



MANUEL CEBRIÁN
JOSÉ BALSA-BARREIRO



Palabras clave:
metamodernidad, tinder, amor,
redes sociales, móviles, internet

Cómo salgo del bucle de la meta modernidad de la sociedad de instalo/desinstalo

Vivimos en la metamodernidad, una realidad compleja e ineludible. Según esta teoría, atravesamos una época de fuertes oscilaciones en la que nuestra existencia no deja de balancearse entre situaciones extremas. Lo que en el mundo real viene a decir que lo que hoy es verdad, mañana ya no lo será, que lo que hoy es moderno, mañana será arcaico.

The install/ uninstall society

HOW DO I GET OUT OF THE METAMODERNITY LOOP

We live in metamodernity, a complex and inescapable reality. According to this theory, we are going through a time of strong oscillations in which our existence is always balancing between extreme situations. What in the real world means that what is true today will not be tomorrow, what is modern today, will be archaic tomorrow.

Keywords: metamodernity, tinder, love, social networks, cellphones, internet.



Lavapiés (Madrid), 30 de agosto de 2019. Al volver a casa, Enriqueta decide desinstalar Tinder. Esta noche ha sido solo una decepción más que añadir a su larga lista de citas a ciegas. Aunque esta vez es diferente, ya que Enriqueta se plantea dejar el mundo de las citas *online*. Como todavía es temprano, decide salir a tomar algo y ¿—por qué no— conocer a alguien a la vieja usanza? Baja entonces al bar de la esquina, hoy reconvertido en un local hipster. Sin embargo, nadie le presta la más mínima atención en las casi dos horas que permanece dentro, mientras todos los clientes observan detenidamente sus móviles. Desencantada, y de camino a la salida, Enriqueta se detiene a mirar la pantalla del móvil de algunos clientes y, para su sorpresa, todos ellos están conectados a Tinder.

Seattle (EE. UU.), 4 de julio de 2019. Jeff Bezos, dueño de Amazon y el hombre más rico del mundo, firma el divorcio con su mujer MacKenzie tras 26 años de matrimonio. Este divorcio llega tras el escándalo y la difusión de los mensajes y fotografías privadas que Bezos intercambió con su amante, Lauren Sánchez. Para sorpresa de muchos, Bezos se esfuerza duro en el gimnasio para poder impresionar a su amante con sus abdominales y... ¡sus fotos íntimas!

La historia de Bezos nos recuerda a nuestro buen amigo Joe, un brillante doctor en ingeniería química muy reconocido por su trayectoria académica. Cierta día, después de leer unas cuantas entradas en Internet, Joe se da cuenta que, para ser *cool*¹, no basta con ser inteligente, sino que además

necesita un *look* impactante. Para ello decide machacarse en el gimnasio, hacerse un montón de tatuajes y raparse al cero. Tras años de sacrificio, un día ve publicado un reportaje de moda que asegura que los hombres *cool* son ahora chicos de aspecto *nerd*², *smart*³ y algo sensibles... ¡ah! y físicamente delgaduchos. Justo lo que era él mismo antes de comenzar su épica transformación.

Aunque puedan parecer banales, todas estas historias esconden tras de sí una realidad compleja e ineludible, la cual se enmarca en la llamada *metamodernidad*. Según esta teoría, vivimos una época de fuertes oscilaciones en la que nuestra existencia no deja de balancearse continuamente entre situaciones extremas. Lo que en el mundo real viene a decir que lo que hoy es verdad, mañana ya no lo es, que lo que hoy es moderno, mañana es arcaico.

Hay muchos ejemplos que validan esta teoría y la política es buena prueba de ello. En Estados Unidos, Trump releva directamente a Obama, mientras que en España pasamos del auge de Podemos al de Vox en apenas cinco años. En noviembre pasado, Albert Rivera dimitió como líder de Ciudadanos tras perder 47 de los 57 diputados que había conseguido seis meses antes y que dejaban a Cs muy cerca de ser el principal partido de la oposición. De ser prácticamente el líder del centro derecha y potencial vicepresidente en un gobierno hipotético con el PSOE, a no ser nadie políticamente hablando. Todo ello en menos de 180 días.

El trasfondo sobre el que emerge la metamodernidad es el mundo hiperco-

nectado en el que vivimos y la ruptura de las distancias físicas. La globalización no ha sido solo económica, sino que va mucho más allá. El intercambio de experiencias entre personas de todo el mundo es, de hecho, un paso ineludible en pro de nuestra interconectividad global. Este intercambio ha ido de la mano de la aparición de Internet, primero con sus arcaicos *blogs* y *newsletters*, y más recientemente con unas redes sociales cada vez más sofisticadas. Estas redes sociales están diseñadas y optimizadas para que la única manera de comunicarnos con el mundo sea la subjetividad máxima, en contraposición con medios más tradicionales como la televisión, la radio o incluso los libros, que favorecen unas perspectivas mucho más narrativas.

Realidades enfrentadas

En este contexto es donde realidades tradicionalmente enfrentadas y alejadas empiezan a compartir espacios aparentemente tan cercanos que aparentan una falsa proximidad. Esta supuesta cercanía entre realidades tan dispares, dispuestas caóticamente —aunque hiperconectadas—, lleva a que se produzcan oscilaciones de gran amplitud de forma constante, anulándose por completo el llamado *principio de contradicción*. Dicho de otra forma, hoy podemos afirmar exactamente lo contrario de lo que dijimos ayer e, incluso más, hacerlo sin que a nadie le importe lo más mínimo.



La aparente cercanía entre extremos hace que algo tan alejado como que alguien anónimo se convierta en una celebridad parece hoy al alcance de cualquiera, lo que ha cambiado por completo nuestra percepción de la fama. Si un famoso era antes una celebridad inalcanzable, hoy todo el mundo asume que puede ser famoso. La gente ha pasado de fijar su atención en alguien famoso a reclamar únicamente la atención del resto. Sin embargo, en un mundo en el que todos reclaman atención, no hay nadie que realmente la preste. Más aún teniendo en cuenta que, mientras la gente persigue experiencias tan alejadas, para cuando supuestamente las alcanzan, estas ya han cambiado. Así, los quince minutos de fama que todo el mundo tendría según Warhol son hoy más reales que nunca. La paradoja es que esos quince minutos son hoy más efímeros que nunca. La fama se ha convertido en un bien

1 De moda, elegante o sofisticado.

2 *Nerd* es un término despectivo. Es una palabra empleada para designar el estereotipo de la persona de alto coeficiente intelectual, muy estudiosa, pero de escasas habilidades para la socialización.

3 Inteligente, brillante.

4 Bauman, Z. (2017). *Retrotopía*. Paidós. Retrotopía aborda, desde el punto de vista del filósofo polaco, el fenómeno de la nostalgia por un pasado que no siempre fue mejor.

de consumo rápido en el que llega a haber muchos famosos a los que nadie recuerda después de unas semanas.

Algo parecido está pasando con nuestra imagen. Hace veinte años era habitual cruzarse en el Soho neoyorquino con gente que vestía de forma extravagante. Ahora, muchas de las tiendas de moda alternativa de este barrio han echado el cierre porque todo el mundo en Nueva York —y otras ciudades del mundo— “viste raro”. Sin embargo, y lo que es más curioso, esto no sucede únicamente porque seamos más abiertos de mente, sino más bien

porque a nadie le importa realmente cómo se viste el resto del mundo. Dicho de otra forma, la mayor accesibilidad a experiencias *fashionistas* está, paradójicamente, destruyendo la propia industria de la moda.

Sistemas inestables

La naturaleza demuestra que aquellos sistemas con demasiadas conexiones aleatorias son, en realidad, sistemas muy inestables con una alta probabilidad de colapso. Esto sucede actualmente con la tecnología, la cual ha destruido la realidad conocida. Es justo aquí donde aparece el contrapeso: el sentimiento de nostalgia por un pasado que siempre fue mejor. La gente tiende a crear retrotopías⁴ del pasado, las cuales no son más que fantasías irreales que nunca ocurrieron. Vivimos así en una época estéril en pensamiento y carente de ilusión, en la que se evoca siempre a una imagen bucólica del pasado. A esto contribuye, sin duda, la industria del espectáculo. Hace 50 años la mayor audiencia en televisión fue la llegada del hombre a la Luna. Un hito propio de una sociedad y una generación apasionada por enfrentarse a nuevos retos y ampliar los horizontes de su conocimiento. Poco tiene que ver esto con el modelo de industria televisiva actual, donde se vende espectáculo en forma de desafíos irreales, aventuras extremas o historias de amores imposibles. Esto pone de manifiesto el miedo de la sociedad actual a asumir la realidad cotidiana. Un miedo que se retroalimenta continuamente con más espectáculo.

Detrás de todo esto se esconde una batalla constante por eliminar cualquier juicio crítico propio. Por un lado, tene-

mos a toda la maquinaria de Internet que nos bombardea con noticias y espectáculo. Por otro lado, tenemos todo el empuje del mundo de la meditación, el minimalismo digital, el sabbatismo de los móviles y el cannabis. El objetivo es el mismo en ambos casos —dejar de pensar—, aunque en el primer caso es a base de acumulación, y en el segundo lo es a base de supresión de actividad.

La metamodernidad influye decididamente en nuestra percepción del mundo y dificulta enormemente nuestra conciencia de la realidad. El cerebro humano está programado para desear todo aquello que no tiene, algo que solía ocupar posiciones muy alejadas de uno mismo. Tradicionalmente, llegar a esos extremos tan alejados requería de una valentía y dedicación absoluta. Esto ha sido un aliciente para la civilización humana que ha contado siempre con un pequeño porcentaje de valientes exploradores. Pero esto ha cambiado radicalmente en el mundo actual.

Una tarea compleja

No puede existir historia en una sucesión caótica de eventos sin el más mínimo vestigio de patrón. El cómo salir de este bucle es una tarea muy compleja. Algunos expertos creen que Internet, y el mundo digital en su conjunto, jamás podrá ofrecer una experiencia coherente al ser humano, guiándonos siempre por laberintos que nos alejan de nosotros mismos. Nuestro compromiso pasa irremediablemente por encontrar un espacio de reflexión dentro del universo digital. Esto sería algo semejante a la aparición del Camino de Santiago en una época con grandes similitudes con el

momento actual. La Edad Media estuvo marcada por el oscurantismo ideológico y dominada por el miedo, las guerras y el dogmatismo religioso. La aparición repentina, en plena Europa occidental, de un movimiento de peregrinación con destino al fin del mundo conocido, fue una tercera vía que se alejaba tanto del belicismo como del oscurantismo medieval. Un peregrino es un pensador independiente que va formando y moldeando su pensamiento conforme va conociendo el mundo. La peregrinación a Santiago planteaba así una cura para el alma humana a partir del reencuentro con uno mismo y la exploración de la soledad dentro de un mundo externo que no dejaba de cambiar.

El mundo digital necesita descubrir su propio Camino de Santiago. Un camino lógico y paulatino compuesto por etapas, donde el comienzo de cada una de estas etapas sea una consecuencia directa de la anterior. Un camino en el que las experiencias entre etapas sean más graduales e irreversibles. La *anti-modernidad* propone un uso racional de la tecnología en pro de una progresión intelectual y personal en el misterioso mundo digital. No es, por tanto, un movimiento en contra de la tecnología, sino que plantea una nueva concepción de la

misma, tal y como sucede cuando relatamos un misterio o vivimos una aventura.

Internet, las redes sociales y el mundo digital en su conjunto, no son ni más complejos, ni más lóbregos, ni más peligrosos que aquellas vías que iban a Santiago y que se recorrían en lo más oscuro de la Edad Media. El desafío será encontrar esa brújula que nos permita adoptar un rumbo a seguir que sea seguro.

Volviendo a Enriqueta. Lo antioderno hubiera sido que, justo después de volver a casa, Enriqueta reinstalara Tinder y escribiera a alguno de los últimos chicos con los que había quedado decepcionada después de una cita aburrida. Justo lo contrario de lo que hubiera deseado sentir en aquel momento. Volver a quedar con ese chico sería el mejor plan o, al menos, el plan menos extremo. Por algo hay que empezar...



Bibliografía

- Balsa-Barreiro, J.; Vié, A.; J. Morales, A. y Cebrián, M. (2020). "Deglobalization in a hyper-connected world" en *Nature Palgrave Communications* 6, 28. Disponible en: <https://www.nature.com/articles/s41599-020-0403-x>
- Balsa-Barreiro, J. y Cebrián, M. (2020). "Saint-Etienne. The art of living places, times and emotions" en *Phroom Magazine*. Disponible en: <https://phroommagazine.com/saint-etienne/>
- Balsa-Barreiro, J.; Cebrián, M. y Ortega, A. (2019). "Por un Internet español con emoción" en *El País (Tribuna)*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/01/09/opinion/1547060159_516710.html
- Ortega, A.; Balsa-Barreiro, J. y Cebrián, M. (2020). "Los límites del capitalismo de vigilancia" en *El País (Tribuna)*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2020/04/07/opinion/1586252351_094192.html