

Tomás Balmaceda - Miriam De Paoli - Juan Marengo

# **CULTURA DE LA INFLUENCIA**

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



## 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.

### **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 célebremente 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 movimientos sociales, la consolidación del individualismo como impronta impulsada desde el Estado y las corporaciones, la globalización, la acumulación en pocas manos y la informatización transformaron nuestra sociedad de manera profunda y, tal vez, como afirma el teórico inglés David Harvey, nuestro mundo posmoderno tenga la ideología de “un capitalismo con un régimen flexible de acumulación” con el foco puesto en la diferencia, la identidad, las redes, la cultura y el lenguaje, entre otros ejes.

¿Cuáles serían hoy las fábricas de Manchester en este arranque del siglo XXI? ¿Son estructuras físicas? ¿Son edificios? ¿Son corporaciones o son entramados absolutamente diferentes? ¿Son sistemas de algoritmos? ¿Son conductas digitales? ¿Es la nueva manera de entender nuestra identidad? Marx estaba convencido de que no se podía estudiar correctamente la comunicación sin un análisis profundo y simultáneo de la sociedad en su totalidad. Si bien este libro no desarrolla una teoría crítica de la comunicación, siempre buscará tender vasos comunicantes entre fenómenos que ocurren en entornos digitales y los marcos más amplios en los que tienen lugar, ya que no creemos en microestudios centrados en fenómenos individuales con contextos únicos.

Nuestra propuesta es analizar lo que está sucediendo con las posibilidades que nos brinda la tecnología para extraer claves que permitan entender lo que vendrá. Se trata, claro, de una propuesta especulativa y subjetiva, pero con la potencia de poder despertar reflexiones, diálogos y la participación de nuevas miradas.

### **Sociedad de la exposición: el fin de la ausencia y del olvido**

Existen tantas formas de describir la realidad como subjetividades que la habitan o puntos de vista que se toman. En esta obra vamos a analizar un presente cruzado por la tecnología digital en un sentido profundo: como mencionamos en el apartado anterior, nunca antes artefactos y sistemas de reciente creación habían afectado de manera directa y tan profunda la vida de miles de millones de personas. Es un fenómeno novedoso que debe mantenernos alerta.

Mientras seguimos buscando las fábricas de Manchester contemporáneas, en la multiplicidad de elementos y dimensiones posibles de análisis hemos decidido concentrar nuestra atención en la presencia constante e ininterrumpida en la mayoría de los ámbitos de nuestras vidas de los teléfonos inteligentes conectados a Internet. Creemos que, si bien estamos rodeados de pantallas –televisores, computadoras, *tablets*, cartelería urbana, centro de información en locales comerciales y públicos, etcétera–, es la ubicuidad de los dispositivos móviles nuestro punto de apoyo analítico.

Ya es casi un adagio contemporáneo mencionar que la pantalla de nuestro teléfono es lo primero que vemos al despertarnos y lo último que miramos antes de dormir. Los teléfonos inteligentes están presentes en nuestros ámbitos laborales, en muchos casos extendiendo nuestra jornada de trabajo más allá de los espacios y horarios tradicionales; están en la manera en la que nos comunicamos con nuestras familias y afectos, compartiendo mensajes, llamadas y videos de forma remota; son parte de la forma en la que buscamos pareja, encuentros sexuales o extendemos nuestra sociabilidad; en su memoria están las fotografías que nos tomamos, incluyendo muchas *selfies*, tomas que jamás publicaríamos y otras que sí, pues son el resultado de calculadas poses y filtros de belleza; gracias a sus *apps*, podemos operar con nuestras cuentas bancarias, leer las noticias en tiempo real y entretenernos con plataformas de *streaming* de audio y video. Nuestro teléfono tiene toda nuestra información personal, tiene la manera en la que nos mostramos al mundo y la manera en la que guardamos datos sobre nosotros mismos. Gracias a la pandemia, se extendieron las *apps* gubernamentales que tienen nuestra información

ciudadana, nuestra licencia de conducir y si fuimos o no vacunados contra la covid-19. Pero, por sobre todas las cosas, en este libro importa que nuestro *smartphone* es el centro de producción y publicación en redes sociales, las plataformas que nos permiten elegir cómo queremos presentarnos y qué queremos contar de nosotros, además de relacionarnos con otras personas en un ambiente que parece ser horizontal y democrático.

A excepción de cuando dormimos, no encontramos otro ámbito en el que no estemos cerca de nuestros teléfonos inteligentes y que nuestra actitud no sea, de alguna u otra manera, estar pendiente de él. E incluso están aquellas personas que sueñan con llamadas, actualizaciones de estado en redes sociales e información que le llega por su pantalla. No son necesariamente pesadillas, pero el marco en el cual vivimos parece estar moldeado por este artefacto que fue introducido en la sociedad de manera masiva a partir de 2007.

Nuestro teléfono inteligente es, en esencia, el mismo que tiene el presidente de la Nación, la cantante más popular del momento y nuestros padres, pero, aunque en principio podamos acceder a sus mismas posibilidades, tener una potencialidad no es lo mismo que poder llevarla a cabo. De hecho, como veremos más adelante en este capítulo, hoy no estar conectado a nuestro teléfono es un lujo que solo ciertas personas pueden darse.

Fijar nuestro punto de apoyo en la ubicuidad de los dispositivos móviles nos deja expuestos, claro, a que se nos replique con cualquier situación o persona que no cuenta con un teléfono inteligente conectado a Internet, ya sea porque no puede acceder a él o porque puede tomar esa decisión. Somos conscientes de la hipérbole estilística que

postulamos y de sus peligros. Sin embargo, las cifras indican que la adopción de este tipo de tecnologías es masiva. Se espera que, para 2025, 9000 millones de personas en todo el mundo tengan por lo menos un dispositivo móvil, de los cuales 2000 millones serán individuos en lo que se conoce como “países en desarrollo”.

La aparición en el horizonte de redes 5G –una tecnología que ofrece 10 gigabits por segundo de información, casi mil veces más potentes que muchas de las conexiones actuales de 3G y 4G– augura que, en un futuro mediano, no solo nos acercaremos más a cubrir todo el planeta con teléfonos móviles conectados, sino que tendrán increíbles velocidades.

La inesperada irrupción de la crisis de la covid-19 demostró ser una aceleradora de cambios que ya estaban gestándose con anterioridad. Tal como sucedió con otras pandemias a lo largo de la historia humana, no se trata de la aparición de nuevos actores o procesos, sino de la profundización repentina del *statu quo* que ya estaba instalado.

Por primera vez en la historia de la humanidad, cada acción que realizamos en esta era digital puede ser registrada, almacenada y monitoreada en medios electrónicos. Es un proceso que comenzó muy incipientemente con los primeros registros fotográficos a finales del siglo XIX, pero que se aceleró en las décadas siguientes, consolidándose de manera definitiva en el presente. En lo que va del día de hoy, nuestro rostro fue capturado varias veces: por el mecanismo de desbloqueo de la pantalla que utiliza la cámara del teléfono, en la reunión de trabajo remota que realizamos desde nuestra computadora y por el sistema de vigilancia de nuestro vecindario. Vivimos, en las palabras del sociólogo e investigador estadounidense Bernard Harcourt, en una “sociedad de la

exposición”, en la que nuestra existencia digital comienza a ser indistinguible de los modos analógicos.

Los cambios tecnológicos y sociales que comenzaron en la segunda mitad de la década del 90, pero que se acrecentaron en las últimas dos décadas no parecen ser recuperados o comprendidos en su totalidad con marcos interpretativos clásicos, como los planteados por Guy Debord, Michel Foucault o Gilles Deleuze. Harcourt propone, en cambio, que, en la sociedad de la exposición, hay “una nueva forma de poder que inserta el poder de castigar en nuestros placeres diarios. Los dos, placer y castigo, ya no pueden ser separados. Se recubren uno al otro, operan juntos. Se han vuelto inextricablemente entrelazados”.

Bajo la visión de este pensador, “el ideal liberal –que puede existir un dominio protegido de autonomía individual– ya no tiene tracción en un mundo en el cual el comercio no puede ser distinguido de la gobernanza, el control policial o la vigilancia [...]”. La expansión de las redes sociales y la ubicuidad de los dispositivos móviles conectados a Internet transformaron algunas de las relaciones que teníamos los ciudadanos con el Estado, las corporaciones privadas y nuestra intimidad y privacidad.

Es común leer, en los análisis y reflexiones sobre estos cambios, dos imágenes tomadas de la literatura: la caja negra kafkiana y el Gran Hermano. En cuanto a la primera referencia, el centro de la burocracia infinita de la novela *El proceso* parece reflejar el total desconocimiento que tenemos acerca de los mecanismos internos que operan en el corazón de los dispositivos y plataformas que operan a diario... ¿cómo opera el algoritmo que me muestra ciertos posts de Instagram antes que otros? ¿Por qué es que este video

en mi canal de YouTube recibe más visualizaciones que los anteriores? ¿Cómo es que se mantiene en secreto frente a los usuarios la mecánica misma de aplicaciones que se usan con frecuencia? Hablaremos de eso en el capítulo 6.

Con respecto al Gran Hermano y los avatares de la novela del escritor británico George Orwell *1984*, se ha convertido en un lugar común para graficar el monitoreo constante y extendido de nuestras vidas por parte de fuerzas de seguridad y corporaciones. Nuestros datos, nuestras fotos, nuestros *likes* y nuestros hábitos en entornos digitales quedan registrados, son analizados y comercializados de maneras que no podemos esperar. No hay dudas de que el escritor británico se adelantó a su tiempo al imaginar la tecnificación y la ubicuidad de la vigilancia, además de profetizar que las modalidades de castigo de su época mutarían hacia una voluntad de “curar” o “rectificar” a quienes incumplen la ley.

Sin embargo, Harcourt señala que, a pesar de su popularidad en los análisis mediáticos, ambas referencias son insuficientes porque no captan el núcleo que define a la era digital. Tanto en *El proceso* como en *1984*, el objetivo de los poderosos era aplastar y erradicar el deseo. En cambio, hoy es precisamente a través de nuestras pasiones, deseos e intereses la vía por la cual nos hemos convertido en transparentes y, de este modo, nos exponemos a la vigilancia omnipresente. No solo la del Estado y la policía, sino la de corporaciones privadas, medios de comunicación, vendedores, organismos no gubernamentales, países extranjeros y nuestro prójimo. “Son nuestras pasiones –en tensión con nuestras dudas, ansiedades e incomodidades, naturalmente– las que alimentan a la sociedad de la exposición”, señala el autor.

# Índice

<b>Prólogo</b> .....	9
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Catedrales, libros y pantallas</b> .....	13
Una revolución sin precedentes .....	13
Sociedad de la exposición: el fin de la ausencia y del olvido .....	20
El virus que nos obligó a ser digitales.....	35
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Influencia</b> .....	43
La paradoja de la confianza .....	43
La fuerza sin fuerza .....	52
“A mí nunca me influenciaron” .....	56
Una nueva manera de entender la confianza.....	58
La cultura de la influencia .....	60
<b>Capítulo 3</b>	
<b>Influencia en las redes</b> .....	65
Breve historia de la fama digital .....	65
¿Qué es un <i>influencer</i> digital?.....	68

Contenido y curaduría .....	69
Creatividad y constancia .....	72
Comunidad y confianza .....	75
Coherencia y consistencia .....	78
¿Qué no es un <i>influencer</i> digital?.....	82
El mito de lo viral .....	86
La paradoja del <i>influencer</i> .....	89
La cultura de la influencia y la cultura de la cancelación .....	97

## Capítulo 4

<b>Influencia y marketing</b> .....	105
Tecnología y desencanto.....	105
El sueño roto de la audiencia cautiva .....	109
La hipersegmentación como una oportunidad .....	111
Cómo trabajar con <i>influencers</i> digitales.....	113
Curaduría y selección de <i>influencers</i> .....	113
La tecnología: un primer filtro .....	116
La curaduría: un trabajo artesanal .....	117
Calidad del contenido .....	118
¿Qué le comenta su audiencia? .....	118
¿Este <i>influencer</i> refleja los valores de mi marca? ....	120
¿Qué experiencia tuvo con otras marcas? .....	121
Cómo evitar los engaños .....	122
Primer acercamiento y cotización.....	123
Creatividad conjunta y estética .....	125
Métricas.....	129

## Capítulo 5

<b>Influencia en las disidencias, la comunicación, las personas y las organizaciones</b> .....	133
Influencia y comunidades .....	133

Influencia y periodismo .....	140
Influencia y marca personal.....	148
Influencia y empresas .....	154
<b>Capítulo 6</b>	
<b>Discusiones y desafíos alrededor de la Influencia .....</b>	<b>159</b>
La promesa de la influencia: convertir nuestras pasiones en nuestra forma de vida .....	159
Contenido y curaduría .....	163
Creatividad y constancia .....	167
Comunidad y confianza .....	169
Coherencia y consistencia .....	172
De una ley para <i>influencers</i> a una ética para <i>influencers</i> ....	173
El mapa, el territorio y el territorio digital.....	181
La incierta certeza del futuro de los <i>influencers</i> .....	189
<b>Agradecimientos .....</b>	<b>191</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>195</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>201</b>

## ¿Disfrutaste el libro que comenzaste a leer?

Podés adquirirlo aquí,  
en [www.editorialmarea.com.ar](http://www.editorialmarea.com.ar)  
y en cientos de librerías.

Gracias por apoyar con tu lectura y  
recomendaciones este proyecto editorial.

