

15 minutos de fama... al día

Las redes sociales son un envoltorio moderno que alberga un contenido más antiguo que el libro de estilo de 13TV. Lo sabe todo el mundo. La diferencia es que, en el universo 1.0, cuando el cafre de turno soltaba la animalada a voz en grito en el bar, contaba con la ventaja de que nadie lo había grabado, y además se amparaba en el recurrente “no era yo, era el alcohol quien hablaba”, y aun (tampoco es que entienda demasiado por qué) los demás tendíamos a disculparle.

Hoy por hoy, el chiste, el chascarrillo, la bufonada, la boutade, el aforismo de almanaque (o de taberna), la barrabasada, la cita de Paulo Coelho o el eslogan publicado en Twitter o Facebook queda escrito, grabado y difundido masivamente. ¿Lo sabemos? De sobra. ¿Lo demostramos? Más bien no. Da igual que hablemos de políticos, de cantantes, de futbolistas, de novelistas, de empresarios, de periodistas o de actores. Cae todo el mundo. Qué cosa.

Allá cada cual, faltaría más. Lo que sí me molesta (un poco, tampoco os vayáis a creer que no duermo) es que, como en casi todo, las reacciones que surgen tras un patinazo público del famoso de turno rezumen ese tufo a corriente organizada, a sectarismo, a tendencia, a etiqueta cosida a la carne misma. A la necesidad de condenar o lamentar o censurar públicamente (vía Twitter, se entiende) las palabras xenófobas o injuriosas del político o el periodista que sea, los internautas le agregan la no menos necesaria obligación de dejar claro que “los otros” (sean quienes sean) también lo hacen. Y volvemos al juego del “Y tú más” y del “Nosotros seremos malos pero vosotros sois peores”, y de esta manera lo que ocurre es que los bocazas seguirán aspirando al trono del reino del Trending Topic por los siglos de los siglos o por los tuits de los tuits.

En fin.

Puede que la sobrevalorada primera impresión, y su prima hermana la impresión engañosa, estén viviendo un auge renovado debido a la influencia de las susodichas redes sociales.

Cuando me asomo al muro de Facebook veo empastes, pústulas, animales muertos, vómitos, miembros escayolados, puntos de sutura, muecas de borracho... Alguien pone en su perfil una foto de recién levantado, con legañas, despeinado, enseñando la hucha; y voy yo, y pienso: si alguien llama a mi puerta y estoy con esa pinta, no le abro ni loco, soy capaz de fingir que estoy muerto. Y al instante llego a la conclusión de que ese mismo individuo tampoco recibiría a nadie en persona de tal guisa, aunque —misterios de la vida (o de la informática, vete a saber)— cuando se trata de la red social, es capaz de grabarse la colonoscopia con el móvil y presumir de plano secuencia entrañable (por lo de las entrañas).

Y más: alguien pone la foto de un genocidio, o de un bebé enfermo con la cabeza deformada, y entonces dudo unos segundos si hacer clic en “Me gusta”. ¿Qué interpretarán? ¿Que me gusta eso que pasa o que me gusta que mi contacto lo difunda o lo denuncie?... Ay. Que inventen ya el botón de *No me gusta, Me da igual, Te pongo me gusta para que veas que te leo o Espera un momento que me lo pienso*. Qué se yo.

Y resulta que ahora es muy importante que hablen de ti en Twitter. “Nuestro programa está siendo *trending topic*”... “En las redes sociales se habla todo el rato de nosotros”... O sea, que ahora nos parece el *súmmum* que nos siga la gente que está todo el día rascándose lo que no le pica. Quiero decir: antes (no hace tanto) uno presumía de que se hablara de él en las universidades, en las tertulias intelectuales, en la prensa especializada, en las conferencias, en las casetas de la Feria del Libro, en los descansos entre actos de la ópera, en el ambigú de los cines de versión original, en fin... A lo que voy: parece ser que lo que uno debe considerar “el público” no se corresponde con lo que tradicionalmente hemos denominado “los lectores”, sino más bien con ese colectivo inconcreto llamado “los internautas”. Tiene algo de retorcido que uno deba deshacerse en esfuerzos para llamar la atención de personas que probablemente pasan 23 horas al día pegados al ordenador, la tableta o el móvil chateando, tuiteando, feisbuqueando, descargando películas y series, yutubeando, instagrameando, husmeando entre webs, es decir, haciendo cualquier cosa menos leer una novela (menos aún ir a comprarla).

Lo mismo no. Igual todo esto es paranoia mía. Y cierto que tan inconcreto es decir “los lectores” como “los internautas”. Todos somos muchas cosas a la vez y casi todas son compatibles. Pero yo me entiendo. Y por eso ando con un moscardón que me zumba en la oreja y me dice que a lo mejor estoy haciendo algo mal.

Me explico. El dilema es *estar* en las redes sociales o *escribir* en las redes sociales. Y por escribir (el avisado lector ya lo ha adivinado) me refiero a ejercer el oficio literario, claro. No limitarse a la promoción o la simple visibilidad (que ya es mucho, tal como yo lo veo), sino abrumar al respetable con parrafadas densas e intensas, esa clase de texto típico de muro de Facebook que quiere sonar visceral y espontáneo pero que se nota calculado e intencionado, o bien ese descarado eslogan publicitario o propagandístico disfrazado de genialidad improvisada que se vomita en los ciento y pico caracteres de un tuit... Ya no se trata de 15 minutos de fama una vez en la vida. Se trata de 15 minutos de fama al día, como mínimo. Uf.