

LOS INFLUENCERS

Profesor coordinador: Pilar Martínez Castejón

Sabino Ortega Martínez, Pablo Ros Aznar, José Luis Segado Egea, Adrián Zaragoza Callejas.

IES Isaac Peral

Paseo Alfonso XIII, 59, 30203 Cartagena (Murcia)

30001746@murciaeduca.es

Hemos seleccionado este tema de investigación porque consideramos que en la actualidad es un tema que despierta interés entre la población más joven. El auge de las redes sociales se inicia en el siglo XXI y surgen con la finalidad de que la gente pudiera hablar públicamente con otras sin el hecho de tener que conocerse. El gran avance de las redes sociales fue poder compartir textos, fotografías, videos... Asistimos en los últimos años a la proliferación de un elevado número de personajes que a través de diferentes plataformas digitales (YouTube, twitch, instagram, tik tok...) aglutinan un elevado número de seguidores, consiguiendo así una gran influencia sobre la población a la que dirigen sus contenidos. En este trabajo vamos a analizar el término "influencer", si es una profesión o no y de qué modo condicionan o modifican las actitudes y conductas de los adolescentes. Sus contenidos incluyen mensajes publicitarios, más o menos encubiertos, constituyendo esta publicidad una parte fundamental de sus ingresos económicos. Las personas con mayor influencia en redes sociales utilizan las noticias con mayor repercusión social para dar su opinión, careciendo en la mayoría de los casos tanto de formación previa como de información veraz y fiable del tema tratado. También vamos a tratar de averiguar la estabilidad y duración del "oficio" u "ocupación" de influencer, así como si intentan asegurarse su estabilidad económica futura con otro tipo de negocios o trabajos.

Palabras clave: *Influencer, redes sociales, influencia, noticias de interés, publicidad, oficio.*