que sagradamente en las mañanas, en la mañana reviso correo, noticias y reviso el Instagram cachai</p>	<p>Tiempos libres</p>
		<p>E3: Lo veo todo el día... no siempre reviso el perfil, qué me falta, que puedo seguir, guardo publicaciones que me gustan, pa ver que foto puedo subir combinada, siempre reviso mi feed como diario</p>	<p>Todo el día</p>

¿En qué momentos subes contenido a Instagram?	E1: el momento generalmente después de las 8 de la tarde, porque dicen que el mejor momento para subir contenido, es cuando no sé la gente llega después de la pega, después del colegio, que ya máximo es a las 8 de la tarde que todos están en su casa viendo las redes sociales	Después de las 8 pm
	E2: cuando hay algo que sea poco cotidiano, o sea personalmente yo lo subo cuando son momentos poco cotidiano, pero igual eso no quiere decir nada con el tiempo, porque la misma semana me ocurriera cosas distintas, como por ejemplo cuando me fui de viaje ahora con mi familia andaba en Chiloé, todos los días era una experiencia distinta por lo tanto todos los días subía algo, pero por ejemplo esta semana no he subido nada, pero cuando ocurre algo extra cotidiano, algo que me parece que hay que mostrarlo, lo subo cachai	Momentos poco cotidianos Extra cotidiano
	E3: ahora empecé a trabajar, como 0 contenido, entonces estoy subiendo contenido solo los días que tengo libre, no sé, ni siquiera me he sacado fotos entonces estoy como súper desconectada de mi Instagram	Solo los días libres
En Instagram existe una opción denominada “bio” la que permite describir tu perfil: ¿Qué importancia tiene para ti? ¿Cómo te describes en esta opción?	E1: eh bueno es importante, principalmente por el contenido que subo porque creo que es relevante que una persona como que pertenece a la comunidad ponga que pertenece a la comunidad, no es como una persona que sea ajena y que este publicando cosas que realmente no le competen en su día a día	Relevante Contenido Comunidad
	E2: yo siento que es la más importante, porque de repente llegan solicitudes de amistades y lo primero que hago es ver la bio, más allá de ver la foto, como pa cachar quién es la persona que está detrás de ese perfil eh qué es lo que hace, porque ahí te da la posibilidad de poner cuál es tu profesión o a qué te dedicas, el lugar dónde vives y si es que hay una conexión con alguna página o algún material extra que no permite subir Instagram y	Importante Información en poco tiempo

		automáticamente al pincharlo te manda pa otro lado, pero sí es super importante la bio más que otra cosa, teni información en poco de tiempo de esa persona	
		E3: Sí yo creo que igual es importante porque es la primera cosa que ven las personas al meterte al perfil, ven tus fotos del perfil y luego ven la biografía... me describo como reina hay una sola jajaja	Lo primero que ven
¿Cómo describirías las imágenes que subes a Instagram?		E1: generalmente son como bien sencillas para no recargar visualmente a los usuarios y así también priorizar lo que es importante, como el contenido informativo que es lo que comparto, y no sé las ilustraciones y todo eso, van a la par, sin que uno se coma a la otra por decirlo así	Sencillas No recargar visualmente Contenido informativo
		E2: es como si fuera una palabra podría definirlo como en felicidad, en éxito, en... uh yo creo que esas, como felicidad como éxito como el estar resuelto cachai, como esas palabras ocuparía...generalmente no necesariamente tiene relación con que yo me sienta así cachai, porque es muy probable que haya semanas en que esté agotado, esté triste o esté un poco frustrado, pero independiente de eso la foto que voy a subir a Instagram va a ser una foto que va a estar con esa realidad modificada, que va a ser una foto feliz como “weon estoy feliz” pero no necesariamente tiene relación con lo que estoy viviendo o sintiendo o en la realidad	Felicidad Éxito Resuelto Realidad modificada
		E3: inalcanzable, no cualquiera las puede hacer jajaja es que como te dije que estudié publicidad me pasaron cursos de Photoshop y trato de aplicar un poco de Photoshop en las fotos que subo, para que no quede igual que el resto	Inalcanzable
¿Qué contenido no subirías a Instagram?		E1: como trends y cosas que son muy pasajeras, como que al final esas cosas después de una semana ya se olvidan y no tienen relevancia, entonces soy como fiel subiendo publicaciones de la forma que sea más tradicional	Cosas pasajeras

		E2: yo creo que lo contrario, un poco lo cotidiano, lo que no importa mucho pa mí, como influencer cachai, como que no... no subiría contenido que me amarre, algún tipo de calificación, ya sea política, religiosa, social, como eso...yo estoy pensando súper en lo que veo, pero sí como eso, como algo que me encasille en algo, no subiría ese tipo de material, además de lo cotidiano	Lo cotidiano Política Religión
		E3: eh no sé algún contenido que no me guste, por ejemplo deporte, jamás tocaría un contenido con deporte porque me aburre... o de política también, como que no cacho mucho de política... entonces contenido que no cache o no me guste	Deporte Política
Del contenido que subes a Instagram ¿lo editas?, ¿por qué?		E1: sí... siempre lo edito mucho, para que no hayan errores de tipeo o que se pueda entender lo mejor posible lo que quiero transmitir y... a veces sí, como que depende, pero no suelo utilizar mucho los filtros que transforman mucho la cara por ejemplo	Mejor entendimiento
		E2: sí, súper editado siempre, editado con música, editado con filtro, editado con luz, editado con posición, ángulo con todo... distorsión jajaja si queremos mostrar la felicidad, la felicidad, o la entretención o el comunicar algo de alguna forma hay que embellecerlo po cachai, en todas sus dimensiones, en todas sus palabras, como que es necesario embellecer la foto cachai, porque si quieres hablar de éxito, el éxito no está en colores sepia, no está en colores oscuros, el éxito tiene que ver con colores claros, con lo luminoso	Mostrar la felicidad Entretención Comunicar Embellecer Éxito
		E3: sí, me encanta editar mis fotos que se resalte por eso y que digan “es de verdad o no?” eso me gusta jajaja	Resaltar
¿Consideras que existe una diferencia entre subir una foto al perfil y subir contenido como “storie”? ¿cuál?		E1: sí, como que es super diferente, como que las historias son para mí igual una forma de transmitir el día a día y el publicar algo en el feed, es algo que va a permanecer y que es como al final el contenido fijo de tu cuenta... es lo que va a permanecer quizás de meses, va a seguir	Transmitir el día a día Permanente y fijo Menor alcance (feed)

		ahí y se va a poder volver a eso, las historias de por sí dura un día, entonces no va a tener mucho alcance, a menos que se genere debate a través de las encuestas, que te respondan esas historias como de los debates, y tener como una relación más dinámica con los seguidores, como más cercana	
		E2: sí siento que... sí hay una diferencia, siento que la historia es mucho más instantánea, que la gente ve mucho mas historias, la gente no se da el tiempo de bajar y ver alguna publicación que diga algo, es mucho más importante, es mucho más rápido de ver el tema de la historia	Instantánea (historia) Más rápido
		E3: eh si po, siiii... en los números, en el alcance, en todo, se diferencia... por ejemplo subo un post ahora y tengo 200 likes, que son 200 personas y en mis historias me ven 2500, entonces las 2500 personas no todas fueron a darle like cachai, entonces es súper diferente y el alcance igual po	Alcance Números
	¿Tienes un Instagram privado, que las personas no conozcan?	E1: sí... ahí yo podría subir fotos como de mis vacaciones, en donde solo están mis amigos y de la vida que yo tampoco necesaria que la conozcan mis seguidores	Más familiar
		E2: sí, tengo un Instagram personal, que tengo a los más cercanos más que nada	Cercanos
		E3: pero en verdad me lo hice en pandemia, me hice un personaje de Rihanna con mi cara jajaja pero solo me sigo a mí	Uso solo en pandemia
Otro	¿Qué cuentas de Instagram son las que te interesan y sigues?	E1: eh me gustan harto las cuentas como informativas y contra informativas también que son también con lo que yo trabajo	Informativas Contra informativos
		E2: como me gustan los viajes, generalmente sigo cuentas de viajes, cosas chistosas, gente que hace payasadas, como siento yo que es una aplicación más liviana, sigo más cosas alegres que tiene que ver con distracción con felicidad eso es lo que sigo, no sé si me interesa seguir cosas tan reflexivas y cosas tan... eso, que	Viajes Chistes Liviana Distracción Felicidad No reflexivo

		me haga reflexionar, es mucho más liviano	
		E3: la verdad sigo a gente con identidad propia, como que los números no me interesan mucho y me da lo mismo los seguidores que tengan porque hay personas que me dicen “no tiene muy pocos seguidores no lo sigo”... me gusta que en sus fotos represente su identidad y me gusta su Instagram, es lo que más me gusta de un perfil	Identidad propia
	En un plano general, ¿Cómo consideras que se muestran los usuarios en Instagram?, ¿son todos iguales?	E1: yo creo que igual me ha pasado que muchos están bastante a la defensiva, como que es difícil encontrar un usuario que entienda una aclaración sin sentirse atacado, como que lo veo mucho al leer los comentarios, hay muchos usuarios que no sé le explican algo, tampoco es que el expliquen de una forma violenta, pero se siente ofendidos igualmente, por esta cuestión de lo impersonal que pueden ser las redes sociales al momento de conversar con otra persona y me ha pasado que la mayoría de los usuarios que he visto están en una posición bastante a la defensiva al momento de comentar otras publicaciones	Defensiva Atacado Ofendidos Impersonal
		E2: mmm yo creo que en todo, sí yo creo que en todos... algo tenemos que comunicar de alguna forma, yo creo que es la necesidad de comunicar entonces siempre este tema de distorsión de la realidad ahora que he hecho una observación de muchos perfiles y perfiles de gente cercana, no corresponde a la realidad de la cual vivimos, tal vez en un mayor o menor grado ocurre esa distorsión que te digo pero sí hay una necesidad de comunicar, hay una necesidad de comunicar felicidad, de comunicar éxito, entonces todo el material y el contenido que sube es como en relación a eso, bueno en general estoy hablando cachai, yo sé que hay gente que hace un aporte de alguna forma, pero si hablamos de influencer es como en alguna	Comunicar Distorsión de la realidad Felicidad Éxito

	<p>forma el influencer en algún punto se va a distorsionar, nos vamos a distorsionar y vamos a empezar a crear contenido que no es de calidad es simplemente por mostrarnos, por comunicar éxito y felicidad, esta falsedad cachai no sé</p>	
	<p>E3: últimamente se ha vuelto súper falso, es que... en verdad hay de todo, como todo en la vida, pero no sé como que la gente muestra el lado bonito no más</p>	<p>Súper falso Lado bonito</p>
<p>De las publicaciones de los usuarios que sigues ¿Qué contenido te desagrada ver?</p>	<p>E1: me desagrada ver contenido, no sé como los bailes, los videos virales como que eso no me llama mucho la atención, no me es relevante al momento de meterme en mi cuenta</p>	<p>Bailes Videos virales</p>
	<p>E2: cuando la gente trata de evangelizar de alguna forma con su opinión, creo yo que las opiniones son super válidas, porque es una plataforma libre en donde tu puedes expresarte como querai, pero cuando tratas de evangelizar con tu propia opinión o diciendo que los demás están equivocados, eso no me agrada, no me gusta ver cachai</p>	<p>Evangelizar con la opinión Plataforma libre</p>
	<p>E3: las funas masivas.. ay me carga, como que las funas ya no es lo mismo y funas por todo, como que eso me carga... también me carga ver las cosas de política que sube, es que no las entiendo entonces me aburre y me carga</p>	<p>Funas masivas Política</p>
<p>¿Por qué dejarías de seguir a un usuario?</p>	<p>E1: lo dejaría de seguir, si en algún momento hace mucho spam de cosas, no sé sube 15 historias en un día y realmente todas las historias son iguales, no tiene mucho contenido detrás, no sé en el cual uno pueda detenerse y mirar lo que está detrás de la historia, o leer la historia o participar en las encuestas de la historias, cuando son puras historias repetitivas unas con otras y no sé, se ve toda la vida de la persona a cada minuto, ahí no sé como que decido dejar de seguirla... como el spam, a mí me molesta</p>	<p>Mucho spam Contenido repetitivo</p>
	<p>E2: dejo de seguir a alguien cuando cacho que el contenido va con lo que te expliqué anteriormente, como cuando empiezo a</p>	<p>Mala intención Odio</p>

		cachar una mala intención, un odio, un medio hater, y lo hago, dejo de seguirlo, ya sean cercanas o no	
		E3: sí, dejaría de seguir un usuario porque me aburre en verdad, porque sube mucho contenido similar o porque está muy pegado en el tiempo por ejemplo a mí me han dejado de seguir caleta de seguidores, más de 40 este mes, porque he estado en hielo po, he subido una foto en todo el mes entonces obvio que me van a dejar de seguir	Aburre Contenido similar Inactivo en la red social
Interacción	¿De qué manera te comunicas con los usuarios de Instagram?	E1: por los comentarios y no sé por el direct también si es que me responden alguna historia, encuesta o alguna duda se le aclara...	Comentarios Direct Responden historia
		E2: solo a través de me gusta como el corazoncito cachai, yo creo que el tema del like, del dedito pa arriba es mucho más importante que cualquier otra cosa más allá de escribir	Like
		E3: por mis historias, o me escriben por mensaje interno, por ahí hablamos... sí, estoy súper abierto a eso, siempre contesto todos los mensajes y los comentarios de las fotos	Por historias Mensaje interno
	Gracias a la aplicación: ¿Has reforzado vínculos previos? ¿Has creado nuevas relaciones; amigos o conocidos?	E1: y sí porque hay veces que no sé la gente te comenta cosas y uno va debatiendo con ellos o muchas veces uno se los encuentra en la calle, y por cosas de la vida uno se cacha más por el Instagram “ah tu eres la no sé cuánto” y ahí uno va a haciendo vínculos porque te conoces previamente por las redes y porque te siguen po	Vínculos
		E2: eh pero en un 10%, como el asunto es tan instantáneo creo yo, uno más que nada sapea la vida del otro, pero no sé si hay un tema de involucrarse tan directamente con alguien a través de esa aplicación como que nos involucramos de una manera muy superficial, que tiene que ver con los me gusta no más po cachai y sí yo creo que se da, pero como vuelvo a insistirte he creado nuevas relaciones de amigos y eso	Involucrarse superficialmente Indirecta Superficial

		pero de una manera muy indirectamente, muy superficial, sin embargo están	
		E3: eh sí, sí he conocido a varias amistades que hoy en día son mis amigos	Conocer
Influencers	¿Qué opinas de les influencer?	E1: Yo encuentro que son un buen personaje, un buen... como una buena persona que como dice la palabra puede influenciar a los demás, que puede influenciarlos de buena o mala manera y de alguna forma, si teni muchos seguidores o mucho alcance en las redes sociales yo creo que la mejor forma es influenciarlos de la mejor manera posible y de alguna forma por eso yo subo en mi cuenta estas publicaciones informativas... bueno hay otros influencer que son como personajes de la tele, que ellos son como figura pública por así decirlo, no es que ellos hagan con su influencia algo más que difundirse a ellos mismos, como que ahí no lo encuentro muy relevante	Personaje Buena persona Influenciar Figura pública Auto difundirse
		E2: a diferencia del común opino que es una gran responsabilidad, porque es una responsabilidad en donde hay que subir contenido, tener el tiempo para subir contenido, pensar en lo que vai a subir y en comunicar, y ojalá que esa forma de comunicar sea un aporte como un tema social cachai, el tema de la sociedad como pa poder cambiar un poco este mundo, eso sería, muchas veces algunos se pierden en eso por el tema de la fama, el tema de la cantidad de seguidores que uno tiene, y empieza a distorsionar ese tipo de contenido pero lo ideal es que eso no ocurriera, pero por eso siento yo que el influencer es una gran responsabilidad, porque eres la cara visible de un espacio, es como si fuera a un trabajo eres el jefe cachai, entonces ojalá dar el ejemplo	Responsabilidad Contenido Tiempo Comunicar Aporte Cambiar el mundo Cara visible Espacio
		E3: : bacan que hoy en día se dé esa oportunidad de pega más de influencer, más que pega como que... no te lo tomes de influencer, esa pega de influencer es bacan porque al fin y al cabo, tienes un rol de comunicador y eso es bacan, podi	Trabajo Comunicador

		comunicar las cosas que están pasando o tus pensamientos, las cosas que estén bien o mal, no sé me gusta que existan los influencer	
¿Cómo definirías a los influencer?	E1: yo creo que una persona que influencia a los demás a comprar cosas, a pensar de cierto modo, a actuar de cierto modo o seguir ciertos patrones o ciertas modas también, no sé yo me lo imagino como esas personas que tienen algo que de alguna forma hay que vender y te influyen para que tu lo compres y eso puede ser como cualquier cosa	Influencia a los demás Pensar Actuar Patrones Modas Vender Comprar	
	E2: no sé el influencer tiene que ser divertido, tiene que ser empático con las personas, tiene que tener un grado de madurez importante y además creo yo que tiene que tener una opinión clara sobre las cosas, de ser capaz de discernir correctamente	Divertido Empático Madurez Opinión clara Discernir correctamente	
	E3: es que es súper subjetivo porque hay de todo tipo, hay influencers en todas las redes sociales, porque son todas diferentes, todas las redes sociales funcionan diferentes, pero más que nada es fundamental el comunicar, y sobre todo si tienes caleta de seguidores es fundamental la comunicación, que tengas una comunicación real y no podés como violentar a alguien, o ofender a alguna etnia o algún grupo no sé	Comunicar Comunicación Violentar Ofender	
¿Qué diferencia a un influencer de un usuario común?	E1: bueno yo creo que una de las cosas es el alcance que tienen sus publicaciones, porque un usuario común no va a tener tanto alcance ni tantas visualizaciones como un influencer y bueno eso pasa porque un influencer a diferencia de un usuario normal tiene que estar casi todo el día pegado al celular, estando activo en las redes sociales, y pensando bien en las publicaciones que va a subir y como que igual es un trabajo poder subir contenido a las redes sociales, no es como un pasatiempo no más	Alcance Activo en redes sociales Pensar en publicaciones Trabajo No es pasatiempo	
	E2: es que yo creo que un influencer no le teme a nada, no le teme al ridículo, no le	Sin temor Posición clara	

	<p>teme a lo que le pueden decir los otros, no le teme a la opinión de esa persona, yo siento que el influencer tiene que tener como agallas cachai, porque estas exponiendo al 100% tu vida, entonces creo yo que tiene que tener super clarito lo que esta haciendo, y no caer en nada de lo que estábamos hablando anteriormente</p>	
	<p>E3: el contenido más que nada, yo creo que todos podemos ser influencer al publicar nuestras historias, somos influencer o micro influencer... la misma palabra lo dice como influenciar a masas, y cualquiera puede ser influencer y si te tomai en serio lo que queri hacer en tus redes sociales y te enfocai como en tu objetivo te empiezan a seguir más personas po y te vuelves un influencer de real, entones cualquiera puede ser influencer</p>	<p>Contenido Influenciar a masas Enfocar objetivo</p>
<p>¿Sigues a algún influencer? ¿De qué área o referido a qué temática?</p>	<p>E1: bueno sigo a varias cuentas de influencers que generalmente hacen infografias sobre temas contingentes sobre las disidencias, medio ambiente, niñez, etc... es divertido poder saber más según los mismos relatos de las personas y desde lo que saben ellos, en donde pueda ser un espacio para debatir sobre el problema y reflexionar</p>	<p>Temas contingentes Disidencias Medio ambiente Niñez Debatir Problema Reflexionar</p>
	<p>E2: Sí, sigo a gente con esas características, sobre todo a gente de la comunidad LGBTQIA+ cachai, porque me parece que los cabros y las cabras están haciendo un buen aporte, visibilizando hartas cosas... eso</p>	<p>Comunidad LGBTQIA+ Buen aporte Visibilizando</p>
	<p>E3: mm de todo en verdad, tengo gente que hace tiktok, gente que le gusta la moda, tengo a gente que hace podcast, gente que hace videos en YouTube, tengo gente que le gusta hacer canciones, radio</p>	<p>Moda Podcast Videos Música</p>
<p>¿Por qué dejarías de seguir a un influencer?</p>	<p>E1: por el tema del spam, cuando empiezan a subir cosas repetitivamente ahí se vuelve latero ver su contenido, porque uno ve siempre lo mismo y cuando por ejemplo eh no sé, cuando suben algo que hacen referencia a algo que por</p>	<p>Contenido repetitivo Principios diferentes</p>

		principio a mí no me parece... si tenemos principios diferentes lo dejaría de seguir	
		E2: por un tema de egos, que se les sube los humitos y empieza a tomar más importancia el tema del divismo, por ponerle algún nombre, más allá del contenido que estoy subiendo	Egos Divismo
		E3: quizás puede ser por su contenido aburrido como decía antes, o quizás sí su pensamiento es distinto al mío, también lo dejaría de seguir, como si sube una historia con un pensamiento que no sé no me guste, también lo dejo de seguir	Contenido aburrido Pensamiento contrario
	¿Te consideras influencer? Si es así, ¿Cuándo comenzaste a considerarte influencer?	E1: bueno sinceramente yo no me considero influencer porque tampoco es que tenga 800 mil seguidores como algunos y que son de esas personas también que comienzan a invitar marcas, las promocionan marcas, las invitan a eventos y cosas así, se vuelven igual una figura pública en muchos lados, yo no, todavía sigo en las redes sociales como al alcance que tengo	Invitar marcas Promocionar Figura pública Alcance Cantidad de seguidores
		E2: yo creo que sí, uno siempre de alguna forma por más seguidores que tenga o no tenga, uno siempre trata de ser influencer, y esto te lo digo muy personal, pero yo pienso que uno en la vida es influencer yo con la pega que tengo de actor, de profe, como que elegí una carrera con comunicar, con motivar, con tirar para arriba a la gente, entonces yo creo que sí po, creo que sí siento que me siento influencer, no tanto en los seguidores, pero en lo que sube y lo que se trata de decir se va como pa allá, al decir así como “ay tu puedes” yo creo que empezó hace un par de años atrás, que tiene que ver un poco con romper los prejuicios de cada uno, como ser valiente sin que te importe nada es como empezar a generar contenido, empezar a generar material y sientas que puedas comunicar de alguna forma, y apoyar y ayudar y entretener, de lo más profundo a lo más básico cachai	Influencer Comunicar Motivar Contenido subido Prejuicios Material Cantidad de seguidores Apoyar Ayudar Entretener

	E3: ay no, yo creo que no, no me las doy de influencer, sobre todo ahora que no tengo tiempo para hacer nada... es que como estudié publicidad nos pasaron esa materia y dependiendo de tu seguidores dentro de las áreas de comunicaciones te consideraban influencer, micro influencer cachai, por eso te decía que por mis seguidores soy micro influencer, pero yo personalmente no me considero influencer	Micro influencer Cantidad de seguidores
¿Haz recibido críticas y/o malos comentarios?	E1: sí, totalmente porque la que tengo yo también es como pa debatir sobre diferentes cosas entonces ya los usuarios tirando mala leche, hablando mal, tirando comentarios discriminatorios, homofóbicos, lesbofóbicos y de todo tipo y bueno en todas partes están esos usuarios, pero sí... siempre llegan comentarios de esa forma, sobre todo comentarios lesbofóbicos	Debatir Discriminación Homofóbico Lesbofóbico
	E2: si se recibe, pero ahí esta el tema de la exposición que tiene uno cachai, al exponerse uno tiene que tener cuero de chanco de alguna forma como pa poder aceptar y malos comentarios que puedes tomar para mejorar, o las que no hacer oídos sordos	Exposición Mejorar
	E3: sobre todo cuando antes subía videos reaccionando con gente de Omegle, ahí recibía full críticas y comentarios positivos y negativos, eso fue como muchos comentarios diarios, ahí colapsé en pandemia	Críticas
¿Crees que tu contenido aporta positivamente o negativamente para tus seguidores?	E1: sí, igual yo la intención que tenía con subir contenido constantemente era eso, para visibilizar la comunidad, hablar sobre problemáticas que se estaban sufriendo y nada para darle un espacio y una visibilidad positiva a la comunidad, entonces yo creo que pa las disidencias es un espacio positivo la cuenta que tengo	Contenido constante Visibilizar Comunidad Problemática Espacio Disidencias
	E2: yo creo que sí, es un contenido que aporta de manera positiva, yo creo que cuando uno tiene claras las cosas en la vida, no quiero ocupar la palabra resuelto pero sí po, como que le dai una vuelta de	Contenido positivo Resuelto Material

		tuerca antes de subir un material y cuál es el objetivo finalmente del material que estás creando, como trato de no crear esta fábrica de salchichas cachai, como tratar de subir contenido pensado previamente e intentar que sea un aporte po	Contenido con sentido
		E3: sí yo creo que sí, habían personas que me decían “ay gracias por hacer estos videos me sentía tan mal”, no sé si me lo dirán de verdad pero yo me lo creía “necesitaba ese video en mi vida” “me alegraste el día” entonces yo decía ay que bacan, y hay personas que también me decían “ay te pasaste con lo que dijiste”	Alegrar el día Necesitar
¿Consideras que ser influencer puede ayudar a otorgarles más espacios a la disidencia? ¿De qué forma?		E1: sí, totalmente porque bueno las redes sociales ahora funcionan como unas ventanas al mundo como ver todas las realidades que puedan existir a otros países, en otras partes, entonces ocuparlos como a favor de la disidencia ayuda a conocer las distintas formas de ser, pensar y amar po, entonces deja de ser tabú muchas veces y comienza a ser más normal	Ventanas al mundo Realidades distintas Distintas formas de ser Pensar Amar Tabú Normal
		E2: sí sí, caleta, yo siento que lo que más hay que hacer y en este país sobre todo que es un poco pacato, es visualizar, todo el tiempo, visualizarlo de manera presencial, y visualizarlo también en las redes sociales, entonces estoy super de acuerdo con todos los influencer que son del ambiente LGBTIQA+ cachai como todo, pa mí es súper importante de seguirlos, de hecho sigo a muchas cuentas de ese estilo, porque sí creo que es importante visualizarlos a través de las redes sociales	Visualizar
		E3: sí po, de todas formas, siendo influencer tenemos que ser comunicadores, tenemos que comunicar todo lo que pasa, sobre todo si podemos comunicar temas de disidencias sexuales y para que la gente entienda y se eduque un poco más, está súper bien	Comunicar Entender Educar