



CULTURA DE LA INFLUENCIA

La fuerza suave que está moldeando
una nueva sociedad

Tomás Balmaceda
Miriam De Paoli
Juan Marengo



Contenidos

1. [Prólogo](#)
2. [Capítulo 1 - Catedrales, libros y pantallas](#)
3. [Capítulo 2 - Influencia](#)
4. [Capítulo 3 - Influencia en las redes](#)
 1. [Contenido y curaduría](#)
 2. [Creatividad y constancia](#)
 3. [Comunidad y confianza](#)
 4. [Coherencia y consistencia](#)
5. [Capítulo 4 - Influencia y marketing](#)
 1. [Curaduría y selección de influencers](#)
 2. [La tecnología: un primer filtro](#)
 3. [La curaduría: un trabajo artesanal](#)
 4. [Calidad del contenido](#)
 5. [¿Qué le comenta su audiencia?](#)
 6. [¿Este influencer refleja los valores de mi marca?](#)
 7. [¿Qué experiencia tuvo con otras marcas?](#)
 8. [Cómo evitar los engaños](#)
 9. [Primer acercamiento y cotización](#)
 10. [Creatividad conjunta y estética](#)
 11. [Métricas](#)
6. [Capítulo 5 - Influencia en las disidencias, la comunicación, las personas y las organizaciones](#)
7. [Capítulo 6 - Discusiones y desafíos alrededor de la influencia](#)
 1. [Contenido y curaduría](#)
 2. [Creatividad y constancia](#)
 3. [Comunidad y confianza](#)

4. [Coherencia y consistencia](#)
8. [Agradecimientos](#)
9. [Glosario](#)
10. [Bibliografía](#)

Puntos de referencia

1. [Tapa](#)



EX LIBRIS

Tomás Balmaceda - Miriam De Paoli - Juan Marengo

CULTURA DE LA INFLUENCIA

**La fuerza suave que está moldeando
una nueva sociedad**



Balmaceda, Tomás

Cultura de la influencia : la fuerza suave que está moldeando una nueva sociedad / Tomás Balmaceda ; Miriam De Paoli ; Juan Marengo. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Marea, 2022.

Libro digital, EPUB - (Historia urgente / Constanza Brunet ; 98)

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-8303-99-4

1. Redes Sociales. 2. Cultura Digital. I. De Paoli, Miriam. II. Marengo, Juan. III. Título. CDD 302.231

Dirección editorial: Constanza Brunet

Coordinación editorial: Víctor Sabanes

Asistencia de edición: Ángeles Prisco Cosulich

Comunicación: Fernando Brovelli

Diseño de tapa e interiores: Hugo Pérez

Corrección: Emilia Ghelfi

© 2022 Tomás Balmaceda, Miriam De Paoli, Juan Marengo

© 2022 Editorial Marea SRL

Pasaje Rivarola 115 – Ciudad de Buenos Aires – Argentina

Tel.: (5411) 4371-1511

marea@editorialmarea.com.ar | www.editorialmarea.com.ar

ISBN 978-987-8303-99-4

Impreso en Argentina – *Printed in Argentina*

Depositado de acuerdo con la Ley 11.723. Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento sin permiso escrito de la editorial.

Para Darío Laufer, quien vio más allá.

Prólogo

Su origen se remonta al siglo XVII y, sin embargo, fue en la última década que el concepto se popularizó. Se trata de una de esas palabras que son tan rápidamente absorbidas por la sociedad que pareciera casi como si el lenguaje cotidiano las hubiese estado esperando ansioso para adoptarlas. ¿Quién no ha oído hablar recientemente de *influencers*? Están en las noticias, en las columnas de opinión y en las conversaciones cotidianas. Por la velocidad con la que se lo ha admitido en el habla de todos los días, no tenemos una única definición de qué es un *influencer* hoy y es posible que nunca nos hayamos detenido a pensar en una. Lo asociamos con la cantidad de seguidores, con la fama digital, con una plataforma determinada o una generación... ¿y si no es nada de eso? ¿O todo eso a la vez? Hay personas que escriben *influencer* como orgullosa descripción de su trabajo en su CV, mientras que otras lo utilizan de modo despectivo para menospreciar a alguien. Están quienes sueñan con serlo y quienes prefieren hablar de “creadores de contenidos”. En medio de esta confusión conceptual, ¿alguien tiene razón o estamos todos equivocados?

Abordar un fenómeno de estas características no es fácil y este libro no quiere ser un atajo. De hecho, ni siquiera es un tratado sobre *influencers* digitales o un compendio de consejos para convertirse en uno. Se trata, en cambio, de un ensayo sobre la influencia, una de las habilidades más importantes para el mundo que nos toca vivir. Una herramienta fundamental para navegar una coyuntura marcada por sucesos inesperados, escenarios complejos, situaciones volátiles y acciones no lineales. Y que tiene, claro, a los *influencers* de las redes sociales como protagonistas, pero como parte de un repertorio más amplio que abarca a la sociedad toda como el elenco completo de una narración compleja, viva y en desarrollo.

Nuestra hipótesis de trabajo será que vivimos en la era de la cultura

de la influencia, el emergente de una serie de cambios tecnológicos y culturales que permeó desde las redes sociales a buena parte de la sociedad y que se volvió uno de los rasgos distintivos del espacio de la comunicación de esta segunda década del siglo XXI. Esto nos llevará a hablar de *influencers* digitales, pero iremos más allá e intentaremos mostrar su impacto en el mundo del marketing, la comunicación, la política, la cultura, las identidades y las disidencias.

El impacto de la influencia y de las reglas de la digitalidad es un asunto que capturó nuestro interés hace ya cinco años cuando comenzamos a reunirnos, primero con un café y luego en entornos virtuales, para discutirlo desde nuestras propias disciplinas y experiencias. Tomás estudió Filosofía y transita los espacios digitales desde hace casi dos décadas, en donde comenzó con un blog que le abrió puertas a oportunidades profesionales únicas. Así conoció, primero, a Juan, quien también tenía un blog a inicios del nuevo siglo, y que hoy es el CEO de Be Influencers, la primera agencia de marketing digital enfocada en *influencers* de Argentina. Siempre atenta a los cambios que se producen en su campo profesional, Miriam De Paoli, periodista e innovadora social, ahora con el foco puesto en el campo de la longevidad, convocó a Tomás para diseñar juntos un laboratorio de comunicación para jóvenes y así sellaron un vínculo que primero fue profesional y luego una amistad. Fue cuestión de tiempo para que los intereses de los tres confluyeran en conversaciones, lecturas compartidas, contenidos en redes, conferencias, *workshops*... y ahora un libro.

Cultura de la influencia tiene, en su concepción, una invitación provocadora: pensar más allá de los *influencers* digitales, pero utilizarlos de prisma para entender, a partir de sus prácticas y estilos, de qué manera la influencia, como la estamos experimentando hoy, está moldeando una nueva sociedad.

Capítulo 1

Catedrales, libros y pantallas

Una revolución sin precedentes

Cuando, tras años de trabajo en secreto, Johannes Gensfleisch logró finalmente darle vida a la creación con la que siempre había soñado, supo que tenía entre manos algo que podría ser peligroso. Corría el año 1440 y este habilidoso artesano alemán especializado en el arte de utilizar espejos había conseguido concretar una idea que se le había ocurrido en su tiempo libre y que, a medida que iba creando prototipos y probando su uso, comprendió que podía ponerlo en problemas. Por eso, les pidió a sus socios, quienes financiaban con ciertos reparos el proyecto, que no le contaran a nadie sus planes. Gensfleisch no solo estaba seguro de que su idea funcionaría y sería envidiada por muchos, sino que intuía que podía implicar un cambio profundo en el balance de influencia entre los más poderosos y los que menos tenían. Por esta razón, les hizo firmar a sus mecenas un papel en el que se comprometían a no mostrarlo en público ni contar los detalles de su estructura para que no fuera copiada por otros. Y esperó hasta último momento para darla a conocer. Él sospechaba que su creación podía cambiar las cosas, pero jamás imaginó que estaba destinada a revolucionar el mundo.

A Gensfleisch –quien había nacido en 1398 en Maguncia y años más tarde tomó el apellido de Gutenberg a partir de una casa propiedad de su padre, un hombre adinerado dedicado a la orfebrería– se le adjudica la invención de la imprenta. Este alemán había seguido la tradición familiar y se había destacado en su oficio gracias al perfeccionamiento de un sistema para pulir piedras preciosas y un método para fabricar espejos para religiosos. Mientras trabajaba en estas ideas, se le ocurrió una forma de fabricar libros de forma mecánica gracias al uso de caracteres metálicos. Por ese

entonces, la única forma de reproducir textos en Europa era por copia manuscrita realizada por escribas, generalmente en monasterios. Y, si bien otras personas en Italia, Francia y Holanda estaban trabajando en paralelo en desarrollos similares, fue la imprenta de Gutenberg la que mayor impacto causó y la que fue adoptada, con distintas variantes, por todo el continente, haciendo que para finales del siglo xv la producción de manuscritos se mudara a las flamantes universidades y a talleres que podían tener hasta medio centenar de copistas trabajando día y noche en una organización casi industrial.

No hay dudas de que la imprenta revolucionó la forma en que las personas accedieron, posteriormente, a la información y al saber. Sin embargo, no fue un proceso rápido. Debieron pasar largas décadas e incluso siglos hasta que el invento que Gutenberg anunció en 1440 tuviera un impacto real en la población. En un escenario en el que la alfabetización era un privilegio de pocos, recién en el siglo xix una parte relevante de la población tuvo contacto con un libro impreso.

Dos siglos más tarde, los tiempos se acelerarían de forma exponencial de la mano de los teléfonos inteligentes. Solo pasaron seis años entre el lanzamiento del primer iPhone y la fabricación de los primeros mil millones de *smart-phones*. Si bien el prototipo de teléfono inalámbrico con capacidades de procesamiento y funciones como agenda y correo electrónico se remonta a 1993, cuando BellSouth e IBM anunciaron el Simon Personal Communicator Phone, lo cierto es que en 2007 fue Steve Jobs el que revolucionó el mercado con un producto que incluía una pantalla táctil de nueve centímetros en donde ver fotos y películas, *apps* que se coordinaban con nuestra computadora y la posibilidad de enviar actualizaciones a redes sociales. Para 2013 había mil millones de dispositivos en todo el globo, en 2022, ese número supera los 3000 millones y medio, una cifra que representa más del 45,5 % de las personas que viven en este momento en el planeta Tierra.

No hay dudas de que Gutenberg revolucionó el mundo y que los teléfonos inteligentes –que, a lo largo de este libro, mencionaremos como una suerte de metonimia para señalar a nuestra realidad de redes sociales, conectividad total y presencia de algoritmos que analizan y predicen el presente– están haciendo algo similar, pero la

falta de perspectiva nos impide entender la profundidad de lo que estamos viviendo. Nunca antes en la historia de la humanidad una tecnología reciente tuvo la capacidad de afectar a tantas personas y de manera tan profunda. Los desarrollos del universo digital son aún muy frescos y están permeando en tiempo récord a nuestra sociedad. El vértigo de las transformaciones vuelve difíciles la planificación y la reflexión, pero no deben impedir los intentos como el de este libro por intentar ordenar sucesos e impresiones, hilvanados bajo un sentido y construir con esa narrativa una posible manera de descifrar la realidad que nos toca vivir.

Los vastos y profundos cambios tecnológicos que comenzaron en la segunda mitad de la década del 90 y se acrecentaron en los últimos veinte años se vieron potenciados desde 2020 debido a la crisis producida por la pandemia de la covid-19. Este libro fue escrito en estos años turbulentos, llenos de incógnitas, ansiedad y transformaciones a la fuerza. No creemos que esta condición signifique necesariamente algo malo, ya que no es posible comprender el avance de los recursos tecnológicos en el vacío. Sostenemos que es necesario poner cualquier desarrollo en el contexto de los avances de la sociedad que los contiene, puesto que nuestro marco de acción es un sistema de fuerzas interrelacionadas en el que las personas son individuos que están en relación íntima con lo artefactual y con la cultura que se desprende de esta tensión.

“El libro impreso, ese gusano roedor del edificio, le chupa la sangre y le devora los miembros. Frente a él la arquitectura se despoja, se deshoja, se hace mezquina, se empobrece y hasta se anula. Ya no es capaz de expresar nada, ni siquiera el recuerdo del arte de lo que fue en otro tiempo. Reducida a sí misma, abandonada por las otras artes luego de que el pensamiento humano la dejara, recurre a artesanos en lugar de artistas y así el vidrio sustituye a las vidrieras; el picapedrero reemplaza al escultor... ¡Adiós, pues, a toda la savia, a toda originalidad, a la vida y a la inteligencia!”, escribió Víctor Hugo en *Nuestra Señora de París*. Allí Frollo célebramente enfrenta un libro con la Catedral y grita “*Ceci tuera cela!*”: “¡Esto acabará con aquello!”.

¿Con qué acabará el teléfono inteligente que hoy todo lo controla?
¿Qué matará la conectividad extrema, las redes sociales y la

exposición permanente? Las historias que alguna vez se contaron de boca en boca y que luego pasaron a la piedra, al papiro, al pergamino y al papel ahora han perdido la exclusividad del soporte físico para habitar como bits en pantallas y servidores, entre algoritmos y líneas de código. Internet, esa “red de redes” que supo maravillar con la hipertextualidad, es el nuevo hogar de los mayores tesoros de la mente humana. Lo que alguna vez fue táctil, material y tridimensional ahora parece estar en todos lados y en ninguno a la vez. Los relatos, las ideas y las imágenes que alguna vez solo existieron en una mente y que luego se insertaron en el mundo ahora viven en un nebuloso estado que genera fascinación, intriga y temor. No contamos con el lujo de las largas décadas que sucedieron a Gutenberg para sentarnos a pensar, meditar sobre lo que ocurre y prever lo que vendrá: la revolución está delante de nuestras narices y no sabemos contra qué catedral está apuntando.

En el inicio de *La riqueza de las naciones*, considerado el primer libro de economía moderna, Adam Smith no habla de la imprenta, sino que señala que “el descubrimiento de América y el paso a las Indias Orientales por el cabo de Buena Esperanza” fueron “los dos acontecimientos más importantes y extraordinarios de la historia de la humanidad”. El interés del autor en esta obra publicada en 1776 era desentrañar un sistema económico, político y moral en el que la empresa privada y el mercado desempeñaban un papel central.

El libro comienza con una descripción de una fábrica de alfileres y de las personas que trabajan allí, un ejemplo que encuentra interesante porque, a primera vista, los alfileres parecen ser “una manufactura de poca importancia”, pero terminan revelando la estructura que se estaba construyendo y que serían los cimientos del capitalismo del siglo XX y del modelo económico y social en el que cual nos toca vivir en la segunda década del nuevo milenio.

Las preocupaciones sobre las condiciones de trabajo que Smith narra hace más de 250 años persisten. El economista denunciaba que la explotación en las fábricas era un mal similar a la esclavitud, un concepto que también está presente en *Milton. Un poema*, del poeta William Blake, quien, en 1810, describió cómo la verde y hermosa Inglaterra, casi una “nueva Jerusalem”, se había transformado en un

paisaje tenebroso a causa de las “oscuras fábricas de Satán”.

Por esos años, el incendio de unas fábricas en Lambeth, al sur de Londres, había oscurecido el cielo con un humo tan denso que asustó a la población, pero no desalentó a sus dueños, quienes siguieron construyendo estas nuevas estructuras de trabajo que cambiaron el mundo y la sociedad. El prototipo de lo que estaba llegando había sido establecido por los hermanos Lombe, quienes levantaron la primera fábrica moderna, un edificio largo y delgado de cinco pisos, con paredes de ladrillo liso interrumpidas por las rejillas de las ventanas.

La fábrica de seda de los Lombe, bautizada Derby, albergaba tres decenas de máquinas impulsadas por el caudaloso río Derwent gracias a ruedas hidráulicas de 7 metros de altura. La instalación operó durante 169 años, con pausas solo los domingos y durante las sequías que le quitaban potencia al río. Durante ese período, la economía mundial se multiplicó por cinco y las fábricas fueron una parte importante de ese crecimiento.

Este tipo de fábricas son las que estaban en Manchester y las que inspiraron a Karl Marx en algunas de sus páginas más célebres de *El capital*. La novelista inglesa Frances Trollope –una suerte de profeminista, hija de un reverendo protestante, que tuvo que escribir para poder sobrevivir tras la bancarrota de su marido– también quedó impactada con las condiciones de esos lugares y publicó en 1840 *The Life and Adventures of Michael Armstrong, the Factory Boy*, una ficción ambientada en el contexto social de la industria, en la que denunció la explotación infantil que allí ocurría y que, al igual que a Smith, le parecieron comparables o incluso peores que la esclavitud.

Las fábricas de Manchester fueron, en muchos sentidos, el presagio de lo que sería el capitalismo del siguiente siglo, un espejo en el que no solo se podía ver la propia imagen, sino también lo que deparaba el futuro. ¿Seguimos viviendo en ese presagiado capitalismo? La respuesta a la pregunta es aún objeto de discusiones y enfrentamientos, pero, tras una serie de crisis globales como la de 2008 y la que quizá esté ocurriendo mientras se escriben estas líneas a causa de la covid-19, parece claro que el capitalismo no es, como tantas veces se dijo, el fin de la historia. El surgimiento de nuevos