



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 estrategas 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.