

El impacto de los ‘*Influencers*’ y las redes sociales en la formación de identidad de la juventud panameña

Vargas, Nathaly

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Psicología General
dayanenatha@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-7153-4751>

Kirsch, Ana

Universidad UMECIT, Panamá
Licenciatura en Psicología General
anakirschc@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-7374-1332>

Docente asesor:

Arana, Marcela

Universidad UMECIT, Panamá
Asignatura: Psicología General
arana.marcela@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-3660-9526>

Sede: Panamá

DOI: 10.37594/sc.v1i5.1372

Resumen

El presente artículo es producto de un proyecto de investigación que se encuentra en desarrollo y se enmarca en el paradigma empírico analítico, utilizando un diseño de investigación de tipo observacional y correlacional. La investigación se centra en analizar en qué medida los “influencers” y las redes sociales impactan en la formación de la identidad de la juventud panameña, así como en comprender los procesos mediante los cuales esta influencia se lleva a cabo. La muestra seleccionada para este estudio está compuesta por jóvenes panameños de 12 a 21 años, quienes serán elegidos de manera aleatoria estratificada por edad, género y ubicación geográfica en la Ciudad de Panamá. Esta estrategia de muestreo garantiza la representatividad de la muestra y permite obtener una visión amplia y diversa de cómo los jóvenes de diferentes perfiles demográficos están siendo influenciados por los “Influencers” y las redes sociales en la formación de su identidad.

Palabras clave: Influencers (Creadores de Contenido), redes sociales, identidad, juventud, formación de identidad

The impact of ‘Influencers’ and social networks in the identity formation of the Panamanian youth

Abstract

This project is framed within the analytical empirical paradigm, using an observational and correlational research design. The research focuses on analyzing the extent to which “Influencers” and social networks have an impact on the identity formation of Panamanian youth, as well as on understanding the processes through which this influence takes place. The sample selected for this study is composed of young Panamanians between the ages of 12 and 21, who will be randomly selected stratified by age, gender and geographic location. This sampling strategy guarantees the representativeness of the sample and allows us to obtain a broad and diverse view of how young people of different demographic profiles are being influenced by “Influencers” and social networks in the formation of their identity.

Keywords: influencers (Content Creator), social networks, identity, youth, identity formation

1. INTRODUCCIÓN

• Justificación

La investigación sobre el impacto de los “Influencers” y las redes sociales en la formación de identidad de la juventud panameña es crucial por las siguientes razones:

Relevancia Social: En la era digital, los “Influencers” y las redes sociales ejercen una poderosa influencia en la vida de los jóvenes, especialmente en la construcción de su identidad. Comprender cómo esta influencia afecta a la juventud panameña es fundamental para abordar los desafíos y las oportunidades asociadas con el uso de la tecnología en el desarrollo de la identidad.

Impacto en la Salud Mental: La exposición a los estándares de belleza, estilos de vida y valores promovidos por los “Influencers” y las redes sociales puede tener un impacto significativo en la autoestima, la autoimagen y el bienestar psicológico de los jóvenes. Investigar estas dinámicas es crucial para identificar posibles riesgos para la salud mental y desarrollar estrategias de intervención efectivas.

Desarrollo de Políticas y Programas: Los hallazgos de esta investigación pueden informar el desarrollo de políticas y programas dirigidos a promover una relación saludable y crítica con la influencia de los “Influencers” y las redes sociales en la juventud panameña. Esto puede incluir

iniciativas educativas, regulaciones de contenido en línea y campañas de concienciación sobre el uso responsable de las redes sociales.

Fomento de la Identidad Positiva: Entender cómo los “Influencers” y las redes sociales pueden afectar la construcción de la identidad de los jóvenes panameños también puede proporcionar información valiosa sobre cómo fomentar una identidad positiva y auténtica en un entorno digital.

- **Descripción de la temática o problema de investigación:**

El tema de la influencia de los “Influencers” y las redes sociales en la formación de la identidad de la juventud panameña es una cuestión de creciente relevancia en el ámbito académico y social, dada la penetración cada vez mayor de las plataformas digitales y la influencia que ejercen sobre los comportamientos y percepciones de los jóvenes. Panamá, al igual que muchos otros países, ha experimentado un rápido aumento en el acceso a internet y el uso de redes sociales en los últimos años, lo que ha transformado profundamente la forma en que los jóvenes interactúan se comunican y construyen su identidad.

La influencia de los “Influencers”, personas que han ganado una considerable audiencia en plataformas como Instagram, YouTube, TikTok, entre otras, debido a su capacidad para generar contenido atractivo y relevante para su público, ha sido objeto de numerosos estudios en todo el mundo. Estos individuos suelen destacarse por sus estilos de vida, apariencia, habilidades o conocimientos en áreas específicas, lo que les permite ejercer una influencia significativa sobre sus seguidores, especialmente entre los jóvenes.

En el contexto panameño, esta influencia no es ajena. Los “Influencers” locales han surgido en diferentes nichos, desde la moda y la belleza hasta la cocina, el fitness, el entretenimiento y la cultura. A través de la creación de contenido digital, estos “Influencers” han logrado construir comunidades de seguidores fieles que buscan inspiración, entretenimiento y consejos en diversas áreas de sus vidas.

Marco Legal

De acuerdo con la Ley No. 81 de 2019, establece los principios, derechos y obligaciones relacionados con el tratamiento de la información personal. Esta ley garantiza el derecho de las personas a la privacidad y la confidencialidad de sus datos personales, así como el deber de las organizaciones de obtener el consentimiento informado de los usuarios antes de recopilar, procesar o compartir su información personal.

La Ley No. 45 de 2007 sobre Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia. Estas normativas establecen los principios éticos y legales que deben regir la publicidad en medios tradicionales y digitales, incluyendo la veracidad, la honestidad y la protección de los consumidores frente a prácticas comerciales engañosas o fraudulentas

La Ley No. 26 de 2007 sobre la Protección Integral de la Niñez y la Adolescencia. Estas leyes establecen medidas para prevenir el abuso, la explotación y el maltrato de los menores, así como para promover su desarrollo integral y su participación en la sociedad.

- **Antecedentes investigativos**

El estudio analiza el impacto de los “Influencers” de Instagram en la constitución de nuevas subjetividades en adolescentes de 15 a 17 años en el contexto de las redes sociales. Se destaca el crecimiento exponencial del uso de Internet y las redes sociales a nivel global, con un enfoque especial en el impacto en la juventud. Los jóvenes son considerados actores clave en la economía digital y presentan un acceso avanzado a la tecnología, lo que les permite participar activamente en plataformas como Instagram.

Instagram se posiciona como una red social relevante, caracterizada por su alta conectividad emocional y su capacidad de influir en las percepciones y comportamientos de los usuarios, especialmente de los adolescentes. Los “Influencers” de Instagram, definidos como personas que generan contenido en la plataforma, ejercen una influencia significativa en esta población, siendo seguidos principalmente por su contenido informativo, entretenido y motivador.

Se observa que los adolescentes interactúan con los “Influencers” a través de diversas formas, como participar en sorteos, concursos y canjes promocionales. Esta interacción genera una relación de cercanía y confianza entre los “Influencers” y los adolescentes, lo que impacta en sus decisiones de compra y en la construcción de su identidad digital. Los “Influencers” se convierten en modelos a seguir para los adolescentes, quienes buscan imitar sus estilos de vida, intereses y valores.

Los “Influencers” de Instagram desempeñan un papel relevante en la vida de los adolescentes, influenciando no solo sus decisiones de consumo, sino también en la construcción de su identidad y subjetividad en un entorno digital. Es fundamental comprender esta dinámica para abordar de manera efectiva los desafíos y oportunidades que surgen en la era de la influencia digital en las redes sociales.

Se analiza la influencia de los medios de comunicación en la sociedad actual, centrándose

en cómo los jóvenes han modificado sus hábitos y preferencias debido a la presión social y la exposición a las redes sociales. Se destaca que la globalización ha sido impulsada por la evolución de los medios de comunicación, lo que ha llevado a cambios significativos en la forma en que se percibe la información y se interactúa con ella.

Se aborda el tema de la saturación publicitaria y la desinformación, señalando que estos fenómenos pueden afectar la capacidad crítica de los jóvenes y su toma de decisiones. Se menciona la influencia de los “Influencers” y las redes sociales en el comportamiento de consumo de los jóvenes, así como la presión que ejercen en la conformidad con ciertos estándares de belleza y estilo de vida.

Se resalta la importancia de la imagen corporal y los cánones de belleza en la autoestima de los jóvenes, quienes pueden sentirse presionados a cumplir con ciertos ideales impuestos por la sociedad y los medios de comunicación. Además, se menciona que los jóvenes son altamente influenciados por la publicidad y buscan pertenecer a determinados grupos sociales a través del consumo de productos y marcas específicas.

Se coloca de manifiesto cómo los medios de comunicación, las redes sociales y la publicidad impactan en la forma en que los jóvenes se relacionan con el mundo que les rodea, influenciando sus decisiones de consumo, su autoimagen y su sentido de pertenencia social.

El estudio realizado aborda de manera exhaustiva las motivaciones que impulsan a los jóvenes adultos a seguir a “Influencers” en redes sociales y explora los posibles efectos de esta interacción en su comportamiento en línea. Se identifican seis motivaciones principales que guían a los individuos a seguir a estos “Influencers”: compartir información, buscar información, seguir tendencias, entretenimiento relajante, compañerismo y pasar el tiempo por aburrimiento/hábito.

Se profundiza en la influencia de factores como el género, la edad y el nivel educativo en las motivaciones de los seguidores de “Influencers”, destacando la diversidad de razones que pueden impulsar esta interacción en función de estas variables. Se plantea que la identificación social juega un papel crucial en el comportamiento en línea, especialmente en lo que respecta a la publicidad en línea y las decisiones de compra de los consumidores.

Se sugiere que la identificación con “Influencers” en redes sociales puede tener un impacto significativo en las decisiones de compra de los seguidores, lo que subraya la relevancia de esta relación en el contexto del marketing digital. Los hallazgos del estudio ofrecen una perspectiva

profunda sobre las motivaciones subyacentes que llevan a los jóvenes adultos a seguir a “Influencers” en redes sociales y cómo estas motivaciones pueden influir en sus comportamientos en línea, incluyendo su interacción con la publicidad y sus decisiones de compra.

Este estudio proporciona una visión detallada y esclarecedora sobre el impacto de los “Influencers” en el comportamiento de los consumidores en el entorno digital actual, contribuyendo de manera significativa a la comprensión de este fenómeno emergente en el ámbito del marketing y las redes sociales.

La identidad narrativa, que implica la internalización de una historia del yo que integra el pasado, presente y futuro, se ve influenciada por el uso de las redes sociales en la adolescencia. Estas plataformas digitales han transformado las relaciones interpersonales, extendiendo la comunicación a un ámbito virtual que impacta en la construcción de la identidad de los jóvenes.

Entre las oportunidades que ofrecen las redes sociales se encuentra la posibilidad de explorar nuevos roles e intereses, así como de recopilar experiencias que den coherencia y continuidad al autoconcepto. Los adolescentes utilizan estas plataformas como espacios de socialización, donde buscan validación de su identidad y reconocimiento por parte de sus pares.

Sin embargo, también existen obstáculos asociados al uso de las redes sociales en la adolescencia. Entre ellos se encuentran la búsqueda constante de validación a través de “likes”, la exposición excesiva de aspectos positivos en respuesta a demandas culturales y el peligro de perder la privacidad y objetivar la propia identidad.

Las redes sociales representan un desafío para la identidad adolescente al ofrecer tanto oportunidades como obstáculos en su desarrollo. Es fundamental abordar de manera integral los aspectos positivos y negativos de la influencia de las redes sociales en la construcción de la identidad, buscando un equilibrio entre la autenticidad y la exposición en línea.

La investigación se centra en el impacto del uso de redes sociales en la construcción de la personalidad de los adolescentes, considerando la teoría psicosocial de Erick Erickson y la importancia del desarrollo de la identidad en esta etapa. Se destaca que la virtualización de la personalidad a través de las redes sociales puede influir en la pérdida de la identidad real y en la formación de una identidad basada en la imagen proyectada en línea.

Se identifica que WhatsApp y YouTube son las plataformas más utilizadas por los adolescentes,

y se observa un uso excesivo de estas redes. El estudio se llevó a cabo con estudiantes de cuarto año mediante un muestreo intencional, y se encontró que el uso desmedido de las redes sociales puede impactar negativamente en la formación de la personalidad de los adolescentes, especialmente en su capacidad de interactuar en el mundo real y en su desarrollo psicosocial.

Se concluye que es fundamental concienciar a los adolescentes sobre los riesgos del uso inadecuado de las redes sociales y promover un equilibrio entre la vida virtual y la vida real para favorecer un desarrollo saludable de su personalidad. Las recomendaciones se dirigen a los adolescentes, padres y maestros, enfatizando la importancia de establecer límites y fomentar una relación saludable con la tecnología para garantizar un desarrollo psicosocial adecuado en esta etapa crucial de la vida.

En este estudio se aborda el impacto significativo de las redes sociales en la vida de los adolescentes, destacando que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado la manera en que las personas se relacionan y se comunican en la era digital. Se resalta que los jóvenes consideran las redes sociales como una parte fundamental de su rutina diaria, utilizándolas como herramientas clave para mantenerse conectados con su entorno social.

Se enfatiza que las redes sociales ofrecen a los adolescentes la posibilidad de crear y experimentar con múltiples identidades digitales, lo que les permite explorar y expresar diferentes aspectos de su personalidad en un entorno virtual. Se subraya la importancia que los jóvenes otorgan a la percepción y aprobación de los demás en estas plataformas, lo que puede influir en la forma en que construyen y presentan su identidad en línea.

Se observa una discrepancia entre la imagen que los adolescentes proyectan en persona y la que muestran en sus perfiles en redes sociales, lo que sugiere una adaptación de la identidad en función del medio de comunicación utilizado. Se concluye que las redes sociales desempeñan un papel crucial en la configuración de la identidad individual y grupal de los adolescentes, influyendo en la forma en que se perciben a sí mismos y en cómo son percibidos por los demás en el entorno digital.

Este estudio destaca la relevancia de las redes sociales en la vida de los adolescentes, evidenciando su impacto en la construcción y expresión de la identidad en un contexto digital, donde la interacción en línea juega un papel fundamental en la formación de la identidad personal y en las dinámicas sociales de esta etapa crucial del desarrollo.

La investigación se centra en el impacto de Instagram en la identidad de adolescentes, destacando

cómo esta red social influye en la construcción de la identidad personal y en la generación de conflictos debido a la falta de pensamiento crítico en jóvenes de 13 a 14 años. Los adolescentes utilizan Instagram para mostrar una realidad idealizada, lo que puede llevar a una homogeneización de la identidad personal y a generar malestar emocional. El uso de redes sociales, como Instagram, puede influir en la percepción de uno mismo, fomentando el narcisismo y la búsqueda de validación a través de “likes” y comentarios. Los datos recopilados en un instituto de Córdoba revelan que los adolescentes prefieren utilizar WhatsApp e Instagram como principales plataformas, seguidas de YouTube, TikTok y Twitter, reflejando la relevancia de estas redes en la vida cotidiana de los jóvenes.

- **Formulación de la interrogante**

¿Cuál es el impacto de los “Influencers” y las redes sociales en la construcción de la identidad de los jóvenes panameños y cuáles son los mecanismos a través de los cuales esta influencia se manifiesta?

- **Objetivo o propósito**

Analizar el impacto de los “Influencers” y las redes sociales impactan en la formación de la identidad de la juventud panameña y comprender los procesos mediante los cuales esta influencia se lleva a cabo.

- **Desarrollo teórico y conceptual**

En la era digital contemporánea, los medios de comunicación, particularmente las redes sociales, han emergido como poderosos agentes en la vida de los jóvenes, desempeñando un papel significativo en la formación de su identidad. Este fenómeno se ve potenciado por la presencia y el impacto de los llamados “Influencers”, individuos con un alto seguimiento en plataformas digitales que ejercen influencia sobre las opiniones, comportamientos y percepciones de sus seguidores. Para comprender cómo esta dinámica afecta a la juventud panameña, es esencial examinar tanto los aspectos teóricos como los conceptuales relacionados con la formación de identidad y la influencia de los medios de comunicación.

En primer lugar, desde una perspectiva teórica, el estudio se fundamenta en la teoría del desarrollo psicosocial propuesta por Erik Erikson (1972). Según esta teoría, la identidad se forma a lo largo de la vida y está influenciada por una serie de crisis psicosociales que deben resolverse. En la adolescencia, la crisis de identidad se convierte en el principal foco, y los jóvenes buscan definir quiénes son en términos de su sexualidad, valores, roles sociales y pertenencia a grupos. En el contexto digital actual, las redes sociales y los “Influencers” pueden desempeñar un papel crucial

en este proceso al proporcionar modelos de referencia, valores y normas que los jóvenes adoptan y asimilan en su propia identidad.

Desde un enfoque conceptual, es importante considerar el concepto de identidad en el contexto digital. La identidad en línea se ha vuelto cada vez más relevante, ya que los jóvenes construyen y proyectan versiones de sí mismos a través de sus perfiles en redes sociales. Esta identidad virtual puede ser una extensión o una representación selectiva de la identidad fuera de línea, y la interacción entre ambas es un área clave de estudio. Además, se deben explorar conceptos relacionados con la influencia mediática, como la teoría de la agenda-setting y la teoría del refuerzo, para comprender cómo los “Influencers” y las redes sociales moldean las percepciones y actitudes de los jóvenes panameños.

2. METODOLOGÍA

- **Método y/o Procedimiento metodológico**

Esta investigación es de estudio observacional y correlacional, donde los jóvenes panameños de 12 a 21 años en la Ciudad de Panamá se verán involucrados en un cuestionario estructurado para evaluar el seguimiento de “Influencers”, el uso de redes sociales, la percepción de la propia identidad y de esa manera influye con la identidad personal lo que provoca baja autoestima, depresión, ansiedad, entre otros

- **Aspectos éticos**

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de los “Influencers” y las redes sociales impactan en la formación de la identidad de la juventud panameña y comprender los procesos mediante los cuales esta influencia se lleva a cabo. Toda la información recopilada en este estudio se mantendrá estrictamente confidencial. Los datos serán utilizados únicamente con fines de investigación y no se compartirán con terceros sin su consentimiento expreso. No se anticipan riesgos significativos asociados con su participación en este estudio. Sin embargo, al contribuir con sus respuestas, estará ayudando a generar conocimiento sobre un tema importante que afecta a la juventud panameña.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Es una investigación que está en proceso de desarrollo en la que se aplicará escalas de medición validadas para evaluar la autoestima, la satisfacción corporal y otros aspectos relacionados con la identidad y se espera la concordancia con los antecedentes (Encuesta para medir las seis motivaciones mencionadas)

4. CONCLUSIONES PRELIMINARES

A través del procedimiento de recolección de datos mediante la aplicación de cuestionarios de manera presencial en escuelas, universidades y otros espacios frecuentados por jóvenes panameños, se espera obtener una visión inicial de la relación entre el uso de redes sociales, la identificación con “Influencers” y la formación de identidad. El impacto de los “Influencers” y las redes sociales en la formación de la identidad y el desarrollo de la personalidad de la juventud panameña es un fenómeno complejo y multifacético que merece una atención detallada. En la era digital actual, los “Influencers” se han convertido en figuras prominentes que ejercen un poderoso impacto en la vida de los jóvenes, moldeando sus percepciones, valores y aspiraciones de maneras significativas.

En primer lugar, los “Influencers” representan modelos a seguir para los jóvenes panameños, quienes buscan en ellos inspiración, guía y validación en un mundo digital saturado de información y estímulos. La capacidad de estos “Influencers” para generar contenido atractivo y relevante les otorga una influencia considerable sobre las decisiones de consumo, los estilos de vida y la construcción de la identidad de los jóvenes. La imitación de estos modelos puede influir en la autoimagen, la autoestima y la autoaceptación de los jóvenes, impactando en la forma en que se perciben a sí mismos y en cómo desean ser percibidos por los demás.

Por otro lado, las redes sociales ofrecen un espacio virtual donde los jóvenes panameños pueden explorar y expresar diferentes aspectos de su personalidad, interactuar con sus pares y construir conexiones sociales. Sin embargo, este mismo entorno también puede ser un terreno fértil para la comparación constante, la búsqueda de validación externa y la exposición a estándares irreales de belleza, éxito y felicidad. La presión por encajar en estos moldes preestablecidos puede generar conflictos internos en los jóvenes, afectando su autenticidad y su bienestar emocional.

Además, la saturación publicitaria y la desinformación en las redes sociales pueden dificultar la capacidad de los jóvenes para discernir entre la realidad y la ficción, entre la autenticidad y la manipulación. Esta sobreexposición a mensajes comerciales y a contenidos fabricados puede socavar la capacidad crítica de los jóvenes y su habilidad para tomar decisiones informadas, lo que a su vez puede impactar en la formación de su identidad y en la construcción de una personalidad coherente y auténtica.

Es esencial que los jóvenes panameños desarrollen habilidades de pensamiento crítico, autonomía y autoconocimiento para gestionar de manera consciente y reflexiva, el impacto que tiene los “Influencers” y las redes sociales. La educación, la orientación y el apoyo son herramientas clave para ayudar a los jóvenes a construir una identidad sólida y auténtica, basada en sus propios

valores, intereses y aspiraciones, en lugar de en las expectativas externas impuestas por el entorno digital.

Finalmente, la interacción con “Influencers” y las redes sociales puede tener un impacto profundo en la formación de identidad y en el desarrollo de la personalidad de la juventud panameña. Es fundamental que los jóvenes aprendan a gestionar de manera crítica y consciente estas influencias, cultivando una identidad sólida y auténtica que refleje su verdadero ser en un mundo digital cada vez más complejo y cambiante. La reflexión, el autoconocimiento y la autenticidad son pilares fundamentales para que los jóvenes panameños puedan construir una identidad propia y resistente en medio de las múltiples influencias que enfrentan en la era de la influencia digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Daniels, H. (Ed.) (1996). *An Introduction to Vygotsky*, London: Routledge. Van der Veer, R., & Valsiner, J. (eds.) (1994). *The Vygotsky Reader*. Oxford: Blackwell. Yasnitsky, A., van der Veer, R., Aguilar, E. & García, L.N. (Eds.) (2016). *Vygotski revisitado: una historia crítica de su contexto y legado*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores. Bertrand Regader. (2015, mayo 31). *La Teoría Sociocultural de Lev Vygotsky*. Portal Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/desarrollo/teoria-sociocultural-lev-vygotsky>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behaviour*. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2nd ed., pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Erikson, Erik. (2000). *El ciclo vital completado*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Erikson, Erik. (1972). *Sociedad y Adolescencia*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Erikson, Erik. (1968, 1974). *Identidad, Juventud y Crisis*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Piaget, J. (1990). *The psychology of intelligence*. Routledge.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Bertrand Regader. (2015, mayo 29). *La Teoría del Desarrollo Psicosocial de Erik Erikson*. Portal Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/desarrollo/teoria-del-desarrollo-psicosocial-erikson>
- *Comprender la Teoría de la influencia social de Herbert Kelman* (2023) SocialStar. Available at: <https://officialsocialstar.com/es/blogs/blog/understanding-herbert-kelmans-social-influence-theory>
- Eqpsi. (2021, 17 mayo). *Teoría de la comparación social de Festinger - EQPSI*. EQPSI Psicólogos. <https://eqpsi.org/teoria-de-la-comparacion-social-de-leon-festinger/>
- Adrián Triglia. (2015, mayo 30). *La Teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura*.

Portal Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/social/bandura-teoria-aprendizaje-cognitivo-social>

- BERGER, P. y LUCKMANN, T (1968): La construcción social de la realidad. Amorrortu, Buenos Aires.
- MARX, Karl (1971): El Capital. F.C.E. México
- MARX, Karl (1974): La ideología alemana. Grijalbo, Barcelona
- MANNHEIM, Karl (1941): Ideología y utopía. F.C.E. México
- NIETZSCHE, Friedrich (1990): Sobre verdad y mentira en sentido extramoral. Tecnos, Madrid
- “LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE REALIDAD” DE PETER BERGER y THOMAS LUCKMANN. (2010, 21 abril). Democracia Siglo XXI. <https://teodulopezmelendez.wordpress.com/2010/04/21/%E2%80%9C-la-construccion-social-de-realidad%E2%80%9D-de-peter-berger-y-thomas-luckmann/>