

¿DEMASIADOS AMIGOS?

Adicción a las redes sociales

Xavier Carbonell y Ursula Oberst

DEL CARA A CARA AL SMARTPHONE

El medio más antiguo de comunicación es la comunicación «cara a cara», en la cual dos o más personas se transmiten información de índole diversa mediante la palabra y el lenguaje gestual. Se considera que esta es la comunicación genuina y adecuada para las interacciones sociales en general pero, más todavía, para situaciones *delicadas* o íntimas como el trabajo, las relaciones sentimentales o el tratamiento psicológico. La forma *escrita* de comunicación, por ejemplo mediante cartas, emula la comunicación verbal pero, al ser unidireccional y no-inmediata, permite más tiempo de reflexión sobre el contenido de la comunicación. En un tono más o menos formal, se transmitían peticiones comerciales, se expresaban estados de ánimo o se explicaban experiencias. Las cartas tenían un código escrito y no escrito de cortesía (tiempo entre respuestas, actitud), y características formales (extensión, organización de la información) y lingüísticas (vocabulario, expresiones) que perduran en nuestros días. Más tarde, la comunicación verbal y escrita fue complementada por otras vías, como el telégrafo y el teléfono, y más tarde, por los medios de comunicación, como la radio y la televisión. Estos últimos se distinguen de los anteriores en que la vía es unidireccional, hay un emisor y no uno sino muchos receptores. Por eso, la comunicación verbal seguía siendo la vía regia al entendimiento entre humanos.

El avance que todo lo cambia

La aparición de Internet, sus evoluciones (web 2.0) y sus aplicaciones han propiciado un incremento exponencial de los canales de comunicación entre personas en ambas direcciones (*bidireccional*). La comunicación oral se ha mantenido prácticamente inalterable pero la comunicación escrita ha sufrido una auténtica revolución. De un mundo analógico se ha pasado a un mundo digital, del libro y las cartas a las «pantallas», y de ser receptor a ser receptor/emisor del mensaje. Entre estas tecnologías de la información y la comunicación destacan los *medios sociales* (*social media*, en inglés) que son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la llamada web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. Se utiliza la expresión «medios sociales» como alternativa a la de medios de comunicación de masas (periódicos y emisoras de televisión y radio) para expresar el cambio de paradigma que están viviendo los medios de comunicación. Los medios sociales permiten que los participantes no solo reciban (como en los medios de masa) sino que también compartan masivamente un contenido creado por el usuario. Abarcan varias categorías:

- a) comunicación, como blogs y microblogs (por ejemplo, Twitter), redes sociales (por ejemplo, Facebook y LinkedIn);
- b) colaboración, como la Wikipedia;
- c) multimedia, como YouTube, Instagram; y
- d) entretenimiento, como mundos y juegos virtuales (por ejemplo, *World of Warcraft* [WOL] y *Ligue of Legends* [LOL]).

El éxito del «muro»

Entre todos los medios sociales, las redes sociales *online* son las más populares y las que han generado mayor interés en la comunidad científica. El usuario crea su propio perfil, puede añadir a sus amigos e intercambiar mensajes, fotos o vídeos utilizando la tecnología

de la web 2.0. Estas herramientas de comunicación son usadas por millones de personas en todo el mundo. Facebook, creada en 2004 en Estados Unidos, es posiblemente la red social en línea más popular. En enero de 2013, Facebook llegó a los 1.230 millones de cuentas (aunque hay usuarios que poseen más de una cuenta). Facebook adquirió Instagram (una red social que permite compartir fotos) en abril de 2012 y, en febrero de 2014, el servicio de mensajería móvil WhatsApp, en un intento por liderar la comunicación a través de los medios sociales.

En Facebook, al igual que en otras redes sociales, el usuario puede acceder al perfil de sus amigos e intercambiar mensajes, fotos o vídeos. Las críticas más importantes que ha recibido Facebook tienen que ver con la privacidad de la información que gestiona ya que obtiene un beneficio económico al compartir o ceder parte de esta información a otras empresas. Otra crítica referente a este mismo aspecto es que el usuario está mal informado sobre las condiciones de privacidad y de cómo gestionarla, y no es consciente de hasta qué punto sus datos se difunden por la red o se comercializan. Este aspecto podría ser especialmente relevante para los *adolescentes*, que no serían conscientes de la repercusión que puede tener la difusión de sus fotos o textos por la red. De hecho, el acceso a Facebook y a otros medios sociales es gratuito y el beneficio que obtiene la empresa proviene de la venta de los datos de sus usuarios y de la publicidad.

Una evolución imparable

Sirva esta breve introducción, para entender la revolución que ha supuesto la comunicación social en línea. Esta revolución es paralela a la innovación tecnológica de la que es causa y consecuencia. Al igual que el consumo de drogas está íntimamente ligado al descubrimiento de los alcaloides del opio y de la coca, o a la invención de instrumentos para administrar la droga como pudo ser la jeringa, la expansión de los medios sociales depende

de las mejoras en la comunicación entre máquinas y programas. Un cambio evidente para los neófitos es que el ordenador personal y el ordenador portátil comparten protagonismo con el teléfono móvil y las tabletas. Los teléfonos inteligentes (*smartphones*) incorporan procesadores y sistemas operativos tan potentes que los convierten en ordenadores de bolsillo. De esta forma, el usuario tiene acceso a los medios sociales desde entornos laborales, académicos o domésticos, o en la calle y en la más completa intimidad. Y la próxima innovación, todavía más personal, un reloj de pulsera con procesador y sistema operativo incorporado, está ya en el mercado.

Las cartas han visto sustituida su importancia por el correo electrónico y los servicios de mensajería instantánea. El correo electrónico permite enviar y recibir mensajes (también denominados correos o *emails*) mediante sistemas de comunicación electrónica que empezaron a utilizarse en 1965, aunque su uso no se extendió hasta varios años más tarde. Por medio de mensajes de correo electrónico se puede enviar, no solamente texto, sino todo tipo de documentos digitales. Su eficiencia, conveniencia y bajo coste, están logrando desplazar al correo ordinario para muchos usos habituales. Los servicios de mensajería instantánea, por ejemplo los SMS o WhatsApp facilitan la comunicación en tiempo real entre dos o más personas basada en texto, aunque también permiten el uso de emoticonos para expresar emociones de forma gráfica. Se diferencian del correo electrónico en que son más inmediatos. WhatsApp fue creada en enero de 2009. En enero de 2014 alcanzó la cifra de 54.000 millones de mensajes enviados en un solo día y, en abril de 2014, el número de usuarios había alcanzado los 600 millones que se enviaban 700 millones de fotos y 100 millones de vídeos diarios. WhatsApp es un sistema gratuito de comunicación escrita entre dos o más personas que puede incorporar imágenes (por ejemplo, fotos instantáneas tomadas al momento) y mensajes cortos de voz, y enviarlos a varios contactos a la vez.

DE LA (DIFÍCIL) ADAPTACIÓN SOCIAL A LA ADICCIÓN

Hay que destacar que la rapidez de estos cambios dificulta la adaptación social a los mismos. Tal vez sea el momento de recordar algunas fechas representativas en la evolución de los medios sociales recogidas en la Tabla 1. Se podría considerar *El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha* de Cervantes (1605) como la crítica más conocida a la supuestamente nefasta influencia de la difusión masiva de textos (mediante la imprenta) en la mente humana. Es la historia de un hombre trastornado por la lectura de libros de caballería a los que ha tenido acceso desde un recóndito lugar de La Mancha. De hecho, en los últimos 500 años, generaciones de lectores han sido criticados por tener acceso a una realidad contrapuesta a la «real» de la vida, por aislarse en su mundo, por no comunicarse, por su falta de educación al leer en la mesa... Estos mismos lectores han sido alabados por su capacidad de abstracción o por la amplitud de sus conocimientos. Puede que este sea el momento de comentar que la hoja de papel no es más que una pantalla analógica con menos prestaciones que una pantalla digital. Por contrapartida, algunas pantallas digitales intentan emular ciertas prestaciones de la hoja de papel y permiten anotar o subrayar un texto.

Los 500 años necesarios para adaptarse a la imprenta se han reducido a 50 para adaptarse al ordenador personal y a 5 para adaptarse al WhatsApp. Esta adaptación tiene por lo menos dos aspectos que vale la pena destacar. El primero es que el usuario necesita aprender cómo funciona, cuándo y dónde es adecuado utilizarla, para qué sirve, etc. Manteniendo la analogía con el libro, la sociedad ha generado unas normas de cortesía escritas y no escritas sobre la lectura. Por ejemplo, es educado leer el periódico si comes solo en un restaurante pero no si comes en compañía. Si nos fijamos en la televisión, en muchos ambien-

tes se considera educado que la familia vea y escuche las noticias mientras come pero no parece adecuado en una cena de amigos o en un galanteo.

Tampoco hay que exagerar

El segundo aspecto de esta adaptación, tan importante como el primero, es la de la persona u organización que *no* utiliza esta tecnología. Su actitud puede ser de rechazo, de admiración, de expectación o, introduciendo ya el objeto de este capítulo, puede considerarla una adicción. El libro se considera un medio adecuado para transmitir conocimiento y es ampliamente usado en todos los niveles de la enseñanza pero la televisión y la radio no gozan de este favor. Los adultos del siglo XXI conocen y están perfectamente adaptados al uso del teléfono como transmisor de señales acústicas pero tienen más dificultades para aprovechar el amplio abanico de posibilidades de los teléfonos inteligentes.

La construcción social de la *adicción a las redes sociales* podría compararse a lo ocurrido con la aparición de la televisión, del teléfono o incluso de la radio. Un psicólogo tan prestigioso como Gordon Allport estaba preocupado por la forma en que las personas usaban la radio en la década de 1930. Es cierto que en la sociedad moderna la familia cede, en gran medida, su papel de agente socializador a los medios de comunicación; un proceso que empezó en esa misma década de 1930 con la radio y en la de 1950 con la televisión. El uso de las nuevas tecnologías introduce formas de comunicación menos controladas, más frías, solitarias y distantes. Es posible que sea necesario un período de adaptación a la nueva tecnología tanto para los nuevos usuarios como para los no practicantes que también necesitan incorporar las nuevas actitudes y comportamientos que el uso de la misma conlleva. Los medios de comunicación capitalizan la inevitable suspicacia que acompaña cualquier nuevo desarrollo tecnológico como Internet y publican noticias sensacionalistas sobre la adic-

ción a Internet o al móvil. Los artículos de opinión avisan al público de que tenga cuidado con estos nuevos trastornos y la incertidumbre resultante es suficiente para la construcción social de la categoría patológica y que algunas personas acudan en demanda de ayuda para ellos o sus familiares (en este caso, jóvenes) en una especie de profecía autocumplida. No solo es necesario un periodo de adaptación sino que también puede ser una moda. En este sentido, el presidente de la Fundación de Software Libre de Europa (Karste Gerloff) opina que el declive de Facebook será muy rápido y se producirá en pocos años; otros autores han llegado a la misma conclusión y lo comparan con una epidemia infecciosa (como la gripe) que aparece, se expande muy rápido y luego se extingue.

Tabla 1. Algunas fechas representativas en la evolución de los medios sociales.*

<i>Medio social o plataforma</i>	<i>Año</i>
Introducción de la imprenta por Johannes Gutenberg	1440
Publicación de <i>El ingenioso Hidalgo don Quijote de la Mancha</i>	1605
Primeras transmisiones regulares de radio para entretenimiento	1920
Primera emisión televisiva de la BBC	1927
Ordenador personal Olivetti (PC)	1962
Correo electrónico	1965
Facebook	2004
Teléfono inteligente	2007
WhatsApp	2009

* Las fechas son necesariamente aproximadas y pueden variar según las fuentes