



CULTURA DE CONSUMO: MARKETING DE INFLUENCERS

¿Qué es?

El marketing de influencers es un **fenómeno digital** en el que una empresa paga o anima a personas influyentes con una gran lista de seguidores en las redes sociales a publicar sobre su producto o servicio. Puede consistir en promocionar un producto específico, generar entusiasmo por una campaña u obtener seguidores para la empresa en cuestión.



¿Cómo puede impactar en la salud sexual y reproductiva de los jóvenes?

El marketing de influencers a menudo se centra en la promoción de productos y estilos de vida, dejando de lado la educación integral en SSR. Esto puede resultar en una falta de comprensión sobre temas cruciales como el consentimiento, la anticoncepción o las infecciones de transmisión sexual, entre otros. El marketing de influencers puede proporcionar información inexacta o incompleta sobre temas de salud sexual y reproductiva, lo que podría llevar a los jóvenes a tomar decisiones basadas en información incorrecta. Algunos influencers también pueden promocionar productos como juguetes sexuales, suplementos o métodos anticonceptivos. Si no se proporciona información precisa y educación sobre estos productos, los jóvenes pueden tomar decisiones sin una comprensión completa de sus implicaciones.

Si los influencers promueven activamente un estilo de vida sexual promiscuo o extremadamente aventurero, los jóvenes pueden sentirse presionados a experimentar más allá de su nivel de comodidad o conocimiento.

En relación con esto, las representaciones de los medios de comunicación y las opiniones de las personas influyentes pueden influir en las actitudes de los jóvenes hacia el consentimiento, el respeto y las relaciones saludables.

La forma en que los influencers representan los problemas de imagen corporal puede ser tanto positiva como negativa. Algunos pueden promover una imagen idealizada y retocada de la sexualidad y el cuerpo. Esto puede generar inseguridades y presión sobre los jóvenes para que se ajusten a ciertos estándares estéticos o de comportamiento sexual. Por otro lado, hay otras que abogan muy abiertamente por la aceptación del cuerpo y la positividad, como Jameela Jamil.



¿Cuáles son algunas de las formas en que se puede apoyar a los jóvenes?

Aquí hay algunas herramientas y recursos que pueden ser útiles para ayudar a los jóvenes a adoptar un enfoque más informado y crítico hacia las personas influyentes en línea:

- Organiza un taller sobre cómo funcionan las estrategias de marketing y desarrollar una visión crítica sobre los objetivos de cada campaña en diferentes contextos (no necesariamente solo en SSR). Esto conducirá al desarrollo de la alfabetización mediática y el pensamiento crítico relacionado con el marketing de influencers y la prevención de los riesgos de SSR.
- Fomenta conversaciones abiertas y honestas entre los jóvenes al impulsar discusiones dirigidas entre iguales. Crea un espacio seguro para que compartan sus experiencias e inquietudes sobre el marketing de influencers. Esto puede ayudar a crear conciencia y promover discusiones saludables.
- Identifica personas influyentes responsables y creíbles que prioricen la información objetiva y promuevan mensajes positivos sobre la SSR. Colabora con ellos para crear contenido informativo y campañas que desafíen las narrativas dañinas difundidas por otros influencers.
- Lanza campañas digitales y desafíos en las plataformas de redes sociales para involucrar a los jóvenes en la difusión de información precisa y desacreditar los mitos relacionados con la salud sexual y reproductiva. Anímalos a compartir sus experiencias y conocimientos, empoderándolos para que se conviertan en defensores de comportamientos saludables.



Fenómenos/herramientas digitales relacionados:

Ver fichas:

- Redes sociales: Instagram
- Redes sociales: Snapchat
- Redes sociales: TikTok

Para saber más:

- Rodríguez Alarcón, Diego Rodrigo. “Publicidad y marketing digital: Concientización sobre la sexualidad precoz.” bachelorThesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño y Arquitectura. Carrera de Diseño Gráfico Publicitario, 2021. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/33557>.
- UNESCO. “A Review of the Evidence: Sexuality Education for Young People in Digital Spaces - UNESCO Digital Library,” 2020. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373885>.

