



↓ La inmaculada percepción
Vianey Esquinca
vianey.esquinca@gimm.com.mx

La picadura del Escorpión

- Los que pierden son los *influencers* que, sin tener la política como temática principal de sus canales y cuentas, deciden incursionar en un mundo ajeno.

Los tiempos han cambiado y las nuevas generaciones han dejado de informarse a través de los medios convencionales y noticiarios de radio y televisión. Ésa es una realidad dolorosa, pero indiscutible.

Para los menores de 30, los líderes de opinión ya no son los mismos que los de sus papás y abuelos. Ahora consumen el contenido de los llamados *influencers*, personajes que, al menos para sus seguidores, tienen la suficiente credibilidad para influir en sus hábitos de consumo y percepción.

Por eso, cualquiera que desee conectar

con los más jóvenes necesita acceder a las redes sociales; ya ni siquiera es Facebook que quedó para “los mayores”, sino Instagram y TikTok. Esto ha generado que los asesores de comunicación digital de aspirantes presidenciales, políticos, incluso ministros como **Arturo Zaldívar** se rompan la cabeza tratando de hacer encajar a sus jefes o clientes en las redes, lo cual resulta muy complicado cuando no hay de dónde agarrar o cuando un oso dormido podría ser más gracioso y tener mejor sentido del humor.

En todas las cuentas de los políticos se observa un esfuerzo titánico de sus estrategias para aprovechar las tendencias y hacerlos simpáticos o empáticos. A veces lo logran, pero en la mayoría se quedan en penosos esfuerzos que dan entre risas y lástima.

En la semana fue muy comentada la entrevista de la jefa de Gobierno, **Claudia Sheinbaum**, con el youtuber **Alejandro Montiel** mejor conocido como Escorpión Dorado. El *influencer* frente al volante conversó con la jefa de Gobierno que iba de copiloto. No se dieron declaraciones escandalosas ni nada que no hubiera dicho antes; lo único que quedó demostrado es que el carisma y la sangre liviana no son caracterís-

ticas con las que nació la morenista.

La entrevista generó todo un debate sobre la banalización de la política. Sin embargo,

en México hay funcionarios, gobernantes y legisladores que podrían ser elenco de un circo, y que de profundidad o seriedad entienden lo mismo que física cuántica. Debe reconocerse que los tiempos han cambiado y las formas de informarse también.

Aquí la verdadera controversia es que quienes realmente pierden no son los políticos, sino aquellos *influencers* que, sin tener la política como temática principal de sus canales y cuentas, deciden incursionar en un mundo ajeno. Bastaba leer los mensajes que los seguidores le pusieron al

Escorpión Dorado para darse cuenta del rechazo que provocó la entrevista.

No fue el único, cuando los futbolistas **Giovani dos Santos**, **Braulio Luna** y **Miguel Layún** decidieron felicitar al secretario de Gobernación, **Adán Augusto López**, la goliza de sus seguidores fue tal, que tuvieron que salir a deslindarse del mensaje. Los tres señalaron que un amigo les había pedido el favor y prácticamente desconocieron



al tabasqueño.

Lo mismo sucedió en las elecciones de 2021, cuando con las trampas de siempre, el Partido Verde violó la veda electoral y contrató el apoyo de más de 90 *influencers* para que en sus redes subieran mensajes de apoyo. Ante el escándalo que se generó, algunos se excusaron, otros pidieron disculpas, hubo quien culpó a sus agencias digitales y la mayoría trató de voltear para otro lado. Sin embargo, gracias a ese desliz varias marcas los pusieron en su lista negra para no volver a contratarlos, por lo que perdieron lo más por lo menos.

El uso de redes sociales e incluso tratar de llegar de manera orgánica con *influencers* seguirán siendo una obligación para quienes quieran llegar a una audiencia joven. Sin embargo, el campo digital abre la puerta para que varios sigan haciendo el ridículo o que la falta de regulación permita violar las leyes electorales a contentillo.

En México hay
funcionarios,
gobernantes
y legisladores
que podrían
ser elenco
de un circo.

