

¿A quién influencian las y los influencers?



**Creadores de contenido
en Bolivia** 🇧🇴

Creadores de contenido en Bolivia

¿A quién influncian las y los influencers?

Elaborado por:

Hugo Miranda y Wilmer Machaca (InternetBolivia.org)

Mariana Alem e Ida Peñaranda (IPDRS)

Actualmente, gran parte de la población se comunica e informa por redes sociales, sobre todo los jóvenes de 18 a 24 que utilizan cada vez más, especialmente por TikTok. Pero ¿qué tipo de información recibirán a través de éstos medios? Y, ¿qué reacciones o llamadas a la acción les provocará recibirla?

El IPDRS junto con Internet Bolivia, realizaron una pequeña investigación sobre los creadores de contenido más vistos de Perú, Ecuador y Bolivia, con el objetivo de conocer el tipo de contenido que éstos producen, con la intención de identificar aspectos relacionados a la difusión de contenido relacionado a la agroecología, la alimentación saludable y las enfermedades que pueden ocasionar el comer alimentos fumigados con pesticidas. Investigación realizada en el marco del proyecto de difusión y comunicación de mensajes propicios para la agroecología y la alimentación sana a través de redes sociales financiado por la Fundación McKnight y ejecutado por el IPDRS.

El presente artículo presenta los hallazgos de esta investigación con los creadores de contenido más influyentes de Bolivia (Perú y Ecuador se presentarán en los siguientes 2 artículos), categorizándolos según características de tipo de contenido que generan.

Metodología y búsqueda de los principales influencers en Bolivia

Este documento presenta un mapeo de los 30 principales creadores de contenido en TikTok y Facebook de Bolivia. La selección se basa en el número de seguidores, engagement (compromiso) y relevancia en sus respectivas plataformas.

Para identificar a los creadores de contenido destacados se buscó en listas, reportes, rankings de influencers, entrevistas e información secundaria, para encontrar a los usuarios con mayor

cantidad de seguidores en TikTok y Facebook. Con las listas, se seleccionaron las cuentas con más seguidores de cada red social. Se sumaron los seguidores de ambas plataformas y se elaboró una lista de 30 cuentas con más seguidores de cada país.

Las categorías asignadas fueron:

- *Medios*, creadores de contenido que son parte de algún medio de comunicación.
- *Personal*, que muestran o comparten su vida como un reality personal.
- *Cocina*, quienes de manera aficionada o profesional comparten la preparación de alimentos.
- *Política*, quienes son parte de un partido político o comparten opinión política.
- *Comedia*, quienes en su contenido comparten diferentes formatos de humor.
- *Viajes*, quienes desde su contenido van viajando y compartiendo sus viajes mostrando cada lugar donde se encuentran.
- *Salud*, quienes comparten contenido médico o natural, recomendaciones o consultas sobre salud.
- *Idiomas indígenas*, quienes promueven y revitalizan idiomas indígenas enseñando o creando contenido en idiomas indígenas.
- *Emprendedor*, cuenta que muestra un emprendimiento o del dueño de uno.
- *Batallas*, cuenta que realiza este tipo de actividad que es característico de TikTok, consiste en competencias en tiempo real entre dos TikTokers en las que los seguidores votan por alguno de ellos por un determinado tiempo.
- *Ayuda Social*, personas que ayudan a las personas de diversas formas como por ej.: comprarle todo a un vendedor ambulante o ayudar a conseguir ayuda para alguna catástrofe.
- *Agricultura*, quienes muestran o desarrollan actividad agrícola.
- *Arte*, quienes muestran sus habilidades artísticas, como danza, pintura, canto.
- *Retos*, quienes desafían a las personas a realizar alguna actividad curiosa, chistosa, peligrosa, etc. a cambio de algún premio que puede ser monetario.
- *Modelos*, cuentas de modelos o de influencers que también se han convertido en modelos de belleza.

- *Deporte*, cuenta de deportistas o TikTokers que hablan de esta temática.
- *Fiestas*, quienes cubren fiestas o crean contenido en torno a esta temática.
- *Gamer*, quienes suben contenido jugando un juego en línea como Free Fire o Minecraft y dan tips (trucos, ayudas) para avanzar en el juego.
- *Autoayuda*, quienes dan mensajes de motivación o consejos de superación personal.

Debido a que los TikTokers no siempre manejan una sola temática, varios de ellos fueron categorizados en 2, 3 y hasta 4 criterios. Adicionalmente, para los 5 creadores más afines a la agroecología, se obtuvieron datos de TikTok y Facebook para realizar cuadros y gráficos que podrían ayudar a entender sus interacciones, desde su ámbito geográfico: si son Urbanos, Rurales, Mixtos o si son Migrantes al exterior; desde la cantidad de administradores de sus páginas de Facebook; desde la cantidad de comentarios, compartidos (Shares) y (Me gusta) likes de las últimas publicaciones; y desde la verificación o no de sus cuentas.

Hallazgos de Bolivia

Diversas encuestas mencionan que las dos redes sociales con mayores usuarios en Bolivia son Facebook y TikTok, con 7,5 millones de usuarios en Facebook y 7.4 en TikTok (Fama Poder y Ganas y Datareportal).

Se observa una característica distintiva de Bolivia que es su población flotante, que alterna entre ámbitos urbanos y rurales. De las 109 cuentas de Creadores de Contenido en Bolivia que se evaluaron, la destaca la importancia de los centros urbanos con el 73% de ubicación de los influencers, un grupo importante que combina y se mueve entre lo urbano y lo rural, que se contabiliza en el 16.5%, y un grupo propiamente rural que llega solo al 8% y la migrante internacional del 2%.

El análisis de las cuentas evaluadas revela que, en el caso de Facebook, las cuentas de los creadores de contenido tienden a ser antiguas, dada la mayor trayectoria de esta plataforma que se encuentra activa desde el 2009. En cambio, muchos creadores de contenido jóvenes prescinden de Facebook, prefiriendo establecerse en TikTok a partir del año 2020 y 2022. Este período coincide con la pandemia de COVID-19, durante el cual surgieron muchos creadores de contenido provenientes de sectores populares y rurales. Esta tendencia refleja cómo **TikTok se convirtió en una plataforma accesible y atractiva para una diversa gama de creadores bolivianos durante un tiempo de confinamiento y cambios sociales significativos.**

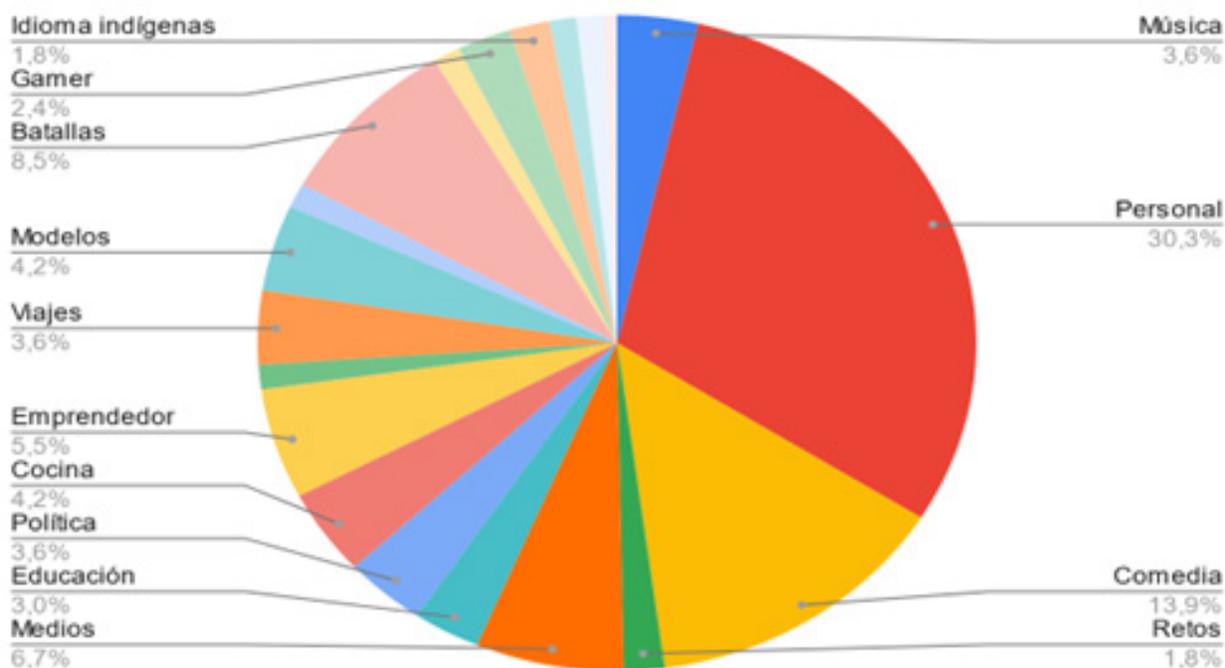
Los creadores de contenido en Bolivia suelen abarcar múltiples temas, aunque priorizan

uno principal, como viajes, cocina o juegos. El contenido personal predomina, representando el 30,3% de las 30 cuentas más seguidas en Bolivia, generalmente combinado con otros tipos, excepto en el caso de los gamers, donde el anonimato es una práctica habitual.

El entretenimiento es un objetivo común, constituyendo el 13,9% del contenido de los 30 perfiles más populares. Las batallas, especialmente entre creadores de contenido populares e indígenas como Milton, Layme, Isabel, Luz y Lizeth Callizaya, representan el 8,5%. Las personalidades mediáticas ocupan el 6,7%. El contenido de emprendimiento ha ganado importancia, permitiendo a creadores como Pampeño, Alfredo Solares o Cris Emprende crecer y ser exitosos.

Otros temas como política, educación y modelaje tienen menor presencia. El contenido en idiomas indígenas es de apenas el 1,8%, aunque destaca porque tiene mayor alcance en Bolivia que en el resto de la región por la cantidad de seguidores, como es el caso de Elias Ajata, con 290.000 seguidores en Facebook. Todo esto lo podemos ver en extenso y en detallé en la siguiente gráfica.

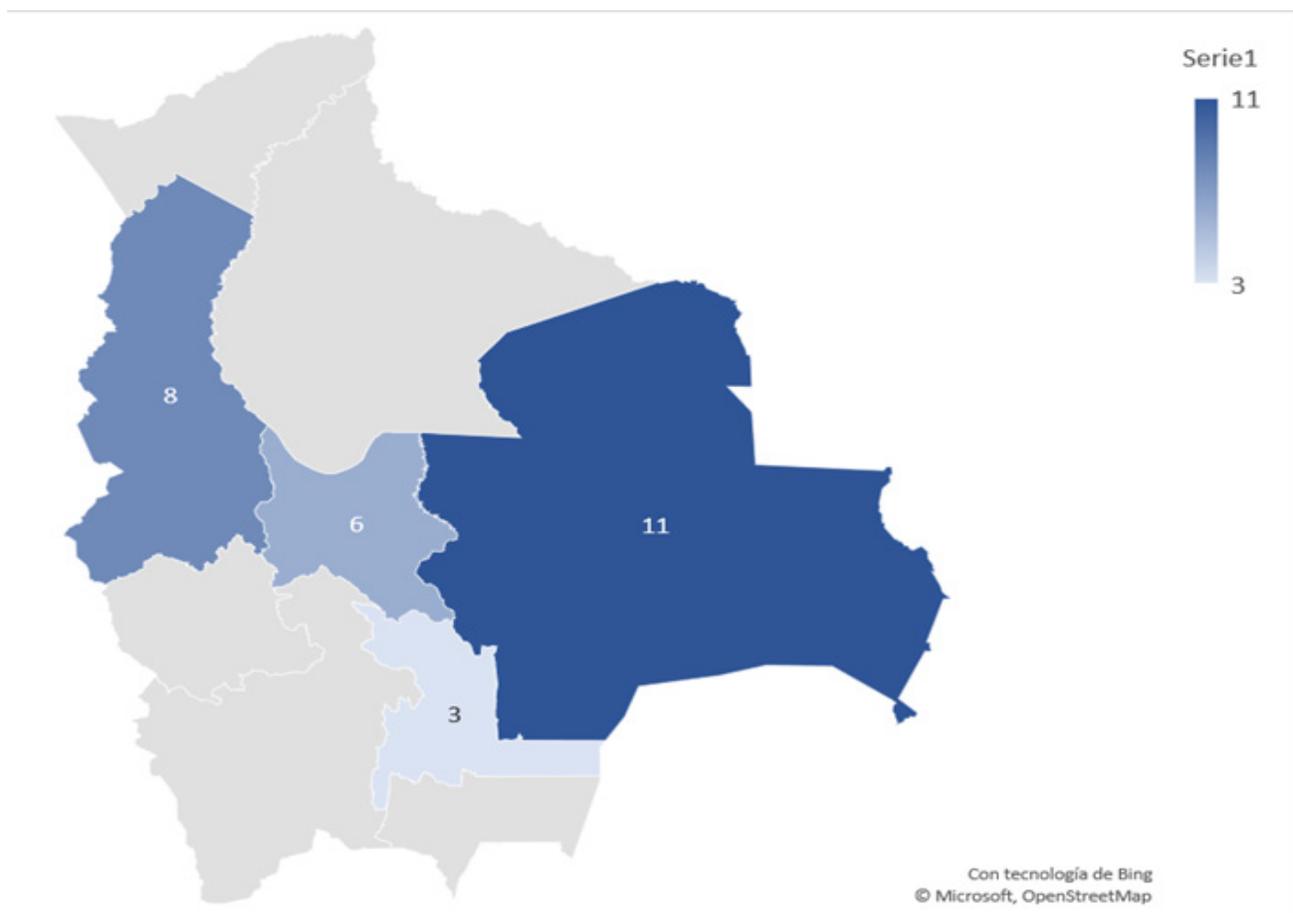
**Gráfico 4.4.:
Clasificación del contenido de las 109 cuentas de creadores
de Contenido de Bolivia**



Fuente: Elaboración Propia

La ubicación geográfica de los creadores de contenido en TikTok para el público boliviano, 28 de las 30 cuentas estudiadas, están distribuidas en solo cuatro departamentos de Bolivia, en orden la mayoría en Santa Cruz, seguidos por La Paz, Cochabamba y Chuquisaca, mostrando una concentración en el eje central del país. Cabe resaltar que dos creadoras/es se encuentran en el exterior, una en México (Maria Leydi) y otro en Barcelona (Fabru Blacut), España.

Gráfico 4.5.:
Mapa de TikTok en Bolivia de las 30 cuentas con más seguidores.



Fuente: Elaboración Propia

Las 30 cuentas con más seguidores de Bolivia de Creadores de Contenido sumando las dos plataformas.

Las cuentas con mayor número de seguidores en Bolivia combinando las plataformas TikTok y Facebook junto con la categorización asignada por el tipo de contenido que producen, son:

Tabla 1:
Las 30 cuentas con más seguidores sumando las plataformas
de TikTok y Facebook

| | Nombre | Facebook | Tik Tok | Suma | Ámbito | Variable 1 | Variable 2 | Variable 3 |
|----|------------------|-----------------|----------------|-------------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | Junior Mavity | 3000000 | 12000000 | 15000000 | Urbano | Retos | | |
| 2 | Albertina Sacaca | 3500000 | 8400000 | 11900000 | Mixto | Personal | Cocina | |
| 3 | Leonel Fransezze | 1800000 | 9900000 | 11700000 | Urbano | Comedia | Personal | |
| 4 | Elias Ayaviri | 7100000 | 3600000 | 10700000 | Urbano | Música | | |
| 5 | Ale Pinedo | 3300000 | 5800000 | 9100000 | Urbano | Comedia | | |
| 6 | Fabru_Blacutt | 8800 | 8900000 | 8908800 | Urbano | Retos | | |
| 7 | Alexius | 274000 | 6200000 | 6474000 | Urbano | Retos | | |
| 8 | Daniel Dueñas Z. | 107000 | 4700000 | 4807000 | Urbano | Autoayuda | | |
| 9 | Cris Emprende | 760000 | 3300000 | 4060000 | Mixto | Emprendedor | Personal | Viajes |
| 10 | Maria Leydi | 26000 | 3200000 | 3226000 | Urbano | Personal | | |
| 11 | Lizeth Callizaya | 541000 | 2300000 | 2841000 | Urbano | Personal | Emprendedor | Arte |
| 12 | Anabel Angus | 1500000 | 1200000 | 2700000 | Urbano | Medios | Personal | |
| 13 | joesinlz | | 2600000 | 2600000 | Urbano | Personal | | |
| 14 | Gabriela Zegarra | 1000000 | 1600000 | 2600000 | Urbano | Medios | | |
| 15 | Mamen Saavedra | 729000 | 1800000 | 2529000 | Urbano | Política | | |
| 16 | Carlos Marquina | 841000 | 1600000 | 2441000 | Urbano | Medios | | |
| 17 | La Warmi Rosa | 1100000 | 1300000 | 2400000 | Urbano | Comedia | | |
| 18 | Yossu Valerio | 1200000 | 1200000 | 2400000 | Urbano | Música | | |
| 19 | Cristian Apaza | 411000 | 1800000 | 2211000 | Urbano | Educación | | |
| 20 | gata de la copia | | 2200000 | 2200000 | Urbano | Personal | | |

| | | | | | | | | |
|----|---------------------|---------|---------|---------|--------|-----------|-------------|----------|
| 21 | Candres Peredo | 1400000 | 728400 | 2128400 | Urbano | Educación | | |
| 22 | Mama Lucy | 911000 | 1100000 | 2011000 | Mixto | Cocina | Comedia | Personal |
| 23 | AngelSG | | 2000000 | 2000000 | Urbano | Comedia | | |
| 24 | Mily Gonzales | 81000 | 1900000 | 1981000 | Rural | Personal | Batallas | |
| 25 | Evo Morales | 1200000 | 767500 | 1967500 | Mixto | Política | | |
| 26 | Layme | 314000 | 1600000 | 1914000 | Mixto | Personal | Batallas | |
| 27 | Cocinando con Elena | 8800000 | 1100000 | 1900000 | Mixto | Salud | Cocina | |
| 28 | Manguerita | 275000 | 1600000 | 1875000 | Urbano | Comedia | Emprendedor | |
| 29 | Luz Cruz | 525000 | 1300000 | 1825000 | Mixto | Personal | | |
| 30 | Yarit | 690000 | 1100000 | 1790000 | Urbano | Música | | |

En cuanto a la procedencia de la audiencia de los 5 creadores de contenido más afines a la agroecología, por ejemplo, una de ellas, con temáticas rurales e indígenas, solo el 19% de su audiencia es boliviana. El resto se distribuye en 12% EEUU, 4% España y el resto es de Latinoamérica. Otros creadores de contenido que se dedican a viajes, el 35% proviene de Bolivia. Otra creadora de contenido Cochabambina, que se dedica a hacer humor y critica social el 71% de su audiencia es boliviana y el resto Sudamericana, solo el 3% corresponde a EEUU y España.

En conclusión, las y los creadores de contenido bolivianos tienen presencia en todo el continente, con la excepción de Uruguay donde es muy baja o inexistente, lo que hace propicio para comprender la distribución de las bolivianas y bolivianos en el mundo y cualidad de incidencia regional que tienen las y los influencers.

Análisis de los creadores de contenido en Bolivia

El análisis de los creadores de contenido de Bolivia se basó en 109 cuentas, considerando la métrica de cantidad de seguidores, sumando ambas plataformas. Del top 10 de TikTokers bolivianos se destacan Junior Mavity que es el único que supera los 10 millones de seguidores su contenido es similar a los que realiza MrBeast[1] regalando dinero y realizando desafíos, es poco conocido en el occidente, pero en Santa Cruz cada vez tiene más seguidores, también es internacional ya que ha realizado videos en el exterior del país, tiene todo un equipo trabajando con él. En segundo lugar Leonel Franzeze conocida figura de la

televisión, que ha sabido crear toda una industria de contenidos produciendo por ej. el programa Los Streamers y también haciendo videos con Doña Luisa. Fabru Blacutt en tercer lugar que cuenta anécdotas de su vida y que tiene un estilo propio y que el 2022 ya tenía 18 millones de seguidores, pero su cuenta fue eliminada. Albertina Sacaca tiene 8,5 millones de seguidores y 215,3 millones de likes. A continuación, en el 5to lugar Alexius que empezó haciendo trends el 2018 y hoy trabaja con varias marcas y eventos de hecho este año casi ya no ha hecho videos para su cuenta de TikTok

Del puesto 6 al 10, se destaca Crissemprende que tiene un restaurante y ha evolucionado de mostrar contenido de su vida y enseñando Quechua, encontrando en la cocina su principal contenido, aparecen 2 ex conductores de Tv que ahora se dedican redes sociales, Ale Pinedo pasó a ser uno de los principales empresarios de creación de contenidos de Bolivia, teniendo variedad de proyectos en este momento, Daniel Dueñas que hace mensajes de autoayuda, y en el 9no lugar Elias Ayaviri el que fue durante buen tiempo el Youtuber con más seguidores de Bolivia debido a sus canciones tal como lo refleja la nota de Los Tiempos de 2016[2]. Del puesto 11 al 20, la cuenta de Josesinlz que camina en la delgada línea de la depresión. En el puesto 12 Lizeth Callizaya que es una figura reciente que está subiendo exponencialmente con sus videos de manualidades, costura y cocina, también aparecen Layme y Mily Gonzales que también se identifican como TikTokers de corte popular indígena, también aparece el maestro Cristian Apaza que se ha convertido en un referente a partir de enseñar matemáticas y en el puesto 16 Mamen Saavedra concejal de Santa Cruz que al contrario de otros políticos, está logrando apoyo por la fiscalización que hace a las funcionarios públicos de Santa Cruz.

Del puesto 20 en adelante se pueden destacar varios creadores de contenido que tienen el perfil de generar audiencia a través de sus transmisiones en vivo, como las batallas o monólogos que hacen en sus cuentas, como ser: Layme, Paluleos, Isabel, Luz Cruz y Milton. Destacamos los casos de Pampeño y Alfredo Solares; el primero desarrolló un emprendimiento de comida rápida en Santa Cruz, y dada su popularidad en TikTok, le permitió constituir una cadena con varias sucursales en esa ciudad; el segundo, que viene de una situación de precariedad, desarrolla ayuda social principalmente para personas que trabajan en la calle en el comercio informal.

Como se puede ver contenido variado, combinando fórmulas extranjeras, ingenio y personalidad ante todo el TikTok boliviano aún está madurando. Debido a las restricciones que tiene el país no se puede monetizar directamente de TikTok, por lo que los ingresos provienen de contratos comerciales lo cual en su mayor parte es mediada por los representantes de los jóvenes TikTokers.

En Facebook, muchos de los creadores de contenido considerados en este estudio prescinden de esta plataforma, 16 de los top 30 de nuestra lista que se elaboró a partir de la plataforma TikTok, tiene Facebook. Quienes tienen mayor presencia mediática suelen tener cuenta en Facebook, pero son pocos los casos en los que creadores originados en Facebook han migrado a TikTok; la tendencia es mayormente inversa.

El análisis de los creadores de contenido en Bolivia, tomando en cuenta las tablas de los 30 más populares de Facebook y TikTok, revela una interesante variedad de perfiles que producen contenido diverso, principalmente enfocado en entretenimiento, desarrollo personal y emprendimiento. Aquí se realiza una descripción categorizada por tipo de contenido y cantidad de seguidores, basada tanto en las tablas proporcionadas como en las referencias generales sobre estos creadores:

Las categorías principales de contenido son:

- **Personal y entretenimiento:** Este es el contenido predominante entre los creadores más seguidos en Bolivia. Albertina Sacaca, con más de 11.9 millones de seguidores combinando TikTok y Facebook, es un claro ejemplo. Produce contenido centrado en cocina, vida rural y experiencias personales, manteniendo una narrativa cultural boliviana que ha ganado audiencia tanto a nivel local como internacional. Otros creadores populares en esta categoría incluyen Leonel Fransezze (11.7 millones de seguidores) y Anabel Angus (2.7 millones), quienes también fusionan elementos de comedia y personalidades mediáticas.
- **Comedia:** Los creadores de contenido que se enfocan en la comedia tienen una gran aceptación en el público boliviano. Leonel Fransezze y Ale Pinedo son dos ejemplos destacados con millones de seguidores. Este contenido a menudo incluye sketches humorísticos y actuaciones que resuenan con la audiencia joven.
- **Cocina y emprendimiento:** Mama Lucy y Cocinando con Elena son ejemplos de creadores que combinan el contenido de cocina con temas de emprendimiento. Estos creadores no solo enseñan recetas, sino que también promueven productos locales y valores de autosuficiencia, llegando a una audiencia considerable, especialmente entre sectores rurales y urbanos con intereses similares.
- **Viajes y estilo de vida:** Kaplex y Jimena Suárez son creadores destacados en esta categoría, con un enfoque en documentales de viajes tanto dentro como fuera de Bolivia. Kaplex, con más de 4.8 millones de seguidores en TikTok, utiliza su contenido

para relatar experiencias en diversos países, mientras que Jimena Suárez se destaca por combinar viajes con autoayuda y publicidad para marcas.

- **Contenido étnico y cultural:** Algunos creadores combinan su contenido con elementos que resaltan las identidades culturales indígenas, como Lizeth Callizaya y Albertina Sacaca, quienes muestran aspectos de la vida cotidiana en comunidades indígenas bolivianas. Este tipo de contenido ha sido ampliamente aceptado por la audiencia boliviana y tiene un valor identitario importante.

Haciendo un análisis por la cantidad de seguidores, TikTok parece ser la plataforma más exitosa, particularmente para las generaciones más jóvenes. Facebook sigue siendo relevante, pero los creadores más consolidados en esta plataforma tienden a haber comenzado antes de la popularización de TikTok.

El panorama de los creadores de contenido en Bolivia está dominado por aquellos que logran fusionar su vida personal con elementos culturales o de entretenimiento. Las plataformas, especialmente TikTok, han sido clave para el crecimiento de estos perfiles, mientras que Facebook sigue siendo un espacio relevante para quienes comenzaron su carrera digital antes del auge de TikTok.

Las temáticas que tocan, en casi el 50% de los casos, son la vida personal y la comedia. Son pocos creadores de contenido elaborando mensajes educativos, culturales, rurales o relacionados a la agroecología y un estilo de vida y alimentación saludable. Forzar a un creador de contenido a crear material fuera de su campo o temática, normalmente tiene repercusiones en la poca viralidad de esos videos. Sin embargo, es posible que su carisma y forma de comunicar, pueda influir en al menos algún porcentaje de su audiencia.

Como se puede apreciar, las y los denominados influencers tienen una gran audiencia en Bolivia, los próximos estudios mostrarán resultados por país. Posteriormente se harán prácticas y estudios adicionales para apreciar la influencia que pueden tener en la promoción y consumo de la producción agroecológica y la alimentación saludable, tomando en cuenta que no son especialistas en la temática y dependen de su propio interés en conocer y actuar también en estos campos.