

Solo sé que no sé nada”, @socrates: 132 Retweets, 784 Me gusta. “Pienso luego existo”, @descartes: 436 Retweets, 982 Me gusta. “Un fantasma recorre Europa, el fantasma del comunismo”, @marx: 376 Retweets, 504 Me gusta. ¿Qué pasaría si redes como Twitter hubiesen existido durante siglos? ¿Y si, por ejemplo, Sócrates, René Descartes o Karl Marx hubiesen, al más puro estilo Trump, tuiteado con nocturnidad y alevosía? ¿Por cuántos se contarían sus *followers*? Y lo que es más importante, ¿cuántos serían sus *haters*? No resulta demasiado difícil imaginarse varios de los comentarios que pronto suscitarían algunas de sus más célebres frases: “qué vergüenza, pobres tus alumnos”, @sofistaenfurecido; “pues menos pensar y más medidas de seguridad”, @hobbes_lobo; o “para fantasma tú, determinista”, @lockliberal22.

Es probable que, si estos pensamientos, que implican un intento de síntesis de teorías muy complejas, se hubieran escrito hoy en las redes, crearíamos también que sus autores sufren del “síndrome Coelho”. Es decir, aquella tendencia a buscar frases biensonantes que resalten la agudeza de quien las dice y logren el entusiasmo generalizado en forma de nuevo estado de Whatsapp. Y si, además, fuesen acompañados de una *selfie* del autor corriendo por el parque, con un *lemon pie* en Starbucks o recién levantado con las sábanas cuidadosamente desordenadas, ya estaríamos ante un verdadero hippie digital.

Lejos de ser un ágora griega o esos cafés ilustrados en los que Jürgen Habermas situó el origen de la esfera pública moderna, las redes digitales se parecen más a un gran bazar, donde todo se puede comprar y vender, donde se dan trueques, regateos y hasta el trapicheo y la estafa están consentidos. Como buen mercado, tiene su bullicio. Ruido que complica la escucha y el diálogo, y hace más eficaz la comunicación a gritos. Al fin y al cabo, lo importante

“Si Descartes o Marx hubiesen sido tuiteros de la era digital, más de uno hubiese pensado que sufrían esas ganas de epatar que llamamos síndrome de Paulo Coelho”

es que te oigan. Y para ello, qué mejor que utilizar un lenguaje sencillo, directo y gráfico: los emoticones. Fáciles de transmitir y comprender, reflejan emociones y sirven de termómetro de relaciones sociales. Por ejemplo, no es lo mismo que tu pareja te mande tres besos a dos, por no hablar de uno solo, síntoma claro de crisis; ni que tu jefe te envíe un lunes a primera

El bazar de nuestro tiempo

TEXTO DE JORGE RESINA

hora una carita de color rojo o un pulgar hacia arriba el viernes por la tarde, dos formas muy distintas de empezar o terminar la semana.

Hasta aquí, nada hay en las redes que no esté en la propia naturaleza humana. ¿O acaso no construimos distintos personajes según cuándo, dónde y con quién estemos? Los perfiles digitales son una extensión de nuestra personalidad, quizá aquella que consideramos más vergonzante, aquella que se encuentra reprimida en el fondo de nuestro ser o aquella con la que, alguna vez, soñamos, pero que está lejos de nuestro alcance. Los avatares nos permiten un ejercicio de sublimación y proyectar una imagen ingeniosa, divertida, lúcida o extravagante, de acuerdo al ámbito en el que nos movemos (universidad, política, deporte...) o al fin que le queramos dar (profesional, influencia, sexual...).

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, hay que escapar de ese pensamiento ‘viejuño’ que concibe las redes con pesimismo o de forma condescendiente, como si fuese un instrumento potencialmente nocivo de una generación, la de los *millennials*, que estaría más preocupada en mirarse al espejo que en resolver problemas sociales. Lejos de ello, se han convertido en un estímulo democrático, aunque quizá no en la forma en la que a veces se las ha querido asociar, como espacio de debate sosegado e intercambio razonado de puntos de vista. Por su formato, como hemos visto, propuestas complejas tienen difícil cabida, lo abstracto suena banal y plantear un modelo deliberativo termina en un juego de ida y vuelta con frases y signos que convierten en frívolos diálogos que comenzaron con buenas intenciones.

Al igual que un mercado, las redes son ‘vociferio’ pero también un espacio plural, vivo y que propicia encuentros. En ese sentido puede entenderse su dimensión democratizadora, en tanto son capaces de reflejar diversidad, permitir la expresión de distintas identidades y modos de vida, y convertirse en antesala de

relaciones personales que, de otra forma, difícilmente se darían. En contra de la creencia generalizada de que las redes aíslan, lo cierto es que suelen generar nuevos contactos y favorecen una mayor sociabilidad. La “soledad de las redes” no es, como en ocasiones se proyecta, causa sino, más bien, consecuencia de otras enfermedades y anomías sociales. Del mismo modo que considerarlas paliativo o, peor, sustitutivo de las carencias realmente existentes es atribuirles una responsabilidad inútil que ni se puede ni se debe esperar.

En cambio, sí tienen capacidad para reforzar conexiones y son un herramienta útil para coordinar y articular acciones colectivas. Pero, de nuevo, hay que advertir de que por sí solas no harán la revolución, aunque puedan transmitirla a tiempo real. Ejemplo paradigmático de ello son las movilizaciones de Tahrir en 2011. Gracias a Twitter los hechos dieron entonces la vuelta al mundo en tiempo récord; siete años después, en Egipto no queda ni rastro de aquello. Las redes, además de fugaces, tienen la memoria corta.

“Hay que rebajar las expectativas en torno al diálogo digital: las redes sociales no harán la revolución, pero sí pueden transmitirla en tiempo real”

Bajar las expectativas y asumir lo que son, un espacio con lógica propia, ayudará a evitar frustraciones. Y a encontrar sus virtudes. Las redes digitales han permitido ensanchar la agenda pública, saltar el cerco informativo (impuesto de forma más o menos sutil por distintos poderes fácticos, ya sean económicos, políticos, simbólicos o culturales) y dar relevancia a temas que, de otra manera, hubiesen tenido muy complicado lograr visibilidad y encontrar cabida en la agenda política. Lo que sucede en las redes no se puede ocultar, a riesgo de que se propague con mayor rapidez. Así sucedió con las denuncias del movimiento #metoo, con casos de corrupción locales (tarjetas black o Gurtel) e internacionales (Odebrecht) o con la exigencia de rendición de cuentas por parte de cargos electos (el máster de Cifuentes). Queda por valorar si esta capacidad también puede tener efectos distópicos. El auge de populismos varios o fenómenos como las *fake news* deben, cuanto menos, ponernos en alerta.

Jorge Resina es profesor en la Universidad Complutense de Madrid. Periodista y politólogo, se ha especializado en medios de comunicación y democracia deliberativa.