

Relaciones parasociales: apreciaciones de jóvenes VS adultos “Identidad social: factores psicológicos y sociales”

Keren Paulina Bolívar Seales
Código estudiantil: 20211932688

Andrea Carolina Lafaurie Goetz
Código estudiantil: 20211931126

Ana Esther Mier Padilla
Código estudiantil: 202011624378

Tutor
Lizeth Reyes Ruiz

Trabajo de Investigación del Programa de Psicología

RESUMEN

Antecedentes:

En esta era digital, las redes sociales nacen como un actor crucial en la comunicación y también como una de las fuerzas más poderosas sobre el comportamiento de los seres humanos, capaz de alterar las mentalidades, los patrones de vida e incluso la ideología que siguen las personas. Las plataformas sociales sirven no sólo como medios que conectan a los individuos, sino también como canales de información por derecho propio desencadenando respuestas emocionales variadas o influyendo en decisiones de comportamiento a través del contenido compartido en línea en el que los usuarios participan, seleccionando y consumiendo consciente o inconscientemente. La naturaleza de lo que se vuelve viral puede moldear cómo se sienten los usuarios acerca de sí mismos o de quienes los rodean, qué podría interesarles o incluso cómo podrían actuar ese día con consecuencias de gran alcance en su vida personal. El impacto de las redes sociales es tan significativo como el de otros medios tradicionales como la televisión, la radio y los medios impresos.

Las relaciones parasociales no son un fenómeno nuevo. Sin embargo, su estudio académico y su conceptualización como tal son relativamente recientes, debido a la apertura de los **novedosos comportamientos** estudiados por parte de investigadores psicológicos y sociales. Por ende, se define relaciones parasociales a aquellas conexiones socioemocionales no recíprocas como son las figuras mediáticas, es decir, famosos, figuras públicas o personas influyentes.

Objetivos:

Interpretar las vivencias acerca de las relaciones parasociales para la comprensión de los aspectos de la identidad social en adolescentes, adultos jóvenes y adultos mayores asociados a los factores psicológicos y sociales.

Materiales y Métodos: desde un paradigma Histórico-hermenéutico (Gurdián, 2007), investigación cualitativa (Denzin et al., 2011) y con un enfoque fenomenológico (Husserl, 1931), se hizo la interpretación de las experiencias parasociales para la comprensión del fenómeno desde el punto de vista de los participantes. Se exploró cómo estas relaciones afectan la identidad, el aprendizaje social y los patrones de apego de los individuos. Se empleó un muestreo no probabilístico de tipo intencional o dirigido (Scharager, 2001). Se entrevistaron nueve (9) participantes, divididos en tres grupos de diferentes rangos de edad: de 15 a 20 años, 21 a 30 años y 40 a 60 años.

Resultados:

Los resultados de las entrevistas permitieron observar que las relaciones parasociales reflejan una compleja interacción entre identidad, conexión emocional y bienestar psicológico. Los entrevistados mostraron fuertes vínculos con figuras mediáticas, reforzando su autoidentidad y motivación personal, tal como sugiere la teoría de la identidad social (Tajfel et al., 1979). Sin embargo, a diferencia de algunos estudios que asocian estas relaciones con síntomas depresivos (Bernhold et al., 2020), en las entrevistas no se evidenció tal efecto. En cambio, los participantes reportaron una función protectora y motivacional de las relaciones parasociales, destacando su impacto positivo en el bienestar emocional, lo cual sugiere diferencias importantes en el efecto de estas relaciones según las características individuales.

Un aspecto que no ha sido muy explorado tiene que ver con las relaciones parasociales de los adultos mayores con personajes de televisión que influyen en su bienestar mental, con especial atención a la ansiedad de apego y la calidad de las relaciones interpersonales (Bernhold et al., 2020). Se encontró, además, que las relaciones parasociales más fuertes predicen un aumento en los síntomas depresivos, especialmente en aquellos con una ansiedad de apego alta y con relaciones de baja calidad con sus hijos (Bernhold et al., 2020); se refuerza el rol positivo en su bienestar emocional que tiene el contenido de la figura admirada. Asimismo, se recalca la importancia de la conexión emocional, afirmando que las predicas del personaje le levantan el ánimo, lo que indica un vínculo emocional fuerte.

Tanto las teorías de la identidad social, el aprendizaje social y el apego, en conjunto con las relaciones parasociales, tienen un impacto notable en las emociones y comportamientos de los integrantes de los fandoms. Debido a que, evidentemente el ser parte de estos grupos no solo fortalece una identidad compartida y mejora la autoestima al brindar un sentimiento de pertenencia y validación, sino que también promueve la adopción de comportamientos y valores observados en las figuras mediáticas, confirmando que el aprendizaje se produce mediante la observación y la imitación. Estas figuras juegan un papel fundamental al ofrecer apoyo emocional, calma y motivación, actuando como figuras de apego que consolidan las relaciones parasociales, lo que a su vez aumenta la autoeficacia de los seguidores.

Conclusiones:

En la adolescencia (12-18 años), los jóvenes son especialmente receptivos a las figuras mediáticas, ya que están formando su identidad y valores. Estas relaciones

pueden servir como modelos a seguir, guiando sus expectativas sobre la amistad, el amor y la aceptación social y otros aspectos psicológicos de la personalidad. El vínculo que desarrollan con estas figuras puede ofrecer un sentido de conexión y pertenencia, aunque sea ficticio.

En la adultez temprana y media (19-40 años), las relaciones parasociales pueden contribuir a la construcción de la autoestima y la autoimagen. Las personas a menudo comparan sus propias experiencias con las de sus ídolos mediáticos, lo que puede motivarlas o, por el contrario, pueden generar inseguridades. A esta edad, el entendimiento de estas relaciones puede ser más matizado, permitiendo a los individuos reconocer la naturaleza unidireccional de estas interacciones mientras las integran en su vida social.

Finalmente, en la adultez tardía (41-60 años), las relaciones parasociales pueden brindar un sentido de compañía y conexión, especialmente en momentos de soledad. La identificación con figuras mediáticas puede facilitar la adaptación a cambios sociales y personales, proporcionando un marco para reflexionar sobre su propia vida.

Las relaciones parasociales tienen un impacto variado a lo largo de las etapas de la vida, modelando comportamientos y expectativas sociales. Los aspectos psicológicos, como la búsqueda de pertenencia y validación, se entrelazan con dinámicas sociales que enriquecerán la vida de los individuos, aunque es esencial que se mantenga un equilibrio con las relaciones interpersonales reales para fomentar un lazo emocional saludable.

Al concluir este proyecto de investigación se recomienda promover una reflexión crítica y consciente sobre las relaciones parasociales, especialmente en contextos de consumo de medios que al no ser usados responsablemente terminan siendo nocivos para quienes los manipulan, para que los individuos, en especial los jóvenes, puedan integrar estas experiencias de manera saludable en sus vidas sin dependencia a las opiniones sociales, el criterio de las redes y medios. Es fundamental que los educadores, psicólogos, profesionales de la salud mental, personas influyentes en los medios fomenten y compartan la importancia de la capacidad de distinguir entre las interacciones reales y las unidireccionales con figuras mediáticas, ayudando a los individuos a desarrollar una autoestima sólida que les permita establecer un límite entre lo que observan y escuchan dentro de diferentes pantallas o medios y la realidad basada en relaciones interpersonales auténticas. Además, sería beneficioso implementar programas educativos que muestren el significado de los impactos psicológicos y sociales de las relaciones parasociales en las distintas etapas del ciclo de vida con el propósito de promover un equilibrio en las conexiones digitales, favoreciendo el bienestar emocional y la construcción de redes de apoyo social.

Palabras clave: Relaciones parasociales, factores psicológicos y sociales, adolescentes, adultos, adultos mayores.

ABSTRACT

Background: In this digital age, social media emerges as a crucial player in communication and also as one of the most powerful forces on human behavior, capable of altering mindsets, life patterns, and even the ideology that people follow. Social platforms serve not only as media that connect individuals but also as information channels in their own right triggering varied emotional responses or influencing behavioral decisions through the online shared content that users engage in, select, and consume consciously or unconsciously. The nature of what goes viral can shape how users feel about themselves or those around them, what might interest them, or even how they might act that day with far-reaching consequences on their personal lives. The impact of social media is as significant as that of other traditional media such as television, radio, and print media.

Parasocial relationships are not a new phenomenon. However, their academic study and conceptualization as such are relatively recent, due to the openness of the novel behaviors studied by psychological and social researchers. Therefore, parasocial relationships are defined as non-reciprocal socio-emotional connections such as media figures, that is, celebrities, public figures or influential people.

Objective:

Interpret experiences about parasocial relationships to understand aspects of social identity in adolescents, young adults, and older adults associated with psychological and social factors.

Materials and Methods: From a historical-hermeneutic paradigm (Gurdián, 2007), qualitative research (Denzin et al., 2011) and with a phenomenological approach (Husserl, 1931), the interpretation of parasocial experiences was made for the understanding of the phenomenon from the point of view of the participants. It was explored how these relationships affect the identity, social learning and attachment patterns of individuals. A non-probabilistic sampling of an intentional or directed type was used (Scharager, 2001). Nine (9) participants were interviewed, divided into three groups of different age ranges: 15 to 20 years, 21 to 30 years and 40 to 60 years. **Results:**

The results of the interviews showed that parasocial relationships reflect a complex interaction between identity, emotional connection, and psychological well-being. The interviewees showed strong ties to media figures, reinforcing their self-identity and personal motivation, as suggested by social identity theory (Tajfel et al., 1979).

However, unlike some studies that associate these relationships with depressive symptoms (Bernhold et al., 2020), such an effect was not evident in the interviews. Instead, participants reported a protective and motivational function of parasocial relationships, highlighting their positive impact on emotional well-being, which suggests important differences in the effect of these relationships depending on individual characteristics.

One aspect that has not been widely explored has to do with the parasocial relationships of older adults with television characters that influence their mental well-being, with special attention to attachment anxiety and the quality of interpersonal relationships (Bernhold et al., 2020). It was also found that stronger parasocial relationships predict an increase in depressive symptoms, especially in those with high attachment anxiety and low-quality relationships with their children (Bernhold et al., 2020); the positive role that the content of the admired figure has on their emotional well-being is reinforced. Likewise, the importance of emotional connection is emphasized, stating that the character's sermons lift their spirits, indicating a strong emotional bond.

Both the theories of social identity, social learning, and attachment, together with parasocial relationships, have a notable impact on the emotions and behaviors of fandom members. Because, evidently, being part of these groups not only strengthens a shared identity and improves self-esteem by providing a feeling of belonging and validation, but also promotes the adoption of behaviors and values observed in media figures, confirming that learning occurs through observation and imitation. These figures play a fundamental role in offering emotional support, calm and motivation, acting as attachment figures that consolidate parasocial relationships, which in turn increases followers' self-efficacy.

Conclusions:

In adolescence (12-18 years), young people are especially receptive to media figures as they are forming their identity and values. These relationships can serve as role models, guiding their expectations about friendship, love, and social acceptance and other psychological aspects of personality. The bond they develop with these figures can offer a sense of connection and belonging, even if it is fictitious.

In early and middle adulthood (19-40 years), parasocial relationships can contribute to building self-esteem and self-image. People often compare their own experiences to those of their media idols, which can motivate them or, conversely, can generate insecurities. At this age, understanding of these relationships can be more nuanced, allowing individuals to recognize the one-way nature of these interactions while integrating them into their social life.

Finally, in late adulthood (41-60 years), parasocial relationships can provide a sense of companionship and connection, especially in times of loneliness. Identification with media figures can facilitate adaptation to social and personal changes, providing a framework for reflecting on one's own life.

Parasocial relationships have a varied impact throughout the stages of life, shaping behaviors and social expectations. Psychological aspects, such as the search for belonging and validation, are intertwined with social dynamics that will enrich the lives of individuals, although it is essential to maintain a balance with real interpersonal relationships to foster a healthy emotional bond.

At the conclusion of this research project, it is recommended to promote a critical and conscious reflection on parasocial relationships, especially in contexts of media consumption that, when not used responsibly, end up being harmful to those who manipulate them, so that individuals, especially young people, can integrate these experiences in a healthy way into their lives without depending on social opinions, the criteria of networks and media. It is essential that educators, psychologists, mental health professionals, and media influencers foster and share the importance of the ability to distinguish between real and one-way interactions with media figures, helping individuals develop a strong self-esteem that allows them to establish a boundary between what they observe and hear within different screens or media and the reality based on authentic interpersonal relationships. In addition, it would be beneficial to implement educational programs that show the meaning of the psychological and social impacts of parasocial relationships at different stages of the life cycle in order to promote a balance in digital connections, favoring emotional well-being and the construction of social support networks.

KeyWords: Parasocial relationships, psychological and social factors, adolescents, adults, older adults.

REFERENCIAS

- Abrams, D. H. (1990). *Social identity theory: Constructive and critical advances*. Hemel Hempstead, UK: Harvester Wheatsheaf. .
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1963). Social Learning and Personality Development. Holt, Rinehart and Winston. Retrieved from https://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf
- Bernhold, Q. S. (2020). *Older adults' parasocial relationships with favorite television characters and depressive symptoms*. *Health communication*, 35(2), 168-179.
- Bond, B. (2016). Following your "friend": social media and the strength of adolescents' parasocial relationships with media personae. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 656-660. doi:<https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0355>
- Botto, A., Acuña, J., & Jimenez, J. (2014). La depresión como un diagnóstico completo. Implicaciones para el desarrollo de recomendaciones clínicas. *Revista Médica de Chile*, 142 (10), 1297-1305. doi: <https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872014001000010>
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss: Attachment (Vol. 1)*.
- Brewer, M. B. (1999). *The psychology of prejudice: Ingroup love and outgroup hate?* *Journal of Social Issues*, 55(3), 429-444. .
- Bugental, D. B. (1998). *Socialization processes*. In N. Eisenberg (Ed.), *Handbook of Child Psychology: Vol. 3. Social, emotional, and personality development (pp. 389-462)*. John Wiley & Sons. .
- Bugental, D. B., & Goodnow, J. J. (n.d.).

- Cohen, J. (2004). *Parasocial breakups: Measuring individual differences in responses to the dissolution of parasocial relationships*. *Mass Communication and Society*, 7(2), 191-202.
- Denzin, N. K. (2011). *El manual SAGE de investigación cualitativa (4.ª ed.)*. SAGE Publications.
- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). *Parasocial relationships and selfdiscrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals*. *Personal Relationships*, 15(2), 261-280.
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). *Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures*. *Human Communication Research*, 42(1), 21-44.
- Donald, H., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *The American Journal of Psychiatry*
- doi:<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Ellemers, N., Kortekaas, P., & Ouwerkerk, J. W. (1999). *Self-categorisation, commitment to the group and group self-esteem as related but distinct aspects of social identity*. *European Journal of Social Psychology*, 29(2-3), 371-389.
- Giles, D. C. (2002). *Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research*. *Media Psychology*, 4(3), 279-305.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). *Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance*. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Husserl, E. (1931). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Max Niemeyer Verlag.
- Hwang, K., & Zhang, Q. (2018). Influencia de la relación parasocial entre celebridades digitales y sus seguidores en las intenciones de compra de los

seguidores, el boca a boca electrónico y el conocimiento de persuasión. *Las computadoras en el comportamiento humano*, 87, 155-173.

Kvale, S. &. (2009). *Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing*. Sage.

Lila, M., Musitu, G., & Garcia, F. (1993). *Comunicación familiar y autoconcepto: Un análisis relacional*. *R. Orient Educ. Vocac*, 6, 67-85.

Moyer-Gusé, E. (2008). *Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages*. *Communication Theory*, 18(3), 407-425.

OMS. (2021). *Organización Mundial De La Salud*. Retrieved from <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-mentalhealth>

Rarity, E. C. (2022). *Identification with characters in parasocial relationships predicts sharing their personality traits*. *Psychology of Popular Media*, 11(2), 111.

Rubin, A. M. (1987). *Audience activity and soap opera involvement: A uses and effects investigation*. *Human Communication Research*, 14(2), 246-268.

Scharager, J. &. (2001). *Muestreo no probabilístico*. *Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología*, 1, 1-3.

Sroufe, L. A. (1977). *Attachment as an organizational construct*. *Child Development*, 48(4), 1184-1199. .

Stein, J. P. (2024). *Feeling better... But also less lonely? An experimental comparison of how parasocial and social relationships affect people's wellbeing*. *Mass Communication and Society*, 27(3), 576-598.

Tajfel, H., Turner, J., Austin, W., & Worchel, P. (1979). Una teoría integradora de conflictos intergrupales. *Identidad organizacional: Un lector*. 56 (65). doi:<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.30820.60809>

- Turner, J. C. (1985). *Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior*. In E. J. Lawler (Ed.), *Advances in group processes* (Vol. 2, pp. 77-122). Greenwich, CT: JAI Press. .
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press. (Original work published 1930). .