

Las redes sociales son de derecha

JORGE MAJFUD :: 27/05/2022

Echemos una mirada a la lógica del desarrollo y crecimiento de las redes sociales. Su lógica es la lógica de los negocios, de los beneficios a casi cualquier precio

En *Crítica de la pasión pura* (1998) y luego en artículos publicados en diarios, escribí, con entusiasmo, teorías varias sobre el maravilloso mundo de siglos anteriores que había vivido en África y sobre el casi tan interesante mundo por venir. Juventud, divino tesoro...

En Mozambique, en el Astillero Naval de Pemba, descubrí y colaboré (como joven arquitecto llegado de América, a quien cientos de amables obreros llamaban, equivocadamente, "maestro") en la construcción de grandes barcos británicos y portugueses del siglo XIX. Por el astillero (los maravillosos árboles de umbila eran materia prima) y para apoyar un programa de escuelas técnicas en las ciudades más pobladas, solía viajar por largas horas al "mato" (Ibo, Quisanga, Montepuez, Mueda, Macimboa, Matemo), a las tribus alejadas del privilegio del hombre blanco del cual yo formaba parte. En el astillero también tuve contacto con los boers racistas de Sud Africa, con el escritor británico estadounidense y antiapartheid Joseph Hanlon y con el hijo del héroe mozambicano Samora Machel y luego hijastro de Nelson Mandela, Ntuane Machel.

También con la primera computadora que toqué en mi vida. En Pemba no había internet ni televisión (el correo escrito a mano tardaba semanas en llegar a Uruguay, gracias al cual termine casándome con una ex compañera de arquitectura), pero las enciclopedias en discos ya nos sugerían lo que iba a ser el mundo en el siglo por venir. Desde entonces Windows no ha hecho ninguna innovación, aparte de molestas actualizaciones.

En ese nuevo mundo, pensaba, cada individuo, desde cualquier rincón, iba a poder acceder a las bibliotecas más importantes del mundo y la gente iba a poder decidir en referéndums, mensuales o semanales, qué hacer con cada proyecto, con cada propuesta para su país y para el mundo. No nos equivocamos con lo de las bibliotecas.

Es verdad que también publicamos sobre una sospecha oscura: la idea de una democracia radical, de un avance de la libertad como *igual-libertad* y no como la *libertad-de-unos-para-esclavizar-a-otros*, podía suspenderse a favor de su contrario: la progresión de una mentalidad tribal, nacionalista, como reacción natural.

Saltemos veinte años. Echemos una mirada, por ejemplo, a la lógica del desarrollo y crecimiento de las redes sociales, herencia del centenario progreso tecnológico de la Humanidad, secuestrada, una vez más, por los poderosos de turno. Su lógica es la lógica de los negocios, de los beneficios a casi cualquier precio.

¿Cómo se generan estos beneficios?

Capturando la atención, con frecuencia al extremo de la alienación del individuo que se convierte en un consumidor adicto que se cree libre.

¿Cómo se captura la atención del consumidor?

No por las grandes ideas sino a través de emociones simples y potentes.

¿Cuáles son esas emociones simples y potentes?

Según todos los estudios (desde Beihang hasta Harvard) las emociones negativas, como la ira, la rabia y el odio.

¿Qué producen esas emociones?

Explosiones virales. La *viralidad* de un acontecimiento indica el éxito de cualquier interacción en las redes sociales y es altamente estimada por los consumidores honorarios y por sus últimos beneficiarios, los inversores.

¿Para qué sirven los fenómenos virales?

Aumento de usuarios y secuestro de la atención del consumidor. Es decir, beneficios económicos. Pero el poder económico y el poder político tienen sexo todos los días.

¿Cuál es el efecto político?

En un mundo complejo y diverso, este efecto puede beneficiar a cualquier ideología, sea de derecha o de izquierda, pero la lógica del proceso y las estadísticas indican que la derecha es la primera beneficiaria.

¿Por qué?

Primero, porque todas las grandes redes sociales son productos de megaempresas. Toda empresa privada es una dictadura (en democracias y en dictaduras). Ni la “comunidad virtual” ni los consumidores ni los ciudadanos tienen voz ni voto en cómo se administran. Mucho menos en sus algoritmos y sus ganancias económicas. Todo gran negocio transpira su propia ideología. Su ideología, necesariamente, es conservadora, de derecha, desde el capitalismo más primitivo hasta el neoliberalismo, el libertarianismo y todos los fascismos procapitalistas. De la misma forma que la izquierda se desarrolló en la cultura de los libros, la derecha reinó en medios más masivos como la radio (Alemania), la televisión (EEUU) y, ahora, las redes sociales.

¿Segundo?

El hecho comprobado de que el odio y la ira reinan en estas plataformas, beneficia más a la extrema derecha que a la extrema izquierda.

¿No hay odio en la izquierda?

Sí, claro, como hay amor en la derecha. Pero aquí lo que importa es considerar el estado del clima general. Un grupo de izquierda, supongamos un grupo revolucionario que toma las armas, como los negros esclavos en Haití durante la revolución de 1804, puede usar el odio como instrumento de motivación y fuerza. Pero el odio no suele ser el fundamento

ideológico de la izquierda cuyas principales banderas son la “igual libertad”, es decir, la reivindicación de grupos que se consideran oprimidos o marginados por el poder. El odio de la lucha de clases es una tradición de la derecha; el marxismo sólo lo hizo consciente. No es lo mismo luchar por la igualdad de derechos de negros, mujeres, gays o pobres que oponerse a esta lucha como reacción epidérmica ante la pérdida de privilegios de raza, de género, de clase social o de naciones hegemónicas, en nombre de la libertad, la patria, la civilización, el orden y el progreso. Eso es odio como fundamento, no como instrumento.

¿Hay diferencia entre diferentes odios?

El odio es uno solo, es una enfermedad, pero sus causas son múltiples. No es lo mismo el odio de los esclavos por sus amos, de los explotados por sus patrones, de los perseguidos por sus gobiernos, que el odio que irradia y contagia el poder abusivo. El esclavo odia a su amo por sus *acciones* y el amo odia a sus esclavos *por lo que son* (una raza inferior). De la misma forma que nadie con un mínimo de cultura podría confundir el machismo con el feminismo, de la misma forma no se puede confundir el patriotismo del revolucionario que lucha contra el colono y el patriotismo del colono que lucha por explotar al pueblo corrompido. En uno, el patriotismo es reivindicación y búsqueda de igualdad de derechos, de independencia, de igual libertad. En el otro es reivindicación de derechos especiales basados en su nacionalidad, en su raza, en su religión o en cualquier otra particularidad de su provincianismo intelectual.

¿Cuáles son las consecuencias de este negocio electrónico?

Las redes sociales expresan el deseo de guerra sin los riesgos de una guerra. Hasta que la guerra real se hace presente. Esta necesidad de confrontación, de canalización de las frustraciones a través de la retórica y un agresivo lenguaje corporal (el líder despeinado, orgullosamente obsceno, calculadamente ridículo para provocar más reacción negativa) es propia de la extrema derecha de las redes.

Diferente, la derecha más formal del neoliberalismo prefería las etiquetas de la aristocracia. Una vez fracasadas todas sus políticas, planes económicos y promesas sociales, se recurre al circo de la extrema derecha, al lenguaje corporal antes que la serena disputa dialéctica.

Se reemplaza la cultura de los libros, donde se educó la izquierda tradicional desde la Ilustración, a la cultura de las redes sociales de la derecha, donde la inmediatez, la reacción epidérmica reina y domina. La agresión, el enfado, la rabia como expresión del individualismo masivo (no del individuo) se vuelven incontrolables y, por si fuese poco, se vuelven efectivos en la lucha por colonizar los campos semánticos, la verdad y el poder político del momento.

JM, mayo 2022
La Haine

<https://www.lahaine.org/mundo.php/las-redes-sociales-son-de>