

LA POPULARIDAD EN REDES SOCIALES: RELACIÓN ENTRE EL VACÍO  
EXISTENCIAL Y UN POSIBLE SURGIMIENTO DEL ESTADO DEPRESIVO  
EN INFLUENCERS DE SANTANDER DE QUILICHAO

EDWIN ANDRÉS DÁVILA MARÍN

JOHANA LUCIA FERNÁNDEZ ORTIZ



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN



FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA  
CAMPUS ÁLVARO ULCUÉ CHOQUÉ

MAYO 2023

LA POPULARIDAD EN REDES SOCIALES: RELACIÓN ENTRE EL VACÍO  
EXISTENCIAL Y UN POSIBLE SURGIMIENTO DEL ESTADO DEPRESIVO  
EN INFLUENCERS DE SANTANDER DE QUILICHAO



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN



EDWIN ANDRÉS DÁVILA MARÍN

JOHANA LUCIA FERNÁNDEZ ORTIZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PSICÓLOGOS

DIRECTOR PROYECTO DE GRADO

PS. RODNEY STEVEN HUERTAS MOTTA

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN

CAMPUS ÁLVARO ULCUÉ CHOCUÉ

MAYO 2023

### **Agradecimientos y dedicatoria**

Inicialmente queremos agradecerle a Dios por permitirnos llegar hasta este momento, a la Fundación Universitaria de Popayán, Campus Álvaro Ulcué Chocué y al Programa de psicología, por brindarnos por medio de los docentes capacitados sus conocimientos pertinentes para lograr podernos convertir en profesionales.

De igual modo les agradecemos a nuestras familias que siempre han estado apoyándonos; a nuestros padres, abuelos, hermanos, por la paciencia, amor, comprensión. A nuestros compañeros y pareja por apoyarnos, y acompañarnos en toda esta carrera, que ha sido llena de muchas experiencias.

Asimismo, poderles agradecer a la comunidad de los influencers del municipio de Santander de Quilichao especialmente a Janer Esteban Quiñones “El Mincho” que ya partió de este mundo, influencer que nos motivó a realizar desde su experiencia nuestra investigación.

Respectivamente les agradecemos a nuestros docentes que han sido parte de todo este largo camino universitario por transmitirnos los conocimientos para hoy estar donde estamos, a los directores de trabajo de grado en especial al Ps Rodney Steven Huertas Motta porque ha sido la guía para poder elaborar el trabajo de grado, por enriquecernos de sus experiencias como profesional para así finalizarlo, permitiéndonos adquirir más conocimientos sobre la carrera y la investigación.

A mi compañero de trabajo de grado Edwin Andrés Dávila que se convirtió en mi confidente, gracias por el tiempo, dedicación, sacrificio, amor que has tenido para realizar y finalizar nuestro trabajo. Cada momento de estrés, tristeza.

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

APROBADO  
Nota de aceptación

RODNEY STEVEN HUERTAS  
Rodney Steven Huertas Motta  
Director del trabajo de grado

BIBIANA PÉREZ  
Bibiana Pérez Gonzales  
Jurado 1

Jaime Hernán Rosero Bucheli  
Jaime Hernán Rosero Bucheli  
Jurado 2

Diana Isabel Velandia Díaz  
Diana Isabel Velandia Díaz  
Coordinadora programa de psicología

## Índice

1. Introducción, 8
2. Formulación del problema, 10
3. Antecedentes de investigación, 13
  - 3.1 Contexto, 17
4. Justificación, 18
5. Objetivos, 19
6. Marco teórico, 20
7. Metodología, 23
  - 7,1. Figuras, 27
8. Análisis de resultados, 29
9. Conclusiones, 39
10. Recomendaciones, 40
11. Bibliografía, 41
12. Anexos, 45

### **Lista de Figuras**

Figura 1. Categorías teóricas, (p. 28).

Figura 2. Categorías emergentes, (p. 29).

Figura 3. Resultados de la ejecución del Test de Zung en los influencers de Santander de Quilichao, (p. 35).

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo describir cómo influye la popularidad de las redes sociales en la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los creadores de contenido de Santander de Quilichao. Lo anterior mediante una investigación cualitativa de tipo descriptiva, que se llevó a cabo por medio de una entrevista semiestructurada y la aplicación del test de Zung a los participantes, logrando que se pudiera identificar desde sus experiencias en las redes sociales el cumplimiento del objetivo establecido en esta investigación. Obteniendo finalmente como resultado, que sí se destacó por lo menos en dos de ellos, un estado depresivo derivado de la pérdida de privacidad relacionado con la popularidad en las redes sociales.

**Palabras claves:** *redes sociales, influencers, popularidad, vacío existencial, estados depresivos*

## Abstract

The study aims to describe how the popularity of social networks influences the relationship between existential emptiness and a possible emergence of depressive state in content creators from Santander de Quilichao. The foregoing through a qualitative descriptive investigation, which was carried out through a semi-structured interview and the application of the Zung test to the participants, making it possible to identify from their experiences in social networks the fulfillment of the objective established in this research. Finally obtaining as result, which does stand out in at least two of them, a depressive state derived from the loss of privacy related to popularity in social networks.

**Keywords:** *social networks, influencers, popularity, existential emptiness, depressive states*

## Introducción

La era digital está cobrando una gran importancia en la cotidianidad, puesto que las redes sociales se han convertido en una parte integral para el ser humano, permitiendo tener una comunicación más rápida y eficaz con las demás personas, pero también es necesario esclarecer que estas son utilizadas de otras formas, como por ejemplo para crear contenido ya sea de reflexión, humorísticos, entre otros, haciendo que se creen como lo indica Trijueque (2010), una realidad digital paralela a una realidad física.

La presente investigación, se centra en describir cómo influye la popularidad de las redes sociales en la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao. Ya que la popularidad según Goffman, (1959), se define como la admiración que se le puede dar a una persona de ser aceptado y ser seguido por la sociedad. Convirtiéndose en un foco de viralización que al parecer ahora en día es importante en la sociedad. Sin embargo, el creciente fenómeno de los influencers ha llevado la popularidad en las redes sociales a un nivel completamente nuevo. Estos individuos que han logrado adquirir una gran cantidad de seguidores y una influencia significativa, se han convertido en figuras reconocidas y admiradas en la sociedad actual.

De este modo, al ser popular en las redes sociales ha provocado en los influencers una pérdida en la privacidad, problemática que ha ido aumentando, debido a la potencialización que ha generado el uso constante de las redes. Ahora bien, esto no implica solamente que se desconozca la condición humana de ellos, puesto que en algún momento pueden ser susceptibles a experimentar situaciones conflictivas que terminan alterando el estado anímico.

Por lo cual, es importante realizar investigaciones que desde nuestra disciplina permitan comprender la importancia del bienestar psicológico de estas personas, ya que teniendo en cuenta las entrevistas y la aplicación del test de Zung, se evidenció que los influencers al perder progresivamente la privacidad, empiezan a experimentar una especie de vacío existencial, exponiéndose así a recibir toda clase de juzgamiento o intimidaciones, lo cual conlleva a sentir: desmotivación, frustración, y desesperanza, hasta el punto de desencadenar estados depresivos.

De esta manera, se considera que la investigación es pertinente puesto que, mediante la actividad de crear contenido, los influencers han encontrado una manera de salir de la rutina, pero en algunos casos, terminan desbordados psicológicamente por dicha problemática, afectando la pérdida de la privacidad y como resultado exponiéndose a experimentar estados depresivos.

Según lo anterior la investigación se orientó desde el enfoque cualitativo, con un tipo de estudio descriptivo permitiendo explorar y especificar las situaciones que han vivido los influencers para poder describirlas a través del método fenomenológico. El cual establece que el investigador comprende las experiencias de los participantes tal cual como se manifiestan. De esta forma, los instrumentos que se implementaron corresponden a una entrevista semiestructurada y a la aplicación del test de Zung con el fin de cumplir con los objetivos propuestos en la investigación.

Los resultados de esta investigación dieron a conocer que los cinco participantes sí han experimentado el vacío existencial de acuerdo con lo encontrado en las entrevistas y según lo comprendido desde la teoría de Viktor Frankl; por otro lado, dos de ellos presentaron un estado depresivo leve de acuerdo con lo identificado por medio del test de Zung.

### **Formulación del problema**

La popularidad es un concepto que ha existido desde hace mucho tiempo en la historia de la humanidad. Goffman (1959), refiere lo siguiente:

La popularidad puede definirse como la capacidad de una persona para ser aceptada, admirada o seguida por la sociedad, Por ejemplo, en la antigua Grecia, los líderes políticos y militares eran populares entre la población debido a sus habilidades y logros. En la antigua Roma, los gladiadores eran populares debido a su valentía en el campo de batalla y su éxito en las arenas de lucha. (p. 212).

Antes de la aparición de medios masivos de comunicación, obtener fama era muy difícil. Esto se puede atribuir a la carencia de recursos que permitieran el envío y recepción de información sobre lo que alguien realizaba de manera extraordinaria. Así pues, cantantes, actores, artistas, científicos, políticos, y entre otros, lograban gozar de influencia y poder solo en ciertos sectores de la sociedad; en los cuales disfrutaban de un mayor estatus y privilegio, realidad que poco a poco se ha transformado gracias a la evolución del internet, así como del posicionamiento de los dispositivos tecnológicos y la diversificación de las redes sociales.

Hoy, debido a las nuevas tecnologías y redes sociales, cualquier persona puede ser foco de viralización y con ello ganar popularidad en cualquier parte del mundo. En Colombia, se evidencian casos de personas que fueron grabadas sin autorización de los protagonistas y sus vídeos han terminado en redes sociales con la vista de millones de personas. La situación es compleja porque se puede hacerse viral cualquier contenido que parezca gracioso, atractivo o que genere morbo en las personas: videos con contenido sexual, violentos o que ponen en burla su inteligencia; al mismo tiempo, cada vez un creciente número de personas encuentran las redes sociales como una salida para emplearse y tener una remuneración económica, por cierto, con muy buena paga si se alcanza grandes números de visualizaciones.

Es interesante analizar cómo ha crecido exponencialmente la cifra de usuarios que consumen las redes sociales desde su surgimiento hasta hoy. En Colombia, por ejemplo, según la Revista Semana (2021), el número de usuarios activos en redes digitales ha aumentado a más de 39 millones de colombianos; teniendo en cuenta que la población total es de un poco más de 50 millones de personas, ocupa unos de los primeros países con mayor crecimiento en esta área.

Así mismo, es importante hablar sobre la popularidad en las redes sociales, ya que es un factor cada vez más esencial e importante para las personas en la sociedad de hoy, como si de la popularidad dependiera la identidad e incluso la valorización de las personas. Esta situación ha llevado a transformar el concepto de privacidad, necesidad creada puesto que los influencers se ven más expuestos ante la sociedad haciendo que fácilmente en algún momento las personas pueden empezar a cuestionar y a emitir juicios provocando en ellos, ciertas situaciones emocionales complejas hasta el punto de entrar a cuestionarse si realmente hay un sentido en dicha elección de vida y paradójicamente pueden experimentar una especie de vacío existencial en sus respectivas experiencias vitales.

Por su parte, así como hay personas que consumen contenido en redes sociales, hay otras que lo generan. Y aquí se encuentra el foco de la presente investigación. Para nadie es un secreto que por medio de las redes sociales se puede adquirir un sustento económico estable, por ende las personas influencers obtienen una remuneración, dando como respuesta el apoyo de las personas de modo que exista una popularidad en ellas, pero esto es contraproducente, ya que debido a la popularidad, la persona influencer se expone al público con una consecuencia de terminar perdiendo la pérdida de la privacidad en su vida cotidiana. Esto genera un impacto en el estado anímico de la persona que antes de ser creadora de contenido llevaba una vida común, por ejemplo él podía caminar en cualquier sitio sin ningún tipo de inconveniente y de un momento a otro está en los ojos de todo el mundo, debido a eso, las personas tienden a juzgar cada acto que realiza, así como hay miles de personas que escriben mensajes alentadores y buenos, también hay miles de personas que insultan y la única intención es tratar de hacer sentir mal al influencer, provocando que este factor pueda influir en su salud mental, tal como sucedió con el caso del influencer *Polinardo la ley* que según la Revista universal (2022) este influencer falleció en la ciudad de Medellín, explicando que la causa de su muerte fue un suicidio.

Casos como estos y más no divulgados existen dentro de esta comunidad y que cada día van aumentando en la sociedad.

En Santander de Quilichao se ha evidenciado el incremento de personas influencers. Es de suma importancia investigar en este aspecto, ya que está en un constante peligro el bienestar psicológico de estas personas, pudiendo así, desencadenar estados depresivos al perderse progresivamente la privacidad, Como lo indica Carrillo y Rodríguez (2019) “hoy en día entre más se elimina la privacidad en las redes sociales hay posibilidades que empiecen a seguirlos más personas. Esto ha generado, que los influencers sean controlados por sus seguidores, ya que son ellos quienes comentan, y opinan y no, que ellos mismos decidan el contenido que desean publicar” (p. 81)

Relacionándose a su vez, con una especie de vacío existencial, puesto que al exponerse y recibir toda clase de juzgamiento o intimidaciones pueden ocasionar en ellos; desmotivación, desesperanza y un sinsentido al momento de seguir creando contenido, como también este vacío existencial se puede identificar como lo indica Vergara (2018), para los influencers el sentir la presión de estar totalmente expuestos, estar constantemente activos, estos le dan una gran importancia a la cantidad de seguidores que se unen, los likes, los comentarios y opiniones, haciendo que cuando no se obtienen estas interacciones empiezan a experimentar una sensación de vacío porque sienten frustrados, e muchos invisibles ante la comunidad.

Según lo anterior también es importante tener en cuenta el concepto de exposición de información. Según Lewis, Kaufman y Christakis (2008), “plantean que un perfil denominado como privado es cuando el usuario toma la decisión para limitar la visibilidad de su perfil y así mismo toma el control sobre la clase información que quiere mostrar en su perfil” (p. 2). Que por el contrario para la mayoría de los creadores es un factor fundamental para su exposición y así mismo su crecimiento en las redes sociales.

Esta forma de exposición vivida por los influencers en las redes sociales ha provocado que cada día se utilice de manera masiva el asunto de adquirir una popularidad

en estas, convirtiéndose en una práctica casi que, al alcance de toda clase de persona sin importar la edad, el género y hasta la misma posición socioeconómica.

Si bien para Normol (2011) argumenta que:

Las redes sociales pueden llegar a ser un servicio moderno con escasa trayectoria en la web, debido a que la mayor explosión por el furor de las mismas surgió en los últimos años logrando una verdadera masificación en su uso, lo cierto es que su origen se remonta a más de una década. (párr. 8)

Posteriormente, en los últimos años han ido evolucionando las diversas redes que permite no solo la interacción, popularidad, sino también una comunicación más estrecha convirtiéndose en uno de los componentes de las plataformas de internet más propagados por la sociedad. Debido a esta popularidad en redes sociales, el influencer pierde su privacidad, siendo el caso de que sus seguidores no respetan su espacio personal. A partir de ahí, ya no podrá realizar actividades propias de su vida cotidiana como lo hacía antes de ser popular en redes sociales. Por lo cual, esto puede conllevar a experimentar una especie de vacío existencial en su ámbito laboral y para él ya no tendrá sentido realizar todo lo que hace, y posteriormente se contempla la posibilidad de terminar surgiendo un estado depresivo en su vida.

Siendo así, se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Existe algún impacto generado por la popularidad de las redes sociales con relación al vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en influencers de Santander de Quilichao?

### **Antecedentes de la investigación**

De acuerdo con los siguientes antecedentes dejan ver diversos estudios establecidos en distintas áreas y enfocados en explorar la popularidad en redes sociales y la relación que ésta puede tener entre el vacío existencial y un posible surgimiento de estados depresivos en influencers de Santander de Quilichao.

Teniendo en cuenta las diversas investigaciones existentes se tiene que, la popularidad como lo justifica Mercedes en su investigación “las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes el fenómeno de Facebook y su influencia” publicada en el año 2012, que se llevó a cabo en el país de Argentina con una población de jóvenes entre los 14 y 17 años, donde se describe cómo la sociedad específicamente los adolescentes cada día hacen parte de la red que acoge el reconocimiento por medio de las plataformas digitales, teniendo la necesidad de ser expuestos y aceptados por la sociedad digital y así mismo provocando que cada uno de ellos llegue al límite de exponer su vida privada hacia miles de personas.

Del mismo modo para Trijueque (2010), en su investigación “Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)” se aborda desde la población juvenil de España debido a que estudios previos, con los que se basaron en la investigación identifican que los jóvenes son los que hacen más uso de las redes sociales, donde hace referencia a cómo las redes sociales han podido ir creando una realidad digital paralela a una realidad física en todos los ámbitos, haciendo énfasis a la necesidad de ser parte de las plataformas en el día a día, y aún más en ser una persona reconocida por los medios, y no solo sentirse aceptado sino también poder encontrar su identidad dentro de la sociedad.

Por su parte, para Ruano y Maca en su investigación (2017) “Motivación en el uso de redes Sociales Virtuales” exponen el por qué las personas buscan una motivación por medio de las redes sociales, teniendo en cuenta la importancia sobre el tener la necesidad de ser popular por su entorno, compartiendo a las demás personas sus expresiones, emociones, reacciones, pensamientos, ocasionando una leve obsesión por esta actividad.

Varona y Peña (2020) en su investigación “Percepción y uso de las redes sociales por adolescentes” donde se tuvo en cuenta una muestra de 324 adolescentes entre un rango de edad de 14 a 16 años de cuatro centros educativos de la ciudad de Oviedo. Estos autores de encargan de describir los efectos que trae consigo mismo las plataformas digitales en las emociones y así mismo identificar si la popularidad hace parte de un estatus social; “Si no estás en alguna red social eres un pringado”, “Para no decaer socialmente”, “Sino la gente se ríe de ti o te mira raro”, “Te da cierta popularidad”.

Asimismo, es relevante poder referir un estudio realizado por PSICOSOC (2011) denominado “El sentido de vida en los jóvenes: redes sociales, relaciones significativas y actividades de ocio”, que se aborda con 346 participantes en este caso jóvenes universitarios y no universitarios entre 16 y 30 años de Madrid, donde identifican que ese sentido de la vida se reduce cada vez, desde el momento en que se da más prioridad a la utilización de las redes sociales.

Por el contrario “DATE LIKE” Una propuesta para el uso positivo de redes sociales” es una investigación realizada por Rodríguez y Ramírez (2019), a bordo en una población de adolescentes entre los 14 y 16 años que cursan noveno grado de la institución educativa CASD en Armenia Quindío, con un grupo base de 20 participantes, donde se aborda no solo la propuesta sino también da a conocer el manejo de las distintas informaciones inadecuada que se suministran en cada una de ellas por parte de los usuarios que compete esta comunidad digital dando como finalidad poderse exponer para así poder adquirir popularidad social.

Ahora bien, es importante no dejar de lado el impacto emocional que trae consigo mismo el ser reconocido en las distintas plataformas digitales que día a día van creciendo, es así como lo interpreta Villegas (2022) “los captadores de atención: Influencers ante las lógicas de las plataformas digitales” para los creadores de contenido el hacer parte de las plataformas y aún más el ser reconocido por miles y/o millones de personas es difícil ya que se debe de tener la estabilidad constante en estar activos en las distintas plataformas, haciendo que se genere una presión en los influencers, viviendo con el temor de que si se dan un espacio y dejan de lado las redes sociales, van a existir mensajes o comentarios negativos frente a ellos sin saber sus situaciones provocando un inesperado impacto en la falta de privacidad y un posible vacío existencial consigo en muchos pensamientos autodestructivos llegando a tener estados depresivos.

Es por ello que al irse abordando más sobre este tema que al final es una problemática que se refleja en los influencers, es importante evidenciar que para Chicaiza (2022), el inadecuado uso que se les da a las plataformas en este caso las redes sociales puede desenlazar conductas negativas ante situaciones e influir en su desarrollo lo que conlleva a que cualquier acto delicado realizado por parte del influencer pueda afectar en

otra persona. Lo que en algunos casos puede provocar malas decisiones, al momento de imitar una acción de un influencer, también esta acción es moldeada por la educación y estándares de ética que tenga la persona que está siendo influenciada.

Al experimentar los influencers un impacto negativo en el bienestar psicológico debido a las diversas demandas provenientes del entorno, se pueden derivar estados depresivos al alterarse en gran medida la privacidad, estando presente un especie de vacío existencial, es ahí donde Quintero y Gil (2020) hacen una exhausta investigación “La ansiedad y la depresión derivadas del abuso de las redes sociales: un análisis relacional” donde especifican que las redes sociales así como tienen ventajas para la comunicación, también tiene desventajas ante el surgimiento de estados depresivos y de ansiedad debido a la cantidad de tiempo que la persona consume bajo estas plataformas.

Según Tamayo (2012) en su investigación “Redes sociales, en internet, patrones de sueño y depresión” donde participaron 120 adolescentes con un promedio de edad entre 15 a 22 años de una institución de México, estos autores mencionan varios de los síntomas que se pueden presentar debido al inadecuado manejo de tiempo que pasan en las redes sociales siendo en esta una situación la pérdida de sueño, necesidad de estar siempre produciendo, la baja autoestima y con ella estado depresivo Aquí es donde se puede identificar cómo van influyendo de forma masiva diversos síntomas que han establecido con anterioridad y que no solo se padece en las personas que visualizan los contenidos, sino que también afecta a los creadores de estos videos.

Herrera et al. (2010) a través de su investigación “La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales” quisieron identificar por medio de 63 alumnos de la universidad Iberoamericana de la Ciudad de México, de los cuales 60.3% eran mujeres y 39.7% hombres, y el mayor porcentaje de edad fue 22 años. de varias técnicas si existía una clara relación entre estos factores dando como resultado una gran exposición no solo a la relación sino también a que entre más exista la adicción de usuarios a Facebook son más propensos a ser personas depresivas con una baja autoestima y menos habilidades sociales.

Por otra parte, es importante identificar la relación del vacío existencial, tema que se establece con anterioridad y que va ligado con estados depresivos, siendo un elemento clave en la afectación que experimentan los influencers.

Polo (2006), menciona a través de su artículo “reflexiones del pensamiento existencial ante el suicidio” partiendo una comprensión desde la psicología existencial al describir cómo por medio del vacío existencial surge la depresión ligada con el suicidio, intentado revisar la necesidad de preguntarse cada individuo sobre el significado y el sentimiento de la vida.

Para Duque y Ramírez (2012) en su artículo “El vacío existencial como desafío para los actuales educadores” dan a conocer con base a los estudios realizados por el autor Viktor Frankl, donde se hace un énfasis en cómo las redes sociales aparte de ser un mecanismo de comunicación eficaz, sencillo de utilizar y práctico, también se ha convertido en un abismo de violencia, intolerancia, que abre una brecha al desinterés frente a la vida.

Por su parte Castro Castro (2006) en su investigación “la vida no tiene sentido: el vacío existencial en estudiantes de pregrado en la U.C.A.B” contando con 123 participantes de la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas, donde explican el significado que se tiene sobre el origen de la vida y el vacío existencial teniendo en cuenta especialmente en estudiantes de pregrado, analizando el grado de estructuración del significado de la vida en que se encuentra cada una de ellos. Basándose además en las teorías de diversos autores teniendo en cuenta las respectivas carreras que estudian, sexo, edad, entre otras categorías.

Por último, para Mejía y López (2004) en su investigación “El vacío existencial como expresión sintomática actual en personas que asisten a psicoterapia”, donde participaron 47 personas entre los 20 a 59 años de edad de Guatemala, donde dan a conocer cómo en una población se presentan diversas problemáticas, cómo la falta del quehacer en el diario vivir conlleva a que se ponga en desequilibrio su salud mental, cuestionándose de

esta manera la identidad personal, y finalmente, la forma en que se llega a experimentar el vacío existencial.

### **Contexto**

La investigación es realizada en Santander de Quilichao Departamento del Cauca, fundada en el año de 1543 por el adelantado Sebastián de Belalcázar, Santander de Quilichao está ubicado al sur occidente de Colombia, en la zona norte del departamento del Cauca, limita al norte con los municipios de Villarrica y Jamundí, al occidente con Buenos Aires, al oriente con Caloto y Jámalo, y al sur con Calono.

Es así como este municipio tiene un potencial turístico que se hace necesario desarrollar para fortalecer de este modo otro renglón más de su economía al tiempo que promociona la gran riqueza sociocultural, histórica y paisajística que presenta la región y esa característica propia del Quilichagueño como persona amable jovial.

Este potencial está representado en su estratégica posición geográfica, en su diversidad climática paisajística, producto de contar con diferentes pisos térmicos; pero, principalmente a su conformación pluriétnica que representa su condición de multiculturalidad, la mayor de sus fortalezas.

### **Justificación**

La afectación que genera la falta de privacidad en los influencers al ser populares a través de las plataformas digitales, es una problemática que ha ido aumentando, debido a la potencialización que ha generado el uso constante de las redes sociales, tales como: Instagram, Facebook, Youtube, Tik Tok, y entre otras, lo cual ha ocasionado que muchos seguidores tengan idealizado al influencer como un personaje de las redes sociales y no como una persona que puede experimentar todo tipo de emociones, sin tener en cuenta la pérdida de privacidad derivada de las mismas, las cuales tienden a incidir en el surgimiento del vacío existencial y la posible relación con el estado depresivo.

Es importante abordar esta problemática, debido que afecta directa e indirectamente a los influencers y a sus familias en el diario vivir, como por ejemplo ya no tienen la oportunidad de salir a espacios públicos solos o con sus familiares por la falta de privacidad, el tiempo que pasan creando contenido en muchos de los casos tampoco les permite hacer más actividades, como ejercicio y tener buenos hábitos de alimentación. Como lo indica Garrido (2021), al ser expuesto en las redes sociales también se contempla la constancia que se debe de tener en ellas, haciendo que se convierta en una presión, debido a que su contenido sea perfecto, adecuado, respetuoso, sin discriminar a las personas, provocando que en muchos casos tengan que renunciar a su vida personal, por cumplir con los plazos de publicación, entre otras cosas y con ello puede presentarse un desgaste en su bienestar psicológico.

De igual modo, es importante tener en cuenta cómo ha ido incrementando el uso de las redes sociales en las personas “consumidoras” de contenido que generan los influencers en Santander de Quilichao, puesto que algunos terminan vulnerando la privacidad de ellos y no entienden que detrás de cada influencers existe una vida personal, la cual amerita el mismo respeto por parte de la sociedad. Por ello es relevante llevar a cabo esta investigación debido a que la popularidad de los influencers es un tema que durante el año 2023 ha ido aumentando cada vez más de manera silenciosa. Por ello que esta investigación es pertinente porque está situado en el área estratégica institucional, *individuo, comunidad y cultura*, al brindar la posibilidad de entender cómo funciona la popularidad e influye la falta de privacidad en los influencers, de tal forma este estudio se fundamenta en la línea de investigación *estudio del desarrollo humano y social*, que permite contribuir a la psicología en un contexto diferente e innovador, para poder identificar si existe una relación entre el vacío existencial y el surgimiento de un posible estado depresivo.

Finalmente, se puede enunciar que es una investigación novedosa, que poco se ha investigado a nivel local, y de este modo amerita que puedan irse incrementando estudios académicos y reflexivos enfocados en dicha problemática.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Describir cómo influye la popularidad de las redes sociales en la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en cinco influencers de Santander de Quilichao.

### ***Objetivos específicos***

Reconocer cómo surge el vacío existencial producido por la popularidad de las redes sociales en cinco influencers de Santander de Quilichao.

Identificar el índice depresivo en cinco influencers de Santander de Quilichao, a través del test de Zung.

Comprender la posible relación entre el vacío existencial y el índice depresivo de los influencers de Santander de Quilichao.

## **Marco Teórico**

Con esta investigación se busca describir el impacto que produce la popularidad en las redes sociales, y la relación con un estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao, por lo que es importante mencionar que un influencer.

Según Medina (2021), “Es responsable de plasmar información escrita o audiovisual para las plataformas digitales. Independientemente del tipo de información, el contenido suele tener un objetivo final” (pp.1-2).

Cada creador, tiende a realizar contenido diferente, entre ellos humor, educativo e informativo. Por ello, según Villegas y Castañeda (2020) consideran lo siguiente:

Hablar de contenidos digitales es hablar de información depositada en el ciberespacio en diferentes formatos con el fin de ser leída; los usuarios ejecutan estas acciones, periodistas, marcas e influencers que son influyentes dentro de una red social, debido al tipo de contenidos que crean y comparten entre sus seguidores a través de blog, páginas web y redes sociales, y las plataformas más consumidas a nivel mundial. (p. 272)

De acuerdo con una definición propuesta por Muñoz-Leiva et. al. (2021), un influencer es "un usuario de redes sociales con un alto número de seguidores y que cuenta con cierta autoridad o credibilidad en un tema específico" (p. 55). Por lo tanto, un influencer no solo tiene muchos seguidores, sino que también se considera un experto en un campo determinado.

Los influencers pueden ser contratados por marcas para promocionar sus productos o servicios en sus publicaciones, lo que se conoce como marketing de influencers. Según una investigación realizada por Pérez-Montoro et. al. (2018). El marketing de influencers se ha convertido en una herramienta cada vez más utilizada por las empresas para llegar a su público objetivo y generar engagement en las redes sociales.

Estos influencers hacen uso de las diferentes plataformas digitales para poder distribuir su contenido al público al que deseen llegar y que tiene la capacidad de influir en las decisiones de compra o en las opiniones de su audiencia sobre distintos temas. Según Villegas y Castañeda (2020):

A partir de la popularización de redes sociales como Facebook, YouTube, Twitter, y posteriormente Instagram y Pinterest, se expandió el consumo de redes sociales para el intercambio de información, en Colombia entre los años 2000 al 2018 creció

exponencialmente el consumo de contenidos digitales a través de diferentes redes sociales, actualmente contando con más de 33 millones de usuarios. (p. 259).

Es evidente que en los últimos años ha aumentado el consumo de las redes sociales, los contenidos del influencers tienden a llegar a millones de personas las cuales brindan su apoyo a su influencers favorito, existen redes sociales que brindan monetización a los influencers, lo cual al realizar una publicación cuentan con un apoyo monetario además del apoyo moral que les brinda su público. Sin dejar de un lado que dentro de las personas que visualizan el contenido, existen personas que no saben que los influencers además de generarlo tiene una vida social y privada aparte; ocasionando en muchos de los casos acoso tanto de forma virtual como en persona a sus influencers favoritos, para el creador de contenido esta problemática causa que pierdan totalmente su privacidad, exponiéndose al público viéndose afectado emocionalmente.

Por otra parte, es importante considerar que los seres humanos son seres cambiantes, que están en constante búsqueda de la felicidad, a veces la felicidad se ve sesgada por alguna razón externa y entramos en conflicto con nosotros mismos, según (Frankl, como se citó en Duque & Ramírez, 2012) “El vacío existencial es el sentimiento que lleva al ser humano a pensar que no hay razones para vivir. A criterio de Frankl, quien sufre de un vacío existencial no quiere ni siente sentido por vivir su vida”. (p 38)

Para García et al. (2008). el vacío existencial basado en la teoría de Frankl, indica que cuando se obtiene la pérdida del sentido de la vida, se origina con esta una frustración que da origen a la desesperanza caracterizada por la duda de sentido; por un vacío existencial que se manifestaría en un estado de tedio, pérdida y falta de control sobre la propia vida y ausencia de metas vitales, desmotivación entre otras.

Es por esto que es necesario poder identificar cada uno de los factores que influyen en manifestaciones tales como la desesperanza, las cuales pueden dar un inicio a estados depresivos, ideaciones suicidas y a aquellas sensaciones de inutilidad hacia la vida que por momentos pueden surgir en los influencers.

Arango et al. (2015). “definen la depresión desde la teoría de logoterapia como alteraciones que corresponden a cada una de las dimensiones de la persona biológica, psicológica y espiritual” (p. 212). De esta manera van de la mano con estados afectivos negativos, caracterizado por manifestaciones como tristeza, fracaso, frustraciones existenciales, desesperanza, aburrimiento, falta de proyección, aislamiento, llegando a ocasionar ideaciones suicidas.

Para nadie es un secreto que la depresión es un problema que ha venido creciendo y que no solo influye en las personas del común si no también ha ido creciendo de manera muy silenciosa en los creadores de contenido debido a su exposición y al enfrentarse con diversos comentarios y/o situaciones que hacen que influyan en su pensando generando un desequilibrio a nivel de su salud mental, llevando consigo a que estas personas se suiciden.

Asimismo, para (Frankl, como se citó en Arango et al, 2015).

La frustración, conlleva a un vacío existencial y con esta al suicidio que no debe ser entendido como un medio para solucionar un problema o conflicto; no se trata de un aspecto de falta de valor o humildad, se trata de una cuestión espiritual que reflejan: una ausencia de propósito vital (p. 212).

## **Metodología**

### **Enfoque de investigación**

Esta investigación se centró en la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en influencers de Santander de Quilichao, donde se desarrolló un proceso de investigación partiendo desde el enfoque cualitativo, el cual según Sampieri (2014) refiere que, “la investigación cualitativa, examina la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (p. 358).

El enfoque cualitativo, para Sampieri (2014), se puede desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos, estas actividades sirven para evidenciar cuáles son las preguntas de investigación más relevantes para después perfeccionarlas y responderlas.

De acuerdo a los resultados que se quieren obtener, se tienen en cuenta experiencias, pensamientos, técnicas, visiones investigadas; el objetivo principal es poder abordar de una manera específica los diversos casos que se está presentando de manera individual abarcando sus diversas vivencias en el proceso de ser popularizados en las redes sociales repercutiendo principalmente en la vida privada.

Según, Álvarez (2014), los objetivos de la investigación cualitativa se pueden dividir en cinco grupos; adoptar una actitud abierta al aprendizaje, detectar los procedimientos que exige cada momento, presentar una visión detallada, centrarse en el individuo y comprender las circunstancias que rodean su entorno. La comprensión y aceptación de estos objetivos, permitirán al investigador utilizar de forma efectiva las herramientas cualitativas para investigar los fenómenos sociales naturales sin perder de vista su origen. (p 24).

Es decir, por medio de este enfoque podemos brindar la oportunidad de llevar a cabo un análisis de forma subjetiva de cada participante teniendo en cuenta sus diferentes experiencias como influencers.

De acuerdo a las características este enfoque no se aborda de una manera estrictamente estructurada tal como se indicó anteriormente, es decir, se puede establecer hipótesis durante o después de ejecutar la investigación, sin la necesidad de realizar análisis estadísticos para sacar el resultado de la investigación.

### **Tipo de estudio**

La presente investigación se realizó desde el tipo de estudio descriptivo que según Sampieri (2014), “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier

fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 92). Para ello es importante resaltar que por medio de este tipo de estudio se tendrá la intención de explorar la popularidad en las redes sociales y a su vez identificar la relación entre el vacío existencial y posible surgimiento de estados depresivos en los influencers.

### **Método**

Por otro lado, el método que se trabajó en esta investigación corresponde al fenomenológico. Para Husserl (1905), la fenomenología establece que el investigador debe partir realizando una reducción histórica de sus experiencias, con el fin de lograr un juicio objetivo y neutral que permita acceder a una conciencia pura.

De este modo, lo que se pretende realizar es poder describir los fenómenos, las situaciones vividas tal como se manifiestan y así comprender desde sus propios términos de experiencia cómo terminan percibiéndose frente a dicha realidad. Este método se encarga de abordar, explorar, poder describir y comprender en suceso de manera específica cada suceso por el que ha vivido cada sujeto en este caso los influencers. Según Sampieri (2014), “El fenómeno se identifica desde el planteamiento del mismo y puede ser tan amplio como la extensa experiencia humana” (p. 493). Por ejemplo; las sensaciones que han tenido en el momento que ocurre esa popularidad o en el momento en el que han perdido la privacidad, las incidencias o repercusiones que han tenido a medida que sea se van viralizando. También cabe recalcar que mediante esta metodología se puede abordar la problemática establecida de la investigación de una forma más intuitiva al ya conocer aspectos y factores acerca de ella, siendo así, para la recolección de datos, se recurrirá a diferentes técnicas como la implementación. También se busca obtener información en la investigación mediante la observación participativa, lo cual según Taylor y Bogdan (1984), “es la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en un escenario social, ambiente o contexto de los últimos, y durante la cual se recogen datos de modo sistemático” (p. 1).

### **Población**

Para llevar a cabo esta investigación se trabajó con la población de los influencers de Santander de Quilichao, Cauca.

### ***Participantes***

De la población se decidió trabajar con cinco influencers ya que cumplen con los parámetros establecidos.

### **Criterios de inclusión**

Haber firmado el consentimiento informado para la ejecución de la entrevista semiestructurada y cumplir con la realización del test de Zung.

Ser influencers de Santander de Quilichao.

Tener popularidad e impactar con vídeos ampliamente virales.

Crear contenido en las plataformas digitales.

### **Criterio de exclusión**

No haber firmado el consentimiento informado para la ejecución de la entrevista semiestructurada y asimismo con respecto al test de Zung.

No ser influencers.

No vivir en Santander de Quilichao.

No tener popularidad ni el impacto con vídeos ampliamente virales

No crear contenido en las plataformas digitales.

### **Instrumentos de recolección de información**

Para la recolección de información abordaremos la técnica de entrevista semiestructurada, lo cual, es una técnica de investigación cualitativa utilizada en las ciencias sociales, la cual implica preguntas abiertas y preestablecidas que se formulan de manera flexible según las respuestas del entrevistado. Según Creswell (2014), una entrevista semiestructurada "consiste en preguntas abiertas y amplias que permiten al entrevistado responder libremente, así como preguntas más específicas que se hacen de forma consistente a todos los participantes" (p. 190).

Para poder estructurar la entrevista fue importante realizar una categorización frente a al vacío existencial, entre estos están: desesperanza, frustración y pérdida. Según (Miles Huberman y Saldaña 2014, como se citó en Aguaded et al, 2020) “una categoría es un método de clasificar una determinada información, en función de la importancia que se le da a un tema, estas pueden ser ideas conceptos entre otras” (p 176).

De esta manera, por medio de la entrevista se les permitió a las personas poder expresar desde su experiencia todo lo que han vivido como influencers teniendo en cuenta sus hábitos y clase de vida que llevaban anteriormente, dando la posibilidad de adquirir información y ellos no sentirse juzgados ni invadidos por querer dar información personal.

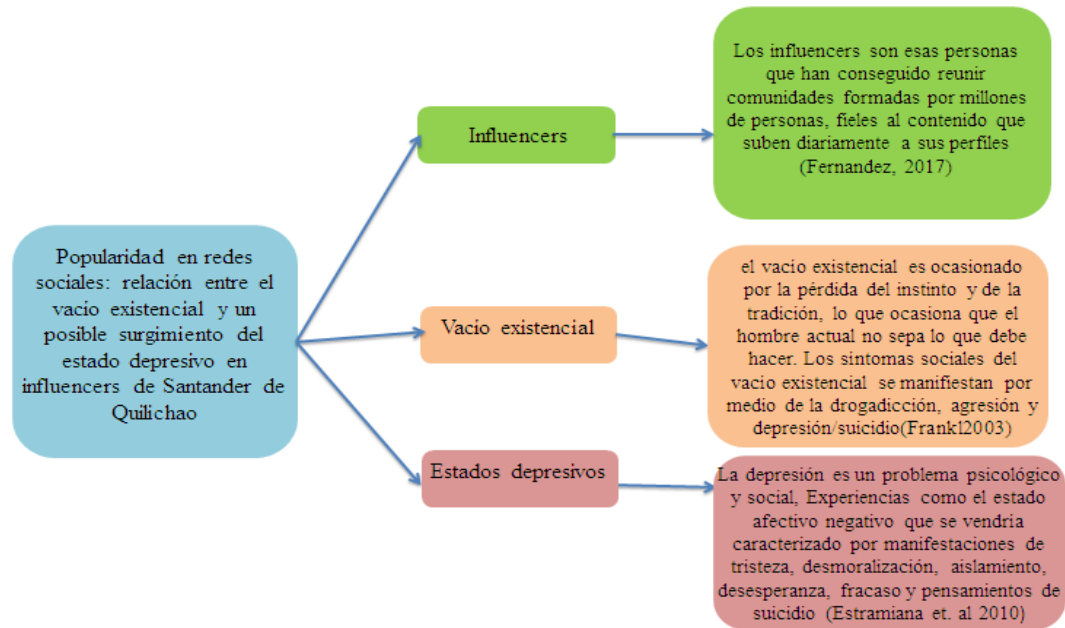
Por otra parte, se aplicó el Test de Zung. La escala de autoevaluación para la depresión fue diseñada por W.W. Zung para evaluar el nivel de depresión en pacientes diagnosticados con algún desorden depresivo (Zung 1995) cuenta con 20 enunciados de forma negativa y otras de forma positiva, la cual, se realiza con el fin de poder identificar si alguno de las personas está prestando posibles surgimientos de estados depresivos.

### **Sistematización de información**

A continuación, se exponen las categorías teóricas (Grafica N° 1), la primera de ellas es la popularidad en redes sociales: relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en influencers de Santander de Quilichao. Por lo tanto, a partir de esta exploración se identifica la conexión entre ser una persona reconocida como es el caso de los influencers y las afectaciones que pueden influir en cada uno de ellos, en las cuales encontramos el vacío existencial ocasionado, que puede dar un posible surgimiento de estado depresivo al estar totalmente expuestos en las redes sociales. Es ahí donde surgen las categorías emergentes (Grafico N° 2), donde se pretenden especificar y profundizar el significado de vacío existencial y así mismo poder estructurar la entrevista. Para esto se tiene en cuenta palabras claves, tales como: pérdidas, desesperanza y frustración.

**Figura 1**

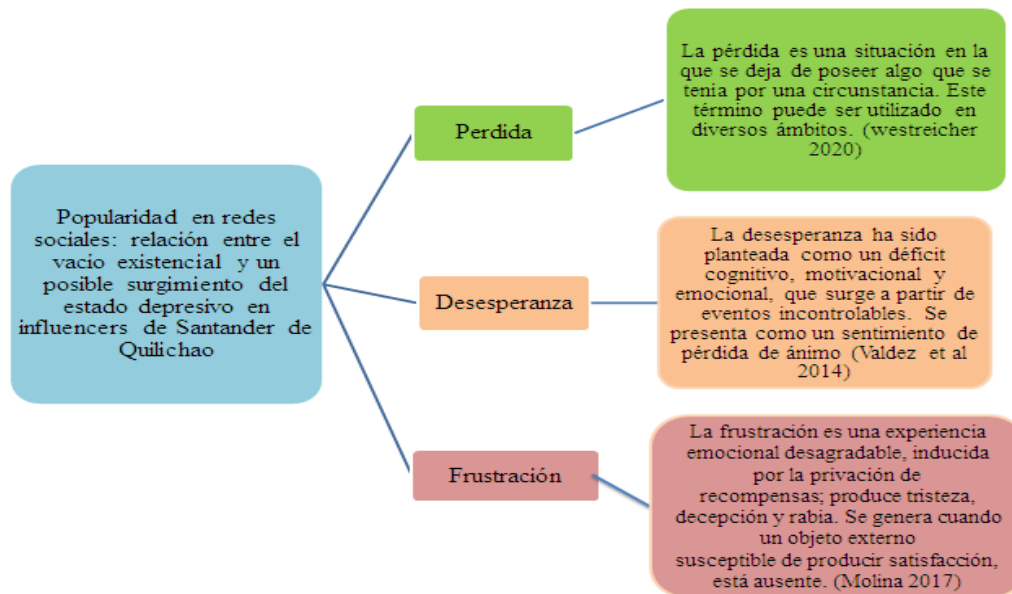
*Categorías teóricas*



*Nota:* categoría teórica de la presente investigación Fuente: Autoría propia (2023)

**Figura 2**

*Categoría emergente*



*Nota:* La figura muestra la categoría emergente de la presente investigación Fuente: Autoría propia (2023)

### Análisis de resultados

Para responder al primer objetivo de la investigación, el cual enfatiza en “Reconocer cómo surge el vacío existencial producido por la popularidad de las redes sociales en los influencers, a través de una entrevista semiestructurada”. De las respuestas emitidas por nuestros participantes, es importante destacar en un primer momento lo comentado por el Influencer #1, quien en la pregunta número uno, la cual indica, ¿de qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser popular en redes sociales?, manifestó lo siguiente “últimamente he sentido falta de privacidad, en el sentido de que ya no puedo compartir en espacios públicos mis seguidores invaden mi espacio personal, y tengo que reaccionar de forma correcta porque estoy en el foco de opiniones de las personas solamente sucede en mi vida personal sino también virtualmente, donde abundan muchos comentarios negativos, puedes hacer algo bueno y te critican y haces algo malo e igual te critican, ya me he adaptado y soy consciente de que siempre van a existir comentarios negativos en mis plataformas digitales, la gente no sabe mis emociones, a veces me siento muy mal y así esperan que yo suba contenido, que salude en la calle de buena manera, sin

ponerse en los zapatos míos, creen que porque uno mantiene alegre en redes sociales uno debe de estar igual en persona, he perdido la pasión y el amor por hacer vídeos desde que empecé a monetizar mis redes sociales porque se convirtió en una obligación y algo por lo que debo de responder a mis seguidores.”

También es importante tener en cuenta la respuesta del I2, el cual nos aporta la siguiente respuesta a la misma pregunta anterior, “se ha perdido bastante, yo por lo menos no salgo solo, en muchos de los casos ando con mis primos intentando lidiar con las situaciones de los forcejeos al intentar querer una foto con nosotros e incluso tengo que estar pendiente a mis reacciones o a la actitud que tenga frente a las personas porque ya piensan y dicen que estoy crecido que soy mal encarado, las personas no entienden que es el espacio de uno y extraño ir a un lugar solo o con mis amigos y estar tranquilo sin que nadie me observe o me intimide”.

Además, el I3 respondió lo siguiente con respecto a la primera pregunta de la entrevista, “He perdido la privacidad de manera en que no puedo salir a lugares públicos porque a veces me siento mal y la gente no ve como me siento sino que de una se me va acercando, también no me gusta que la gente conoce mucho sobre mi vida, como en donde vivo y quién es mi pareja, a veces se torna muy tóxico ya que hay seguidores que inventan chismes para hacerme terminar con mi novio, también opinan de mis relaciones pasadas, lo cual me causa problemas en mi vida personal, a veces quisiera volver a tener la privacidad que tenía antes, me frustra eso pero ya he aprendido a manejar la situación”.

Por otro lado, el I4 nos comenta la siguiente respuesta frente a la misma pregunta, “Yo sabía que a lo que me iba a enfrentar no era algo fácil ya reconocía las ventajas y las desventajas que podía traer consigo mismo, uno de los problemas con los que tengo que convivir a diario es la falta de privacidad con mis seguidores, muchas veces me produce preocupación ya que no me permite llevar una vida normal, pero también me ha ayudado para bien ya que yo era una persona poco sociable y el hacer contenido me ha ayudado a desarrollar esta parte y dejar las penas al hablar con las demás personas, a veces me abstengo de salir a eventos públicos porque no me es posible pasar desapercibida, me invaden los seguidores y no me dejan estar tranquila, una vez me tocó salir de un evento, ya

que llegaron decenas de ellos a pedirme una foto y no me fue posible disfrutar del evento público en el que yo quería estar y disfrutar como lo hubiese disfrutado antes de ser influencer, a veces quisiera devolver el tiempo y que no hubiera pasado nada sobre viralizarme para que la gente no me conozca y poder recuperar la privacidad que antes tenía”.

Asimismo, se tendrá en cuenta la respuesta del último participante que es el I5, el cual manifestó lo siguiente, “He perdido la privacidad en el sentido de que yo hago (videovlogs) de mi vida personal en las redes sociales, por ende la gente sabe mucho sobre mi vida y empiezan a opinar sobre ella, invadiendo mi espacio personal, tampoco me gusta cuando la gente me grita en la calle en forma de burla cosas como ey, enchulaito ¿ya te bañaste hoy?

De esta manera, se puede entender que los I1, I2, I3, I4, I5, han manifestado respuestas muy similares, que conllevan a ciertas pérdidas y frustraciones haciendo que repercutan en sus formas de relacionarse con sus seguidores obtenidos por redes sociales, debido a que no respetan su espacio personal. Esta situación tiende a ser frustrante para el influencer porque ha perdido su privacidad lo cual ocasiona que no puedan hacer actividades que realizaban anteriormente con facilidad por el temor de ser interrumpidos por un público en la calle. Por otro lado, también es frustrante para el influencer llevar este proceso de su privacidad dado que se ven igualmente afectados desde la virtualidad, puesto que, al tener tantos seguidores en redes sociales, se está expuesto a ser criticado y atacado, evitando llevar una vida donde pueda expresarse libremente sin miedo a ser juzgado, debido a esto, el influencers pierde su privacidad y tiende a experimentar frustración y desesperanza. Tal como lo indica Frankl (2000) con relación, la frustración y la desesperanza pueden influir en la pérdida del sentido de la vida de varias maneras.

En primer lugar, Frankl (2000) sostiene que:

Cuando las personas enfrentan una situación traumática, como la pérdida de un ser querido, una enfermedad grave o la pérdida de trabajo, pueden sentir que sus vidas han perdido sentido. Esto puede llevar a sentimientos de desesperanza y a una sensación de vacío existencial. (p. 1).

En segundo lugar, Frankl (2000) argumenta que la frustración y la desesperanza pueden llevar a las personas a cuestionar su propósito y significado en la vida. “Si una persona se siente atrapada en una situación difícil y no puede encontrar una solución, puede comenzar a cuestionar su capacidad para encontrar sentido en la vida” (p. 2).

Finalmente, Frankl (200) sostiene que las personas pueden perder el sentido de la vida cuando se enfrentan a un sufrimiento que no tiene un propósito claro. Si alguien se siente abrumado por la adversidad y no puede encontrar ningún significado en su sufrimiento, puede comenzar a sentir que su vida no tiene sentido.

Por su parte, teniendo en cuenta las diversas investigaciones existentes se tiene que, la popularidad como lo justifica Mercedes en su investigación (2012), describe cómo la sociedad específicamente los adolescentes, cada día hacen parte de la red que acoge el reconocimiento por medio de las plataformas digitales, contemplando la necesidad de ser expuestos y aceptados por la sociedad digital y así mismo genera que cada uno de ellos llegue al límite de exponer su vida privada hacia miles de personas.

De cierto modo, las redes sociales en los jóvenes se pueden exponer como un método de aceptación de otras personas hacia sí mismos, por ende, los usuarios exponen su vida privada, opinan y critican a otras personas que se encuentran en redes sociales por la necesidad de aceptación, al existir un número alto de usuarios queriendo ser aceptados en redes sociales. Esto pudo haber llevado a que existan miles de personas en el mundo con redes sociales, por consiguiente, son muchas las personas alrededor del mundo que buscan una aceptación, con la consecuencia de que cualquier persona ahora puede criticar cualquier tema o personas por medio de las redes sociales, lo que se puede ver reflejado en las distintas entrevistas realizadas, ya que los 5 influencers participantes, han experimentado ser objeto de críticas e invasión de espacio personal por parte de sus seguidores.

Del mismo modo para Trijueque (2010), hace referencia a cómo las redes sociales han podido ir creando una realidad digital paralela a una realidad física en todos los ámbitos, haciendo énfasis a la necesidad de hacer parte de las plataformas en el día a día, y

aún más en ser una persona reconocida por los medios, y no solo sentirse aceptado sino también poder encontrar su identidad dentro de la sociedad.

Debido a esto, y a que anteriormente se mencionó que existe un alto índice de personas que usan redes sociales solamente por aceptación, las personas alteran la realidad hacia una “realidad digital” en redes sociales una persona puede mostrar otra sobre su vida, como es el caso de los influencers, estas personas están en constante creación de contenido para una audiencia que han creado. El influencers crea un personaje en redes sociales, el cual todos los días debe mostrarse como dicho personaje, dándose a conocer de esta manera y buscando entender esta realidad virtual de su vida y dejando atrás su vida personal fuera de un personaje; al darse a conocer como un personaje, también es alterada la realidad virtual de sus seguidores, ya que los seguidores siguen a un personaje y no tienen conocimiento cómo es el influencers como persona. Debido a esto los seguidores omiten toda perspectiva sobre la vida personal del influencers, llegando a desconocer aspectos de él a profundidad entre ellos por ejemplo, ¿cómo se siente el influencers?, ya que los seguidores están viendo es a un personaje, por ello, los seguidores que hacen parte de un mundo de aceptación virtual en redes sociales empiezan a opinar y criticar la vida del influencers, sin saber que detrás de su personaje hay una persona que tiene emociones igual que ellos, de cierto modo, estos actos hacen que se viole la privacidad del influencers.

De este modo, la privacidad del influencers es violentada, lo que produce cambios en sus emociones, a nivel intrapersonal y a su vez en las relaciones interpersonales, creando una pérdida, que en si termina comprometiendo su privacidad. Debido a esto surge la frustración de no poder manejar la situación y la desesperanza de que las cosas ya no son como antes de ser populares. En este punto el influencers es distinguido por miles de personas las cuales un gran número influyen en la pérdida de su privacidad, lo cual puede conllevar a experimentar un vacío existencial, ya que lo que algún día el influencers soñó con lograr, le ha traído serias consecuencias a su vida como un vacío existencial, estados depresivos y con ello, aislamiento social; esta situación es contraproducente, puesto que en las redes sociales entre más popular sea, más éxito y dinero se va a conseguir, posibilidad que entre más popularidad es tener menos privacidad.

Asimismo, como lo indicó Chicaiza (2022), el inadecuado uso que se les da a las plataformas en este caso las redes sociales puede desenlazar conductas negativas ante situaciones e influir en su desarrollo lo que conlleva a que cualquier acto delicado realizado.

Al experimentar los influencers un impacto negativo en el bienestar psicológico debido a las diversas demandas provenientes del entorno, se pueden derivar estados depresivos al alterarse en gran medida la privacidad, estando presente un especie de vacío existencial, que Quintero y Gil (2020), “especifican que las redes sociales así como tienen ventajas para la comunicación, también tiene desventajas ante el surgimiento de estados depresivos y de ansiedad debido a la cantidad de tiempo que la persona consume bajo estas plataformas. A raíz del mal uso de las redes sociales terminan afectando la salud mental de los influencers”, ya que los 5 influencers ingresaron a redes sociales con el fin de crear una comunidad, pero según el artículo anterior, el abuso de redes sociales puede causar ese tipo de problemas, se puede evidenciar que los 5 influencers han experimentado las ventajas y desventajas de las redes sociales que se mencionaron anteriormente.

Por otra parte, para responder al segundo objetivo, “Identificar por medio del test de Zung el índice depresivo en que se encuentran los influencers”.

De los cinco participantes se encontró que tres se encuentran en un rango normal lo cual demuestra que no presentan índices depresivos. No obstante, dos de los influencers se ubican en un rango depresivo leve, lo cual puede representar que, debido a la pérdida de su privacidad y el existente vacío existencial, han experimentado situaciones de sufrimiento prolongado, que en parte desde la misma logoterapia podría relacionarse con el padecimiento de depresión leve.

I1: correspondió a un porcentaje de 56 puntos encontrándose en un rango depresivo leve.

I2: correspondió a un porcentaje de 33 puntos encontrándose en un rango normal.

I3: correspondió a un porcentaje de 36 puntos encontrándose en un rango normal.

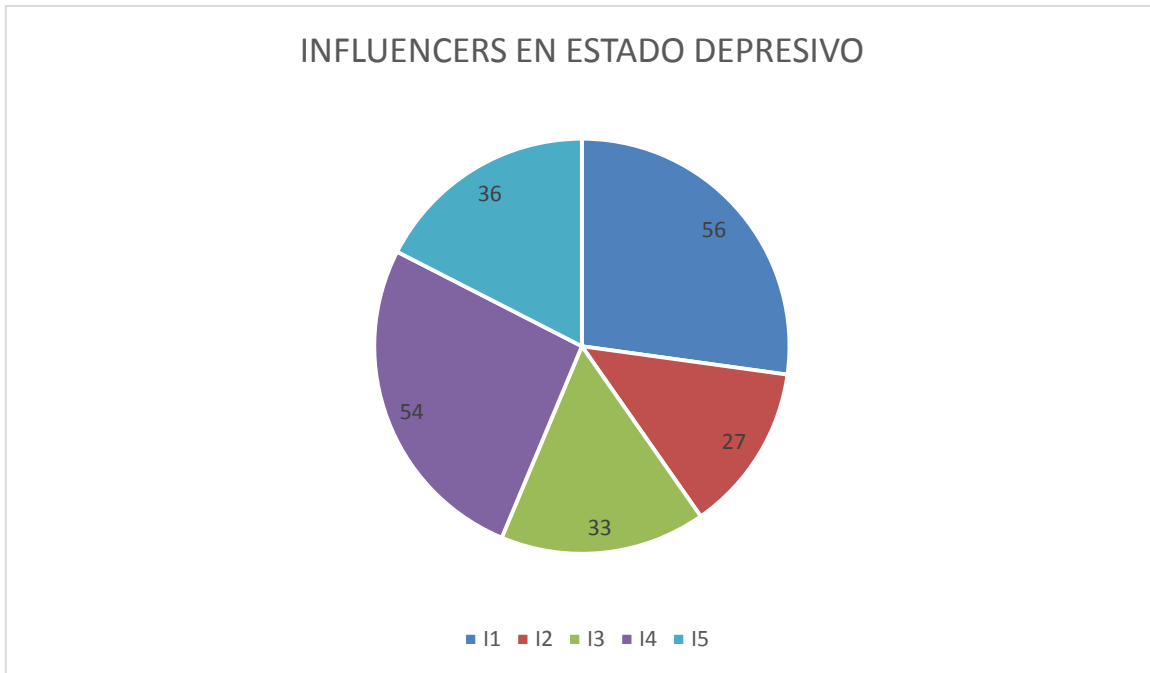
I4: correspondió a un porcentaje de 54 puntos encontrándose en un rango depresivo leve.

I5: correspondió a un porcentaje de 27 puntos encontrándose en un rango normal.

Puntuación del Test de Zung 25-49 rango normal, 50-59 ligeramente deprimido, 60-69 moderadamente deprimido, 70- más, Severamente deprimido

### Figura 3

*Resultados de la ejecución del Test de Zung en los influencers de Santander de Quilichao*



*Nota:* resultados del Test de Zung por casa sujeto.

Fuente: Autoría propia (2023).

Uno de los principios fundamentales de la terapia humanista es la idea de que las personas tienen una tendencia innata hacia el crecimiento, la realización y la autorrealización. En el caso de la depresión leve, esta tendencia puede verse comprometida por factores como el estrés, la falta de apoyo social y la falta de sentido de propósito o significado en la vida.

Finalmente, el último objetivo que hace referencia a “Comprender la posible relación entre el vacío existencial y el índice depresivo de los influencers”.

Los influencers comentaron lo siguiente I1: “al principio me afectaba, vivimos muchas situaciones en las que perdimos un amigo y la gente invadía nuestro espacio con preguntas estúpidas y poco prudentes”; I2: “yo por lo menos no salgo solo, en muchos de los casos ando con mis primos intentando lidiar con las situaciones de los forcejeos al intentar querer una foto con nosotros e incluso tengo que estar pendiente a mis reacciones o a la actitud que tenga frente a las personas porque ya piensan y dicen que estoy crecido, que soy mal encarado y entre muchas más”, I3: “tal vez en los espacios públicos, no puedo cambiar de actitud ya que las personas van a empezar a juzgarme”, I4: “He perdido la privacidad de manera en que no puedo salir a lugares públicos porque a veces me siento mal y la gente no ve como me siento sino que de una se me va acercando, también no me gusta que la gente conoce mucho sobre mi vida, como en donde vivo y quién es mi pareja”, I5: “he perdido la privacidad en el sentido de que yo hago blogs de mi vida personal en las redes sociales, por ende la gente sabe mucho sobre mi vida y empiezan a opinar sobre ella, invadiendo mi espacio personal”.

Tal como se identificó en los I1, I2, I3, I4, I5, las respuestas fueron muy similares, y concuerdan en que se han sentido muy mal anímicamente al sentir que muchos de los seguidores han terminado haciendo cuestionamientos sobre la vida personal de cada uno de ellos. A través de esta respuesta se puede entender que han experimentado un vacío existencial y esto ha conllevado a que pueda manifestarse cierto estado depresivo en dos influencers que son el I1 y el I4, coincidiendo con la puntuación que se encontró en el test de Zung.

Por otro lado, los 3 influencers que no experimentaron un grado de depresión, manifestaron que al principio cuando iniciaron como influencers sí les afectaba estas situaciones, como la invasión de su espacio personal, pero al ser este problema un rasgo tan común en esta comunidad, estos influencers han generado herramientas de autoconocimiento y autoaceptación para poder sobrellevar dichas situaciones. Lograron de esta manera, que la falta de privacidad, los comentarios, las críticas no continuaran afectando sus vidas, lo cual ha posibilitado seguir enfocados en sus proyectos, reduciendo las probabilidades de experimentar pérdidas del sentido de vida.

Los I2, I3, I5 que no arrojaron un grado de depresión, concuerdan con el mismo pensamiento que es el siguiente, I2: “si me ha afectado pero también siento que me ha cambiado para bien ya que mi vida antes mantenía mucho tiempo en la calle tomando todos los días sin importar que me vieran así, pero ahora es diferente, me he ayudado también con mi temperamento ya que yo era una persona muy explosiva ahora he aprendido a corresponder de una manera educada”. I3: “no darle importancia, en momento de mis inicios me ponía triste, cualquier creador de contenido debe de estar preparado y blindarse a los malos comentarios, respondo los comentarios con mucho sarcasmo”. I5: “Es mi vida, yo veré cómo la vivo y los comentarios no deben afectarme porque estoy siendo feliz con lo que quiero hacer en mi vida y eso no debe de importarle a las demás personas” Estos influencers de acuerdo a la información recolectada por medio de las entrevistas realizadas, en algún momento han experimentado un vacío existencial, pero les dieron un nuevo significado a su sentido de vida.

Por ejemplo el I2 comento lo siguiente “viví más de 6 meses en Manizales por mi estudio pero en ese momento empezó un problema más grande en mi estado mental al estar solo, empecé a padecer de estados depresivos y ansiedad al estar tanto tiempo solo pasaba todo el día llorando durante los 6 meses que permanecí por fuera, al ver esta situación le comente a mi mamá que es psicóloga y aún más que estaba rodeado de personas con mucho dinero y que consumían sustancias psicoactivas y no quería caer en esa situación, decidí decirle a mi madre que me venía para mi casa, yo lo tenía todo pero no quería seguir lejos de ellos, a mitad de 2018 me encontré con una amigo que me incitó a crear contenido, creé una página y empezamos a seguir de 1 a 2 meses videos, ya esto nos permitió crecer económicamente, pero al ver que ya existía ese ingreso de la manera más fácil empecé a perder mucho interés por crear videos buenos, decidí irme para Cali con otros muchachos ayudándome a crecer”

De ante mano, según la información obtenida por el I2, I3, I5, indirectamente presenta la idea de Víctor Frankl de que la búsqueda de sentido es una necesidad fundamental del ser humano y que la falta de sentido puede llevar a la desesperación y la

angustia emocional, lo que puede provocar una neurosis noógena que, según Frankl (2000), para superar este estado, es necesario encontrar un nuevo propósito o significado en la vida y hacer un cambio fundamental en la forma de pensar y ver el mundo. Para ello, se sugiere buscar nuevas experiencias y relaciones, enfocarse en valores y metas relevantes, y encontrar maneras de contribuir al bienestar de los demás. También se destaca la importancia de aceptar la responsabilidad personal y tomar el control de la propia vida, incluso en situaciones difíciles o dolorosas, para encontrar una vida más plena y satisfactoria.

En síntesis, estos 3 influencers de acuerdo con las entrevistas realizadas han experimentado un vacío existencial acompañado de un estado de depresión, pero han aplicado lo plasmado por el autor Viktor Frankl, dándole otro sentido a sus experiencias. Por otro lado, se tiene que el I1 y el I4 han experimentado indicios de vacío existencial, tal como es en el caso de la desmotivación por seguir creando contenido. Además de las frustraciones y desesperanza por alcanzar las metas establecidas en algún momento y un grado de depresión leve, lo cual puede ser perjudicial para su salud mental. De esta manera, se puede pensar que, los influencers entrevistados en algún momento de su vida llegaron a sentir un vacío existencial a causa de la pérdida de privacidad, en relación a su popularidad originada por las redes sociales. Lo cual nos indica que sí puede haber un índice depresivo derivado del vacío existencial que se acentúa finalmente a través de dicha problemática.

I1 “Soy consciente de que siempre van a existir comentarios negativos en mis plataformas digitales, pero la gente no sabe mis emociones, a veces me siento muy mal y así esperan que yo suba contenido que salude en la calle de buena manera, sin ponerse en los zapatos míos, creen que porque uno mantiene alegre en redes sociales uno debe de estar igual en persona, he perdido la pasión y el amor por hacer vídeos desde que empecé a monetizar mis redes sociales”.

I4 "Aunque sé manejar las circunstancias que se me presentan, ante mi comunidad internamente me afecta por ejemplo actualmente tengo una restricción que no me ha permitido subir videos que en mucho casos hasta que querido dejar de hacer contenido por

la exposición y todo se vuelve monótono y más con estas restricciones hacen que me aburra, mi actitud cambie provocando que no me gusta interactuar mucho con mi comunidad ya que hablo poco incluso mi círculo social es muy cerrado.”

### **Conclusiones**

El presente estudio se enfocó en investigar la influencia de la popularidad en redes sociales partiendo de la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao.

Se encontró por medio de la entrevista semiestructurada que los participantes han experimentado un vacío existencial debido a la pérdida de privacidad, ocasionado principalmente por la popularidad conseguida por medio de las redes sociales. Además, se identificó que dos de los influencers evaluados presentaron un estado depresivo leve, mientras que los otros tres mostraron según lo encontrado en sus respuestas, mayor autorreconocimiento, lo cual les permitió afrontar dicha problemática de una manera más asertiva, entendiéndose que la pérdida de privacidad se convierte en un aspecto inevitable y constante en la vida de ellos, y progresivamente han aprendido a aceptar esta condición.

Estos resultados destacan la importancia de describir cómo surge el vacío existencial experimentado por los influencers. En un primer lugar se relaciona con la exposición constante a la atención y el reconocimiento de los seguidores hacia ellos, lo cual puede generar una sensación de falta de autenticidad y una angustia constante por mantener una imagen idealizada. Esta situación puede incidir en el desarrollo del vacío existencial, ya que los influencers terminan cuestionando su propia identidad y el sentido de vida de sí mismos.

Otro momento corresponde a la dependencia emocional que han encontrado los influencers por medio de los seguidores en búsqueda de una aceptación social. No obstante, cuando esto no sucede se puede reflejar en ellos; sentimiento de frustración, desesperanza, y hasta pérdida del sentido de la vida, lo cual termina relacionándose con el hecho de experimentar estados depresivos.

### **Recomendaciones**

Es importante que, a nivel académico, la universidad y los estudiantes se motiven a involucrarse en estos temas de investigación, puesto que es un factor que poco a poco ha ido “absorbiendo” a la sociedad debido al posicionamiento de las nuevas tecnologías y plataformas que día a día se van desarrollando más en nuestra realidad actual.

Asimismo, sería beneficioso investigar cómo los influencers pueden utilizar sus plataformas en redes sociales como herramientas de apoyo y empoderamiento para promover su bienestar psicológico. Se podría explorar la posibilidad de establecer comunidades de apoyo en línea, promover la autenticidad y el autoconocimiento, y fomentar una cultura de cuidado emocional entre los influencers.

### Bibliografía

- Aguaded, E, Piston, R, Pegalajar, M & Olmedo, E. (2020). *El sistema de categorías como herramientas para comprender las historias de vida de los menores extranjeros no acompañados*. Revista espacios ISSN: 0798-1015  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n41/a20v41n41p12.pdf>
- Álvarez, L, Salvador, M, Maldonado, G, Átala, C, Olguín, A & Pérez, M. (2014). *La investigación cualitativa*. Escuela Superior de Tlahuelilpan.  
<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- Ansolabehere, K. Robles, J. Saavera, y, Serrano, S & Vásquez, D. (2017). *Violaciones derechos humanos y contexto: herramientas propuestas para documentar e investigar*. Facultad Latinoamericana de Ciencias sociales, Sede México y al internacional Bar Association's human Rights institute (IBAHRI).  
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5766/10.pdf>
- Arango, M, Ariza, S, & Trujillo, A. (2015). *Sentido de vida y recursos noologicos en pacientes diagnosticados con depresión mayor con ideación suicida*. Revista Argentina de Clínica Psicológica, XXIV(3), 211-221.

- Barger, V. A, Sun, H, Ruvio, A, & Zervos, A. (2021). *The effects of social media influencers on consumers' purchase intentions*. *Journal of Business Research*, 132, 180-189. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.020>
- Carrillo, M & Rodríguez, S. (2019). *Los fake influencers: en redes sociales como en la vida real no todo lo que brilla es oro*  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50198/Los%20Fake%20Influencers%2C%20En%20las%20redes%20sociales%20como%20en%20la%20vida%20real%20no%20todo%20lo%20que%20brilla%20es%20oro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duque, C, O & Ramírez, M. (2012). *El vacío existencial como desafío para los actuales educadores*.  
[http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8183/vacio\\_existencial\\_pre\\_til\\_27.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8183/vacio_existencial_pre_til_27.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Escamilla, M. (2011). *Modelo interpretativo, Aplicación básica de los métodos científicos*  
[https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES42.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES42.pdf)
- Estramiana, J, Garrido, A & Schweiger, I. (2010). *Causas sociales de la depresión*. Una revisión crítica del modelo atributivo de la depresión  
<https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/328/334>
- Fernández, A. (2017.) *Estudio del origen de la figura del influencers y análisis de su poder de influencia en base a sus comunidades*.  
[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/36313/Fernandez\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/36313/Fernandez_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fuster, D. (2019). *Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico*. Peru. Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.  
<http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n1/a10v7n1.pdf>
- Frankl V. (2003). *El hombre del doliente. Fundamentos antropológicos de la psicoterapia*. Barcelona Herder.

Frankl, V. E. (2006). *Man's search for meaning*. Beacon Press.

Frankl, V. E. (2000). *El hombre en busca de sentido*. Herder Editorial.

[https://www.inaes.edu.py/application/files/6515/8516/6361/RESILIENCIA.\\_FRANKL\\_VIKTOR\\_-1979\\_-\\_EL\\_HOMBRE\\_EN\\_BUSCA\\_DE\\_SENTIDO.pdf](https://www.inaes.edu.py/application/files/6515/8516/6361/RESILIENCIA._FRANKL_VIKTOR_-1979_-_EL_HOMBRE_EN_BUSCA_DE_SENTIDO.pdf)

García, J, Gallego, F & Pérez, E. (2008). *Sentido de la vida y desesperanza: un estudio empírico*. Artículo de investigación. Facultad de Psicología y Ciencias de la Salud. Universidad Católica de Valencia. Guillem de Castro, 94. 46003-Valencia, España.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v8n2/v8n2a12.pdf>

Garrido, R. (2021) *Depresión, ansiedad y ayuda profesional: la cara oculta de los "influencers"*. <https://www.20minutos.es/noticia/4808516/0/depresion-ansiedad-ayuda-profesional-cara-oculta-influencers/>

Gil v, V & Quintero, L, C. (2021). *La ansiedad y la depresión derivadas del abuso de las redes sociales: un análisis relacional*

[https://www.researchgate.net/publication/350499466\\_Anxiety\\_and\\_depression\\_resulting\\_from\\_the\\_abuse\\_of\\_social\\_networks\\_a\\_relational\\_analysis](https://www.researchgate.net/publication/350499466_Anxiety_and_depression_resulting_from_the_abuse_of_social_networks_a_relational_analysis)

Herrera, M, Pacheco, M, Palomar, J & Savala, A. (2010). *La Adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la Depresión y la Falta de Habilidades Sociales*. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1339/133915936002.pdf>

Hermida, M. E. (2015). *El Humanismo como obstáculo epistemológico del Trabajo Social. Una lectura crítica del texto "Humanismo y Trabajo Social" de Ezequiel Ander-Egg*.

*Revista Cátedra Paralela*, 12, 85-119.

<https://rephip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/8529/Hermida.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Mejía y López, L. (2004). *"El vacío existencial como expresión sintomática actual en personas que asisten a psicoterapia"*  
<http://www.repositorio.usac.edu.gt/14886/1/13%20T%201144.pdf>

Medina, L. (2021). *Creador de contenido: ¿Qué es? Cómo encontrar el ideal para tu marca*. <https://blog.voxfeed.com/creador->




Villegas, García, M, M., Castañeda, Marulanda, W. (2020). *Contenidos digitales: aporte a la definición del concepto*. Revista KEPES, 17(22), 257-276.  
<https://doi.org/10.17151/kepes.2020.17.22.10>

Villegas S, I. (2022). *Los captadores de la atención: creadores de contenido ante las lógicas de las plataformas digitales*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 15(2), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11716>

Zung, WW (1965) *A self-rating depression scale*. Arch Gen Psychiatry  
<https://jamanetwork.com/journals/jamapsychiatry/article-abstract/488696>

## Anexos

### Anexo N° 1. Modelo de carta de consentimiento informado

	<b>FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO</b>
	<b>PARA LA PARTICIPACION EN LA INVESTIGACION</b>
<b>BIENESTAR UNIVERSITARIO</b>	

Día	Mes	Año
-----	-----	-----

**Título de la Investigación:** Popularidad en redes sociales y la relación con estados depresivos en creadores de contenido de Santander de Quilichao (cauca).

**Nombre de los estudiantes:** Johana Lucia Fernandez Ortiz y Edwin Andrés Dávila Marín

Yo \_\_\_\_\_, mayor de edad, identificado con CC. N \_\_\_\_\_, una vez

informado/a sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a \_\_\_\_\_, estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán, para la realización de los siguientes procedimientos:

1. Realización de una entrevista semiestructurada con relación
4. Aplicación del test escala de depresión de Zung (ZDS)
3. Interpretación de la información obtenida.
4. Análisis y reproducción de los datos, exclusivamente.

Adicionalmente se me informó que:


- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de evaluación de personas con condiciones similares a las mías.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico el archivo del estudio se guardara en la Fundación Universitaria de Popayán y en archivos de las profesionales.
- La información aquí consignada no puede ser utilizada ni difundida a terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas. Esto también se aplica a mi

cónyuge, a otros miembros de mi familia y a mis médicos. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad libre y espontánea.

**FIRMA DEL PARTICIPANTE:** \_\_\_\_\_

**CC. O TI No:** \_\_\_\_\_ **de** \_\_\_\_\_

**Anexo N° 2. Cartas de consentimiento informado**

	FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACION EN LA INVESTIGACION
	BIENESTAR UNIVERSITARIO

Día	Mes	Año
15	04	2023

Título de la Investigación: Popularidad en redes sociales: la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao.

Nombre de los estudiantes: Johana Lucia Fernandez Ortiz y Edwin Andrés Dávila Marín

Yo David Ulloa Obando, mayor de edad, identificado con CC. N. 1062316920, una vez informado/a sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a Johana Fernandez y Edwin Davila estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán, para la realización de los siguientes procedimientos:

1. Realización de una entrevista semiestructurada.
2. Aplicación del test escala de depresión de Zung.
3. Interpretación de la información obtenida.
4. Análisis y reproducción de los datos, exclusivamente.


Adicionalmente se me informó que:

- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de evaluación de personas con condiciones similares a las mías.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico el archivo del estudio se guardará en la Fundación Universitaria de Popayán y en archivos de las profesionales.
- La información aquí consignada no puede ser utilizada ni difundida a terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas. Esto también se aplica a mi cónyuge, a otros miembros de mi familia y a mis médicos. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad libre y espontánea.

FIRMA DEL PARTICIPANTE: \_\_\_\_\_

CC. O TI No: 10573/6920

de S/Quilichuó

	FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACION EN LA INVESTIGACION
	BIENESTAR UNIVERSITARIO

Día	Mes	Año
15	04	2023

**Título de la Investigación:** Popularidad en redes sociales: la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao.

**Nombre de los estudiantes:** Johana Lucia Fernandez Ortiz y Edwin Andrés Dávila Marín

Yo Karol Stephany Mera Gomez, mayor de edad, identificado con CC. N. 1007745190, una vez informado/a sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a Johana Fernandez y Edwin Davila estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán, para la realización de los siguientes procedimientos:

1. Realización de una entrevista semiestructurada.
2. Aplicación del test escala de depresión de Zung.
3. Interpretación de la información obtenida.
4. Análisis y reproducción de los datos, exclusivamente.


Adicionalmente se me informó que:

- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de evaluación de personas con condiciones similares a las mías.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico el archivo del estudio se guardará en la Fundación Universitaria de Popayán y en archivos de las profesionales.
- La información aquí consignada no puede ser utilizada ni difundida a terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas. Esto también se aplica a mi cónyuge, a otros miembros de mi familia y a mis médicos. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad libre y espontánea.

FIRMA DEL PARTICIPANTE:

Kand S P Q.

CC. O TI No: 1002745790 de Santander de Q.

	FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACION EN LA INVESTIGACION
	BIENESTAR UNIVERSITARIO

Día	Mes	Año
11	04	2023

Título de la Investigación: Popularidad en redes sociales: la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao.

Nombre de los estudiantes: Johana Lucia Fernandez Ortiz y Edwin Andrés Dávila Marín

Yo Deiber Banguero, mayor de edad, identificado con CC. N 1007477337, una vez informado/a sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a Edwin Dávila y Johana Fernandez, estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán, para la realización de los siguientes procedimientos:


1. Realización de una entrevista semiestructurada.
4. Aplicación del test escala de depresión de Zung.
3. Interpretación de la información obtenida.
4. Análisis y reproducción de los datos, exclusivamente.

Adicionalmente se me informó que:

- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de evaluación de personas con condiciones similares a las mías.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico el archivo del estudio se guardara en la Fundación Universitaria de Popayán y en archivos de las profesionales.
- La información aquí consignada no puede ser utilizada ni difundida a terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas. Esto también se aplica a mi cónyuge, a otros miembros de mi familia y a mis médicos. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad libre y espontánea.

FIRMA DEL PARTICIPANTE: Deber Bonquero

CC. O TI No: 1007477337 de Sotomayor de Quilichao

	FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACION EN LA INVESTIGACION
	BIENESTAR UNIVERSITARIO

Día	Mes	Año
15	04	2023

Título de la Investigación: Popularidad en redes sociales: la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao.

Nombre de los estudiantes: Johana Lucia Fernandez Ortiz y Edwin Andrés Dávila Marin

Yo Edinson Garcia Banguero, mayor de edad, identificado con CC. N 1062284365, una vez informado/a sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a Johana Fernandez y Edwin Davila estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán, para la realización de los siguientes procedimientos:


1. Realización de una entrevista semiestructurada.
2. Aplicación del test escala de depresión de Zung.
3. Interpretación de la información obtenida.
4. Análisis y reproducción de los datos, exclusivamente.

Adicionalmente se me informó que:

- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de evaluación de personas con condiciones similares a las mías.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico el archivo del estudio se guardará en la Fundación Universitaria de Popayán y en archivos de las profesionales.
- La información aquí consignada no puede ser utilizada ni difundida a terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas. Esto también se aplica a mi cónyuge, a otros miembros de mi familia y a mis médicos. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad libre y espontánea.

FIRMA DEL PARTICIPANTE: Edinson Garcia-

CC. O TI No: 1002284363 de Santander Q

	FORMATO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACION EN LA INVESTIGACION
	BIENESTAR UNIVERSITARIO

Día	Mes	Año
-----	-----	-----

**Título de la Investigación:** Popularidad en redes sociales: la relación entre el vacío existencial y un posible surgimiento del estado depresivo en los influencers de Santander de Quilichao.

**Nombre de los estudiantes:** Johana Lucia Fernandez Ortiz y Edwin Andrés Dávila Marín

Yo Sara, mayor de edad, identificado con CC. N 1002961991, una vez informado/a sobre los propósitos, objetivos, procedimientos de intervención y evaluación que se llevarán a cabo en esta investigación y los posibles riesgos que se puedan generar de ella, autorizo a Edwin Dávila y Johana Fernandez estudiantes de la Fundación Universitaria de Popayán, para la realización de los siguientes procedimientos:

1. Realización de una entrevista semiestructurada.
2. Aplicación del test escala de depresión de Zung.
3. Interpretación de la información obtenida.
4. Análisis y reproducción de los datos, exclusivamente.

Adicionalmente se me informó que:

- Mi participación en esta investigación es completamente libre y voluntaria, estoy en libertad de retirarme de ella en cualquier momento.
- No recibiré beneficio personal de ninguna clase por la participación en este proyecto de investigación. Sin embargo, se espera que los resultados obtenidos permitirán mejorar los procesos de evaluación de personas con condiciones similares a las mías.
- Toda la información obtenida y los resultados de la investigación serán tratados confidencialmente. Esta información será archivada en papel y medio electrónico el archivo del estudio se guardará en la Fundación Universitaria de Popayán y en archivos de las profesionales.
- La información aquí consignada no puede ser utilizada ni difundida a terceras personas como empleadores, organizaciones gubernamentales, compañías de seguros u otras instituciones educativas. Esto también se aplica a mi cónyuge, a otros miembros de mi familia y a mis médicos. Hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad libre y espontánea.

FIRMA DEL PARTICIPANTE: Sara

CC. O TI No: 1002961991 de S/Quilceno.

**Anexo N° 3. Modelo de entrevista semiestructurada**

FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN

**Pregunta general**

¿Cuéntanos un poco de sobre quien eres, como te identificas dentro de las redes sociales?

**(Pérdidas, frustraciones, desesperanza)****Pérdidas**

1. ¿De qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser reconocido en las redes sociales?
2. ¿Cómo ha afectado en usted la pérdida de su antiguo estilo de vida?
3. ¿Cree usted que por dedicarse a las redes sociales ha perdido comunicación con personas importantes?
4. ¿Qué clase de hábitos se han perdido desde el momento en que empezaste a utilizar las plataformas dentro del rol de creador de contenido?

**Frustraciones**

5. ¿Qué tipo de problemas generarían mayor frustración en usted al ser estos expuestos a miles de personas en las redes sociales?
6. ¿Sientes frustración cuando se pierde la creatividad en la realización del contenido?
7. ¿Qué sientes al saber que pasas cada día creando, editando, subiendo e interactuando para que tus videos se visualicen y las plataformas terminen restringiendo el contenido?

8. ¿Sientes frustración al evidenciar que tus estadísticas no son lo que esperas y disminuyen cada vez las visualizaciones?

### **Desesperanza**

9. De acuerdo a sus experiencias como influencer ¿ha sentido culpabilidad por algún video haya impactado negativamente a su público?
10. ¿Qué sientes cuando no puedes controlar una situación en redes sociales?
11. ¿Qué sientes cuando el público opina abiertamente de tus problemas personales?
12. ¿De acuerdo con el tiempo que lleva creando contenido en algún momento usted ha sentido que no quiere interactuar con su comunidad, por temor a que sea juzgado o criticado por ellos?

## **Anexo N° 4. Entrevistas**



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN



C: Hola Buena tarde nuestros nombres son Johana Fernandez y Edwin Dávila somos estudiantes de la fundación Universitaria de Popayán, ya con la previa autorización que nos das frente al consentimiento y poder grabar te vamos hacer una serie de preguntas con la finalidad de poder conocer tu experiencia el ser influencers.

**P= Pregunta**

**R= Respuesta**

P1: ¿Cuéntanos un poco de sobre quien eres, como te identificas dentro de las redes sociales?

RP1: Se considera un joven emprendedor que ha superado diferentes problemas en su vida, que de alguna manera ha visto diferentes alternativas para poder ganarse la vida, lleva 3 años creando contenido para las redes sociales, el cual se ha caracterizado por crear dos personajes que sobresalen en sus páginas principales.

P2: ¿De qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser reconocido en las redes sociales?

RP2: últimamente ha sentido falta de privacidad, en el sentido de que ya no puede compartir en espacios públicos, sus seguidores invaden su espacio personal, y tiene que reaccionar de forma correcta porque él está en el foco de opiniones de las personas, no solamente sucede en su vida personal sino también virtualmente, donde abundan muchos comentarios negativos, expresó: ‘‘puedes hacer algo bueno y te critican y haces algo malo e igual te critican, ya me he adaptado y soy consciente de que siempre van a existir comentarios negativos en mis plataformas digitales, la gente no sabe mis emociones, a veces me siento muy mal y así esperan que yo suba contenido que salude en la calle de buena manera, sin ponerse en los zapatos míos, creen que porque uno mantiene alegre en redes sociales uno debe de estar igual en persona, he perdida la pasión y el amor por hacer vídeos desde que empecé a monetizar mis redes sociales’’.

P3: ¿Cómo ha afectado en usted la pérdida de su antiguo estilo de vida?

RP3. Comentó: al principio me afectaba, vivimos muchas situaciones en las que perdimos un amigo y la gente invadía nuestro espacio con preguntas estúpidas y poco prudentes, se sintió feo sentir que a la gente no le importa tus sentimientos y que fueran tan indiscretas con uno en las redes sociales sabiendo que estábamos pasando por una situación difícil y ellos comentando cosas absurdas y sin sentido, también la gente quería sacar provecho de esa mala situación, pero ya aprendemos a conllevar ese tipo de cosas para protegernos mentalmente

P4: ¿Cree usted que por dedicarse a las redes sociales ha perdido comunicación con personas importantes?

RP4: no he perdido comunicación con mi familia, al contrario a fortalecido mi vínculo, ya que mi familia ha sido el refugio donde puedo ser yo mismo y no un personaje de redes sociales.

P5: ¿Qué clase de hábitos se han perdido desde el momento en que empezaste a utilizar las plataformas dentro del rol de creador de contenido?

RP5: Los hábitos que han cambiado es que duermo poco y no concilio el sueño fácilmente, por problemas personales y si me siento afectado por eso.

P6: ¿Qué tipo de problemas generarían mayor frustración en usted al ser estos expuestos a miles de personas en las redes sociales?

RP6. Me frustra no tener la libertad para ser libre y poder hacer lo que yo quiera por miedo a ser juzgado, ya que las personas dicen (este es el influencer y hizo tal cosa y te juzgan)

P7: ¿Sientes frustración cuando se pierde la creatividad en la realización del contenido?

RP7: si sufro de bloqueos creativos, y me frustro por no querer ofrecer lo mismo en redes sociales, tengo que cambiar contenido constantemente para poder innovar

P8: ¿Qué sientes al saber que pasas cada día creando, editando, subiendo e interactuando para que tus videos se visualicen y las plataformas terminen restringiendo el contenido?

RP8: me siento frustrado a veces, ya que pues uno espera que las plataformas viralicen los contenidos para poder obtener buenos ingresos monetarios, pero he aprendido a conllevarlo y recuperar esa pasión por hacer vídeos y hacer reír a la gente, fuera de las estadísticas de público y monetarias.

P9: ¿Sientes frustración al evidenciar que tus estadísticas no son lo que esperas y disminuyen cada vez las visualizaciones?

RP9: si sentía ese tipo de frustración, pero aprendí a evolucionar, si algo no me funciona, yo se que debo probar con otras cosas que si funcionen

P10: De acuerdo a sus experiencias como influencers ¿ha sentido culpabilidad por algún video haya impactado negativamente a su público?

RP10: Sentí culpabilidad una vez que subí un vídeo y la gente empezó a mal interpretarlo y empezaron a realizar comentarios malos, insultando, entre otros, me sentí mal y borré el vídeo, en las redes sociales ya tenemos que tener cuidado con lo que decimos porque somos un foco de opiniones para el público y no podemos ser nosotros mismos sin que nos critiquen.

P11: ¿Qué sientes cuando no puedes controlar una situación en redes sociales?

RP11: He aprendido a manejar ese tipo de situaciones, ya que la gente con la que me rodeo me han ayudado en ese aspecto, es mejor no pelear con la gente y seguir con la vida de uno.

P12: ¿Qué sientes cuando el público opina abiertamente de tus problemas personales?

RP12: se siente feo que se involucren en tu vida personal, por eso no muestro mi vida personal a profundidad en mis redes sociales.

P13: ¿De acuerdo con el tiempo que lleva creando contenido en algún momento usted ha sentido que no quiere interactuar con su comunidad, por temor a que sea juzgado o criticado por ellos?

RP13: a veces siento miedo de decir algo malo y que me critiquen, por eso pienso muy bien lo que voy a decir, a veces los malos comentarios los respondo con sarcasmo.



C: Hola Buena tarde nuestros nombres son Johana Fernandez y Edwin Dávila somos estudiantes de la fundación Universitaria de Popayán, ya con la previa autorización que nos das frente al consentimiento y poder grabar te vamos hacer una serie de preguntas con la finalidad de poder conocer tu experiencia el ser influencers.

**P= Pregunta**

**R= Respuesta**

P1: ¿Cuéntanos un poco de sobre quien eres, como te identificas dentro de las redes sociales?

Rp1: “mi nombre es Deiber Banguero, de Santander de Quilichao específicamente de la vereda Quinamayo nacido y creado por su madre y hermano, desde muy niño eh sido muy interactivo, me eh rodeado de muchas personas mayores que yo que me ha permitido a volverme más avisado y maduro, en el municipio donde me encontraba existían mucha inseguridad donde aprendí que tengo que estar muy prevenido, al permanecer mucho en las calles, empecé a utilizar más las redes sociales y era seguir creadores como háblame menor, el negro está claro ahí es donde me empezó a gustar y me prometí algún día empezar hacer contenido y ser como ellos.

Cuando pase mi adolescencia Salir del colegio y uno siempre tiene la creencia de lo que establece la sociedad que tiene que salir del colegio la universidad y a trabajar, yo quería hacer lo mismo, que llego un punto donde yo en búsqueda de estar en una universidad que fue publica ya que nosotros somos clase media baja. Hice pruebas en la valle, para arquitectura y no pase, luego hice las pruebas en a nacional cede nacional, pero pase a otra carrera, escogí comunicación social, el cual la estudie por un semestre, estando allá mantenía muy solo, ya que la casa donde me quedaba era de estudiantes permanecía todo el tiempo sólo a raíz de esto, empecé hacer videos desde mi celular con la cámara frontal hacia personales de mujer con una toalla en la cabeza y entre otros, estos videos los publicaba en mi perfil de Facebook personal ya que en esos tiempos no tenía acceso a otro perfil con sobre nombre y en instagram, en ese momento era el primero de los de Santander que empecé hacer videos, después empezaron a salir varias personas de mi alrededor que también lo hacía, cuando yo cogía mil reproducciones estaba muy contento, pero por otro lado en Manizales empezó un problema más grande en mi estado mental al estar solo

empecé a padecer de depresión y ansiedad al estar tanto tiempo solo pasaba todo el día llorando durante los 6 meses que permanecí por fuera, al ver esta situación le comente a mi mamá que es psicóloga la situación por la que estaba pasando y aún más que estaba rodeado de personas con mucho dinero y que consumían sustancias psicoactivas y no quería caer en la sensación decidió decirle a mi madre que me venía para mi casa, yo lo tenía todo pero no quería seguir lejos de ellos, a mitad de 2018 me encontré con un amigo que me insinúa a crear contenido, cree una página y empezamos a seguir de 1 a 2 meses videos, ya esto nos permitió crecer económicamente, pero al ver que ya existía ese ingreso de la manera más fácil empecé a perder mucho interés por crear videos buenos, decidí irme para Cali con otros muchachos ayudándome a crecer”

P2: ¿De qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser reconocido en las redes sociales?

RP2: “se ha perdido bastante, yo por lo menos no salgo solo, en muchos de los casos ando con mis primos intentando lidiar con las situaciones de los forcejeos al intentar querer una foto con nosotros e incluso tengo que estar pendiente a mis reacciones o a la actitud que tenga frente a las personas porque ya piensan y dicen que estoy crecido que soy mal encarado y entre muchas más.”

P3: ¿Cómo ha afectado en usted la pérdida de su antiguo estilo de vida?

Rp3: “si me ha afectado pero también siento que me ha cambiado para bien ya que mi vida antes mantenía mucho tiempo en la calle tomando días sin importar que me vieran así, pero ahora es diferente, me ayudando también con mi temperamento ya que yo era una persona muy explosiva ahora eh aprendido a corresponder de una manera educada”

P4: ¿Cree usted que por dedicarse a las redes sociales ha perdido comunicación con personas importantes?

RP4: “perdí bastante comunicación pero no solo por las redes si no por lo lejos que estábamos con mi familia, cuando me fui a Manizales fueron más de 6 meses cuando me fui para Cali más de 5 meses me fui y eran días hasta semanas porque grababa en el día y en las noches editada no me daba el tiempo ni por lo menos para llamarla, ya existía un agotamiento mental.

P5: ¿Qué clase de hábitos se han perdido desde el momento en que empezaste a utilizar las plataformas dentro del rol de creador de contenido?

RP5: “dentro los hábitos que eh perdido está, el sueño, las ganas de salir algún lado y no poder porque hay mucha gente, el no compartir con mi familia todo el tiempo que quiero.”

P6: ¿Qué tipo de problemas generarían mayor frustración en usted al ser estos expuestos a miles de personas en las redes sociales?

RP6: “situación personales, ya que yo no procuro compartir mucho de eso en mis redes sociales”

P7: ¿Sientes frustración cuando se pierde la creatividad en la realización del contenido?

RP7: “si claro. Porque a vece uno inicia tomándoselo como si fuera mi trabajo y limite mi capacidad para crear ideas, ya ahora lo hago porque me divierte y me gusta lo que hago cada día”

P8: ¿Qué sientes al saber que pasas cada día creando, editando, subiendo e interactuando para que tus videos se visualicen y las plataformas terminen restringiendo el contenido?

RP8: “Me frustraba porque para lo que uno está haciendo es lo mejor y procuro que sea viral y a veces cuando no pasa, me aburría, al empezar a ver esas situaciones empecé a subir más videos con una constancia dando como resultado una visualización que se quiere y así sea que no seamos visibles desde nuestras páginas la estamos desde los otros compañeros”

P9: ¿Sientes frustración al evidenciar que tus estadísticas no son lo que esperas y disminuyen cada vez las visualizaciones?

RP9: “yo no permito que influya en mi personalidad pero cuando ocurre esta situación lo primero que hago es evidenciar si no hay alguna infracción por el contenido que sube ya que al existir esto no van a permitir que nosotros subamos más contenido.”

P10: De acuerdo a sus experiencias como influencers ¿ha sentido culpabilidad por algún video haya impactado negativamente a su público?

RP10: “no porque mi contenido es muy limpio y educativo no contiene nada de violencia, que para muchas personas no lo entienden y piensan que no aporta, uno como influencers cumple con subir los videos ya está en cada quien que lo quiera ver.”

P11: ¿Qué sientes cuando no puedes controlar una situación en redes sociales?

RP11: “aunque se manejan mis emociones y actitudes, me siento frustrado e invadido porque por más que quiera yo doy lo mejor de mí en cada video

P12: ¿Qué sientes cuando el público opina abiertamente de tus problemas personales?

Rp12: “antes me influían mucho al ver que las personas hablaban mal de mí me juzgaban y en muchos de los casos yo respondía ante estas situaciones ahora al ser parte de las redes sociales me he permitido que esos comentarios no influyeran

en mí ya que pongo primero mi salud mental y consciente que entre más personas más comentarios negativos que uno recibe.”

P13: ¿De acuerdo con el tiempo que lleva creando contenido en algún momento usted ha sentido que no quiere interactuar con su comunidad, por temor a que sea juzgado o criticado por ellos?

RP13: “Si me gusta compartir con las personas que me apoyan no toda mi vida personal pero si darles la oportunidad de que me escuchen y de una u otra manera también me permiten poder expresar lo que en algún momento estuve aguantándome”



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN



C: Hola Buena tarde nuestros nombres son Johana Fernandez y Edwin Dávila somos estudiantes de la fundación Universitaria de Popayán, ya con la previa autorización que nos das frente al consentimiento y poder grabar te vamos hacer una serie de preguntas con la finalidad de poder conocer tu experiencia el ser influencers.

**P= Pregunta**

**R= Respuesta**

El enchulaito se caracteriza como un joven alegre, divertido dentro de las redes sociales, el cual lleva un recorrido de más de dos años en ellas, inició en pandemia para salir de la rutina.

P1: ¿De qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser reconocido en las redes sociales?

R1: he perdido la privacidad en el sentido de que yo hago blogs de mi vida personal en las redes sociales, por ende la gente sabe mucho sobre mi vida y empiezan a opinar sobre ella, invadiendo mi espacio personal,

P2: ¿Cómo ha afectado en usted la pérdida de su antiguo estilo de vida?

R2: lo que ha afectado en cambios en mi vida es que me volví un poco más selectivo con mis amistades y empecé a rodearme de personas que están en la misma sintonía mía de querer luchar por unos objetivos.

P3: ¿Cree usted que por dedicarse a las redes sociales ha perdido comunicación con personas importantes?

R3: Me he distanciado de personas importantes por dedicarme de lleno a las redes sociales, ya que no me queda tiempo o no lo administro bien.

P4: ¿Qué clase de hábitos se han perdido desde el momento en que empezaste a utilizar las plataformas dentro del rol de creador de contenido?

R4: uno de los hábitos que cambiaron es que gracias a las redes sociales puedo solventar económicamente mis gustos y puedo comer lo que quiera.

P5: ¿Qué tipo de problemas generarían mayor frustración en usted al ser estos expuestos a miles de personas en las redes sociales?

R5: al principio si me afectaba pero ahora me he blindado a los malos comentarios y he aprendido a convivir con ellos, ya me dan igual que me critiquen porque soy yo y eso no les importa a ellos.

P6: ¿Sientes frustración cuando se pierde la creatividad en la realización del contenido?

R6: Me frustró cuando pierdo la creatividad, porque veo esto como un trabajo y si no hago un buen trabajo pues no genero buen dinero para suplir mis necesidades y por ende me desespero.

P7: ¿Qué sientes al saber que pasas cada día creando, editando, subiendo e interactuando para que tus videos se visualicen y las plataformas terminen restringiendo el contenido?

R7: me frustró pero empiezo a buscar otras alternativas para poder viralizarme en redes sociales.

P8: ¿Sientes frustración al evidenciar que tus estadísticas no son lo que esperas y disminuyen cada vez las visualizaciones?

R8: si, si siento frustración

P9: De acuerdo a sus experiencias como influencers ¿ha sentido culpabilidad por algún video haya impactado negativamente a su público?

R9: Si he sentido culpabilidad, ya que una vez subí un vídeo criticando a alguien y me empezaron a llover las críticas, mis amigos me hicieron caer en cuenta del error e inmediatamente lo borré, en redes sociales se debe tener cuidado con lo que uno opina.

P10: ¿Qué sientes cuando no puedes controlar una situación en redes sociales?

R10: me da igual porque ya aprendí a conllevar la situación y simplemente le doy la razón a la gente para no pelear con mi público.

P11: ¿Qué sientes cuando el público opina abiertamente de tus problemas personales?

R11: Al principio me afectaba y ahora ya no, los más afectados son mis familiares como mi mamá que si mira los comentarios.

P12: ¿De acuerdo con el tiempo que lleva creando contenido en algún momento usted ha sentido que no quiere interactuar con su comunidad, por temor a que sea juzgado o criticado por ellos?

R11: no me siento atacado por mi público, antes me gusta que me critiquen para que me den más interacción, de igual manera mis mismos seguidores me defienden.



C: Hola Buena tarde nuestros nombres son Johana Fernandez y Edwin

Dávila somos estudiantes de la fundación Universitaria de Popayán, ya con la previa autorización que nos das frente al consentimiento y poder grabar te vamos hacer una serie de preguntas con la finalidad de poder conocer tu experiencia el ser influencers.

**P= Pregunta**

**R= Respuesta**

Soy Sara se considera como una chica extrovertida, el cual se encarga de hacer reír a sus seguidores por medio de sus blogs, maquillaje, su objetivo es dejar algo que aportar entre sus seguidores.

p.1: ¿De qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser reconocido en las redes sociales?

R1. “He perdido la privacidad de manera en que no puedo salir a lugares públicos porque a veces me siento mal y la gente no ve como me siento si no que de una se me va acercando, también no me gusta que la gente conoce mucho sobre mi vida, como en donde vivo y quien es mi pareja, a veces se torna muy tóxico ya que hay seguidores que inventan chismes para hacerme terminar con mi novio, también opinan de mis relaciones pasadas, lo cual me causa problemas en mi vida personal”

P2: ¿Cómo ha afectado en usted la pérdida de su antiguo estilo de vida?

R2: “ha afectado mucho mi antiguo estilo de vida, ya que antes nadie opinaba sobre mi vida personal, ahora todos opinan sobre ella y extraño mi privacidad”

P3 ¿Cree usted que por dedicarse a las redes sociales ha perdido comunicación con personas importantes?

R3: “he perdido comunicación con mi abuela, con mis primas y con otros familiares, ya que solo me enfoco en grabar y no administro mi tiempo para esas personas que son especiales en mi vida.”

P4: ¿Qué clase de hábitos se han perdido desde el momento en que empezaste a utilizar las plataformas dentro del rol de creador de contenido?

R4: “uno de los hábitos es que actualmente casi no como, ha disminuido el apetito, también perdí el hábitos de mantener donde mi abuela, otro hábito que cambio es que ahora todo lo quiero grabar para subirlo a las redes sociales”

P5: ¿Qué tipo de problemas generarían mayor frustración en usted al ser estos expuestos a miles de personas en las redes sociales?

R5: “Lo que me genera mayor frustración es saber que cualquier persona puede opinar y comentar sobre mí en mis redes sociales, ya lo he aprendido a manejar pero al principio si me afectaba, pero decidí no darle importancia a eso.”

P6. ¿Sientes frustración cuando se pierde la creatividad en la realización del contenido?

R6: “ sí, siento mucha frustración, ya que es mi trabajo y todo el tiempo siento la presión de mis seguidores que me dicen que no he subido contenido, me hace sentir muy triste.”

P7: ¿Qué sientes al saber que pasas cada día creando, editando, subiendo e interactuando para que tus videos se visualicen y las plataformas terminen restringiendo el contenido?

R7: “me siento triste, ya que en realidad si espero que al vídeo la vaya bien , al no ver resultados me frustró”

P8: ¿Sientes frustración al evidenciar que tus estadísticas no son lo que esperas y disminuyen cada vez las visualizaciones?

R8: “me siento muy triste al no ver resultados”

P9: De acuerdo a sus experiencias como influencers ¿ha sentido culpabilidad por algún video haya impactado negativamente a su público?

R9: “si he sentido culpabilidad, ya que expliqué una situación con mi ex novio para aclarar, ya que la gente estaba hablando mucho sobre eso, y la gente me atacó, nunca debí subir ese vídeo.”

P10: ¿Qué sientes cuando no puedes controlar una situación en redes sociales?

R10: “antes me ponía triste, ahora se que todo debe de darme igual o no darle relevancia, ya que siempre va a existir ese tipo de personas criticándote.”

P11: ¿Qué sientes cuando el público opina abiertamente de tus problemas personales?

R11: “no darle importancia, en momento de mis inicios me ponía triste, cualquier creador de contenido debe de estar preparado y blindarse a los malos comentarios, respondo los comentarios con mucho sarcasmo.”

P12: ¿De acuerdo con el tiempo que lleva creando contenido en algún momento usted ha sentido que no quiere interactuar con su comunidad, por temor a que sea juzgado o criticado por ellos?

R12: “si me ha dado miedo hablar de algunos temas, ya que siento que quizás me sentiré atacada.”



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN



C: Hola Buena tarde nuestros nombres son Johana Fernandez y Edwin Dávila somos estudiantes de la fundación Universitaria de Popayán, ya con la previa autorización que nos das frente al consentimiento y poder grabar te vamos hacer una serie de preguntas con la finalidad de poder conocer tu experiencia el ser influencers.

**P= Pregunta**

**R= Respuesta**

P1: ¿Cuéntanos un poco de sobre quien eres, como te identificas dentro de las redes sociales?

RP1: “Mi nombre es Karol Stephany Mera Gómez una joven de 21 años, influencer llevo creando contenido aproximadamente dos años consecutivos, me identifico como Karin en sus redes sociales, haciendo una clase de contenido humorístico, cuenta con una población de 25.4 mil seguidores en su cuenta de instagram y en Facebook 463 mil. Inicie a partir de la pandemia con previos conocimientos ya que realizaba talleres de teatro, teniendo en cuenta que a lo que se iba a enfrentar no era algo fácil ya reconocía las ventajas y las desventajas que podía traer consigo mismo.

P2: ¿De qué manera cree usted que ha perdido la privacidad en su vida cotidiana al ser reconocido en las redes sociales?

RP2: "tal vez en los espacios públicos, no puedo cambiar de actitud ya que las personas van a empezar a juzgarme"

P3: ¿Cómo ha afectado en usted la pérdida de su antiguo estilo de vida?

P4: ¿Cree usted que por dedicarse a las redes sociales ha perdido comunicación con personas importantes?

RP4: " no me ha distanciado a mi familia aunque yo viva sola siempre eh tenido la comunicación con cada uno"

P5: ¿Qué clase de hábitos se han perdido desde el momento en que empezaste a utilizar las plataformas dentro del rol de creador de contenido? }

RP5 antes mantenía en espacios públicos ahora ya no me dan ganas de salir de tan solo pensar que hay muchas personas que vienen hacia a mí con otras intenciones"

P6: ¿Qué tipo de problemas generarían mayor frustración en usted al ser estos expuestos a miles de personas en las redes sociales?

RP6: " los malos comentarios en el contenido que subo haciendo que influyan en mí"

P7: ¿Sientes frustración cuando se pierde la creatividad en la realización del contenido?

RP7: "en muchos de los casos si me vulnera me da tristeza pero esos son momentáneos"

P8: ¿Qué sientes al saber que pasas cada día creando, editando, subiendo e interactuando para que tus videos se visualicen y las plataformas terminen restringiendo el contenido?

RP8: " actualmente tengo una restricción que no me ha permitido subir videos que en mucho casos hasta que querido dejar de hacer contenido por la exposición y todo se vuelve monótono"

P9: De acuerdo a sus experiencias como influencers ¿ha sentido culpabilidad por algún video haya impactado negativamente a su público?

RP9: "si me paso en un video que se hizo de forma de humor y las personas lo tomaron de forma negativa"

P10: ¿Qué sientes cuando el público opina abiertamente de tus problemas personales?

RP10: no me ha pasado mucho pero si llegara a suceder me pondria mal porque por eso evito exponer mi vida personal"

P11: ¿De acuerdo con el tiempo que lleva creando contenido en algún momento usted ha sentido que no quiere interactuar con su comunidad, por temor a que sea juzgado o criticado por ellos?

RP11: "no me gusta interactuar mucho con mi comunidad ya que hablo poco incluso mi círculo social es muy cerrado"

Anexo Nº 5. Resultados de la prueba

*David Hera Obando (la hija)*

### Escala de Autoevaluación para la Depresión de Zung (SDS)

Por favor lea cada enunciado y decida con qué frecuencia el enunciado describe la forma en que usted se ha sentido en los últimos días.

Por favor marque (✓) la columna adecuada.	Poco tiempo	Algo del tiempo	Una buena parte del tiempo	La mayor parte del tiempo
1. Me siento decaído y triste.		X		
2. Por la mañana es cuando me siento mejor.			X	
3. Siento ganas de llorar o irumpo en llanto.		X		
4. Tengo problemas para dormir por la noche.			X	
5. Como la misma cantidad de siempre.		X		
6. Todavía disfruto el sexo.				X
7. He notado que estoy perdiendo peso.			X	
8. Tengo problemas de estreñimiento.	X			
9. Mi corazón late más rápido de lo normal.		X		
10. Me canso sin razón alguna.		X		
11. Mi mente está tan clara como siempre.		X		
12. Me es fácil hacer lo que siempre hacía.		X		
13. Me siento agitado y no puedo estar quieto.			X	
14. Siento esperanza en el futuro.			X	
15. Estoy más irritable de lo normal.		X	X	
16. Me es fácil tomar decisiones.		X		
17. Siento que soy útil y me necesitan.		X	X	
18. Mi vida es bastante plena.			X	
19. Siento que los demás estarían mejor si yo muriera.	X			
20. Todavía disfruto de las cosas que disfrutaba antes.		X		

Puntos → 56

15/04/2023

### Escala de Autoevaluación para la Depresión de Zung (SDS)

Por favor lea cada enunciado y decida con qué frecuencia el enunciado describe la forma en que usted se ha sentido en los últimos días.

Por favor marque (✓) la columna adecuada.	Poco tiempo	Algo del tiempo	Una buena parte del tiempo	La mayor parte del tiempo
1. Me siento decaído y triste.			X	
2. Por la mañana es cuando me siento mejor.		X		
3. Siento ganas de llorar o irrumo en llanto.		X		
4. Tengo problemas para dormir por la noche.				X
5. Como la misma cantidad de siempre.		X		
6. Todavía disfruto el sexo.	X			
7. He notado que estoy perdiendo peso.	X			
8. Tengo problemas de estrefimiento.	X			
9. Mi corazón late más rápido de lo normal.	X			
10. Me canso sin razón alguna.	X		(X)	
11. Mi mente está tan clara como siempre.			X	
12. Me es fácil hacer lo que siempre hacía.		X		
13. Me siento agitado y no puedo estar quieto.	X			
14. Siento esperanza en el futuro.				X
15. Estoy más irritable de lo normal.	X			
16. Me es fácil tomar decisiones.			X	
17. Siento que soy útil y me necesitan.		X		
18. Mi vida es bastante plena.		X		
19. Siento que los demás estarían mejor si yo muriera.	X			
20. Todavía disfruto de las cosas que disfrutaba antes.		X		

Puntos → 54.

SANCIA B 1002289363

### Escala de Autoevaluación para la Depresión de Zung (SDS)

Por favor lea cada enunciado y decida con qué frecuencia el enunciado describe la forma en que usted se ha sentido en los últimos días.

Por favor marque (✓) la columna adecuada.	Poco tiempo	Algo del tiempo	Una buena parte del tiempo	La mayor parte del tiempo
1. Me siento decaído y triste.	✓			
2. Por la mañana es cuando me siento mejor.	✓			✓
3. Siento ganas de llorar o irumpo en llanto.	✓			
4. Tengo problemas para dormir por la noche.	✓			
5. Como la misma cantidad de siempre.			✓	
6. Todavía disfruto el sexo.				✓
7. He notado que estoy perdiendo peso.	✓			
8. Tengo problemas de estreñimiento.	✓			
9. Mi corazón late más rápido de lo normal.	✓			
10. Me canso sin razón alguna.	✓			
11. Mi mente está tan clara como siempre.			✓	
12. Me es fácil hacer lo que siempre hacía.		✓		
13. Me siento agitado y no puedo estar quieto.		✓		
14. Siento esperanza en el futuro.				✓
15. Estoy más irritable de lo normal.		✓		
16. Me es fácil tomar decisiones.				✓
17. Siento que soy útil y me necesitan.			✓	
18. Mi vida es bastante plena.		✓		
19. Siento que los demás estarían mejor si yo muriera.	✓			
20. Todavía disfruto de las cosas que disfrutaba antes.			✓	

Puntos → 36.

*Dalbor Banguero*

### Escala de Autoevaluación para la Depresión de Zung (SDS)

Por favor lea cada enunciado y decida con qué frecuencia el enunciado describe la forma en que usted se ha sentido en los últimos días.

Por favor marque (✓) la columna adecuada.	Poco tiempo	Algo del tiempo	Una buena parte del tiempo	La mayor parte del tiempo
1. Me siento decaído y triste.		X		
2. Por la mañana es cuando me siento mejor.			X	
3. Siento ganas de llorar o irumpo en llanto.	X			
4. Tengo problemas para dormir por la noche.		X		
5. Como la misma cantidad de siempre.		X		
6. Todavía disfruto el sexo.				X
7. He notado que estoy perdiendo peso.		X		
8. Tengo problemas de estreñimiento.	X			
9. Mi corazón late más rápido de lo normal.	X			
10. Me canso sin razón alguna.		X		
11. Mi mente está tan clara como siempre.			X	
12. Me es fácil hacer lo que siempre hacía.			X	
13. Me siento agitado y no puedo estar quieto.		X		
14. Siento esperanza en el futuro.				X
15. Estoy más irritable de lo normal.	X			
16. Me es fácil tomar decisiones.			X	
17. Siento que soy útil y me necesitan.			X	
18. Mi vida es bastante plena.			X	
19. Siento que los demás estarían mejor si yo muriera.	X			
20. Todavía disfruto de las cosas que disfrutaba antes.			X	

*Puntos = 27*

Sara

### Escala de Autoevaluación para la Depresión de Zung (SDS)

Por favor lea cada enunciado y decida con qué frecuencia el enunciado describe la forma en que usted se ha sentido en los últimos días.

Por favor marque (✓) la columna adecuada.	Poco tiempo	Algo del tiempo	Una buena parte del tiempo	La mayor parte del tiempo
1. Me siento decaído y triste.	X			
2. Por la mañana es cuando me siento mejor.	X			
3. Siento ganas de llorar o irumpo en llanto.	X			
4. Tengo problemas para dormir por la noche.			X	
5. Como la misma cantidad de siempre.	X			
6. Todavía disfruto el sexo.		X		
7. He notado que estoy perdiendo peso.				X
8. Tengo problemas de estreñimiento.	X			
9. Mi corazón late más rápido de lo normal.	X			
10. Me canso sin razón alguna.	X			
11. Mi mente está tan clara como siempre.			X	
12. Me es fácil hacer lo que siempre hacía.			X	
13. Me siento agitado y no puedo estar quieto.		X		
14. Siento esperanza en el futuro.				X
15. Estoy más irritable de lo normal.		X		
16. Me es fácil tomar decisiones.		X		
17. Siento que soy útil y me necesitan.				X
18. Mi vida es bastante plena.			X	
19. Siento que los demás estarían mejor si yo muriera.	X			
20. Todavía disfruto de las cosas que disfrutaba antes.		X		

Puntos → 83