

# Proyecto Comunicación de la Agroecología a través de creadores de contenido



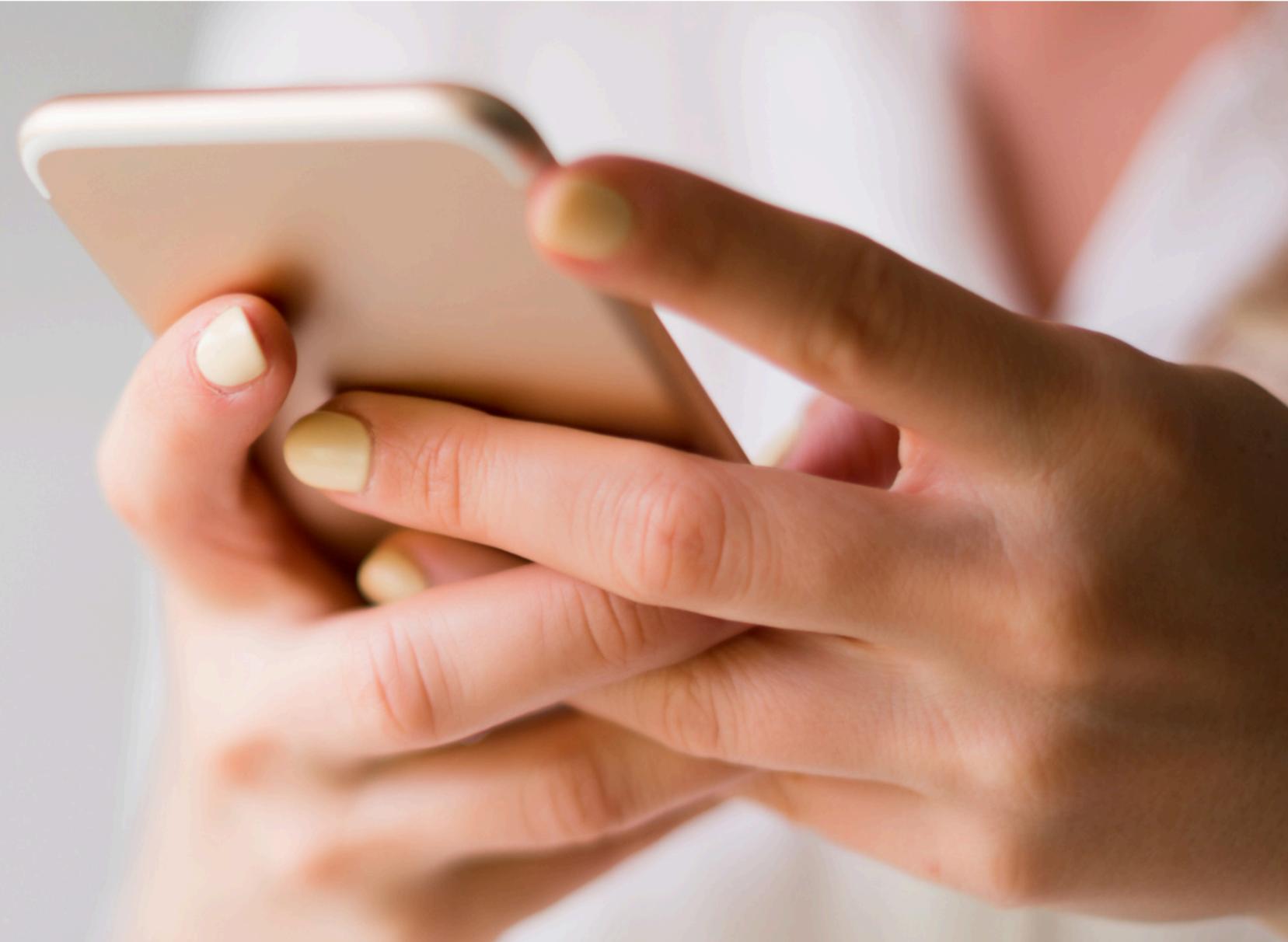
# Creadores de contenido los nuevos líderes de opinión



**¿cómo encontramos y distribuimos información?,  
¿cómo nos llega la publicidad?,  
¿cómo compartimos experiencias?  
¿cómo consumimos entretenimiento?.**

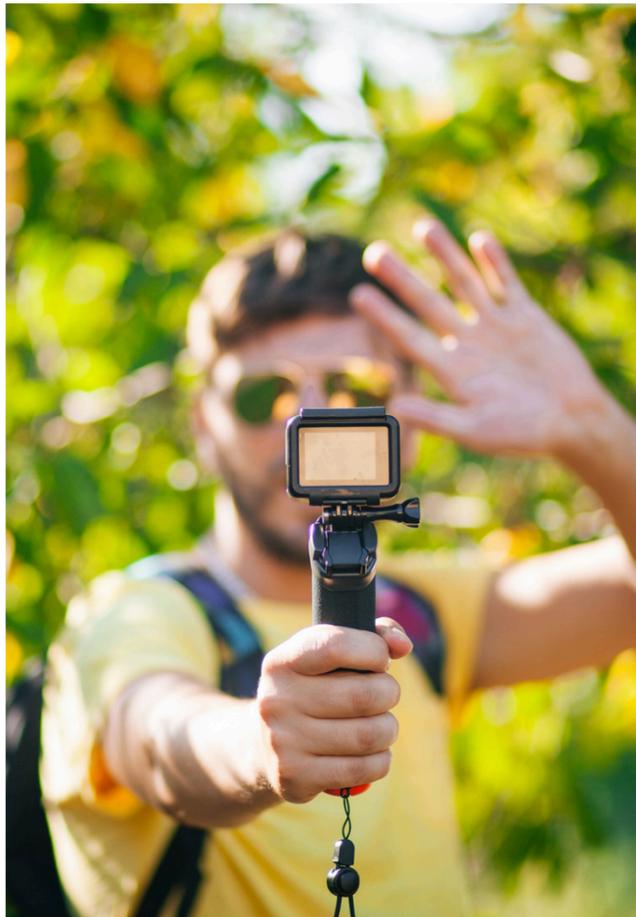
Esto tan cotidiano está modelado  
por las plataformas digitales

Está difícil escapar del algoritmo

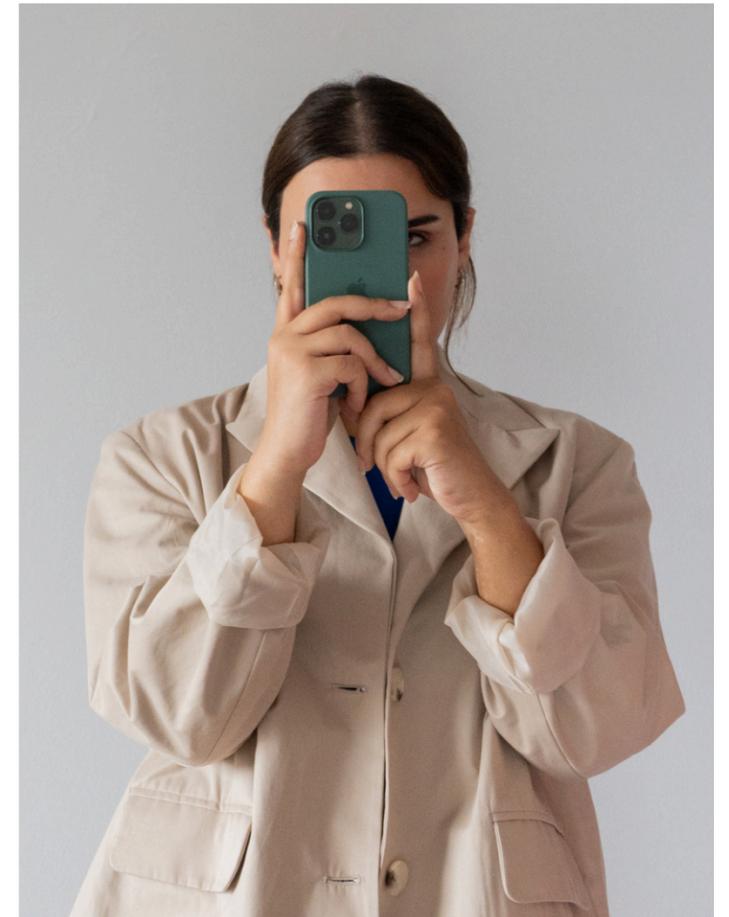


# Los creadores de contenido son la principal fuente de noticias, desplazando a los periodistas tradicionales

En plataformas visuales (TikTok, Instagram Reels, YouTube  
Shorts)



internet juega con  
nuestros sentimientos.  
mostrar y sentirnos parte de algo



**El video es muy importante, especialmente en los grupos de jóvenes. El 66% acceden a videos informativos breves cada semana.**

**El epicentro del consumo de noticias en video se da en las plataformas (72%) y no en los sitios web de los medios (22%), lo que incrementa los desafíos en torno a la monetización y la vinculación con la gente.**

GSW Global South World

Top 100 most influential journalists on TikTok in Latin America. Part 4 (100-76)

#Journalism / #Sports Journalism

Most Read

GSW Global South World

**84. Sarah Sanabria (Bolivia)**



Emmanuel Macron  
recibe un empujón  
en la cara por parte  
de su esposa

**Meta**, por ejemplo, ha reducido la presencia de noticias y contenidos políticos en sus redes y **ha dejado de apoyar financieramente a los medios.**



**bbcnewsmundo**  BBC News Mundo

 Siguiendo  Mensaje  

13 Siguiendo 2.3M Seguidores 27.3M Me gusta

Cuenta oficial de BBC News Mundo, el servicio en español de la BBC.

[www.bbc.com/mundo](http://www.bbc.com/mundo)



**busta\_brothers**  BUSTABROTHERS

 Siguiendo  Mensaje  

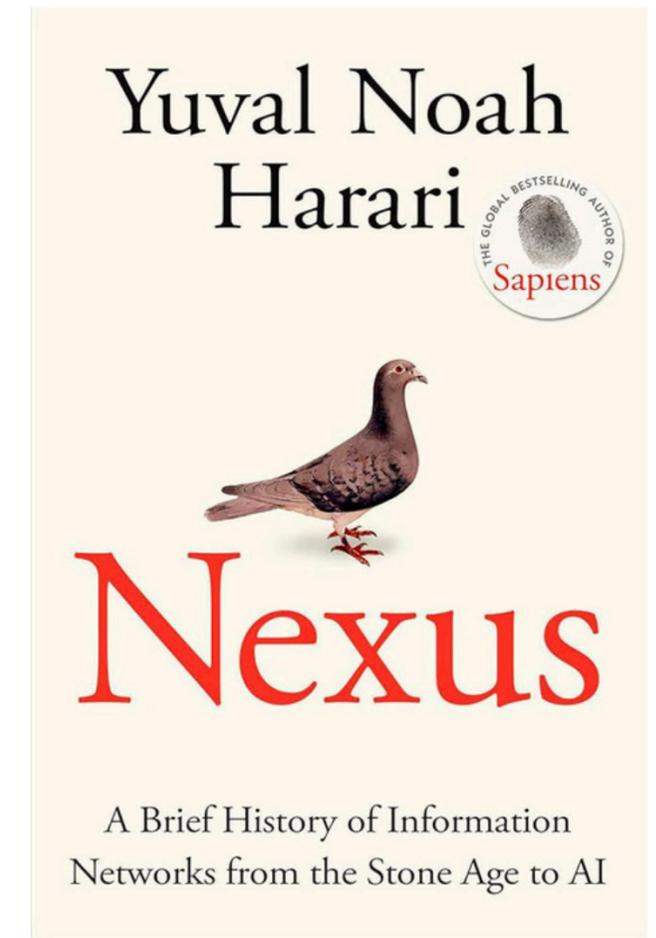
153 Siguiendo 22.8M Seguidores 574.2M Me gusta

Ecuatorianos ec 



Con la llegada de la **inteligencia artificial** generativa, se avecina una nueva ola de cambios.

*Harari destaca cómo la inteligencia artificial y las redes sociales están transformando la forma en que se crea, se comparte y se consume información, con implicaciones éticas y sociales significativas.*



# Estado del Arte

Los creadores de contenido son los nuevos líderes de opinion.

Producen material digital para ser compartido con el público en diferentes plataformas.

**Algoritmo** (conocer el sistema)

Cuantitativo

- **Tamaño de la audiencia:**
- **Tasa de interacción:**
- **Alcance e impresiones:**

**Storytelling:** conectar con historias

Cualitativo

- **Sentimiento del público:** que comentan.
- **Autenticidad percibida:** La confianza que le tienen sus seguidores
- **Conexión con la audiencia que tipo de comunidad gestiona.**

Ecosistema para posicionarse en el algoritmo (amarillismo) e individualismo

**Pornomiseria:** historias muy crudas de pobreza y sufrimiento para generar emociones fuertes, como lástima o indignación..

**"Solidaridad performativa" o activismo de fachada** está genuinamente comprometida consigo misma no con la causa.

**Anzuelo de indignación** (pescar con enojo o indignación) Normalmente crea contenido provocador, titulares, imágenes o **afirmaciones diseñadas para generar reacciones intensas y polarizadas.**

Apropiación cultural o auto exotización

Victimización

No hay muchas mujeres, por los diversos riesgos. Muchas de las que logran fama para mantenerla apuestan por la hipersexualización de su imagen (mujeres)

**por eso debemos hacer una buena selección**

## Características de los creadores de contenido

- Crean una determinada **identidad-personalidad** que convoca a una **comunidad afin con la temática.**
- Los **creadores de contenido monetizan** a travez de varias estrategias como ser lives, batallas, trabajar para marcas.
- **Los creadores de contenidos rurales,** algunos tienen como estrategia la autoexotización por vivir en el campo, otros muestran los desafíos de su cotidianidad. En ambos casos **deben enfrentar el hate y la solidaridad por ser rurales.**

## Características de los creadores de contenido

**Migración digital**, los jóvenes rurales que se vuelven virales por su contenido y terminan dejando el campo.

Cuando logras la fama, mantenerla es un gran reto.

Estar expuesto públicamente pone a los creadores de contenido en una posición de vulnerabilidad por el **hate, el acoso y la discriminación**. Esto pone sobre la mesa la importancia de la seguridad digital y la necesidad de abordar el tema de la salud mental.

Los creadores de contenido son de una generación que está más emancipada y autónoma económicamente.

**¿Los creadores de contenido pueden ser agentes de cambio para expandir la agroecología?**



# Proceso comunicación digital





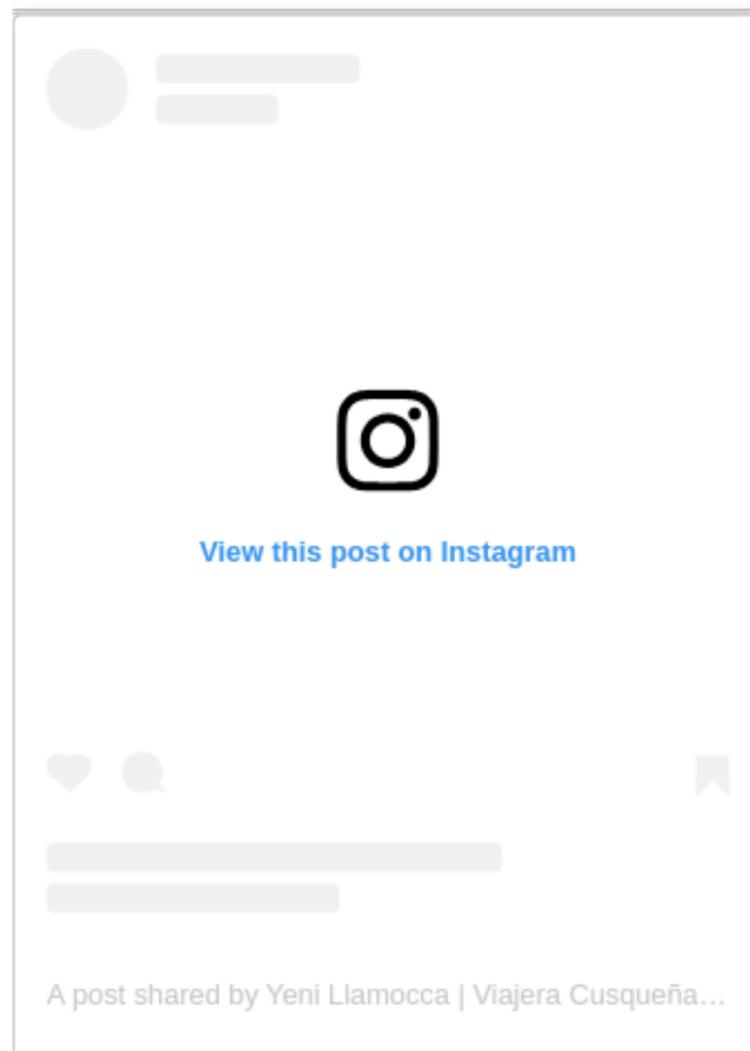
12.2K  
TikTok  
@nancyrisol

211

131

ok Watch more exciting videos [Watch now](#)

**@nancyrisol**  
Gracias por esta gran Experiencia @ipdrs aprendí mucho #andesagroec ...See more  
🎵 VITAMINA - Jombriel



[View this post on Instagram](#)

👍 🗨️ 📌

A post shared by Yeni Llamocca | Viajera Cusqueña...

Con qué video se volvieron viral?

Cómo te mantienes viral?

Cómo podrías ayudar a volver más viral la agroecología?