



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**INFLUENCER COMO LÍDER DE OPINIÓN PÚBLICA EN LA  
CIUDAD DE MÉXICO DENTRO DE LA PLATAFORMA DE VIDEO  
YOUTUBE.**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A:**

**JAIME JEDANY GUADARRAMA HERNÁNDEZ**



**DIRECTOR DE TESIS:  
DR. JOSE ANGEL GARFIAS FRIAS  
CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., 2018**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Nosotros creamos YouTube como un servicio para la humanidad, arte, música un gran uso que miles de generaciones agradecerán, nunca va a ver algo que nos desprestigie, YouTube es sinónimo de arte.

**Chad Hurley CEO YouTube**

La fuerza de tus convicciones determina tu éxito, no el número de tus seguidores.

**Remus Luping “Harry Potter”**

Las palabras son, en mí no tan humilde opinión, nuestra más inagotable fuente de magia, capaces de infligir daño y de remediarlo.

**Albus Dumbledore “Harry Potter”**

El Éxito es la habilidad de ir de fracaso en fracaso con entusiasmo.

**Winston Churchill**

# Agradecimientos

**Gracias a Dios**

**Gracias Familia**

**Gracias Universo y su mayor fuerza, Jesucristo**

Con la esperanza de todo aquel que quiera explorar, lo encontrará entretenido e instructivo. Dedicado desde el fondo de mi corazón a Dios, quien con su fuerza me ha dado la oportunidad de estudiar una carrera universitaria llena de grandes experiencias y vivencias

A mi padre Jaime Guadarrama Vergara y mi madre Laura Hernández López, quienes han forjado mi camino con valores, honestidad y mucho trabajo, ellos me han instruido de la mejor manera mi carrera. A mi abuelita María Luisa López Rojas, quien ha sido gran instructora, y con sus consejos me ha ayudado a tomar mejores decisiones para mi vida

A el Doctor José Ángel Garfías Frías, quien ha sido un profesor que me brindó la oportunidad de escribir mi tesis sobre internet, y ha defendido a lo largo de los años las investigaciones con temas actuales.

A YouTube por ser una plataforma libre de expresión, siempre serás una plataforma importante mientras tengas vida online.

A mis soñadores, quienes han sido testigos de todas mis locuras por medio de mi canal de YouTube y redes sociales, que hoy son motivación para despertar cada día sintiéndome feliz y ser agradecido por todo lo que tengo y lo que soy.

Sigue tus sueños y por supuesto, buena suerte.

# ÍNDICE

## Agradecimientos

Introducción.....	1
Capítulo 1. Mundo Analógico y Digital: Redes Sociales .....	4
1.1 Redes Sociales Digitales.....	11
Capítulo 2. YouTube Broadcast Yourself .....	21
2.1 - Youtubers.....	36
2.2 Políticas y seguridad .....	45
Capítulo 3. Influencers.....	47
3.1 Influencia .....	52
3.2 Marketing Digital.....	58
4. Los Millenials y la década de los años 90's, Resultados del trabajo de campo: Análisis de Matriz Categorical .....	63
4.1. Contexto Histórico entre Influencers y la década 90s. ....	67
4.2. Vida personal de un influencer .....	90
4.3. Reglas del Juego para un influencer .....	95
Conclusiones .....	100
Anexos .....	103
Bibliografía.....	123

## **Objetivo**

Caracterizar una muestra de Influencers como nuevos líderes de opinión para determinar su visibilidad pública, condiciones de privacidad, ética en la información, interactividad con sus públicos, desarrollos y alcances dentro de estrategias del marketing digital, teniendo el conocimiento del significado “influencer” y examinar los puntos de vista desde los propios personajes.

**Justificación:** Conocer a fondo que hay detrás de un canal de YouTube, obtener información en áreas desconocidas dentro de un campo científico social con un auge cada día más rápido, esto se logrará mediante un canal de comunicación llamado Internet y un dispositivo móvil que todos conocemos como celular, gadget o smartphone. Todo será para aporte a la ciencia, el conocimiento y la investigación,

Reconocer la popularidad, influencia, inmediatez, nuevo marketing y publicidad dentro de la plataforma “YouTube” comprendiendo inicialmente las redes sociales analógicas, seguido de las digitales. Finalmente, se realizarán interrogados a una muestra influencers por medio de una entrevista, para conocer los diferentes énfasis sobre el público al que va dirigido, todo esto con fines de investigación.

**Preguntas de Investigación:** ¿Qué alcance de influencia existe dentro de un video en YouTube? ¿Es el mismo significado que los medios tradicionales y los Youtubers comparten con la palabra “Influencer”? ¿Como aprender a hacer marketing digital y entenderlo de manera publicitaria con gran potencial? ¿Sobre qué mecanismos la plataforma se basa para generar ingresos a los Youtubers? ¿Los Influencers se pueden convertir en un líder de opinión y qué piensan ellos mismos acerca de la influencia?

**Hipótesis:** Las Redes sociales han evolucionado los diferentes tipos de comunicación, la generación millennial ha sido testigo de ello y de la mano con “YouTube” han revolucionado las nuevas formas de hacer publicidad.

Los Influencers son líderes de opinión, que de igual manera pueden generar mayor influencia, fanatismo y fidelidad en cada una de sus audiencias, puesto que sus límites dentro de internet no tienen fronteras.



## Introducción

La presente investigación que tuvo como objetivo caracterizar una muestra de “Influencers” como nuevos líderes de opinión para determinar su visibilidad pública, condiciones de privacidad, ética en la información, interactividad con sus públicos, desarrollos y alcances dentro de estrategias del marketing digital, conocimiento del significado “influencer” y examinar los puntos de vista desde los propios personajes.

Respecto a los informantes (Luis Rivas, David Alegre, Verónica Meléndez y Mauricio Riverol) se apeló a un muestreo intencional: Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo, es importante mencionar que se usarán términos en inglés porque este contexto digital así se lleva a cabo.

En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra. Jordi Casal, Enric Mateu. (2003). Tipos de Muestreo de Universitat Autònoma de Barcelona <sup>A</sup>.

Información aplicada por medio de la teoría constructivista un modelo que afirma que un individuo no se limita a ser un producto del ambiente, sino una construcción propia que se va creando día a día como resultado de la interacción entre el ambiente y las disposiciones internas de la persona. Según la posición constructivista, el conocimiento es una construcción del ser humano que realiza con los conocimientos previos que dicha persona ya posee.

A lo largo de los años, la humanidad ha sido testigo de las nuevas formas de comunicación al igual que la tecnología. En la actualidad, no es difícil entender que las nuevas formas de comunicación son hoy en día más rápidas que hace diez años para que el ser humano entienda este contexto, el cual cada vez es más

inmediato y es la evidente desconexión constante del mundo real por el uso de ellas.

Hoy en día, un simple “Visto” puede afectar o cambiar el estado de ánimo de cualquier usuario que conoce este nuevo lenguaje, el mundo gira y el tiempo vuela sin parar, es por eso que una realidad virtual que jamás se creía posible, hoy se conoce como internet.

Las redes sociales y los medios de comunicación están muy de la mano con la tecnología, misma que ha creado comportamientos, actitudes e incluso nuevas formas de vivir la vida, nunca nos imaginamos que una generación iba a ser marcada y pionera para darse cuenta de que los medios electrónicos también eran una nueva fuente de ingreso.

La disertación consta de cuatro capítulos, el primer capítulo titulado “Mundo Analógico y Digital” busca reconocer, contextualizar y comprender a fondo sobre cada una de las redes sociales que han estado invisibles para el ser humano, pero parte de ellas como principales y primerizos entornos sociales.

Se examina cada una de las nuevas redes sociales, que juegan un papel importante para comprender los fenómenos en que el ser humano se ha enfrentado con la tecnología y la evolución para la vida, siendo testigos de que siempre han existido, a pesar de que hoy se ha hecho indispensable para la humanidad.

En el segundo capítulo se da a conocer todo acerca de la plataforma YouTube, y de cómo sus creadores han desarrollado una manera nueva de comunicarse con audiencias cada vez más específicas, conociendo cada uno de los mecanismos, los puntos de vista y la opinión de un término nuevo en contexto particular.

Además, se exponen las diferentes opciones de hacer negocios por medio de nuestros Influencers en YouTube, quienes ofrecen un paradigma con respecto otras redes sociales digitales, en particular “Instagram”.

En el tercer capítulo, se define la palabra Influencer, se expone que esta palabra no existe en un diccionario escrito en los años noventa ni tampoco el año 2017. También, se hace mención sobre el marketing digital y de estrategias dentro del mundo de “YouTube”. Finalmente, se habla sobre las políticas de privacidad según la plataforma y en la vida real del influencer, hasta qué grado de veracidad y fidelidad se presentan con respecto al usuario para lograr que este se convierta en seguidor total de su vida, lo que acontece, lo que le pasa y lo que consume.

Por último, en el cuarto capítulo, “Los Millenials y la década de los años 90’s”. Para comprobación se apeló al método cualitativo, cuestionado mediante la matriz categorial. Por otra parte, como técnica de investigación se recurrió a la entrevista a profundidad que se construye a partir de reiterados encuentros cara a cara del investigador y los informantes con el objetivo de adentrarse en su intimidad y comprender la individualidad de cada uno, la entrevista en profundidad es una técnica útil dentro del campo antropofísico Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. Cuicuilco, 18(52), 39-49. <sup>B</sup>



# Capítulo 1. Mundo Analógico y Digital: Redes Sociales

¿Quién invento la ola del mundial del 86? ¿Si una masa o un grupo de personas interconectadas con la misma afición que los demás? ¿Qué grado de influencia afecta mi personalidad? ¿Qué nivel de influencia hay sobre el usuario en YouTube?, preguntas y muchas más rondan en mi cabeza, si las redes sociales ya existían antes o desde la digitalización de ella en un sitio web y me hacen sentir parte de ella.

Las redes sociales hoy en día no son más que en el internet, pero toda causa tiene un efecto y es por ello que vamos a explorar detrás de bambalinas con las redes sociales, si existe algún tipo de historia sobre ellas y sobre todo el grado de influencia que tiene en los seres humanos, pero más vamos a enfocarnos en una plataforma que también tiene una gran historia: YouTube.

¿Los seres humanos con el internet estamos interconectados hoy en día? “Si las personas estamos interconectadas, nuestra salud también lo está”. Christakis, N. A., Fowler, J. H., Diéguez, A., Vidal, L., & Schmid, E. (2010). Conectados <sup>C</sup>

Si a mí me afecta lo que los demás digan de mí, a mi familiar, amigo, compañero de trabajo también puede llegarle a afectar nuestra “interconexión” con los seres humanos esto da lugar desde el nacimiento, al crecer se explora el territorio de las “interconexiones” vienen a marcar una gran pauta para darnos cuenta que las redes sociales comienzan desde casa ¿Con quién vivo?, ¿quiénes rodean mi vecindario?, ¿quiénes son mis compañeros de la escuela?, ¿qué lugar ocupo yo en ello? En mi entorno de desarrollo social.

Las redes son hechas con hilos, cuerdas o alambres trabados en forma de mallas, y convenientemente dispuestas para pescar, cazar, sujetar etc. Española, R. A., & Madrid, E. (1992). Diccionario de la lengua española. <sup>D</sup>

En una persona está relacionada solo que esos hilos, cuerdas o alambres se llaman vínculos mismos que son presenciados por terceras personas a las cuales no se eligen, pero si se distinguen por el ser.

Gracias a estos vínculos los intereses de las personas son algo muy importante: Influencia, porque con ellos comenzamos a descubrir nuestros gustos e intereses personales.

“Podemos definir a una comunidad en red como un grupo de personas que están mucho más conectadas entre sí de lo que lo están con otros grupos de personas conectadas entre otras partes de la red”  
Christakis, N. A., Fowler, J. H., Diéguez, A., Vidal, L., & Schmid, E. (2010). Conectados <sup>E</sup>

Si suponemos que la red es una isla habitada por un grupo de personas para el espacio de la misma, entre más alejados seamos, entre más callados, más serios, más independientes seamos, nuestro lugar en la isla será en las orillas y entre más adentrados estemos, vamos a ser propensos a tener muchas interconexiones, es decir, nuestros vínculos van a ser más grandes que el de las personas que se encuentran en las orillas.

Si se necesita de ayuda para localizar a una persona dentro de la isla ¿Quién tendría más probabilidades de encontrarla más rápido? En estos casos entre más “vínculos” o “interconexiones” se tengan, la búsqueda será más rápida y en la resolución de dicho problema será un éxito, es claro que una persona que vive en el centro de la



red, en este caso nuestra isla en comparación con una persona alejada a las orillas de esta, no tendría ni un 20% del 80% que tiene la persona del centro.

Las redes sociales juegan un papel muy importante hoy en nuestras vidas, la población que tiene acceso a internet, se tiene comunicación con todas las personas de nuestro entorno, entre más interconectados estemos, somos más factibles para encontrar, resolver problemas o necesidades.

Es importante identificar los vínculos que tenemos como personas ¿Sólo son emisores o sólo son receptores? ¿nos brindan alguna retroalimentación? Es importante destacar; que cuando hay retroalimentación existe la comunicación.

Al adentrarse a las redes, la definición que Nicholas Christakis propone de una red social; es un conjunto de personas formado por dos tipos de elementos, seres humanos y conexiones entre ellos, estas también evolucionan y tienen una vida muy invisible pero bastante importante para nuestras vidas. Christakis, N. A., Fowler, J. H., Diéguez, A., Vidal, L., & Schmid, E. (2010). Conectados. <sup>F</sup>

Por lo tanto, nosotros nos encargamos de moldear el panorama que queremos para nuestra forma, color y estructura de nuestra propia red social, ya que existen personas que comparten intereses con nosotros y eso nos hace sentir simpatizantes ya sea de una idea, de un deporte, de una actividad, de una postura, preferencias de estilo de música o incluso la escuela.

La misma red nos permitirá que las personas con las que estemos conectadas serán parte de nuestra influencia, y a las demás personas simplemente estarán desconectadas para nosotros, aunque normalmente la influencia de nuestros “amigos y amigas” será con más potencial que la de nuestra familia, ese mismo potencial es tan grande que el amigo de mi amigo también tendrá parte importante en el impacto y alcance de influencia.



Es ahora cuando regreso a mi inicial pregunta, que por curiosidad también el autor N. Christakis lo hace, se necesitan miles de experimentos sociales para que un fenómeno como este pueda tener lugar, toda la logística que este acontecimiento en el Mundial de Fútbol de México en el año de 1986 con la famosa “ola mexicana”. ¿Todo esto fue resultado de la influencia sobre el fútbol en todos los asistentes?, demostrando que; un gesto de emoción y afecto para todos los simpatizantes amantes del fútbol con el poder de la influencia, dio resultado a un fenómeno de expresión esencialmente puro y accidental.

Algo que también llama mucho la atención, es el resultado que se puede llegar a encontrar dentro de las redes convencionales, si bien ya se sabe que se tienen vínculos y se puede entender que en algún lugar del planeta tierra hay seres humanos, ¿qué grado de separación existe entre cada uno de nosotros y la influencia que podemos tener junto con los demás de manera general?

Sin embargo, la casualidad de las cosas puede ser también una interconexión accidental o propósito, Katia Silveira. (2015) ¿Qué dice la teoría de los seis grados de separación? <sup>G</sup> en su teoría; nos indica que estamos a seis grados de separación y tres grados de influencia, por experiencia propia descubrí que el planeta tierra tiene grandes longitudes, pero muy pocas distancias para que todo el mundo se conozca o más bien sus habitantes, “Yo” Jedany me fui a estudiar una estancia en la ciudad de “Bogotá” Colombia, y ahí conocí a un gran amigo Steven “Puerto Rico” quien a su vez conocía a Eder “mexicano”. Eder y yo tomamos algunas clases en la bella Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

El mundo es realmente un granito de arena, nunca había visto de esa manera el avance a los vínculos que vamos creando a lo largo de nuestras vidas, pero también, tenemos en cuenta que lugar necesitamos para que las redes sociales nos den cosas positivas o cosas negativas, qué importancia tiene que un ser humano conozca qué nivel de vínculos ha creado, por ejemplo, si existe un “rumor de alguna pandemia” ¿Qué es más importante? ¿Qué conozcas primero o al final?, pues si tú



punto en la vida es la supervivencia y enterarte de ellos, podría prevenir el contagio. Sin embargo, de esta manera importante también se pueden enterar de cosas tan banales como los “XV Años de Rubí”

El fenómeno mediático que surgió en las redes sociales en el año 2017 fue de gran magnitud la influencia, que hasta personajes de la farándula y el espectáculo se ofrecieron para ser padrinos de aquella Quinceañera de la comunidad en la Joya. SL Univisión. (2017). Las secuelas de los XV de Rubí <sup>H</sup>

Otro ejemplo, es el de la Pandemia de la escuela secundaria de Ramanshenye en donde, 48 de sus 154 alumnas padecían risa incontrolable, quien a poco más de 1.000 personas se comenzaron a ver afectadas por carcajadas que alimentaban su alma por la llamada “Risa Tonta”. <sup>I</sup>

Cabe señalar, que esas son cosas muy sutiles que no afectan tanto a nuestra salud, pero que pasaría en el plano de una enfermedad grave que contamine a todas las personas dentro de la red, no todos en la red previenen este tipo de cosas como en el mundo real, pero darte cuenta de que estas en el centro y eres contagiado ya por esa misma enfermedad, ahí radica la situación y el lugar en que nos ubicamos dentro de las redes sociales.

También pasa por mi mente, ¿Cómo un “¿Meme” en la red social más popular de todo el mundo del creador Mark Zuckerberg “Facebook” es viral a nivel digital? ¿Cuáles son las características que debe tener en particular para que este sea visto por muchas personas?.

Ahora que me interesa un poco hablar de la era digital, puedo entender con esta investigación, que el ser humano también ve un cambio de lo analógico a lo digital con los teléfonos inteligentes y los vínculos reales, ya que creando un simple





“Snapchat o un WhatsApp” se puede notar cómo antes, creando vínculos no digitales, es decir, estar directamente con esa persona cara a cara, no por un “FaceTime”, ahora se ve cuando mis amigos se la pasan la mayoría del tiempo en sus vidas online, se pierden muchos vínculos no digitales y se hacen desechables como una memoria USB, rompiendo con ellos su relación.

Por lo tanto, la sociedad con alcance a internet tiene la mayor probabilidad de hacer más vínculos alrededor del mundo, que una persona que no tiene acceso a internet eso es un hecho, mientras que aquellas poblaciones sin internet, viven el tiempo real y no dedican ni un minuto al tiempo digital, esto podría tener una estructura en sus vínculos todavía más reales y fuertes,

La mayoría de las personas piensa que tener muchos amigos en Facebook (límite de 5.000 amigos que te permite la red social), lo hace alguien con influencia, sin embargo, realmente tiene analógicamente una barrera en sus grados de influencia y separación en la red social digital, ya que incluso ahora las fiestas, son para tomar fotos y postearlas a su vez y decir la típica frase de que si no lo publicas, no cuenta.

En el mundo real esta mayoría de personas se da cuenta que existen cero probabilidades de enviar un mensaje rápido a sus 5,000 amigos en Facebook, tendría que llamarles por teléfono, enviarles sms o inclusive visitarles para mostrarle las fotos de la fiesta, en tanto, no imagino como sería explicarle lo que está pensando en ese momento a sus 5,000 amigos.

¿Qué tipo de “Reallity” vivimos con el “Feed” de nuestras últimas noticias en Facebook?, ¿terminaron? ¿Qué si se encuentran bien por el sismo?, ¿qué, si ya no son amigos? miles de ideas que día a día miro en la pantalla de mi teléfono, lo que me recuerda a una serie *Black Mirror*, (2011). [TV programme] Netflix. En donde la realidad virtual está en otro nivel y no dudo que en algunos años la tecnología llegue a ese punto.



Existen muchos tipos de fenómenos que me llaman la atención para estudiar, las redes digitales y las redes convencionales o análogas, como aquel de los memes, pero mi investigación, no va precisamente por ese enfoque, va un poco más allá de las redes digitales y el nivel de influencia, impacto o grado de separación que existe dentro de una de las plataformas más importantes a nivel mundial “YouTube”.

Con esto podemos notar, que el paso de los años y la tecnología ha marcado un antes y después de la comunicación, a lo largo de su evolución la humanidad ha sido testigo de lo que esto puede ayudar a la población con acceso a internet y las diferencias que existen con una sociedad sin internet.

Por otra parte, las comunidades sin internet se ven desde otro punto de vista en este contexto algunas son, porque en realidad no quieren estar en contacto con el mundo virtual y sus vínculos desean que sean perseverados conforme a sus condiciones y tradiciones.

Finalmente, los vínculos son importantes para cualquier tipo de sociedad ya sean digitales o no digitales, si estos son digitales son mucho más inmediatos y más eficientes en materia de seguridad civil como se vio el pasado 19 de septiembre con el sismo que sacudió a la Ciudad de México, probablemente si los vínculos digitales no existieran, la dificultad de localizar a alguien aquel terrible día sería más compleja o tal vez aprovecharse de la situación e inventar un fenómeno mediático enfocado solo en la búsqueda de una niña con el nombre de “Frida Sofía” con cobertura importante para la cadena de noticieros televisa.



## 1.1 Redes Sociales Digitales

Palabras como “millennial”, “legión holk”, “likes”, “meme” e imágenes del personaje piolín con frases bonitas e inspiradores, vienen a mi mente como la interpretación digital dentro de las redes sociales digitales. Mientras que, por otro lado, Twitter, Instagram, YouTube las grandes empresas que se comen al mundo con espacios digitales, siendo imposible saber en qué parte del mundo se almacena todo aquel universo de información.

Emprendedores que por accidente o coincidencia fueron pioneros en crear sitios como “Napster”, “Yahoo”, “Google” se dieron a la tarea de comenzar a cubrir nuevas necesidades digitales que el ser humano ahora había creado, sin embargo, nunca imaginaron el prestigio y los grandes números cotizando en el NASDAQ, que es la bolsa de valores electrónica y automatizada más grande de los Estados Unidos, siendo la primera bolsa de Nueva York.

La red social es una plataforma digital global que pone en contacto a un gran número de usuarios. Diccionario escolar de la real academia española. (2005).<sup>J</sup>

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí, por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes.

Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, ya que estamos conectados mucho antes de tener conexión a Internet.

En antropología y sociología, las redes sociales han sido materia de estudio en diferentes campos, desde el análisis de las relaciones de



parentesco en grupos pequeños, hasta las nuevas investigaciones sobre diásporas de inmigrantes en entornos multisituados. Pero el análisis de las redes sociales también ha sido llevado a cabo por otras especialidades que no pertenecen a las ciencias sociales. Por ejemplo, en matemáticas y ciencias de la computación, la teoría de grafos representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que les unen.

Todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social. A través de esta teoría, se pueden analizar las redes sociales existentes entre los empleados de una empresa y, de igual manera, entre los amigos de Facebook. Isabel Ponce-k idatzia (2012) MONOGRÁFICO: Redes Sociales definición de redes sociales <sup>K</sup>

Estas redes tienen influencia en una población, en México las personas con acceso a internet tienen un rango de edad de 12 a 54 años (entre hombres y mujeres) es evidente según la revista Forbes México, que es el país con mayor alcance en sitios de redes sociales a nivel mundial.

México se encuentra por encima del promedio de América Latina en el uso de social media, con un alcance del 98.2 de los usuarios de Internet, mientras que el promedio de la región es de 95.8. Estos datos, lo colocan por encima de Rusia, Turquía, Perú y Chile. Rubén Vázquez, (2014) México, primer lugar en penetración Social Media, Forbes <sup>L</sup>

Día a día existen nuevas necesidades digitales, pero ahora minuto a minuto existen personas que hacen check-in en todas partes, pero también existen otros tantos



que tuitean más veces de las que respiran, darnos a la tarea de descubrir esas nuevas necesidades sería prácticamente imposible, por lo tanto, mientras hay oferta existirá la demanda por parte de los usuarios.

La era digital abre un mundo de posibilidades y de un lenguaje más amplio, sin embargo, una de las problemáticas que más ha causado controversia en todos los gobiernos del mundo es el control Privacidad, esta es una parte que no conocemos o que casualmente se llama ¿Qué existe dentro de ello? Si ponemos un ejemplo, todo esto con fines académicos, tenemos los escándalos que atentan a la privacidad personal:

Jess Cohen. (2016). 5 cosas que debes saber sobre el escándalo de las fotos de desnudos de famosas que se filtraron....<sup>M</sup>

Literal el “pack” se filtró por la red, como aquella pandemia de risa digitalmente ¿qué exposición existe al ser figura pública? y comentar desde el otro lado del mundo acerca de su vida en Facebook, ¿qué importancia tiene la privacidad en este enfoque?

Cada día existen nuevas formas de desbloquear candados para filtrar documentos, fotografías, videos y demás información que tenga interés de morbo en la sociedad o incluso genere ganancias millonarias, recuerdo ahora el video XXX de la “socialite” Paris Hilton o aquel escándalo del famoso vestido como prueba de la relación inapropiada que mantuvo Mónica Lewinsky con el presidente Bill Clinton.

El mundo entero de la joven de 24 años se desplomó, y con él, se hizo público uno de los más grandes escándalos sexuales de la historia de Estados Unidos, que llevaría al mismo presidente a ser protagonista de su peor pesadilla. Lucía Vásquez. (2017). Clinton-Lewinsky: a 20 años del escándalo sexual que manchó la Casa Blanca y sacudió al mundo.<sup>N</sup>



Aunque, este morbo cobro la factura durante varios años en la vida de Mónica Lewinsky, este mismo fenómeno pudo causar que si se tratase de un programa de televisión, ella hubiera dado una vuelta por todo el mundo para dar conferencias de prensa sobre este tipo de morbo o fenómeno mediático, lo que hoy en día se puede pensar como los “trending” o las tendencias de último minuto, pero a nivel vínculos personales como en Facebook sería la actualización sobre algún “estado” o “acontecimiento importante”.

El morbo de las personas en el mundo es impresionante, tan solo en Latinoamérica nos podemos dar cuenta de este poder con las telenovelas, o del famoso programa número uno de la televisión humorística “El chavo del ocho” que en puntos de rating el éxito era abrumador, convirtiendo al show en el fenómeno de la televisión, dicho programa fue tan grande que el elenco de “Chespirito” y “El Chavo del Ocho” tuvieron una gira importante de promoción en América Latina.

Sin embargo, no hay que dejar de lado la influencia que repercute con nosotros ese tipo de fenómenos mediáticos, con verlo, hablar de él, comentarlo dentro de la red o llegar a compartirlo con sus demás vínculos, es decir sus “amigos” en Facebook, ¿Qué capacidad tiene un bloguero en internet de hacer lo mismo, con algún producto, evento, o incluso algo que tenga que ver con fines de lucro?

La digitalización es de las formas nuevas de comunicación y sus vínculos sociales ya son importantes dentro de la historia, puesto que ese cambio ha llevado al ser humano a tener la necesidad no de simple acceso a un teléfono, si no a la conocida “world wide web”, quien es la que mantiene la conexión directa con el internet ya sea por medio de tecnología Wi-Fi o redes 4G, estos parámetros también han ido cambiando este tipo de costumbres humanas.

La misma sociedad e incluso organismos gubernamentales han empleado a la digitalización hoy en día para evitar más cargos públicos, y que la revolución de las



maquinas sean de mayor requerimiento que un ser humano, es algo que veo con las cámaras de la ciudad de México que obligan a los conductores a seguir estrictamente las obligaciones jurídicas de un conductor.

Las redes sociales tienen que ver con la apertura de edad y de un gran número de público que atender, mientras miles de personas abren un perfil en Facebook otros más empiezan a tener internet, sin embargo, no hay que dejar de lado a las comunidades indígenas de México.

Con este crecimiento en los últimos años de usuarios activos dentro en este mundo de internet, se puede pensar que ha generado muchas necesidades digitales para la televisión, para las empresas e incluso para celebridades, mismas que hoy en día generan más ganancias o ven más resultados exitosos con estos personajes que existen dentro del mundo del internet en torno a la publicidad.

Las redes sociales digitales no son más ni menos que un recurso nuevo para los usuarios que tienen acceso a un smartphone y al internet, donde los más destacados son Facebook, Twitter, Instagram, YouTube entre otros, donde existe la forma de compartir ideas mediante un estado, una foto, un enlace a otra página web, de forma personal un feed comienza a escribirse. En relación con esto la siguiente tabla muestra el ranking mundial de las redes sociales digitales más populares.



10

## RANKING DE REDES SOCIALES MAS POPULARES EN 2017

1

### FACEBOOK

Ideal para conectar con clientes potenciales a través de páginas de empresa o fidelizar clientes a través de grupos.

2

### WHATSAPP

WhatsApp es una aplicación de mensajería que permite enviar y recibir mensajes sin pagar.

3

### YOUTUBE

Un vídeo bien hecho con el título y el contenido adecuado, puede tener un enorme impacto viral para tu marca, sobre todo si el vídeo alcanza las páginas más vistas.

4

### WE CHAT

Es un servicio de mensajería chino de texto móvil y servicio de comunicación de mensajes de voz creado por Tencent lanzado en 2011.

5

### QQ

QQ la "red social" china del famoso "pingüino" es mucho más que un servicio de mensajería.



6

## INSTAGRAM

Red social para compartir fotografías y videos de corta duración.

7

## Q-ZONE

Permite a los usuarios escribir blogs, diarios digitales, enviar y alojar fotos, música etc.

8

## TUMBLR

Tumblr es una plataforma de microblogging que permite seguir las publicaciones de otros.

9

## LINKEDIN

LinkedIn es la red social para profesionales, especialmente interesante para negocios B2B.

10

## TWITTER

Twitter ofrece un sencillo servicio que puede ayudar a tu negocio a estar en contacto con seguidores y clientes a través de su servicio de mensajería con un máximo de 140 caracteres por mensaje.

Día a día el desarrollo y la información que se publique, será vista por un número de personas que tenga vinculo digital y que tenga acceso a ti de una forma segura o amplia, porque nunca se sabe a dónde llegan nuestras fotos, información incluso direcciones IP de nuestros computadores.

El feed de nuestras vidas es un claro ejemplo de Facebook, la red social más popular alrededor del mundo es así como lo denomina esta plataforma, donde comenzaron con un simple botón de “me gusta” hasta un “me enoja” necesidades que fueron creándose mediante el desarrollo de esta plataforma en el mundo del internet.

Las nuevas tecnologías hacen que nuestros vínculos sean de forma digital mediante una nota de voz en “WhatsApp” o hasta un mensaje directo en “Twitter” la influencia de las mismas han generado nuevas palabras y nuevos lenguajes de comunicación, tanto que el ser humano cada día requiere más necesidades por el gran desarrollo que ha tenido en la última década.

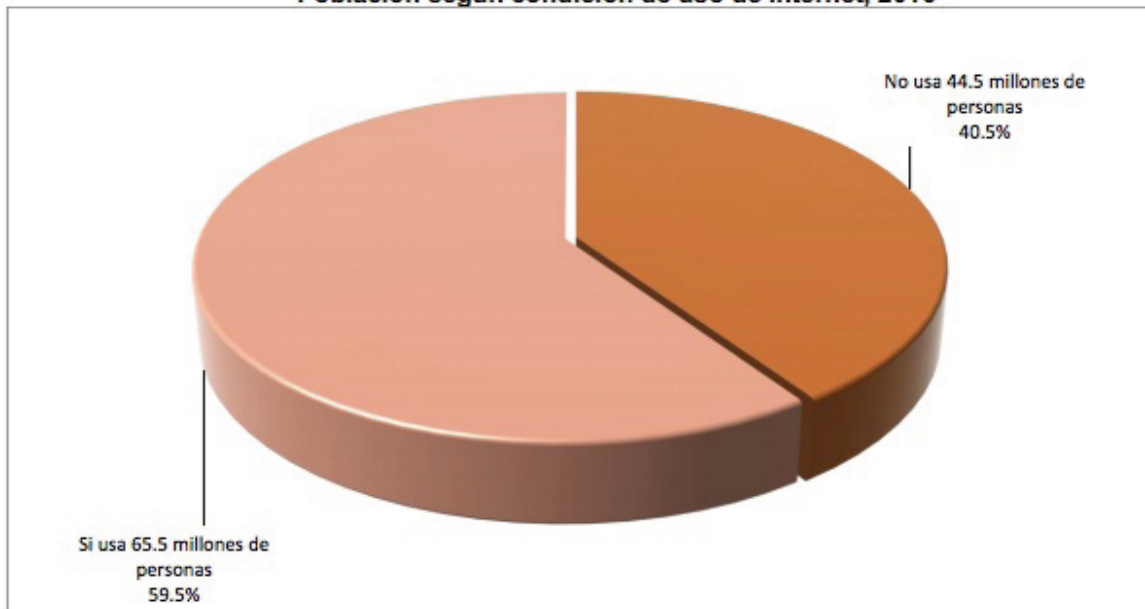
Es por ello que, no toda la población puede estar desarrollada de esa manera en primera parte por el acceso a internet, en segunda parte por la posibilidad de tener un dispositivo inteligente, y en tercera entender el lenguaje de comunicación en el software instalado en este dispositivo.

Los vínculos digitales en comunidades indígenas pues según datos obtenidos de INEGI:



Gráfica 1

Población según condición de uso de Internet, 2016



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2016.

“Al segundo trimestre de 2016, el 59.5 por ciento de la población de seis años o más en México se declaró usuaria de Internet.” Datos Nacionales, Instituto Nacional De Estadística y Geografía. (2017) Estadísticas a propósito del día mundial del internet. P

Más adelante habrá un muestreo con resultados y diferencias con los años noventa, vamos a tener en cuenta el papel de este medio de comunicación con las redes sociales convencionales y las digitales, y así entendamos el gran impacto de influencia para que un teléfono o tableta, tenga más éxito que un infomercial para bajar de peso.

Las redes sociales digitales abren un panorama importante para la sociedad en el mundo, se podría pensar que estas son una herramienta bastante importante para generar contenido en el mundo del internet, no existe un objetivo principal de ellas más que tenernos conectados y vendernos cualquier cosa que tenga que ver con nuestros intereses, como es el ejemplo de marketing en la plataforma de Facebook.



Por medio de sus usuarios conoce sus gustos e intereses, para hacer una campaña de publicidad teniendo la certeza de llegar al público deseado, y por medio de diferentes estrategias y teniendo claros los objetivos, se puede hacer hasta un cierre de venta, esto mismo pasa con la plataforma de "YouTube" simplemente esta es más directa con el contenido audiovisual, mismo que es de gran impacto para los visitantes de este sitio web y por su puesto sus fanáticos.



## Capítulo 2. YouTube Broadcast Yourself

Person of the year.  
Yes, You.  
You control the information Age.  
Welcome to your world. (2006) TIME Magazine U.S. Edition  
December 25, Vol. 168 No. 26. <sup>Q</sup>

Este fue el título de la portada en primera plana de la revista Time en diciembre del 2006, ¿Quién podría pensar que el contenido intelectual mediante videos podría sustituir muchos trabajos alrededor del mundo y podría a hacer a una persona o grupos de personas en figuras? hoy son reconocidas en el país por amantes de la plataforma, y su éxito viral fue más allá de lo que hoy se conoce como influencers.

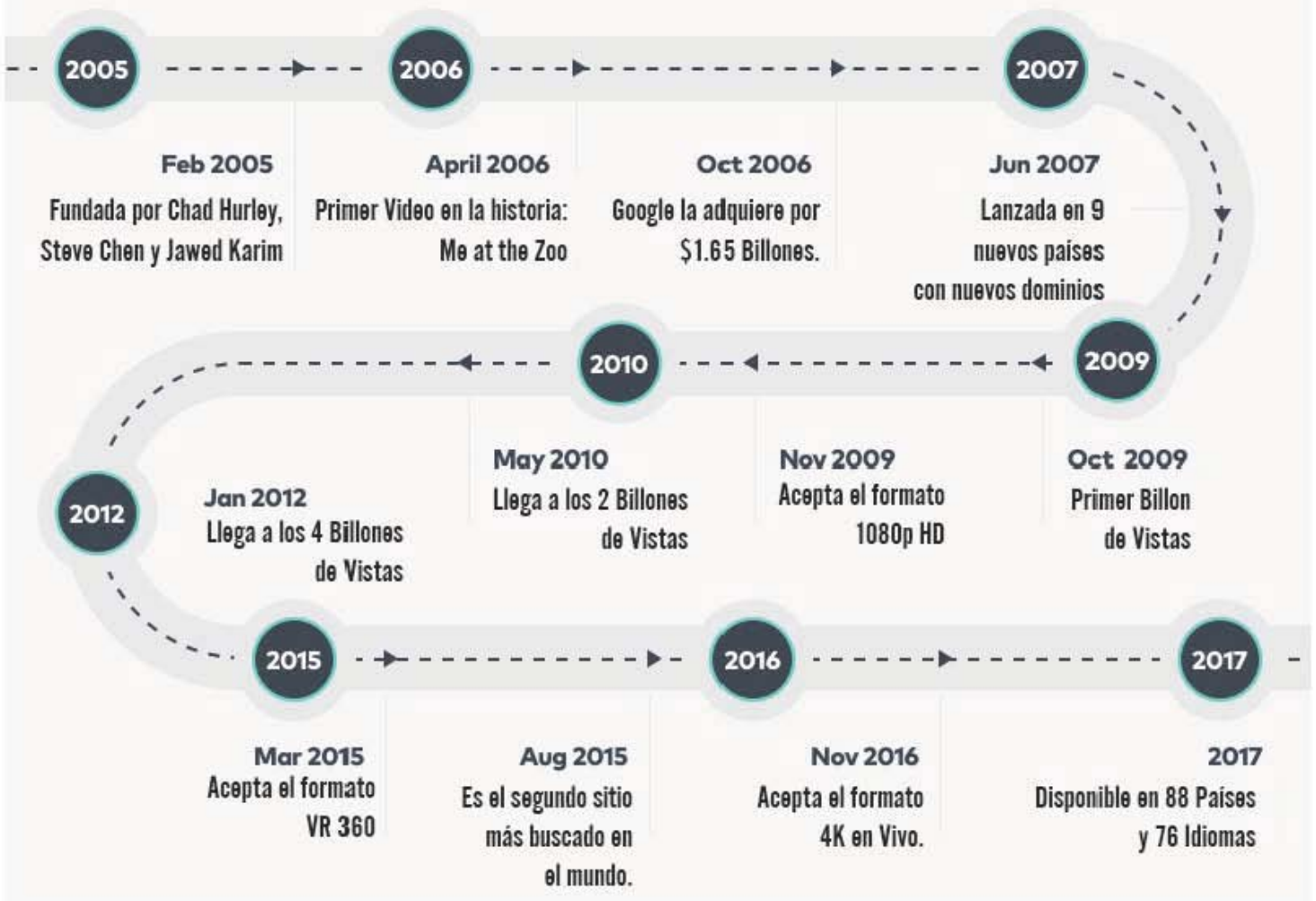
Es importante destacar que YouTube, hoy en día pertenece a una empresa que a finales del 2011 ya contaba con más de 31,000 empleados y muchas oficinas en todo el mundo, sin embargo, en la actualidad con el éxito se ve reforzado en el medio de comunicación y la necesidad de adaptación por parte de los medios de comunicación tradicionales.

YouTube posee alrededor de 500 millones de seguidores activos entre los cuales el 40% de los usuarios tienen entre 24 y 44 años de edad, los hombres pasan un 24% más tiempo en la plataforma que las mujeres, el 9% de los videos son retirados por problemas de copyright la siguiente infografía muestra datos alrededor del mundo. Filmora.com. (2017). Las estadísticas de YouTube en 2017. <sup>R</sup>



# YouTube Estadísticas en 2017

## Historia de YouTube

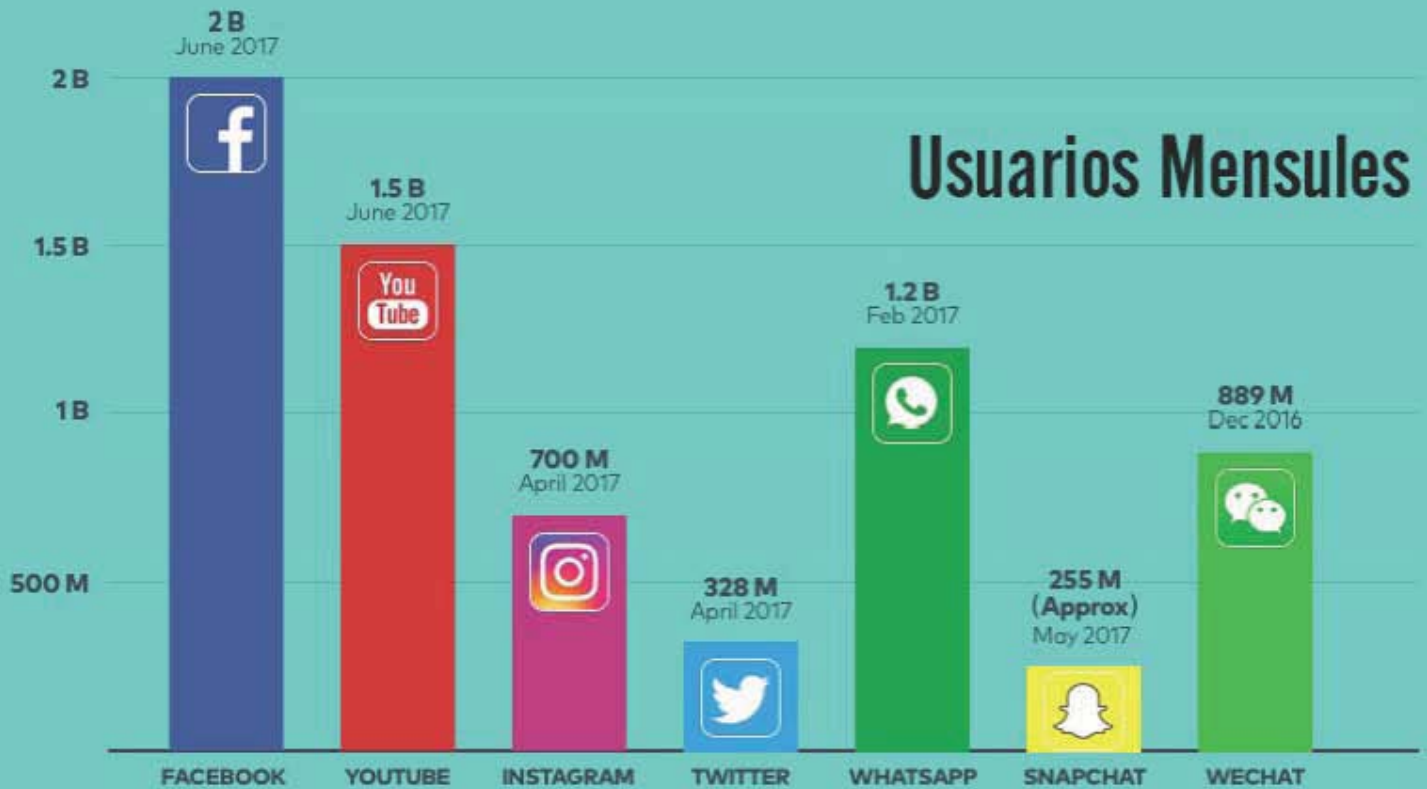




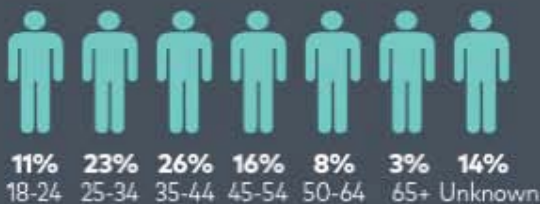
# Numeros Interesantes

Sobre los 1.5 Billones de usuarios activos al mes (más o menos 1/3 de Internet)

## Usuarios Mensuales



### Porcentaje de Usuario por Edad



25-44 años de edad vio los videos mas vistos de YouTube

### Porcentaje de Usuario por Género



62% de Usuarios son Hombres mientras que las mujeres son un 38%

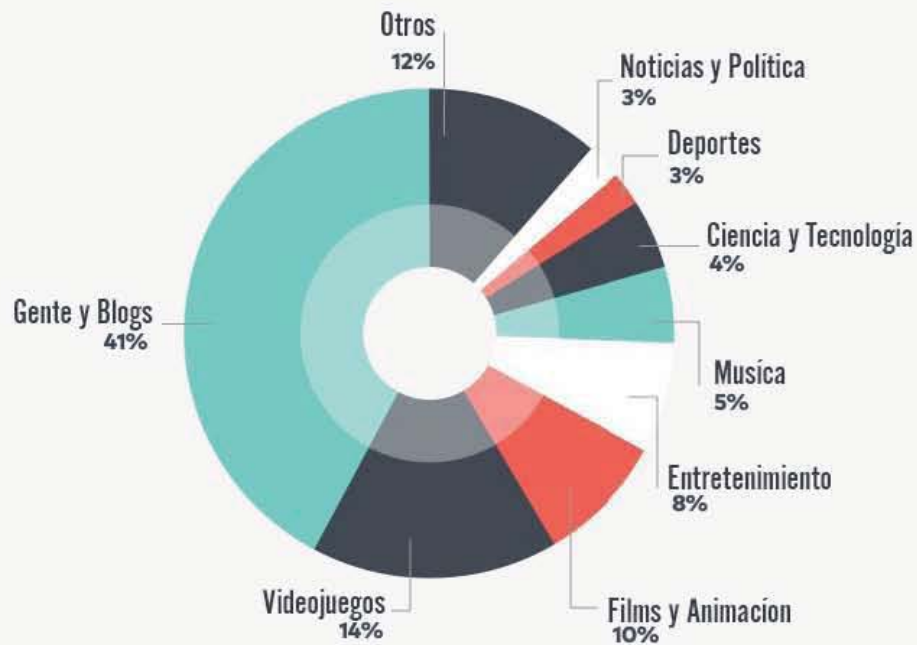
Sobre 500 Horas de video son subidas cada minuto.

### Duración promedio del video subido en YouTube



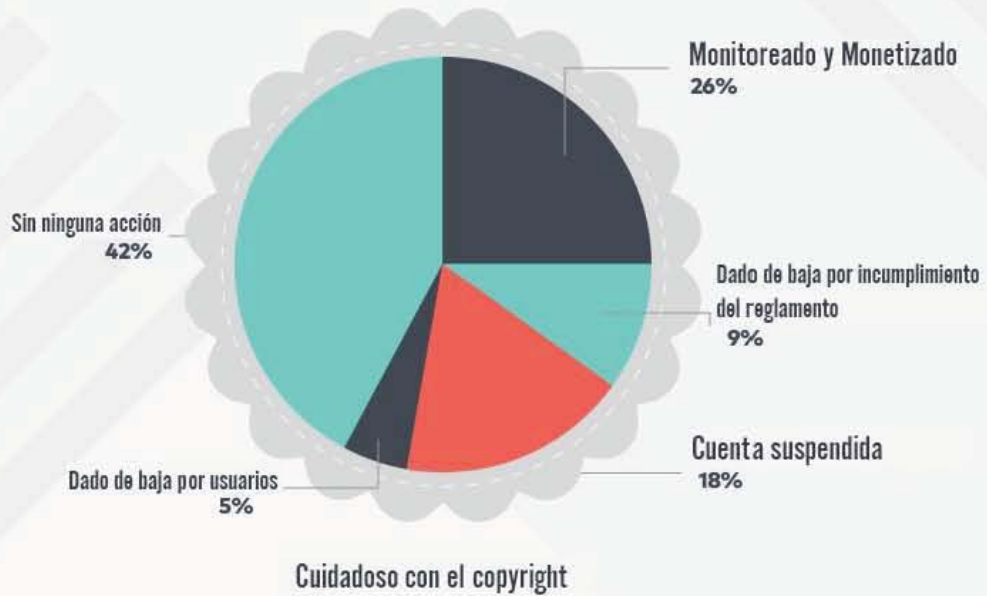
El video mas corto es un Trailer mientras el mas largo es una película.

### Videos subidos por categoría en 2017



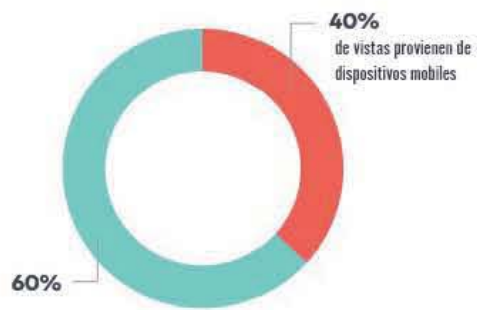


### Estatus de video con 24 hrs. despues de la carga.



**1 Billon de horas en YouTube son vistas por día**

### 40% de vistas en YouTube provinen de dispositivos mobiles



### Tiempo dedicado en redes sociales



# Hechos

Musica es el termino mas buscado en YouTube en el 2017

## Volúmen de búsqueda



Canales de celebridades con mayor audiencia son cantantes

1



JustinBieberVEVO

Suscriptores

31 186 683

Vistas

16 025 877 857

2



KatyPerryVEVO

Suscriptores

24 349 396

Vistas

13 628 814 131

3



TaylorSwiftVEVO

Suscriptores

23 805 582

Vistas

12 294 642 313

4



RihannaVEVO

Suscriptores

25 383 354

Vistas

11 702 155 775

5



shakiraVEVO

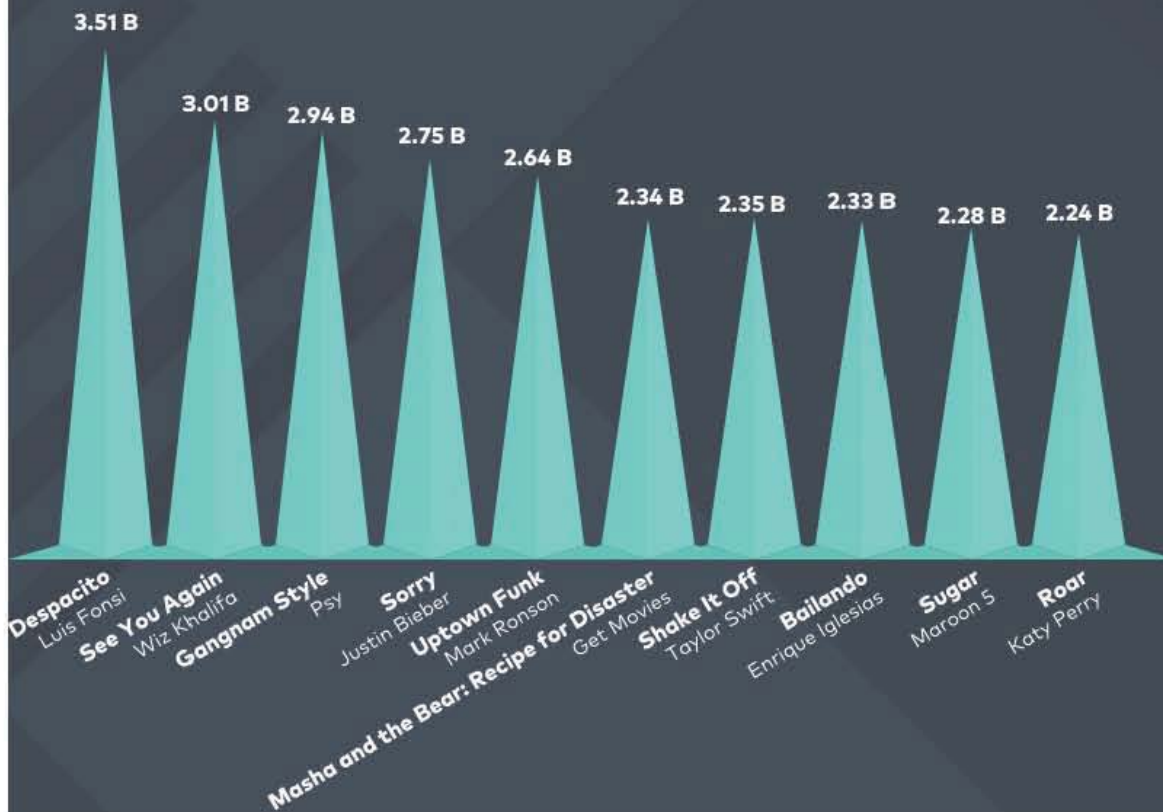
Suscriptores

16 102 637

Vistas

10 859 563 144

9 del top 10 en la historia de los mas vistos son videos de musica



## Top de Youtubers en 2017

\$15 Millones por año ganados por PewDiePie



## Fuentes

<https://techcrunch.com/2017/02/28/people-now-watch-1-billion-hours-of-youtube-per-day/>  
<https://techcrunch.com/2017/06/27/facebook-2-billion-users/>  
<http://www.adweek.com/digital/mediakix-time-spent-social-media-infographic/>  
<https://www.socialbakers.com/statistics/>  
<https://www.surjeethakur.com/searched-keywords-youtube-2017>  
[https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_most\\_viewed\\_YouTube\\_videos](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_viewed_YouTube_videos)  
<http://youtube-trends.blogspot.com/>  
<https://fortunelords.com/youtube-statistics/>  
<https://www.surjeethakur.com/searched-keywords-youtube-2017>



filmora.wondershare.com

Filmora.com. (2017). Las estadísticas de YouTube en 2017. 2018, de Filmora Sitio web: <https://www.masquenegocio.com/2017/10/21/estadisticas-youtube-2017/>

YouTube es un sitio web en el cual se pueden almacenar videos de todo tipo desde caricaturas hasta videos musicales de los artistas, sin embargo, el auge es tan evidente que cualquiera puede hacer videos para la plataforma y convertirse en youtuber.

Corría el año 2005 cuando tres empleados antiguos de PayPal, fundaron YouTube, Chard Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, en San Bruno, California, se conocieron cuando juntos trabajaron para PayPal una de las mayores compañías de pago por Internet del mundo. Helena Resano. (2006). Quién está detrás de YouTube. 2017. <sup>S</sup>

Dicha idea surgió mediante una fiesta en San Francisco al tener dificultades para compartir los videos tomados, aunque Karim ha declarado que la fiesta nunca ocurrió y que la idea de compartir videos en internet fue suya y sus compañeros han declarado que la fiesta ocurrió y que la idea original de Karim era crear una página de citas donde las personas pudiesen calificarse por sus videos. John Cloud. (2006). The YouTube Gurus. Time Magazine <sup>T</sup>

YouTube es la puerta de entrada a un gran mundo de entretenimiento, donde solo es necesario un dispositivo móvil y conexión a internet, la plataforma hizo su debut con la intención de eliminar fronteras y acortar distancias al compartir videos en un solo lugar, transformando al usuario en productor de su propio contenido de la manera más sencilla, clara, oportuna, veloz y popular por excelencia, misma que ha tenido el control y la sabiduría de seducir el corazón de cada uno de sus visitantes y de los portales para subir videos.

YouTube fue el único que encontró la llave maestra para destacarse del resto y tomar las riendas de un mercado más exigente, retador, en donde la mayoría de los casos, se suelen dejar miles de ilusiones, ha sabido cómo seducir el corazón de cada uno de sus visitantes y de los



portales para subir videos Amezcua Laura, (2014) YouTube el meme que revolucionará a la publicidad. <sup>U</sup>

En entrevista para la BBC Chad Hurley, uno de los progenitores de la YouTubemanía, aludió que ahora con Internet todo el público tiene la posibilidad de crear, distribuir cualquier cosa. “YouTube no existiría si la gente no creara contenido, ese es el fundamento de este portal. Siempre digo que nosotros somos el escenario y ellos los actores. Lo que queremos hacer es brindar oportunidades que no existían, oportunidades gratuitas para que lo puedan hacer” Steve H. (2010). YouTube co-founder Chad Hurley steps down as CEO. <sup>V</sup>




La revista estadounidense Time declaró al portal como Invento del año en 2006 dentro de todas las invenciones tecnológicas que surgieron en ese periodo, sin pasar por alto que Internet dio un giro trascendental a la comunicación entre las personas.

“La nueva web es una cosa muy diferente. Es una herramienta para reunir todas las contribuciones de millones de individuos y hacer que importen. Los consultores de Silicon Valley la llaman Web 2.0, como si se tratara de

una nueva versión de un software antiguo. Pero en realidad es una revolución”. Arthur Hochstein. (2006). Person of the year. Time Magazine. <sup>W</sup>



Los siguientes datos muestran el crecimiento y la relación que existe entre YouTube y el usuario hasta el año 2017:

- YouTube es el segundo motor de búsqueda más grande del mundo.
  - YouTube cuenta con un millardo de usuarios activos por mes.
  - 4 millones de videos son vistos en YouTube cada día.
  - 6 millardos de horas de videos son vistas en YouTube cada mes.
  - 85% de los mercadólogos publican videos.
  - 76% de los mercadólogos prevén aumentar el uso de YouTube.
  - 28% de los mercadólogos prevén incrementar el uso de la publicidad en YouTube.
  - 50% de los ejecutivos miran videos relacionados a las empresas y al trabajo en YouTube.
  - 74% de los compradores B2B (Negocio a negocio) usan YouTube en el marco de su estrategia de contenido.
  - 51% de los compradores B2B clasifican YouTube como la plataforma de redes sociales más eficaz para su empresa.
  - 53% de los mercadólogos B2B dicen que YouTube es la plataforma social más eficaz.
  - 77% de las empresas B2C(del negocio al consumidor) declaran usar YouTube.
  - 98% del top 100 de publicistas de AdAge han lanzado campañas en YouTube.
  - YouTube es 11.3x más grande que Facebook en términos de horas vistas, tanto en la versión web como en la aplicación.
  - La duración promedio de los videos YouTube más vistos esta entre 31 y 120 segundos.
  - 50% de los usuarios miran videos en YouTube al menos una vez por semana.
- 

- YouTube llega al 95% de los adultos en línea de más de 35 años en un mes.
- Globalmente, YouTube llega a más personas entre 18 y 34 años y los 18 a 49 años que cualquier canal de televisión en Estados Unidos (incluso solamente la aplicación)
- Más de la mitad de las vistas de YouTube vienen de aparatos móviles.
- Las versiones localizadas de YouTube están disponibles en más de 88 países.
- El sitio de YouTube está traducido en 76 idiomas, lo que representa el 95% de los internautas.
- 86% de los colegios y universidades tienen una presencia en YouTube.
- Cada minuto se suben 72 horas de a YouTube
- 16% de los videos han sido integrados, enlazados y compartidos el martes entre 11h y 13h.
- La cantidad de canales que generan ingresos de cientos de miles de dólares cada año en YouTube ha aumentado de 50% en un año.
- Desde marzo 2015, los creadores que producen videos en los estudios YouTube Space han producido 10 000 videos, que han registrado más de un millardo de vistas y más de 70 millones de horas de transmisión.
- En julio de 2016, YouTube entregó dos millardos de dólares en los titulares de derechos que decidieron monetizar sus videos reivindicados desde el lanzamiento de Content ID en 2007.
- Desde julio 2015, más de 800 socios han recibido más de 400 revindicado más de 400 millones de videos vía Content ID. Gracias a esta herramienta pueden controlar sus contenidos en YouTube y generar ganancias con sus videos.





- La base de datos Content ID cuenta con 50 millones de archivos de referencia activos, lo que lo hace una de las más completas del mundo. YouTube ha incluso recibido un premio PrimeTime Emmy gracias a eso.
- Si YouTube fuera un país, sería el tercero más poblado del mundo, justo atrás de China e India.
- 80% de las vistas en YouTube vienen de fuera de los Estados Unidos.
- En promedio, un usuario pasa 40 minutos a diario en YouTube en su dispositivo móvil.
- 300 horas de video son subidos cada minuto a YouTube.
- 40% de las vistas YouTube vienen de dispositivos móviles.
- La duración promedio de visualización móvil dura más de 40 minutos.
- En promedio, cada día se miran 1 millardo de videos en móvil cada día.
- 9% de las PME en Estados Unidos usan YouTube.
- Las búsquedas de video «cómo hacer» en YouTube aumentan de 70% de un año al otro.
- 68% de los usuarios han mirado YouTube para ayudarse a tomar una decisión de compra.
- Entre las personas que miran YouTube en su televisor, 48% de las mamas lo miran con sus hijos.
- 3 adultos de 4 dicen que miran YouTube en su casa, en sus dispositivos móviles.
- 4 millennials de 10 dicen que miran YouTube en la casa en sus dispositivos móviles.
- Desde 2013, la audiencia de contenido televisivo en YouTube ha tenido un incremento de 230%
- Entre 2015 y 2016, el tiempo dedicado a YouTube ha duplicado en los adultos mayores de 18 años.



- Entre 2015 y 2016, el tiempo dedicado a YouTube ha aumentado de 40% en los adultos mayores de 35 años.
- Entre 2015 y 2016, el tiempo dedicado a YouTube ha aumentado de 80% en los adultos mayores de 55 años.
- 86% del contenido Vlog proviene de creadores de YouTube.
- 6% de las personas que usan YouTube durante la compra de un vehículo, son más influenciados por esta que por la televisión, los periódicos y las revistas.

Valeria Landivar. (2017). Estadísticas de YouTube que no puedes ignorar. 2018.

La simple exposición a miles de millones de usuarios en casi todo el planeta, muchas veces llega a suponer esa misma cifra de espectadores, aunque también, otra parte importante de la publicidad viene de Google Adwords que rentabiliza los videos que obtienen demasiadas visitas con Google Adsense, fórmula publicitaria que explora una página web y le asigna anuncios relacionados con el contenido de la página; pero el valor publicitario que pueden tener estas visitas reside en la rapidez con que este video se pueda hacer popular y viral por la red.

Las nuevas posibilidades del marketing hacen referencia al intensivo uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, revelándose un instrumento para segmentar mercados, conocer mejor a los clientes e idealizarlos. El internet permite estrechar una relación con los probables clientes para favorecer una conexión y colaboración entre los usuarios que nunca se había manifestado.

“Me at the zoo” Este es considerado como el primer video de YouTube publicado el 23 de abril del 2005, y en la actualidad cuenta con más de 50 millones de visitas, además de que es uno de los más famosos de todos los tiempos. Me at the zoo, YouTube



Por otra parte, en el año 2007 nace el programa de partners, para aquellos usuarios que mantengan activo un canal obteniendo beneficios económicos por medio de publicidad en sus videos de diferente manera, un comercial antes de iniciar el video, un pequeño banner en el video o a la derecha del video.

La plataforma de igual manera se concentra en personajes importantes, como el caso de Logan Paul en enero del 2018 la polémica tan fuerte que provoco con el video “*We found a dead body in the Japanese Suicide Forest*” Rich, M. (2018). Long Before Video, Japanese Fought Suicide in the ‘Sea of Trees’.<sup>x</sup>

Fue tendencia mundial al grado que, la compañía dueña de la plataforma decidió agregar nuevos lineamientos a personas que quieran hacer contenido dentro de las normas y seguridad para la comunidad en internet Wakabayashi, D. (2018). YouTube Adds More Scrutiny to Top-Tier Videos.  
y



## 2.1 - Youtubers

A los creadores de contenido digitales, influencers, blogueros; también se les conoce con el nombre de YouTubers, que desde cualquier parte del mundo pueden hacer un canal, esto ha generado que también existan jóvenes en la ciudad de México que han encontrado un espacio libre de expresión en la plataforma comparado con los medios de comunicación tradicionales.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que un Youtuber puede ser cualquier persona, un actor, abogado, cantante o político, además, es importante mencionar que este es el punto crucial de esta investigación, la plataforma no te hace, al contrario, el ser creativo es lo que te mantiene vivo en la plataforma. En otras palabras, no habría youtube sin youtubers, ya que esto no depende de las televisoras o productoras, sino del mismo creador digital.

“La pantalla principal de los jóvenes ya no es la tele. Ahora es su celular, su tableta. Y sus ídolos son los social artists, youtubers, gamers o bloggers, que tienen una realidad menos maquillada” Tiempo, C. (2017). Breve guía 'youtuber' para extraterrestres.<sup>2</sup>

Después de esta explosión digital, la plataforma ha tomado forma en los últimos años puesto que existen diferentes canales en internet, sin embargo, los medios tradicionales han entrado en esta estrategia digital para no quedarse atrás y se la juegan con las redes sociales en especial YouTube.

En México un grupo de jóvenes dedica su tiempo libre a la creación de contenidos dentro de esta plataforma, esto ha generado que la influencia sea de un grado de atención para las marcas, el éxito del marketing en redes sociales es logrado por la dedicación y la constancia que cada uno tiene, ya que no es un proceso sencillo grabar, editar y subir. Además, de manejar las relaciones publicas, las redes sociales y tener tres videos más para subirlos durante la semana, es un trabajo

arduo, como el de un productor de televisión o cine.

El involucrarse en la parte creativa y audiovisual, es muy importante para tener identidad con tu canal y así entender mejor a la audiencia, otra manera, es que gracias a la libertad de expresión y elegir que contenido ver en YouTube, se pueden conocer las diferentes tendencias que pasan alrededor de todo el mundo, lo que ha sido exitoso de la plataforma para generar algo muy importante llamado credibilidad.

Durante la búsqueda de información, se logró concretar cita con creadores digitales de la Ciudad de México con experiencia en la plataforma, el objetivo es recabar datos sobre la empresa para la que trabajan los youtubers más relevantes, esto es importante para la investigación social o psicológica, sin embargo, la comunicación juega el papel más importante dentro de esta línea, dado a que este es nuevo canal de comunicación.

A continuación, se presenta una lista de creadores digitales de la ciudad de México dentro de la plataforma, a los que cordialmente se les hizo la invitación para una entrevista.

Youtuber	Respuesta de entrevista
David Allegre (Los Jonas Vloggers)	Entrevista Concretada
Luis (Luisito Comunica)	Sin Respuesta
Luis Rivas (Los Jonas Vloggers)	Entrevista Concretada
Ryan Hoffman (Debryanshow)	Sin Respuesta
Ixpanea Guadalupe	Sin Respuesta
Alex Montiel (El Escorpión Dorado)	Entrevista Concretada
Cintia Velázquez (Lenguas de Gato)	Sin Respuesta
Joselyn Hoffman (YosStop)	Sin Respuesta
Pepe (Pepe y Teo)	Entrevista sin concretar por tiempos
Gabriel Montiel (Werevertumorro)	Sin Respuesta



Verónica Melendez (Mujer Luna Bella)	Entrevista Concretada
Dashia Wezca	Sin Respuesta
La Divaza	Sin Respuesta
Juan Pablo (Juanpazurita)	Sin Respuesta

Muchos de estos Youtubers han llamado la atención de las marcas, y esto hace que los públicos sean cada vez más segmentados con la información que se brinda por medio de una cuenta con Google, es importante mencionar que la publicidad que normalmente nos aparece a los usuarios de Google, es posible gracias a nuestras búsquedas anteriores.

Para conocer esta información en términos de publicidad, comenzaremos por reconocer algo que da vida esta plataforma, esto es la constante búsqueda de videos en la plataforma, lo que hace que los anuncios tienen mayores probabilidades de llegar al público objetivo, para más información consulte Google Adwords.

Por otra parte, un creador de contenido es un término que algún momento mantuvo sus características, sin embargo, con el paso del tiempo, la dependencia de la plataforma y la conexión real que existe llamo la atención de la opinión publica llamándolos Youtubers.

Los Youtubers son jóvenes muy importantes y existen alrededor del mundo, incluso cada que sobre pasan 100,000 de suscriptores, la empresa le manda a casa un reconocimiento con el fin de motivarlos a seguir, también les brinda ciertas reuniones privadas y participaciones a eventos únicos de la empresa. Youtube.com. (2017). Premios | Creadores de YouTube<sup>AA</sup>

Esto apoya a que mucha de la influencia exista entre los jóvenes, y que el interés



de las marcas también piense antes de invertir en alguien, por lo tanto, los ojos y la atención de muchos públicos han dejado que la televisión se hunda como un barco viejo, que ha manejado, dominado y ocupado un espacio importante para la sociedad en México.

Como consecuencia de esto, los seguidores virtuales tienen mayor peso para las marcas que se fijan en ellos, y si el público objetivo es el correcto, existe un algoritmo importante del cual solo los grandes consumidores de YouTube conocen muy bien.

Es importante destacar que, para reconocer a personas solo porque tienen un número de seguidores grandes, hay que poner atención a que esos números sean orgánicos que quiere decir con esto, si un usuario de cualquier red social tiene un número de seguidores el resultado debe ser orgánico o equivalente en sus publicaciones (no fake), puesto que a la hora de hacer negocios existen tantos fraudes que ni el mundo digital se salva.

El poder adquisitivo también juega un papel importante, ya que a muchos de los creadores les transformo la vida esta plataforma y el modelo de trabajo cambió para muchos, aunque la mayoría de la gente solo vea un simple video, para cada uno debe ser un plan de producción y para otros solo es poner la cámara, grabar, editar y subirlo.

Algunos de estos youtubers nunca se llegaron a imaginar el alcance que llegarían a tener, que solo por mencionar a algunos como lo son Yuya o Weverertumorro, su nombre el día de hoy es su marca, además, que la mercancía oficial que ofrecen a sus seguidores es parte de este engagement digital.

Estamos en una época que los nuevos influencers (son capaces de influenciar a una masa de gente para que compre o haga alguna cosa a favor de un interés) ya no son tanto los famosos y *celebrities* que salen en las pantallas de nuestro televisor; en esta época nos alejamos



más de la televisión tradicional, estamos más cerca y vemos más lo que pasa a través de las redes sociales. Ahora los que más influyen son: twitteros, instagramers, facebookeros, blogueros..., y una de las que está destacando más y subiendo al puesto principal y a sus creadores de contenido es YouTube y sus Youtubers. Baeza, A. (2015). YouTubers and “YouWriters”: los nuevos gurús – BiblogTecarios.<sup>BB</sup>

Esto apoya a que el marketing digital tome fuerza, haciendo un énfasis importante dentro del mundo de la mercadotecnia, siendo el blanco perfecto para grandes empresas, industrias y muchas marcas comerciales, ya que hay miles de personas que comprarían desde una revista hasta el último accesorio de moda del momento.

Básicamente los youtubers se convierten hoy en día en nuevos modelos a seguir, esto gracias a la influencia que existe en ellos y la gran conexión con su público, estos personajes son importantes para la era digital en la Ciudad de México, sin embargo, existen muchos en Latinoamérica de los cuales destacan los siguientes:



**HolaSoyGerman**

**Nombre: Germán Alejandro Garmendia Aranís**

País de Origen: Chile

Tipo de Canal en YouTube: Gameplays, Blogs

Posee casi treinta millones de suscriptores y es la superestrella de los youtubers más importantes. Su éxito llega a cualquier lugar hispanoparlante y a donde va lo tratan como a un rockstar. Su otro canal se llama JuegaGerman y tiene más de 15 millones de fans. Sí, todo lo que este joven chileno



toca se transforma en oro. De hecho, se transformó en el primer YouTuber en recibir dos Botones de Play de Diamante por superar los 10 millones en dos canales distintos



# Yuya

**Nombre: Mariand Castrejon Castañeda**

País de Origen: México

Tipo de Canal en YouTube: Belleza

Con sus tutoriales de maquillaje y peinados se ha transformado en la referente para sus fans a la hora de armar un look. Posee 16.387.602 (sí, 16 millones) de suscriptores y cada uno de sus videos no suele bajar del millón y medio de reproducciones. Algunos medios calculan que genera ganancias de más de 1 millón de dólares al año.

**Nombre: Gabriel Montiel**

País de Origen: México

Tipo de Canal en YouTube: Comedia

Cuando comenzó en YouTube en el 2007, nunca se imaginó que iba a obtener 15, 664,181 suscriptores. La idea de sus videos es desarrollar contenido humorístico sobre situaciones que surgen en la vida diaria. Temas como los noviazgos, amigos, aficiones, entre otras, son las más divertidas. A lo largo del tiempo que se ha encontrado incursionando en YouTube, ha tenido la oportunidad de entrevistar a talentos internacionales.



# Werevertumorro

**Nombre: Ruben Doblas Gundersen**

País de Origen: España

Tipo de Canal en YouTube: Gameplays

El Rubius cuenta con dos canales, elrubius y el RubiusOMG, este último el único que utiliza actualmente. El primero de ellos fue creado, según el propio canal, el 3 de abril de 2006 y fue sustituido por el actual, creado el 19 de diciembre de 2011, ya que debido a una denuncia de contenidos por infringir normas de la comunidad de YouTube, no se le permitía ser partner y obtener ingresos por subir contenido.



**ElRubiusOMG**

**Nombre: EnchufeTv**

Dirección: Jorge Ulloa, Christian Moya, Orlando Herrera, Leonardo Robalino, Martin Dominguez.

País de Origen: Ecuador

Tipo de Canal en YouTube: Comedia



**EnchufeTV**

Con 10,108,035 suscriptores, “Enchufe TV” ocupa el puesto número 4. Los creativos de este canal son: Nataly Valencia, Orlando Herrera y Jorge Ulloa, quienes buscan crear un contenido original y humorístico, sin necesidad de caer en el machismo, racismo u otros perjuicios. La creación y producción del contenido lo realiza la productora audiovisual Touché Films. “Enchufe TV” nació en el 2011.

**Nombre: Ángel David Revilla**

País de Origen: Venezuela

Tipo de Canal en YouTube:  
Literatura de Terror

Ángel David Revilla es un venezolano que decidió abrir su canal de YouTube en el 2006 bajo el nombre de "DrossRotzank". Su objetivo dentro de esta plataforma es difundir videos del agrado del usuario con temas de terror, misterios y curiosidades de la vida cotidiana.



# DrossRotzank

**Nombre: Patricia Caeli Santaolalla López**

País de Origen: México

Tipo de Canal en YouTube: Tutoriales  
y Comedia.

Una opción de diversión dentro de YouTube para las mujeres es el canal de Caeli Santa Olalla, es decir, "CaELiKe". Su primer video fue subido en el 2010, con la esperanza de que sus padres no lo vieran. Ahora, ellos están orgullosos de que su hija tenga éxito en esta plataforma y que hoy día

cuenta con 13, 146,511 con suscriptores alrededor de toda Latinoamérica.



# CaELiKe

Aproximadamente al mes llega a tener más de 326 millones de visualizaciones sumando todos sus videos y generando alrededor de \$5000 USD mensuales en ganancias.



# Vetealaversh

**Nombre: Roberto "Darkar"**

**Alatriz**

País de Origen: México

Tipo de Canal en YouTube:  
Animación y Comedia.

A diferencia de la mayoría de youtubers populares latinos, en el caso de "Vete a la Versh" no es posible ver a una persona realizando algún tipo de monólogo o hablando de algún tema en particular. Lo que sí se puede observar son divertidas

animaciones que harán reír a cualquier persona. "Vete a la Versh" cuenta, en la actualidad, con aproximadamente 8, 625,349 suscriptores en la región latina.

Sus videos creados desde el 2009 le generan a su dueño una suma de 6000 dólares mensuales. Monto que para el puesto número 7 no se ve tan mal. Velázquez, K. (2018). Top 15: Los youtubers más famosos de México. <sup>CC</sup>



## 2.2 Políticas y seguridad

YouTube es una plataforma muy libre de expresión sin embargo también existen a continuación algunas políticas y lineamientos que se deben seguir.

Cuando usas YouTube, te unes a una comunidad de personas de todo el mundo. Cada característica nueva y genial de la comunidad en YouTube implica un cierto nivel de confianza. Millones de usuarios respetan esa confianza y nosotros también confiamos en que te comportarás con responsabilidad. Seguir los lineamientos de más abajo permite que YouTube siga siendo un lugar entretenido y gratificante para todos.

Es posible que no te guste todo lo que ves en YouTube. Si encuentras algo que te resulta inapropiado, envía tu denuncia mediante la [función para marcar](#) para que el equipo de YouTube lo revise. El contenido marcado se revisa minuciosamente durante las 24 horas del día, a fin de determinar si infringe nuestros lineamientos de la comunidad.



### Imágenes de desnudos o contenido sexual

YouTube no admite pornografía ni contenido sexual explícito. Si tu video incluye este tipo de contenido, aunque la persona que aparece en el video seas tú, no lo publiques en YouTube. Además, ten en cuenta que trabajamos estrechamente con las autoridades y denunciaremos la explotación de menores.

[Más información](#)



### Contenido perjudicial o peligroso

No publiques videos que inciten a otros, especialmente a los niños, a realizar acciones en las que pudieran resultar gravemente heridos. Es posible que los videos que muestren acciones peligrosas o dañinas estén sujetos a restricciones de edad o se los elimine de la plataforma, según la gravedad del caso. [Más información](#)



### Contenido de incitación al odio

Nuestros productos son plataformas para la libertad de expresión, pero no apoyamos el contenido que promueva o consienta la violencia contra personas o grupos por motivos de raza, origen étnico, religión, discapacidad, género, edad, nacionalidad, condición de excombatiente de guerra, orientación sexual o identidad de género, ni cuyo fin principal sea incitar al odio por alguna de estas características. Existen algunas áreas grises, pero si el objetivo principal es atacar a un grupo protegido, el contenido no es aceptable.



### Contenido violento o explícito

No se permite publicar contenido violento o morboso cuyo propósito principal sea causar un efecto chocante, sensacionalista o injustificado. Si publicas contenido gráfico en un contexto informativo o documental, no olvides brindar suficiente información para que los espectadores comprendan la situación del video. No motives a otras personas a cometer actos concretos violentos.

[Más información](#)



### Acoso y hostigamiento virtual (bullying)

No es aceptable publicar comentarios ni videos abusivos en YouTube. Si el acoso traspasa los límites y se convierte en un ataque malintencionado, se denunciará y se eliminarán los comentarios o videos. En otros casos, es posible que los usuarios simplemente sean molestos o mezquinos, y es mejor ignorarlos. [Más información](#)



### Spam, metadatos engañosos y trampas

A nadie le gusta el spam. No crees descripciones, etiquetas, miniaturas ni títulos engañosos con la intención de aumentar la cantidad de vistas. No es aceptable que publiques enormes cantidades de contenido repetitivo, sin valor o sin público específico. Esto también se aplica a los comentarios y los mensajes privados. [Más información](#)



### Amenazas

Somos muy estrictos en cuanto al comportamiento agresivo, las amenazas, el hostigamiento, el acoso, la invasión de la privacidad, la revelación de información personal de terceros y la incitación a que otros cometan actos violentos o infrinjan las Condiciones de uso. Se bloqueará la cuenta de cualquier persona que cometa estos actos y no podrá usar YouTube. [Más información](#)



### Derechos de autor

Respetar los derechos de autor. Sube solo contenido creado por ti o que estés autorizado a usar. Esto significa que no debes subir videos que no hayas creado, ni usar contenido en tus videos cuyos derechos de autor pertenezcan a otra persona (como pistas de música o fragmentos de programas protegidos por derechos de autor), tampoco puedes usar videos creados por otros usuarios sin las autorizaciones necesarias. Visita nuestro Centro de derechos de autor para obtener más información. [Más información](#)



### Privacidad

Si alguien publicó tu información personal o subió un video en el que apareces sin tu consentimiento, puedes solicitar que se quite el contenido de conformidad con nuestros lineamientos de privacidad. [Más información](#)



### Robo de identidad

Es posible que se quiten las cuentas que pretendan hacerse pasar por otro canal o persona, de conformidad con nuestra política de robo de identidad. [Más información](#)



### Menores en riesgo

Obtén información para saber qué hacer si encuentras contenido inapropiado. Además, ten en cuenta que colaboramos estrechamente con las autoridades y denunciaremos la explotación de menores. [Más información](#)



### Políticas adicionales

Políticas adicionales acerca de una variedad de temas [Más información](#)

Vozmediano, M. M., Jiménez, A. G., & Sendra, J. M. (2018). Los videos de los adolescentes en YouTube: Características y vulnerabilidades digitales. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación

## Capítulo 3. Influencers

Con el paso de los años es evidente que la tecnología y la información ha evolucionado de forma muy rápida, es notable este cambio dentro del lenguaje que se usa en esta década, actualmente existen personas que estén familiarizadas con ciertas palabras como “like”, “email”, “inbox” etc., pero otra parte de la sociedad aún desconoce estas palabras

Por el contrario, el desarrollo de aplicaciones día con día han logrado que nuevos conceptos sean integrados al lenguaje coloquial de la sociedad alrededor del mundo, un ejemplo puede ser, que en zonas geográficas con acceso a internet alrededor del mundo saben o conocen que es Facebook.

Sin embargo, YouTube la red social de videos que no se queda atrás, ya que la plataforma vive de sus creadores de contenido, mismos que generan una opinión publica importante para la sociedad mexicana que dedica su tiempo libre a explorar un sinfín de Youtubers.

La parte interesante de esta plataforma es la entre usuario y el creador, pues generando comentarios, suscripciones like o dislike logran una experiencia totalmente digital, que lo único que se necesita para obtener estos beneficios, es crear una cuenta que es totalmente gratis.

Es evidente que el amor incondicional entre la marca y el cliente hoy en día se conoce como engagement, por lo que los youtubers pueden darle al consumidor desde una bebida refrescante, libros, música, convivencias masivas, hasta su propia línea de maquillaje, ropa, fragancias, etc. Entonces, inmediatamente se puede notar la influencia en el mercado mexicano que son consumidores de YouTube.

Por estas razones no solo son youtubers, sino también grandes personalidades dentro del Internet quienes están listos para vender cualquier producto, promocionar una película o quizá mercancía propia, por otra parte, también la influencia juega un papel importante para el marketing digital dentro de redes sociales.

Asimismo, la publicidad ha evolucionado y ha crecido de una forma tan impresionante, que los personajes “virales” pasan de ser comunes y corrientes a ser celebridades con más de cinco minutos de fama, quienes pueden ser capaces de vender, que es más importante ¿ser exitoso o ser popular?

Los anuncios que miramos en google no son ninguna casualidad y tienen una característica particular, nuestras búsquedas en la red por medio del motor de Google y la información que brindamos a la cuenta, estos son primordiales para que todas las campañas en curso lleguen a su público objetivo, de esa manera funciona Google Adwords.

Indiscutiblemente en los medios tradicionales, han relacionado la gran influencia que tienen no solo dentro de la plataforma de YouTube, sino de varias de sus redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, entre otras, dejando de llamarlos Youtubers a Influencers.

El error más común es confundir bloggers con influencers. Y es que no todos los influencers son bloggers ni todos los bloggers son influencers  
Staff, F. (2014). Influencers: el poder de la recomendación en Internet • Forbes México. <sup>DD</sup>

Un influencer es aquella persona que genera información basada en su opinión sobre productos, servicios, tendencias y/o temas de actualidad, contando con un gran poder de recomendación, veracidad e influencia.





Cuentan con una comunidad propia de lectores generada en torno de su persona, compuesta de un elevado número de seguidores, suscriptores o fans que tienen al influencer en su Top of Mind sobre la materia. Staff, F. (2014). Influencers: el poder de la recomendación en Internet • Forbes México<sup>EE</sup>

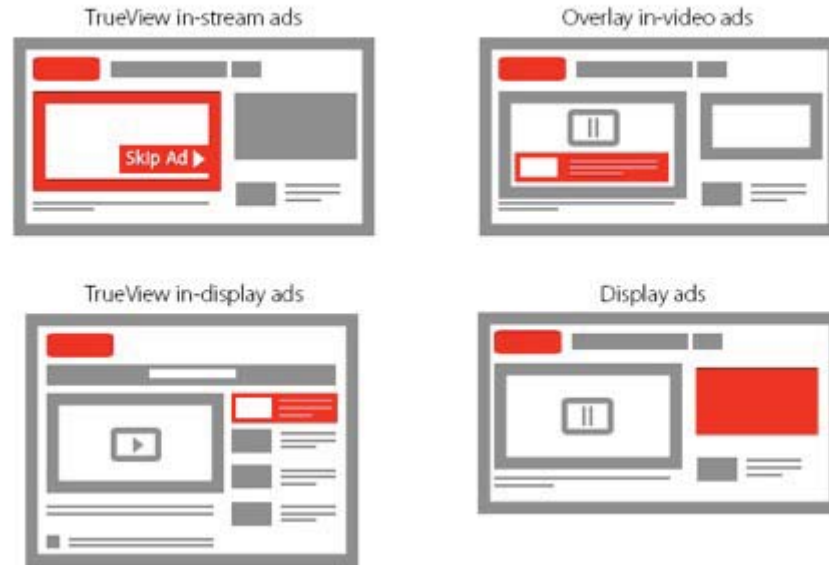
Podríamos destacar que los Youtubers, no solo son Youtubers, sino también Influencers y que, dependiendo del número de seguidores tienen una carga de responsabilidad muy importante, de ellos dependen muchos de los comportamientos que los consumidores en esta red adoptan.

Podría ser que esta influencia sea tan grande que brinde cosas interesantes al usuario, no solo sus productos, ya que también puede transmitir la forma de pensar que se tenía sobre algún lugar o ideología política, esto es a través de la experiencia del influencer para que pueda vender ideas o mentiras muy bien maquilladas.

Los influencers y las redes sociales han generado un trabajo totalmente nuevo al que quizá nunca se creía posible pues en YouTube, ya que actualmente se puede ganar dinero por medio de publicidad en los videos, en la siguiente tabla se muestran los diferentes modelos anuncios que hay en la plataforma.



## YouTube Ad Types



Encontrar el hilo negro para generar influencia entre las marcas y el público objetivo, sería muy complicado si todos los youtubers hablaran solo de un mismo tema, sin embargo, existen muchos tipos de youtubers y esto no sería complicado para una campaña publicitaria o una mención de algún producto, evento o idea.

El grado de influencia puede llegar a ser totalmente diferente para cualquiera que conozca a los youtubers, este podría pasar desapercibido para el público adulto, pero para el público joven e infantil que hoy está inmersa en el mundo digital no lo sería, lo que podría pensarse que la televisión encontró a su más grande competencia en el mundo de la publicidad, y esta se ve reflejada en la televisión mexicana.

La industria de la televisión se ha visto en muchas ocasiones necesitar de estos personajes para que el reality, programa o incluso serie televisada, interese al público joven y logre dejar un rato el móvil y voltear a la televisión. La caída de Televisa parece ir de la mano con la propia caída de la popularidad de Enrique Peña Nieto, el político por el que apostó para tener mayor influencia y control, y con una severa crisis de ingresos, de rating y de modelo empresarial. Jenaro

Villamil, Crisis en Televisa provoca salida de programas y recorte de personal, Proceso.<sup>FF</sup>

De la misma manera la cultura digital va reconociendo no solo a estos Youtubers, sino a todas sus redes sociales a las que a menudo debe tener activas, esto es con el fin para que el número de seguidores que tiene, su información y todo lo que este personaje hace, se haga público.

Un influencer tiene gran impacto al espectador, ya que la convivencia es casi las veinticuatro horas del día por medio de sus otras redes sociales, esto es evidente por la constancia en sus canales, y sin duda alguna el éxito se va a ver reflejado en el número de vistas que se obtengan.



## 3.1 Influencia


Según la Real Academia Española; la influencia en una persona con poder o autoridad con cuya intervención, se puede obtener una ventaja a favor o beneficio de hacer el ejercicio de influencia.

A lo largo de los años se han descubierto personajes interesantes en la influencia de cualquier tipo, ya sea política, religiosa, artística, musical entre otras, los cuales comienzan a notarse cuando generan opiniones públicas de otras personas, mismas que además de mostrarnos la ideología, también muestra el contexto con el que se vivía en cualquier época, logrando encontrar una clave para la propaganda.

La influencia va de la mano con la propaganda, ahora volvamos a mi época favorita de la historia, la segunda guerra mundial donde gracias es la propaganda política la influencia de un personaje llamado Adolf Hitler con ideas Nazi, logró implantar una ideología política que fue de gran influencia dentro de la sociedad alemana.

"La propaganda intenta forzar una doctrina sobre la gente, La propaganda opera sobre el público general desde el punto de vista de una idea y los prepara para la victoria de esta idea." Adolf Hitler escribió estas palabras en su libro Mein Kampf (1926), en el cual por primera vez aboga por el uso de la propaganda para difundir los ideales del nacional-socialismo, entre ellos racismo, antisemitismo, y anti-bolshevism. Ushmm.org. (2016). La propaganda de los nazis. <sup>GG</sup>

Estudiando la influencia del pueblo judío a través de largos períodos de la historia humana, surgió en mi mente la inquietante duda de que quizás el destino, por causas insondables, le reservaba a este pequeño pueblo el triunfo final. Hitler, A., Watt, D. and Manheim, R. (1969). Mein Kampf. London: Hutchinson. <sup>HH</sup>




En consecuencia, Adolf Hitler junto con miles de simpatizantes alemanes fue sin duda una persona con liderazgo de inmensa magnitud, que en 1934 lo llevo al poder de Alemania con el partido nazi sin olvidar la famosa esvástica, símbolo del totalitarismo y precursor de la segunda guerra mundial, siendo un tema del cual no puedo evitar hablar, ya que para mí es uno de los líderes con mas influencia de la historia.

La historia padeció de este personaje que si el día de hoy viviera, seria influenciar en las redes sociales, además, sería interesante pensar la segmentación de público que existiría a la hora de alguna campaña política que se quisiera lanzar en Facebook con Facebook o Google Adwords. Pero, por el contrario, la influencia representaría un poder para la sociedad, y ahora juega un papel con mucha más responsabilidad. Sin embargo, no todo es maldad, obscuridad y guerra, pues la influencia existe como tal y se representa en diferentes maneras, y en otros contextos de la historia, pero me parece muy fascinante hacer estas comparaciones personales.

Controlar las percepciones e incluso llegar a cambiarlas, son el primer enfrentamiento que tienen los seres humanos, en algunos casos la forma de vestir, de hablar, de comportarse e incluso hasta el color de cabello, no obstante, esto sucede con el segundo contacto social que es la escuela, sin el olvidar el primero, nuestra vida la familia.

¿Malas influencias o buenas influencias? Es tan subjetivo, que puede convencer al observador para que algo sea bien o mal visto, o inclusive hasta llegar a influenciar en el consumo de estupefacientes, algún vocabulario o series de comportamientos, que evidencian la influencia de algo o alguien, de tal grado que a veces daría la vida por él, ellas, ellos o el.



Indiscutiblemente una gran arma que existe en el marketing, es un influencer que va a dar a conocer tu negocio o marca a un nivel diferente, y en consecuencia es algo totalmente nuevo para las estrategias publicitarias, ya que los Influencers tienen mucho mayor público y mayor credibilidad para cerrar una venta.

Finalmente, la reciprocidad va a existir dentro de la misma influencia, ya que a veces el comportamiento de los que nos rodean, como se mencionó al principio de esta tesis, los vínculos que tenemos en primera instancia, por ejemplo, saludar y dar los buenos días, no es algo que se haga en todos los países, pero si existe como tal ese comportamiento, por lo tanto, la influencia de los otros nos harán repetir este comportamiento a un grado de hacerlo parte de la cultura y la identidad.

La opinión de los demás también es importante para crear estrategias dentro del marketing cuando se trabaja con Influencers, ya que se descubre que es lo piensan los usuarios acerca si algo es correcto o no, por lo tanto, la opinión es de valor y tiene una gran carga de responsabilidad.

La reciprocidad es la propina que se deja en cualquier restaurante, se ha convertido en una gran convención social que ya forma parte de la vida cotidiana, con tan solo tener comunicación dando piropos o hacer alago a las personas que se atienden en un restaurante, puede depender mucho el porcentaje de las propinas.

Es muy importante lo que otros opinan para que las decisiones existan en el ser humano, la simpatía existe dentro del atractivo físico, algunas personas pueden lograr ser líderes e incluso elogiados por las personas, solo por tener un simple atractivo físico, y más aún, si se le agregan cualidades como talento, amabilidad e inteligencia.

Así, por ejemplo, en un estudio de las elecciones federales canadienses de 1974 se observó que los candidatos atractivos habían recibido dos veces y media más votos que los poco atractivos (Efran y



Patterson, 1976). A pesar de esta prueba de favoritismo hacia los políticos guapos, se comprobó que los votantes no eran conscientes de su sesgo. El 73 por 100 de los canadienses encuestados negaron con la máxima energía que en su voto hubiese influido el aspecto físico; sólo el 14 por 100 admitió la posibilidad de tal influencia (Efran y Patterson, 1976). Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.185 <sup>II</sup>

El atractivo físico ocupa mayor importancia para estos líderes de opinión pública y es evidenciado en la cita anterior, en conducencia, se podría destacar que este factor cumple con las expectativas iniciales para la influencia.

Considerando lo anterior, si el atractivo físico no es el esperado, la semejanza es la gran alternativa, lograr que te identifiques con el público objetivo va a tener un vínculo de confianza, y por medio de los elogios se concentrara una mayor amabilidad haciendo un balance con el atractivo físico.

Aparentemente, cuando nos enteramos de comentarios hechos sobre nosotros, sentimos mucha más simpatía hacia quienes nos permiten saborear al final de las mieles del halago. Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.193. <sup>JJ</sup>

La autoridad es otro elemento importante, su función es solo seguir las órdenes y obedecerlas, esto es evidencia el totalitarismo que existió en Alemania-Nazi con la fuerza militar seguir solo ordenes de una autoridad, es muy parecido a una visita con el médico, entre más diplomas y títulos tenga la autoridad, será mucho más fuerte para las prescripciones médicas que tenga que seguir un paciente.

Conseguir un título exige normalmente años de trabajo y dedicación, pero también es posible que alguien, sin ningún esfuerzo, lo adopte como una mera etiqueta para recibir una forma de deferencia automática. Como hemos visto, los actores que aparecen en anuncios



de televisión y los estafadores lo hacen constantemente y con mucho éxito. Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.242.<sup>KK</sup>

En mis clases de teatro he aprendido que al final si eres lo que vistes, un policía genera autoridad con el uniforme, en tanto, en esta era del consumismo la sociedad cada vez quiere verse mejor, pues vestir no solo es parte de nuestra vida como diría el comercial de Liverpool, ya que brinda estatus y nos vende.

Finalmente, la escasez va generar un impacto en la demanda, si un influencer exitoso sube por lo menos un video a la semana, la escasez de la semana que transcurre se va a convertir en demanda dependiendo el éxito obtenido, como los productos y las últimas oportunidades que tenemos para aprovechar descuentos, muchas ofertas que al final nos llevan a consumir aún cuando no lo necesitemos, como son los últimos debemos aprovechar comprarlos ya que estas oportunidades son únicas.

Tal vez la utilización más clara del principio de escasez sea la que se produce en la táctica de la «serie limitada», que consiste en informar a los clientes de que hay escasez de determinado producto y no se puede garantizar un suministro prolongado. Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.262.<sup>LL</sup>

Entre menos es mucho mejor, porque la demanda conoce que algunos artículos, piezas, obras de arte que solo una vez existieron eso las hace únicas con un valor incalculable, es por ello que el éxito para vender algún producto que es escaso es aún más probable que se venda más rápido, a este principio de lo conoce como exclusividad y es totalmente evidente al elitismo.

El poder la influencia es impresionante, en todas partes miramos publicidad obligatoria si aún no disponemos de una cuenta pagando un servicio de YouTube





Red, esperamos los tres segundos para saltar el anuncio y seguir mirando videos en la plataforma.

Los Influencers mexicanos a los que me he enfocado en esta investigación, tienen muchas de estas características: se han ganado la atención de miles de espectadores en sus canales de internet que, y esto obviamente los convierte en una voz, entre más transparencia exista entre el personaje de internet con el espectador, mejor resultados en ventas se verá reflejado tal es el caso de Yuya.

La conexión que tenemos los Youtubers con la gente es increíble, porque somos como amigos, nos sentimos cerca.

La credibilidad es el punto por eso la gente cree en nosotros, en lo que decimos. YouTube. (2018). Brandcast 2017 Yuya. <sup>MM</sup>

Por último, la revista *Time* publicó a las 100 personas más influyentes en el mundo, es considerable notar que uno de los personajes más importantes es el Rapero “Kanye West” donde expresa su opinión y la influencia existente en la industria musical, en donde intenta dejar en el corazón de cada ser humano en este planeta, que “Yeezus” es la respuesta.



La lista anual de TIME de las personas más influyentes del mundo, es una designación de individuos cuyo tiempo, en nuestra opinión, es ahora, no es una medida de poder, aunque muchos en la lista lo ejercen. Tampoco es una colección de hitos acumulados. A medida que nuestro personal considera a los candidatos, a menudo nos sorprenden aquellos con impresionantes logros de por vida. TIME.com. (2018). These Are The 100 Most Influential People In The World. <sup>NN</sup>

## 3.2 Marketing Digital

El propósito de que la comunicación sea lo más transparente posible, hacen que al consumidor sea un candidato a comprar lo que se recomienda, como en un programa de televisión, infomercial o comercial haciéndole creer al espectador que puede tener una vida como ella o el.

Vivimos en una sociedad donde tratamos de evadir momentos incómodos, difíciles a toda costa. Estamos en una sociedad que continuamente nos vende ideas, ideas que son mentiras bien maquilladas (ejemplo: Sin ejercicio, ni dieta, pierda 15 kilos en dos días; aprende un idioma en tan solo dos semanas, los casos más recientes de mentiras bien maquilladas son las fotografías que subimos a las redes sociales, imágenes perfectas e irreales de quienes somos. Imágenes que ahogan cuando queremos mantener ese estado. YouTube. (2018). Dulces Son Los Frutos de la Adversidad, Karla Souza.<sup>00</sup>

Teniendo en cuenta que la comunicación de masas tiene un gran potencial de influencia y un efecto en infinito de los grandes problemas que han existido durante las últimas dos guerras mundiales, la mayoría de las veces la tecnología relacionada con el lenguaje ha cambiado el mundo de la civilización, aprovechando nuevos recursos, accesos y libertades.

De tal manera, que la sociedad puede hacer muestras publicas a través de una publicación o post, esto quiere decir que la civilización ha generado una nueva historia en la tecnología, pero a su vez, también podría estar estancándose para después mirar hacia una nueva civilización como en la película de Wall-e de Disney.

¿Qué tan bien conocemos a las redes sociales? o ¿Las redes sociales que tan bien nos conocen a nosotros? Por ejemplo: dentro de un supermercado, se conoce desde el número de personas, sexo, edades, preferencias sexuales, etnicidad que

lo visitan, ellos generan un cambio cada vez que van a elegir sus compras, esto es observado y de ahí se generan anotaciones de cada movimiento que hacemos.

Dentro de estos registros, cada día se da a conocer que el cliente es feliz por la personalización de algún producto, por consiguiente, el marketing digital se encargará de posicionar una marca para que a los clientes les atraiga y consuman su producto, finalmente creándoles una nueva necesidad y reputación a la marca.

El supermercado es un ejemplo real que día con día se va revolucionando conociendo más a su cliente, teniendo en cuenta que las redes sociales las que nos observan con fines de consumir, en este sentido es imposible imaginar un supermercado digital general como al que solemos ir a hacer la compra, lo que haría posible generar esta publicidad en la era de internet.

La doctora Cristina del Pino en su libro titulado Nueva era en la comunicación comercial audiovisual: el marketing viral, define este concepto como un conjunto de técnicas que intentan explotar redes sociales preexistentes para producir incrementos exponenciales de conocimiento de marca.

Asimismo, se consiguen sorprendentes efectos sin grandes inversiones ni contrataciones de medios masivos; es una manifestación distinta del genuino "Word of mouth" publicidad de boca en boca, en donde la comunicación verbal se sustituye por otra a través de la red, que hará posible generar cobertura mediática por medio de historias inusuales. Del Pino, C. (2007). Nueva era en la comunicación comercial audiovisual <sup>PP</sup>

Esto apoya a que el nuevo medio canal de comunicación el Internet, es mucho más barato que la televisión e incluso el alcance es a nivel mundial, la información llega



al dominio público al instante, tal como la bolsa de valores en línea, por lo tanto, el acceso a ella genera que la sociedad en particular los jóvenes consuman YouTube.

Las empresas son conocidas no solo por lo que venden, sino también por la reputación social que tienen, si hacen obras de caridad e incluso quienes representan la marca, en tanto a su vez, mejoran el reconocimiento de ella para mantener una posición social muy importante para el mercado.

Con esto se logrará identificar a su público, que lo conoce a través de lo que mira en Facebook, por medio de búsquedas que hace por YouTube o quizá también, mientras busca restaurantes en “Google Maps”, estos son algunos de los nuevos algoritmos que surgen en la red, y los límites de estos no tienen fronteras rompiendo con los monopolios.

Cuando se conoce bien el sabor de un refresco, porque es de color negro, tiene etiqueta color rojo y letras blancas, entonces se genera un producto que se vende en lata color roja, esto es un ejemplo de que esa marca ya la tenemos en nuestra mente, por consiguiente, así logramos reconocer el producto, y con el paso de los años recuerdas aquellos comerciales de osos polares durante la navidad de la misma marca, lo que inmediatamente viene la fidelidad a nuestra mente.

“Es importante aprovechar la posibilidad de escuchar en las redes sociales a quienes producen los contenidos que sus audiencias buscan y que son acordes a sus productos” Kutchera, J., García, H., Fernández, A. and Espíndola, C. (2014). Éxito. 1st ed. México: Grupo Editorial Patria,<sup>QQ</sup>

Sin duda alguna conociendo nuestro público podemos ofrecerle lo que necesita o hacerle creer que lo necesita, con esto la atención de los clientes va a ser estable por meses e incluso años con el fin de hacer crecer las ventas, ahora el poder de



una opinión pública, de un influencer o un canal de comunicación reforzara la publicidad en la mente.

Sin importar fronteras, eso es el internet, donde una persona puede usarlo por lo menos tres veces al día sin límite de encontrar un restaurante en Suiza, conocer la dirección del memorial del once de septiembre en Nueva York, o un poco de la historia del barrio de Salamanca de Madrid o la famosa fuente de Cibeles.

El límite para el marketing digital no tiene frontera, las búsquedas en internet por proveedores como Google ofrecen al usuario una experiencia totalmente diferente a la década de los noventas, brindándole una apertura a la competencia y al mercado de forma mundial.

“Para desarrollar el presupuesto E-X-I-T-O es necesario identificar celebridades, líderes de opinión, blogueros y comunidades con el fin de implementar la propia estrategia de marketing” 1 Kutchera, J., García, H., Fernández, A. and Espíndola, C. (2014). Éxito.<sup>RR</sup>

A propósito de fronteras y límites que el internet tiene con la publicidad digital, es importante mencionar que los recursos y el uso de ellos han evolucionado incluso el mundo laboral, ahora se puede trabajar desde casa, playa o inclusive sin importar el horario a esto se le conoce como home office.

El mundo del marketing, las vidas online los Influencers, tienen una relación que ya no esta tan alejada de ese público objetivo, al que estamos desesperadamente buscando para venderle algún servicio o producto, la confianza que exista entre el espectador y el comunicador, van a lograr que cualquier cosa que este a la venta puedan venderlo de una forma u otra.

En YouTube y los youtubers tenemos mucho que aportar para las marcas, todas esas personas nos escuchan y a la hora de comprar un



producto somos importantes para la decisión que ellos están tomando, el día que trabaje con una marca va a ser porque esa marca y yo tenemos algo en común. YouTube. (2018). Brandcast 2017 Yuya <sup>SS</sup>



Hernández, J. (2018). Mujeres Poderosas Forbes 2017. Mónica Flores y Yuya • Forbes México. <sup>TT</sup>

## 4. Los Millenials y la década de los años 90's, Resultados del trabajo de campo: Análisis de Matriz Categorical

La era digital ofrece muchas formas de comunicación, entretenimiento y cultura, sin embargo, la generación millennial (quienes se hicieron adultos con el cambio de milenio) según la Revista Forbes <sup>UU</sup> está segmentada entre jóvenes de 20 y 35 años de edad, por lo tanto, tienen la capacidad de entender muchos de los conceptos abordados en esta investigación. Según el reporte de Tendencias Digitales Conecta tu marca los Millenials, actualmente en Latinoamérica conforman un 30 % de la población. Y según una proyección de la consultora Deloitte, en 2025, representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo.

“Los Millennials” son, por tanto, la futura generación de consumidores y usuarios, un mercado sustancial con nuevas características, necesidades y demandas que conviene conocer por las repercusiones y transformaciones que exigirá a las empresas. <sup>1</sup> Takahashi, H. (2017). 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores. <sup>VV</sup>

Por consiguiente, este nuevo público y esta nueva era de los teléfonos inteligentes, hace referencia a un número considerado importante en el mundo, tanto con intereses públicos como privados. Las redes sociales a su vez han generado nuevas modalidades de vida para el ser humano, desde personas que son capaces de recomendar alguna marca o producto en un estado de Facebook, la persona que puede ir conduciendo su auto mirando videos graciosos de gatos en YouTube, hasta alguien que saque a pasear a tu perro o te lleve de comer a tu casa, esto tan solo un touch en tu blackmirror.

Considerando lo anterior, con el fin entender más a detalle a los influencers que aceptaron ser entrevistados para este trabajo de tesis, se realizará un análisis



mediante una matriz categorial, la cual nos indica los términos que conocen los influencers por medio de las entrevistas a profundidad. Los resultados se muestran a continuación:

<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>David Alegre</b>	<b>Luis Rivas</b>	<b>Maurg1</b>	<b>Mujer Luna Bella</b>
<b>Redes Sociales</b>	-Vínculos con el entorno vital	✓	✓	✓	✓
	-Misión y enfoque	✓	✓	✓	
	- Sociedad	✓	✓	✓	✓
	-Ideológico con Interconexiones	✓	✓		
	-Posibilidades del desarrollo humano.	✓		✓	✓
<b>Redes Sociales Digitales</b>	-Inicios	✓	✓	✓	✓
	-Redes Sociales	✓	✓	✓	✓
	-Posibilidades dentro del sistema de comunicación	✓			
	-Fenómenos digitales dentro de la web			✓	✓
	-Mundo Viral	✓	✓	✓	✓
	-Medios de Comunicación	✓	✓	✓	✓
	-Sitio web	✓	✓	✓	✓
	-Campaña de publicidad	✓	✓	✓	✓
	-Internet	✓	✓	✓	✓
	-Video	✓	✓	✓	✓
	-Computadora	✓	✓	✓	✓
	-Cámara	✓	✓	✓	✓
	-Yourself	✓	✓	✓	✓
<b>YouTube</b>	-Sitio web	✓	✓	✓	✓
	-Youtubers	✓	✓	✓	✓
	-Libertad de Expresión	✓	✓	✓	✓



	-Creación de contenidos audiovisuales	✓	✓	✓	✓
	-Producción				
	-Aplicaciones	✓	✓	✓	✓
	-Cultura Popular	✓	✓	✓	✓
	-Desarrollo de Marca	✓			
	-Poder	✓	✓	✓	✓
	-Target	✓			
	-Views	✓	✓	✓	✓
<b>Youtubers</b>	-Propaganda	✓	✓	✓	✓
	-Racismo				✓
	-Liderazgo	✓	✓	✓	✓
	-Antisemitismo				✓
	-Magnitud	✓	✓	✓	✓
	-Percepciones	✓	✓	✓	✓
	-Comportamientos	✓	✓	✓	✓
	-Simpatía	✓	✓	✓	✓
	-Atractivo Físico	✓	✓	✓	✓
	-Liderazgo	✓	✓	✓	✓
	-Impacto	✓	✓	✓	✓
	-Demanda	✓	✓	✓	✓
	-Producto	✓	✓		
	-Recursos	✓			
	-Regulaciones	✓	✓	✓	✓
	-Campañas	✓	✓	✓	✓
	-Canal de Comunicación	✓	✓	✓	✓
	-Medios de Comunicación	✓	✓	✓	✓
	-Ventas	✓	✓	✓	✓
	-Estrategias	✓	✓	✓	✓
	-Tendencias Digitales	✓	✓	✓	✓
	-Millenials	✓	✓	✓	✓
	-Hashtag	✓	✓	✓	✓



-Tweets	✓	✓	✓	✓
-Generaciones digitales	✓		✓	✓
-Limites	✓	✓	✓	✓
-Fenómenos	✓	✓	✓	✓
-Plataformas digitales	✓	✓	✓	✓
-Privacidad	✓	✓	✓	✓
-CD-Room	✓			✓
-Era Digital	✓	✓	✓	✓
-Millenials	✓	✓	✓	✓
-Clickbait			✓	
-Story Telling			✓	✓
-Muertes en redes sociales	✓		✓	✓
-Trollers	✓	✓	✓	✓
-Haters	✓	✓	✓	✓
-Segmentación	✓	✓	✓	✓
-Odio	✓	✓	✓	✓
-Legion Holk			✓	✓
-Crisis digital			✓	✓
-Viralización	✓	✓	✓	✓
-Efectos Virales	✓	✓	✓	✓
-Altruismo	✓	✓		✓
Estilo de Vida	✓	✓	✓	✓
-On Demand	✓	✓	✓	✓
-Televisión	✓	✓	✓	✓
-#YoSoy132				✓
Popular	✓	✓	✓	✓
Marketing Digital	✓	✓	✓	✓
Éxito	✓	✓	✓	✓
Experiencia	✓	✓	✓	✓
Recomendación	✓	✓	✓	✓
Engagement	✓	✓	✓	✓
Ventas	✓	✓	✓	✓
Influencers	✓	✓	✓	✓
Influencia	✓	✓	✓	✓



## 4.1. Contexto Histórico entre Influencers y la década 90s.

Para el planteamiento de esta investigación, es importante hacer un énfasis en desarrollo y conexión de millennial a millennial, con el lenguaje que se expresa a continuación, cómo es posible considerarse o no un millennial.



**Luis Rivas**

**Nombre: Luis Rivas “DJ”**

País de Origen: México Edad: 34 años.

Tipo de Canal en YouTube:  
Entretenimiento

“No me consideraba millennial, hasta hace poco que me enteré de la generación de los 80’s, entonces como soy del año ochenta y tres me toca ser millennial. Y serlo es igual a pertenecer a esta generación que le tocó esta transición del internet y toda esta era digital de los 80s hasta actualmente”. (Luis Rivas Influencer Comunicación personal, 11 de mayo de 2017).

No existe ni mayor ni menos demanda, simplemente la gente nace, vive, muere y las generaciones siguientes harán que los seres humanos descubran, que el ser millennial es cosa ya del pasado, sin embargo, las necesidades se seguirán creando por el resto de la vida humana y los desarrollos de estas redes sociales.

**Nombre: Verónica Meléndez**

**Coronado**

País de Origen: México Edad: 28 años.

Tipo de Canal en YouTube:

Entretenimiento

“¡Me siento millennial por ser la voz de muchos, me siguen muchos jóvenes para ellos soy como la voz, muchos se sienten identificados conmigo, muevo masas en la juventud, me siguen chavitas de quince o trece años, digo WOW! Tengo solo veinticinco años” (Mujer Luna Bella Influencer Comunicación personal, 25 de mayo de 2017).



**Mujer Luna Bella**

Por otra parte, la privacidad también es algo importante para un organismo gubernamental y jurídico, por tanto, durante los próximos años se irán extendiendo nuevas leyes y términos constitucionales jurídicos, que pongan en debate la protección de la información.

Esta misma privacidad juega un papel importante, por ejemplo, a muchas personas se les pasa por desapercibido la información que hay dentro de nuestro perfil nuevo en Facebook, donde esta nuestra dirección, teléfono y ciudad en la que vivimos, es un juego de azar, puesto que puede ser útil para la localización de una persona o un vínculo, pero también, puede servir para robar nuestras fotos e información para que alguien más haga otro perfil en Facebook, por consiguiente, la demanda de perfiles reales contra los fraudes se extiende cada vez más.

Estas redes deben entenderse como un gran fenómeno para la humanidad, grandes acontecimientos han sucedido en las redes sociales que han perjudicado o incluso poniendo en riesgo la vida de muchos de los usuarios.

A propósito de ello el caso “Martí” es importante el año 2008, unos retenes de supuestos agentes federales secuestran a Fernando Martí, hijo del empresario Alejandro Martí, el menor que viajaba en su automóvil BMW camino a la escuela secundaria toda su información personal la publico en su perfil de Facebook, sin conocer a manos de quien llegaría, lo que provoco su muerte Eduardo González (2013). El caso Fernando Martí.<sup>WW</sup>

Estas grandes herramientas dentro de nuestras tabletas o aparatos electrónicos, hacen un llamado a los “targets” de muchas categorías desde contenido infantil, educación sexual, entretenimiento hasta el contenido LGBTIII, ocasionando la nueva necesidad, para ir desarrollando nuevas puertas para estos nuevos vínculos digitales que se han creado.

Desde otro punto de vista, que fenómenos o vicios van a irse desarrollando, aquí juega un papel importante, la generación de contenido web, que va desde escribir para una página web, hasta la realización de un blog para la plataforma de YouTube.

Dentro de las plataformas importantes en redes sociales, también existe un mercado que cubrir y como repito, hay un sin fin de ellos, mientras que con la televisión no se tiene, ya que para la televisión no hay una retroalimentación concisa como lo es un comentario en algún foro de discusión, un ejemplo podría ser en “4CHAN” o un comentario en un video de YouTube, sin censura alguna de comentar.





**Maurg1**

**Nombre: Mauricio Riverol**

País de Origen: México Edad: 27 años.

Tipo de Canal en YouTube:  
Entretenimiento

“Por supuesto que me considero millennial y soy uno de ellos, tengo un trabajo que no existía en el milenio pasado, y gracias a dios y a las personas puedo vivir de esto, además, entre comillas trabajo, porque es algo que me gusta hacer y que disfruto con pasión día a día. Hablar de frente con una cámara y con un micrófono, es algo que nunca se había visto en el milenio

pasado” (Mauricio Riverol Influencer comunicación personal, 6 de junio de 2017).

También, hay que establecer parámetros importantes y no dejar a un lado la competencia que día a día existe, actualmente empresas grandes, nuevas e importantes como lo son Uber y TripAdvisor, son un ejemplo para darnos cuenta de que con la veracidad y la experiencia con la que calificamos a estos servicios, es la que las hacen exitosas.

Pasa lo mismo con la compra y venta de mercado libre, ya que a base de comentarios hacen que tu experiencia este a salvo, segura y confiable con lo que vayas a comprar o vender, entonces con la calificación de usuarios y

retroalimentaciones, podremos tener como resultado una satisfacción para cubrir la necesidad del comprador o vendedor.

Sin embargo, esto no sucede con la televisión, ya que dentro del mapa de la comunicación para la televisión no existe una retroalimentación, misma que sería importante para tener mejoras para los televidentes, es ahí donde la televisión se puede entender como un vínculo analógico, con un papel limitado dentro de la influencia milenial, comparada con la influencia que tenemos nosotros en el mundo del internet.



**David Alegre**

**Nombre: David Alegre**

País de Origen: México Edad: 25 años.

Tipo de Canal en YouTube:  
Salud y Belleza.

A propósito de estas generaciones, hoy en día no tener un reproductor de CD-ROM, ni portar un disco de 3 ½ es estar a la vanguardia de la tecnología, muchas veces la moda juega un papel importante en la misma, sin embargo, existe una nueva generación a la que es mejor conocida como Millennial, y dentro de ella existe una gran participación y un rol notable para

los medios de comunicación.

“Escuchar discos en cd walkman era divertido en los 90s, escuchaba un walkman que le robe a mi papá y antes de dormir lo escuchaba, no podía correr por qué



temblaba el disco” (David Alegre Influencer comunicación personal, 18 de mayo de 2017).

Partiendo de aquí, me remonto a la época donde el walkman de la marca Sony, la transferencia de archivos por medio de infrarrojo, incluso aquel zumbido en live Messenger, marcaron parte de mi entorno con la tecnología y el internet, hoy en día son cosa del pasado, y en la actualidad las “selfies”, los “Hashtags” y los “Likes” forman parte de este código de comunicación que es parte incluso del lenguaje para esta cultura.

Para identificarnos un poco si no se sabe que es un disco de vinil, una máquina de escribir y una carta que se envía por fax entonces podemos aterrizar en la época de los millenials, donde son el 30% en Latinoamérica. Jiménez (2016). Conecta tu marca con los Millennials.  
xx

Es ahora donde la realidad del mundo y las grandes empresas llevan todo a lo digital desde el amor, la fotografía, el video, la manera de conectarte con tus amigos y los productos de se consumen en la web, se puede decir que es digital.

Para complementar lo anterior, en el siguiente cuadro se define claramente dos épocas importantes, la primera donde se muestra la llegada del internet y los teléfonos móviles, y por otra parte la de la web 2.0 y el internet móvil, es evidente que la inmediatez genere un resultado interesante sobre la impaciencia.





<b>INTERNET</b>	Crisis del entorno Globalización	Racionales Tolerantes / Sustentables
<b>TELEFONOS MÓVILES</b>	Información	Transparentes
<b>WEB 2.0</b>	Amplitud Social	Gregarios
<b>INTERNET MÓVIL</b>	Inmediatez	Impacientes

Tampoco hay que olvidar que la cobertura del internet aún es limitada, aunque cada vez se acelera mucho más rápido, haciendo un énfasis principal en zonas rurales y culturas indígenas donde se tienen ciertas costumbres y tradiciones, no en todas las comunidades tienen acceso internet, por lo que, sería interesante conocer que población indígena está interesada en probablemente jugarle en el marketing digital en redes sociales para aumentar las ventas de sus artesanías.

Eso es un gran auge y diario vemos la importancia de la interacción con los influencers, generando la inmediatez para que esta generación consuma hipertextos y wifi, también lo vemos desde el punto de vista de los medios de comunicación como lo es la radio, la televisión y la prensa escrita, puesto que ahora ya juegan un papel importante con estas interacciones con las figuras y personajes del internet.

La globalización, los mercados y el dinero, hoy en día se mueven dentro del internet, inclusive la información llega cada vez más rápida, que incluso puede llegar a distorsionarse dentro de las mismas redes sociales, un ejemplo es la muerte en el internet, esto indica que la vida online también puede llegar a terminarse en cuestión de segundos, esto se da gracias a la viralización de sitios web que no tienen objetividad o son creados con intenciones del “Clickbait”

El "Clickbait" o "cebo de clicks" consiste en mostrar una noticia o titular (a través de una red social, por ejemplo) impactante o ambiguo para ganar la atención del usuario y por ende una nueva visita a un sitio web. Cuando el usuario entra al sitio donde la noticia se desarrolla, lo que encontrará es contenido de mala calidad o incluso falso.

Es conocido que la publicidad que llega a nuestros correos no es suficiente y que en muchos casos va directo a la bandeja de spam; que muchos banners y popups de internet son omitidos por los usuarios. Sabemos que, en estos momentos, una de las mejores plataformas para mostrar productos o construir marcas se encuentra en redes sociales como Facebook, pero captar la atención en redes sigue siendo un reto y más aún, que el internauta click una noticia que lo aleje de las fotos de los amigos tomadas el fin de semana o de algún meme gracioso, por eso muchos sitios web apuestan por el "Clickbait".  
¿Pixel-creativo.blogspot.mx. (2017). ¿Qué es el Clickbait? <sup>YY</sup>

Para confirmar la información anterior a continuación, se presenta un listado que muestra diferentes fenómenos del "fake news" que se generan en el internet en esta era de la inmediatez.

Celebridad	Fenómeno
Lady Gaga Cantante	A través de Facebook, se divulgó que el joven había sido encontrada muerta en una habitación de hotel. Con la leyenda, aparecía un link a un supuesto sitio de la BBC, lo cual le daba sustento a la noticia, dado el prestigio de la organización.



<p>Britney Spears Cantante</p>	<p>El 13 de junio de 2001, Britney Spears y su novio por entonces Justin Timberlake, habían fallecido como consecuencia de un accidente de coche en la ciudad de Los Ángeles. La noticia se publicó casi a la vez en una página web de la NBC y en una radio de Dallas.</p>
<p>Taylor Lautner Actor</p>	<p>El joven actor Taylor Lautner, de la saga 'Crepúsculo', ha permanecido muerto durante unas horas. Su fallecimiento se ha producido en internet, donde un rumor ha acabado con su vida por sobredosis y cuya noticia se ha extendido como un reguero de pólvora incontrolable en foros, webs y redes.</p>
<p>Miley Cyrus Cantante</p>	<p>A la estrella anteriormente conocida como Hanna Montana, y ahora conocida por ser una calientapollas del quince (esas manías que tienen las estrellas Disney de decir "eh, ya he cumplido 18 años, ya no soy una niña... así que, ahora empiezo a zorrear para demostrarlo"), la mataron hace unos tres años. Originales, no recurriendo a la sobredosis, ni al accidente de tráfico, sino a un atropello por parte de un conductor borracho.</p>
<p>Shakira Cantante</p>	<p>Mientras que Shakira estaba de gira por Bogotá se corrió el rumor por las redes</p>

	<p>sociales, internet y algunos medios de comunicación de que la cantante habría fallecido en un accidente automovilístico en Bogotá.</p>
<p>Will Smith Actor</p>	<p>Lo mismo pasó con Will Smith hace tres años (2009) en noviembre. Esta vez no fue por editar su perfil en Wikipedia sino por toda una campaña que recorrió twitter, blogs, páginas web y alguna agencia de noticias despistada. Los rumores se extendieron como la pólvora por todo el mundo.</p>
<p>Justin Timberlake Cantante</p>	<p>El 13 de junio de 2001, Britney Spears y su novio por entonces Justin Timberlake, habían fallecido como consecuencia de un accidente de coche en la ciudad de Los Ángeles. La noticia se publicó casi a la vez en una página web de la NBC y en una radio de Dallas.</p>
<p>Lindsay Lohan Cantante</p>	<p>Otro de los fallecimientos de famosos más sonados fue el de la actriz, modelo y cantante Lindsay Lohan. La polémica estrella perdió la vida por una sobredosis de crack, y la “noticia” fue tendencia mundial en Twitter durante varias horas.</p>

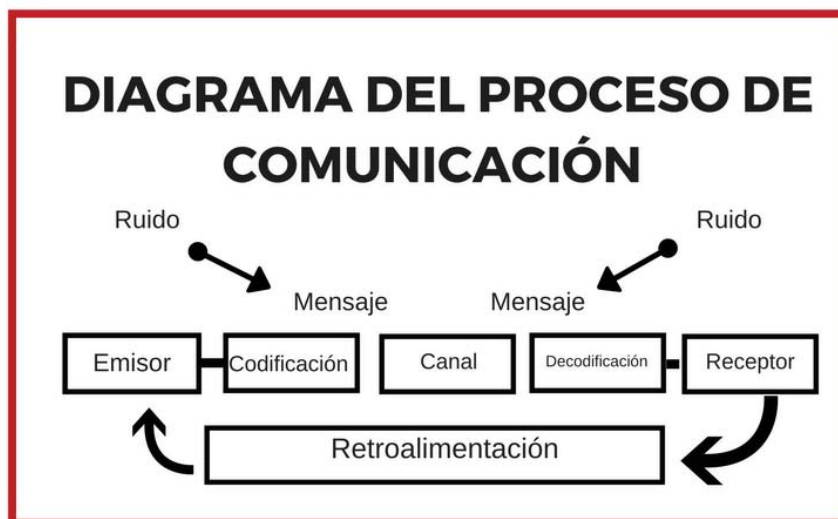


<p>Justin Bieber Cantante</p>	<p>El icono de la música pop actual, Justin Bieber, también fue víctima de esta moda cruel. El joven cantante, que además es uno de los más seguidos y venerados en Twitter, fue protagonista de un trágico asesinato. La estrella, que consiguió su fama a través de las redes sociales, la perdió por el mismo canal. Murió, supuestamente en su limusina, víctima de un disparo por parte de uno de sus ayudantes. La noticia se expandió como la pólvora y Bieber, que se mostró irónico y con sentido del humor, replicó: "¿Estoy muerto? ¿¡Todavía!?".</p>
<p>Paris Hilton Empresaria</p>	<p>Hace varios años más, en el 2007, varios artículos camuflados como reales de fuentes como la CNN o la ABC daban a Paris Hilton por muerta. Coincidiendo que estaba en la cárcel y la dificultad de los periodistas de poder saber la verdad fue un gran hoax que recorrió todo el mundo.</p>

Miroslava Méndez. (2016). Las 30 Falsas Muertes de las Redes Sociales. <sup>ZZ</sup>

Durante este periodo de época "millenial" no solo la vida es la que nos mantiene vivos y con vínculos de comunicación, también la retroalimentación es parte de ello.





Durante esta generación también existe un término que se convirtió en una jerga mundial “los haters, troleros”, también hoy en día sociedades como “legión holk”, por tanto, es interesante conocer qué características tiene un odiador en la era digital.

La palabra odiador, odiante o hater en inglés significa, alguien que aborrece o alguien que odia hace referencia a un término empleado en Internet, para denominar a los usuarios que generalmente desprecian, difaman o critican destructivamente a una persona, a una entidad, a una obra, a un producto o a un concepto en particular, por causas poco racionales o por el mero acto de difamar RAE y ASALE (2014). «odiador». Diccionario de la lengua española (23.<sup>a</sup> edición). Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7. Consultado el 31 de diciembre de 2015.

La “Legión Holk” es una página de Facebook donde cientos de usuarios a través de su perfil fomentan masacres, incitan a los asesinatos donde las personas suelen tomarlo como un reto. Marcela Perales (2018). ¿Qué es Legión Holk?<sup>AAA</sup>

Dentro del mundo del internet y estos términos existe la posibilidad de llegar a grandes extremos físicos, daños a terceros y grandes graves consecuencias de la comunidad millennial, como los hechos ocurridos en el Colegio Americano del noreste de Nuevo León, en el que un estudiante le disparó a su maestra y compañeros, ha trascendido que los usuarios pertenecientes a la cuenta de Facebook “*Hail Legion Holk*”, se han adjudicado la tragedia que ha sacudido al país. Ana Hernández (2018). La “Legión Holk” ¿Detrás del ataque armado en Monterrey? <sup>BBB</sup>

De igual manera, se sabe que la mayor parte del tiempo en la vida millennial es totalmente dependiente de lo online, esto abre un sinfín de posibilidades de nuevas formas de usar el tiempo, por lo tanto, la gran mentira que se vive gracias a la inmediatez que de alguna manera suele resultar contraproducente dentro del malestar digital en la cultura millennial.

Los errores garrafales de la inmediatez digital hacen que personajes cobren vida e incluso se vuelvan famosos dentro del internet, generando que el contacto personal se vaya reduciendo con la llegada del internet móvil, estos hábitos y costumbres son consecuencias de la inmediatez para obtener cualquier información, sin importar que tan lejos este o cerca de un evento, uno desea la información de la manera más rápida posible.

De este modo, no importa que las noticias que ocurran en China, estas pueden llegar a nuestras manos en solo segundos, asimismo, información sobre desastres naturales, sismos o accidentes, todo lo obtenemos en la palma de nuestras manos, gracias a la viralización de las redes sociales digitales.

Por lo tanto, se podría decir que uno de los mayores fenómenos que afectan al usuario de las redes sociales es el hating, ya que este no hace exclusión de ningún



tipo de personaje, que va desde los que están dentro de la política como el actual presidente de la república mexicana Enrique Peña Nieto, sin olvidar a los grandes empresarios y ejecutivos, mismos que no están preparados para ser atacados online dentro del análisis la privacidad, ya que como bien se dice el mal no descansa, por lo que, durante las veinticuatro horas del día están en la mira y pueden ser objeto de burla.

Navegando por internet me encontré con un video titulado “la casa del presidente” en donde Luisito Comunica un youtuber mexicano con 26 años le pregunta al presidente lo siguiente:

Usted como lidia con el hecho de recibir tantas críticas y de que existan tantos memes de su personalidad en las redes sociales, en verdad usted es la persona más atacada en las redes sociales y el presidente Enrique Peña Nieto responde, que mantener el equilibrio y teniendo claro que la responsabilidad de ser presidente está en la forma y gusto de muchos. Con esta respuesta me dejó claro mira sus redes sociales o por lo menos tiene conocimiento de que es un “meme” el no niega que es objeto de burlas sobre su personalidad.

Por otra parte, es pertinente escuchar la opinión de las definiciones que se abordaron en la entrevista, ya que es primordial saber que piensan algunos influencers sobre esta parte.

¿Qué opinas sobre los haters? Pues siento que los “haters” es gente reprimida, que quisiera ser yo y que quisieran atreverse como yo y dicen, ¿cómo ella si se atreve?, ¿cómo te siguen si yo estoy mejor tú?, estoy más buena yo, ¿Pero ¿quién sabe cómo sabe estaría por dentro? no es más que el reflejo de ellos mismos, nunca me lo tomo personal y son más de diez mil al día. (Mujer Luna Bella Influencer Comunicación personal, 25 de mayo de 2017).





La crisis digital es el mejor recurso para desahogarse de un simple enviado y recibido, ya que el efecto psicológico que puede causar un visto en una persona puede llevar a ciertos comportamientos, sin embargo, hasta para expresar la micro crisis de un mensaje sin respuesta, se pueden expresar mediante un Emoji que define el estado de ánimo de la persona.

Aunque también, la misma inmediatez dentro de la era millennial ha llegado a funcionar como medio de comunicación con muchos descubrimientos fraudulentos, lanzamientos discográficos, exposición de las famosas “nudes” en las redes sociales, hasta incluso llamar la atención de organizaciones importantes con tan solo tener un poco de “viralización digital”, algo muy parecido al contagio de risas en el ejemplo de Nicholas Christakis, autor del cual hemos abordado al principio de esta investigación.

Viralización o efecto viral, se usa con el significado de “propagación” que un virus tendría, un contenido que se expande como si de algo contagioso se tratara. Tal y como lo haría un virus informático, pasando de usuario a usuario, de forma que en poco tiempo mucha gente vería este contenido gracias a un efecto dominó, en el que mucho tienen que ver las nuevas formas de comunicación y el uso de las redes sociales. Ramos-Serrano, M. (2007). Comunicación viral y creatividad. <sup>CCC</sup>

Aunque pareciera mentira la viralización digital existe, pero los fenómenos virales la mayoría de las veces son accidentales sin intención de serlo, esto indica que los contenidos se crean y se comparten tan rápido como las veces que un corazón palpita, en relación a esto, la viralización dentro del mundo digital y el mundo millennial conecta cuatro principales motivaciones del contenido.



Uno de ellos es la risa o la burla de algo, alguien o algunos, un claro ejemplo, es la reciente denominada “Lady 100 pesos” una mujer que en las calles de Tepetapa, Guanajuato, se encontraba bajo la influencia del alcohol, fue publicada en un video mediante Facebook, donde ofrecía la cantidad de cien pesos mexicanos a la policía, esto con el fin de evadir la justicia y los cargos ocasionados por aquel bochornoso evento.

En relación con esto, este tipo de personajes funcionan mucho para el marketing digital, ya que aprovechando de esa viralidad se pueden hacer grandes campañas publicitarias sin necesidad de tener una carrera universitaria, ser grandes personalidades dotados de éxito, en consecuencia, básicamente cualquier persona puede ser viral y convertirse en un meme del internet. ¿Es mejor ser viral o ser exitoso?

Otro de las importantes motivaciones del ser viral, es la bondad, el altruismo y las ganas de llamar la atención de ciertos personajes para lograr algo con un fin caritativo, por ejemplo, uno de los más recientes casos sucedió con el “Viner” Juan Pablo Zurita mejor conocido en internet como “El Juanpa Zurita”

“Vine aplicación creada en junio de 2012 y adquirida por la red social Twitter en octubre de ese mismo año, justo antes de su lanzamiento oficial, permite a sus usuarios crear audiovisuales de seis segundos fácilmente. Estos se pueden publicar a través de su propia red social y compartirlos después en otros servicios, como Twitter y Facebook. Con la aplicación se puede navegar entre los videos que otros usuarios han compartido y entre los más vistos en las redes sociales. Gracias a esas conexiones, en poco tiempo algunos breves videos se hacen increíblemente populares entre adolescentes. Y como consecuencia sus protagonistas, conocidos como "viners" por su voz en inglés, están ganando cada vez más dinero promocionando



productos entre sus seguidores. Regan Monrris (2018). Vine: Cómo ganar mucho dinero haciendo videos de seis segundos <sup>DDD</sup>

Juanpa Zurita cada vez adquiere más fama internacional, recordemos que el joven mexicano participó como modelo para la línea de Dolce & Gabbana en la Fashion Week de Milán; por tanto, hoy nos roba la atención con una noble acción.

Zurita se unió con el estadounidense Jerome Jarre, el youtuber Caser Nesitat y el actor Ben Stiller, para pedir a todos sus seguidores que se sumen a la propuesta de recaudar más de un millón de dólares en menos de 24 horas, esto con la finalidad de alimentar a miles de somalíes que están sufriendo por la sequía que atormenta a la nación. Redacción Vanidades. (2014). *Juan Pablo Zurita, el joven mexicano que desfila para Dolce & Gabbana.* <sup>EEE</sup>

Otro de los motivos importantes es el de pertenencia, mismo que desempeña muy bien la campaña de un partido político, como el ya conocido slogan del actual presidente de los Estados Unidos de América “Make America Great Again” portado durante toda su campaña, en este caso, estamos hablando de Donald Trump y el slogan que lo llevo a la victoria.

De esta manera la identidad y liderazgo que tiene la política y el gobierno en la sociedad, hicieron que Facebook estuviera lleno de muchos posts que van desde el insulto con la modelo Alicia Machado Elcomercio.pe, R. (2016). *El día que Donald Trump humilló a Alicia Machado.* Hasta el famoso “México pagara por el muro fronterizo al 100%”, ocurrido en una reunión que tuvo con el mandatario de la república mexicana. Staff, F. (2016). *México pagará por el muro fronterizo al 100%: Trump • Forbes México* <sup>FFF</sup>



Este último motivo de “viralidad” juega también el papel de “definición”, entonces se puede pensar que, dentro de los grupos familiares, sociedades, organismos y grupos empresariales está en juego distintos intereses particulares, así como también expresiones personales que hacen sentir identificación, por lo tanto, te define o estas contrario a ello.

Por otra parte, el éxito de algunas grandes empresas del día de hoy, son gracias a la oferta y demanda que existe gracias a la generación millennial, la oferta y la demanda se encuentran presentes y juegan un papel muy importante para el nuevo modelo de empresas.

Debemos tener en cuenta que esta generación no solo ha cambiado la forma de entretenerse y comunicarse, sino también se han desarrollado proyectos diferentes en el mercado tal como lo son Uber <sup>GGG</sup>, Netflix <sup>HHH</sup>, Airbnb <sup>III</sup> estas grandes y exitosas aplicaciones son clave importante para descubrir la diferencia que existe con la década de los 90's y 2000's. Daniel Martínez (2014). ¿Qué es Uber y para qué sirve?

Adoptar un nuevo estilo de vida en la Ciudad de México con la llegada de Uber, una aplicación que ofrece un servicio de transporte privado, brindando una experiencia de primera con un viaje seguro y con unidades limpias, siendo la clave por la cual ha tenido un crecimiento inimaginable para la sociedad en Latinoamérica.

Cuesta entender que en tan sólo 4 años hayan sido montada una empresa con tanta demanda y éxito en más de 200 ciudades de 45 países. Uber.com. (2016). *Iniciar sesión en tu cuenta Uber* <sup>JJJ</sup>

La inseguridad que se vive en la Ciudad de México son consecuentes del éxito de grandes empresas como Uber, tal crecimiento se ven en los resultados que con el paso de los últimos dos años desempeña un público no solo millennial sino en general.



Nadie podría imaginar que desde la palma de tu mano, con un dispositivo móvil conectado a internet, se pudiera requerir un servicio de taxi privado al igual que nadie, se imaginó una nueva forma de entretenerse cambiaría la manera de mirar series y películas.

Netflix, es un servicio mensual de televisión online, actualmente cuenta con más de 60 millones de usuarios, se trata de una plataforma de televisión online donde tú eliges que y cuando verlo. te permite elegir entre un enorme catálogo de películas, series y documentales entre otros contenidos. puedes ver el contenido en smarttv, consolas de juegos, pc, mac, dispositivos móviles, tabletas, siempre y cuando estén conectados a internet. Code dimension, A. (2017). Servicios Online / ¿Qué es Netflix y cómo funciona? <sup>KKK</sup>

Respecto a la televisión digital, el 50 % de los hogares cuenta con esta tecnología, un aumento del 18.9 % respecto a 2014, y el 33 % aún tiene aparatos analógicos, un 15.8 % por debajo de lo reportado el año previo. Luis P. (2016) ¿Sabes cuántos mexicanos son usuarios de Internet? <sup>LLL</sup>

Yo creo que la TV que ahora está como de bajada por así decirlo, pero el internet llego como un poco a no a suplirla TV, pero si ser un nuevo canal de comunicación para mucha gente (Luis Rivas Influencer Comunicación personal, 11 del mayo de 2017).

La televisión online, ofrece un servicio a la carta y la libertad de tiempo, cambiando todo el esquema de cualquier televisión en el mundo, ya que el hecho de no sentarse a un horario fijo y tener la libertad de mirar contenidos nuevos, propios o antiguos desde cualquier dispositivo móvil con conexión a internet, generan una gran comodidad al nuevo televidente de la era digital.



Dicho lo anterior, el rompimiento afecta de manera brutal el esquema al sistema de televisión por cable, ya que la Televisión Mexicana se dice que está dirigida para “Jodidos” según las palabras de su fundador.

México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil. Fueron las palabras de Emilio Azcárraga Milmo, El Tigre, pronunciadas hace exactamente dos décadas, el 10 de febrero de 1993. Su discurso fue improvisado. Villamil, J., Fuente, C., Garza, L., Tourliere, M., Córdova, C., Redacción, L., Ponce, A. and Cato, I. (2013). *"Televisión para jodidos" - Proceso.* <sup>MMM</sup>

Televisa es muy conocida por generar campañas políticas exitosas, ya que es capaz de controlar la información dentro de la Ciudad de México, sin embargo, no es la única ya que también está, la famosa televisora del Ajusco Tv Azteca. Estas dos cadenas tienen el dominio total de los sistemas informativos del país.

Aunque lo anterior, eso es cosa del pasado, la televisión ha jugado un papel importante en la sociedad y en el mundo de la política, pero en la actualidad se sigue cuestionando la supervivencia de este medio de comunicación al igual que la radio, ya que los capitalinos se han quitado la venda, y los Millennials no podían quedarse atrás en ello con el famoso movimiento estudiantil “#YoSoy132”.

El 14 de mayo los estudiantes de la UIA difundieron, a través de las redes sociales, el video titulado “131 Estudiantes de la Ibero”, en el que reviran: “Estimados Joaquín Coldwell, Arturo Escobar, Emilio Gamboa, así como medios de comunicación de dudosa neutralidad. Usamos nuestro derecho de réplica para desmentirlos. Somos estudiantes de la Ibero, no acarreados, no porros, y nadie nos entrenó



para nada”. En el video, que a seis horas de publicado había sido reproducido ya 21 mil 747 veces, los alumnos de la institución privada muestran las credenciales escolares que los acreditan como tal. Flor Contra, F. (2012). *Yo Soy 132, movimiento del siglo XXI*.<sup>NNN</sup>

En consecuencia, a este movimiento las redes sociales con este fenómeno fueron testigos importantes para el espíritu y la comunicación en masas.

Por otra parte, la forma de vida, las formas de viajar también hacen notar la inestabilidad de esta generación, es una generación que no quiere estar en una oficina trabajando y cumpliendo de ocho a diez horas laborales todos los días de la semana, es una generación que ve nacer el “Home Office” The Guardian. (2018). *Home Office gets banks to check immigration status of account holders*.<sup>OOO</sup>

El término home office se ha vuelto cada vez más común en nuestros días y, aunque su traducción literal se refiere básicamente a la posibilidad de trabajar en casa, en realidad el concepto incluye un tema más amplio: la oportunidad de trabajar en cualquier lugar distinto al escritorio de la empresa y que se traduciría como Teletrabajo, que es un término menos común Fernando del Blanco (2010). ¿'Home office' en la empresa?<sup>PPP</sup>

Por otra parte, nadie podría pensar que reservar una habitación de hotel o rentar una casa sería cosa de otro mundo, sin miles de trámites, ahora todo esto es posible en una sola aplicación como lo es “Airbnb”.

La web pone en contacto a anfitriones que alquilan su casa o una habitación con posibles huéspedes. Es importante diferenciar este tipo de alojamientos de sistemas como el intercambio de casas o dormir gratis en un sofá (couchsurfing), donde no existe contraprestación económica. Aquí sí: el huésped paga por su estancia. Airbnb permite a cualquiera alquilar su casa completa o bien una o varias




habitaciones. La web hace de intermediaria, ofrece un seguro a ambas partes y cobra por este servicio un 3% a los anfitriones y entre un 6% y un 12% al viajero, según el precio (cuanto más caro, menos porcentaje cobra). Medina, M. (2014). *El 'boom' de Airbnb y Blablacar*.  
QQQ

Con lo anterior, podemos decir que estas plataformas a futuro son la llave de acceso digital a el mundo de internet, ya que la sociedad está cada vez más abierta usar este tipo de aplicaciones, además se podría pensar que, aunque aún son un pequeño grupo de personas que tienen acceso a esta herramienta, ya ha generado grandes impactos para la vida tradicional.

El número de usuarios de Internet en México se elevó a 62.4 millones en 2015, que representan el 57.4 % de la población, reveló este lunes una encuesta elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Manuel N. (2017) ¿Sabes cuántos mexicanos son usuarios de Internet?<sup>RRR</sup>

Día con día no solo la generación que vio nacer muchas aplicaciones y dispositivos móviles si no la sustitución de vine detrás de ella como la “Generación Z” Que genera grandes cuestiones sobre este estilo de vida que va de la mano con el internet, las aplicaciones, los dispositivos móviles, la forma de vida y de trabajo, el desarrollo social etc. J., L. (2017). *La Generación Z resulta ser más ambiciosa que la Millennial*.<sup>SSS</sup>

El tiempo real y el digital, hacen que el ser humano tenga una doble vida para los que tienen acceso a internet y dispositivos móviles, además, con la creación de aplicaciones con filtros para verse mejor incrementan esta realidad falsa, que en otras palabras, son versiones falsas perfectas del creador, generando un problema psicológico para el egocentrismo y el sentirse bien, este quizás es uno de los





problemas menos tomados en cuenta, pero sí de gran importancia para el desarrollo de esta generación.

Finalmente, el internet en la sociedad es un arma de dos filos, ya que la comunicación en masas puede generar cierto derecho a opinar sobre lo que se quiera en redes sociales, pero también, es importante señalar, que jamás será posible llevar una manifestación de lo virtual al mundo real para exigir algún derecho, sin embargo, se tiene que reconocer que con el acceso a las dos herramientas, pueden ser armas para alertar a la población y llamar la atención de manera más rápida, entrando a la era de la inmediatez, tan solo desde un teléfono móvil e internet.

Por último, sería interesante profundizar a fondo que parte de la población mexicana se siente identificada con la generación millennial, ya que hay una gran diferencia entre cumplir con los requisitos para pertenecer a una generación, y otra en identificarse.



## 4.2. Vida personal de un influencer

El impacto y la importancia de cada uno de los comentarios que dejan los seguidores como retroalimentación a los videos, ha generado un gran debate en la vida personal de los influencers dentro la plataforma, sin importar el desconocimiento de la misma, esto se menciona ambiguamente en el primer capítulo.

Se denomina “hater” a un usuario en internet que dedica su tiempo de ocio a la crítica destructivamente a alguien o algo por causas poco racionales por el mero acto de difamar. Sin embargo, es importante tener en cuenta que esto causa que algunos usuarios dejen la plataforma tal es el caso de Michelle Phan. “Quien era frente a la cámara y quien era en la vida real comenzaron a resultarme desconocidos. Erick C. (2018). Significado de Haters.<sup>TTT</sup>

El dinero puede sacar lo peor de la gente, y yo no era una excepción. Mis inseguridades trajeron lo peor de mí. Me volví prisionera de mi propia vanidad, y nunca estaba satisfecha con mi imagen. La vida que dirigía online estaba perfectamente dibujada, pero en realidad, estaba creando cuidadosamente la imagen de la vida que quería, no de la que tenía”. María José P. (2017). La desaparición (y vuelta) de Michelle Phan en YouTube o la última historia sobre el peligro de ser un ‘influencer’.<sup>UUU</sup>

Es notable que este concepto está arraigado a cada uno de estos influencers y la integración que tiene con su público, como es el caso de Michelle Phan, donde a pesar de ser precursora en la plataforma, tutoriales en internet entre nuevas formas de hacer marketing digital, hicieron que el odio, el dinero, la fama la llenaran de depresión post digital.

Hasta ahora hemos estado planteando el uso del video como un



elemento de producción en diversos formatos, que pase a formar parte de los contenidos de nuestras campañas de internet marketing. Además de esta utilización, también la mayoría de las plataformas de difusión de videos en la red autorizan que se incluya publicidad en forma de enlaces de texto o de formatos gráficos que acompañen al video. Josep-Lluís de Gabriel i Eroles. (2010). *Internet Marketing 2.0*. Editorial Reverté<sup>vv</sup>

Por otra parte, es interesante entender lo que vive en carne propia una persona común todos los días, al convertirse en un creador digital, influencer o gurú de YouTube, todo desde su punto de vista, ya que con esto no se garantiza que el contenido vaya dirigido para cualquier público, puesto para eso existe un objetivo "target" para cada uno.

Hay gente que de repente te hace una crítica y es algo que tal vez tú no te hayas visto tú y digas ¿cómo él tiene razón? no lo había visto de esta manera ,Tampoco te puedes poner la ventana de que todos son "haters", toda la gente que no opine como yo es "hater" por qué no es cierto, tú también tienes que estar abierto a las críticas y a las críticas constructivas... pero cuando ya nada más es un ataque pues tómalo como lo que es como al final del día si tú eres una persona feliz contigo misma, como que no te dan ganas de comentarle a alguien algo, como que algo no te gusta solo te interesa y ya, creo que al final esos comentarios tienen más que ver con esa persona que contigo. (David Alegre Influencer comunicación personal, 18 de mayo de 2017).

El mundo de posibilidades dentro la plataforma de YouTube, abre el debate para entender a un usuario que solo genera comentarios en odio y el motivo para comprender a fondo lo que se quiso decir, comentar, opinar o diversificar, que incluso, podría a llegar a ser una falla dentro de la comunicación.



Es imposible predecir quien es “hater” y quien es fiel seguidor, esto es algo que aún la plataforma no ofrece, dificultando identificar al público de cada uno de los youtubers, influencers o creadores digitales.

También, la interconectividad alrededor del planeta son las veinticuatro horas del día, por lo tanto, no hay momentos para dejar el mercado abandonado y mucho menos para las relaciones interpersonales que existen, en consecuencia, la comunicación siempre va a estar presente en toda parte de este proceso, a pesar de sus diferentes retroalimentaciones dentro de la plataforma.

“Es gente reprimida que no se atreve a ser libre y lo que dicen es un reflejo de ellos mismos, nunca me tomo nada personal soy una chava muy sonriente, positiva y luchadora, a veces 10 mil comentarios diarios son de puro odio, hay personas que tienen 100 amigos y de esos uno le deja un mal comentario y ya le arruinan el día, a mí la verdad solo estoy concentrada en seguir mis sueños” (Mujer Luna Bella Influencer Comunicación personal, 25 de mayo de 2017).

Se contextualiza que un “Hater” puede considerarse un fan de closet sobre lo que hace en la plataforma, esconderse por medio de una cuenta falsa no es motivo suficiente para dejar de hacer videos, al contrario, es una motivación y un crecimiento de manera evidente.

Por más que yo dijera que mi vida privada la mantengo “privada” pues la verdad es que: si tú ves mis videos te enteras de muchísimas cosas de mi vida, entonces parte de estar frente a una cámara pues es eso, que tu vida va a ser muy pública. (Luis Rivas Influencer Comunicación personal, 11 del mayo de 2017).

La vida personal para un Youtuber es complicada, ya que se comparte la mayoría de todo para alimentar sus diferentes redes sociales, ya que, si algún creador digital



intenta tener privacidad, podría cuestionar el nivel de constancia dentro sus canales, inclusive podrían disminuir su número de seguidores.

Trato de ser muy privado pero la gente piensa que soy muy abierto, pero hay cosas que mantengo para mí. Entonces mientras pueda mantener esa línea todo está bien. (David Allegre Influencer comunicación personal, 18 de mayo de 2017).

Los límites de privacidad indiscutiblemente los pone el "Influencer", cada uno de ellos sabe qué hablar, decir, expresar y también conoce información que no debe hacer pública, puesto que convertirse en un líder de opinión, recomendar o incluso llegar a equivocarse son consecuencias de la reputación e imagen que se tiene de ellos.

Por lo tanto, transmitir es parte de la tarea de un líder digital, conociendo sus límites, sin embargo, esto transforma a nuevas generaciones de Youtubers, Influencers o Creadores Digitales, ya que las recomendaciones por voz propia, experiencia y paciencia son parte de la vida digital.

También, es importante mencionar, que se desconoce información directa de los creadores de contenido en la ciudad de México, debido a que no existe tampoco una escuela o institución quien se encargue de iluminar el camino a quienes están interesados en hacer contenido, sin importar las condiciones.

Por otra parte, la plataforma ofrece una serie de academia para creadores quienes estén interesados en desarrollar su canal, hasta convertirse en una marca e inmediatamente hacer marketing digital a futuro.

Hacer lo que te apasiona, con constancia y seriedad dentro de YouTube, demuestra seguridad de sí mismo, calidad en la producción que poco a poco es uno de los factores para que el usuario se sienta contento con lo que está haciendo, y por ende



también de sus seguidores.

Por experiencia propia me convertí en guionista, actor, director, camarógrafo, diseñador y ahora entiendo muchas cosas en la carrera nunca hubiera aprendido, es muy interesante ver la carrera que estoy estudiando se encuentra presente dentro de una actualización digital y como una forma de mirar la comunicación, ya que desde mi punto de vista lo veo como un arte digno de la tensión humana.

Youtube no solo me ha convertido también en un influencer, también he aprendido a vender marcas, a conocer productos y a trabajar con empresas importantes, y aunque por dedicarme a la carrera o a la investigación haya caído un poco el tráfico en mi canal, tengo claro que con todo el conocimiento adquirido, podre llevar acabo de la mejor manera lo que me gusta, reportaje o conducción de tv, ya que desde pequeño tengo mi credencial de reportero para un programa infantil, mismo que definió lo que quería en la vida, bizbirije.

Si algún día tengo la oportunidad no la desaprovechare, mientras tanto, seguiré trabajando en mi proceso actoral, ya que creo en mí y sé que dios me ha guiado por muy buen camino, y no parare hasta no lograrlo.



## 4.3. Reglas del Juego para un influencer

Los Influencers y la velocidad del internet han revolucionado el lenguaje cotidiano, estos personajes del internet hoy en día pueden a tener ingresos muy altos de una manera muy sencilla, a partir de las métricas llamados vistas, suscriptores, seguidores, likes, pero no solo de youtube, ya que esto se puede obtener de otros canales de comunicación, donde el centro de atención que son las distintas redes sociales.

Genuinamente no me gusta la palabra Influencer por qué siento que... ¿qué es ser un influencer? En realidad, ser un influencer; es una persona que influye en una comunidad y puede ser cualquiera un actor, un político puede serlo, y no me gusta por qué nos pone a todos dentro de el mismo cajón, y si a mí me preguntan si yo me considero un influencer, prefería decir que no. (David Allegre Influencer comunicación personal, 18 de mayo de 2017).

Los influencers están segmentados con el público objetivo dentro de una campaña publicitaria, para ello existen diferentes formas, colores y puede ser que el número de ventas supere a los que pensábamos, claro siempre planeando una estrategia y comprendiendo el objetivo a persuadir, y que a su vez, este interesado por el fenómeno influencer, ya que, desde el punto de vista de ellos, el producto puede variar de acuerdo al tipo de seguidor.

En relación con la vida personal el ser influencer es ahora un trabajo y una forma de vida, ya que se adquiere el compromiso semanal o diario de subir contenido a cualquiera de las distintas redes sociales, convirtiendo parte de su vida en una historia, además, es importante señalar que los influencers y youtubers son muy diferentes, y cada uno tiene una esencia digital propia.



“Hasta el 2014 el 23% de los Hispanos de escasos recursos utilizan sus teléfonos inteligentes para ver videos en la plataforma de YouTube según el estudio Digital U.S. Hispanic Consumer del IAB.<sup>www</sup>”

Desde el punto de vista, un influencer también puede ser definido como un intermediario en la comunicación, pero para la plataforma de internet incluso puede ser dividido por la edad, sexo, regiones geográficas, views y número de suscriptores en el analytics, una herramienta donde los creadores de contenido pueden ver su nivel de audiencia, es mediante graficas haciendo un análisis más completo para conocer su target.

El poder de las redes sociales y las redes sociales digitales, es incomparable hablando en términos de alcance, zonas geográficas y grados de separación, sin embargo, los influencers no solo venden marcas, sino también, brindan entretenimiento que en cualquier parte del mundo se puede ver solo con tener acceso a internet.

No obstante, no se puede olvidar que todo lo que sube tiene que bajar como bien Galileo Galilei decía, los pros y los contras para la vida diaria establecen formas sociales diferentes de vivir la vida, inclusive algunos influencers son celebridades hoy en día de talla internacional.

Los teléfonos inteligentes ocupan la atención de los usuarios y la revolución de los medios de comunicación, por lo tanto, la privacidad y los límites que un influencer puede llegar a ser son tan importantes que no deben descuidarse, puesto que se debe tener más cuidado con los temas que se abordan o los experimentos sociales que se han hecho.

“Es una gran responsabilidad pues como te repito, hay muchos chavitos que a mí me siguen, que entre los 12 y los 20 años, ellos ven en ti como un modelo a seguir, entonces pues tienes que tener mucho





cuidado con lo que dices y haces por qué, pues esta generación absorbe muchas de las cosas que decimos en cámara” (Luis Rivas Influencer Comunicación personal, 11 del mayo de 2017).

“Algunos de los pros son el dinero, campañas para empresas, a veces tienes más voz, tu opinión suena mucho, puedes hablar por muchas personas, incluso tus quejas publicas pueden ser la voz de otros y un contra entre comillas, ya que tienes muchas responsabilidades por que tu opinión negativa sobre una marca o una celebridad, puede influir con tus seguidores” (Mauricio Riverol Influencer comunicación personal, 6 de junio de 2017).

Los límites dentro del mundo de internet también conocen barreras, sin embargo, esto no significa que los grupos de ciberataque o mejor conocidos como hackers encuentren una nueva forma de obtener dinero, secuestrando sus usuarios y contraseñas.

De igual manera el anonimato y la privacidad también existen para los propios influencers, ya que la manera en la que se reciben amenazas por medio de comentarios negativos, direcciones de sus hogares, números de teléfono, pueden desatar un odio incontrolable por terceras personas con alguien que solo hace videos.

“Se ha respetado mi privacidad y tengo cuidado de donde grabo, soy muy precavido. Por qué no falta el seguidor loco que hasta el baño de tu casa va a estar como lo es en caso de Youtuber chileno, German Garmendia y su novia, porque siempre que se cambia de casa, se difunde la dirección de esta. Es algo peligroso, pero eso he sido muy precavido con todo esto” (Mauricio Riverol Influencer comunicación personal, 6 de junio de 2017).



Conforme a la opinión de Mauricio, es considerable razonar hasta dónde puede llegar la privacidad de una persona, o hasta qué punto la obsesión humana con alguna figura pública puede llegar, simplemente con tener un apellido importante como anteriormente se mencionó en el “Caso Martí”, entonces la privacidad también tiene mucho dinero de por medio.

No existe estrategia perfecta que cumpla el desarrollo completo de una marca o producto, pero si existen influencers que pueden hacer menciones de alguna marca sin recibir algún beneficio, ya que como se ha mencionado anteriormente en esta investigación, los ingresos reales dependen del número de el número de visitas que existan al mes, no por comentarios ni por la cantidad de no me gusta en sus videos.

La siguiente tabla, muestra los ingresos Mensuales en el mes de septiembre 2017 de algunos creadores de contenido dentro de la plataforma, sin incluir menciones en videos u otras campañas fuera de YouTube, estos datos son gracias a el sitio web socialblade.com, donde puede medirse públicamente esto.

Tenemos que en cuenta que el CPM (Costo por mil reproducciones) es normalmente de 1.5 a 2 dólares.

CPM* Costo por Mil Reproducciones	Canal de Youtube	Vistas por mes Septiembre	Ingresos Totales
México: 2.00 USD	Luisito Comunica	77,918,653	\$156,000
México: 2.00 USD	Mujer Luna Bella	3,771,767	\$28,000.00
México :2.00 USD	Maurg1	8,976,270	\$40,000.00

México: 2.00 USD	Los Jonas Vlogers	1,093,881	\$16,093.00
------------------	----------------------	-----------	-------------

Finalmente, existe una gran diferencia entre ser exitoso y ser popular dentro de la comunidad de YouTube México, puesto que el contenido cada vez es más de un toque cómico que cultural.

No es lo mismo ser exitoso que ser popular, popular: La mars, Lady woo, Exitoso ¿Quién eres? ¿Qué es lo que estas orgulloso de ser? ¿Eres una frase? ¿Eres un video viral? O ¿Quieres ser un canal épico? Ese es tu problema, tú tienes la responsabilidad de meterte un condón por la boca o ponerte a estudiar, prepararte y hacer cosas chingonas. (Alex Montiel “El Escorpión Dorado” Influencer comunicación personal, 22 de junio de 2017).



**Escorpión Dorado**



## Conclusiones

Las redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram y Twitter han cambiado totalmente las formas de comunicación y los fenómenos sociales que acontecen día a día de una manera impresionante. La televisión, ha notado el gran alcance mediante esta forma de comunicación, ya que cualquier persona que quiere comunicar algo, lo puede hacer mediante un video y lo único que necesita, es respetar los lineamientos y políticas del sitio.

Además, con el avance del internet se ha perdido el miedo de las empresas a la venta online, conocido hoy en día también como e-commerce. Ya que anteriormente, vender en internet o comprar en línea, era un tabú, pero la confianza o experiencia han cambiado esa desconfianza, generando que se incremente el número de ventas en las redes sociales.

Este e-commerce en la actualidad han ganado credibilidad con YouTube, ya que es una de las plataformas de redes sociales que ha revolucionado las formas de hacer marketing, llevándolo a otro nivel conocido como marketing digital, mismo que ha encontrado el poder mediante la recomendación a través de un video totalmente planeado con estrategia para tener éxito y ganar credibilidad con el consumidor.

Además, muchos de los creadores de contenido en esta plataforma, jamás habían pensado que se pudiera generar en ingresos dentro de la misma con el “Programa de Partner YouTube”, logrando que se abriera un nuevo campo de posibilidades para posicionarse como una marca y una influencia, dentro de un sector objetivo de la población.

También, se puede confirmar que la influencia y el surgimiento de estos nuevos personajes dentro de la plataforma, son parte de la nueva era digital. Por lo tanto, las marcas hoy en día están muy interesadas en hacer que ese engagement sea más cercano con sus clientes, en consecuencia, un influencer puede lograr que esa




credibilidad exista, inclusive el trato con el seguidor puede ser tan directo, que sea capaz de brindarle algún código de promoción para obtener un descuento en alguna tienda física o digital, con tan solo mencionar el nombre del influencer.

Sin embargo, al ser unas figuras públicas, crea lazos emocionales con sus audiencias, por lo tanto, tiende a estar expuestos en sus vidas privadas. No obstante, es importante señalar, que no todos los influencers se encuentran en YouTube, ni todas las personas que hacen videos para la plataforma son “Youtubers”, pero muchos de los creadores de contenido dentro de la plataforma han captado la atención de muchas marcas, cuyo objetivo es influir en la decisión final para una compra específica.

Con base a lo anterior, se puede pensar que para ser exitoso, es necesario dedicarse de lleno a algo que nos interesa, por ejemplo, desde mi punto de vista como productor audiovisual, es necesario tener por lo menos tres series escritas con diferentes capítulos para comenzar un canal en YouTube, aunque, también, para ser popular se podría comenzar con un simple anuncio dentro de la producción promocionando un anuncio aunque este solo aparecerá unos quince segundos al aire, eso es lo que me dio a entender Alex Montiel, un gran personaje al que le admiro. Claro, siempre y cuando se respeten las reglas y políticas de la empresa para la que queremos trabajar, como anteriormente se mostraron en el capítulo de YouTube.

También, es importante saber y reconocer las diferentes opiniones que representan cada uno de los influencers entrevistados, pues conocen el tema central de esta investigación, ya que en la actualidad puede ser motivo para seguir llenando mis curiosidades por el internet. Finalmente, podemos concluir, que no existe ninguna clave secreta o algún método para generar el éxito o la popularidad dentro de la plataforma, el poder de YouTube y la influencia en la sociedad están ya dentro de los mejores lugares, donde puede invertirse en publicidad, aunque en el caso de los



youtubers la constancia, disciplina y su pasión por lo que hacen, es lo que los ha mantenido en el lugar que están ahora.

## Anexos

A continuación, se exponen las entrevistas que fueron realizadas durante el año 2017, esto es con el objetivo de obtener información de cuatro influencers en la ciudad de México, la cual se desarrolla por medio de una entrevista a profundidad.

### Luis Rivas “Los Jonas Vloggers”



05-11-2017 Luis Rivas “Los Jonas Vloggers”

1- ¿Eres Millenial?

Pues no me consideraba hasta hace poco que me enteré de la generación de los 80s, entonces como soy del año 83 por lo tanto me tocó ser millenial.

2- ¿Qué es ser millenial?

Es pertenecer a esta generación que le tocó esta transición del internet y toda esta era digital de los 80s hasta actualmente.

3- ¿Comparación de alguna actividad con los 90s y 2000s?

## Ejemplo EMAIL y Cartas

Empezando yo creo que por la TV que ahora está como de bajada por así decirlo, pero el internet llegó como un poco a no suplirla la TV, pero si ser un nuevo canal de comunicación para mucha gente.

4-Para ti, ¿qué es un influencer?

Yo creo que el nombre lo dice, ósea es una persona que por algún motivo la gente lo sigue y tiene esta influencia sobre la gente que lo sigue, lo ve como una persona que tiene acceso a un micrófono, una cámara, algún medio de comunicación y que tiene esta exposición.

5- ¿Te consideras influencer?

Si

6- ¿Por qué?

Pues por qué mucha gente ve mis videos,

Por qué creo que mucha gente aún que suene un poco "mamón" me toma como una referencia, a la gente le gusta vestirse como tú o actúa como tú entonces creo que de repente eso puede ser parte de lo que influyes en la gente.

7- ¿Cuáles son los pros y contra de un influencer?

Es una gran responsabilidad pues como te repito, hay muchos chavitos que a mí me siguen, que entre los 12 y los 20 años ven en ti como un modelo a seguir, entonces pues tienes que tener mucho cuidado con lo que dices y haces, por qué pues esta generación absorbe muchas de las cosas que decimos en cámara.

8- ¿Existen problemas con tu vida privada y tu vida online?

La verdad es por más que trates tenerlas apartadas, en algún punto se cruzan por más que yo dijera que mi vida privada la mantengo privada pues la verdad es que, si tú ves mis videos te enteras de muchísimas cosas de mi vida, entonces parte de estar frente a una cámara pues es eso, que tu vida va a ser muy pública.





9- ¿Qué límites tiene un influencer?

No hay límites, yo creo que no hay límites. Una de las ventajas que nos da YouTube contra la televisión yo creo que es eso, podemos expresar libremente... bueno hasta ahora que vino la censura, pero era eso, justamente como no tener estos límites y estos tabúes que tiene la televisión.

10- ¿Se trata de suerte o mucho trabajo llegar a ser un influencer?

No, definitivamente mucho trabajo, constancia y tener esencia originalidad en lo que haces.

11- ¿Se pueden generar ingresos suficientes para tener una vida sustentable?

Si, ósea como en todo yo creo que si eres bueno tocando el piano te va a ir bien, si eres buen cantante te va a ir bien, si eres buen actor yo creo que como en todo si eres talentoso y trabajas bien te mueves por donde debes definitivamente sí.

12- ¿Qué recomendarías a una persona que está comenzando en esto?

No quitar nunca el dedo de renglón, no darse por vencido, por más nos que te encuentres siempre va a ver un si... entonces es picar piedra...

13- ¿Qué piensas de los haters en internet?

Pienso que es parte también del show ¿no? Si no tienes haters entonces, no eres nadie, siempre va a ver gente sobre todo en internet que tiene esta facilidad de opinar incógnitamente o anónimamente más bien, siempre va a ver gente que ataque, pero siempre va a ver mucha gente que también te quiera.

14- ¿Qué recomendarías a una persona que está comenzando en esto?

Que no traten de ser como nadie más, porque ya hay mucha gente de muchos estilos entonces que encuentren su propio estilo, su propia esencia y sobre todo creo que la base del éxito es tener algo que decir no nada más, hacer un video



estrellándose un huevo en la cabeza, ósea si tienes algo que decir busca tu esencia y tu personalidad y se constante.

### **David Allegre “Los Jonas Vloggers”**



### **18-05-2017 David Allegre “Los Jonas Vloggers”**

-Contento y agradecido por la invitación a mi proyecto

1- ¿Eres Millennial?

-Si, por la edad

2- ¿Qué es ser millennial?

Generación que creció a la vuelta del milenio

3- ¿Comparación de alguna actividad con los 90s y 2000s? Ejemplo EMAIL y Cartas



Escuchar discos en cd walkman y escuchaba un walkman que le robe a mi papá, y antes de dormir, y no podía correr por qué temblaba el disco.

4- ¿Te consideras influencer?

Genuinamente no me gusta la palabra influencer por qué siento que... ¿qué es ser un influencer? En realidad, ser un influencer; es una persona que influye en una comunidad y puede ser cualquiera un actor, un político puede serlo y no me gusta por qué nos pone a todos dentro de el mismo cajón, y si a mí me preguntan si yo me considero un influencer prefería decir que no.

5- ¿Sabes que es lo que no me gusta de la palabra influencer?

¿Que nos pone como a todos en la misma categoría y entonces de repente si... una persona "X" es influencer (haciendo comillas con los dedos) por qué sube tweets de cualquier cosa, te pone en la misma categoría, que por ejemplo a alguna otra persona que se dedica a hacer cortometrajes en YouTube o en Vimeo, y si te fijas ¿es como comparar sabes? Se me hace demasiado genérico decir influencer... se me hace muy reductivo.

6- ¿Cuáles son los pros y contra de un influencer?

Como todo, claro qué hay pros y contras como en todos los casos, pero creo que son más pros por qué estoy muy a gusto.

7- ¿Existen problemas con tu vida privada y tu vida "online"?

Seguramente sí, pero en lo personal trato de ser muy privado la gente piensa que soy muy abierto, pero hay cosas que mantengo para mí. Entonces mientras pueda mantener esa línea todo está bien.

8- ¿Qué límites tiene un influencer?

Claro que si, al final de día todo lo que publica uno en internet es contenido curado, llega un punto donde la gente ve lo que tú quieres que vea y eso es lo padre de las



redes sociales entonces si, por ahora he delimitado eso bastante bien y espero poder seguir haciéndolo así.

9- ¿Se trata de suerte o mucho trabajo llegar a ser un influencer?


¿Suerte? Mira... no se para los demás habrá gente que, si sea un golpe de suerte, pero para nosotros definitivamente nada ha sido suerte ha sido mucho trabajo que, luego la gente no cree todo lo que hay detrás ósea no es solo hacer un video... ¿sabes? Es al final yo lo comparo es como tener el peso de todo un canal de tele en los hombros de tres personas, entonces es como que tienes conseguir los invitados, editar y todo hacerlo como estar haciendo todo llevar la logística es lo que el otro día hablaba con un amigo, por qué hay días que tengo como crisis, ¿no? ¿Qué es de repente muchísimo trabajo? Y digo cuál es el punto de tanto trabajo, y siempre una tercera persona puede ver las cosas más frías y me ha dicho tranquilo, por lo menos has tenido toda esta experiencia que no mucha gente tiene, como es de tener un proyecto y llevarlo hasta el final, y pues si la verdad es que es mucho trabajo.

10- ¿Se pueden generar ingresos suficientes para tener una vida sustentable?

No, y justamente el otro día estaba pensando en eso, para empezar todo lo que ganemos "Jonas Vloggers" se tiene que dividir entre tres, entonces ya de por sí mucha gente piensa que de YouTube ganas muchísimo y no, y luego aparte dividirlo entre tres, y aparte desde el principio siempre hemos sido "gays" desde el principio y no todas las marcas están abiertas a trabajar con alguien que se vea, y lo he dicho en videos nosotros como gays, tenemos que trabajar tres veces más por cuatro veces menos.

11- ¿Qué piensas sobre los haters?

Pues la verdad pienso como todo, creo que las redes sociales te dan opinión y pues ni modo hay que atenerse todo tipo de opiniones, también define "haters" por qué yo creo que no podemos generalizar, a toda la gente que te comenta algo malo como hater hay gente que tiene razón, hay gente que de repente te hace una crítica



y es algo que tal vez tú no te hayas visto tú y digas ¿cómo él tiene razón no lo había visto de esta manera? Tampoco te puedes poner la ventana de todos son "haters", toda la gente que no opine como yo es "hater" por qué no es cierto, por qué tú también tienes que estar abierto a las críticas, y a las críticas constructivas... pero cuando ya nada más es un ataque pues tómallo como lo que es, al final del día si tú eres una persona feliz contigo misma, como que no te dan ganas de comentarle a alguien algo, como que algo no te gusta solo te interesa y ya, creo que al final esos comentarios tienen más que ver con esa persona que contigo.

13- ¿Qué recomendarías a una persona que está comenzando en esto?

Pues suena "chiche" pero no quiero decirlo... hay sé tú mismo, pero creo que cuando copias a alguien más es tache... siempre cuando que intentas hacer algo que alguien ya hizo lo vas a hacer mal por qué no lo vas a hacer mejor que la otra persona, es como de yo no voy a hacer mejor "Yuya" que "Yuya" no voy a ser mejor "Werevertumorro" que "Werevertumorro" entonces tienes que encontrar una voz, obviamente todos tenemos mucha inspiración de muchas cosas pero tienes que encontrar tu propia voz, es un hecho que si empiezas a solo querer entrar en YouTube o querer ser influencer para ser famoso, lo más seguro es que seas mediocre por qué no va tener ninguna esencia, nada de lo que hagas más que ser famoso. Entonces pues sí, yo creo ese sería mi consejo ese y hacer las cosas bien.



## Mauricio Riveroll “Maurg1”



### 06-06-2017 Mauricio Riveroll “Maurg1”

1- ¿Eres Millennial?

Por supuesto que me considero millennial y soy uno de ellos, tengo un trabajo que no existía en el milenio pasado y gracias a dios y a las personas puedo vivir de esto y entre comillas trabajo, porque es algo que me gusta hacer y que disfruto con pasión día a día.

Hablar con una cámara, con una memoria y con un micrófono es algo que nunca se había visto en el milenio pasado.

2- ¿Comparación de alguna actividad con los 90s y 2000s? Un Ejemplo EMAIL contra las cartas

Por ejemplo, antes tenías el Gameboy Color que eran gráficas que tu decías están buenas y en realidad eran malas y ahora en tu celular puedes hacerlo con juegos parecidos a los de PlayStation 1 o 2 y un teléfono se convirtió en todo, fotos, micrófono y juegos tan simplificados a todo.



3- Para ti, ¿qué es un influencer?

Ser influencer es estar conectado con muchas personas el influir y manipular a muchas personas, cuantas personas tienes que influir para ser influencer y no necesariamente necesitas YouTube en cualquier red social puedes serlo, me considero porque tengo más de quinientos amigos en twitter.

4- ¿Cuáles son los pros y contra de un influencer?

Los Pro pues el dinero, campañas para empresas y llegar a un trato y a veces tienes más voz, tu opinión suena mucho puedes hablar por muchas personas, incluso tus quejas publicas pueden ser la voz de otros y un contra entre comillas, ya que tienes mucha responsabilidad porque tu opinión negativa sobre una marca o una celebridad puede influir con tus seguidores.

5- ¿Existen problemas con tu vida privada y tu vida “online”?

Se ha respetado mi privacidad y tengo cuidado de donde grabo, soy muy precavido. Por qué no falta el seguidor loco que hasta el baño de tu casa va a estar como lo es en caso de Youtuber chileno, German Garmendia y su novia porque siempre que se cambia de casa, se difunde la dirección de esta. Es algo peligroso, pero he sido muy precavido con todo eso.

6- ¿Qué límites tiene un influencer?

Cada uno tiene su propio límite todo es diferente tú sabes sobre que es mi contenido, me llegan muchas direcciones y números de teléfonos, y no tengo ningún derecho de hacer pública su privacidad y por ello si tengo mi límite.

7- ¿Se trata de suerte o mucho trabajo llegar a ser un influencer?

¿Suerte o Trabajo? Yo creo que un poco de las dos, yo creo que Werevertumorro nunca espero todo esto y ahora también vive de ello, él ha trabajado mucho.



La mayoría de los que hacemos YouTube sabemos de qué se trata y todo el proyecto detrás de cada video, después, son procesos audiovisuales que aprendes con el tiempo.

8- ¿Se pueden generar ingresos suficientes para tener una vida sustentable?

Olvide mi iWatch... (Entre risas) Yo creo que sí, se puede.

9 - ¿Qué piensas de los haters en internet?

De los comentarios negativos que puedo decir, hay de todo... hay gente te apoya y gente que no te apoyan, me pagan lo mismo que me vean cien mil personas que me apoyan a cien mil haters.

10- ¿Qué recomendarías a una persona que está comenzando en esto?

Que haga lo que le apasiona, que sea constante, que se tome en serio lo de YouTube y siéntete como tal, si a ti te gusta le va a gustar a las demás personas, métele calidad poco a poco, tus ideas explótalas con amor. Con pasión y constancia.





## Verónica Meléndez “Mujer Luna Bella”



### 06-22-2017 Mario Romero, Mujer Luna Bella, Mario Bautista “YouTube Space México”

1- ¿Qué es ser un influencer?

Influenciar que tus pones algo de moda y los demás también lo hacen, un arete o incluso el color de mi cabello.

2- ¿Cuáles son los pros y contra de un influencer?

Pro que obviamente se gana dinero y los contras a veces son un poco empalagosos, existen fans míos que a veces no me dejan ni comer y piensan que no merezco respeto, tal vez por la imagen que tengo en el internet.

3- ¿Límite entre tu vida privada y tu vida online?

Tengo mi pareja y ahora es más privado, cuando nos peleamos o pasa algo antes, publicaba todo y la felicidad se vive no se publica, todo lo que posteo sale de mí y si estoy pasando por un momento bien es para que mis seguidores también pasen un buen momento.

4- ¿Se trata de suerte o mucho trabajo?

En cuestión mía fue suerte, yo nunca busque ser popular porque fama no es, es algo muy loco, nunca imagine que mi alcance iba a ser tan grande hay días que todavía no me cae el veinte y no puedo asimilarlo, pero en mi caso fue mucha suerte, tú conoces mi vida y sabes que vengo desde muy abajo.

5- ¿Se pueden generar ingresos suficientes para tener una vida sustentable?

Si antes YouTube era lo máximo, pero se está apagando y otras redes sociales como Facebook están generando mayor impacto y la competencia es evidente, pero si se pueden obtener buenos ingresos por medio de las redes sociales.

6- ¿Qué piensas de los haters en internet?

Siento que es gente reprimida que no se atreve a ser libre y lo que dicen es un reflejo de ellos mismos, nunca me tomo nada personal, soy una chava muy sonriente, positiva y luchadora a veces 10 mil comentarios diarios son de puro odio, hay personas que tienen 100 amigos y de esos uno le deja un mal comentario y ya le arruinan el día, a mí la verdad solo estoy concentrada en seguir mis sueños

7- ¿Qué consejo le darías a alguien que está comenzando en esto?

Sean ustedes mismos, no se hagan un personaje porque he conocido a Influencers que son personajes, se les acaban las ideas y cuando se trata de ti mismo, no hay límites para ti y hablaras de todo en general con ingenio para sacar videos, que sean transparentes y sinceros con sus seguidores



**Glosario según la FUNDEU** Fundéu, B. B. V. A. (2016). Fundación del español urgente.

**Influencer o Influidor:** es una alternativa válida en español al término inglés influencer, Especialmente en el mundo de la mercadotecnia y las redes sociales, se usa la palabra influencer para aludir a personas con conocimiento, prestigio y presencia en determinados ámbitos en los que sus opiniones pueden influir en el comportamiento de otras muchas personas.

**Tuitear:** En inglés, el verbo que se emplea para la acción de escribir un texto en Twitter es to tweet, y para reenviar lo que ha publicado otra persona, to retweet; ambas formas pueden adaptarse al español como tuitear y retuitear. Para el mensaje enviado o reenviado (en inglés tweet y retweet), son adecuados los términos tuiteo y retuiteo, sobre el modelo de otros verbos y sustantivos de nuestra lengua que proceden del inglés: to reset, 'resetear y 'reseteo'; to scan, 'escanear' y 'escaneo'; to check, 'chequear' y 'chequeo', etc.

**Marketing Digital:** En los medios de comunicación son habituales frases como «Esta encuesta también concluye que un 80,6 % de los minoristas han elegido Facebook como herramienta de marketing» o «Literatura erótica: ¿moda, ficción, marketing o prejuicios?».

La última edición del Diccionario de la lengua española incluye este anglicismo en letra cursiva por ser un término extranjero y ofrece como equivalente la palabra mercadotecnia, la cual define como 'conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda'.

**YouTube:** es un sitio web para compartir vídeos subidos por los usuarios a través de Internet, por tanto, es un servicio de alojamiento de videos. El término proviene del inglés "you", que significa tú y "tube", que significa tubo, canal, pero se utiliza en argot como "televisión".



**gadget o smartphone:** La forma más asentada parece ser dispositivos electrónicos, que es la que emplea la empresa Microsoft para referirse a los 'productos tales como reproductores de DVD, receptores multimedia digitales y reproductores de audio portátiles'.

Los diccionarios de neologismos, como el de Manuel Seco, ya recogen el anglicismo gadget con el significado al que usted se refiere, y el diccionario de uso de María Moliner, en su última revisión, recoge también este anglicismo, aunque sin las connotaciones de aparatos novedosos o relacionados con las nuevas tecnologías.

**Millennial:** Es aquel tipo de persona que llegó a su etapa adulta después del año 2000, es decir, con el cambio de siglo, y que, en conjunto, posee características particulares, tales como, por ejemplo: una personalidad de descontento y amor por la tecnología, por otra parte, las edades de los Millennial rondan entre los 15 y 29 años, también son conocidos como los hijos de la generación del Baby Boom, y la generación Y.

**Redes Sociales:** Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.

**Meme:** El neologismo meme se escribe en redonda y sin comillas. Este término, creado por Richard Dawkins en su libro El gen egoísta, aparece definido en el diccionario Webster como 'idea, comportamiento, moda o uso que se extiende de persona a persona dentro de una cultura'.

Por otra parte, meme se emplea cada vez más para referirse a cualquier imagen o texto, a menudo de contenido humorístico, que se comparte viralmente en las redes sociales durante un periodo breve.



**Facebook:** es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard. Su objetivo era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet.

**Redes Sociales Digitales:** La novedad del actual concepto de red social radica, simplemente, en la forma en la que el grupo desarrolla su actividad de relación; los sujetos que forman parte de ella no tienen una relación presencial, sino que la desarrollan virtualmente a través de Internet. Es preciso, por tanto, diferenciar entre redes sociales «off line» o redes sociales tradicionales, en las que las relaciones sociales se desarrollan sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos, de las redes sociales «on line», objeto de nuestro estudio, que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos.

**Snapchat:** Es una aplicación móvil que ha ganado bastante auge en los últimos años debido a que sus usuarios pueden compartir, por ejemplo, contenido de mensajería de cualquier tipo de imágenes y aplicaciones móviles multimedia

**WhatsApp:** El sustantivo wasap ('mensaje enviado por la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp'), así como su verbo derivado wasapear ('intercambiar mensajes por WhatsApp'), son adaptaciones adecuadas en español. Con motivo de la nueva función de WhatsApp que permite borrar mensajes tras haberlos enviado, en los medios de comunicación pueden verse frases como «¿Arrepentido de un WhatsApp?» o «Tienes cinco minutos para borrar un WhatsApp enviado». De acuerdo con la Ortografía de la lengua española, la letra w es apropiada para representar la secuencia /gu/, entre otras, en palabras extranjeras adaptadas al español (waterpolo y web, por ejemplo), criterio por tanto aplicable a wasap como españolización del nombre que se da a los mensajes enviados por WhatsApp. En cambio, WhatsApp se escribe así, sin adaptar y con mayúscula inicial en la w y en la segunda a, si hace referencia al nombre propio de la aplicación.

**Instagram:** Es una aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos, como, por ejemplo, filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro, o vintage, para compartirlas no sólo en Instagram, sino en Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.

**Reality Show:** Es una expresión de la lengua inglesa que tiene un uso frecuente en nuestro idioma. El concepto, que puede traducirse como “espectáculo de la realidad” o “demostración de la realidad”, se refiere a un formato televisivo que pretende mostrar sucesos reales que le ocurren a la gente común en un determinado marco.

**USB:** Es la sigla de Universal Serial Bus (Bus Universal en Serie, en castellano). Se trata de un concepto de la informática para nombrar al puerto que permite conectar periféricos a una computadora.

**Napster:** es un servicio de distribución de archivos de música (en formato MP3). Fue la primera gran red P2P de intercambio creado por Sean Parker y Shawn Fanning. Su popularidad comenzó durante el año 2000. La primera versión de Napster fue publicada a finales de 1999.

**Yahoo:** Es una compañía norteamericana focalizada en brindar prestaciones relacionadas con Internet. Esta empresa posee un directorio, un buscador, tiendas virtuales y diversas aplicaciones, entre las cuales aparece un sistema de correo electrónico muy utilizado a nivel mundial.

**Google:** es una compañía estadounidense fundada en septiembre de 1998 cuyo producto principal es un motor de búsqueda creado por Larry Page y Sergey Brin. El término suele utilizarse como sinónimo de este buscador, el más usado en el mundo.



**Nudes o Pack:** es el tipo de fotografía que en su mayoría muestra contenido de mujeres y hombres posando con poca ropa.

**B2B:** Se refiere a la expresión business to business, es decir, de negocio a negocio y se relaciona principalmente con el comercio mayorista, aunque también puede referirse a prestación de servicios y consumo de contenidos

**Google Adwords:** Es el programa de publicidad en línea de Google. A través de AdWords, puede crear anuncios en línea para llegar a los usuarios en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que usted ofrece.

**Google AdSense;** (anteriormente llamado Adsense) es, junto con Google AdWords, uno de los productos de la red de publicidad en línea de Google. Básicamente, permite a los editores obtener ingresos mediante la colocación de anuncios en sus sitios web, ya sean de texto, gráficos o publicidad interactiva avanzada.

**Partner:** Partners es el plural de partner, que en inglés significa compañero o pareja ya sea refiriéndose al cónyuge, conviviente, socio, compañero de baile o de algún partido de tenis, por ejemplo. Los partners son aquellas personas, organizaciones o instituciones con las que se está involucrado íntimamente, pudiendo referirse aún a países con los que se mantienen estrechas relaciones.

**Bloguer:** También conocido como bloguero en español, es el autor de un blog o bitácora, es decir, una página web a modo de diario en la que se publican artículos periódicamente, ordenados de forma cronológica.

**Aplicaciones Web:** Aplicación es una alternativa adecuada en español para referirse a app, un acortamiento del término inglés application, que se utiliza cada vez con más frecuencia para aludir a un 'tipo de programa informático diseñado como herramienta que permite al usuario realizar diversos trabajos'. En los medios de comunicación, es frecuente encontrar ejemplos como «WhatsApp asegura que





no introducirá publicidad ni cambiará la app», «Una App de iPhone permite a otros escuchar tus conversaciones» o «Se crea una app con la que poder escuchar conversaciones telefónicas».

**Views o Visitas:** Es una consulta que se presenta como una tabla (virtual) a partir de un conjunto de tablas en una base de datos relacional. Las vistas tienen la misma estructura que una tabla: filas y columnas. La única diferencia es que sólo se almacena de ellas la definición, no los datos.

**Target:** Las voces inglesas target y target group pueden traducirse por público objetivo, grupo objetivo o, simplemente, público. En las informaciones relacionadas con campañas publicitarias y de comunicación, principalmente, aparece a menudo el término target en frases como: «La película se dirige tanto al público joven como a un 'target' adulto», «Nueva oferta televisiva dirigida al 'target' femenino» o «Los jóvenes activos deportistas conforman el 'target' al que va dirigida esta campaña». El uso de la voz inglesa target (o target group) no aporta ningún matiz relevante -al menos en los contextos mencionados más arriba- que lo justifique frente a las formas españolas público objetivo, grupo objetivo o grupo de destinatarios.

**Clickbait:** Igual si escuchas eso de “cebo de clics” no es tan atractivo como su terminología anglosajona “clickbait”, pero para el caso significan lo mismo. Es la búsqueda del clic a partir de titulares tan atractivos que se hacen irresistibles para los usuarios.

**4Chan:** Es un tablón de imágenes en inglés lanzado el 1 de octubre de 2003. Originalmente sus foros fueron usados para publicar imágenes y discutir sobre manga y anime. Sus usuarios generalmente publican de forma anónima y el sitio ha sido ligado a las subculturas y activismo en Internet, el más notable es el Proyecto Chanology.

**Uber:** Es una empresa internacional que proporciona a sus clientes una red de transporte privado, a través de su software de aplicación móvil (app), que conecta



los pasajeros con los conductores de vehículos registrados en su servicio, los cuales ofrecen un servicio de transporte a particulares.

**TripAdvisor:** Es un sitio web estadounidense que proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes. También incluye foros de viajeros.

Los servicios del sitio web son gratuitos y son los usuarios quienes proporcionan la mayor parte del contenido. El sitio web se financia con publicidad.

**Hashtag:** El término inglés hashtag puede sustituirse por su equivalente en español etiqueta. Un hashtag es una palabra, frase o grupo de caracteres alfanuméricos que se emplea en las redes sociales para agrupar varios mensajes sobre un mismo tema; se identifica fácilmente, ya que está compuesto por el símbolo # (hash) y un nombre o etiqueta (tag), por ejemplo: #escribireninternet.

En los medios es frecuente encontrar este término inglés: «Los hashtags de Twitter cumplen diez años», «Los usuarios se divirtieron con el hashtag #PelículasEn1Tuit» o «El hashtag #PrayforBoston (reza por Boston) se ha colocado en la primera posición mundial».

**Hater:** La alternativa odiador es preferible al anglicismo hater para referirse a una persona que muestra continuamente su odio o rencor hacia alguien.

Empieza a ser habitual encontrar en los medios de comunicación ejemplos como los siguientes: «Así se enfrentan las empresas contra los haters en internet», «Si haces esto en las redes sociales, eres un hater» o «Arrasa atacando a sus haters en su nuevo videoclip».

El término hater, que procede del verbo inglés to hate —‘odiar’—, hace referencia a la ‘persona que odia algo o a alguien y dice o escribe cosas desagradables sobre alguien o critica sus logros, especialmente en internet y en redes sociales’.

**Ladis o Lord:** El nombre (lady y lord) parte de un prejuicio social o de un resentimiento de clase. El hecho de que las llamen así es porque los asocian con personas de clase alta con mucho poder y con estos adjetivos le dan un toque



irónico al suceso”. Además, comenta que “la gente encuentra placer en ver a los ricos, que creen que pueden saltarse la ley, haciendo el ridículo”.

**Emoji:** Los emoticonos son los símbolos creados con signos de puntuación y que suelen leerse inclinando la cabeza: :-), ;- ) o :-(. En cambio, los emojis son pequeñas figuras en color con valor simbólico: 😂. La palabra emoji proviene del japonés y se pronuncia como /emóyi/. Lo adecuado es escribirla en cursiva por ser un extranjerismo, aunque también se puede emplear la adaptación al español emoyi, en redonda. Pese a esa distinción original, en el uso general es frecuente y aceptable utilizar emoticonos para referirse a todos esos símbolos.

**Vine:** Vine fue una aplicación para iPhone que permite crear vídeos cortos de 6 segundos.

**E-commerce:** El e-commerce consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.

Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos, como por ejemplo el intercambio electrónico de datos. Sin embargo, con el advenimiento de la Internet a mediados de los años 90, comenzó el concepto de venta de servicios por la red, usando como forma de pago medios electrónicos como las tarjetas de crédito. Desde entonces, las empresas han estado preocupadas por mantenerse a la vanguardia y poder ofrecer lo que hoy en día sus clientes están demandando.



# Bibliografía.

---

<sup>A</sup> Jordi Casal, Enric Mateu. (2003). Tipos de Muestreo de Universitat Autònoma de Barcelona

<sup>B</sup> Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. Cuicuilco, 18(52), 39-49.

<sup>C</sup> Christakis, N. A., Fowler, J. H., Diéguez, A., Vidal, L., & Schmid, E. (2010). Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan (No. 302.30285 C4Y.). Madrid: Taurus.

<sup>D</sup> Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. 1.<sup>a</sup> edición. Madrid: Espasa Calpe, 2006

<sup>E</sup> Christakis, N. A., Fowler, J. H., Diéguez, A., Vidal, L., & Schmid, E. (2010). Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan (No. 302.30285 C4Y.). Madrid: Taurus.

<sup>F</sup> Christakis, N. A., Fowler, J. H., Diéguez, A., Vidal, L., & Schmid, E. (2010). Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan (No. 302.30285 C4Y.). Madrid: Taurus.

<sup>G</sup> Katia Silveira. (2015). ¿Qué dice la teoría de los seis grados de separación? 2015, de VIX Sitio web: <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/6376/que-dice-la-teoria-de-los-seis-grados-de-separacion>

<sup>H</sup> Redacción Univisión. (2017). Las secuelas de los XV de Rubí

<sup>I</sup> Martín Iraola. (2016). Por qué se contagian los ataques de risa. Mens Health

<sup>J</sup> Diccionario escolar de la real academia española. (2005).

<sup>K</sup> Isabel Ponce-k idatzia (2012) MONOGRÁFICO: Redes Sociales definición de redes sociales <http://recursostic.educacion.es/>

<sup>L</sup> Rubén Vázquez, (2014) México, primer lugar en penetración Social Media, Forbes

<sup>M</sup> Jess Cohen. (2016). 5 cosas que debes saber sobre el escándalo de las fotos de desnudos de famosas que se filtraron.... 2017, de E! Online Latinoamerica Sitio web: <https://www.eonline.com/mx/news/575245/5-cosas-que-debes-saber-sobre-el-escandalo-de-las-fotos-de-desnudos-de-famosas-que-se-filtraron>



---

<sup>N</sup> Lucía Vásquez. (2017). Clinton-Lewinsky: a 20 años del escándalo sexual que manchó la Casa Blanca y sacudió al mundo. La Nación, 6.

<sup>O</sup> Ana Nieto. (2017). Las 30 Redes Sociales más Utilizadas. 2018, de Web Empresa 20 Sitio web: <https://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>

<sup>P</sup> Datos Nacionales, Instituto Nacional De Estadística y Geografía. (2017) Estadísticas a propósito del día mundial del internet.

<sup>Q</sup> Arthur Hochstein. (25 de Diciembre 2006). Person of the year. Time Magazine, 26, 1.

<sup>R</sup> Filmora.com. (2017). Las estadísticas de YouTube en 2017. 2018, de Filmora Sitio web: <https://www.masquenegocio.com/2017/10/21/estadisticas-youtube-2017/>

<sup>S</sup> Helena Resano. (2006). Quién está detrás de YouTube. 2017, de 20 Minutos Sitio web: <https://www.20minutos.es/noticia/161070/0/youtube/google/paypal/>

<sup>T</sup> John Cloud. (2006). The YouTube Gurus. Time Magazine, 25, 13.

<sup>U</sup> Amezcua Laura, (2014) YouTube la meme que revolucionará a la publicidad. Oreon.dgbiblio.unam.mx. (2014). TESIUNAM

<sup>V</sup> Steve H. (2010). YouTube co-founder Chad Hurley steps down as CEO. 2017, de BBC News Sitio web: <http://www.bbc.com/news/technology-11657290>

<sup>W</sup> Arthur Hochstein. (25 de Diciembre 2006). Person of the year. Time Magazine, 26, 1

<sup>X</sup> Rich, M. (2018). Long Before Video, Japanese Fought Suicide in the 'Sea of Trees'. Nytimes.com. <https://www.nytimes.com/2018/01/05/world/asia/suicide-forest-japan-logan-paul.html>

<sup>Y</sup> Wakabayashi, D. (2018). YouTube Adds More Scrutiny to Top-Tier Videos. Nytimes.com. <https://www.nytimes.com/2018/01/16/technology/youtube-ads-scrutiny.html>.

<sup>Z</sup> Tiempo, C. (2017). Breve guía 'youtuber' para extraterrestres. El Tiempo. <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/que-es-y-que-hace-un-youtuber-32721>

<sup>AA</sup> Youtube.com. (2017). Premios Creadores de YouTube. <https://www.youtube.com/intl/es/yt/creators/awards>

---

<sup>BB</sup> Baeza, A. (2015). YouTube, YouTubers and “YouWriters”: los nuevos gurús – BiblogTecarios

<sup>CC</sup> Velázquez, K. (2018). Top 15: Los youtubers más famosos de México - Marketing 4Ecommerce. Marketing 4 Ecommerce: Revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.mx/youtubers-mas-famosos-de-mexico/> [Accessed 20 May 2017].

<sup>DD</sup> Andrés Sagrado Strik. (2014). Influencers: el poder de la recomendación en Internet. Influencers: el poder de la recomendación en Internet, de Forbes México Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/influencers-el-poder-de-la-recomendacion-en-internet/>  
/

<sup>EE</sup> Andrés Sagrado Strik. (2014). Influencers: el poder de la recomendación en Internet. Influencers: el poder de la recomendación en Internet, de Forbes México Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/influencers-el-poder-de-la-recomendacion-en-internet/>

<sup>FF</sup> Jenaro Villamil. (2016). Crisis en Televisa provoca salida de programas y recorte de personal. Proceso, 12, 3.

<sup>GG</sup> Viñas, Á. (1974). La Alemania nazi y el 18 de julio (Vol. 81). Alianza editorial.

<sup>HH</sup> Hitler, A., & Kampf, M. (1999). translated by Ralph Manheim. Mein Kampf.

<sup>II</sup> Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.185

<sup>JJ</sup> Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.193

<sup>KK</sup> Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.242

<sup>LL</sup> Cialdini, R. (2007). *Influence*. 2nd ed. p.262

<sup>MM</sup> YouTube. (2018). Brandcast 2017 Yuya, <https://www.youtube.com/watch?v=olPutrgmT9w..>

<sup>NN</sup> TIME.com. (2018). These Are The 100 Most Influential People In The World. <http://time.com/collection/2015-time-100/>.

<sup>OO</sup> YouTube. (2018). Dulces Son Los Frutos de la Adversidad | Karla Souza | TEDxCalzadaDeLosHéroes. <https://www.youtube.com/watch?v=kz6GON4ykNo>

---

<sup>PP</sup> Del Pino, C. (2007). Nueva era en la comunicación comercial audiovisual: El marketing viral/Viral marketing and the new age of audiovisual communication. *Pensar la publicidad*, 1(2), 63-75.

<sup>QQ</sup> Kutchera, J., García, H., Fernández, A. and Espíndola, C. (2014). *Éxito*. 1st ed. México: Grupo Editorial Patria, p.29.

<sup>RR</sup> Kutchera, J., García, H., Fernández, A. and Espíndola, C. (2014). *Éxito*. 1st ed. México: Grupo Editorial Patria, p.62.

<sup>SS</sup> YouTube. (2018). Brandcast 2017 Yuya, <https://www.youtube.com/watch?v=olPutrgmT9w>.

<sup>TT</sup> Hernández, J. (2018). Mujeres Poderosas Forbes 2017. Mónica Flores y Yuya • Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/media-videos/mujeres-poderosas-forbes-2017-monica-flores-yuya/>

<sup>UU</sup> Takahashi, H. (2018). 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores • Forbes México.

<sup>VV</sup> Takahashi, H. (2017). 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores • Forbes México. [online] Forbes México. Available at: <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.4TxW6ys> [Accessed 4 Oct. 2017].

<sup>WW</sup> Eduardo González (2013). El caso Fernando Martí, El Universal. <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/915144>.


<sup>XX</sup> Jiménez (2016). Conecta tu marca con los Millennials. Es.slideshare.net. <https://es.slideshare.net/carlosjimeneznet/conecta-tu-marca-con-los-millennials-31998237>

<sup>YY YY</sup> ¿Pixel-creativo.blogspot.mx. (2017). ¿Qué es el Clickbait? - Pixel Creativo. <http://pixel-creativo.blogspot.mx/2016/07/que-es-el-clickbait.html>

<sup>ZZ ZZ</sup> Miroslava Méndez (2016). Las 30 Falsas Muertes de las Redes Sociales. [online]<https://listas.20minutos.es/lista/las-30-falsas-muertes-de-las-redes-sociales-325678/>

<sup>AAA</sup> Marcela Perales (2018). ¿Qué es Legión Holk?. Milenio. [http://www.milenio.com/region/que\\_es-legion\\_holk-milenio\\_0\\_886711685.html](http://www.milenio.com/region/que_es-legion_holk-milenio_0_886711685.html)

<sup>BBB</sup> Ana Hernández (2018). La “Legión Holk” ¿Detrás del ataque armado en Monterrey?. El Diario de Yucatán. <http://yucatan.com.mx/mexico/breves-de-la-republica/la-legion-holk-detras-del-ataque-armado-monterrey>.



---

<sup>CCC</sup> Ramos-Serrano, M. (2007). Comunicación viral y creatividad. *Revista Creatividad y Sociedad*, 11, 202-226.

<sup>DDD</sup> Regan Monrris (2018). Vine: Cómo ganar mucho dinero haciendo videos de seis segundos BBC Mundo.

<sup>EEE</sup> Redacción Vanidades. (2014). *Juan Pablo Zurita, el joven mexicano que desfila para Dolce & Gabbana*.

<sup>FFF</sup> Staff, F. (2016). *México pagará por el muro fronterizo al 100%: Trump* • Forbes México.

<sup>GGG</sup> Daniel Martínez (2014). ¿Qué es Uber y para qué sirve? [https://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Uber-sirve\\_0\\_2369763002.html](https://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Uber-sirve_0_2369763002.html)

<sup>HHH</sup> Centro de ayuda. (2017). Cómo funciona Netflix <https://help.netflix.com/es/node/412>

<sup>III</sup> Airbnb.mx. (2016). Cómo funciona | Centro de ayuda de Airbnb. <https://www.airbnb.mx/help/getting-started/how-it-works>.

<sup>JJJ</sup> Uber.com. (2016). Iniciar sesión en tu cuenta Uber <https://www.uber.com/es-MX/sign-in/>

<sup>KKK</sup> Lionel Pairuna. (2017). ¿Qué es Netflix y cómo funciona? Salta, Argentina. <http://www.codedimension.com.ar/noticias-sobre-tecnologia/noticias/que-es-netflix-y-como-funciona/130>


<sup>LLL</sup> Luis P. (2016). ¿Sabes cuántos mexicanos son usuarios de Internet? <http://www.excelsior.com.mx/hacker/2016/03/14/1080806>

<sup>MMM</sup> Villamil, J.(2013). "Televisión para jodidos" Proceso. Proceso. <http://www.proceso.com.mx/336733/television-para-jodidos>

<sup>NNN</sup> @Flor C. (2012). Yo Soy 132, movimiento del siglo XXI. Contralínea.

<sup>OOO</sup> <sup>OOO</sup> Steve Parsons (2018). Home Office The Guardian. <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/jan/12/home-office-banks-check-immigration-status-of-current-account-holders>

<sup>PPP</sup> Fernando del Blanco. (2010). ¿'Home office' en la empresa? Elempresario.mx. <http://elempresario.mx/opinion/home-office-empresa>



---

<sup>QQQ</sup> Medina, M. (2014). El 'boom' de Airbnb y Blablacar. EL PAÍS  
[https://elviajero.elpais.com/elviajero/2014/11/20/actualidad/1416476140\\_464634.html](https://elviajero.elpais.com/elviajero/2014/11/20/actualidad/1416476140_464634.html)

<sup>RRR</sup> Manuel N. (2017) ¿Sabes cuántos mexicanos son usuarios de Internet?  
<http://www.excelsior.com.mx/hacker/2016/03/14/1080806>

<sup>SSS</sup> J., L. (2017). La Generación Z resulta ser más ambiciosa que la Millennial.  
Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/la-generacion-z-resulta-ser-mas-ambiciosa-que-los-millennials/>

<sup>TTT</sup> Erick C.. (2018). Significado de Haters. Significados.  
<https://www.significados.com/haters/> .

<sup>UUU</sup> María José P. (2017). La desaparición (y vuelta) de Michelle Phan en YouTube o la última historia sobre el peligro de ser un 'influencer' Vogue Magazine  
<http://www.vogue.es/belleza/articulos/michelle-phan-abandono-vuelta-youtube/29810>

<sup>VVV</sup> Josep-Lluís de Gabriel i Eroles. (2010). *Internet Marketing 2.0*. Editorial Reverté. P-163

<sup>WWW</sup> Kutchera, J., García, H., Fernández, A. and Espíndola, C. (2014). Exito.p-203