

«Rol político de los influencers»

Por: Manuel Retamal. 16/01/2025

«Los influencers políticos de gobierno y oposición distorsionan su papel, promoviendo opiniones personales sin síntesis colectiva, instalando contenidos superficiales, en lugar de instalar un discurso crítico al sistema político, usando este tipo de plataformas las cuales son negocios privados y lucrativos, sin regulación legal en la gran mayoría de los Estados del mundo.»

Un influencer es alguien capaz de llamar la atención con autoridad y posicionamiento público, sobre asuntos de coyuntura, interés nacional y entretenimiento.

Pero hay un uso político de este fenómeno, que busca desplazar a la militancia política de los propios partidos políticos, con el propósito de potenciar el «yo» por sobre el «nosotros», con una construcción de narrativas, con la pretención de instalar figuras políticas individualistas, que buscan posicionarse para ganar alcaldías, escaños parlamentarios e incluso alternativas presidenciales, como es el caso del alcalde Tomás Vodanovic de Maipú con la viralizada canción «¿Quién es ese hombre?» o «La plata es tuya» de Francisco Orrego en la derecha.

Esta es una nueva técnica de control y manipulación neuro-social de las redes sociales, para instalar figuras públicas leales a la continuidad del modelo económico.

Estamos en presencia de una nueva forma de hacer política, que es totalmente antidemocrática, donde la opinión de un influencer es la opinión de una comunidad de seguidores, es una situación muy importante de analizar, diferente al control de la información que había en el siglo anterior y al inicio de este, donde los periodistas junto a los medios de comunicación, establecían una agenda temática distractora, que en algunos casos consistía en ocultar la información para darle forma a la opinión pública.

Los influencers políticos asumen una identidad propia para mentir, difamar, promover el odio y posicionarse, desplazando a la prensa tradicional de esa conducción. Se instalan con un estilo alegre, cercano y cotidiano, le hacen creer a

su comunidad que son democráticos porque les permiten chatear, comentar y conversar, incluso critican a la misma prensa tradicional, cuando en la práctica no desarrollan el pensamiento crítico contra el modelo económico actual. En el fondo, construyen una marca con una narrativa personal, que en algunos casos es elaborada en forma individual y en otros hay una pauta colectiva a seguir.

Los influencers políticos de gobierno y oposición distorsionan su papel, promoviendo opiniones personales sin síntesis colectiva, instalando contenidos superficiales, en lugar de instalar un discurso crítico al sistema político, usando este tipo de plataformas las cuales son negocios privados y lucrativos, sin regulación legal en la gran mayoría de los Estados del mundo.

Estas plataformas transnacionales necesitan de este tipo de actores, ya que controlan en forma selectiva a los influencers y dirigentes políticos que no dañan los intereses económicos del gran capital. De esta manera, una plataforma como TikTok puede elegir cuándo habilitar o censurar a un influencer o dirigente político que busca un posicionamiento.

El uso político de los influencers debe ser discutido en la militancia popular y transformadora; hay que levantar una fuerte militancia comunicacional, hay que militar las comunicaciones y ser muy creativos. Los influencers a través de distintas plataformas, comienzan a influir en la sociedad, buscan desmovilizar como lo hicieron con la revuelta popular, quieren ganar elecciones por este medio. Además, instalan la fantasía del reformismo como la única lucha política posible. Están interviniendo en la opinión política nacional e internacional. La militancia popular debe aprender a usar estas plataformas, para evitar la euforia de la ultraderecha y el progresismo neoliberal.

Las redes sociales y los influencers son un brazo político del oficialismo y de las oposiciones de derecha en nuestro país. La gran mayoría de sus supuestos líderes de opinión, no son políticos y no tienen ningún trabajo social de base, pero salen hablando de política, geopolítica, políticas públicas, derecho penal y economía, entre otras cosas. Estos perfiles de sujetos, no pueden ser influenciadores de nada. Los influencers deben ser las y los dirigentes de la vivienda, educación, salud, sindicales, campesinos, nuestros deportistas, los escritores, quienes se dedican a la investigación y la ciencia.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Revista de frente

Fecha de creación

2025/01/16