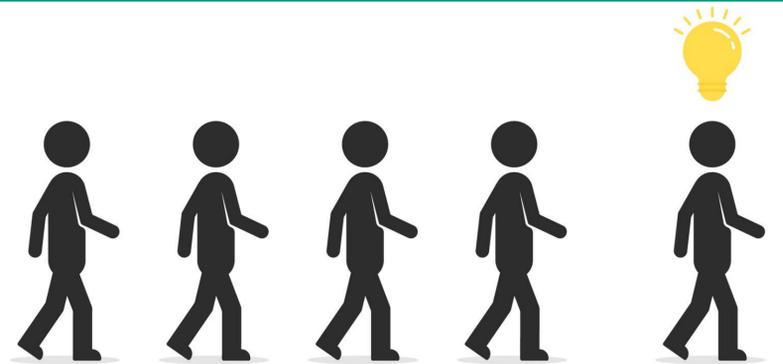


Los macroinfluencers de turismo y su relación con audiencia de las generaciones X y millennial

Venturini, Natalia
Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales
nventurini@hotmail.com

Tema-Pregunta

¿Cómo posicionan los macroinfluencers especializados en turismo los destinos internacionales ante su principal audiencia: las generaciones X y millennial?



Objetivo/s

General: Analizar la comunicación de los macroinfluencers especializados en turismo con su audiencia al momento de posicionar destinos internacionales, entre las generaciones X y millennial.

Específicos: Conocer las características y las preferencias de esta audiencia. Indagar cuáles son las plataformas digitales más utilizadas por los macroinfluencers de turismo y por qué. Investigar los tipos de mensajes para conectar de mejor manera con este rango de audiencia.

Discusión

Esta investigación analiza cómo conectan los influencers especializados en turismo con su audiencia adulta, cuando buscan posicionar destinos internacionales. Se trata de productos que, por sus costos, apuntan a audiencias de mayor poder adquisitivo. Habiendo alcanzado gran profesionalización, estos líderes de opinión expertos reciben, procesan y retransmiten la información para acercarla a sus seguidores. El influencer de viajes, es mucho más que una simple persona que muestra imágenes de sus vacaciones, para transformarse en comunicadores de peso, con estrategias estudiadas, definidas y planificadas, mucho antes de publicada una de sus paradisíacas y, al parecer, espontáneas fotos o videos.



Uso de redes entre los influencers investigados



Principales resultados

Los hallazgos revelan que, aunque el contenido de turismo se presenta de manera diversa en distintas plataformas, hay patrones en la interacción y preferencias de las audiencias. Los datos también sugieren que la audiencia de turismo prefiere contenido más extenso en YouTube, mientras que Instagram es usado para actualizaciones más frecuentes y visuales. El blog destaca por su perdurabilidad. La constancia y autenticidad en la comunicación emergen como claves para mantener la fidelidad de una audiencia adulta, experimentada y exigente. La coherencia en sus interacciones es clave, incluso cuando colaboran con marcas. Este estudio subraya la necesidad de una cuidadosa preproducción y adaptación del contenido a cada plataforma para maximizar el impacto y la conexión con los seguidores.

Método

Se identificaron cinco casos de macroinfluencers (entre 100 mil y 500 mil seguidores) de turismo con diferentes estructuras de trabajo, desde individuales hasta equipos de hasta tres personas. Se utilizaron dos herramientas: el análisis de contenido de las redes sociales de los influencers y la entrevista en profundidad, donde se abrió y fue guiando la conversación con preguntas disparadoras.