

LAS CELEBRIDADES NO LLORAN, FACTURAN

Por Paula Calderón Buitrago

© @paulacalderonbt 🐦 @paulacalderon_



Artistas, políticos y celebridades no solo utilizan las redes sociales para divulgar sus logros, también las usan para monetizar las situaciones dolorosas y difíciles que afrontan en la vida o que perciben en su entorno, con el fin de lograr la atención de sus espectadores.

Las redes sociales iniciaron como un pasatiempo o una forma de compartir fotografías y comentarios de forma instantánea. Hoy, son una fuente de información, diversión, debate y riqueza. La ecuación es sencilla: a mayor conflicto entre celebridades o polémica de políticos, mayores ganancias o beneficios obtienen los famosos y dueños de estas plataformas, dada la atención que les brinda el público; por ende, se aumentan los clics, reproducciones, descargas y dependencia de sus seguidores. Tal es el impacto, que empresarios como Elon Musk, fundador de SpaceX, CEO de Tesla y Twitter, es considerado como el hombre más rico del mundo, de acuerdo con el estudio publicado por la revista Forbes en noviembre de 2022, gracias a su inmersión en el mundo digital y tecnológico.

La influencia de las redes es tan grande que celebridades como Shakira, el príncipe Harry, Megan Markle, el presidente Nayib Bukele e, incluso, Donald Trump las han utilizado a su favor para generar fama, tendencias, salir victoriosos en elecciones populares, superar desamores y hasta obtener dinero para saldar sus deudas tributarias o suplir, muchas veces, su silenciosa bancarrota. Lo que parece una simple reproducción de un video, en ocasiones, tiene detrás un objetivo monetario invisible para los consumidores.

Mientras las mujeres se empoderan escuchando la canción de Bizarrap y Shakira, en la cual se habla de la infidelidad de Gerard Piqué, el pasado miércoles 25 de enero, la cantante se posesionó como la primera artista latina en superar los 70 millones de oyentes mensuales en la historia de Spotify, además de recibir más de 68.250 dólares,



de acuerdo con cifras establecidas por el portal La República de Guatemala.

Sin embargo, la intérprete de «Las caderas no mienten» no es la única. Celebridades como el príncipe Harry y su esposa Megan Markle, tras decidir abandonar los títulos de «alteza real», perdieron significativos beneficios económicos, de manera que, se han dedicado a hacer un ejercicio de catarsis en el cual han hablado públicamente de lo que, según ellos, han «soportado» y de los «tratos injustos» al interior de la familia real, logrando un lucro económico por la venta de sus anécdotas. De acuerdo con cifras establecidas por Forbes Argentina, la pareja firmó un contrato por cinco años de US\$100 millones con Netflix en septiembre de 2020 para la realización de documentales, programas y series, además de las más de los 3,2 millones de ventas en la primera semana de publicación (10 al 15 de enero de 2023) de su más reciente libro Spare: En la sombra, de acuerdo con el portal Los Angeles Times.

Desde otro costado de la fama, pero a nivel político, el expresidente y empresario Donald Trump obtuvo el triunfo de las elecciones presidenciales en el 2016 aprovechando el ambiente de polarización y desesperanza que había en EE. UU. De manera que Trump y su director digital, Brad Parscale, decidieron utilizar las redes sociales a su favor, generar credibilidad y esperanza utilizando Twitter y Facebook como sus



principales herramientas. Dicha estrategia los llevó a la victoria, tal como lo afirma Marc Benioff, CEO de Salesforce: «Sin Twitter, no creo que tuviéramos hoy como presidente electo a Trump». A su vez, las comunicaciones en sus redes han sido tan polémicas que fueron cerradas temporalmente bajo el argumento de que Trump difundió un «discurso de odio». Hasta finales de 2022 fue restablecida su cuenta en Twitter por Elon Musk y el pasado 25 de enero, Nick Clegg, responsable de asuntos internacionales de Meta, anunció el levantamiento de la suspensión de las cuentas de Facebook e Instagram del empresario, diciendo: «El público tiene que poder oír lo que dicen los políticos para poder tomar decisiones»

Otros expertos, como Juan Carlos Lara, director del área de Investigación y Políticas Públicas de la

ONG latinoamericana de Derechos Digitales, afirma: «si bien los presidentes de la región son asesorados por expertos en comunicaciones, también tienen la influencia de Trump». Tal aseveración es el reflejo de cómo el presidente del Salvador, Nayib Bukele, ha manejado su gobierno: lo ha hecho en gran parte a través de las redes sociales, incluso, da instrucciones a sus ministros por Twitter. Dicha cuenta tiene 4,6 millones de seguidores. Así funciona el mundo digital: Las celebridades monetizan sus desdichas, potencializan sus virtudes en medio de la adversidad y los espectadores, contribuyen a la expansión de su riqueza al prestar su atención y observar los sucesos que ocurren en sus vidas. Tal como dijo Shakira: «Las mujeres ya no lloran, las mujeres facturan», frase que también aplica para cualquier celebridad, en Colombia y en el mundo.

