

Entender + el mundo digital

El falso minimalismo de las nuevas tecnologías

He aquí una serie de frases que indican en qué dirección se mueve el pensamiento de Kyle Chayka cuando el tema sobre la mesa es el de las nuevas tecnologías: «Sabemos de muchas historias de ejecutivos de Silicon Valley que mantienen a sus hijos alejados de las nuevas tecnologías. Cuando menos hay una consciencia allí de que al absorber tanta atención esas tecnologías deben de tener algo negativo». «Una plataforma como Facebook, o Instagram, o Twitter, te insta a pensar que tal vez solo puedes existir según las condiciones que te imponen. Por ejemplo, que solo puedes expresar lo que Twitter te deja expresar». «Desde el inicio de la pandemia la gente ha sentido la locura *online* de forma más intensa. Los dos últimos años han sido un experimento sobre lo que supone ver el mundo a través de un algoritmo».

Chayka las pronunció el pasado lunes en el *hall* del CCCB, donde charló durante una hora y media con la socióloga y colaboradora de EL PERIÓDICO Liliانا Arroyo acerca de su primer libro, *Desear menos*, editado en España por Gatopardo, y sobre el mundo de hoy en general. En realidad, no en general: el mundo de hoy en términos de minimalismo. La denuncia de Chayka, la que consignó en su libro y desgranó en el CCCB, es magnífica, por la sutileza de su planteamiento y por la hondura con que se emplea para argumentarla. Consiste en lo siguiente: el concepto de minimalismo ha sido pervertido por la nueva sociedad digital y ha sido vaciado de contenido. «Menos es más», formulaba el minimalismo en sus orígenes; Chayka cree que tal y como se vive en la actualidad es lo contrario, «más es menos». Al fin y al cabo, ¿no nos han hecho creer que el iPhone es un objeto minimalista? Y no hay nada más lejos de la realidad, dice Chayka.

«El libro explica de dónde viene el minimalismo y cómo hemos llegado a este punto en que la palabra *minimalismo* está en todas partes pero no sabemos realmente qué es», dijo Chayka en el centro cultural barcelonés. ¿Cuál es ese minimalismo de hoy? Básicamente, explicó el periodista estadounidense, el que vende esa pulcra y sintomática gurú de nuestro tiempo,

Marie Kondo. «El minimalismo se ha convertido en un cliché y ha dado lugar a un vocabulario que está por todas partes», dijo. Nació como arte en los años 60, recordó, pero desde finales de los 80 «las ideas minimalistas comenzaron a ser comerciales en lo que se refiere al estilo de vida». Pisos minimalis-

Las empresas tecnológicas hacen lo posible por encajar en el guante del minimalismo, pero ni el minimalismo es lo que era ni las tecnológicas son realmente minimalistas, al contrario. Es parte de lo que contó el otro día en el CCCB Kyle Chayka, autor de 'Desear menos' y experto en el tema.



MAURICIO BERNAL

Álvaro Monge



Kyle Chayka, durante su charla con Liliانا Arroyo (de espaldas) en el CCCB, el pasado lunes.

tas, entornos minimalistas. Al final, vidas minimalistas. Entonces llegaron esas estrepitosas nuevas tecnologías y, básicamente, encontraron el terreno abonado. En los despachos de Silicon Valley, centro de colonización del mundo, sabían lo que tenían que hacer.

Desear menos es el primer libro

de Chayka, probablemente el fruto de varios años dedicados a reflexionar y escribir sobre nuevas tecnologías. Lo hace habitualmente en *The New Yorker*, *New York Times Magazine*, *The New Republic* y *Vox*. Cuando Mark Zuckerberg se sacó de la chistera su nuevo Meta, Chayka escribió lo siguiente en *The*

New Yorker: «Zuckerberg parece decidido a dejar atrás todos los problemas desagradables de su empresa como reliquias de una historia ya lejana e irrelevante. Está enfocado en un mundo más nuevo y mejor, un mundo en el que los problemas insidiosos causados por Facebook se solucionan de forma simple: aún más Facebook –perdón, Meta– en todos los aspectos de nuestras vidas». Así como han mirado de frente a la crisis de la prensa y no han tenido pudor en dedicar recursos (y páginas) a explicarla, a los periódicos anglosajones les gusta entrar en el tema espinoso de qué es lo que realmente están haciendo esas empresas que controlan el mundo desde el valle californiano.

Una casa blanca, limpia y vacía

Minimalismo: qué mejor empaque, qué mejor espíritu para envolver la parafernalia que haría que la gente se adentrara en ese nuevo mundo. Quizá, si Apple, Facebook o Twitter hubieran intentado acoplarse al concepto tal y como había sido formulado en origen habrían fracasado, porque se habría visto la impostura, pero el concepto mismo, desgastado, ya se había quitado de encima corsés conceptuales que resultaban molestos. Como explicó Chayka, «la moda y el diseño se adaptaron a la estética del minimalismo y lo llevaron al extremo. Aparecieron esas casas blancas y vacías que a mí siempre me han dado la impresión de que no se puede vivir ni experimentar nada en ellas». Y un móvil, a veces, puede ser una casa blanca, limpia y vacía.

El autor afirma que el mundo digital quiere vender la ilusión, la idea de minimalismo, pero no lo consigue. «Apple no es ejemplo de minimalismo, habida cuenta del daño que causa al planeta», dijo, refiriéndose a lo poco sostenible que es la construcción de un teléfono, o de cualquier aparato de los que comercializa la empresa. Como ejemplo no podría funcionar mejor: la manzanita más simpática y conocida del mundo, uno de los iconos mejor valorados de nuestro tiempo, quiere ser una casa limpia y blanca y vacía (si es que tiene sentido aspirar a eso), pero no lo es. No es simple. No es sencillo, casi nada de lo que se cuece en el mundo digital lo es. «Realmente no han simplificado nuestras vidas con estos aparatos. Lo que han creado es trabajo: tengo que colgar un mensaje en Twitter, tengo que montar una historia en Instagram. Nos hemos complicado la vida en vez de simplificarla». Complicarse la vida, no, eso no es minimalista. Seguro que lo dice Marie Kondo. ■