El bloqueo de las redes y la bomba emocional que nos ha atrapado

Geert Lovink dice en 'Tristes por diseño' que estamos hartos de internet, pero no somos capaces de dejarlo ni de cambiarlo

MIRENTXU MARIÑO
mmarino@20minutos.es / @MirenM

Entre en Twitter. En algún momento se encontrará con una queja amarga o un mensaje del tipo «esto en 2009 era otra cosa #nostalgia». Pero ahí seguimos. Atrapados en unas redes sociales que nos aportan cada vez menos y no podemos cambiar. Los hay que amagan con irse: un estudio de Edison Research estimó que Facebook ha perdido en dos años 15 millones de usuarios en EE UU, sobre todo jóvenes de 12 a 34 años. Muchos saltan a otros lugares, como Instagram o Snapchat, pero son espejismos de novedad. Todo en general es confuso y está vigilado. Y nos da igual.

Es el panorama que describe Geert Lovink, investigador de medios de Ámsterdam. En su último libro, *Tristes por diseño* (Consonni), dice que la cultura de internet podría estar pasando por una «crisis existencial de mediana edad»; en 1969, precisamente, nació Arpanet, el germen de internet. Lovink observa en las redes «almas perdidas», bloqueo, un «agotamiento del ego» y que el *big data* ha tocado techo. «Las plataformas son monopolios y nos tienen encerrados, hay una sensación creciente de estancamiento», afirma a ***20minutos***.

Según su análisis, ha llegado un punto en el que lo íntimo y lo 'social' se han mezclado y, como la vida real se desmorona –por nuestras «condiciones sociales y económicas»–, estamos estresados y con «incertidumbre». En lugar de ser críticos y rebelarnos, no obstante, damos *likes* mecánicamente. «Hemos interiorizado la cultura de la disrupción que Silicon Valley promueve sin ser capaces de cambiar las premisas básicas del propio sistema», añade. Pero nada de exagerar: «Somos demasiados como para llamar enfermedad a esta dependencia».

Lovink va a lo profundo. Apoya sus reflexiones en filósofos y sociólogos como Žižek, Levi-Strauss, Habermas y, claro, McLuhan, el de la «aldea global». Teoriza sobre el comportamiento en redes y propone dar un paso que nos devuelva al espíritu de las «recientes ocupaciones de plazas públicas», escribe. Así, aunque ve positivo que los jóvenes hablen sin tapujos en público, como en Youtube, de sus altibajos psicológicos –«entienden muy bien el lema feminista de 1970 'lo personal es político'»–, porque les ayuda a «escapar del aislamiento desesperado que el neoliberalismo nos impone», cree que deben ir más allá. Actuar. Si no, esa bomba emocional se volverá una «espiral descendente».

«Los memes crean una distancia con el lenguaje dominante de las noticias y las tendencias oficiales»

GEERT LOVINK
Teórico de medios

S. I. BELLED

Las redes nos han desactivado, nos distraen. Nuestro apego es tal que ignoramos escándalos como los de Cambridge Analytica o Snowden. O peor: los asumimos. «Muchos incluso estamos al corriente del *microtargeting*, los algoritmos que manipulan y de la cara oscura de la economía compartida de Uber y Airbnb; y aun así, no hacemos nada», afirma. Estamos «congelados», no somos capaces de encontrar juntos alternativas que no recopilen nuestros datos «a nuestras espaldas» y no se basen en «manipulaciones simplistas de nuestros estados mentales». Como los *likes*.

Para Lovink, la comparación constante con los demás ha sido «lo que ha enloquecido a la gente joven» y se está volviendo en contra de Instagram. La red social está haciendo pruebas a nivel mundial para que los 'me gusta' solo sean vistos por los dueños de cada cuenta. A ver qué pasa. «Reinventemos las relaciones sociales *online*, que son tan ricas y diversas como las del mundo real», pide el autor, «tus 500 amigos no son tus amigos». Recuerda en el libro que el poder de las redes se debe a su banalidad y que tenemos en ellas un «comportamiento narcisista por defecto». Los selfis son para él un «gesto tecnológico» –mercantilizado– que demuestra que existimos ahora.

Por último, *Tristes por diseño* dedica un capítulo a los memes. En la era de las noticias falsas, los *bots* y los *deepfakes* –que para Lovink son técnicas de desinformación que funcionan solo «en determinados períodos en los que la 'mayoría ocupada' no entiende qué está pasando y solo consume esos mensajes de una manera obvia y subliminal»–, los memes nos dan un respiro. Nos ayudan «a crear una distancia con el lenguaje dominante de las noticias y con las tendencias oficiales de la sociedad», asegura. De ahí que este recurso sea fundamental para la cultura política actual.

Por eso y porque, en pleno auge del «populismo de derechas», la propaganda al uso «ya no funciona» y la réplica debe tener un contenido más sutil o, directamente, «escondido». Los memes ofrecen «una versión comprimida que no solo comunica el mensaje, sino que es reflexiva» y tira de ironía. El libro menciona el grupo de Facebook *Bernie Sanders Dank Meme Stash*, con gran repercusión en la campaña de 2016 y que popularizó memes como *Bernie or Hillary?* Fue inspirador, destaca. ●

LA CLAVE

DANIEL GARCÍA ANDÚJAR / CONSONNI

Geert Lovink

Nacido en Ámsterdam (Países Bajos) en 1959, es teórico de medios y crítico de internet. Fundó el Instituto de Culturas de la Red en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Ámsterdam, que organiza conferencias, publicaciones y redes de investigación. Sus proyectos recientes abordan la industria editorial digital y el futuro de la crítica de arte. Ha escrito varios libros.