

Directora Lydia Del Canto
Coordinadora Joan Carles Martí

tercera etapa posdata

El espectáculo de los influencers

Enrique Herreras

Alasdair MacIntyre señaló, en su conocido libro *Tras la virtud*, que en cada época hay un tipo de individuos que marcan la moral del momento. Yo hablaría más de imaginario social, pero lo importante es recalcar que el filósofo seleccionó tres personajes destacados en su tiempo (finales del siglo XX): los estetas ricos, los gerentes y los terapeutas.

Independientemente de esta selección de personajes, lo importante es que el auge de los influencers en nuestra época abre un paisaje inédito hace pocos años. Pues son otros muchos los personajes que aparecen en la escena y pueblan el ciberespacio.

Pero, ¿qué son los influencers? El presente libro expone con claridad, y con un sinfín de datos, dicho significado. De manera gráfica, y parafraseando a Woody Allen, nos presenta todo lo que usted quería saber sobre los influencers y que no se atrevía a preguntar (sobre todo, si su edad está lejos ya de la juventud). De manera concreta, el *influencer* es una persona reconocida socialmente por ser capaz de influir de manera significativa sobre los pensamientos o las acciones de muchas otras personas a través de las redes sociales. Es decir, personajes de nuestro tiempo. Personajes que adquieren resonancia a partir del número de seguidores.

Es evidente que todavía hay personas famosas que no son relevantes sin necesidad de las redes, pero esta situación cada vez es menos normal porque Facebook, Twitter, Instagram, etc., son parte ya (casi) ineludible en las vidas del siglo XXI. Las redes dan el ser en nuestro tiempo. En una sociedad mediática ser es aparecer en los medios. Quien no existe en las redes difícilmente logra una existencia social.

Y eso es lo que demuestra Juan Carlos Siurana, el autor de este libro realizado a partir de un gran inmenso trabajo de búsqueda de datos, al distinguir con todo tipo de detalle los distintos tipos de influencers teniendo en cuenta el origen de su fama y el tamaño de su comunidad de seguidores.

La descripción llega al límite al ofrecer una visión poliédrica de esta profesión soñada por gran parte de la juventud actual, en la que podemos conocer desde influencers que lo son

Siurana analiza la influencia de una persona reconocida socialmente sobre los pensamientos o las acciones de muchas otras a través de las redes sociales.

desde su posición económica, a profesionales, e, incluso intelectuales (sin olvidar alguna mascota o algún robot). Un mapa que va desde el futbolista Cristiano Ronaldo a la actriz y cantante Selena Gómez; o la empresaria de moda Chiara Ferragni, la escritora J. K. Rowling, la activista medioambiental Greta Thunberg y un gran número de periodistas como Jordi Évole. El fenómeno abarca desde el exitoso Bill Gates a Donald Trump, y un grueso del pelotón de personas que actualmente escriben y hablan sobre temas que interesan al gran público, como viajes, comida, ciencia, salud y humanidades.

El mito de la vida exitosa

Siurana no se queda en la mera y suculenta descripción, sino que siempre abre la puerta a la in-

terpretación y a la reflexión. No obstante, título de la publicación es *Ética para influencers*. Ya se sabe que la ética es una orientación para la acción. Esta no falta en su valoración de lo negativo -los fraudes, las malas praxis y las noticias falsas son frecuentes en este mundo- de estas figuras, pero también de aspectos positivos -las metas legítimas- que el autor no olvida resaltar.

En suma, se trata de una propuesta que nos ayuda a conocer mejor nuestra sociedad. Para lo bueno y para lo malo. Tener muchos seguidores, no significa que uno esté influyendo de manera correcta en la sociedad, subraya el autor.

Si a principios del siglo XX, Siegfried Kracauer observó que el cine reflejaba tendencias psicológicas y estratos profundos de la mentalidad colectiva, hoy el espectáculo de los influencers no es solo una brújula psicológica, sino, sobre todo, para la vida moral. Por ello, el libro no se queda en una ética para influencers, sino también para followers, porque lo que está en juego es la madurez y grado de autonomía de una sociedad. O como se decía antaño: dime quién te influye y te diré quién eres. Porque lo que está en juego, como dice Siurana, es percibir qué es realmente una vida exitosa, una vida que merezca la pena limitar.



ÉTICA PARA INFLUENCERS

Juan Carlos Siurana

► Plaza y Valdés, 2021, 394 pgs.

