

El odio ha formado siempre parte de la sociedad, pero la diferencia es que, en la actualidad, la comunicación instantánea ha hecho que los mensajes más aberrantes lleguen más rápido, más lejos y con más fuerza. “Poder acceder a la huella del deseo del odio con solo un *click*, simplemente escuchando a alguien o cayendo en un algoritmo, es algo completamente nuevo y peligroso con efectos exponenciales que ya estamos viendo”, explica Talia Lavin, autora del libro *La cultura del odio*.

No es únicamente la cultura de la cancelación la que es capaz de arrastrar a los infiernos a los más queridos del panorama público —como ha ocurrido con la escritora J.K. Rowling, los actores Will Smith o Johnny Depp, o la presentadora Ellen DeGeneres—, sino que cuando hablamos de determinados personajes existe una especie de ciclo no escrito que se compone de



ODIO DE QUITA Y PON

cuatro fases. Comienza con alabarlo por su talento, continúa con el aplauso por su omnipresencia, sigue con el odio porque “está hasta en la sopa” y termina con volver a querer al sujeto en cuestión, criticando que la gente lo odie y lo machaque. ¿Algunos ejemplos de personajes que han caído en esta centrifugadora de odio? La cantante Taylor Swift, pero también Jennifer Lawrence y, por supuesto, Anne Hathaway. La más reciente en subirse a esta noria de desagrado es Greta Thunberg, que acaba de pasar por la fase cuatro tras la disputa en redes con el polémico *influencer* Andrew Tate, que fue detenido por trata de personas en Rumanía. Ella ha vuelto a ser tratada como una heroína y el odio se ha volcado ahora en Tate, aunque en ese caso, sus acciones son tan dañinas que habla-

Del amor al odio ya no hay un pequeño paso, sino un *atajo directo*. ¿Qué dice de nosotros esta capacidad de aborrecer que tiene, sin embargo, *ticket de devolución*?

Por Marita ALONSO

mos de un desagrado diferente al que esta sociedad con alma *hater* y vocación pop nos ha acostumbrado.

Incluso ahora asistimos a campañas de odio en las redes sociales tan potentes como efímeras. “Soltamos nuestra rabia contra determinados personajes, pero, en ocasiones, ese odio no es en contra de esa persona, sino que se vuelca en situaciones que nos recuerdan a lo que ha hecho o vivido. Es lo que ha ocurrido con la canción de Shakira, que ha removido a muchos que han sufrido infidelidades, por lo que han volcado su odio contra Piqué. No es que apoyen a la cantante, sino que necesitan que alguien valide lo



que han vivido. El odio a veces no va, en realidad, hacia esa figura y se pasa rápido porque cambiamos a otra cosa”, dice Elizabeth Clapés, autora de *Hasta que te caigas bien*.

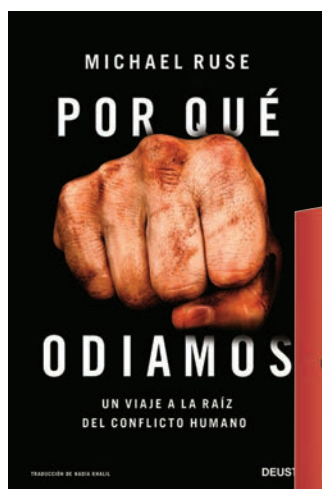
Pero esa ira es cada vez más líquido y nos empuja a crear villanos momentáneos que luego dejamos de odiar. Elías Said-Hung, sociólogo, profesor e investigador principal del proyecto Hatemedia, financiado por la Agencia Estatal de Investigación-Ministerio de Ciencia e Innovación, lo explica: “El sistema de comunicación en que se soporta la sociedad contemporánea tiene como rasgos principales tanto la inmediatez como la fugacidad de la primicia o de lo que es importante. Muchas veces afecta a la capacidad de reflexión crítica del ciudadano, quien no cuenta con los tiempos que tenían nuestros padres o abuelos para procesar, de forma más responsable, el contenido que recibían. Esto está claramente basado en la sociedad líquida de Zygmunt Bau-

man, que hace que aprendamos o tengamos que convivir en la incertidumbre generada por la rapidez de los cambios, y la reducción de los nexos entre los diferentes actores que integran nuestras comunidades y cada vez más basados en lo provisional y en la fragilidad. Por ello, estamos ante un escenario social

muy fértil para abonar prejuicios, dando lugar a villanos que no necesariamente dejamos de odiar, pero que van creando un pozo a favor de la formación de estereotipos dirigidos, especialmente, a grupos sociales vulnerables, por motivo de género, orientación sexual, religioso, ideológico o procedencia geográfica”, advierte.

Sí: el odio escuece unos segundos, pero luego se olvida... ¿o no? “La persona que sufre la campaña de odio vive días o meses cruciales, y sería oportuno plantearnos cuánto tarda en recuperarse de esa avalancha”, plantea la psicóloga Elizabeth Clapés, que incide en la importancia de medir el odio y la facilidad que tenemos de sentirlo. Said-Hung considera que el mayor problema es el odio latente o que tiene una intensidad menor, un tema que está estudiando en un proyecto que dirige junto al profesor Julio Montero en la Universidad Internacional de La Rioja y con el que han observado una bajada de odio con intensidades más afines al marco jurídico, frente a una mayor presencia de odio con una intensidad que, desafortunadamente, condenamos menos. “Hablamos de un odio que puede ser considerado no violatorio legalmente, pero que sí contribuye, de forma directa o indirecta, a la formación de ese pozo de prejuicio y estereotipos, dirigido a grupos vulnerables”, explica el investigador, que dirige un máster en Educación Inclusiva e Intercultural.

Lo que hemos de tener en cuenta la próxima vez que creamos detestar fervientemente a un neo villano de carácter efímero es que, en realidad, ese odio dice más de nosotros que de aquel en el que lo depositamos. El pensamiento positivo comienza a tener tantos enemigos como sonrisas y el *buenrollismo* ha llegado a cansar, pero hemos de tener cuidado de no convertirnos en el personaje gruñón de toda fábula, porque si alguien es más odiable que un villano es quien no deja de quejarse y de odiar. ●



A la izq., *Por qué odiamos*, de Michel Ruse (Deusto) y *La cultura del odio*, de Talia Lavin (Capitan Swing).