



Publicación de la Corporación Viva la Ciudadanía. Cada autor es responsable de sus ideas y para nada compromete el pensamiento de la organización.

Opiniones sobre este artículo escribanos a:

[semanariovirtual@viva.org.co](mailto:semanariovirtual@viva.org.co)

[www.viva.org.co](http://www.viva.org.co)

---

## **Influencers y participación política ¿un juego de suma cero?**

***En este tiempo presente, donde la disputa por la atención copa el centro del escenario de construcción de sentido común, las redes sociales se convierten en nuevo campo de batalla en donde las ideas son suprimidas por el escándalo, el sensacionalismo y la superficialidad.***

***Felipe Pineda Ruiz<sup>1</sup>***

Probablemente ni los millennials, ni los centennials, recuerden las épocas en las cuales algunos de los integrantes del elenco del programa de humor Sábados Felices, a finales de los noventas, saltaron a la arena electoral con superlativos resultados: su director Alfonso Lizarazo llegó al senado mientras Hugo Patiño y la recordada “*gorda Fabiola*” alcanzaron el Concejo de Bogotá. Personas del común que utilizaron sus 5 minutos de fama para dar el salto a la arena de la representación política. Sus resultados, como era de esperarse, fueron grises y su discreto paso por dichas corporaciones no trascendió ni en forma de anécdota.

En este tiempo presente, donde la disputa por la atención copa el centro del escenario de construcción de sentido común, las redes sociales se convierten en nuevo campo de batalla en donde las ideas son suprimidas por el escándalo, el sensacionalismo y la superficialidad.

Debido a esta desafortunada e inmediateista tendencia, los debates públicos han perdido el brillo de otras épocas y las intervenciones centrales se construyen cada vez más desde formatos editados, de menos de dos minutos. Es allí donde la “*youtuberpública*”, regida por los autodenominados “*influencers*”, entra en escena.

Suplantando la anterior unidireccionalidad de los mensajes entre emisores – radio, prensa y televisión tradicional– y receptores –la ciudadanía en general–, los influencers se han convertido en una especie de filtro entre lo que piensa la élite política partidista y los medios masivos tradicionales.

Ante la crisis de los partidos políticos, y la política en general, los influencers han canalizado el descontento ciudadano reinante y se han convertido en caja de

<sup>1</sup> Publicista, investigador social, colaborador de la Fundación Democracia Hoy. Director del Laboratorio de Innovación Política Somos Ciudadanos.

resonancia (echo-chamber) de dicho malestar, el cual viene acompañado por un proceso de descrédito de las ideologías.

Es allí, en la acción de estos candidatos líder, con monotemas fuerza (Sánchez-Murillo, 2005), donde comienzan a operar las nociones de posverdad y pospolítica.

Posverdad, pues al lograr la confianza y empatía de sus seguidores, desde el plano emocional en la mayoría de los casos, la rumorología, los ataques, las difamaciones sin sustento teórico ni pruebas concretas, suprimen todo tipo de justificaciones racionales, exponiendo al escarnio público sin defensa alguna a su contraparte.

Pospolítica, ya que al desideologizar las discusiones y convertirlas en meras puestas en escena, entre actores que compiten por la atención, los debates de fondo se reemplazan por los insultos y las descalificaciones. Es así como las posiciones marcadas y las colectividades que las defienden son reemplazadas por emisores de mensajes profusos y receptores iracundos que teatralizan dicha interacción.

Esto ha dado paso a un tipo de política micro que no ataca el statu quo de las sociedades contemporáneas, y que encierra la trampa de la diversidad y el multiculturalismo liberal como paradigmas de representatividad, en donde los microrastros, los mensajes emotivos, los slogans y el activismo suplantando los programas, las agendas y las propuestas concretas que la ciudadanía, ahora instrumentalizada como consumidora o audiencia, exige.

Aunque no se debe desconocer el papel de estos influencers en el debilitamiento del “*sentido común*” hegemónico del proyecto cultural uribista en Colombia, acción realizada por fuera de la democracia partidista, con amplia conexión con sectores poblacionales desvinculados de la vida política nacional, también es cierto que la crisis de la política en general está abriendo una fractura peligrosa para la irrupción de nuevos actores en la arena electoral sin ningún tipo de vínculo territorial ni sectorial, grieta que plantea las siguientes preguntas ¿quién responde por las acciones de estos nuevos políticos una vez electos? ¿se podría pensar en que una vez delegados en estos nuevos actores las frustraciones y anhelos de sus seguidores se abra la posibilidad de que ellos mismos se conviertan en los tamizadores y canalizadores de dichos descontentos para desactivar dicha indignación colectiva contra las elites mediante la cooptación?

Otro tipo de interrogantes giran alrededor de los siguientes tópicos: ¿qué mecanismos tienen los partidos políticos para controlar los actos de corrupción de estos nuevos caudillos digitales? ¿la incursión de estos hiperliderazgos, que amplifican lo emocional y suprimen de su “*marca personal*” la argumentación racional y las discusiones de fondo, no acaban con la noción principal de la arena pública que es el debate de ideas y proyectos de sociedad en disputa?

Experiencias internacionales basadas en la construcción de proyectos políticos federativos, con “*outsiders*” no políticos que amplifican su discurso desde los medios de comunicación (influencers), y sobre la premisa imperiosa de un

recambio generacional que reemplace a la *“vieja política”*, han terminado en fracaso por prescindir de la construcción de bases sociales y territoriales sólidas y por la ausencia de una plataforma ideológica-programática robusta. La reciente experiencia del mediático Movimiento 5 Estrellas, que entró con éxito a la arena italiana, es un ejemplo perfecto de cómo la noción antisistema sin cierta identidad ideológica y sin ningún componente de clase sucumbe ante la realidad de los hechos.

El errático 5 estrellas, liderado por el comediante Beppe Grillo, sobre quien basculan todas las decisiones de esta agrupación, ha pasado en menos de 3 años de cogobernar Italia junto a la formación de extrema derecha Liga Norte a establecer recientemente una nueva alianza con el centroizquierdista Partido Demócrata, en un proceso variopinto que se ha saldado con una reducción considerable en sus resultados electorales y en múltiples fracturas al interior de dicha colectividad.

La experiencia de 5 estrellas plantea la disyuntiva aún latente entre centralizar o descentralizar el liderazgo de la pluralidad de demandas populares no resueltas, es decir entre el fortalecimiento de los partidos políticos que los representan o el impulso de una multiplicidad de microcaudillismos digitales.

A favor de la descentralización está la aparición de estos nuevos liderazgos como cortapisas a las *“dictaduras del bolígrafo”*, que se apoderan de las decisiones de las colectividades políticas y suprimen la pluralidad, el disenso y la representatividad de múltiples actores. En contra las dudas persisten sobre los intereses ocultos que estos *“influencers”*, devenidos en su nuevo papel de políticos, puedan agenciar.

Es necesario ahondar de cara al futuro sobre el papel de ciertas agencias de comunicación, periodistas, y dueños de medios impresos, radiales, digitales y televisivos, quienes han dado vía libre, de forma sinuosa, al free press o publicity para posicionar a ciertos *“líderes de opinión”* a cambio de dinero o favores.

También es menester inferir de qué manera este tinglado de relaciones y relacionistas públicos, al servicio del establecimiento nacional en su mayoría, han posicionado a una nueva generación de dudosos *“outsiders”* convertidos ahora en expertos, opinadores profesionales, y referentes electorales del imaginario *“alternativo”*, para moldear a su antojo una oposición de bolsillo cuya esencia gatopardista, y arribista, se contrapone a los anhelos e intereses de transformación social y económica de la clase trabajadora.

Fortalecer la democracia interna y los tanques de pensamiento de las agrupaciones políticas existentes, ampliar el número de colectividades en disputa electoral, y reflexionar sobre esa obsesión por ganar elecciones a como de lugar, con actores y aliados que desdibujen los proyectos políticos, pueden ser las cortapisas que eviten las malas experiencias electorales de los *“Lizarazos”* y las *“gordas fabiolas”* del pasado. Estamos a tiempo.

**Edición 696 – Semana del 22 al 28 de agosto de 2020**