



Nota Explicativa

Influencers Comunitarios/as en Redes Sociales

Introducción

En muchos contextos donde trabaja el ACNUR, las comunidades usan redes sociales para comunicarse, compartir ideas y acceder a información. Para algunas personas desplazadas, las redes sociales son el canal de comunicación de preferencia y de confianza. Dentro de estas comunidades, algunos individuos construyen una amplia presencia online y pueden llegar a tener una gran influencia en sus diferentes redes sociales. Estos “influencers” (con aproximadamente 1,000-5,000 seguidores) se llaman comúnmente “nano-influencers” o simplemente “nanos”.

Estos “influencers” pueden navegar y unir ambos mundos- online y offline- reflejando la realidad de su mundo offline en el mundo online. Por ejemplo mediante videos filmados en su localidad, contenido usando el lenguaje/ expresiones locales y presentando acontecimientos pertinentes a su vida. La proximidad que tienen a sus comunidades- y la creación de contenido creativo y relevante- significa que estos influencers pueden generar confianza y dirigir conversaciones locales a gran escala. Siendo de las comunidades ell@s mism@s, est@s influencers pueden conectar con sus contrapartes a nivel emocional, creando contenido más accesible y reconocible para las comunidades.

Contexto

Trabajar con influencers locales en redes sociales puede fortalecer la capacidad del ACNUR para generar confianza y comprensión en las comunidades. Con ell@s se puede crear contenido comunitario, intercambios y respuestas a participación local. Sin embargo, también hay retos al trabajar con este tipo de influencers, por ejemplo en cuanto a su selección, debida diligencia, el riesgo de reforzar las desigualdades existentes promovidas por estereotipos y la exclusión de las voces de grupos minoritarios.

A nivel global, el Departamento de Relaciones Exteriores ha tenido experiencias trabajando con influencers online- desde l@s que tienen miles de seguidores hasta l@s “nanos”. Con estos conocimientos se está desarrollando un toolkit para apoyar a las operaciones en su trabajo con influencers. Aunque inicialmente el enfoque es en Relaciones Exteriores, varias operaciones del ACNUR han empezado a trabajar con “nano influencers” para fortalecer su metodología de Protección Comunitaria. Estas iniciativas incluyen trabajar con “nanos” a nivel nacional o local (por ejemplo dentro de asentamientos o campos de refugiados), generando contenido creativo y atractivo para públicos diversos.

El Servicio de Innovación- con el apoyo del Departamento de Relaciones Exteriores- quiere apoyar a operaciones a quienes les gustaría probar prácticas emergentes aprovechando las redes y el apoyo de “nano influencers” para obtener resultados de Protección.

Alcance y Objetivos

En el entorno offline, la identificación de “representantes comunitarios” y partes interesadas de las comunidades se hace siguiendo un proceso de selección transparente con mapeos exhaustivos. Este proceso trata de identificar partes interesadas tomando en cuenta la diversidad de las comunidades- asegurándose de tener puntos focales representando a grupos marginados. El ACNUR apoya a estos puntos focales con desarrollo de capacidades y “kits de herramientas” para ayudarlos en su trabajo con la comunidad. La formación normalmente abarca cuestiones de protección, derivación de casos y temas específicos (salud pública, educación etc.). La interacción entre l@s puntos focales comunitarios, socios y el ACNUR es frecuente- muchas veces diaria.

Esta experiencia se puede traducir al mundo online, usando estrategias de protección comunitaria en las comunidades digitales aunque hayan consideraciones específicas y limitaciones. Se pueden adoptar estrategias parecidas a las de identificación de individuos con quienes trabajar (asegurando la representación e inclusividad de grupos de edad, género y diversidad) y desarrollo de capacidades.

El apoyo a representantes comunitarios en el mundo online incluiría el desarrollo de capacidades en conceptos clave de las redes sociales como la verificación de fuentes de información, validación de información, protección de datos, privacidad, y manejo de expectativas. También se puede extender a la creación de contenido- cubriendo temas como el uso de materiales audiovisuales, diseño inclusivo, reconocimiento de los prejuicios personales/de contenido y métodos para hacer pruebas con usuari@s. También se puede incluir como apoyar a los/as influencers para que puedan identificar y derivar casos de protección que se identifiquen directamente o mediante sus redes.

Solicitud

El Servicio de Innovación ha recibido solicitudes de apoyo por parte de operaciones que quieren probar diferentes modalidades para trabajar con influencers comunitarios en redes sociales. Como consecuencia, el Servicio ha propuesto este “reto” para apoyar a las operaciones en el desarrollo de soluciones creativas trabajando con partes interesadas en comunidades digitales y espacios online. Las propuestas seleccionadas obtendrán recursos para apoyar:

1. La formación de un equipo multifuncional de proyecto (incluyendo colegas de Protección, Información Pública, ICT, PSP etc);
2. El mapeo e identificación de “influencers nano” dentro de las comunidades que podrían representar y alcanzar a diferentes grupos de edad, género y diversidad (por ejemplo un mapeo a través de los diferentes canales de redes sociales en colaboración con el equipo de GoodWill Ambassador en el Departamento de Relaciones Exteriores). Esto puede ser a nivel nacional o local dependiendo de las necesidades;

3. El desarrollo de una estrategia de trabajo con las comunidades para l@s influencers identificad@s- incluyendo cómo la selección e interacción con el ACNUR será comunicada a las comunidades;
4. Completar el proceso de debida diligencia/ selección antes de empezar a trabajar completamente con l@s influencers identificados/as;
5. La planificación e implementación de iniciativas para el desarrollo de capacidades de los “influencers” (en línea y en persona dependiendo de lo factible)- por ejemplo sobre la creación de contenido multimedia, salvaguardia y código de conducta, protección de datos y privacidad, diversidad e inclusión, y manejo de expectativas;
6. Desarrollo de vínculos con el trabajo más amplio de ACNUR con influencers (es decir, a nivel nacional, regional y/o global);
7. Establecimiento, seguimiento y evaluación de las actividades de la red de “influencers nano”.

Para enviar una propuesta a este reto, haga clic en el botón Aplicar Ahora.

(Tendrás que registrarte con tu cuenta de ACNUR)