

Redes sociales: ¿Exaltación o devaluación de la amistad?

EFE
El Universal

Sábado 27 de diciembre de 2008

Nadie habría apostado por algo tan mundano como el sentimiento amistoso como rival de la pornografía en internet, pero las redes sociales, con Facebook y Myspace a la cabeza, han roto en 2008 por primera vez la hegemonía de los sitios de contenido sexual en la web

Las redes sociales se han convertido en un próspero negocio, en un filón para las técnicas de marketing y en un instrumento de entretenimiento para millones de usuarios. Pero, ¿qué queda de su esencia inicial, la de convertir el mundo en un lugar sin barreras para la amistad?

Nadie habría apostado por algo tan mundano como el sentimiento amistoso como rival de la pornografía en internet, pero las redes sociales, con Facebook y Myspace a la cabeza, han roto en 2008 por primera vez la hegemonía de los sitios de contenido sexual en la web.

¿Tan necesitado estaba el mundo de encontrar amigos? Según la Real Academia de la Lengua Española, la amistad es "afecto personal, puro y desinteresado, compartido con otra persona, que nace y se fortalece con el trato". Internet parece decidido a redefinir el concepto y a globalizarlo pero, ¿también a devaluarlo?

"Yo quiero tener un millón de amigos", cantaba Roberto Carlos. "Los amigos de mis amigos son mis amigos", dice otra frase popular que parece adoptada como eslogan por las redes sociales. Pero "quien mucho abarca poco aprieta", reza también el refranero español.

MySpace, en principio, explotó la vanidad a través de una visión de "autopromoción", de casting global, que alumbró a artistas como Mika, Lily Allen o los Arctic Monkeys, que presentaron allí sus trabajos y fueron escuchados por miles de usuarios.

Facebook, con 140 millones de usuarios activos a día de hoy, basó su encanto, en cambio, en el experimento de los seis grados de separación -que uniría a todo el mundo con todo el mundo utilizando sólo a seis personas interconectadas- y ha convertido la amistad en un valor mercantil al peso.

Tras la inicial ilusión de reencontrarse con personas de las que se había perdido la pista, antiguos compañeros de escuela o familiares viviendo a miles de kilómetros de distancia, las puertas de esta "amistad" se abren ahora bajo cualquier excusa y la información personal se airea sin tapujos.

Pero, ¿qué se puede esperar de estos amigos que tienen a otros doscientos cincuenta -por poner un número- en cartera? ¿Hay generosidad o afán de popularidad ante ese número inabarcable de amigos?

En la Universidad de California (UCLA), además, un estudio demostró que, lejos de potenciar el intercambio de diferentes, los datos objetivos que uno introduce en su perfil fomentan la endogamia y la autocomplacencia. Como todo, los investigadores ya han puesto nombre al fenómeno: "homofilia".

"Es una gran decepción para los utópicos de internet que pensaron que internet se convertiría de alguna manera en la manera más fácil de conocer gente diferente", asegura Andreas Wimmer, uno de los responsables del estudio, y de hecho, comienzan a proliferar redes sociales temáticas.

Así, Tuenti opera en España, Mixi en Japón y Cyworld en Corea. Webkinz se centra en los más pequeños y

SagaZone en personas mayores. Incluso hay otras, como Hatebook, que acogen a gente iracunda.

Pero Wimmer apunta que la amistad es otra cosa. "Dado que las relaciones íntimas requieren una tremenda inversión de nuestro tiempo y nuestra emoción, queremos estar seguros de que el otro es merecedor de esta inversión, y no hay manera de calcular esto si no es con la comunicación no verbal".

Desde el West London Mental Health Truth, coinciden con esta visión. Pero cuestionan que un término como "relación íntima" no esté en proceso de metamorfosis.

"Es un mundo en el que todo sucede deprisa, en el que todo cambia además continuamente y en el que basta hacer clic con el ratón del ordenador para poner fin a una relación", afirmó el psiquiatra Himanshu Tyagi en la reunión anual del Real Colegio de Psiquiatras del Reino Unido el pasado julio en Londres.

Esa misma idea de frivolarizar las relaciones fue la que hizo describir al periodista británico Victor Keegan este tipo de amistad como "la nueva filatelia" en un artículo para The Guardian donde destacaba que el Facebook puede contemplar ese grado de comunicación para mensajes que "si mandaras por sms resultarían intrusivos y en forma de llamada telefónica estarían totalmente fuera de lugar".

Pero mientras hay muchos estudios sobre los cambios sociales que esta nueva tendencia pueda ocasionar, también es motivo de preocupación como reflejo de conflictos añejos.

La cada vez más omnipresente cuestión del derecho a la intimidad afecta a páginas en las que fotografías, datos, cumpleaños y gustos personales navegan con imprudencia y son utilizados por empresas con fines de mercadotecnia o de selección de personal.

No faltan, por supuesto, personas desequilibradas que acosan auspiciadas por un perfil falso e incluso conflictos políticos, como el palestino-israelí, han trasladado sus cuestiones a hasta quinientos grupos que libran una candente batalla en Facebook.

iqr

© Queda expresamente prohibida la republicación o redistribución, parcial o total, de todos los contenidos de EL UNIVERSAL