REDES SOCIALES

https://www.alfdurancorner.com/articulos/redes-sociales.html

Focus: Sociedad

Fecha: 28/01/2011

Incluso a los misántropos les ha llegado la oleada de las “redes sociales” y la modernidad pasa por estar en **Facebook, MySpace, Twitter** y sumergirse, de tanto en tanto, en la corrala del **You Tube** .

Los medios de comunicación, siempre dispuestos a trivializar cualquier tipo de mensaje, han hecho de estas marcas auténticos símbolos de estatus, y pregonan la noticia de tener “cien mil amigos” virtuales como señal de éxito y prestigio.

Pobres diablos. Han descubierto el “nuevo mundo”, cuando hace siglos que ya fue descubierto.

Si aceptamos que los mamíferos (y por tanto los humanos) son animales sociales, debemos concluir que buscan la manera de compartir sentimientos y experiencias, estableciendo vínculos con sus semejantes. El mecanismo es muy simple: los individuos, a modo de nodos, conectan con otros individuos y establecen lazos. Actúan como las neuronas que tienden puentes (las sinapsis) entre ellas. La red se expande, en la medida en que el sujeto capitaliza (aunque no sea consciente) ese flujo. En el tiempo, la interacción puede cimentarse y crear grupos consistentes.

Simmel ha explicado mejor que nadie como esas redes son más sólidas en agrupaciones pequeñas y como se diluyen en los grandes colectivos. Es por eso que en el pueblo pequeño, la vida comunitaria es compartida y el interés recíproco (la **Gemeineschaft**), en tanto que en el territorio urbano los lazos son muy frágiles y apenas se perciben (la **Gesellschaft**).

Cabe hacer una distinción cuando las “redes sociales” están vinculadas a un propósito común (científico, profesional, laboral, etc.), donde el motor de la interacción se somete a las condiciones del **“do ut des”**.

Pero aparte de este discreto apunte, las “redes sociales” de hoy van por otro camino. Lo único que necesitas en un soporte físico (portátil, móvil, etc.) y ganas de moverte virtualmente. Se estima que un tercio del uso de Internet se destina a las “redes”. Sólo en Estados Unidos (datos cerrados en el 2009), los usuarios pasaron 233 millones de horas en **Facebook** y el mismo informe indica que el crecimiento anual de **Twitter** es de una dimensión difícil de calibrar.

Y esos **tweets** o mensajes cortos (“parloteo” sería la acepción correcta) ¿de qué van? Pues la mayoría van de muy poca cosa. Quizás porque no tienen nada que decir, aunque en 140 caracteres **Einstein** podría explicar la “teoría de la relatividad”. Los pocos datos que se poseen resultan bastante deprimentes. Por ejemplo, en Estados Unidos la empresa Pear Analytics analizó 2.000 tweets en agosto del 2009 y los agrupó en categorías de análisis. La categoría dominante fue “palabras sin sentido” (40,55% de los tweets), seguida de “mensajes de conversación” (33%).

En cualquier caso, el fenómeno, por su magnitud, ha interesado a los científicos sociales en todo el mundo. Las redes están abiertas y pueden incluir opiniones, fotografías, historias personales, mensajes amorosos, canciones, proclamas, etc. El sujeto activo dominante son los adolescentes.

Y los primeros diagnósticos de los científicos sociales (sociólogos, psicólogos, psiquiatras) no son muy halagüeños. Interpretan que estas tecnologías interfieren con el normal desarrollo de esas generaciones, prolongando el narcisismo propio de la edad y limitando el establecimiento de relaciones maduras. En lugar de someterse al aprendizaje en las relaciones emocionales con terceros, crean su propia realidad en la que ellos son el foco de atención: todo a través del yo. Cuando por razones varias se produce rechazo, ello puede conducir al aislamiento, la alienación y la agresión.

La asunción dominante es que “todo el mundo tiene algo que decir”. Se busca llamar la atención, el reconocimiento, la notoriedad, a cualquier precio. Son los “15 minutos de fama” que predicaba **Andy Warhol**. Lo que cuenta son los “amigos”, los “hits”, los “seguidores”. Demasiado hablar de uno mismo para no decir nada.

100.000 amigos... Qué barbaridad. Deberían leer a **Josep Pla** y reflexionar sobre su taxonomía particular: **“amigos”, “conocidos”** y **“saludados”**. Puedes contar con los primeros, compartir espacios con los segundos y cumplir el protocolo de la cortesía con los terceros, aunque no recuerdes quiénes son ni te importe mucho.

