

## 10 Tesis sobre el Homo Twitter

Cesar Cansino

El autor propone un decálogo para entender la relevancia del nacimiento de esta especie del siglo XXI. Un ser que ha recuperado el gusto por la escritura, el sentido y la pertinencia del debate.

## 10 Tesis sobre el Homo Twitter.

*Cesar Cansino*

En 1998, el conocido politólogo italiano Giovanni Sartori publicó un libro que cambió para siempre nuestra manera de entender la TV y su impacto en los seres humanos, en especial en la política y la democracia. El libro se llama *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, y su tesis central sostiene que la TV llegó muy temprano a la humanidad y se ha vuelto contra ella, no sólo porque marca una involución biológica del Homo Sapiens al Homo Videns, sino porque alimenta y reproduce la ignorancia y la apatía de una sociedad, lo cual es aprovechado por los políticos profesionales para manipularla de acuerdo a sus propios intereses. A esto Sartori lo llamó “videopolítica” o “teledemocracia”.

La involución de la que habla Sartori es resultado de la exposición permanente de ya varias generaciones de televidentes al bombardeo indiscriminado de imágenes. Por esa vía, el ser humano se ahorra la tarea de la abstracción pues las imágenes lo hacen por él, con lo cual ve disminuida su capacidad de raciocinio y pensamiento lógico, operadas gracias a la sinapsis. Si la escritura y la lectura permitieron el máximo desarrollo de las facultades del Homo Sapiens, la recepción pasiva de imágenes lo involucionan sin remedio.

Como era de esperarse, el libro de Sartori generó todo tipo de reacciones. Pero independientemente de las críticas o las adhesiones que concitó, la verdad es que sus tesis han comenzado a ser obsoletas, sobre todo por la irrupción de nuevas tecnologías de la información que cambian radicalmente los referentes de la comunicación humana en las sociedades actuales. Me refiero a las redes sociales, y en particular a Twitter, que ha venido a constituirse en la moderna ágora de deliberación y confrontación de ideas y opiniones, en la nueva plaza pública virtual. Como he sostenido en mi ensayo “Hoy la democracia se juega en Twitter” (consultar en este mismo blog), esta red social restituye a los ciudadanos su centralidad política largamente escamoteada por los políticos profesionales, todo lo cual estimula a la democracia representativa.

Y junto con Twitter ha emergido el Homo Twitter, que como tal está a la espera de ser teorizado de manera persuasiva, pues al igual que el Homo Videns sartoriano, es indudable que Twitter marca un parteaguas evolutivo de la mayor trascendencia para la humanidad. Hacia ahí quieren caminar precisamente, las siguientes diez tesis sobre esta nueva etapa evolutiva del ser humano. Bienvenida pues, la era del Homo Twitter.

1. *El Homo Twitter no es un ser humano chiflando sino, en sentido metafórico, un pájaro que se cree ser humano.* Esta metáfora vuelve a la acción de tuitear el centro de Twitter y al tuitero el producto de sus tweets. El Homo Twitter existe por sus tweets, por el sonido de sus chiflidos, y no al revés. Por eso el Homo Twitter puede ser anónimo o no, el resultado siempre es el mismo. Lo que

importa es el tweet, la arquitectura del tweet, su mayor o menor capacidad de conectar con los demás. Al igual que un ave es reconocida inmediatamente por otras aves por sus chiflidos, el Homo Twitter tuitea para ser escuchado por los demás, quiere ser reconocido, quiere pertenecer a una comunidad, sabe que sólo existe por los demás, por sus chiflidos. El silencio es la muerte del Homo Twitter

2. *El Homo Videns mató al Homo Sapiens y el Homo Twitter mató al Homo Videns, o mejor, la imagen sucumbió al tweet.* Cuando parecía que el Homo Sapiens no tenía salvación, que sucumría arrollado por el Homo Videns, generando una involución lenta pero irreversible en la capacidad de abstracción y raciocinio de la especie humana, llegó el Homo Twitter, y con él la posibilidad de nuevos desarrollos evolutivos. El Homo Twitter no es la salvación o la reposición del Homo Sapiens, moribundo por el efecto adormecedor del bombardeo indiscriminado de imágenes; es simplemente un nuevo estadio en la cadena evolutiva, un estadio diferente a todos los precedentes. Sólo el tiempo dirá en que magnitud marcará a la especie humana. Por lo pronto, el Homo Twitter es síntesis de su tiempo, no renuncia a las imágenes con las que ha crecido pero tampoco a la palabra escrita (talón de Aquiles del Homo Videns), entiende la comunicación como la emisión de mensajes breves y concisos, pero al mismo tiempo persuasivos, apoyados con tweetpics, tweetcams y links virtuales que obligan a ampliar la mirada, en un ir y venir permanente entre lo abstracto y lo concreto, entre lo implícito y lo explícito. Por eso, el tweet es imagen, pero es mucho más que imagen, es imagen con un pie de imagen, o mejor, es un pie de imagen acompañado de imágenes. Si en la evolución humana el Homo Sapiens alcanzó sus máximas facultades con la lectura y la escritura, el Homo Twitter lo logra en su tentativa de ser elocuente en la brevedad, en el esfuerzo de la síntesis. Ahora es la concisión lo que determina al ser humano, la economía del lenguaje, la ligereza del tweet. Como el Homo Videns, el Homo Twitter también es seducido por el canto de las sirenas de las imágenes, ya no puede abstraerse de sus encantos, su contagio es generacional, pero a diferencia del Homo Videns, el Homo Twitter no renuncia a la interacción, se niega a ser una esponja receptora pasiva de imágenes, por lo que reacciona a todos los estímulos que recibe. Opina, critica, convalida, rechaza, repudia...
3. *El Homo Twitter subvierte la cultura del video y restituye la cultura de la escritura, pero breve y críptica.* La cultura de la imagen propalada por el cine y la TV imprimió su sello al siglo XX. Y no obstante que la industria del libro creció como nunca antes, cada vez se lee menos. La lectura es altamente valorada por la sociedad, pero cada vez menos frequentada. Como la cultura de la imagen, también la literatura terminó por ser efímera, un componente más de las imágenes que los individuos desean proyectar de sí mismos. Muchas veces cuenta más saber de qué se trata un libro someramente para aparentar tener cierta cultura, que leer el libro, al fin que nadie lo ha leído. La industria editorial

crea autores famosos para vender obras no para que sean leídas. Hoy se escribe más para alimentar egos y aceitar la industria que para formar lectores o generar debates intelectuales. A su modo, la masificación de las computadoras y de internet ha permitido que la sociedad disponga de montañas de información como nunca antes en la historia, pero también ha contribuido a la lectura críptica, cortada, intermitente, superficial. Hoy más que leer, los seres humanos navegan, viajan por internet, saltando de un tema a otro. La cultura del videoclip (100 imágenes por minuto) inhibió en las últimas generaciones la capacidad de la concentración, de la comprensión, de la dedicación a la lectura. De ahí que la navegación les viene bien, pues con ella siempre se está en movimiento, al ritmo del perenne *click* del mouse, acumulando información sin decodificar. Si en la era digital, la lectura se volvió navegación, la escritura se volvió algo accesorio, un vehículo para googlear, para chatear, para hacer trabajos escolares mediante *copy paste*. Y justo cuando todo parecía perdido, la aparición de las redes sociales restituyó cierto valor a la escritura, a la palabra escrita para comunicar y conectar con los demás. Facebook primero, y luego Twitter, reposicionaron a la escritura en una generación que la desdeñaba. Si las redes sociales proveen un sentido de pertenencia a un grupo o una comunidad es gracias a la palabra escrita, y la escritura ordena las ideas y las opiniones para que tengan sentido para los demás. Pero la escritura nunca volverá a ser lo que alguna vez fue. La era digital nos acostumbró a los mensajes breves y concisos. Sólo la brevedad asegura receptores. El Homo Twitter lo asimiló rápidamente e incluso le puso un límite a la escritura: 140 caracteres por tweet, bajo la premisa de que no hay una sola idea o pensamiento que no pueda ser expresada correctamente dentro de esos límites.

4. *Si el Homo Videns es incapaz de abstraer conceptos, el Homo Twitter es incapaz de abstraer rollos, piensa en corto.* Si la cultura de la imagen inhibió en los seres humanos la capacidad de abstracción, pues la imagen no exige del espectador ningún esfuerzo mental de deconstrucción, la cultura digital inhibió en los seres humanos la capacidad de concentración y comprensión frente a textos demasiado largos y complejos. De algún modo, ambos aspectos han contribuido a transformar las posibilidades y el potencial del pensamiento humano. El Homo Twitter, heredero de ambas tendencias, ha dejado las honduras del pensamiento a los iniciados, y prefiere moverse en la superficie, en el pensamiento en corto, inmediato, directo, sin florituras ni barroquismos, ahí se siente seguro; en la simplicidad encuentra su zona de confort. Si la comunicación es posible para el Homo Twitter es porque no exige grandes elaboraciones, el pensar en corto es lo suyo.
5. *Si para el Homo Videns la imagen es expresión metafórica, para el Homo Twitter el tweet es metáfora de la expresión.* Si en el Homo Videns el pensamiento permanece adormecido, sometido a la tiranía de las imágenes, metáfora cruel de su propia existencia, en el Homo Twitter expresarse se ha vuelto una metáfora.

En efecto, el Homo Twitter no habla, tuitea; no escribe, tuitea; no lee, sólo escucha los chiflidos de los demás Homo Twitter. Por efecto de Twitter, la expresión humana se ha vuelto la acción de tuitear. La palabra escrita ha sucumbido al tweet. Las opiniones y las ideas se vuelven expresiones del tweet. Pero el tweet es intangible, efímero, ligero, volátil, sólo vive en la evanescencia. Fuera de Twitter lo que se escucha es ruido, dentro de Twitter, es un silbido queriendo trascender.

6. *Si la palabra escrita representa evolución y la imagen, involución, el tweet es revolución a 140 caracteres por minuto.* En la era del Homo Twitter todo es breve y acelerado, no hay lugar para rollos ni tiempo para fárragos. En ese sentido, el Homo Twitter es la expresión más evolucionada del Homo Digital, o sea un sujeto conectado virtualmente con el mundo, a la velocidad de los dedos y del mouse. El Homo Twitter es la materialización de un tiempo, el nuestro, que se percibe veloz, raudo, vertiginoso. Al acercarnos el mundo a una computadora, la era digital nos instaló en la fugacidad de la vida, en la conciencia de que el tiempo vuela y nunca será suficiente para nada. Es el tiempo de las metrópolis, acelerado, apresurado, que nos arrolla sin remedio. Hoy hay que correr para llegar, robarle horas al sueño para estar, conjugar actividades para que nos alcance el día. Hoy todo es *fast*, y entre más *fast*, mejor. El Homo Twitter se sabe prisionero del tiempo y se revela tuiteando. Si el tiempo (o mejor, la ausencia de tiempo) anula, somete, presiona, borra, Twitter libera, aunque sea transitoriamente; es la catarsis efímera de una generación tan vertiginosa como el videoclip. Tuiteo luego existo.
7. *Con el Homo Videns el Homo Twitter comparte lo lúdico, pero de manera creativa no pasiva.* Si el Homo Videns se regodea husmeando en la vida privada de ilustres desconocidos, según la exitosa fórmula de los Reality shows, el Homo Videns también disfruta de escudriñar en los tweets ajenos, en los TL (timelines) y los Avatar de otros tuiteros. Pero a diferencia del Homo Videns, el Homo Twitter no sólo es espectador, sino también protagonista de un Reality (un Reality virtual, por contradictorio que parezca); o sea que el tuitero no solo observa a los demás tuiteros, sino que se sabe observado, es más, quiere ser observado; a su modo es un exhibicionista, un hedonista incorregible. En la retroalimentación con otros tuiteros, el Homo Twitter no sólo encuentra su lugar, sino también placer; no sólo un sentido de pertenencia a algo, sino un espacio lúdico, sumamente adictivo. De ahí que el Homo Twitter se vea obligado a perfeccionar sus tweets, pues entre más creativos sean, más observado será, tendrá más seguidores, imagen equivalente a los fans de la farándula. De hecho, en Twitter también hay Tuitstars, la expresión más revolucionada del Homo Twitter.
8. *Si el Homo Videns es manipulable, el Homo Twitter es un manipulador en potencia, pues el tweet es persuasión.* Un tweet que nadie lee es un tweet que

nunca existió. Para trascender, un tweet tiene que seducir, persuadir, convencer, motivar... Sólo así destacará de entre millones de tweets que nacen y mueren cada segundo. Un tweet se sabe efímero, por lo que busca afanosamente desafiar su destino; quiere brillar en el mundo de los RT (retweets) y los Favs (favoritos) y así alargar su existencia lo más posible. Por eso, si el Homo Videns era un receptor pasivo de imágenes y se dejaba manipular por ellas al encender el televisor, el Homo Twitter se vuelve un manipulador en potencia. Lo suyo es persuadir con sus chiflidos, para que los demás repitan su tonada, se la aprendan, la reproduzcan, la recomiendan... Si un tweet nace para ser escuchado, el Homo Twitter necesita muchos escuchadores, y entre más mejor. Precisamente por ello, el Homo Twitter aprende pronto que tuitear no es suficiente, que cualquiera puede hacerlo, por lo que hay que hacerlo bonito, para atraer a otros tuiteros. Quizá por eso, el Homo Twitter se vuelve exigente, no perdona los tweets salpicados de faltas ortográficas, los tweets ilegibles o incomprensibles. Quién lo iba a decir, el Homo Twitter ha revalorado el idioma, cualquiera que éste sea; exige respeto a las reglas gramaticales y censura los deslices.

9. *El Homo Twitter sólo se realiza en el espacio público, con-los-demás; es la nueva encarnación del zoon Politikon.* Si Twitter es la nueva ágora virtual, el espacio público donde se construye cotidianamente la ciudadanía y se definen los valores sociales, el Homo Twitter es la nueva representación del sujeto político, del ciudadano que opina de los asuntos públicos y que en conjunto con los demás Homo Twitter redefine y llena de contenido los valores que han de regir en la sociedad. El Homo Twitter nos recuerda que la democracia no puede edificarse en el vacío, sino en contacto permanente con la sociedad. Si la representatividad fue la fórmula que permitió que la democracia como forma de gobierno se concretara en sociedades complejas como las modernas, Twitter es el vehículo moderno que restituye a la sociedad su centralidad y protagonismo frente a los déficits de representatividad que acusaba desde hace tiempo. Los políticos profesionales se han dado cuenta por la irrupción de la sociedad en Twitter, que ya no pueden apropiarse arbitrariamente de la política, pues la política está hoy más que nunca en todas partes. En suma, el Homo Twitter reivindica al ciudadano, visibiliza a la sociedad frente a la sordina consuetudinaria de los políticos profesionales.
10. *El Homo Twitter es la síntesis virtuosa del Homo Ludens (lo lúdico) y el zoon Politikon (la acción en libertad).* Para el Homo Twitter todo es politizable, a condición de que sea debatible; sabe que su opinión es parte de un tribunal plural y heterogéneo, pero que a final de cuentas refleja mejor que cualquier otro espacio público el sentir de una comunidad, sus anhelos, sus deseos, sus congojas y frustraciones... El Homo Twitter hace política, busca incidir en la opinión pública, busca marcar tendencias con sus opiniones, con sus HT, porque sabe que sus opiniones cuentan, que Twitter se ha convertido en el mejor espejo

de lo social. El Homo Twitter pudo haber definido sus convicciones en múltiples ámbitos sociales, incluidos las propias redes sociales, pero sólo en Twitter encuentra el lugar idóneo para proyectarlas, para socializarlas de regreso a un universo simbólico donde pueden alcanzar resonancia. Si debatir con-los-demás en condiciones de paridad, o sea de manera incluyente y abierta, es la naturaleza de la política, el Homo Twitter es la expresión moderna (virtual y digital) del zoom Politikon. Con la novedad de que tuitear es mucho más lúdico que vociferar o manotear para hacerse escuchar; y a la larga también es más democrático y efectivo.

*\*Este ensayo fue aprobado para su publicación en la revista IUS de febrero*