

La trampa de las redes

Vamos a un recital y en lugar de disfrutarlo, nos ponemos a grabar con el celular. ¿Por qué? Seguramente en internet encuentres videos de mejor calidad del mismo artista. Probablemente lo hacemos para mostrar que estuvimos ahí y poder recibir un ansiado “comentario”, un “me gusta”, una reacción.

El filósofo [Byung Chul Han](#) sostiene que “en la sociedad expuesta, **cada sujeto es su propio objeto de publicidad. Todo se mide en su valor de exposición.** La sociedad expuesta es una sociedad pornográfica. Todo acá está vuelto hacia fuera, descubierto, despojado, desvestido y expuesto. **El exceso de exposición hace de todo una mercancía**”.

Nos mostramos sonriendo, felices. No importa qué es lo que sentimos. Tenemos que reproducir y mostrar una y otra vez el mandato de la felicidad. Nos sacamos una foto con filtros para mostrar una imagen que no es real. Una imagen que responde a un modelo de belleza hegemónica impuesta culturalmente. Probablemente, luego sentimos una angustia por no ser quien mostramos en el producto en exhibición. Según el Psicólogo Social [Jonathan Haidt](#), en su libro la “Generación ansiosa”, un estudio reveló que “la exposición a las fotos de Instagram manipuladas conducía directamente a un peor autoconcepto físico”.

A partir de las llamadas “redes sociales” se configura una (in) comunicación basada en la superficialidad, el culto al narcisismo, el aislamiento y la aceleración. Lo cual genera graves, complejas y profundas consecuencias. El libro mencionado de Haidt sostiene que a partir de la masificación de los smartphones y las redes en las y los adolescentes la depresión se volvió unas 2,5 veces más frecuente.

Agotados o aburridos, comenzamos a recorrer reels que se reproducen una y otra vez. Probablemente de una broma pesada o una persona que se tropezó. La tinelización de la cultura se estableció como dominante, no importa si quien sufrió el hecho quiere que se difunda. No hay empatía. Mientras seguimos recorriendo los reels, perdemos la noción del tiempo. Matamos el tiempo, casi literalmente. **Aceleración, fragmentación y dispersión son las marcas del momento actual y las dificultades para concentrarnos una de las consecuencias.**

Nos aparece una noticia que nos conmueve. Nos impacta y la compartimos. Como una forma de decir, me indigno con esto, estoy de este lado. Reafirmamos nuestra identidad. No importan las fuentes de información o si está o no chequeado. Porque lo importante es que responda a tu punto de vista. De esa manera sin darnos cuenta retroalimentamos la posverdad. Distintos trabajos dan cuenta que la información falsa circula más rápido que la información verdadera porque tiende a ser más llamativa y muchas veces la compartimos solo porque responde a nuestro sistema de creencias.

Nos conmovemos con la lucha de los jubilados, nos indignamos por la pobreza y la exclusión. Cual placebo, ponemos “me gusta” y compartimos la imagen de la marcha. Sentimos alivio ya

que canalizamos nuestra indignación. Pero no nos organizamos, no militamos, no acumulamos poder, no transformamos la realidad. Ponemos “me gusta”.

Las empresas digitales, llamadas “redes sociales” nos llevan a un tipo de comunicación que paradójicamente generan aislamiento y vínculos superficiales. Depresión, falta de empatía, crueldad y posverdad se presentan como marcas del tiempo actual.

Si el servicio que nos brindan estas empresas es gratuito es porque el producto somos nosotros y nosotras. Pero el costo de esta (des) vinculación es alto y complejo. **Combatir estas lógicas comunicacionales y fortalecer el tejido social, los vínculos comunitarios, es imprescindible.**

Roberto Samar

Licenciado en Comunicación Social UNLZ. Especialista en Comunicación y Culturas UNCO

Profesor de la UNRN