



Tenemos que volver a convertir la escuela en un lugar privilegiado para la celebración de lo Real. Derribando los muros que haga falta.

Reconformarnos a golpe de meme

Antonio Oria de Rueda (M)

Es bastante jodido escucharle a Nacho, un alumnito de Producción, dieciocho años, gran jugador en la Play, -¿Y cuál es el problema? ¿Qué problema hay si la máquina toma las decisiones por mí, si son las que me gustan?

Luego intentaremos contestar a esta pregunta. Antes, vamos a recordar que este mismo tema del que tratamos en este número de la revista, fue considerado en el número cuatro de esta época, *Enterarse con la actualidad*, octubre a diciembre de 1998. En aquel momento, José Luis Corzo escribió un Eje con arte de cirujano, y lo primero que quiero proponeros es que os lo volváis a leer, antes de nada. No ha perdido ninguna actualidad. El eje no ha cambiado. Lo que ha cambiado, en proporciones descomunales, ha sido la manera en que nos llega la información y las cabezas -y los cuerpos- en las que se procesa esa información. Así que me dispongo a retomar aquellas ideas y, a su luz, exponer hacia dónde se dirigen esas dos dimensiones: la emisión y la recepción.

En cuanto al primer momento, el de cómo se ha transformado la comunicación informativa, aparecen varias dimensiones:

- Más breve. Tiene que caber en un tweet, pero si puede ser una sola frase cachonda encima de una imagen (un meme), pues mucho mejor.
- Menos palabras. Mi público entiende pocas palabras, y tengo que ser capaz de empobrecer mis frases hasta atender su discapacidad.
- No hay contexto. El contexto no es posible, tengo que tener en cuenta solo qué imágenes previas puede tener sobre este tema el que lo recibe.
- Apelar a las emociones: un estilo que privilegie los adjetivos, las figuras rompedoras; no quiero dar apariencia de objetividad, porque si hago eso, van a hacer

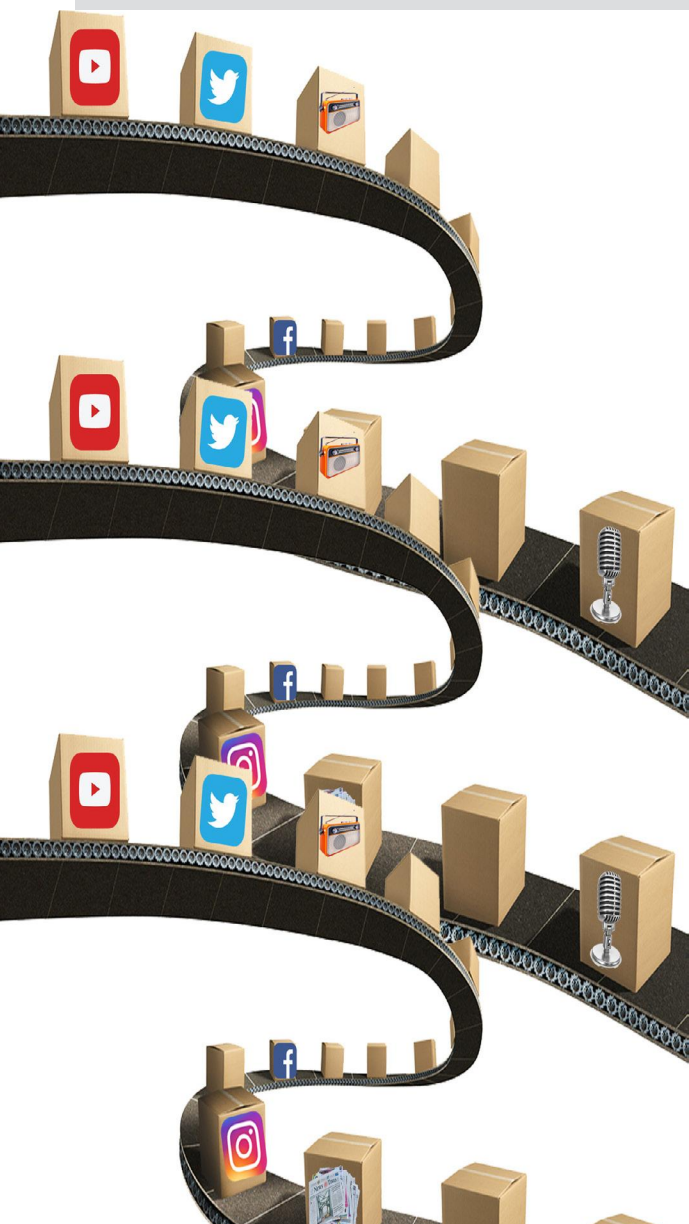
scrolling, next.

- El gasto en atención debe ser mínimo. Elaboro los contenidos teniendo en cuenta que los episodios de atención vaga de mi audiencia son cortos y desenfocados. Además, tengo que tener en cuenta las necesidades del propio robot que organiza la atención de mi espectador.
- La mayor parte de las noticias suceden en las redes que, a su vez, son los lugares donde el periodista difunde sus contenidos informativos. Esta es una particularidad que garantiza la endogamia y el control absoluto del proceso por parte de las plataformas.
- Las redes confieren y deniegan la autoridad. Por consiguiente, la fuente de la autoridad no reside en el ser testigo directo, la formación del periodista o el conocimiento de quien ha estudiado un tema; la autoridad son los likes, hago más caso al más viral, al más disruptivo, al más molón.
- Las cosas no tienen por qué ser verdad. La verdad es imposible y, si me molesta, puedo mentir sin ningún problema.
- El lugar al que llega la información está atiborrado, y su gestión la realiza una máquina por mí, sin que yo me dé cuenta. Una nueva pieza de información no va a poderse abrir camino a no ser que el algoritmo considere que va a provocar un impacto muy fuerte que le va a venir muy bien.
- Las cosas tienen que llegar cuando estén sucediendo; la capacidad de retardo/delay de mi audiencia es prácticamente nula, y la dinámica de las redes hace que la información tenga que llegar inmediatamente y caduque tan solo unos momentos después. Si quiero que dure más, tendré que repetirla, pero me arriesgo a que me la pasen sin leer.

¿Y los chavales? ¿Cómo han cambiado los chavales a lo largo de este cuarto de siglo? En la



lectura más oscura, es fácil deducir que no sabemos lo que está pasando, aunque sí que sabemos cómo: una máquina les sigue, les analiza y genera comportamientos por los que consigue una recompensa. A esta forma de actuar la llaman el aprendizaje profundo de las máquinas, porque se basa en el error y ensayo y no queda evidencia sobre los procesos que han logrado este aprendizaje. La máquina ha aprendido a configurar las cabezas de los usuarios para lograr los objetivos que le han fijado. En el camino, ni siquiera los que las han programado son realmente conscientes de los cambios que han producido. Solo se aseguran de que el sujeto emplea más tiempo en la aplicación, y ejecuta los comportamientos que la plataforma ha programado.



Mientras tanto, los chavales son presos de una atención perpleja, procesan en un modo de conciencia atragantada. Ni viven lo que está pasando en la vida real, ni consideran lo virtual como algo realmente separado. Es el otrotenimiento: habitan el abismo entre lo virtual y lo real como un lugar donde se pudiese llevar una vida normal. Esta habitación tiene numerosas consecuencias: pierde la empatía, aumenta el miedo y la incertidumbre, se esfuma la ironía. Se desvalorizan la experiencia y las relaciones, son más fácilmente cabreables, más ansiosos, más alelados, menos conscientes de las dependencias, más débiles, más fáciles de distraer. Las consecuencias sobre la vida en la escuela, con los amigos, las relaciones sexuales, la salud mental, son bastante mugrosas pero, además, no sabemos dónde pueden acabar. El baile solo acaba de empezar.

Oria de Rueda, Antonio. ¿Qué te pasa? Tú, el Otrotenimiento y el final de la realidad. Madrid, Editorial Popular (2024)

Los grandes gurúes del Marketing Global les llaman la *generación de cristal*, o la *generación copo de nieve*. Definen la generación, para atenderla con sus productos y servicios. Y también la prescriben: nos dicen a todos cómo se tienen que comportar... cómo nos tenemos que comportar. Porque, sin lugar a dudas, todo lo que antecede, nos pasa a nosotros, los adultos, también. En diferente medida, según nuestro nivel de conexión, nuestra cantidad de virtualización de la realidad. Y, ¡oh, sorpresa! no afecta igual a los ricos que a los pobres. Salvo excepciones, los ricos están menos virtualizados, menos otrotenidos.

La propiedad de los medios de comunicación, que en tiempos tuvo una enorme relevancia, se ha simplificado mucho: los dueños de las grandes plataformas y de las grandes tecnológicas, son los mismos. Así que habría que cambiar el objeto de atención y ponerlo sobre **cómo funciona este sistema de las máquinas que nos aprenden**. En la economía global, pero también en cada individuo.



Los gobiernos amenazan con multas ridículas o llaman a Zuckerberg para que pida perdón a los padres de los chavales que se han quitado la vida. Mientras tanto, NVIDIA, el gran fabricante de microchips para la Inteligencia Artificial, sube en bolsa, en un solo día, todo lo que cuesta el gasto social en España en un año.

Lo avisaba Corzo, hace 25 años: “*Señores –dijo a sus colegas un magnate del capital yanqui–, hemos de reconocer que trabajamos directamente sobre el tejido cerebral humano*”. *El mismo tejido en que anidan nuestras ideas, convicciones y posibilidades de reaccionar personalmente.*

Vayamos ahora a contestar a Nacho, que se preguntaba por qué era un problema que la máquina supiese antes que él lo que iba a hacer. Le contesta Burkeman:

Así que, si te convencen de que esto no es un problema para ti: que los social media han modelado una versión de ti en la que estás más cabreado, más solo, menos empático, más ansioso y más alelao, es posible que no veas el problema porque ya te han convertido en esa versión de ti. Se han apropiado de tu tiempo finito sin que sientas que te falta nada.

Burkeman, Oliver. Four Thousand Weeks. Vintage Books. (2021)

No hay una pedagogía de la adherencia posible, si la Realidad desaparece, pervertida en un juego macabro que me atraviesa entre la pantalla y la vida. Tenemos que volver a convertir la escuela en un lugar privilegiado para la celebración de lo Real. Derribando los muros que haga falta. Como en Barbiana, como en Santiago Uno, como en cualquier lugar de salud educativa, o los chavales se convierten en los protagonistas del proceso informativo, desde la conciencia clara sobre la realidad, o será el Algoritmo quien lo haga.

Vamos acabando con una cita, otra vez, al eje del número 4:

La consecuencia para la educación es la necesidad de una revisión constante del conocimiento, que, si ya no necesita de mucho apoyo para confundirse él solito, (y ya lo advirtieron hace mucho los griegos entre otros), no le será difícil naufragar bajo la ingeniería industrial con que se fabrica a diario la opinión pública...Así que la clave está en vigilar el conocimiento en cuanto tal, mucho más que en introducirle nuevos objetos.

Corzo, José Luis. Educar(NOS), n° 4, octubre-diciembre 1998. p. 12.

