



# LA CULTURA DE INFLUENCERS Y MICROINFLUENCERS EN EL ECOSISTEMA DIGITAL ACTUAL.

INTEGRANTES: Alegre,Halle,Lagger,Gerarduzi,Nuñez

# INTRODUCCIÓN

**INFLUENCERS:** Gran audiencia,  
impacto masivo.

**MICROINFLUENCERS:** Audiencia  
más pequeña (1K-100K), pero con alta  
credibilidad y en un nicho específico.

# INFLUENCERS Y MICROINFLUENCERS



Redefine la comunicación de marca y exige a los diseñadores digitales ser estrategias de la confianza y la autenticidad.

# SIGNIFICADO PARA EL DISEÑO DIGITAL

## Diseño de Marca Personal y Narrativa

Somos responsables de la Identidad Visual del creador: estética, feeds y miniaturas.

El **diseño** debe ser coherente con la voz del influencer y estar optimizado para cada plataforma (TikTok, Instagram, YouTube).

**Relevancia:** El diseñador transforma la personalidad del creador en una marca digital profesional.

En este ecosistema, el diseño es el puente que impulsa la acción.

Diseñamos Llamadas a la Acción (CTAs) efectivas e integradas, links in bio optimizados y plantillas interactivas.

# MICROÁNALISIS Y EJEMPLOS

## MACROINFLUENCER

- \* Alcance masivo y glamour.
- \* Diseño de alto valor de producción, muy pulido, estilo publicitario tradicional.

## MICROINFLUENCER

- \* Credibilidad y nicho.
- \* Diseño auténtico, minimalista, que prioriza la información y la conexión sobre la perfección.



# LECTURA CRÍTICA Y CIERRE



**La Clave Social:** Esto refleja el cambio de poder de los medios a las personas. La confianza es lo más valioso.

- \* Como diseñadores, debemos promover la transparencia. El diseño (tipografía, ubicación) debe dejar claro si un contenido es pagado.

- \* Debemos evitar reforzar la "**estética de la perfección**" inalcanzable. Nuestro objetivo es usar el diseño para apoyar la voz real y la diversidad.

**Nuestro rol como diseñadores digitales** en la cultura de influencers es diseñar la credibilidad. No solo creamos imágenes bonitas, sino activos digitales que construyen y mantienen la confianza entre un creador y su comunidad.