

SELFCASTING

Víctor Sampedro

La gran mentira es la audiencia soberana. Como un *Gran Hermano*, el pueblo-rey se exhibe y gobierna a sí mismo. ¡No digamos en Facebook! Dicen los anglosajones que en el pasado teníamos *broadcasting*: un mismo contenido se emitía “en ancho o abierto” a una masa uniforme de gentes sin hacer diferencias entre ellas. Ahora serían tiempos de *narrowcasting*: elegimos el momento y los contenidos para verlos “en estrecho”, nosotros solos en internet, o “en cerrado”, pagando un abono o una cuota de socio.

Y cuando todos sabemos grabarnos en el móvil y escribimos nuestro propio guión en las redes, practicamos el *selfcasting*: nos difundimos a nosotros mismos. Que se lo digan al padre de Aylan, el niño sirio de cuatro años que buscaba refugio en Europa y murió en la costa mediterránea un día cualquiera de 2016. Dicen que la foto de su cadáver, encogido en la orilla de la playa, despertó las conciencias. Bueno, en todo caso las nuestras han demostrado ser demasiado frágiles y olvidadizas. Las redes se encharcaron de lágrimas. Pero fueron incapaces de contrarrestar las noticias sobre refugiados que les presentan como posibles “terroristas islámicos”: antes de quitarnos la

vida nos quitarán el puesto de trabajo y cambiarán las iglesias por mezquitas. Lo más positivo que se dice de ellos es que son víctimas de las mafias; nunca de nuestras guerras y muros, de la economía que hace negocio en el campo de batalla y en las fronteras. Porque quienes venden armas son los mismos que ponen alambradas.

Cuando careces de lugar en el mundo, tampoco lo tienes en los medios ni en las redes. Y no ser reconocido por ningún estado significa la pérdida efectiva de los derechos humanos. Logras visibilidad y presencia sólo en relatos que otros hacen de ti. Este es el lugar y el relato que ocupan los Aylan en las redes. Y transcribo literalmente la noticia que leí hace unos días.

“El Ejército Libre Sirio, el principal grupo rebelde frente al régimen de Bashar al Assad, ha lanzado una campaña *con niños sirios posando ante la cámara con un cartel* con el dibujo de distintos personajes del universo Pokémon Go para instar a la comunidad internacional a rescatarlos.

Víctor Sampedro es Catedrático de Opinión Pública y Comunicación Política en la Universidad Rey Juan Carlos, de Madrid. www.victorsampedro.com

La campaña, difundida desde la oficina de prensa de este grupo, ha comenzado a replicarse en redes sociales con la etiqueta #PokemonInSyria pero también con #PrayforSiria, habitualmente utilizada para denunciar el sufrimiento de un pueblo que lleva más de cinco años en guerra.

En las imágenes, diversos niños aparecen tras un folio en el que hay dibujado un personaje de Pokémon sobre frases como 'Estoy en Siria, ven a salvarme', 'Estoy en Idlib, ven a por mí' o 'Hay una gran cantidad de Pokémon en Siria, ven y sálvame'."

En lugar de una noticia es –como reconoce el propio texto– el comunicado de prensa, casi literal, del "Ejército Libre". Se trata de un mensaje de las fuerzas pagadas por Estados Unidos y sus aliados para combatir al déspota sirio. ¿Su intención? ¿Salvar niños o ganar simpatías y donaciones para proseguir la guerra? ¿Y después qué? ¿Lograr en Siria una paz como la guerra civil de Irak y Afganistán después de invadirlos?

"La principal privación de los derechos humanos se manifiesta primero y sobre todo en la privación de un lugar en el mundo que le da significado a la opinión y efectividad a las acciones". Eso escribió la filósofa alemana Hanna Arendt. Hablaba de los desplazados antes de la II Guerra Mundial, de los olvidados que comenzaron no teniendo derecho de acogida y acabaron internados en campos de exterminio. Primero les enviaron a los campos –no comunidades, ciudades o pueblos– llamados (como ahora) de acogida e internamiento. Acabarían siendo campos de concentración con un letrero en la entrada que ponía: "El trabajo hace libres". Un lema que podrían publicitar alguno de los programas de telebasura que

espectacularizan la indigencia, ensalzan a empresarios disfrazados de trabajadores o disciplinan a los ni-nis.

Añadía Arendt sobre los refugiados de su tiempo: "No se les ha privado de libertad, sino de la posibilidad de actuar; no del derecho a pensar lo que quieran, sino de su derecho a dar su opinión". El sitio de Aylan y sus compatriotas es un videojuego en el que no puede librar ni ganar batalla alguna. Está para ser salvado... con más guerra.

Esas imágenes no eran *selfies*, sino parodias diseñadas para combatir otras producidas por el ISI o Al Daesh (los yihadistas malos) que circulan por las redes. El llamado Estado Islámico, con orígenes y apoyo estadounidenses similares al Ejército Libre Sirio, acostumbra a pedir rescate o publicar sus asesinatos con fotos parecidas a las de los niños Pokémon. Su imagen de medio cuerpo, está precedida del cartel que sostienen en sus manos o cuelga de sus cuellos y que fue escrito por sus verdugos. La propaganda digital de los salvadores de Siria es más macabra de lo que parece a primera vista. La empleada por el déspota Assad (aún presidente infecto del país), por los talibanes y por los luchadores libres son similares. Es lo que tiene la realidad virtual, que sirve para propósitos contrapuestos.

El *selfcasting* lo practican los idiotas sin darse descanso. En la Grecia clásica un idiota era alguien incapaz de ver más allá de *sus* intereses privados e inmediatos. Alguien tan corto de miras que carecía de interés, precisamente por su nula sensibilidad para el interés público y el bien común. Con estas limitaciones, alguien así jamás debiera ocuparse de la política: los asuntos de la *polis* o comunidad. La democracia del

ágora le era ajena. O, en todo caso, un botón con el que hacerse. Cuando ahora los idiotas visitan el Partenón se immortalizan en un decorado más para su ego. La política es una puesta en escena y su institución más importante, un plató de televisión. Las redes, la república del ego.

Escribo mientras acompaño a mi familia de vacaciones. A mi hija de 10 años la tutora le ha pedido que cuente su verano con “selfies cool”. Además de enseñarle mal inglés (el adjetivo precede al sustantivo), le anima a ser el centro de atención. No de la familia y nuestras atenciones, que es algo a lo que tiene derecho a aspirar (aunque con moderación, para no creerse una celebrity). En el colegio quieren que sea la protagonista principal, el centro de todas las miradas, incluida la propia. Quieren que sea la chica Tinder. Veán, por favor, el video: <https://youtu.be/zdef2anpd04> del ideal femenino de la página de contactos más cool. Y piensen en qué se difiere de su ideal.

A veces es difícil no considerarnos una legión de idiotas: tuertos cuyo único ojo es la cámara de la telebasura o del móvil. Nuestra realidad no sobrepasa la pantalla y para observarla no tomamos más distancia que “la del palo del selfie”. Somos gentes de mirada corta y estrecha. Pendientes de la última impresión que dejamos en nuestro muro de Facebook.

Este texto es un anticipo de su próximo libro que relaciona los *reality shows* y las *redes sociales*, señalando las continuidades entre las mal llamadas *telerealidad* y *la realidad virtual*, la *telemocracia* y la *democracia digital*. Pretende ser un texto dirigido a los *millennials*, sus progenitores y maestros. Otras obras del autor pueden consultarse en www.victorsampedro.com y la correspondencia dirigirse a victor.sampedro@urjc.es

