

# Por qué crear y compartir Contenidos de Valor y cómo hacerlo

Por [Raziel Tovar](#)

Elaboración del documento: 29 de abril, 2020

Lee este artículo en la web

<https://prosocial.pro/por-que-crear-y-compartir-contenidos-de-valor/>

Escucha este episodio en Spotify:

<https://open.spotify.com/episode/5zTWILXb01aR8hcIywAa3B>

O en Apple podcast:

<https://podcasts.apple.com/mx/podcast/id1476766811?i=1000462309467>

Si tu eres experto en un tema o hay algo que sabes hacer muy bien, la realidad es que nadie más en el mundo es capaz de enseñar de la misma forma eso que tu sabes hacer. En la medida en que adquieres nuevas experiencias y conocimientos únicos, se vuelve tu responsabilidad compartir lo que sabes. Hoy cualquiera comparte tonterías en las redes sociales, pero casi nadie se atreve a compartir conocimientos. ¡Claro! Al principio te va a dar pena, te van a criticar, pero no lo vas a hacer para que te den likes, si no para impactar en la vida de las personas. Compartir es un acto humano y hoy lo podemos hacer con miles o hasta millones de personas. En este episodio te voy a explicar por que es urgente que te atrevas a crear y compartir contenidos de valor.

## Parte 1: La transición del marketing agresivo a un marketing más humano y consciente

- ¿Por qué necesitamos compartir contenidos?
- Muchos queremos crear contenidos de valor y compartirlo, pero no nos atrevemos
- Hoy más que nunca es necesario que aprendamos a crear y compartir contenidos de valor
- Estamos en la transición de una era comunicacional
- Las estrategias de márketing de antaño eran muy agresivas, consideraban al consumidor como alguien pasivo e ignorante

- No existía la democratización de los medios de comunicación como el internet y las redes sociales
- Cuando inician las redes sociales, se empezaron a masificar sin rumbo, sin dirección, sin un propósito significativo
- Hoy cualquier persona, desde niños hasta nuestros abuelos utilizan redes sociales o medios digitales, como Google, para buscar información y consumir productos
- Los mercadólogos de la vieja escuela se dieron cuenta y lo explotaron de forma agresiva

## **Parte 2: Somos una generación de consumo más consciente (minuto 4:00)**

- Hoy somos una generación más consciente
- Nadie con mentalidad *milenial* presta atención a un infomercial, o no se la cree
- Consumimos de forma más consciente ¿Por qué? Porque tenemos acceso a fuentes más confiables que un anuncio de televisión, por ejemplo, podemos ver videos de personas utilizando el producto en youtube
- Consumimos de forma más consciente, no necesariamente porque queramos salvar el mundo, sino porque ya lo hemos visto de todo, no somos tan ingenuos como las generaciones pasadas
- Antes de consumir investigamos, principalmente hacemos investigación social
- Nos relacionamos con las marcas y productos a partir de las experiencias reales que ofrecen, no con su supuesto prestigio (como se hacía antes)
- Esto es posible porque hay personas que ya compartieron sus experiencias
- Ya no necesitamos creer a priori en una marca, sino que lo podemos comprobar por lo que comparten, por ejemplo, con suscripciones gratuitas y modelos *freemium* como Spotify
- Ya no nos impactan los anuncios huecos y sin sentido
- Tenemos el ejemplo de Gus Marcos, el comparte sobre sus negocios de bienes raíces mediante su podcast e Instagram y ofrece contenidos que a otras personas les son útiles
- Gus convierte sus experiencias personales en activos digitales

## **Parte 3: Crear y compartir contenidos conlleva una gran responsabilidad (minuto 10:40)**

- Muchos quieren ser influencers, se sienten atraídos por la fama, pero no ven la responsabilidad que conlleva influir en la vida de miles de personas, ya sea con un video o un simple post, o un pequeño gesto
- Apenas hasta ahora estamos empezando a conectar con las personas, realmente, utilizando el verdadero potencial de las redes sociales para compartir contenidos de valor
- Todos queremos saber quién está detrás de un proyecto, marca o producto
- Queremos influir en las personas de forma positiva, y para ello, necesitamos atrevernos a compartir, en ese sentido ser *influecer* adquiere un nuevo significado, deja de ser algo superficial

- Tenemos que aprender a compartir nuestras experiencias que le pueden ayudar a más personas
- Conectamos con las personas por el valor de sus ideas y por su visión del mundo

### Parte 3: ¿Qué es un contenido de valor? (minuto 13)

- Un contenido de valor es cualquier contenido de comunicación, sin importar su formato, que nos aporta algún conocimiento práctico y útil para resolver problemas concretos en nuestro día a día
- Por eso compartir contenidos de valor es una responsabilidad
- Debemos contrarrestar todo el contenido basura por contenido de valor
- Para empezar a hacerlo debemos dejar de criticar a quien lo están intentando
- Seria mejor apoyarlos, no siendo condescendientes sino constructivos, muy directos
- Si tu amigo comparte contenidos, tienes dos opciones:
  - 1) ayudarlo a compartirlo si lo consideras útil
  - 2) retroalimentarlo, si no lo consideras útil, decirle por qué, de forma amable y directa
- ¡Atrévete a hacer contenidos de valor es difícil!
- Te invito a que prendas tu cámara e intentes grabarte explicado algo en lo que tu te consideras muy bueno, o exponiendo tu punto de vista
- Debemos ayudar a transformar las redes sociales, convertirlas herramientas que nos empoderan en vez de usarlas como medios de distracción.
- ¡Compartir nos empodera!
- No con motivación barata, sino con, información muy precisa,
- Cualquiera expone en su trabajo, en una conferencia, pero... ¡Hazlo solo!
- Necesitamos dejar de criticar a los demás y enfocarnos en mejorar nosotros
- Tenemos que tomar la responsabilidad de compartir ¿De que nos sirve todo nuestro conocimiento si esta guardado o limitado a tus clientes o tu oficina?
- No tengas miedo de que te roben las ideas porque las ideas por si solas no valen nada. Lo que vale es la ejecución de esas ideas.
- Nadie sabe ejecutar lo que haces de la misma manera que tu. Pero hay que aprender a hacerlo bien

### Parte 4: Pasos para crear Contenidos de Valor (minuto 29)

- Como crear contenidos de valor:
  - a. que sea realmente relevante
  - b. ir directo al punto, según formato del contenido el contexto de la plataforma
  - c. enfócate en el contenido, no en la forma
  - d. se sincero y natural
- A las personas nos gusta aprender como si nos enseñara un amigo
- No queremos un acto de formalidad, sino de generosidad

- Si tu eres experto en un tema, y si solo tu sabes hacerlo de forma que lo haces, o si solo tu tienes esa visión sobre ese tema en particular ¿Quién más lo va a hacer por ti?
- No hacer nada con nuestros propios conocimientos y quedárnoslo para nosotros es una falta moral, y casi creo que ética si eres un profesional que puede evitar que muchas personas pasen por un problema que tu ya resolviste
- ¿Miedo a que? A no tener likes. Nadie vive de likes, no compartas para tener likes y corazoncitos, comparte porque es un acto de generosidad,
- Comparte para beneficiar a los demás, impactar en su vida
- Eventualmente, si los demás prosperan gracias a ti ¡Tu también lo harás!
- Que maravilla que a los demás les vaya mejor que a ti gracias a tus conocimientos

### Parte 5: Empodérate compartiendo (minuto 36)

- Comparte, hazte responsable, empodérate mediante tu marca personal
- Todos hemos vivido incontables vidas y en casi ninguna de nuestras vidas
- previas hemos podido ayudar o influir positivamente en más allá de
- nuestro familia y conocidos, hoy tenemos la oportunidad de intentar
- ayudar a miles o millones de personas, sin conocerlas y sin esperar
- algo a cambio, simplemente compartiendo desde tu celular, con Instagram con tu propio podcast
- Y por supuesto que nos vamos a equivocar, pero tenemos que empezar por algo, y nos la tenemos que creer
- Nos van a criticar, pero eso no nos debe importar, ni los likes, ni el que nos digan -oye que padre-, nuestra motivación debe ser el saber que a alguien le va a ayudar lo que compartimos si lo hacemos de forma sincera, y claro, inteligentemente
- No necesitamos rockstars, estrellas de Hollywood ni grandes influencers, sino microinfluencers, personas que buscan influir desinteresadamente en los demás
- No importa si eres ama o amo de casa, o “solo” un empleado, seguramente eres muy bueno el algo, no te falta saber más, te falta aprender a compartir
- Yo no soy experto, pero estoy aprendiendo
- Eso sí, por favor no te conviertas en un motivador, en un “échale ganitas”, de esos sobran y no aportan mucho, solo unos cuantos tal vez
- No te digo que no motives, sino que motives por tu visión, tus conocimientos, tu técnica, inspira por como haces las cosas, no diciendo esas tonterías del “secreto”, de que hay que atraer las cosas con el pensamiento... eso te sirve para sentir bien un día, pero no es sustentable
- Y después de que compartas y compartas convierte todo eso en un activo, en parte de tu marca personal, en cursos en línea, etc...
- Hay mil formas de convertir tus contenidos en activos, porque estoy seguro de que hay un nicho de mercado interesado en ello
- Recordemos que **compartir es un acto humano, es un acto de generosidad** si se hace con la actitud correcta

- Lo que nos distingue de los animales no es nuestra supuesta inteligencia y capacidad de abstracción para crear herramientas sofisticadas como el internet, lo que nos distingue es la capacidad de utilizar herramientas de forma altruista para **beneficiar a los demás de forma sistemática**

## Links de Referencias

- [Gus marcos](#)
- [Moris Dieck – Dimes y Billetes](#)
- [Aldo Bartra de El Robot de Platón](#)
- [Carlos Muñoz](#)