Influencers y su huella digital: opiniones, imágenes y expectativas de las audiencias.

MAJERAS QUAGLIA, MERLINA
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES
MERLINA.MQ@GMAIL.COM

UNIVERSIDAD SIGLO 21

OPEN LAB 2025

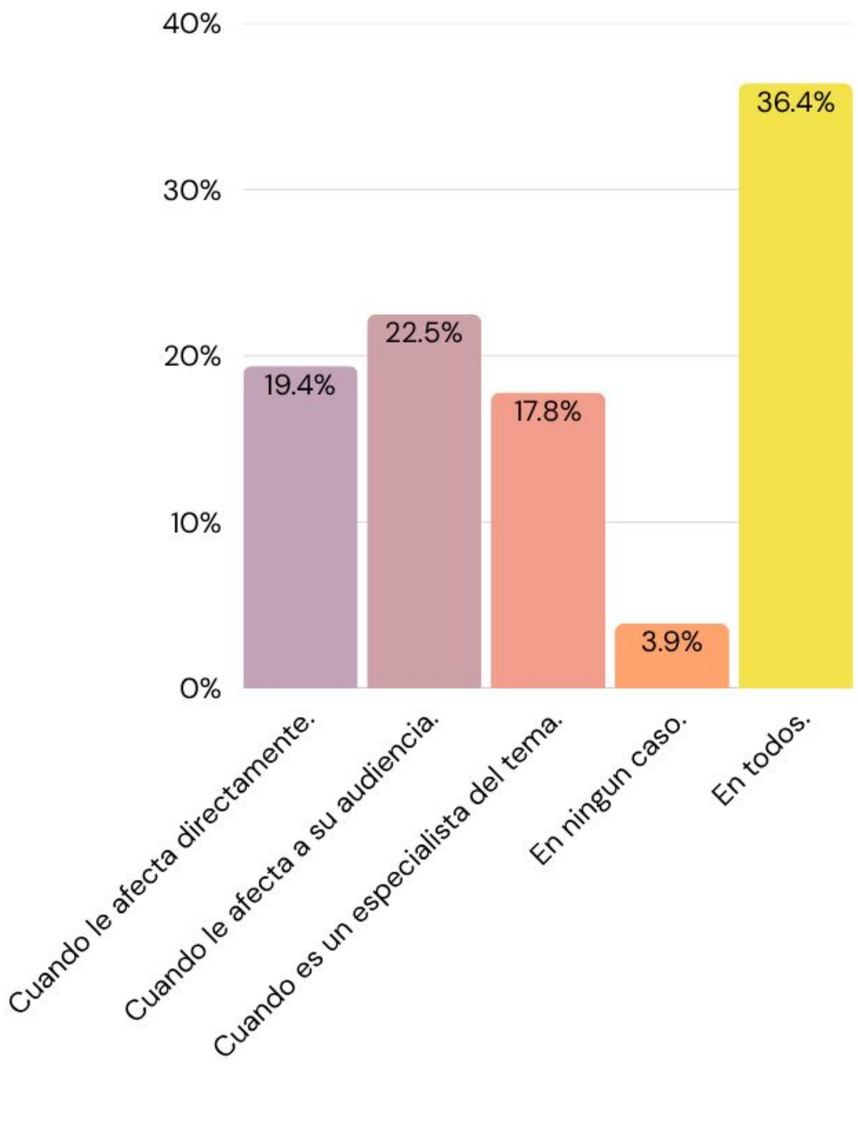
Pregunta

¿El posicionamiento de un influencer sobre temas de opinión pública afecta en la imagen? ¿Qué percibe la audiencia luego de expresar una postura? ¿Influye en la fidelidad y conexión emocional del público para con el influencer? Estas preguntas son algunas de las preguntas que nos conducen a la cuestión central de esta investigación: **¿Cómo influyen las posturas públicas de los influencers en las audiencias de TikTok y X de 17 a 30 años?**

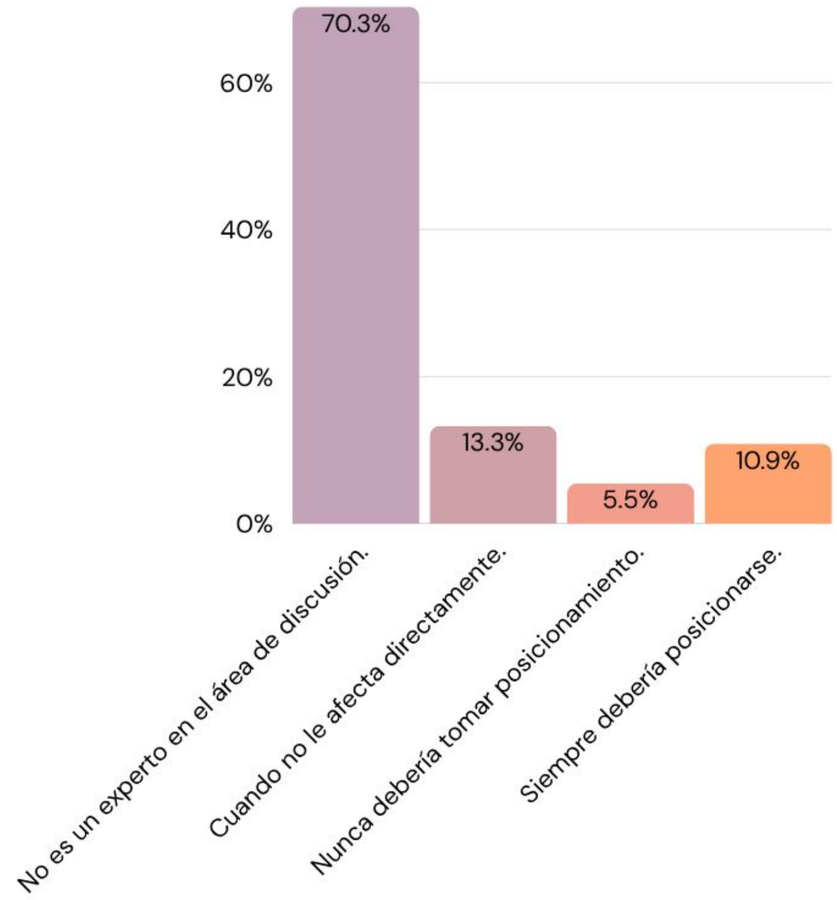
Objetivo/s

Esta investigación tuvo como objetivos específicos identificar los temas de opinión pública más comunes sobre los cuales los influencers suelen tomar postura; examinar las expectativas de las audiencias de TikTok y Twitter, comprendidas entre los 17 y 30 años, respecto a dichos posicionamientos públicos; y evaluar cómo estas posturas inciden en la fidelidad de sus audiencias.

¿En qué casos crees que un influencer o figura pública debe tomar postura sobre temas de opinión pública?



"Según tu perspectiva, un influencer o figura pública no debería tomar posicionamiento cuando:"



Discusión

Si bien una gran parte del público esperan que los influencers se posicionen, la mayoría mantiene una actitud pasiva ante posturas contrarias, dando un posible comienzo a la espiral del silencio (Noëlle-Neumann,1955). La relación parasocial (González-Larrea et. al., 2020) explica la fidelidad pese a discrepancias. La influencia real de los posicionamientos es menor a la esperada, predominando el consumo de entretenimiento sobre el compromiso ideológico.

Principales resultados

Se destacan entre los principales resultados el consumo mayoritario de contenido de entretenimiento, además de resaltar las contradicciones entre algunos porcentajes: la mayoría opina que es de relevancia intermedia el posicionamiento de los influencers, pero simultáneamente un alto porcentaje cree que los mismos deben posicionarse en todos los temas de opinión pública; esto deja abiertas muchas preguntas para futuras investigaciones.

Método

Enfoque metodológico no experimental, transversal, de tipo exploratorio-descriptivo, con un enfoque cuantitativo.

Referencias bibliográficas

Noëlle-Neumann, E. (1955). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona, España: Paidós

González-Larrea, B., Hernández-Serrano, M.-J., & Renés-Arellano, P. (2020). Los influencers: Líderes de las nuevas relaciones parasociales en la sociedad hiperconectada. En Redes sociales y ciudadanía: hacia un mundo 33 ciberconectado y empoderado. (págs. 97 - 102). España: Grupo Comunicar Ediciones