

Miguel Lorente Acosta

INFLUENCIABLES

LAS REDES Y LA NUEVA OBEDIENCIA



COMARES

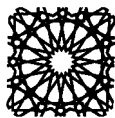


INFLUENCIABLES

M i g u e l L o r e n t e A c o s t a

INFLUENCIABLES

LAS REDES Y LA NUEVA OBEDIENCIA



GRANADA

2 0 2 6

Imagen de portada e ilustraciones:
Miguel Lorente Martínez
[instagram.com/mloremarm](https://www.instagram.com/mloremarm) • [instagram.com/delirarte___](https://www.instagram.com/delirarte___)

Maquetación y diseño editorial:
Virginia Vilchez Lomas

© Miguel Lorente Acosta
(autor representado por Silvia Bastos S.L. Agencia literaria)

© Editorial Comares, 2026

Polígono Juncaril
C/ Baza, parcela 208
18220 • Albolote (Granada) España
Tlf.: 958 465 382

www.comares.com • E-mail: libreriacomares@comares.com
[facebook.com/Comares](https://www.facebook.com/Comares) • twitter.com/comareseditor • [instagram.com/editorialcomares](https://www.instagram.com/editorialcomares)

ISBN: 979-13-7033-086-6 • Depósito Legal: Gr. 297/2026

Impresión y encuadernación: COMARES

SUMARIO

DEDICATORIA	XI
ANTES DE EMPEZAR A LEER EL LIBRO CONTESTA ESTA PREGUNTA	XIII
¿QUÉ FUE ANTES EL INFLUENCER O EL INFLUENCIABLE?	1
1. PANTALLAZO A LA REALIDAD	7

PRIMERA PANTALLA

EL ORDEN DE LOS FACTORES SÍ ALTERA EL PRODUCTO

2. LA INFLUENCIA	17
LA CONSTRUCCIÓN DE UNA NUEVA FORMA DE INFLUIR.	20
3. LOS INFLUENCIABLES.	25
EL NACIMIENTO DE LOS INFLUENCIABLES	26
EL TIEMPO Y EL ABURRIMIENTO DIGITAL.	39
EL INFLUENCIABLE Y LA «FE-TENDENCIA»	41
4. LOS INFLUENCERS	43
LA MADRE DE TODOS LOS INFLUENCERS.	48
DAVID BECKHAM EN EL ORIGEN	49
DE LA IMITACIÓN A LA INFLUENCIA	51

SEGUNDA PANTALLA
INFLUENCIA A LA VISTA

5. LA INFLUENCIA LÍQUIDA	57
TODO FLUYE.	59
NO HABLES CON EXTRAÑOS	61
EL «GRAN INFLUENCER»	63
MASCULINIDAD DE HIELO: «SÓLIDA Y FRÍA»	66
NO SON LAS «TRADWIVES» (ESPOSAS TRADICIONALES), SON LOS «TRADHUSBANDS» (MARIDOS TRADICIONALES)	70
6. LA RUTINA Y SUS TRAMPAS.	73
EL ORDEN COMO PRINCIPIO.	74
YO ELJO. SÍ, PERO ENTRE LAS OPCIONES QUE TE DAN. LAS «APLICOACCIONES»	78
EL PANÓPTICO DIGITAL	81
PODER, INFLUENCIA Y LIBERTAD: DE LA INVISIBILIDAD A LA INTERMEDIACIÓN.	84
LA RUTINA Y LOS RUTINARIOS	89
EL GRUPO NO-GRUPO	92

TERCERA PANTALLA
EL NUEVO TERRITORIO

7 NO ES EL METAVERSO, ES LA «CULTURAL DIGITAL».	97
LA CULTURA DIGITAL	98
LA VIRTUALIDAD REAL	101
¿CÓMO ESTÁN LAS MÁQUINAS? LA AUTORIDAD DE LA TECNOLOGÍA	105
LOS NUEVOS LISTOS	107
8. ENGANCHADOS... SÍ, PERO A QUÉ.	111
EIGAIMENT	112
«INFLUENCIADOR» FRENTE A «INFLUYENTE»	116

CUARTA PANTALLA
NI «Z» NI MILENIALS, «GENERACIÓN I»

9. INFLUYE QUE ALGO QUEDA.	121
INFLUYE EL QUE PUEDE, NO EL QUE QUIERE	122
EL SOFT POWER DE LA INFLUENCIA	125
DESPACITO.	126

10. LA EXPERIENCIA DE LA INEXPERIENCIA	135
DEL «TÚ MISMO» AL «DEJA QUE TE DIGA YO LO QUE QUIERES»: AUTONOMÍA Y HETERONOMÍA	139
«MÁNDAME TU UBICACIÓN»: LA PRESENCIA DE LA AUSENCIA	142
LA VIDA NO ES UN TUTORIAL	144
11. LA NUEVA OBEDIENCIA	149
LOS EXPERIMENTOS DE MILGRAM Y STANFORD	149
MANERAS DE OBEDECER	153
INFLUENCIA Y OBEDIENCIA	156
12. ¡MAMÁ, QUIERO SER INFLUENCER! EL DESEO DIRIGIDO	161
HOY EL DESEO ES SER DESEABLE	163
LIBERTAD Y DESEO	165
EL DESEO DIRIGIDO E IMPUESTO	167
DE LA «LISTA DE DESEOS» A LA «CESTA DE DESEOS»	169

QUINTA PANTALLA

HACKEO A LA CONVIVENCIA

13. LAS MALAS INFLUENCIAS	173
SUBJETIVIDAD DILUIDA	175
LAS REDES DE LA SOLEDAD	178
EL SEXO DE LA INFLUENCIA	183
14. EL APOCALIPSIS DIGITAL Y SUS JINETES	189
LOS CUATRO JINETES DEL APOCALIPSIS DIGITAL	190
DEPRESIÓN EN RED	194
SUICIDIO ENREDADO	199
15. «HATERS»: LA INFLUENCIA DEL ODIO	207
EL PORQUÉ DE LOS «HATERS»	207
POLARIZACIÓN: DE LA SUMISIÓN AL ENFRENTAMIENTO	211
LA SOCIEDAD «INFLUENCIABLE» Y «ODIOSA»: «HATERS» Y «HATEFULS», ES DECIR, «ODIADORES» Y «ODIOSOS»	213
INFLUENCIA PROPIA: ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS DE LOS «HATERS»	216
«HATERS» S.A.	218

SEXTA PANTALLA
FLUIR, NO SOLO INFLUIR

16. MI TÍO MANOLO Y LA SOLUCIÓN	223
LA ESTRATEGIA DEL AVESTRUZ	223
MI TÍO MANOLO Y LOS LÍMITES	227
LOS EJECUTIVOS DE SILICON VALLEY LE DAN LA RAZÓN A MI TÍO MANOLO	229
EMPIEZAN LOS MOVIMIENTOS, PERO NO EN LA DIRECCIÓN CORRECTA	231
 EPÍLOGO. POLARIZACIÓN E IRREVERSIBILIDAD.	 235
 LEYENDA DE LAS IMÁGENES, <i>por Miguel Lorente Martínez</i>	 241
 BIBLIOGRAFÍA	 251

DEDICATORIA

Mi anterior libro, *La refundación del machismo*, se lo dediqué a mis hijos y a una juventud que se rebelaba frente a las imposiciones del machismo, una situación que entonces, 2023, centraba en lo referente a la identidad y a la forma en la que la cultura imponía su idea de lo que era «ser hombre» y «ser mujer».

Y aunque aquel momento ya se veía que no era una situación limitada a ese espacio, el tiempo ha demostrado que se trata de una estrategia social para llegar a toda la población y a cualquier contexto, con el objeto de hacer una sociedad de influenciados.

Hoy les vuelvo a dedicar a ellos, a mis hijos Miguel y Manuel, este libro, y extendiendo esa dedicatoria, como antes, a toda esa juventud dispuesta a no dejarse engañar por quienes buscan imponer una nueva obediencia. Nunca les he pedido a mis hijos que me obedezcan, siempre les he dado razones para que decidieran; y eso es lo que les pido hoy a ellos y a la juventud, que tomen distancia de la inmediatez, que no se dejen influir por relatos de usar y tirar, y que decidan de manera crítica y a favor de todo lo común que nos define como sociedad.

También quiero agradecerle a mi hijo Miguel todo el trabajo, esfuerzo y compromiso que ha desarrollado durante meses para hacer las ilustraciones de los diferentes capítulos y cubierta. Una experiencia muy enriquecedora.

ANTES DE EMPEZAR A LEER EL LIBRO CONTESTA ESTA PREGUNTA

SI LA RESPUESTA ES «SÍ», NO HACE FALTA QUE LO LEAS

PREGUNTA

Si en el siglo XIX, cuando se produjo la Revolución Industrial y comenzó la contaminación ambiental por el uso de combustibles fósiles que liberan todos los gases y componentes que afectan al clima, hubiéramos sabido que 200 años después se produciría un cambio climático que pondría en riesgo la supervivencia del planeta y de la humanidad tal y como la conocemos, ¿crees que habría continuado el desarrollo industrial en busca de beneficios económicos y progreso, o consideras que se habrían adoptado otras iniciativas para buscar alternativas desde el principio?

RESPUESTA

- **Sí**, habrían continuado a pesar de conocer las consecuencias futuras.
- **No**, habrían buscado alternativas a pesar de que estas conllevaran menores beneficios económicos y un desarrollo social diferente.

La pregunta me surgió en pleno proceso de escritura del libro, de hecho ya lo llevaba muy avanzado, pero le daba vueltas a la cabeza sobre cómo explicarle a la gente el tema de la influenciabilidad, y hacerle ver la trascendencia del planteamiento que en él se analiza. Tenían que entender que se trataba de dos cuestiones esenciales, la primera relacionada con el efecto inmediato de todo lo que ya producen las redes sociales y vemos en algunos de sus resultados (problemas de salud mental, aislamiento, suicidio, violencia...). Y la segunda, que todo es parte de un proceso que se inicia mucho antes

de que existiera la tecnología que lo culmina y materializa, y que la deriva futura del proceso traerá consecuencias más amplias, profundas y graves en caso de no evitar los «humos» y «gases» de esta «contaminación» inicial.

El ejemplo de la Revolución Industrial era perfecto al confluir en él los dos elementos: el resultado objetivo de la contaminación inmediata que mostraban las chimeneas expulsando humo de todos los colores, y las consecuencias futuras que hemos conocido 200 años después con relación al cambio climático y el riesgo para la supervivencia en las condiciones actuales. De manera que me sentí muy optimista al pensar que cuando hiciera esta pregunta en diferentes foros la gente respondería de forma mayoritaria que «sí», que la racionalidad humana habría llevado a entender que no podríamos hipotecar nuestra supervivencia y bienestar por el beneficio económico de unos pocos, y todo lo que ello conllevaba para reforzar las estructuras de poder existentes.

Mi sorpresa fue que la mayoría de la gente respondía «no», que quienes tenían el poder social, político y económico no habrían reaccionado renunciando a sus beneficios por el bien futuro de una humanidad que no vivirían.

Lo que vemos en la actualidad respecto al mismo tema, y la negativa a abordar el problema del cambio climático y el calentamiento global con más determinación, les da la razón, con lo cual no creo que el comportamiento sea muy diferente en otros temas como el que planteo en el libro sobre los influenciables y el universo de la influenciabilidad.

Aun así, guardo un poco de esperanza porque en este caso el impacto es sobre toda la sociedad, y quienes primero y más gravemente lo sufren son nuestros hijos y nuestras hijas.

Y sinceramente, si en el siglo XIX padres y madres hubieran visto enfermar y morir a sus hijos e hijas por los efectos de los gases contaminantes y hubieran sabido que la causa era esa contaminación industrial, creo que habría habido una reacción en contra de todo ese proceso de desarrollo económico y social.

Ya te he explicado el origen de la pregunta. No sé cuál habrá sido tu respuesta y cuál es tu decisión para seguir o no seguir leyendo el libro. Si lo haces creo que te resultará de utilidad, y estoy convencido de que hablaremos de todo lo que en él explico en algún momento.

LEYENDA DE LAS IMÁGENES

(Miguel Lorente Martínez)



1. NO MIRES ARRIBA

Un mundo nuevo ahí fuera por descubrir reflejado en los objetos y símbolos que rodean al niño, y su curiosidad cómo brújula y motor que le empujan a seguir explorando frente al entorno empobrecido y la indiferencia que la abducción de los *smartphones* nos provoca. El asedio constante de notificaciones y la evasión que este nos proporciona tras un largo día de trabajo nos impide mantenernos conectados con el presente, llevando a una multitud de riesgos y consecuencias negativas.



2. LA INFLUENCIA

La llegada del *smartphone* y su permanente accesibilidad a internet nos ha encadenado a una avalancha diaria de datos, publicaciones, noticias y mensajes de la que es prácticamente imposible refugiarse. Dicho fenómeno nos ha llevado a sentirnos drenados y fatigados ante la constante demanda de atención que se requiere, interfiriendo así en el sueño, atención, memoria, relaciones sociales y actividades recreativas, así como en nuestra regulación emocional, pensamiento y autonomía.



3. LOS INFLUENCIABLES

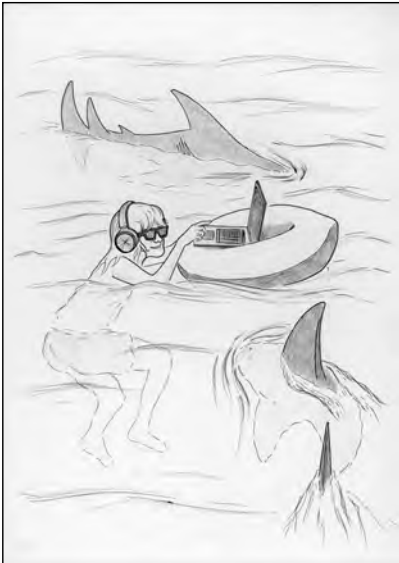
Influenciables somos todos aquellos que estamos sometidos bajo el dominio del algoritmo condicionándonos así nuestra vida y toma de decisiones. Somos todos aquellos que de manera automática, sin darnos cuenta, consultamos las redes en los momentos muertos sin un propósito definido. Que ven *videoblogs* pero no viajan, que descubren recetas pero no cocinan, que ojean rutinas pero no entrenan, que escuchan datos pero no aprenden. Influenciables somos todos aquellos que deslizan sus dedos de publicación en publicación, compartiendo *memes*, consumiendo contenidos, mientras dejamos que el tiempo se evapore y nunca más regrese.



4. LOS INFLUENCERS

Comenzaron siendo usuarios normales de redes sociales que usaban estas como medio de entretenimiento para ellos mismos compartiendo sus gustos, aficiones y estilos de vida. Tras el apogeo de las redes sociales debido al fácil y permanente acceso a internet en los diferentes aparatos tecnológicos, esto se convirtió en un oficio rodeado de marcas, agencias, intereses y contratos de publicidad.

Hoy día, los hay de todo tipo. Desde aquellos sensibilizados con la responsabilidad que conlleva ser ejemplo de miles o millones de jóvenes en todo el mundo, hasta los que perdieron el contacto con la realidad y viven en su burbuja ajenos a las injusticias y desigualdades que hay a su alrededor.



5. INFLUENCIA LÍQUIDA

Vivimos en una sociedad líquida, fluida, frágil y endeble. Una sociedad en la que el constante cambio nos lleva a la incertidumbre, a la pérdida de identidad y de sentido de pertenencia. Una sociedad en la que la influencia lo impregna todo, colándose por cualquier tipo de rendija de manera escurridiza hasta dejarnos sumergidos en un vacío y falta de propósito. La propia realidad se convierte en un riesgo y una amenaza.



6. LA RUTINA Y SUS TRAMPAS

La perfecta e idónea vida de la que somos diariamente espectadores desde nuestra caótica y descontrolada realidad. Rutinas y estilos de vida falsos e irreales que nos proporcionan una cómoda y esporádica vía de escape, que dejan de lado así la oportunidad de ordenar nuestra existencia y relaciones, y nos hacen sentir insuficientes al comparar la vida propia con la de los demás.



7. CULTURA DIGITAL

La tecnología ha reemplazado los sólidos cimientos de la cultura, las creencias, los valores y el conocimiento por el rápido y frágil acceso a datos. Las personas, hoy día, no sienten necesario pertenecer o saber. Basta con tener al alcance el dispositivo que cubra su demanda en cuestión, lo cual lleva a una nueva organización y dinámica social. Ahora se rinde culto al *wifi* y se tienen infinitas fuentes de información, pero sin alcanzar el conocimiento.



8. ENGANCHADOS

El placer esporádico y la gratificación instantánea nos ha llevado a desarrollar una dependencia excesiva y compulsiva del *smartphone*, y nos hace sentir la necesidad de revisarlo constantemente, incluso en momentos inapropiados ante el miedo irracional de perdernos algún nuevo contenido del campo digital. Todo ello deteriora nuestras relaciones sociales y lapida los puentes que nos unen a través de las relaciones sociales.



9. INFLUYE QUE ALGO QUEDA

Las *fakes news* y bulos se han vuelto habituales en los medios de comunicación y en las redes sociales de las que somos partícipes. Estas están diseñadas para que los contenidos encajen perfectamente con los que creíamos previamente, y reforzar así nuestras creencias. La situación convierte nuestras ideas más rígidas al estar bajo la influencia de emociones intensas como el miedo o el odio, en lugar de haber sido forjadas desde el razonamiento crítico. Ante la dificultad de esclarecer y discernir qué es verdad o mentira, se cae en la trampa de ir al contenido que reafirma nuestra posición. Todo ello polariza nuestras ideas y convierte las diferencias de opinión en conflictos identitarios.



10. LA EXPERIENCIA DE LA INEXPERIENCIA

La teoría ha sustituido a la práctica, los datos han reemplazado a la experiencia y las fuentes de información han desbancado a la historia y su narrativa. La mirada de aquellos que representaban una figura de escucha, comprensión, afecto, conocimiento y consejo se ha visto eclipsada ante la cegadora y resplandeciente luz de la pantalla. Personas con la experiencia de toda una vida a sus espaldas se sienten fuera de lugar ante la dificultad de *actualizarse* y estar a la orden del día en los nuevos avances tecnológicos, mientras que los recién llegados, inmersos en un ilusorio mundo digital desde edades muy tempranas, no podrán desarrollar de manera óptima las herramientas necesarias para desenvolverse en el mundo real.



11. LA NUEVA OBEDIENCIA

Como fichas de tablero, estamos vigilados y monitorizados para saber qué vemos, qué nos gusta, qué reproducimos o qué ignoramos, y de ese modo entender qué tipo de contenido es el que nos mantiene enganchados a las plataformas. Al igual que las *fake news* y otras esferas de la vida, la repetición crea realidad, y la misma narrativa hace que nuestra mente la perciba como más común, más aceptada y más verdadera. La influencia del algoritmo es inconsciente e indirecta, pero real. No impone ideas, sino que a través de lo que vemos, moldea nuestra forma de pensar, actuar y consumir para que hagamos lo que quieren que llevemos a cabo.



12. MAMÁ... QUIERO SER INFLUENCER

Niños y adolescentes pasan hoy sus días refugiados en su mundo *online*, en lugar de en lúdicos parques o pistas deportivas. El aumento de privación social y la falta de tiempo físico y de calidad con amigos y amigas ha quedado de lado para estar sobreexposados a usuarios virtuales, ya sean conocidos o desconocidos. La actividad física y el juego libre han sido reemplazados por el sedentarismo, los juguetes por tablets, y el placer y la recompensa real han dado el relevo a estímulos volátiles mantenidos a base de destellos, sonidos, vibraciones o bebidas energéticas. Los niños y niñas ya no quieren ser futbolistas, actrices, médicos o astronautas. Hoy solo siguen a sus nuevos ídolos.



13. LAS MALAS INFLUENCIAS

Las redes sociales y las nuevas tecnologías actúan como «rampas de salida» hacia el camino cómodo, rápido y sencillo, y hacen que todo tipo de actividad que requiera un esfuerzo cognitivo, memoria o atención, o que exija cierta tolerancia a la frustración sea abandonada en el momento en el que salta una notificación o simplemente contemplen su *smartphone*. Y todo esto ocurre igual con las figuras que llegan a ser el ejemplo a seguir de las futuras generaciones. Celebridades que representan y reflejan una vida banal y superficial en la que los valores que construyen una sociedad mejor y el pensamiento crítico quedan abandonados por las «apariencias» mostradas en un catálogo de fotos.



14. APOCALIPSIS DIGITAL

Simboliza un colapso progresivo y silencioso por cómo la tecnología modela y cambia nuestra manera de pensar y de relacionarnos con el entorno. Una tecnología que nos mantiene aislados de la realidad y de los problemas ajenos sin ser conscientes de las consecuencias que ello conlleva y sin ser capaces de mirar más allá de nuestro ombligo o de nuestra cara en el *selfie*. Luego todo ello se edulcora con retoques y filtros para fingir que todo va bien.

Y va bien, pero hacia el caos personal y social.



15. HATERS

Cuando el continuo contraste de vidas del que somos espectadores en las redes sociales y la polarización ideológica se vuelven parte de nuestra normalidad, la empatía y el entretenimiento pueden verse opacadas por sentimientos como la envidia y el odio, convirtiendo a la otra persona en un blanco. De esta manera, las redes se vuelven en un campo de batalla idóneo donde el desacuerdo se convierte en hostigamiento y la crítica en violencia.

La falta de un espacio seguro, dada la imposibilidad de desconectar y huir del mundo digital, así como la facilidad de formar parte de ese proceso por medio del anonimato, conforman el caldo de cultivo perfecto para crear campañas de acoso y violencia en cualquier ámbito.



16. MI TÍO MANOLO Y LA SOLUCIÓN

La experiencia siempre ha sido una fuente de aprendizaje y conocimiento que llevaba a potenciar todo aquello que había tenido un resultado positivo, y a cambiar todo lo que conducía a un resultado desfavorable. Es algo que he vivido y presenciado en la relación entre mi abuelo Miguel, padre de mi padre, y el tío Manolo. Una relación estrecha basada en la confianza y aprendizaje mutuo, en el debate y diálogo abierto, en la empatía y asertividad, y en el sentimiento de conectar puntos construyendo puentes entre sus diferencias y distintos puntos de vista para llegar así al mismo puerto.

Sin embargo, hoy nos han hecho renunciar a este tipo de filosofía, a esa lección de vida, y a sustituir nuestra propia aventura por el testimonio mal contado de la falsa experiencia de un desconocido detrás de una pantalla.



17. PROTECCIÓN FÍSICA, DESPROTECCIÓN DIGITAL

Dado que el entorno y los habituales espacios de recreo y juego como la calle, los patios, el parque, etc. podían llegar a ser peligrosos, al igual que dejar a los niños y niñas libres sin ningún tipo de supervisión, de manera progresiva se fueron instaurando en la educación de estos jóvenes medidas restrictivas de cara a prevenir posibles accidentes. El aumento de este tipo de normas y la falta de autonomía y confianza depositada en ellos, junto con el aumento de dispositivos móviles y plataformas online empujó a estas nuevas generaciones a resolver su aburrimiento y falta de actividad en el uso de estas nuevas tecnologías. Hoy día, encontramos una sobreprotección en el mundo físico mientras que no existen aún suficientes medidas legales y educativas que protejan a estos niños y adolescentes de los peligros de las redes sociales y la sobreexposición en el mundo digital. Este escenario, además de ser el germen de multitud de consecuencias negativas y de la polarización, también facilita el aumento de las personas influenciables.

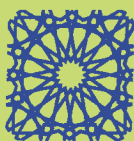
SI LAS REDES SE PRESENTAN como una fuente de problemas para los jóvenes y los no tan jóvenes, no es por los influencers, los algoritmos, ni los scrolls infinitos, sino por los influenciados. Por eso no bastan las prohibiciones.

El influenciado es una persona sin sentido crítico y sin conciencia de la situación que vive. Una falta de conciencia que es sustituida por una «fe-tendencia» desde la que define la realidad a partir de tres referencias: la sintonía con el contenido de las diferentes propuestas que le llegan, el número de personas que actúan en el mismo sentido, y el peso de la persona que lo crea o propone (influencer).

Todo ello bajo una idea de libertad al presentar su decisión como una opción entre otras muchas, sin ser consciente de que solo elige entre lo que le ofrecen.

Es la nueva obediencia nacida de una educación que deja atrás el saber y el pensamiento crítico, y favorece la influenciabilidad para que la gente haga lo que se le dice, bien sea sobre el consumo, el ocio, los viajes... o la política. Todo para mantener la cultura de la influenciabilidad y a sus influenciados, sin dudar en utilizar la mentira y los bulos, el odio y la violencia online para polarizar y justificar lo que haga falta con tal de mantener su orden.

El éxito del modelo se demuestra cuando gran parte de la juventud afirma que «quiere ser influencer», pero nadie pide que se haga algo para dejar de ser influenciado.



COMARES
editorial

ISBN 979-13-7033-086-6



9 791370 330866