

Acotaciones a la figura del intelectual público en su fase digital (y III)

Manuel Arias Maldonado

En el curso de estas acotaciones al papel de los intelectuales en la era digital –es decir, en una esfera pública transformada por las nuevas tecnologías de la información– se ha sugerido que estos, aun contando menos de lo que contaban, algo siguen contando. Y, si cuentan menos, es porque la idea de que la razón se encuentra inscrita en el devenir histórico posee menos crédito que antaño: el fracaso del comunismo ejerció un demoledor efecto retrospectivo sobre todos aquellos pensadores que se arrogaron la competencia de interpretar dogmáticamente el sentido de los tiempos. Pero también ocurre que la fragmentación de la conversación pública les obliga a competir más duramente y con nuevos instrumentos por la atención de los ciudadanos, complicación que se agrava por la vulgarización que experimenta ahora ese mismo debate. El intelectual, decíamos con Corey Robin, tiene que *crear* su público en vez de limitarse a encontrar el que ya existe. Pero él mismo advierte de que sólo una fina línea separa al intelectual público que –por oposición al erudito privado– necesita una audiencia de aquel que más bien vive por y para su audiencia. Se nos dibujan así las dos tentaciones principales que debe vencer el intelectual público de nuestros días para seguir siendo lo primero sin dejar de ser lo segundo: el mundanismo y el partisanismo.

Será partisano aquel intelectual que se ponga al servicio de un partido o ideología, haciendo causa pública a su favor. En este caso, el problema no estriba en que el pensador tenga valores políticos, algo difícil de evitar, sino en que plegará su desempeño a las necesidades de quienes los encarnan en el mercado político. Aunque no demandemos del intelectual el tipo de compromiso cognitivo por el que apostaba Max Weber, basado en la neutralidad del observador a la hora de analizar la realidad social y los juicios de valor realizados por sus actores, hay que preguntarse si piensa igual quien piensa *para* un partido o ideología que quien no asume un compromiso afectivo ni con uno ni otra. O, podríamos matizar, quien se esfuerza en pensar libremente, a pesar de que este propósito no pueda llevarse a cabo fácilmente. De hecho, si pensamos en el intelectual como alguien que no sólo es «capaz de leer entre líneas», sino también de influir sobre el público, ¿gana o pierde influencia quien se asocia públicamente a una determinada posición ideológica? Porque, ¿de qué sirve un intelectual público si carece de influencia o influye siempre y en todo caso sobre la misma porción del público? Volveremos enseguida sobre esta cuestión decisiva.

El filósofo [Massimo Pigliucci](#) comentaba recientemente en *Philosopher's Magazine* un artículo de su colega Bas van der Vossen sobre la hipótesis del pensador comprometido. O, lo que es igual, sobre el activismo político de los académicos. Es verdad que un académico no es *siempre* un intelectual público, pero también que *a menudo* resultan serlo; sus argumentos, por tanto, merecen atención. Para Van der Bossen, el problema del activismo –definido de manera amplia– es que fomenta un modo de pensamiento partidista que, a su vez, produce dos consecuencias negativas. Por una parte, el pensador pierde credibilidad entre sus colegas, pues se lo percibe

como alguien incapacitado para la actividad intelectual imparcial; por otra, ese mismo pensador se vuelve más susceptible –o así lo enseña la psicología– al influjo de sesgos cognitivos tales como el sesgo de confirmación y el sesgo intragrupal. Tal como dice Alfonso Berardinelli: «Cuando uno toma partido, se militariza y deja de considerar que el adversario también podría tener razón: no siempre, pero alguna vez». Con todo, al intelectual no le estén vedados los juicios prescriptivos o la reflexión sobre lo deseable. Se trata, más bien, de que su búsqueda de la verdad –por decirlo en términos algo grandilocuentes– no se encuentre mediada por una adscripción partidista o ideológica que constriña *de antemano* su pensamiento.

Esta constrictión se hace presente sobre todo en el momento en que el pensador deja de pensar a secas y se dedica, además, a anticipar los *efectos* de sus pensamientos una vez hechos públicos. Esta maniobra introduce un elemento de *cálculo* que tiene menos que ver con la actividad intelectual que con su dimensión pública. Pero el partisano no piensa en la recepción del público a secas, sino en la de aquella parte restringida del público que forman *los suyos*, a los que no desea alienar. La facilidad para alienar al propio público bien podría ser un criterio para discriminar entre diferentes intelectuales, no tanto separando al intelectual auténtico del intelectual orgánico cuanto trazando un continuo que haga posible una gradación entre esos dos polos antagónicos y hasta cierto punto irreales: el librepensador insobornable y el pensador sobornado. No se demanda del intelectual público que no se pare a pensar en la recepción de lo que dice: eso no es posible ni deseable. Pero aquí hablamos de otra cosa, que se parece más a la instalación de un freno interior al propio pensamiento, para que éste no se desmande ni se aventure por caminos *inconvenientes* para quien los formula. Es como si, antes de aceptar la plausibilidad de una idea, hubiéramos de enjuiciar su coherencia con aquellas por las que se nos conoce. Y así no puede pensarse; aunque así se piense a menudo.

Ahora bien, el pensamiento adulterado por su recepción pública no es patrimonio del partisano. También puede reconocerse en el otro peligro antes aludido: el exceso de mundanidad. Se alude con ello al intelectual que termina siendo un esclavo del público, porque sólo piensa por y para él: depende, en fin, de aquello que sus lectores *esperan* de él. Si estos se limitasen a esperar, tampoco pasaría nada: el problema es que más bien *demandan* algo. Así como Rafael Sánchez Ferlosio hablaba de un «derecho narrativo» para referirse al invocado por el lector que demanda la materialización de determinadas convenciones que –de puro habituales– se convierten en obligaciones en el curso de una ficción, aquí podríamos identificar un análogo «derecho argumentativo» que exige al intelectual en cuestión repetir *ad nauseam* las ideas –o las posiciones– que le han proporcionado un público. El temor a contrariar al partido es aquí temor a contrariar a la audiencia: cálculo, entonces, de los efectos que tiene lo que se diga sobre un seguimiento que descansa sobre posiciones establecidas. En este caso, el intelectual renuncia en lo sucesivo a cambiar su propio pensamiento e impide su evolución natural. Por emplear una metáfora monetaria, su pensamiento ya no flotará libremente, sino que se mantendrá «pegado» a las ideas por él antes formuladas: aquellas que lo definen y constituyen su *marca*. En este supuesto, el público arruina al intelectual, aunque quizá sea más exacto decir que este último se deja arruinar por aquel.

Pero aquí asoma un problema más amplio. [Benjamin Aldes Wurgaft](#) ha señalado que,

por más que solamos atender a las consecuencias de las ideas sobre el público, es asimismo pertinente preguntarse por el impacto del público sobre las ideas. Habría entonces que preguntarse

no cómo afectan los intelectuales a sus públicos, sino cómo ha afectado la presunción de publicidad a la vida de la mente. ¿Cómo altera el problema de la audiencia el modo en que entendemos nuestra tarea como académicos y escritores? ¿Cómo ha afectado al valor que atribuimos a la contemplación individual, privada?

Wurgaft se refiere al «*tempo* glacial» que requiere a veces el desarrollo de las ideas, así como al conocimiento inútil o tangencial, a las ideas que no se difunden o tardan décadas o siglos en germinar. Y seguramente su inquietud tenga sentido en una época donde la propia intimidad ha saltado por los aires a consecuencia de una digitalización que hace posible –aunque no obligatorio– estar conectado constantemente: a la actualidad y a los demás. También nosotros, a su vez, podemos ser emisores continuos de mensajes, o vigilantes de la vida de nuestras ideas, o de las ideas ajenas! Esta sobreexposición colectiva al ruido blanco generado en la red contrasta de manera visible con el ideal clásico del erudito, expresado inmejorablemente en la virtud del *recogimiento*: una introspección que crea el espacio donde germina el pensamiento. Sucede que el intelectual público no puede permitirse una retirada tan completa, porque en ese caso dejaría de ser público y perdería el contacto con la actualidad que, en buena medida, justifica su función: leer entre las líneas de su época y ofrecer al público conceptos y significados que den sentido a la misma. Por ello, el intelectual del siglo XXI se ve obligado, más que nunca, a hacer un ejercicio de santidad: a resistir, cual san Antonio en el desierto, las tentaciones que hemos descrito. Y a buscar un difícil equilibrio entre recogimiento y mundanidad, entre ideas y actualidad, entre desapego y conexión.

Dificultad que se ve agravada si retomamos la [cuestión de la influencia](#), que ya fue abordada en este blog en sus comienzos. El asunto se plantea fácilmente: en la guerra de posiciones en que consiste la conversación pública, los más capaces de influencia son quienes se atreven a modificar sus posiciones ante un público fiel, porque sólo ellos podrán legitimar mediante su autoridad carismática juicios o valores hasta ese momento entendidos por este como patrimonio de los rivales. Frente al argumento de autoridad basado en el conocimiento acumulado, se dibuja así un argumento de legitimidad asentado en el crédito ideológico. A una conclusión parecida llega Cass Sunstein cuando, discutiendo el efecto aislante de las redes digitales en relación con la propagación de los rumores, escribe que

Si quieres que las personas cambien sus convicciones, es mejor presentarles no las opiniones de sus adversarios habituales, que pueden descartar fácilmente, sino las de aquellos con quienes se identifican estrechamente.

Más que del valor intrínseco de las ideas, pues, parece que hablamos de confianza en quienes las formulan. Pero quizá «confianza» tampoco sea la palabra adecuada cuando de identificación se trata, ya que ésta posee acentos emocionales –emocionales a fuer de ideológicos– que equivalen a una delegación de funciones: el intelectual como atajo

cognitivo que me permite ratificar mis creencias, más que darles forma o, incluso, cambiarlas. Es verdad que, si hablamos de un intelectual público no adscrito a ninguna ideología o partido, su público estará ya familiarizado con un modo de pensar que se permite la desviación o el cambio. De hecho, el crédito del público se deberá en este caso, precisamente, a esa independencia: a su capacidad para abrirse nuevos caminos sin temer la reacción de su público. Ahí reside justamente la creación de la audiencia propia: en la gestación de lectores también independientes. No se trata de crear un público cualquiera, sino de crear un público libre. Es verdad que ni siquiera en este caso podrá el intelectual abstraerse de su cualidad pública y de la consiguiente *posición de influencia* por él ocupada. Pero así debe ser, porque a quien desee comunicar su pensamiento al público le está vedado desentenderse del modo en que se produce esa comunicación o de la eficacia de su propia estrategia persuasiva. Para quien prefiera pensar en los márgenes, siempre está la opción de quedarse en casa.

Y es que, en último término, existe entre el intelectual y el público una tensión irreductible que la digitalización agrava más que suaviza. Es una tensión que deriva del hecho, quizá desagradable, de que la expresión «intelectual público» contiene una contradicción insoluble. El filósofo italiano Alfonso Berardinelli ha señalado que el intelectual es un misántropo, entendido este último como aquel que siente aversión no por la humanidad en abstracto, sino por «el hombre en cuanto animal social, por la humanidad vista en sus comportamientos sociales». Desde este punto de vista, el misántropo es un filántropo crítico y la misantropía es crítica social. Comentando a Molière, Berardinelli señala que la verdad no es un bien social: «Quien ama demasiado la verdad no es apto para la conversación, no consigue encontrar un lenguaje comprensible para la sociedad». Es un viejo tema epistemológico: la distancia entre el observador y su objeto, sin la cual no es posible estudiar el objeto. Nos recuerda al intelectual de *8 1/2*, la película de Federico Fellini, que discute con el director de cine interpretado por Marcello Mastroianni sin inmiscuirse directamente en la acción: como un apuntador teatral que, en lugar del texto de la obra, señalase sus defectos. El intelectual público es así el misántropo que habla con esa sociedad que detesta, de la que se ha separado, pero a la que continúa ligado mediante el cumplimiento de su función. Es, propiamente, una criatura imposible. Y de ahí la fuerza atractiva que para él poseen el partisanismo (que lo vincula a una comunidad de pertenencia) y el mundanismo (que lo subsume en un público acogedor). Quizá por eso –por todo esto– la figura del intelectual haya estado siempre rodeada de controversia. Y, al menos mientras sobreviva, así seguirá siendo.