

El fenómeno de las granjas de streamers y las granjas de likes.



En la era digital, la popularidad y la influencia en las redes sociales se han convertido en moneda de cambio. Cada vez más, los creadores de contenido, como los streamers, dependen de su número de seguidores y de la cantidad de likes que reciben en sus publicaciones para generar ingresos y mantener su relevancia en la plataforma. Sin embargo, en los últimos años, ha surgido una práctica controvertida: las granjas de streamers y las granjas de likes.



¿Qué son las granjas de streamers?

Las granjas de streamers son organizaciones o empresas que se dedican a generar seguidores y visualizaciones para los streamers, son un fenómeno en potencia en las redes sociales.

Cada vez es más común que los jóvenes se interesen por la profesión de influencer o streamer, algo que ha pegado muy fuerte en muchos países del mundo. Por ello, no es de extrañar que, en cuanto alguien ve una oportunidad de negocio, intente sacar provecho de esta ambición de los jóvenes, algo que ya han empezado a hacer en países de Asia como China o Indonesia. Todos los streamers tienen un despliegue de medios a su alcance, como trípodes, aros de luz o micrófonos. Se sitúan en pequeñas habitaciones que constan de mesas y sillas y transmiten en directo promocionando todo tipo de productos: desde cosméticos, ropa hasta comida.

Los creadores trabajan para clientes de la agencia mostrando todo tipo de productos incitando a la compra impulsiva en emisiones en directo, La agencia ofrece servicios de producción de contenido a diferentes empresas, es decir, las personas que trabajan en estas zonas no lo hacen para su propia marca sino para los clientes de la agencia.

A diferencia otras prácticas en China, las chicas no hacen los streamings en lugares cerrados, sino en plena calle, en los barrios ricos de China, y es habitual que estén situadas debajo de puentes. Las creadoras de contenido aprovechan la geolocalización de la aplicación desde donde emiten sus directos para recibir mayores donaciones y más visitas. Las influencers no solo promocionan productos, sino que también cantan, bailan y pintan.



También existen 'academias de streamers' donde se enseña a las personas que se quieran dedicar a generar contenido, como monetizarlo y en la que pueden alquilar estudios para grabar los vídeos, si en sus casas no disponen de espacios donde realizarlos. Sin duda, el negocio de los creadores de contenido, está llegando mucho más allá en los países asiáticos y representa el comportamiento social que actualmente vivimos.

¿Qué son las granjas de likes? click farm



Las granjas de likes son servicios o grupos que ofrecen aumentar la cantidad de likes en publicaciones de redes sociales de manera artificial.

Su objetivo es precisamente hacer un trabajo automatizado para dar clicks ya sea para calificar aplicaciones, dar visualizaciones en YouTube, dar likes en Facebook o Instagram, hacer streaming de canciones en Spotify, y muchas actividades más. Las técnicas utilizadas por estas granjas, son el uso de bots y cuentas falsas.

El uso de granjas de likes puede distorsionar la percepción de popularidad en las redes sociales y afectar la toma de decisiones de los usuarios. Al día de hoy no hay leyes que determinen que esta actividad es ilegal.

Estamos ante una actividad que hoy día está disponible no sólo en China, sino que se ha extendido a países como Indonesia, Malasia, Tailandia y Brasil, siendo éste último el único país fuera de Asia que ofrece estos servicios.



Implicaciones éticas y sociales:

Manipulación de la audiencia: Discusión sobre cómo las granjas de streamers y las granjas de likes pueden engañar a la audiencia y afectar la confianza en las redes sociales.

Impacto en la industria del entretenimiento digital: Análisis de cómo estas prácticas pueden afectar la equidad y la competencia en la industria del streaming y la influencia en redes sociales.

Conclusión:

Las granjas de streamers y las granjas de likes son fenómenos que plantean interrogantes éticos y sociales en el mundo digital. Si bien pueden ofrecer resultados rápidos en términos de popularidad, también pueden socavar la autenticidad y la confianza en las redes sociales. Es importante que tanto los creadores de contenido como las plataformas trabajen juntos para abordar este problema y promover prácticas más transparentes y éticas en el mundo digital. Solo así podremos garantizar un entorno en línea más justo y confiable para todos los usuarios.

Referencias:

- Pol Corominas. Así es una "GRANJA" de CREADORES de Contenido en Indonesia. <https://youtu.be/xMDAwCHdgBg?si=jeRI3xfEDm17qFza>
- Luisito Comunica. Me adentré al oscuro mundo de las STREAMERS CALLEJERAS de China. <https://youtu.be/qxx-rjDIEuE?si=YnVJWSSWq6QougPJ>
- Desde puntuaciones falsas en aplicaciones hasta inflar números en YouTube e Instagram: así funciona una granja de clicks. <https://www.xataka.com>
- "Granja de streamers": el extraño modelo de negocio que se hace cada vez más popular a nivel global. www.cronica.com.ar
- Hay auténticas "granjas de influencers" generando contenido para redes desde Indonesia. <https://www.xataka.com>
- La distópica fábrica de 'streamers' en China que ha horrorizado a las redes: "Parece una cárcel" <https://www.lavanguardia.com/>

Otras referencias:

- <https://www.instagram.com/reel/CydNlaNyYRJ/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng%3D%3D>
- https://www.tiktok.com/@pablitroll/video/6947110868853214469?_r=1&_t=8gozDmVAL1J
- https://www.tiktok.com/@gdigitalpy/video/7230194631495912710?_r=1&_t=8gozYfuCoDO