INFLUENCERS Y TRANSPORTE PÚBLICO





EL INFLUENCER COMO GUÍA DE LA CIUDAD

Estrategia actual

¿Qué buscamos en el influencer?

El beneficio



- Como norma general, el uso de influencers no está extendido entre las explotaciones de transporte público en España.
- Los enfoques en redes sociales están orientados a crear comunidad e informar sobre el servicio. Muy poco a poco, ese enfoque va buscando integrar el transporte público en el estilo de vida, sobre todo de la gente joven.
- Las alianzas con perfiles locales (microinfluencers), permiten mostrar planes reales dentro de la ciudad (ocio, estudio, trabajo) integrando, de forma natural, el uso del transporte público como forma de hacerlos realidad.
- Estas alianzas refuerzan la identidad local y el vínculo entre personas – movilidad, y normalizan el uso del tranvía en la vida cotidiana, asociándolo no solo con la obligación de asistir a clase o al trabajo, sino también con el ocio.

LOS BENEFICIOS

- Fomento de la Movilidad Sostenible
- Eliminación de barreras
- Gestión de crisis





El impacto en redes supera la comunicación tradicional entre el público joven. Muchas personas pueden pensar que “el tranvía se va a seguir usando igual, sobre todo por necesidad”, por lo que los beneficios de usar creadores de contenido van más allá del billete:

- Promueven la movilidad sostenible con contenidos persuasivos: un vídeo dinámico de un influencer joven puede ser más convincente que cualquier campaña institucional sobre las emisiones de CO2.
- Reducen las barreras tecnológicas al explicar los servicios: Ver a un creador explicar cómo funciona la APP o cómo recargar el Bono, elimina la “fricción” para el nuevo usuario.
- Son aliados en crisis y cambios de servicios: la voz y la imagen de un creador cercano es mucho más amable a la hora de comunicar cambios de horario, o cortes por eventos.



INFLUENCERS Y ACCESIBILIDAD

· Propuestas reales para mejorar la accesibilidad

· Altavoz social

ACCESIBILIDAD: EL CASO DEL INFLUENCER INAZIO NIEVA

El creador de contenido Inazio Nieva, de Leioa, Bilbao, con un 57% de discapacidad, es el perfil de un influencer enfocado a mejorar la autonomía de las personas que, como él, luchan cada día contra las barreras en la ciudad.

Inazio tiene más de 250.000 seguidores entre Instagram y TikTok. En algunas publicaciones de sus perfiles en redes, ha recogido las necesidades reales de sus seguidores para conseguir poner el foco en las barreras que, todavía, condicionan su independencia.

Tras recoger las reivindicaciones de sus seguidores, que no se han limitado a la movilidad física, sino que han incluido también propuestas para personas sordas o invidentes, Inazio se reunió con la diputada de Transportes, Movilidad y Turismo de la Diputación Foral de Bizkaia, con el fin de trasladarle las propuestas planteadas, de cara a una mayor accesibilidad al bus y al metro.

Sus propuestas tienen más valor ya que nacen de la experiencia diaria de las personas usuarias, y demuestran que un influencer puede ser altavoz social, además de reforzar el derecho a un transporte universal.



ESTIGMA Y MOVILIDAD

· ¿Relación pobreza/transporte público?

· Favorecer la equidad



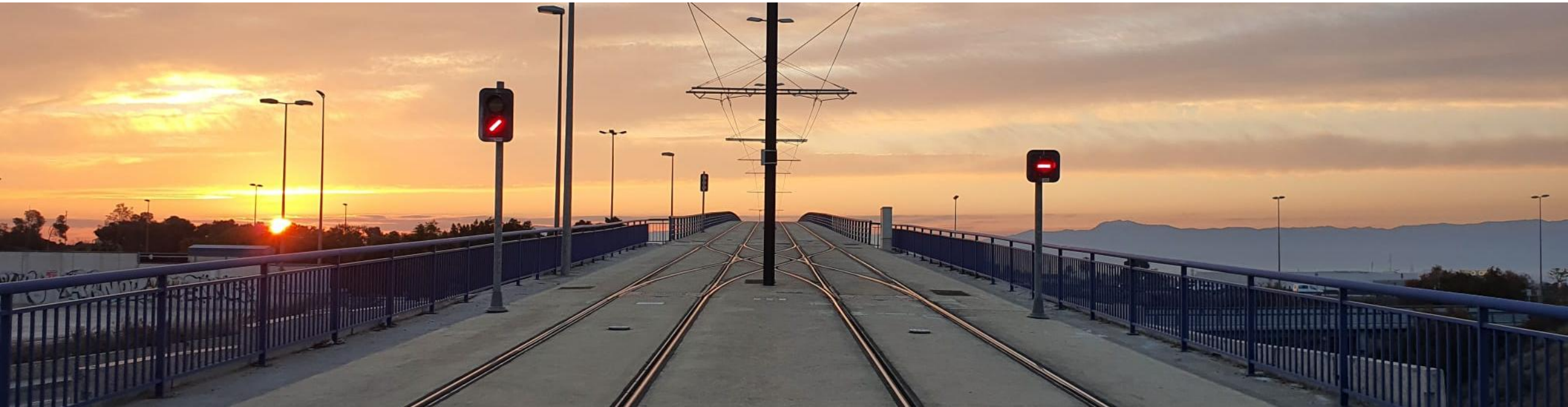


El influencer o creador de contenido puede romper la relación establecida entre pobreza y transporte público. Dejar de relacionar el transporte público única y exclusivamente con la necesidad, es una labor que pueden llevar a cabo estos influencers, al integrar, de forma natural, el transporte público en sus propuestas para redes sociales:

- Conectan a la ciudadanía con los operadores.
- Rompen estigmas y barreras sociales, crean tendencia entre sus seguidores.
- Visibilizan el transporte público como una opción moderna y sostenible.
- El vehículo privado deja de ser lo único que puede anhelarse y se disfruta del transporte público.

CONCLUSIONES:
EL PRÓXIMO DESTINO

Los influencers no son un adorno, son altavoces de utilidad pública: es la forma más directa de hablarle a los ciudadanos del futuro. Porque, al final, el transporte y las redes sociales tienen el mismo objetivo: conectar personas.





¡GRACIAS POR ACOMPAÑARME EN ESTE TRAYECTO!