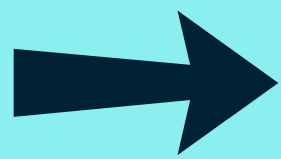




CREACIÓN DE CONTENIDO QUE LLAME LA ATENCIÓN

Consejos para que las organizaciones de la sociedad civil conecten con los latinos

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

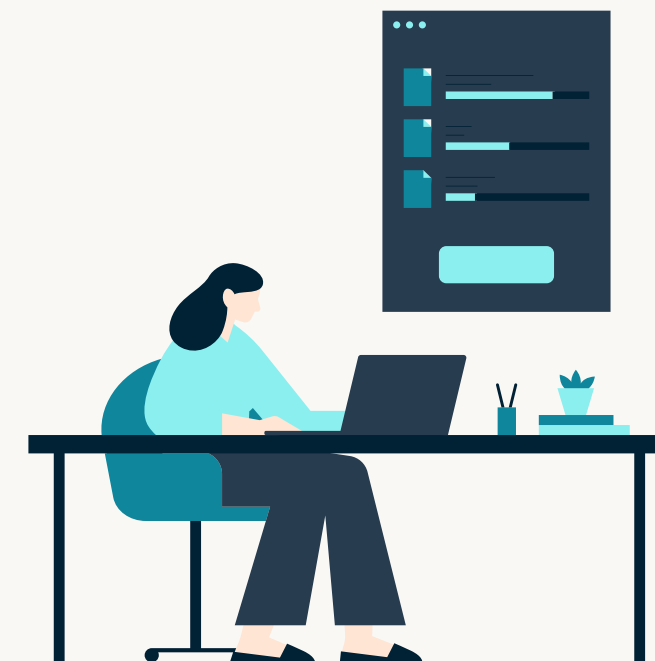


CONSIDERACIONES CLAVE

1. ATENCIÓN Y PLATAFORMAS

- Los participantes quieren tratar temas que sean **relevantes para su vida cotidiana**.
- **Instagram y TikTok** son las primeras plataformas en las que muchas personas encuentran información mientras se desplazan por la pantalla.
- Cuando buscan información de forma activa, suelen empezar por las redes sociales y luego recurren a **Google, YouTube o ChatGPT** para verificar la información o conocer el contexto

- ☐ Invierte en estudios de opinión pública y escucha social, o aprovechalos, para saber qué temas son más relevantes para tu público.
- ☐ Invierte en la producción de contenido tanto en inglés como en español.
- ☐ Asegúrate de que los líderes tengan cuentas activas y actualizadas en Instagram y TikTok.
- ☐ Optimiza el sitio web y el contenido para que Google, YouTube y las herramientas de inteligencia artificial puedan encontrarlos fácilmente.



2. PREFERENCIAS DE CONTENIDO

- Los latinos con los que hablamos valoraban el **contenido divertido, desenfadado e informativo que también sea positivo y centrado en la comunidad**.
- EL contenido es considerado «relevante» e «interesante» cuando esta vinculado a intereses **personales, aficiones o cultura**.
- La gente suele dejar de desplazarse por la pantalla cuando encuentra contenido protagonizado por **amigos, famosos o influencers** que reconocen.
- La gente valora el **contenido limpio, directo y bien producido con imágenes centradas en las personas**.

- ☐ Crea contenido que transmita positividad.
- ☐ Crea contenido informativo que ayude a las personas a mejorar o aprender algo nuevo. Haz que la llamada a la acción sea clara.
- ☐ Asegúrate de que el público pueda ver claramente cómo la información ofrecida se relaciona con ellos.
- ☐ Integra en el contenido los intereses culturales de tu público, como deportes, fitness, superación personal, música, familia, salud, alimentación, noticias locales, inmigración o contenido sobre su país de origen.
- ☐ Utiliza rostros conocidos o reconocibles en el contenido que ofreces.
- ☐ Crea videos cortos y sencillos u otros elementos visuales rápidos y fáciles de consumir.
- ☐ Produce videos o gráficos de alta calidad con buen sonido y resolución nítida.
- ☐ Invierte en una buena presentación, iluminación, sonido y encuadre.
- ☐ Combina titulares claros con imágenes atractivas y relevantes para llamar la atención.

CONTENIDO GENERADO CON IA

- En el desplazamiento pasivo, **el contenido generado por IA puede considerarse «molesto» y poco auténtico**. En las búsquedas activas, **los resúmenes generados por IA se consideran útiles e imparciales**.
- La mayoría de los participantes cree que el **contenido generado por IA debería estar etiquetado**.

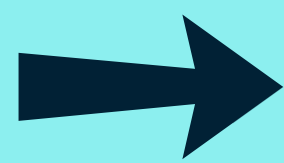
- ☐ Prioriza las imágenes reales y las voces humanas sobre las generadas por IA siempre que sea posible.
- ☐ Cuando utilices la IA, hazlo con cuidado para que el contenido siga siendo fiable y útil.
- ☐ Etiqueta cualquier contenido generado por IA que publiques para evitar confusiones.



CREACIÓN DE CONTENIDO QUE LLAME LA ATENCIÓN

Consejos para que las organizaciones de la sociedad civil conecten con los latinos

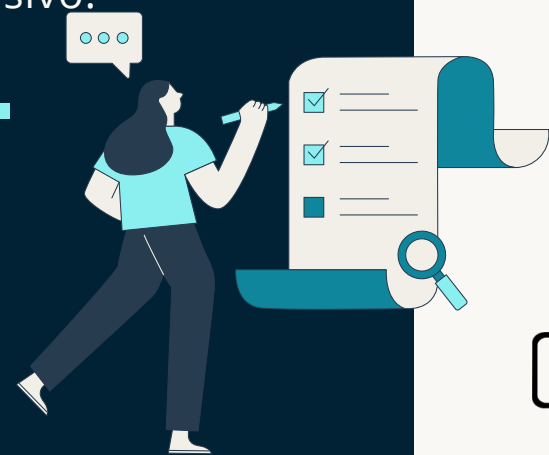
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



CONSIDERACIONES CLAVE

3. GENERAR CONFIANZA Y CREDIBILIDAD

- La mayoría de los latinos no confían plenamente en ninguna cuenta de redes sociales, ya sea de particulares u organizaciones, debido a la percepción de parcialidad, corrupción o interés propio.
- La gente confía más en las fuentes cuando **muestran pruebas o se encuentran en el lugar donde ocurren los acontecimientos**.
- **YouTube** se ha convertido en la plataforma de redes sociales más fiable.
- Los latinos se basan en indicadores como las insignias de **verificación, la popularidad, la intención de informar, los comentarios, las suscripciones y la trayectoria** para juzgar la fiabilidad.
- **Las perspectivas de primera mano y los puntos de vista** contrastados hacen que el contenido sea más persuasivo.



4. MENSAJERO

- Muchos latinos prefieren **interactuar con cuentas individuales** en lugar de cuentas organizacionales cuando navegan de forma pasiva.
- Valoran la **autenticidad, la proximidad y la accesibilidad** de estas cuentas individuales.
- Los latinos se sienten representados por **mensajeros con vínculos culturales, que apoyan cuestiones clave** y tienen estilos de comunicación con los que se identifican.

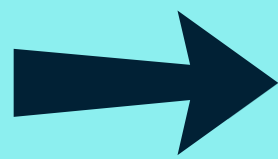
- ☐ Anima a tu público a verificar la información en múltiples fuentes.
- ☐ Sé transparente sobre los sesgos.
- ☐ Muestra pruebas o fuentes que respalden tus afirmaciones (imágenes, vídeos, artículos en pantalla verde).
- ☐ Demuestra presencia en los eventos para generar confianza entre tu público.
- ☐ Utiliza plataformas como YouTube para profundizar o dar explicaciones.
- ☐ Ten una cuenta verificada o una insignia en las plataformas en las que se publica.
- ☐ Asegúrate de que tu cuenta muestre actividad regular y participación visible.
- ☐ Responde activamente a los comentarios en tus cuentas de redes sociales.
- ☐ Crea o participa en espacios privados o de suscripción voluntaria (como grupos de Facebook o WhatsApp) donde tu público pueda sentirse más seguro para participar.
- ☐ Corrige públicamente los errores.
- ☐ Incluye perspectivas de primera mano, como entrevistas directas, imágenes tomadas sobre el terreno o experiencias vividas.
- ☐ Combina la cuenta de tu organización con cuentas individuales (por ejemplo, personal, voluntarios, líderes comunitarios).
- ☐ Cuenta con perfiles individuales que muestren el lado humano del equipo y que complementen el contenido de tu organización.
- ☐ Habla de forma directa y sencilla.
- ☐ Habla con las personas (no a ellas).
- ☐ Permite que el personal sobre el terreno se haga cargo de los canales sociales para garantizar la proximidad con tu público (informes locales, eventos comunitarios).
- ☐ Ofrece a los líderes la oportunidad de responder a los comentarios y mensajes de forma rápida y personalizada.



ENFRENTANDO LOS DAÑOS EN LÍNEA

Consejos para que las organizaciones de la sociedad civil conecten con los latinos

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



CONSIDERACIONES CLAVE

1. AMENAZAS A LA DEMOCRACIA

- Los latinos plantearon la desinformación, el acoso, el extremismo, etc. como amenazas
- Uso político del poder: interés propio, extralimitación, polarización.
- Racismo, libertad de expresión.

2. MIEDO A EXPRESARSE

Muchos evitan expresar sus opiniones en Internet por miedo al odio, las reacciones negativas o la confrontación.

3. POLARIZACIÓN

La política, las elecciones y la inmigración se perciben como los temas más polarizantes.

4. FACTORES QUE IMPULSAN LA DESINFORMACIÓN

La gente considera que los «me gusta», el dinero, la viralidad, los actores políticos y el racismo hacia los latinos son factores clave que impulsan la desinformación.

5. COMPORTAMIENTO DE VERIFICACIÓN DE DATOS

La mayoría de las personas comparten las verificaciones de datos de forma privada con amigos o familiares y rara vez las publican.

6. TEMA COMÚN DE DESINFORMACIÓN

La desinformación sobre inmigración (redadas, restricciones, medidas coercitivas) y las estafas fueron las más comunes.

☐ Comparte información procedente de fuentes fiables o aliados en los que confía tu comunidad (por ejemplo, medios de comunicación, centros de investigación u organismos públicos oficiales).

☐ Colabora con líderes locales, grupos comunitarios o mensajeros de confianza para difundir información precisa.

☐ Ayuda a tu comunidad a reconocer la información errónea y la desinformación, por ejemplo, proporcionando consejos, recursos o enlaces a verificadores de datos fiables.

☐ Ten un plan para manejar el odio, las reacciones negativas o las confrontaciones en línea.

☐ Modera los comentarios para mantener las discusiones seguras y constructivas.

☐ Proporciona a tu público formas de participar o hacer preguntas de forma segura.

☐ Trabaja activamente para proteger la privacidad y la seguridad de las personas que comparten información

☐ Presenta la información de manera equilibrada, incluyendo múltiples perspectivas y evitando formulaciones provocativas.

☐ Mantén un tono respetuoso y claro, incluso al abordar temas controversiales.

☐ Capacita a tu personal o voluntarios para que detecten y respondan adecuadamente a narrativas dañinas o campañas coordinadas dirigidas a tu comunidad.



☐ Evita activamente los estereotipos o enfoques racistas sobre los latinos y otros grupos.

☐ Asegúrate de que tu contenido sea fácil de compartir en espacios privados.

☐ Ofrece canales privados donde las personas puedan recibir y transmitir información verificada.

☐ Proporciona leyendas o explicaciones sencillas que las personas puedan copiar y pegar al compartir información precisa con amigos o familiares.

☐ Colabora con mensajeros de confianza o líderes comunitarios para difundir verificaciones de datos o actualizaciones fiables.

