

Traficantes de halagos

La mejor manera de impedir que los narcisistas tomen el poder es abordar las amenazas que inquietan a los ciudadanos



FERNANDO VICENTE



IRENE VALLEJO

31 MAY 2026 - 05:30 CEST

🕒 f X ↗ 20 🗨

Añadir EL PAÍS en Google

En los hipnóticos escaparates de las redes sociales, la influencia se puede comprar. Existen empresas que ofrecen [admiración de alquiler](#): seguidores, comentarios entusiastas, adhesiones apasionadas, elogios en serie —aunque no en serio—. La reputación tiene un precio, y la alabanza amañada catapulta a quien paga. Después de todo, la palabra *fama* proviene del verbo latino *fari* —hablar—, ya que famoso es quien está en boca de todos. Curiosamente, de la misma raíz deriva *fábula*: la celebridad tiene algo de cuento. Siguiendo el hilo y la melodía lingüística, *fanfarrón*, del árabe hispano *farfar*, significa “inestable, volátil, charlatán”. En esta feria de las banalidades, la vanidad digital cultiva el truco y trato.

La compra de ovaciones tiene precedentes antiguos. [El historiador romano Suetonio](#) cuenta en [sus crónicas](#) que Nerón amaba la música y, aun siendo su voz débil y ronca, insistía en dar recitales. Pagó sumas exorbitantes para que 5.000 jóvenes reclutados aplaudieran sus lamentables interpretaciones. Esta argucia serviría como inspiración a las claques europeas. En el siglo XIX, surgieron agencias que proveían a los teatros y autores de aduladores, un mecanismo que derivaría con el tiempo en [las risas enlatadas de la televisión](#). El principio es el mismo: escenificar el éxito ayuda a triunfar. Tener público, aunque sea ficticio, genera publicidad. Ahí nacen las campañas dopadas y la demoscopia fantasiosa. Como intuyó Nerón, pionero de la mercadotecnia, es posible conseguir poder verdadero a través de la fama falsa.

Esta es una lógica que encumbra, cada vez más, a ególatras y aduladores. Las apariencias nos engañan y nos encantan; el prestigio, como su nombre indica, ama a los prestidigitadores. Desde tiempos de Nerón, una y otra vez, numerosas sociedades se han entregado, seducidas y convencidas, [a fatuos arrogantes](#). La teoría proclama que los grandes líderes son quienes

anteponen su misión a su ego, el interés público a la vanidad personal. En principio, los narcisistas son fáciles de identificar: se jactan de sí mismos, reclaman atención constante, se sienten con derecho a un trato especial y, cuando no lo obtienen, se erigen en víctimas y airean sus quejas. Pero, paradójicamente, todavía hoy, continúan hechizando y atrapando voluntades.

Un estudio sobre las elecciones estadounidenses entre los siglos XIX y XX reveló que, en tiempos de inestabilidad social, la gente deseaba un presidente que transmitiera aplomo, audacia y dominio. La abrumadora sensación de incertidumbre y ansiedad es propicia para las voces autoritarias que prometen restaurar el orden y para los ególatras embriagados de confianza y desafío. Como [explica Giuliano da Empoli](#) en su ensayo *La hora de los depredadores*, el caos ya no es el alma de los rebeldes, sino el sello distintivo de los poderosos. En un mundo impredecible gana el actor que se mueve con mayor decisión, de forma más agresiva, más sorprendente, el que impone su propia realidad. Serán avasalladores, pero nunca aburridos: [folclóricos, extravagantes y cínicos](#), un espectáculo entretenido. Responsabilizarse es serio y tedioso; tiene más gracia atesorar medallas, coleccionar aplausos y atribuirse logros legendarios.

Sin embargo, sabemos que las personas con altos niveles de narcisismo son peores gobernantes. La experiencia enseña que están más dispuestas a manipular a los demás, a [tomar atajos y esquivar las normas](#). Intentarán deshacerse de todo lo que ralentiza y limita su voluntad, ya sean los procedimientos garantistas, las leyes, los periodistas, los contrapoderes o los jueces. Se atribuyen todos los méritos mientras culpan a los demás de los fracasos. Se jactan de ser escudo frente a amenazas que ellos mismos crean y contra enemigos a los que previamente azuzaron. Consideran el liderazgo como una oportunidad que deben aprovechar; el poder es para ellos más un vicio que un servicio. El legado de estos líderes con frecuencia queda empañado por los desmanes despóticos y nepotistas, la corrupción y la *hybris* de decisiones desastrosas.

Intoxicados por las loas de los aduladores, estos líderes corren el riesgo de caer en la obstinación y negarse a cambiar de rumbo. En ocasiones, jaleados por sus colaboradores incondicionales, se enrocan en su torreón o

se lanzan a galopar hacia temerarias decisiones y ostentaciones. En una época de constantes desahucios, el emperador Nerón, enamorado de los ornamentos dorados, se empeñó en construir una enorme mansión, [la Domus Aurea](#), en pleno centro de Roma, con incrustaciones de oro y madreperla que destellaban bajo el sol, además de un lago artificial y una colosal estatua suya de más de 30 metros. Uno de sus predecesores, [Calígula](#), despreciaba a los consejeros que no se plegaban a sus deseos, así que depositó toda su confianza en un caballo originario de Hispania llamado *Incitatus*, es decir, *Impetuoso*. Le regaló un establo de mármol con abrevadero de marfil, una villa amueblada y esclavos a su exclusivo servicio. El animal lucía mantas de púrpura, símbolo regio. Según averiguaciones de Suetonio, el emperador planeaba, en un gesto de sarcástico desprecio hacia las instituciones, nombrar a *Incitatus* cónsul, la máxima magistratura romana. Desde entonces Calígula, que eligió a un asesor capaz solo de relinchar, es el símbolo de la arrogancia política. Cuando el poder pierde los estribos, las proclamas épicas terminan por resultar patéticas.

En un ecosistema encabezado por vanidosos proliferan los aduladores y lamebotas. El filósofo griego Teofrasto, discípulo de Aristóteles, describió agudamente en *Los caracteres* al individuo que recurre a la lisonja para ganarse el favor de jefes y gerifaltes. Endulza sus oídos: “Fíjate como todos te miran: esto no le sucede a nadie más, solo a ti”. Le quita una mota o un pelo de la ropa mientras elogia su buen gusto y su figura. Si su alabado habla, ordena que callen los demás. Cuando termina, grita: “¡Bravo!”. En el teatro, se adelanta para mullirle los cojines. Si el patrón se burla de alguien, lo celebra a carcajadas; y, llevándose la mano a la boca, finge retorcerse de risa. En [una comedia de Plauto](#), aparece retratado en plenitud de facultades el parásito Ganapán. Este hambriento perpetuo consigue camelar a un soldado fanfarrón para que le pague la cena, lanzándole su red de halagos: “Eres un héroe intrépido. En la India, le rompiste la pata a un elefante de un puñetazo”. “Y sin esfuerzo”, dice el militar. “Segurísimo. Si hubieras golpeado con todas tus fuerzas, tu brazo habría atravesado la panza del elefante. Bajo tus golpes perecieron un mismo día 150 soldados en Cilicia, 100 más en Sardes y 60 en Macedonia”. “¿Y eso cuánto suma?”. “7.000”. Plauto juega a la caricatura, pero nos avisa sobre el poder de los elogios para manipular y lograr favores de los vanidosos. Es el punto débil de quienes se derriten ante las alabanzas: cebado su ego —y cegada su razón—, resultan fáciles de embaucar por quien promete éxitos y mayores

glorias.

La historia prueba que la mejor manera de impedir que los narcisistas tomen el poder consiste en abordar las amenazas que inquietan a la gente. Una vida más amable, tiempos serenos, mayor seguridad laboral y menor zozobra volverán a los votantes reacios a candidatos prepotentes. Adictos al caos, los ególatras pregonan su fuerza mientras dividen y debilitan la sociedad. Por el contrario, los líderes humildes, admitiendo sus fragilidades, nos robustecen. Cuidado con confundir vanidad con valía: la fanfarronería suele ser solo fanfarria.

Irene Vallejo es filóloga y escritora, Premio Nacional de Ensayo de 2020 por *El infinito en un junco* (Siruela).