<https://www.elcorreo.eu.org/INSTAGRAM-HA-MATADO-A-LOS-INTELECTUALES>

INSTAGRAM HA MATADO A LOS INTELECTUALES

- Fil rouge -

Date de mise en ligne : mardi 2 septembre 2025

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Cómo pasamos de [Pier Paolo Pasolini](#) y [Carla Lonzi](#) a los gurús-influencers del mundo editorial y de las redes sociales, sin siquiera darnos cuenta. [1]

Todos conocemos, y hemos tarareado al menos una vez, la famosa canción « [Video Killed the Radio Star](#) » de *The Buggles*, lanzada en 1979. La famosa canción cuenta la historia de una estrella pop de la radio que es suplantada por artistas que utilizan los videos musicales como una nueva forma de expresión artística, revolucionando por completo la forma en que el público general disfrutaba de la música y el arte y marcando para siempre la primacía de la televisión sobre la radio, para entonces relegada a un segundo plano. Incluso *Queen*, una de las bandas más importantes de la historia de la música, abordó el declive de la radio en la canción « [Radio Ga Ga](#) ». Freddy Mercury, por cierto, cantó : « *Someone still loves you...* » [Alguien todavía te ama...], capturando en música la nostalgia y la profunda melancolía que la desaparición de la radio causó en quienes habían hecho de la radio y la música los pilares de su arte. Estas dos piezas, conceptualmente tan simples, en realidad musicalizaron el análisis de un cambio que desbordaría para siempre los mecanismos de la comunicación y, en consecuencia, la sociedad.

¿Por qué hablo del colapso de la radio en los años 70, de Queen, y del auge de la televisión en un boletín informativo que cubre geopolítica y crisis internacionales ?

En realidad, la conexión no es tan compleja como podría parecer. Es precisamente en esta época de crisis internacional, conflicto y desorientación generalizada que debemos responder a una pregunta fundamental : ¿qué pasó con los intelectuales ? ¿Dónde están esas figuras prominentes que dominaron el panorama sociocultural italiano durante los años 70 y 80, que se posicionaron, que ofrecieron herramientas para comprender la realidad, que se manifestaron junto a los trabajadores y participaron fervientemente en el debate público sobre los principales problemas de la época ? En resumen, ¿dónde están esas personas que pueden ayudar al público a navegar el caos de un mundo cada vez más conflictivo, que plantean preguntas, articulan problemas y, sobre todo, que se posicionan ?

La respuesta es sencilla : *Instagram* mató a los intelectuales, tal como « el vídeo mató a la estrella de la radio ».

Hubo un tiempo en que el intelectual era una figura extremadamente culta y autoritaria, pero a menudo también rebelde, provocador, contradictorio, lleno de luces y sombras, y en ocasiones controvertido. El intelectual no se preocupaba excesivamente por *complacer* al público, abrazar las opiniones mayoritarias ni expresar posturas convenientes. No tenía pretensiones de caer bien : al contrario, al estar frecuentemente involucrado en la vida política y el debate público, y al estar involucrado en partidos y movimientos, los choques entre posiciones y opiniones eran casi siempre feroces, y las confrontaciones dialécticas se libraban sin tapujos. Conceptos como *neutralidad* o *imparcialidad* ni siquiera existían : estas son categorías peculiares de nuestra sociedad occidental contemporánea, profundamente despolitizada y poshistórica. Una sociedad donde la política, tomando una postura pública, se concibe como intrínsecamente negativa, en lugar de, como se entendía clásicamente, la participación activa en la vida de la ciudad «*la polis*» : la actividad que transforma al hombre en ciudadano, en un hombre que participa, porque ...la libertà è partecipazione... (la libertad es participación), como cantaba [Gaber](#). Participación en la vida social, y por tanto en la política : porque la política –incluida la política internacional– y la sociedad están inextricablemente entrelazadas.

Hoy vivimos en una realidad completamente diferente. Ante el genocidio en curso en Palestina, los ciudadanos se han vuelto mucho más capaces de posicionarse, expresar su indignación, organizarse y comunicarse que los principales intelectuales de la escena italiana. Pienso en [Roberto Saviano](#) o, refiriéndome a un episodio ocurrido ayer mismo, en el caso de [Chiara Valerio](#). Tras dos años de masacre indiscriminada, la eliminación física, principalmente de mujeres y niños pequeños, y ante una hambruna terrible, quienes se esperaba que fueran las

voces más fuertes en defensa de los valores y principios compartidos se han refugiado en un silencio casi vergonzoso. ¿Cómo pudo suceder todo esto ?

Aquí necesitamos dar un paso atrás y comprender cómo funciona la producción editorial y cultural en la Italia contemporánea. Hemos pasado de la cultura como « **vocación** » (del latín *vocare*, que, al igual que el alemán *Beruf* (profesión), indica una « llamada » en un sentido casi teológico) a la cultura de mercado, donde los contratos editoriales, las editoriales y los « amigos de amigos » han sustituido por completo el papel del intelectual como voz de la disidencia, así como el del periodista como « perro guardián del poder ». Hoy, para salvaguardar su posición privilegiada en el panorama cultural contemporáneo, el intelectual o el periodista se ven obligados a hacer exactamente lo contrario de un Pasolini o una Carla Lonzi, que incluso *escupió a Hegel* : estar lo más cómodo posible, no ofender a nadie, no expresar su disidencia. Adoptar una postura crítica, por ejemplo, denunciando la masacre en curso en Palestina, o sobre cualquier otro tema de relevancia nacional o internacional, automáticamente convierte la figura del intelectual en algo completamente repelente para el sistema informativo-cultural contemporáneo, que se basa, en cambio, en la uniformidad y la despolitización total del pensamiento.

El intelectual o periodista no debe tomar partido. Pero ser *imparcial* significa precisamente *no tomar partido*, volviendo así neutral cualquier tema, discusión o asunto. El intelectual, que antes ponía su inteligencia y talento al servicio de otros, ahora los pone al servicio de sus propios intereses personales y profesionales, del mantenimiento de su posición de poder y, en consecuencia, de la preservación de las cosas *tal como son*. Y así, el intelectual, antaño vanguardia cultural y política, fue superado por su propio público, convirtiéndose en retaguardia : la condena de Israel por parte de estas figuras llegó *más de dos años después* de la de las decenas de miles de personas que se manifestaron en Roma en octubre de 2023 para exigir un alto el fuego, hablando abiertamente, incluso entonces, de genocidio.

El colapso de la función pública del intelectual se produce, no por casualidad, junto con un importante declive cultural general. Hace poco, por curiosidad, leía la lista de los libros más vendidos en Italia : uno de los más comprados en Amazon era « *La dieta cetogénica - a mi manera* ». Me planteé dos preguntas. La primera es : ¿para qué escribo si nadie me lee ? La segunda, y mucho más importante, es : ¿cómo hemos llegado a este punto ? La respuesta, como te habrá dicho tu madre al menos una vez en la vida, siempre está ahí : *ese maldito teléfono*. Mientras que durante las décadas de 1960, 1970 y 1980, los intelectuales operaban en un panorama mediático muy limitado, con pocas cadenas de televisión, periódicos, revistas y editoriales, hoy cualquiera con un teléfono puede expresar su opinión y hacerse oír a través de *las redes sociales*.

El auge de las redes sociales ha tenido algunas consecuencias fundamentales :

- El fin de la autoridad intelectual
- El fin de la complejidad en favor de la velocidad

El gran volumen de voces disponibles en las redes sociales ha hecho que sea verdaderamente difícil atribuir y reconocer la autoridad intelectual de un simple influenciador *de noticias* o *de libros*. Cualquiera con un número más o menos grande de seguidores se convierte automáticamente en un punto de referencia cultural : si tanta gente sigue a este o aquel individuo, debe haber una razón. Mientras que alguna vez, antes de establecerse como intelectual y ganarse un escenario y un micrófono, uno tenía que publicar libros, participar en conferencias, participar en debates públicos con otros intelectuales e incluso participar en la vida política y social, hoy el proceso se ha invertido : *uno publica libros y se vuelve parte de la vida pública porque ya tiene una audiencia*.

El mundo editorial se ha transformado así en una industria cultural : escritores talentosos pero desconocidos son publicados con anticipos insignificantes (o, en su mayor parte, no se publican en absoluto). Los académicos e

investigadores incluso pagan a las editoriales de su propio bolsillo para que publiquen sus estudios . Por el contrario, los comentaristas en línea, los *influencers de noticias* o simplemente aquellos que, por una razón u otra, son conocidos en las redes sociales, firman contratos de publicación por valor de decenas de miles de euros con las principales editoriales. Esto se debe a que la publicación es un mercado y, como cualquier mercado, se trata de vender : si John X o John X puede contar con decenas o cientos de miles de seguidores, el libro tiene garantizado un margen de ventas bastante alto, sin que la editorial tenga que esforzarse mucho en promocionarlo, y con un margen de riesgo bastante bajo para el editor.

En consecuencia, los libros de los *influencers* suelen ser productos únicos, de los que se habla, generalmente exclusivamente en redes sociales, durante los primeros tres meses, y luego desaparecen por completo tanto de las historias de *Instagram* del autor como de los estantes de las librerías : esto se debe a que son productos y, como todos los productos, tienen fecha de caducidad. Al carecer de la ambición “o la posibilidad” de convertirse en textos de referencia política o cultural, que requieren estudio, investigación, experiencia, profundidad analítica, teórica y político-intelectual, los libros se convierten en fenómenos transitorios que rápidamente se desvanecen en el olvido como cualquier otro bien de consumo. Estos libros cumplen la misma función para el mercado que la camiseta que compraste en Shein el año pasado en plena compra compulsiva : impulsar el capitalismo mediante la promoción del consumo ; en este caso, el sector editorial.

Y aquí llegamos al segundo punto

Las redes sociales favorecen la velocidad sobre la complejidad. Los *influencers* de noticias y los comentaristas sociales a menudo están obsesionados con explicar las cosas de forma sencilla. Se ofrecen al público cuestiones políticas, sociales o internacionales complejas como se le ofrece una cucharada de comida para bebés a un recién nacido . Desde la COVID-19 hasta la migración, desde el conflicto ruso-ucraniano hasta cómo votar en las elecciones, pasando por la guerra entre Irán e Israel : todo se puede resumir en infografías o en un *reel* [carrete] diario en el que no se pide a la gente que piense, se informe o lea libros, sino que consuma ese contenido específico, normalmente basándose en la *tendencia* del día o de la semana. Las redes sociales persiguen las noticias en lugar del análisis, en un mecanismo que se autoperpetúa e inunda al público con estímulos incesantes y continuos que, por su propia naturaleza, son incompatibles con el pensamiento crítico, que requiere tiempo, análisis y comparación de fuentes. Esta simplificación extrema está estrechamente vinculada al mercado editorial. Los *carretes brillantes*, las infografías coloridas, el libro recién estrenado que resume todo el conocimiento humano en doscientas páginas son *lo que hay que consumir*. Y así es como el *influencer* se convierte en autor y entra en el debate público y cultural, participando en presentaciones, siendo invitado a debates públicos y conferencias, casi siempre sin ningún conocimiento científico o académico sobre los temas que defiende. La única regla a seguir ya no es *de qué* hablar, sino de qué se habla *ahora*, lo que es tendencia *hoy*, qué está de moda *ahora* mismo.

El nacimiento de las redes sociales ha traído otra consecuencia importante : el fin de la audiencia masiva y el nacimiento de las « burbujas ». La audiencia masiva murió junto con el intelectual. Hoy, con la llegada de las redes sociales, toda figura, más o menos conocida, forma parte de una « burbuja », que no suele comunicarse con ninguna otra. Estas burbujas de audiencia son infinitamente pequeñas comparadas con el tamaño de la masa : la *cuota más pequeña* de cualquier programa de televisión sigue siendo mayor que la audiencia que forma parte de cualquiera de estas burbujas. Basta con escuchar las conversaciones en la calle, en las mesas de los restaurantes, en el transporte público : comprenda de qué habla realmente la gente. En el mundo real, casi nada de lo que ocurre en las redes sociales impacta de alguna manera la vida cotidiana de decenas de millones de personas. Sin embargo, cada una de estas figuras lucha constantemente por hacerse con una porción cada vez mayor de la burbuja, al ritmo de las infografías y *los reels*, porque una mayor audiencia significa más dinero por adelantado para el próximo libro y mayores posibilidades de alcanzar *el éxito*.

INSTAGRAM HA MATADO A LOS INTELLECTUALES

Dicho esto, no debemos caer en la trampa de demonizar *abiertamente* las redes sociales, que, sin embargo, han dado voz a académicos, activistas, periodistas y escritores que, de otro modo, habrían sido ignorados en el debate público. Y, especialmente durante la masacre en Palestina, las redes sociales han sido y siguen siendo la herramienta principal para difundir imágenes y noticias que de otro modo serían censuradas, así como para canalizar y organizar la disidencia pública. No se trata de « abandonar las redes sociales », lo cual sería una forma inútil y regresiva de *ludismo*, sino de « habitar la contradicción », utilizando el *medio* simplemente como una herramienta y nunca como un fin.

Yo también, que comencé mi trabajo de difusión de política internacional —un tema que he estudiado durante años— en las redes sociales, ahora sólo las uso cuando siento que tengo algo genuino que decir y para indicar espacios de encuentro fuera de las redes sociales.

Porque es precisamente en este clima de crisis internacional que hoy más que nunca es necesario redescubrir la crítica, el análisis y la comprensión de las cosas y sus causas.

Es crucial no ceder a esta mercantilización de la cultura : delegar a este o aquel comentarista social la tarea de explicarnos cada acontecimiento en un conveniente *reel* de treinta segundos, en cuatro diapositivas de *Instagram* o en unas pocas páginas de un libro, que a menudo no es más que una colección de *historias* o *publicaciones previas*. Así como es profundamente necesario comprender y desactivar los mecanismos que subyacen al mercado editorial y cultural italiano, y confrontar a los intelectuales con su propio silencio. Se trata de buscar a los intelectuales donde se encuentran : en los movimientos políticos, en las academias, incluso en los tan *odiados* partidos políticos, y sobre todo en los clásicos tradicionales, que por su propia naturaleza, sin importar cuántas veces se lean y estudien, siguen siendo inconsumibles.

Y, por último, se trata de despojar del cetro *intelectual* a quienes hoy son incapaces de posicionarse : porque traicionan lo que debería ser la esencia misma, la función pública y el rasgo esencial del intelectual. Hoy como entonces.

Beata Sabene* para su página [L'Insalata politica](#)

[L'Insalata politica](#). Italia, 2 de agosto de 2025.

***Benedetta Sabene** es periodista y autora. Su página personal : [Beata SabeneL'Insalata politica](#)» <https://benedettasabene.substack.com>] por Benedetta Sabene

Original : « [INSTAGRAM HA UCCISO GLI INTELLETTUALI](#) » di Benedetta Sabene, 2 agosto de 2025

Traducido del italiano para [El Correo de la Diáspora](#) por : Carlos Debiassi

[El Correo de la Diáspora](#). París, le 25 de agosto de 2025.

Post-scriptum :

L'Insalata politica es el resultado de muchas horas de trabajo e investigación, pero quiero que sea accesible para todos. Por eso es gratuito, pero solo puede continuar con tu apoyo. Si quieres, [invítame a un café al mes](#) o [haz una donación por PayPal](#) . ¡Gracias por tu apoyo !

[1] **Aviso legal** : Esta es una reflexión completamente personal sobre la publicación, el periodismo y el papel de los intelectuales hoy en día. No pretende atacar a nadie en particular, aunque se citarán algunas figuras públicas como ejemplos. No pretendo demonizar a ningún activista, comunicador o experto que utilice las redes sociales para difundir conocimiento, noticias u opiniones, ni a quienes se benefician de ellas. Mi análisis busca analizar los mecanismos que producen algunas de las contradicciones que experimentamos hoy y ofrecer elementos de reflexión. La inspiración para abordar este tema, que siempre me ha interesado, proviene de este artículo, « [The death of the public intellectual](#) », que los invito a leer.