



Del cacareo en las redes sociales. Por Vicente Nascimento

Description

Toda generación está condenada a conocer la nostalgia. Que esta vaya tomando fuerza más o menos a la misma edad en que el cuerpo comienza a cobrarse venganza por las fiestas alargando la duración de la resaca a dos días puede tener que ver o no. En cualquier caso, eso de la añoranza de un tiempo en el que ciertas cosas eran, o al menos parecían, mejores que ahora, que tanto suena a decrepitud cuando contamos con veinte años, está popularizándose cada vez más entre los millennials.

Es raro, porque nos criamos en el mundo post-11S y post-11M y fuimos llegando a la mayoría de edad aproximadamente durante la caída de Lehman Brothers, la matanza de Utoya o el rescate a la banca y los recortes. El panorama estaba marcado por unos niveles altísimos de paro, un régimen de austeridad brutal y corrupto, el auge de los terrorismos blanco e islamista... ¿Cómo arar el campo de la nostalgia con esos bueyes? No faltan los que deciden nostalgarse por épocas que no vivieron, fascistizándose paulatinamente de manera más o menos abierta, pasando de los afters llenos de emedemeá al desprecio de corte y alabanza de aldea —no se preocupe, lector: este no es un artículo sobre los vínculos entre la nostalgia y el auge reaccionario—. Otros abrazamos una vía (un poco) menos cringe: la rememoración de los buenos tiempos de internet.

Cuáles son estos tiempos varían, claro, puesto que lo que prima es la construcción de un antes y un ahora, y no la realidad de los hechos. En ciertos artículos recientes, puede observarse una tendencia a privilegiar los primeros tiempos de las redes sociales masivas; pienso, por ejemplo, en “Are you experiencing Posting Ennui?”, de Kyle Chayka; allí, el autor escribe que “publicar una foto de lo que comías una mañana era algo que hacíamos durante los primeros años de Twitter e Instagram; por entonces, parecía algo novedoso: de repente, podías compartir los momentos más mundanos de tu vida con un grupo de desconocidos que te esperaban y que quizá incluso se emocionaban al verlos. En cierto sentido, la foto del desayuno representaba el sueño utópico de las redes sociales: miles de millones de personas comunes y corrientes podían publicar fragmentos de sus vidas en internet con escasa mediación —sus comidas, sus mascotas, sus pensamientos en la ducha— y se convertiría en algo no solo atractivo sino también vital, un registro dinámico de la realidad desde cero.

Publicar e interactuar con las publicaciones de otros significaba participar en un gran proyecto que valorizaba el amateurismo, la banalidad y una especie de meritocracia basada en el contenido: cualquier persona podía ser interesante, e incluso viralizarse, si se publicaba correctamente.” La foto es lo de menos, por supuesto. Quédense meramente con el ejemplo, representativo de la añoranza por un cierto tono naïf que hoy Internet parece haber perdido.

“Cuanto más altos sean los costos de cambio, más puede una empresa abusar de usted”

No cabe duda de que redes sociales como Tuenti, Facebook, Twitter o Instagram forman una parte muy importante de nuestra relación con la red en general. Al cabo, su propósito es la conexión de la gente, ¿no? Es normal que ocupen nuestro pensamiento, especialmente por su constante y palmaria degradación a lo largo de los últimos años, en eso que Cory Doctorow llamó la enshittification de las plataformas –hay quien propone su traducción como “enmierdación” o “enmierdificación”, pero a mí en lo personal me gusta más pensarlo como el “devenir-mierda” o, incluso, como el “encacarecimiento”–, y que explica de la siguiente forma: “A medida que Facebook y Twitter consolidaron su dominio, modificaron progresivamente sus servicios para captar cada vez más el valor que sus usuarios generaban. Al principio, las empresas trasladaron el valor de los usuarios a los anunciantes: implementaron una mayor vigilancia para una segmentación más precisa y ofrecieron formas de publicidad más intrusivas que les reportarían altos precios a los anunciantes.

Este encacarecimiento fue posible gracias a los altos costos de cambio. Las vastas comunidades creadas por los efectos de red eran tan valiosas que los usuarios no podían darse el lujo de abandonarlas, ya que eso significaría renunciar a importantes vínculos personales, profesionales, comerciales y románticos. [...]. Cuando los costos de cambio son altos, los servicios pueden modificarse de forma desagradable sin perder su confianza. Cuanto más altos sean los costos de cambio, más puede una empresa abusar de usted, porque sabe que, por muy mal que le hayan puesto las cosas, tendría que soportar algo peor si se marchara. Creo que esto es lo que está matando a los gigantes de las redes sociales”.

El asunto tiene tela, desde luego. Un garbeo casual por las redes actuales tiene ribetes de pesadilla: uno se conecta para ver qué han hecho o dicho sus colegas y se topa con publi de apuestas y de escuelas de trading que apestan a pufo, propaganda nazi hecha con IA, bots que lo enfangan todo, cuentas de ragebait que viven de alimentar interacciones indignadas hacia ellas para aumentar su alcance. El contenido en general parece tener menos sentido que nunca y los “netizens” o el “usuariado” normal se encuentra cada vez más en retirada, relegado a una pasividad que lo sitúa como la versión post-post-post-postmoderna del zombi televisivo. ¿Quién no va a echar de menos el Internet previo a Cambridge Analytica, al auge de QAnon, a la compra de Twitter por Elon Musk?

En un videoensayo reciente de Juan Felipe Salguero, más conocido como Café Kyoto, llamado Abandoná las redes | Low-tech, high-life, señalaba cómo el dominio del capitalismo de plataformas nos ha llevado a un internet irrespirable, dominado por la lógica de los algoritmos y la mercantilización de absolutamente todo, incluida nuestra subjetividad. Ello llevaría a una contradicción entre dos formas de habitar la red; distingue, así, entre aquellos que “entraron en las plataformas para comunicarse y aquellos que las utilizan como marcas personales mientras compiten por atención en un mercado de afectos, causas, vínculos y estilos de vida”.

“Café Kyoto habla de la “autoexplotación simbólica”, entendida como la pulsión a una producción desbocada de la propia identidad virtual”

La frontera entre ambos modos de comportarse en red es porosa, y más desde la digitalización a cascoporro que venimos experimentando desde la pandemia. Personalmente, creo que gran parte de este devenir-mierda de las plataformas tiene algo que ver con esta tensión entre necesidad de comunicación e intereses en la captura de la atención. Se ha escrito muchísimo sobre los desafíos y problemas derivados de eso que se ha dado en llamar “economía de la atención” y de cómo las grandes empresas han aprovechado nuestra necesidad de casito y validación para crecer y atraparnos en sus redes. También de lo que Café Kyoto llama la “autoexplotación simbólica”, que entiende como la pulsión a una producción desbocada de la propia identidad virtual, al curro eterno de hacerse una imagen en la red, y de cómo este imperativo de cultivar nuestra versión ideal en el ciberespacio organiza nuestra forma de dar sentido a la experiencia, haciendo que nos proyectemos en la imagen que deseamos tener de nosotros mismos, más que en la que efectivamente somos.

Tengo que admitir que, aunque todo esto es básicamente cierto, me lleva al inicio de este artículo: ¿no hay algo de nostalgia proyectada dentro de la red, sostenida bajo un romanticismo implícito, semejante a la actitud de “antes todo esto era campo”? Quizás sea porque yo siempre fui un niño rata, mi añorada edad de oro de Internet no es la de unas plataformas menos intoxicadas por la tiranía del algoritmo, o aquella en la que la gente subía sus desayunos a Internet,

sino los años previos, donde los foros, MSN y los blogs permitían dividir con precisión los niveles de confianza y exposición ante los demás y seleccionar con quién quería uno compartir la información sin temer en exceso que nuestras palabras fueran utilizadas en nuestra contra fuera de los compartimentos más o menos estancos donde dividíamos nuestras personalidades digitales. Por decirlo con las viñetas clásicas del New Yorker, me gustaba más aquel Interné en el que nadie sabía que eras un perro a aquel en el que todo el freakin' mundo sabe que lo eres.

“Me gustaba más aquel Interné en el que nadie sabía que eras un perro a aquel en el que todo el freakin' mundo sabe que lo eres”

Por supuesto, tales espacios no eran considerados como lugares idílicos de libertad y armonía. En gran medida, cada nicho digital adoptaba alguna forma de comportamiento sectario propio de las comunidades cerradas; en varios de los foros en que anduve, no era extraño tomarla con cualquier usuario nuevo, a quien se sometía a mecanismos de “lijado”, atacándolo hasta que se marchaba o se habituaba a los códigos del sitio. A veces, “por las risas”, se organizaba la invasión de otro foro para disfrutar con la reacción indignada y la incompreensión de sus locales. Los objetivos principales solían ser, o bien “normies” (aunque no usábamos esa jerga todavía) o bien otakus —es decir, conjuntos de personas que nos parecían demasiado normales o demasiado poco—. También he visto el proceso a la inversa: el asalto de nuestros foros por gente de otras comunidades online. Recuerdo con particular desagrado una invasión por parte de usuarios de 4chan, que forzó a los moderadores a eliminar un montón de contenido relacionado con la mutilación.

También sufrimos algún que otro desembarco ocasional de miembros de Stormfront, ya saben, el viejo foro nazi montado por un exlíder del Ku Klux Klan y que aún hoy sigue siendo el mayor foro activo de extrema derecha en la red. Fuera de los ataques coordinados entre adolescentes, uno se encontraba cotidianamente con toneladas de violencia verbal. Por ejemplo, recuerdo un post de alguien con un avatar de Chicho Terremoto titulado “pregunta seria”, cuyo contenido era que por qué los sudakas olíamos a leche agria. U otro post, escrito por un forero llamado Monstruo de las Galletas, que bajo la apariencia de un inocente acertijo matemático relacionado con hornear galletas, trataba de argumentar la imposibilidad técnica de que seis millones de judíos hubieran sido asesinados en los campos nazis de exterminio (como todo discurso tramposo en torno a la Shoah, ignoraba convenientemente los casi dos millones de judíos muertos a tiro limpio en el frente oriental durante el inicio de la Solución Final). Por lo general, tales publicaciones eran eliminadas sin demasiada tardanza por los moderadores de los sitios; la repetición de ciertas actitudes solían acarrear rápidamente la expulsión. De más está decir que se expulsaba a mucha gente, porque lo de ser un pirao online no es algo exclusivo de los últimos cinco años.

En cualquier caso, lo notable del Internet de aquellos años era que su diseño tendía al establecimiento de sitios más o menos estables en el control de lo que comunicábamos. Por simplificar, suelo dividirlos en tres: espacios donde compartir ideas o creaciones y expresarse —Blog, Fotolog, Msn spaces, Myspace, Flickr...—, espacios para comunicarse en directo y charlar en privado, uno a uno o en pequeños grupos —MSN Messenger—, espacios para debatir —los foros—. El primero se asemeja a un monólogo; el segundo, al diálogo privado; el último, a la conversación pública. Durante años, Facebook fue la reina de las redes por su capacidad de integrar estas funciones básicas de la experiencia usuaria en un solo feed, pero manteniendo un resto de la división, al distinguir entre “amigos”, “páginas” y “grupos”.

Hoy, esta diferencia parece casi dinosaurica en comparación con la lógica dominante del ecosistema de las redes, cuya oposición fundamental es la de seguidores y seguidos. Si antes, una adhesión a cualquier tema de interés se estructuraba de manera que respetaba, mal que bien, distintos niveles de publicidad/privacidad del discurso, actualmente esa rugosidad parece haber desaparecido de las redes en gran medida. Por supuesto, continuamos compartiendo, charlando íntimamente, debatiendo sobre lo público, monologando. Pero todo ello tiene lugar en un magma confuso, donde las formas de la publicidad-privacidad discursiva se reorganizan, haciendo que los muros entre instancias de la comunicación se desvanezcan. Ello hace que nos movamos siempre en un terreno impropio, supeditado a las mecánicas uno-a-uno del chat o a la hiperexposición pública de la “calle online”. Una idea similar, aunque algo más doomer, tiene el periodista Yesha Levin en “Todos vivimos ahora en el castillo del vampiro”. Allí, escribe que “las tecnologías más antiguas y anteriores a las redes sociales —como los boletines, los foros, los listserv y las listas de correo— son mejores que esta abominación. Lo son porque aquellas tecnologías al menos limitan la información a áreas particulares, como organizaciones, subculturas y grupos de interés. La gente ha de unirse a ellos y no proporcionan el mismo tipo de falsa intimidad y el feedback constante e inmediato que imita a la interacción social.

Aquellas tecnologías más antiguas proporcionan al menos algún tipo de distancia, a diferencia de la maquinaria de redes sociales global e implacable que nos alimenta a la fuerza con conflicto e indignación, con envidia y deseo, cuando no lo estamos buscando”.

“¿No tienen la sensación de que las redes, últimamente, se parecen, de hecho, más a una lista que a una red?”

Pienso parecido, aunque quizá lo expresaría de otra forma: hemos sufrido una pérdida paulatina de control en torno a la recepción de lo que vertemos en redes porque el ciberespacio se ha ido volviendo cada vez más plano. ¿No tienen la sensación de que las redes, últimamente, se parecen, de hecho, más a una lista que a una red? No hablo solo de las apps que, sin complejos, funcionan a modo de catálogo –Vinted, Glovo, Tinder, Superprof, Instagram... por más que los servicios que ofrezcan varíen enormemente, no dejan de representarnos lo real como el inventario parcial de un gigantesco almacén, a lo Amazon–; las redes genéricas, “masivas”, también presentan, aun más disimuladamente, este carácter de neolistín telefónico. Solo que nadie consultaba las páginas amarillas o blancas por placer –bueno, casi nadie–, mientras que el presente ha terminado por convertir el doomscrolling sin objeto en una práctica cotidiana, muy parecida a la del zapping abducido de nuestros padres. Lo irónico de este Internet plano es que, por insatisfactorio que resulte, también es adictivo. Y en un sentido peor del que Doctorow señalaba, puesto que a menudo ni siquiera hace falta que en una red se mantengan nuestros contactos personales o laborales para continuar en ella, sino que basta con que se nos estimule lo suficiente con contenido nuevo, sea el que sea, que nos alimente el chute de que nos perderemos algo si nos desconectamos. Al cabo, es más sencillo adquirir un vicio nuevo que quitarse un hábito.

Pero vuelvo con el aplanamiento. Creo que la sustitución de la vieja lógica de amigos/grupos/páginas por la de seguidores/seguídos tiene algo perverso desde el momento en que sitúa ilusoriamente el grueso de la conversación en redes en el mismo plano de cercanía, que en virtud no es tal. Se ha hablado mucho, por ejemplo, de cómo el momento en que Twitter introdujo la función de “citar” contribuyó a intoxicar la comunicación de una forma irreversible. Al cabo, antes de que pudiésemos enmarcar directamente las palabras de cualquier fulano en una respuesta que contenía nuestra opinión, nos enterábamos mucho menos de lo mal que le podemos llegar a caer a un montón de desconocidos. Veíamos con menor frecuencia las barbaridades que decía gente en las antípodas de nuestro pensamiento; más importante todavía: éramos menos vulnerables a indignarnos ante las publicaciones escritas con el objetivo expreso de indignarnos. Quedaba en la red un poso, aunque pequeño, de dominio aparente sobre el destino de nuestras palabras. Sobre las aristas de nuestro discurso.

Hoy, el entrecruzamiento del monólogo, del diálogo íntimo y del debate público en redes nos lleva a un campo minado en que cada cosa que decimos nos expone a la posibilidad de humillación, a la malinterpretación –genuina o interesada– o la hipervigilancia. Un terreno siempre impropio, equivalente virtual de un ágora, salón de nuestra casa, barra de bar, centro comercial y tertulia política televisiva simultáneos. En esa situación, nos hallamos desprotegidos ante la propaganda y la manipulación informativa, susceptibles de ser carne de cañón de la “batalla cultural” en espacios donde una vez nos registramos para charlar sobre libritos o cualquier otra cosa. Porque la enshittification, el devenir-mierda, el encacarecimiento no implica solo el empeoramiento del servicio ofrecido por las plataformas, sino la transformación de la conversación en un cacareo constante.

Vicente Nascimento.

El Maipo/CTXT

Nota: El contenido vertido en esta columna de opinión es de exclusiva responsabilidad de sus autores, y no refleja necesariamente la línea editorial El Maipo.

Date Created

Enero 2026