



NEXT GENERATION LEADERS: ORDINARY LEADERS, ORDINARY LIVES

¿SON LOS INFLUENCERS, LÍDERES?

Autoras:

Maria Nogareda Vilà, 20 años, España.
UIC (Universidad Internacional de Cataluña), Barcelona.
Carrera: Derecho.

Nuria de Fuentes Miret, 20 años, España.
UIC (Universidad Internacional de Cataluña), Barcelona.
Carrera: Derecho y Humanidades.

Mar Melero Robles, 18 años, España.
UIC (Universidad Internacional de Cataluña), Barcelona.
Carrera: Educación Infantil y Primaria.

Sílvia Nogareda Vilà, 22 años, España.
ESADE, Barcelona.
Carrera: Derecho y Bachelor in Global Governance.

Directoras:

M^a Verónica Vargas, UIC
Mireia Las Heras, IESE

ÍNDICE

ABSTRACT	3
¿QUÉ ES UN LÍDER?	3
¿QUÉ ES UN INFLUENCER?	5
¿SON LOS INFLUENCERS VERDADEROS LÍDERES?	6
¿INFLUENCIAR O LIDERAR?	7
BIBLIOGRAFÍA	11

ABSTRACT

¿Qué son, después de todo, los *influencers*? Las sociedades evolucionan y cambian y, con ellas, los líderes que las abanderan. Los orígenes del tan ahora utilizado Internet se remontan a los años 60 en plena Guerra Fría. No es osado afirmar que, tal como dijo Neil Armstrong en su llegada a la Luna, este invento ha sido “un pequeño paso para el hombre, pero un gran salto para la humanidad”. Tanto es así que generalmente se usan indistintamente los términos líder e influencer. Pero, ¿son los influencers verdaderos líderes? ¿Transforman nuestra manera de pensar y nos hacen mejores o simplemente influyen en decisiones completamente materialistas y banales? ¿Está nuestra sociedad creando líderes efímeros y temporales? ¿O realmente en un futuro próximo estudiaremos y analizaremos las virtudes y cualidades de este nuevo tipo de “líder”?

Palabras clave: sociedad, influencer, evolución, líder, cambio, Internet.

¿QUÉ ES UN LÍDER?

El campo teórico del liderazgo es sumamente amplio, siendo muchas las teorías, definiciones y filosofías que rodean este fenómeno. Aún así, hoy en día, aún no existe hasta el momento una definición específica, clara y ampliamente aceptada respecto al liderazgo. Si bien es cierto que la mayor parte de la doctrina acepta la definición de liderazgo como un proceso natural de influencia que ocurre entre una persona - el líder - y sus seguidores.

Dicho proceso puede ser analizado a partir de unas determinadas características y comportamientos del líder, por percepciones y atribuciones por parte de los seguidores y por el contexto en el cual ocurre (Antonakis, Cianciolo y Sternberg, 2004). Otra teoría aceptada es la que sostienen Lord y Maher (1991) siendo el liderazgo definido como un proceso atributivo resultado de un proceso de percepción social, siendo la esencia del mismo el ser percibido como líder por los otros.

Ahora bien, según la Real Academia Española, un líder contiene la siguiente definición:

‘Persona que dirige u orienta a un grupo, que reconoce su autoridad’. (Diccionario Lengua Española, 2020).

Esta definición, socialmente aceptada, viene marcada por el verbo “dirigir” y el nombre “autoridad”. En esta dirección Peter Drucker, profesor, escritor y consejero de altos ejecutivos durante más de cincuenta años, y profesor de Ciencias Sociales en la Universidad de Claremont, California, dio cinco lecciones que aprendió durante su vida profesional. En esta sección nos adentraremos en tres de estas cinco, dando ejemplos de líderes históricos que las han aplicado y que, en su ámbito, han destacado por ser grandes líderes.

- Poner vallas altas, pero dar libertad y responsabilidad para cumplir las tareas.

En este sentido, el ejemplo de **Mohandas K. Gandhi** (Porbandar, 1869 - Nueva Delhi, 1948) es irrefutable. Gandhi es recordado por ser el cerebro y líder de la lucha no violenta durante finales del siglo XIX para la liberación de India de la colonización británica.

Para analizar y entender su legado es esencial comprender sus concepciones del individuo humano y de la naturaleza humana. Sobre estos conceptos versa toda su filosofía.

Gandhi dio una crucial importancia a la responsabilidad individual, teniendo siempre una visión muy positiva y esperanzadora de la naturaleza humano. Además, el concepto de autorrealización era extremadamente importante en su doctrina, definido como la realización de uno mismo como una persona autónoma y plenamente responsable.

- **La gente aprende más mientras enseña a los otros.**

De esta afirmación podemos afirmar que los grandes líderes enseñan con el ejemplo.

Albert Einstein decía: “dar ejemplo no es la principal forma de influir en los demás; es la única”. En esta misma línea, Jack Welch afirmaba “si tus acciones inspiran a otros a soñar más, aprender más, hacer más y a ser mejores; eres un líder”.

Bajo ningún concepto, un buen líder se ejerce cuando se tiene una situación de poder frente a otros. Al contrario, un líder necesita de cualidades intrínsecas como la personalidad y el carisma, transmitiendo, no solo conocimientos, pero también seguridad, apoyo y reconociendo los logros de otros.

- **Los líderes eficientes se hacen respetar, no necesariamente querer.**

Muchos son los líderes reconocidos por la historia que han sido objeto de críticas y detractores y, no por ello, han perdido el respeto y la autoridad que se merecen.

Por ello, personajes como **Winston Churchill** adquieren aún una dimensión y trascendencia mayor. Nacido en Oxfordshire (Inglaterra), creció rodeado de política y todo lo que ella conlleva. Con 16 años ya formaba parte del Partido Conservador, partido que abandonó en 1904 para afiliarse al Partido Liberal, y al que regresó en 1924. En 1953 recibió el Premio Nobel de Literatura, y asumió el mandato de Primer Ministro de Inglaterra durante la Segunda Guerra Mundial, cuando su país vivía su momento más difícil, luchando contra la Alemania nazi de Adolf Hitler y desarrollando una estrategia de resistencia que llevó a los Aliados a ganar la guerra.

Aún habiendo desarrollado un papel crucial en el transcurso de la Guerra, Winston Churchill perdió las elecciones de 1945 frente Clement Attlee del Partido Laborista con una diferencia de aproximadamente tres millones de votos. Si bien es cierto que hay teorías que hacen esta derrota algo más comprensible, como que muchos británicos creían que aquel que los había guiado con éxito en la guerra, no era el mejor hombre para liderarlos en la paz, este hecho no deja de ser curioso.

Es por esto que, Winston Churchill encaja a la perfección con esta frase. Aún siendo respetado a nivel internacional, son muchos los historiadores que han estudiado y aún estudian el fenómeno de las elecciones del 1945, donde el pueblo británico no votó por la elección de Churchill.

¿QUÉ ES UN INFLUENCER?

Según lo que establece la RAE, se entiende como influencer a aquella persona física que tiene un poder mediático a través de las redes sociales y que cuenta con una cierta credibilidad en estas, dentro de un ámbito específico. (Diccionario Lengua Española, 2020).

Para poder entender con detenimiento el concepto de influencer, hemos de partir de varias ideas básicas: (Diccionario de Marketing, 2020)

- En primer lugar, el influencer lo encontramos en el ámbito de las redes sociales y que es capaz de crear un potencial de audiencia suficiente.
- En segundo lugar, el influencer es una persona que conoce y sabe de un tema determinado.
- En tercer lugar, es aquella persona influye suficientemente en las decisiones de los usuarios y, consecuentemente, afecta su comportamiento económico. Además, promociona determinados productos, servicios o marcas, marcando tendencias.
- En cuarto lugar, el influencer tiene la capacidad de multiplicar la difusión de ciertos contenidos en las redes sociales.
- En quinto lugar, el influencer es aquella persona que genera confianza y aquella en la que las marcas confían para poder difundir su contenido.
- En sexto lugar, el influencer es aquella persona que el que se vende por sí solo, no tan solo la marca, el producto o la marca es un valor añadido que acompaña a la persona, y que en cierta manera, de la forma más natural habla de un producto determinada, pero en realidad da su opinión desde un punto de vista personal. (Definición.de, 2020)

Tipos de influencers (Fernández, 2020)

Podemos encontrar diferentes tipos de influencers según:

A) Según el canal:

- **Youtuber**, como AuronPlay.
- **Instagramer**, como Maria Pombo o Marta Lozano.
- **Facebook**
- **Blog**

En la práctica, actualmente, los medios sociales más utilizados son youtube y instagram. Facebook y los blogs tuvieron su “boom” la década pasada, pero actualmente no tienen la misma repercusión que los dos primeros.

B) Según la audiencia:

- **Microinfluencers**: entre 5000 y 10000 seguidores en redes sociales.
- **Influencers pequeños**: entre 10000 y 50000 seguidores en redes sociales.

- **Influencers medianos:** entre 50000 y 500000 seguidores en redes sociales.
- **Influencers** (también denominados Influencers grandes): entre 500000 y 2,5 millones de seguidores en redes sociales.
- **Famosos o megainfluencers:** desde 2,5 millones de seguidores en adelante.

C) Según su composición:

- **Individual:** el perfil y el contenido de la cuenta lo lleva a cabo la misma persona que es la responsable de gestionarlo.
- **Colectivo:** el perfil y el contenido de la cuenta lo llevan dos o más personas que lo crean y lo gestionan.
- **Comunitario:** el perfil y el contenido de la cuenta lo lleva un grupo más amplio de personas, normalmente más de 8, y son las encargadas de crearlo y gestionarlo.

D) Según su contenido:

- **Celebrities:** aquellos influencers que han conseguido un gran volumen de seguidores y cuyo cometido principal es el de divulgar y difundir una determinada marca o producto.
- **Líderes de opinión:** analizan, comentan y recomiendan un determinado producto o servicio generalmente, sin haber sido contratados. Es interesante para las marcas de determinados productos que el influencer, con confianza y con esta capacidad para poder influenciar en las decisiones de los usuarios, esté presente en las redes sociales para que se haga difusión y se divulguen estos productos y servicios.
- **Bloggers:** son aquellos influencers cuyo cometido principal es compartir su vida, sus experiencias vitales y su rutina habitualmente para influenciar en la vida de los usuarios, adoptando roles, ciertos comportamientos o actividades.
- **Influencers de entretenimiento:** son aquellos influencers cuyo cometido principal es el de atraer a la audiencia desde un punto de vista musical, artístico, de videojuegos, entre otros.

¿SON LOS INFLUENCERS VERDADEROS LÍDERES?

Hoy en día nos preguntamos si realmente los influencers son líderes o no, pero lo que tendríamos que plantearnos es si hay un término medio entre ser un líder o ser un influencer. Y la respuesta es sí. Es aquí donde encontramos lo que llamamos líderes de opinión o KOL's (key opinion leaders) .

Un líder de opinión es una persona considerada experta en un determinado tema y cuyas opiniones son respetadas por su público, gracias a su trayectoria y a la reputación que se ha forjado.

Pero dado que tanto los KOL como los influencers colaboran con las marcas para recomendar productos o servicios, se han llegado a confundir sus papeles dentro de las redes sociales. Por eso, es importante definir en qué ocasiones tienden a utilizarse estos dos perfiles.

La principal diferencia es que los influencers nacieron dentro de las plataformas digitales, ya que es ahí donde se desarrolló este mismo concepto. En cambio, los líderes de opinión tienen profesiones paralelas a las redes sociales, como periodistas, empresarios, escritores o políticos. Estos pueden tener una gran presencia en las redes o tener un blog o canal de Youtube pero no necesariamente tendrán que actualizar diariamente sus publicaciones. Es por esto que no viven de este tipo de acciones, sino que las consideran complementarias a su actividad cotidiana. (Influencer marketing Hub, 2020).

Otra gran diferencia entre ambos conceptos es el tipo de seguidores que pueden tener y qué motivación les lleva a seguirlos. Para los influencers, tener millones de seguidores es una premisa básica y es por eso que recomiendan productos de manera original y creativa. Estos adjetivos son clave ya que depende exclusivamente de su contenido el número de seguidores dándoles así más credibilidad e identidad como influencers. Por otro lado los líderes de opinión no le dan tanta importancia al formato de sus publicaciones sino al contenido de estas. (Influencer marketing Hub, 2020)

Sin embargo, una cosa que hay que tener presente es que un líder de opinión no tiene necesariamente la capacidad de influir en las opiniones de los demás, su papel es más de filtro o gatekeeper mientras que un influencer si es capaz de cambiar o mejorar ciertas actitudes y opiniones de la sociedad.

¿INFLUENCIAR O LIDERAR?

Para poder desarrollar este apartado es necesario, en primer lugar, distinguir entre el concepto de influir y el concepto de liderar. Para ello, se ha buscado la definición de ambas palabras en el Diccionario de la Real Academia Española. Y el resultado ha sido el siguiente:

- Influcidar: viene de influir: “Dicho de una persona o de una cosa: Ejercer predominio, o fuerza moral”. (Diccionario de la lengua española, 2020).
- Liderar: “Dirigir o estar a la cabeza de un grupo, de un partido político, de una competición”
- Dirigir: “llevar rectamente algo hacia un término o lugar señalado. Guiar, mostrando o dando las señas de un camino. Encaminar la intención y las operaciones a determinado fin. Aconsejar y gobernar la conciencia de alguien”. (Diccionario de la lengua española, 2020)

A partir de esta distinción se puede ir desarrollando el resto de la cuestión, ¿qué ocurre hoy día con estos términos? ¿uno está por encima del otro? A estas cuestiones es a las que se busca dar respuesta a partir de este apartado.

Hay que tener en cuenta que cada generación va cambiando aquello que la constituye como sociedad, organización, sus empresas o familias. Porque en cada una de ellas, acaba por destacar una por encima de la otra, por ser un aspecto más determinante que el otro.

De ahí que el liderazgo acabe por ser un concepto que puede acabar por tener distintas formas de ser visto y el líder un personaje que también será visto de una manera u otra dependiendo del momento.

Pero al mismo tiempo, el concepto de liderazgo si no necesitara de ciertas circunstancias acabaría por ser obsoleto, pero no es así, es un concepto que se ha mantenido a lo largo de los siglos aunque haya ido mutando de forma. Por tanto, hay unas características esenciales que se mantienen siempre. A la vez, en nuestro siglo XXI hay una nueva idea que está surgiendo: la influencia. Hoy día y con las nuevas tecnologías y redes sociales, todo genera y es influencia. Todo acaba por producir algún tipo de impacto, existe una conexión en todo. Cada una de las personas puede llegar a ejercer una influencia en otra.

Ha habido un cambio de prioridades, ya no nos preguntamos quién es o cómo llegar a ser un líder, sino que lo que se busca es cómo influenciar de la mejor manera, de la forma más eficaz y bajo qué intención. Al final, nadie podrá estar por encima del otro porque todos podemos influenciar en algo a otros, pero no todos podemos liderar. (Melamed, 2017).

A partir de esto, es necesario tener en cuenta cuál es entonces la función de un líder que lo haga diferente del que influye y que hace que sea siendo necesario. Y la misión principal del un líder es: “crear las condiciones ideales para que los miembros de su equipo puedan sacar lo mejor de sí”

Pero en la actualidad han cambiado muchos de los parámetros que había establecidos y ser un líder para un millennial significa ser alguien que transforma, que desafía e inspira a otros, que marcan una diferencia en el mundo. Y algo que es clave para ello, son las soft skills¹. Por tanto, el liderazgo se va orientando hacia el poder de la influencia o de generar confianza. Mientras que la influencia es neutral, puede usarse para bien o para mal, pero involucra tanto en relaciones como en resultados.

A partir de esto se puede decir que se puede influir sin ser un líder y se puede liderar sin influir, pero no se puede ser un buen líder sin influir. Por tanto, la influencia puede formar parte del liderazgo. (Raya, 2020)

Por tanto, existen diferencias entre influenciar y liderar. Influenciar puede llevarse a cabo sin necesidad de ser un líder, pero en cambio, para ser un líder sí que es necesario ejercer una influencia positiva.

Es decir, el liderazgo necesita de la influencia para poder ser efectiva, es decir, que la influencia puede llegar a ser una característica necesaria en el liderazgo en el sentido de que se necesita ejercer cierto predominio sobre aquellos a los que se lidera.

Pero, por tanto, y por otro lado, aquellos que influyen también pueden llegar a ser líderes. Es decir, ya cuentan con el poder de ejercer influencia y si la encaminan bien pueden llegar a liderar. Por tanto, los influencers pueden llegar a ser verdaderos líderes si pasan de influenciar a liderar, a ejercer esta influencia positiva y que tiene la finalidad de transformar a aquel que les sigue (que es lo que distingue influenciar de liderar).

¹Combinación de habilidades sociales, habilidades de comunicación, rasgos de la personalidad, actitudes, atributos profesionales, inteligencia social e inteligencia emocional, que facultan a las personas para moverse por su entorno, trabajar bien con otros, realizar un buen desempeño y, complementandose con las habilidades duras, conseguir sus objetivos.

Es por eso que queremos proponer ciertas características concretas para que un influencer no solo influya o sea un líder de opinión sino que también se convierta un verdadero líder que haga avanzar a nuestra sociedad.

PROPUESTA FINAL

Una vez analizadas tanto la definición y figura del líder como la del influencer, y discutidas las diferencias entre uno y otro, así como las connotaciones que ambas implican, nos gustaría plantear la cuestión de si un influencer puede llegar a ser un líder, y no solo influenciar, si no también dejar un legado.

Quizás hay influencers que sí que son líderes, de hecho en su naturaleza ya lleva inscritas ciertas características que se han ido planteando que lo facilitan. Pero lo que realmente buscamos con este estudio es que todos los influencers puedan llegar a ser verdaderos líderes y no solo líderes de opinión, que puedan incorporar aquellas características propias de los líderes que aún no tengan. Encontramos clave y necesario que los influencers aprovechen su influencia para ser un agente de cambio positivo, que busque mejorar la sociedad y construir un futuro mejor a partir de su entorno.

Por todo ello, hemos querido desarrollar un conjunto de herramientas o “tips” para que un influencer de un paso más allá y se convierta en un verdadero líder: (Bornstein, 2020)

1. **Persistencia.** “Nunca, nunca, nunca te rindas” - Winston Churchill.
2. **Confianza.** “Un líder gana seguidores e inspira confianza al tener una visión clara, tener empatía y ser un buen maestro” - Barri Rafferty.
3. **Inspiración.** “Al mirar hacia adelante al próximo siglo, los líderes serán aquellos que inspiren y empoderen a otros” - Bill Gates.
4. **Transparencia.** “Como líder, no tienes mayor apoyo que la verdad” - John Witter.
5. **Responsabilidad y compromiso.** “Un buen líder es la persona que toma un poco más de su parte de culpa y un poco menos del crédito” - John Maxwell.
6. **Optimismo.** “Los líderes tienen que ser optimistas. Su visión va más allá del presente” - Rudy Giuliani.
7. **Autenticidad.** “No negocies tu autenticidad a cambio de una mirada de aprobación” - Jorge Bucay.
8. **Capacidad de decisión.** “Los líderes tienen el coraje de tomar decisiones impopulares: el líder no existe para hacer que todo el mundo sea feliz, sino para liderar. Muchas veces lo correcto, lo ético, no es lo que a todos gusta, sin embargo, tienen la fortaleza necesaria para defender sus principios.” - Jack Welch.
9. **Pasión.** “Debes amar lo que haces, porque lideras con el ejemplo no porque creas que puedas hacerlo, sino porque es tu manera de vivir” - Joe Perez.
10. **Tolerar errores.** “Nacimos para cometer errores, no para fingir ser perfectos” - Bob Marley.

Este decálogo es, según nuestro modo de entender, aquello que define a todo líder, pero sobretodo también aquello que un influencer de nuestra era debe integrar en sí para poder tener un impacto duradero y positivo en nuestra sociedad. En definitiva, no solo influenciar, si no también cambiar y dejar huella en una sociedad cada vez más huérfana de líderes en todos los ámbitos y territorios.

BIBLIOGRAFÍA

- Antonakis, John & Cianciolo, A. & Sternberg, R.. (2004). Leadership: Past, present, future.
- Bornstein, A. (2020). 22 cualidades que hacen a un gran líder. Retrieved 22 January 2020, from <https://www.entrepreneur.com/article/273183>
- Definición de influencer — Definición.de. (2020). Retrieved 11 January 2020, from <https://definicion.de/influencer/>
- F. Ducker, P., M. Senge, P., Kelly, K., R. Covey, S. and Bennis, W. (2002). *De líder a líder*. 4th ed. pp.19-25.
- Fernández, V. (2020). Tipos de Influencers - Aperture Innovations. Retrieved 12 January 2020, from <https://www.aperture.es/investigacion/tipos-de-influencers/>
- Influencer | Diccionario de la lengua española. (2020). Retrieved 18 January 2020, from <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=B1GnY8I6CD6hq0KAJ>
- Influenciar | Diccionario de la lengua española. (2020). Retrieved 4 January 2020, from <https://dle.rae.es/influenciar%20?m=form>
- Influencer marketing Hub: What is a KOL? | Key Opinion Leaders in Marketing. (2020). Retrieved 22 December 2019, from <https://influencermarketinghub.com/what-is-kol-marketing/>
- Internet celebrity. (2020). Retrieved 2 February 2020, from https://en.wikipedia.org/wiki/Key_opinion_leader
- K, d., & Engellau, E. (2004). *Are Leaders Born or Are They Made? The Case of Alexander the Great*. London: Karnac Books.
- Líder | Diccionario de la lengua española. (2020). Retrieved 20 January 2020, from <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=B1GnY8I6CD6hsq0KAP>
- Liderar | Diccionario de la lengua española. (2020). Retrieved 4 January 2020, from <https://dle.rae.es/liderar?m=form>
- Lord, R. G., & Maher, K. J. (1991). *People and organizations, Vol. 1. Leadership and information processing: Linking perceptions and performance*. Unwin Hyman.
- Melamed, M. (2017). ¿Liderazgo o influencia? - Ismael Cala. Retrieved 18 January 2020, from <https://ismaelcala.com/liderazgo-o-influencia/>
- Navarro, C., Moreno, A., Molleda, J., Khalil, N., & Verhoeven, P. (2020). The challenge of new gatekeepers for public relations. A comparative analysis of the role of social media influencers for European and Latin American professionals. *Public Relations Review*, 101881. doi: 10.1016/j.pubrev.2020.101881
- ¿Qué es un influencer? - Diccionario de Marketing 40deFiebre. (2020). Retrieved 11 January 2020, from <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer>

Raya, A. (2020). El poder de la influencia, más allá del liderazgo | andresraya.com. Retrieved 18 January 2020, from <http://andresraya.com/el-poder-de-la-influencia-mas-alla-del-liderazgo/>

What Are KOLs in Marketing? Key Opinion Leaders Definition. (2020). Retrieved 13 January 2020, from <https://mediakix.com/blog/kols-key-opinion-leaders-definition-influencers/>