

El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? __

The impact of social networks on individuals and society: social networks, social sheepfold, or spider's web? _____

Hilario Blasco Fontecilla

Introducción

Personalmente, no tengo consciencia de haber usado el término *red social* (*social network*) hasta el siglo XXI. Creo posible que el mismo genere un cierto equívoco si no es adecuadamente contextualizado. En el presente artículo haremos un uso del término *red social* en la acepción reconocida por la Real Academia de la lengua Española (RAE), que lo define como aquel “Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o videos, permitiendo que esas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo”.

Las *redes sociales* surgieron en la primera década del siglo XXI tras la generalización del uso de Internet y de los teléfonos móviles a finales de los años 90. El nacimiento de Internet creó el substrato perfecto para el nacimiento de empresas como *Facebook*. Así, las redes sociales tendrían dos funciones primordiales: 1) Facilitar la comunicación y el intercambio de información; y 2) Facilitar la creación de comunidades.

El objetivo del presente artículo es evidenciar la contradicción inherente al término *red social*, y explorar si las mismas cumplen otras funciones más allá de las señaladas. Porque, si las redes sociales facilitan la comunicación y la generación de comunidades, ¿por qué la incomunicación y soledad asolan a aquellas Sociedades que las dan cobijo? Considero que el carácter paradójico se deriva del término *red*. Según la RAE, este término hace referencia a un “Conjunto de elementos organizados para determinado fin”, a un “Conjunto de computadoras o de equipos informáticos conectados entre sí y que pueden intercambiar información” o a un “Conjunto de personas relacionadas para una determinada actividad, por lo general de carácter secreto, ilegal o delictivo”, entre otras acepciones. Una red puede proteger de una muerte segura a los funambulistas circenses precipitándose al vacío. Pero también puede tratarse de un aparejo que convenientemente dispuesto sirve para “para pescar, cazar, cercar, sujetar, etc.” o de un “ardid o engaño de que alguien se vale para atraer a otra persona” (<https://dle.rae.es/red>).

Parte 1. Redes sociales

La comunicación cuenta con 5 elementos: emisor, receptor, mensaje, medio o canal, y contexto. Todos y cada uno de ellos son importantes para una comunicación adecuada a su fin: la transmisión consciente de una determinada información. Pasaremos a continuación a desgranar estos elementos.

Nuevos comunicadores (emisores)

Recientemente, Fernando Vallespín hacía referencia a la “muerte de los intelectuales” (Vallespín, 2019). Su influencia emanaba, entre otras, de su autoridad en un campo específico y su carácter provocador. Así, podríamos decir que el intelectual era un “provocador sensato”. Pero, ¿es posible provocar hoy en día dada la creciente dificultad para el pensamiento complejo que caracteriza a un número creciente de individuos de la especie *homo sapiens sapiens*?

La muerte de los intelectuales permitió la emergencia de dos nuevas especies de comunicadores sociales, los tertulianos, y los *influencers*. Los tertulianos son comunicadores que usan los medios tradicionales para opinar. Su característica predominante es su buena capacidad comunicativa derivada de la simplificación de la realidad. Pero es que, ante el creciente número de analfabetos funcionales derivado de un proceso deliberado de *imbecilización* a escala planetaria (Blasco, 2016a), resultaría imposible que la gente pudiera entender razonamientos de una cierta complejidad.

El caso de los *influencers* o *manipuladores sociales*, como pasaremos a llamarles a partir de ahora (su traducción al español en *influyentes* o *influentes* creo que no aprehende su verdadero significado) resulta más inquietante. Estos “comunicadores” ejercen su influencia principalmente a través de las redes sociales, independientemente de que tengan o no la formación adecuada o el mínimo sentido común para sostener sus afirmaciones. Sin restarle mérito a su capacidad para erigirse en tales (no es un *manipulador social* quien quiere, sino quien puede... ¡y quiere!), lo que determina en última instancia su poder es el número de seguidores y de *likes* conseguidos en los últimos tiempos.

El “fenómeno *influencer*” es particularmente preocupante, dado que afecta a la capa de población cuyo cerebro es más maleable, y presenta una menor tendencia al pensamiento crítico, y un uso excesivo e inadecuado de las redes sociales. Las marcas (empresas) están aprovechando a los *manipuladores sociales* adolescentes para llegar a sus iguales (los consumidores adolescentes). Dadas las características únicas de la adolescencia, muchos adolescentes consideran que la información recibida de los *manipuladores sociales* a través de las redes sociales es honesta y digna de confianza (Lin et al., 2019). El problema es que, el mensaje de los *manipuladores sociales* no sólo se dirige a influenciar sus compras, sino sus pensamientos, comportamientos, imagen personal, o incluso valores. Así, el núcleo de su mensaje se centra en la belleza, bienestar, felicidad y salud (Pilgrim et al., 2019). Es decir, en la *felisalud* (Blasco, 2016b). Así, en las sociedades narcisistas que habitamos, la felicidad se conseguiría a través de un cuerpo moldeado que se equipara, de manera obscenamente falsa, a tener un cuerpo hermoso y lo que es peor, saludable... Como reza el anuncio, *no pesan los años...* Y para conseguir esto, era necesario substituir la influencia de las figuras de autoridad sobre la Generación Z por la de los *manipuladores sociales* (Pilgrim et al., 2019).

Funambulistas en la sociedad del vacío

Conocidos los nuevos comunicadores, ¿qué podemos decir de los receptores de información? Desde una perspectiva socio sanitaria, es probable que el impacto de las *redes sociales* afecte sobremanera a la llamada Generación Z, aquellos

nacidos entre mediados de los años 90 y 2006 (Christensen, 2018; Mitchel, 2008). Se trata de una generación caracterizada por su elevada competencia digital, y auto-aprendizaje, pero su escasa capacidad para el juicio crítico (Shatto, 2016)

Esta escasa capacidad para el juicio crítico es, según el periodista David Robson, característica de un número creciente de personas (inteligentes), como señala en su ensayo *La trampa de la inteligencia* (Robson, 2019). En el mismo, David Robson señala cómo grandes científicos, como Albert Einstein, o literatos, como Arthur Conan Doyle, defendieron ideas peregrinas. Y cómo la capacidad de generar argumentos convincentes en personas de elevada inteligencia se erige en una trampa que les impide valorar otro tipo de argumentos. Pero, si esto pasa con las personas inteligentes, ¿qué no pasará con las legiones que no lo son y pueblan nuestras sociedades?

Asimismo, resulta particularmente preocupante la expansión epidémica de la *sensación crónica de vacío* en las nuevas generaciones, en el contexto de un creciente aumento de la prevalencia de problemas de salud mental en la población general en el mundo (Blasco, 2016b). Dentro de ellos, destaca una entidad conocida como *trastorno límite de la personalidad*, caracterizada, entre otros, por la difusión e inestabilidad de la personalidad en todos sus aspectos (Klonsky, 2008). ¿Acaso podríamos esperar algo diferente viviendo en la *era del vacío*? (Lipovetsky, 1986).

Las redes sociales nos permiten mostrar “un perfil con sus datos personales”. Es decir, nos permiten construir una identidad digital ficticia que puede, o no, tener nada que ver con quien realmente somos. En las redes aireamos todo: dónde estamos, con quién comemos, o hacia dónde vamos. En Román paladino, las *redes sociales* permiten la banalización de nuestra vida privada en aras de una transparencia engañosa. Nos publicitamos ¿gratis?, como señalo en *Hacia un mundo feliz*: «la banalidad de la privacidad —reflejada en la publicitación gratuita de nuestra vida privada en las redes sociales» (Blasco, 2016b, p. 60).

En este contexto, ¿se puede argumentar que las redes sociales podrían ayudarnos a enfrentar el vacío? ¿Será cierto que, si nos caemos cual funambulista torpe desde una altura de 10 metros, estará allí la *red social* para protegernos con un mullido abrazo digital? ¿Estarán allí las *redes sociales* para protegernos y cuidarnos cuando mueran nuestros seres queridos o perdamos aquello que más amamos?

Noticias falsas y Bulocracia: el mensaje del vacío embotellado

Conocidos ya la figura de madre nutricia del emisor, y el bebé receptor ansioso de información, ¿qué caracteriza a los mensajes, a la información transmitida en la *era de las redes sociales*? ¿qué caracteriza a los mensajes que se quieren comunicar?

Las redes sociales han permitido la glorificación de la información distorsionada, magnificándose su capacidad para propagar de manera deliberada todo tipo de bulos y noticias falsas (*fake news*). La distorsión de la información que se quiere comunicar no es nueva. Ocultar información, desinformar y hacer propaganda son característica del uso de la información desde que los seres humanos somos seres humanos. Así, la primera constatación documentada de este uso torticero de la información fueron los eslóganes que, como cuchillos afilados, acuñó en monedas el emperador Octavio para desacreditar a Marco Antonio, pintándolo como un mujeriego, alcohólico y títere enamorado de Cleopatra. La sucesiva creación de medios de comunicación más eficientes (primero la imprenta, en 1493; posteriormente, la radio y televisión; y hoy en día, internet y las redes sociales) ha derivado en que, nunca como hoy, la tecnología haya sido tan eficaz en transmitir información falsa (Posetti y Matthews, 2018). Y como sabemos, la (des)información es poder.

De hecho, la transmisión de los bulos en Twitter es 6 veces más rápida que la de las noticias verdaderas (Vosoughy et al., 2018). En este estudio realizado con los mensajes de 2006 a 2017 se comprobó cómo las noticias falsas se difundían no sólo más rápido, sino también de manera más profunda y llegaban más lejos que las noticias verdaderas. Además,

lo hacían en todo tipo de información, aunque era particularmente relevante en las noticias políticas, incluso más que en las noticias falsas sobre ciencia, terrorismo, desastres naturales, leyendas urbanas o información financiera. Además, la difusión de las noticias falsas no era debido a los robots, sino a que las personas las difundían más.

Pero sería ingenuo pensar que con la suerte de nuevos comunicadores y receptores que hemos descrito, el mensaje a comunicar podía ser diferente. Tal y como nos advirtió Giovanni Sartori, el problema con el hombre posmoderno es que nunca hemos tenido tantos altavoces, y tan poco para comunicar (Blasco, 2016b; Sartori, 2005).

El contexto: Hacia un mundo feliz

Pero, ¿qué podríamos esperar de los emisores, receptores y del contenido de sus mensajes cuando vivimos en la *era del vacío*? Cuando uno señala desde una perspectiva sociológica algunas de las características negativas de la posmodernidad, como son la homogenización y pérdida de la diversidad cultural y del pensamiento; la intolerancia por aquello que es diferente; la sobreabundancia de lo material; la aceleración de los ritmos de vida y la escasez del tiempo para la reflexión y para el aburrimiento (no hacer nada); el eclecticismo y la superficialidad (picotear sin profundizar); la transparencia mal entendida; la banalización de la vida privada; el triunfo de la estética sobre la ética, y de la imagen sobre la palabra; la externalización de la responsabilidad y el descrédito de la autoridad; y el triunfo de la *lumpenintelligentsia* y la generación deliberada de una cultura audiovisual inculta, banal, superficial.... (Blasco, 2016b, 2020; Sartori, 2005).

Las sociedades posmodernas están habitadas por legiones de *homo videns* quienes, al perder la capacidad para la abstracción, han perdido la capacidad para distinguir entre lo falso y lo verdadero... (Blasco, 2016b, 2020; Sartori, 2005). De ahí el florecimiento y expansión de las noticias falsas... Con el advenimiento de la televisión, el acto de discurrir fue substituido por el acto de ver. Las imágenes suplantaron a las palabras, y comenzamos a vivir sociedades que, en cierto modo, se podrían ver como dictaduras blandas o sociedades TT (Tecnocracias Totalitarias) en las que todos y cada uno de sus miembros pueden ser controlados en esta suerte de *Gran Hermano* que hemos creado.

Como señalo en *Hacia un mundo feliz*, “todo el mundo es «mercantilizable» y la identidad se construye a través de lo material, de manera que, como reza el refrán, «tanto tienes, tanto vales». Tengo, luego existo (Blasco, 2016b, p. 71). Así, todo se supedita en nuestra sociedad al bombardeo de información publicitaria para la compra de productos sin función; la información es basura y nos llega a través de las redes sin que se haya comprobado su veracidad; nuestros menores se educan sin apenas frustración y lo material está al golpe de un clic; vivimos en sociedades de riesgo, pero no queremos pagar su precio..., queremos un riesgo controlado, algo que, en su propia definición, es contradictorio.

Y por supuesto, todo el mundo quiere ser auténtico y feliz... ¡comprando! No es de extrañar que nos encontremos que, si algo caracteriza a las sociedades que habitamos son precisamente la soledad y el vacío.

El quinto elemento: Redes ¿sociales?

El quinto elemento de la comunicación, el canal o medio que permite la comunicación, es precisamente el objeto de este artículo: las redes sociales, y su impacto en los seres humanos. Cada red social tiene una función, nicho de negocio y público. No podemos negar que dos de las principales funciones de las redes sociales son comunicar y hacer “comunidad”. Así, las redes sociales permiten la conexión de un número ilimitado de personas y, teóricamente, podrían ayudar a sobrellevar la soledad y enfrentarnos al *horror vacui*, el vacío que caracteriza a estas sociedades seculares en las que las iglesias han sido substituidas por centros comerciales (Blasco, 2006b).

La primera parte de este artículo se ha centrado en elucubrar sobre si las redes sociales cumplen las funciones para las

que teóricamente fueron creadas, es decir, comunicar y crear comunidades. La segunda parte de este artículo se centrará en un aspecto a priori más inquietante de las redes ¿sociales? Porque, ¿podrían las redes sociales ejercer otras funciones, más profundas, más allá de las funciones superficiales ya mentadas de comunicar y generar comunidad?

Parte 2. 1984 2.0

La primera parte de nuestra exposición se ha centrado en dirimir si las *redes sociales* sirven dos propósitos principales, a saber: 1) favorecer la comunicación; y 2) servir de soporte social, emocional, y afectivo de sus usuarios a través de la comunicación y de la generación de comunidades de soporte. Porque, si no cumplieren esas funciones o las mismas no fueran primordiales, ¿podría ser que las *redes sociales* se estuvieran usando básicamente para otras dos funciones menos “altruistas” como serían vigilar, controlar y/o manipular los pensamientos y comportamientos de la población?

Así, en el célebre documental *The social dilemma*, el cofundador del Centro de Tecnología Humana (CTH) y ex "ético del diseño" de Google, Tristan Harris, llamaba la atención sobre el hecho de que las redes sociales intentan denodadamente captar tu atención (tiempo). Sin embargo, captar la atención sería sólo su objetivo superficial, el envoltorio, para conseguir su objetivo último: cambiar el comportamiento de las personas.

Propaganda y Poder

Si alguien a principios del siglo XX era lo suficientemente inocente como para pensar que vivía en un mundo feliz, no tenía más que leer el clásico *Propaganda* de Edward Bernays (2010). En el mismo, Bernays deja meridianamente claro que cualquier acción de calado requiere de la propaganda, que se convierte en la herramienta que “hace posible moldear la mente de las masas” (p. 27), y permite a una minoría manejar a su antojo a una mayoría. Es decir, la propaganda es difusión intencional de un determinado contenido o mensaje. Manipulación, en Román paladino.

El uso de la propaganda no es nuevo. Sin embargo, a diferencia de tiempos pasados, las redes sociales han logrado la viralización de la propaganda, particularmente en dos áreas: 1) la generación de noticias falsas con objetivos políticamente desestabilizadores y/o influenciar sobre el poder; y 2) influir sobre el comportamiento humano, con fines comerciales –a través de la manipulación de sus sentimientos en aras de la mercantilización de nuestra existencia y la compra, masiva y engañosa, de la felicidad– o políticos –el control de la población–.

Borregos digitales, churras y merinas, y neuronas espejo

En un celebre vídeo colgado en youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=ynd98scAt5g>), un “simple y pobre” pastor francés llamado Marcel García, quien sostiene asesorar a numerosos políticos en Francia, explica cómo es posible que un único pastor, quien no sería rival de apenas una oveja enfurecida, es capaz, sin embargo, de controlar a un rebaño de miles de ovejas y lograr que se comporten de manera sumisa, dócil y obediente. Como explica el sabio pastor, el secreto se basa en actuar sobre un sentimiento (el miedo) y la necesidad de seguridad de las ovejas. Como señala el pastor, cuando se genera miedo en el rebaño, el miedo “cortocircuita la reflexión”, es decir, la razón. Además, el estrés que genera el miedo, si es crónicamente mantenido en el tiempo, es tóxico y capaz de destruir las neuronas, lo que va minando la capacidad de respuesta de los borregos.

Claro está, de vez en cuando es fundamental actuar sobre las “ovejas negras”, que, cual espíritu libre, pretenden generar la rebelión del rebaño. Con ellas es particularmente importante generar miedo, a través del maltrato o incluso

sacrificio público dirigido a aleccionar al resto del rebaño. Una única oveja negra sacrificada aterroriza al resto del rebaño. Así, a nadie le debiera extrañar que personajes como *Julian Assange* o *Edward Snowden* se conviertan en enemigos públicos.

Aunque el pastor no lo menciona, las ovejas, como los ñus, se caracterizan por el “efecto manada”, también conocido como “efecto de arrastre”, “*bandwagon effect*” o “efecto de la moda”, que es la tendencia a aceptar como válidos los razonamientos o las ideas de la mayoría sin analizar si son correctas desde un punto de vista lógico (O'Connor y Clark, 2019). El bueno de Marcel no menciona el “efecto manada” porque habla de ovejas y no de seres humanos, ¿no? Claro que, como señala el pastor, la única diferencia entre las ovejas y el ser humano es precisamente... ¡que no hay ninguna diferencia!

Las redes sociales aúnan tanto el “efecto manada” como el “efecto redil”. Una vez que se ha conseguido atemorizar a los seres humanos y que actúen como una manada, y estén ya dentro del redil, entra en juego el “efecto redil”. El “efecto redil” está dirigido a estrechar el campo del conocimiento del ser humano, a limitar la expansión. ¿Cómo lo hacen? Anulando la capacidad de reflexión de las personas, para lo que les ofrecen toda suerte de entretenimientos vacuos dirigidos a controlar indirectamente los pensamientos y comportamientos de las personas, a través de la manipulación directa de las emociones.

Éramos pocos y parió la abuela

Una de las consecuencias que está teniendo la actual pandemia COVID-19 es la sensación de que el control férreo de la población a través de la ciencia de los datos y de la información vertida en las *redes sociales*, ha salido reforzada. Como señala el filósofo surcoreano Byung-Chul Han, «Los apologetas de la vigilancia digital proclamarían que el *big data* salva vidas humanas» (Han, 2020). Así, China, un país en el que sus habitantes tienen dificultades para entender conceptos como los de *protección de datos* o *vida privada* “podrá vender ahora su Estado policial digital como un modelo de éxito contra la pandemia. China exhibirá la superioridad de su sistema aún con más orgullo. Y tras la pandemia, el capitalismo continuará aún con más pujanza. [...] Es posible que incluso nos llegue además a Occidente el Estado policial digital al estilo chino.” Como señala Han, “la digitalización elimina la realidad. La realidad se experimenta gracias a la resistencia que ofrece, y que también puede resultar dolorosa. La digitalización, toda la cultura del “me gusta”, suprime la negatividad de la resistencia.”

La reclusión obligada de la pandemia nos hace topar con una realidad insoslayable: la inmensa mayoría de las personas ha perdido la capacidad de estar en soledad. Así, es probable que un gran número de personas se haya enfrentado al aislamiento generado por la pandemia COVID-19 aumentando el uso ya previamente exagerado de las redes sociales. Ingenuamente, muchos habrán pensado o incluso se nos haya vendido la gran bendición que ha sido tener “redes sociales”, como si las mismas fueran un sucedáneo de las relaciones interpersonales reales que las personas atesoramos. Sin quitarle mérito a algunos beneficios de su uso, como es el de estar mejor informado sobre cómo evitar comportamientos de riesgo relacionados con la diseminación de la enfermedad (Li y Liu, 2020), parece que los riesgos podrían superar a esos beneficios. Lamentablemente, la información científica que ya se está publicando desvela la realidad de las redes sociales en el contexto de la pandemia. Así, su uso masivo se asocia a: 1) un elevado riesgo de depresión, y... ¡soledad! en los adultos jóvenes (Hunt et al., 2018); 2) agrava el miedo de las personas al facilitar la difusión de información falsa (Lee et al., 2020); y 3) precipitan enfermedades mentales en personas vulnerables (Zhao y Chou, 2020). Lamentablemente, en los momentos iniciales de la pandemia muchos ingenuos hablaban de las virtudes de las redes sociales, pasado el momento inicial de emoción, lo que se está confirmando es que el COVID-19 está aumentando la prevalencia y la gravedad tanto de las sustancias como de la adicción al comportamiento (Panno et al., 2020), y de todos los problemas mencionados previamente.

Sin embargo, hay personas que no han tenido que recurrir a las redes sociales para enfrentarse a la situación de aislamiento físico derivado de la pandemia. Así, Alain Touraine, el autor de *La Crítica de la Modernidad*, en una entrevista realizada el 29 de marzo en el País respondía así a la pregunta del entrevistador: “¿Le angustia esta situación?” Y responde, Alain: “No, porque mi vida consiste en estar en casa trabajando. Me siento, de alguna manera, protegido en las mismas condiciones que todos los días” (Bassets, 2020). O en las palabras de Ai Wei. Al preguntarle sobre el confinamiento respondió que “Personalmente, no me afecta en nada. Paso más tiempo con mi familia, lo cual es una razón de alegría. Me permite reflexionar sobre los temas que generalmente me interesan” (Morillo, 2020). Sus reflexiones son interesantes porque ofrecen una vía de escape para al menos algunas personas que no esté relacionada con el uso masivo de redes sociales que, a medio plazo, va a generar un importante problema de adicción a las nuevas tecnologías, como veremos en la tercera parte de este artículo. Las redes sociales parecen servir más bien a un objetivo de control y monitorización de la población general, pero ¿se trata únicamente de un redil social, o de algo aún más grave?

Parte 3. Atrapados en la tela de araña

En las dos partes previas hemos analizado si las redes sociales sirven el propósito de soporte y conexión social (primera parte) o si, más bien, están siendo usadas como instrumentos de control masivo y/o dirigidos a entresacar información personal y manipular a las personas con fines comerciales (segunda parte). La tercera parte de este artículo se centra en desentrañar los mecanismos ocultos que impiden que las personas se puedan liberar de las redes sociales y les permiten conseguir sus objetivos de la manera más eficiente.

Chupetes digitales y otras adicciones

Las redes sociales no han sido creadas únicamente para captar tu atención (tiempo), sino para que, una vez conseguido ese primer objetivo, no la desvíes. Es decir, son diseñadas para que sean lo más adictivas posibles. Cualquiera que use regularmente las redes sociales se da cuenta de esta característica. Lo cual no es de extrañar porque las adicciones comportamentales, como la adicción a las redes sociales, comparten con las adicciones a las sustancias los mismos circuitos cerebrales.

Pero el proceso de convertir a un porcentaje significativo de la población en un tecnoadicto es mucho más eficiente si el proceso es inconsciente. Por ello, las redes sociales han sido diseñadas para manipular nuestros sentimientos. Nos emocionan para, precisamente, tomar el control sobre nosotros.

Al menos, como Sociedad, empezamos a descubrir que no todo el monte era orégano, y ha empezado a emerger el lado oscuro de las redes sociales. Así, la adicción a las redes sociales está asociado con consecuencias negativas como la reducción de la productividad, las relaciones sociales no saludables y la reducción de la satisfacción con la vida (Sun y Zhan, 2020).

Atracción fatal

En el discurso de ingreso en la Real Academia de Doctores de España, el Dr. Manuel Elices Calafat pronunció un interesante discurso titulado *Las arañas y sus telas. Un paradigma multidisciplinar* (Elices, 2009). Como ingeniero, al Dr. Elices le interesaba principalmente la telaraña por sus propiedades con capacidades industriales. Aunque hace referencia a su carácter multidisciplinar y a su presencia en diferentes campos como son la Teología, Economía,

Literatura o Ingeniería, resulta curioso que no mencione en su discurso el campo paradigmático hoy en día, que es precisamente Internet y las redes sociales. Porque la telaraña es, efectivamente, el paradigma perfecto, incluso más que el redil, para describir en lo que se han convertido hoy en día las redes sociales. De hecho, se basa en uno de los principios evolutivos más exitosos de todos los tiempos: cazar usando telarañas...

Pero sí hace también referencia a algunos elementos que a mí me interesa resaltar de las telarañas, como son: su carácter ambivalente –parece frágil e inocente, y sin embargo, la telaraña es elegante, mortífera y resistente por igual–; su carácter dual, ya que aunque en nuestra cultura se la ha relacionado principalmente como un símbolo amenazante y potencialmente mortal (del cual se deriva la *aracnofobia*), en algunas culturas primitivas ha sido considerada un símbolo maternal o vital, y así han sido representadas, de hecho, por Louise Bourgeois; su invisibilidad, lo que implica que no se percibe su peligro hasta que ya es demasiado tarde; su construcción con seda pegajosa, un colchón mullido mortífero del que es difícil escapar; y, finalmente, aunque su elaboración es costosa, posteriormente permiten cazar a la presa sin apenas gasto de energía y riesgo.

A nadie se le escapará que el término “World Wide-Web” o internet significa algo así como “la red (o telaraña) global” (Adell y Bellver, 2009). Aunque su cometido inicial fue la distribución de información, el principal cometido de las telarañas es que sus presas no escapen de redes. Como una telaraña, las redes sociales tejen una red invisible de contactos, de tiempos de espera, de anzuelos..., que permiten atrapar a sus presas, sean estas un ligue virtual o un potencial consumidor. Y si hoy no lo consiguen, lo conseguirán mañana, cuando la sobreabundancia de datos nos permita dar con la tecla correcta para que la persona pique... Y si no es así, tampoco pasa nada. Nos sale gratis “la cobardía del anonimato”.

Por otra parte, una vez que la atención de la persona ha sido presa de las telarañas sociales, ¿cuál sería el mecanismo último por el que la persona cedería el control de su comportamiento a las mismas? ¿Cómo consiguen mantener el foco de la atención en las mismas? ¿Cómo consiguen manipular y controlar (*hackear*) el comportamiento humano? A través de la manipulación y control de las emociones. A través de la persuasión o manipulación, como quieran. Así, el uso del término “herramienta” para hacer referencia a las redes sociales es inexacto: las herramientas son instrumentos y, por ende, pasivos. Somos las personas las que manejamos las herramientas, y no al revés. Sin embargo, las redes sociales son muy pro-activas en alcanzar su objetivo: modificar nuestros comportamientos, emociones y deseos, y perder el control sobre su uso. El objetivo último de las redes sociales sería controlar el aparato emocional de sujeto, quien, una vez “infectado” por las mismas, se encargará de recomendar a otros amigos la citada red social, propagando la infección. Las redes sociales, como las emociones, pueden ser contagiosas.

De hecho, este paralelismo con el mundo de la infectología no es gratuito. Esta estrategia de manipulación y control del comportamiento humano a través de las emociones tiene diferentes ejemplos en la naturaleza, tratándose principalmente de estrategias víricas (por ejemplo, el cambio de comportamiento que provoca el virus de la rabia) o parasitarias. Una de las más conocidas es la infección por *Toxoplasma Gondii*: es capaz de inhibir la respuesta de huida o lucha en ratas infectadas ante el olor de los gatos, o incluso generan atracción al mismo (*atracción fatal*) (Lathe y St Clair, 2020). Así, este parásito invade el cerebro emocional de las ratas (hipocampo y amígdala) y altera la transmisión hormonal y de neurotransmisores facilitando ser presa del hospedador definitivo del parásito, el gato. Así, de manera similar al *Toxoplasma*, un parásito que, por cierto, se encuentra presente en estudios de sero-prevalencia en el 20-50% de la población humana (Lathe y St Clair, 2020), las redes sociales consiguen que no luchemos por huir de la telaraña en la que caímos cual funambulista en la era del vacío.

Conclusión: Tecnocracia o Jaque mate a la humanidad

Me gustaría concluir hablando de los dos principales retos a los que creo que se enfrenta la Humanidad y que están intrínsecamente relacionados con el tema aquí abordado. Y con un pequeño rayo de esperanza.

Los dos aspectos de las redes sociales que me generan mayor inquietud son que están ayudando a: 1) acelerar el proceso de deshumanización de nuestra especie en todos sus ámbitos; y 2) aumentar el porcentaje de cretinos hasta niveles difícilmente soportables. Estos dos hechos creo que aumentan la probabilidad de auto-destrucción de nuestra especie.

En relación a la progresiva deshumanización de nuestra especie, la magistral *Blade runner* refleja cómo nos estamos dirigiendo hacia un mundo en el que las máquinas son más humanas que los seres humanos. ¿Cómo es esto posible? La tecnología está substituyendo al contacto humano. Eso sí, un rayo de esperanza aparece cuando el deseo de abrazar a nuestros seres queridos ha aparecido con mayor fuerza que nunca. Como médico, me preocupa sobremanera la deshumanización rampante que se ha adueñado de mi profesión. Nunca antes se había hablado tanto de la “humanización de la Medicina”. Si no fuera por los tiempos que corren, sería un sinsentido hablar de esto: ¿caso es posible una Medicina no humana? Lamentablemente, su progresiva tecnificación y deshumanización parecen haberla deformado de tal manera, que a veces es difícil reconocerla (Blasco, 2016). Por no hablar de la insensibilización, o más bien, la negación de la muerte.

En relación al segundo problema, que no es otro que la existencia de un número creciente de cretinos en el mundo, coincido plenamente con los análisis realizados por el pastor Marcel García, o el filósofo Gustavo Bueno. Ambos señalan que, una de las razones principales para la deshumanización humana es el proceso de *imbecilización* de la población mundial. Hace tiempo señalé que esto no es fruto del azar (Blasco, 2016) y la pandemia les ha dado una oportunidad única a los gobiernos teóricamente democráticos del mundo. De un plumazo les ha caído un regalo inesperado del cielo: poder analizar y monitorizar a todos sus habitantes, sin ningún atisbo de protesta, en una suerte de 1984 en el siglo XXI. Sorprende la facilidad con la que la pandemia actual ha permitido que se acepte de manera sencilla, sin apenas lucha, la pérdida de libertades. Da idea del tipo de animal en que nos han convertido. Como bien dice el pastor francés que aconseja a su gobierno, para manejar a un rebaño, sólo es necesario “jugar sobre el miedo y sobre su necesidad de seguridad”. Dicho esto, ¿hablamos de la *red social*? ¿o del *redil social*?

Esta ingente cantidad de necios tiene que ver con la ausencia de pensamiento crítico (Robson, 2019). Porque si algo distingue al ser humano del resto de animales es su capacidad para el pensamiento abstracto, a la que sólo se llega a partir de los 12 años según las etapas señaladas de Piaget. La consecuencia es precisamente que cada vez haya un mayor número de seres humanos que no son capaces de pensar abstractamente, de tener juicios críticos, y, por lo tanto, se convierten en seres humanos, de alguna manera, deshumanizados. Ya ni siquiera podemos hablar del homo videns de Sartori, sino que tendríamos que hablar del *Homo insipiens*, *asinus* o *stultus*. Nos han convertido en tontos útiles. De igual manera que es un contrasentido hablar de una Medicina deshumanizada, hablar de un *Homo sapiens sapiens* que no piensa, que no reflexiona, resulta un contrasentido. Así, un ser humano necio, que es quien estando capacitado para pensar, renuncia por las razones que sea a la capacidad que le hace precisamente humano y, en ese acto, se deshumaniza.

Pero es que en los últimos 30 años el mundo se ha llenado de necios. Recuerdo haberme reído de la predicción ¿distópica? de los *Simpson* de que un día un rubiales narcisista y sin modales empresario estadounidense llamado *Donald Trump* fuera su presidente... Por otra parte, la gente confunde tener muchos datos, con el conocimiento. Se nos venden las nuevas tecnologías de la información como un gran avance cuando lo único que están suponiendo es un gran retroceso y lo único que están sirviendo es para generar legiones de “dementes digitales” (Spitzer, 2013). ¿Cómo

entender, si no, que la transmisión de bulos sea 6 veces más rápida que la de las noticias reales? La realidad parece ser mucho más aburrida. Y los bulos, al fin y al cabo, se convierten en dinero. Eso hace que incluso ideas peregrinas como las defendidas por los terraplanistas tengan cabida en nuestras sociedades. Esto se da en un magma en el que la gente no reflexiona, sólo actúan sus emociones (Robson, 2019). Pero, ¿queremos ser esto, una sociedad de cotillas? Porque tenemos un deber ético. Nuestros hijos, la generación Z (aquellos nacidos entre 1995 y 2010) o *postmillenials* se caracterizan por su gran inseguridad, dificultad para tomar riesgos y fragilidad. No nos debieran extrañar, pero sí preocupar, sus elevadas tasas de suicidio.

Es probable que las redes sociales sean héroes y villanos al mismo tiempo. En un plan superficial, las redes sociales sirven para comunicar y para crear comunidades. En un plano más profundo, sus funciones reales tienen más que ver con entretener para llenar el vacío y la infelicidad de las personas a través de las compras y el cotilleo. Es decir, son pasatiempos. En la ecuación Tener/Ser, el numerador ha crecido de tal manera que, en mi opinión, se ha erigido en uno de los grandes determinantes de las sociedades contemporáneas postmodernas (Fromm, 1978), y cuando somos, somos banales, superficiales, insustanciales. Unos auténticos infelices cuya única manera de enfrentarse al vacío e infelicidad es a través de lo material (tener); o eso nos quieren vender, como reza el anuncio, *ser feliz cuesta muy poco...* (Blasco, 2016b). Pero también sirven para controlarnos y manipular nuestro comportamiento. De igual manera que al Universo se le ha descrito como una telaraña que atrapa galaxias y estrellas (Elices, 2009), las redes sociales cazan y atrapan a multitud de seres humanos en sus redes. Esperemos que, al revés que sucede con la moraleja *La telaraña al ratón deja y a la mosca apaña*, la mayor parte de las personas nos comportemos como ratones, y no como moscas.

A pesar de todo lo aquí dicho, quisiera acabar con un mensaje de esperanza. Somos una especie rara que necesita de experiencias “cumbre” para reaccionar. Sólo en el último suspiro no apretamos el botón rojo. Como dice Jesús Díaz (2020) *“Si queremos salvar a la humanidad, hay que destruir Facebook”*.

Bibliografía

- ADELL, J. Y BELLVER, C. (1994). *La internet como telaraña: el world-wide web*. Universitat Jaume I. Recuperado el 21 de julio de 2021 de:
<https://www.uv.es/~biblios/mei3/Web022.html>
- BASSETS, M. (29 de marzo de 2020). Alain Touraine, sociólogo: “Esta crisis va a empujar hacia arriba a los cuidadores”. *El País*.
<https://elpais.com/ideas/2020-03-28/alain-touraine-esta-crisis-va-a-empujar-hacia-arriba-a-los-cuidadores.html>
- BERNAYS, E. (2010). *Propaganda*. Melusia.
- BLASCO FONTECILLA, H. (17 de octubre de 2016a). *Hay una deliberada imbecilización del ser humano*. Farmacosalud.
<https://farmacosalud.com/dr-blasco-fontecilla-hay-una-deliberada-imbecilizacion-del-ser-humano/>
- BLASCO FONTECILLA, H. (2016b). *Hacia un mundo feliz*. Libros.com.
- BLASCO FONTECILLA, H. (2020). *Jaque Mate al TDAH. Una guía para padres y profesionales*. Libros.com.
- CHRISTENSEN, S.S., WILSON, B.L. Y EDELMAN, L.S. (2018). Can I relate? A review and guide for nurse managers in leading generations. *Journal of Nursing Management* 26(6), 689–695.
<https://doi.org/10.1111/jonm.12601>
- DÍAZ, J. (12 de noviembre de 2020). Si queremos salvar a la humanidad, hay que destruir Facebook. *Hasta los diodos*.
https://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/hasta-los-diodos/2020-11-12/facebook-mark-zuckerberg-sacha-baron-cohen_2828687/
- ELICES CALAFAT, M. (2009). *Las arañas y sus telas. Un paradigma multidisciplinar. Discurso de ingreso*. Real Academia Española de Doctores. Madrid.
- FROMM, E. (1978). *¿Tener o ser?*. Fondo de cultura económica.
- HAN, B.-C. (22 de marzo de 2020). La emergencia viral y el mundo de mañana. Byung-Chul Han, el filósofo surcoreano que piensa desde Berlín. *El País*.
<https://elpais.com/ideas/2020-03-21/la-emergencia-viral-y-el-mundo-de-manana-byung-chul-han-el-filosofo-surcoreano-que-piensa-desde-berlin.html>
- HUNT, M.G.; MARX, R.; LIPSON, C. Y YOUNG, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751–768.
<https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- KLONSKY, E.D. (2008). What is emptiness? Clarifying the 7th criterion for borderline personality disorder. *Journal of Personality Disorders*, 22(4), 418–426.
<https://doi.org/10.1521/pedi.2008.22.4.418>
- LATHE, R. Y ST CLAIR, D. (2020). From conifers to cognition: Microbes, brain and behavior. *Genes, Brain, and Behavior*, 19(8), e12680.
<https://doi.org/10.1111/gbb.12680>

- LEE, Y., YANG, B. X., LIU, Q., LUO, D., KANG, L., YANG, F., MA, S., LU, W., CHEN-LI, D., ROSENBLAT, J.D., MANSUR, R.B., NASRI, F., SUBRAMANIPILLAI, M., LIU, Z., MCINTYRE, R.S. Y LIN, K. (2020). Synergistic effect of social media use and psychological distress on depression in China during the COVID-19 epidemic. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 74(10), 552–554.
<https://doi.org/10.1111/pcn.13101>
- LI, X. Y LIU, Q. (2020). Social Media Use, eHealth Literacy, Disease Knowledge, and Preventive Behaviors in the COVID-19 Pandemic: Cross-Sectional Study on Chinese Netizens. *Journal of Medical Internet Research*, 22(10), e19684.
<https://doi.org/10.2196/19684>
- LIN, M.H., VIJAYALAKSHMI, A. Y LACZNAK, R. (2019). Toward an Understanding of Parental Views and Actions on Social Media Influencers Targeted at Adolescents: The Roles of Parents' Social Media Use and Empowerment. *Frontiers in Psychology*, 10, art. 2664.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02664>
- LIPOVETSKY, G. (1986). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama.
- MITCHELL, D.A. (2008). Generation Z--striking the balance: healthy doctors for a healthy community. *Australian Family Physician*, 37(8), 665–667.
- MORILLO, I. (5 de abril de 2020). Ai Weiwei: "El capitalismo ha llegado a su fin". *El País*.
<https://elpais.com/ideas/2020-04-04/ai-weiwei-el-capitalismo-ha-llegado-a-su-fin.html>
- O'CONNOR, N. Y CLARK, S. (2019). Beware bandwagons! The bandwagon phenomenon in medicine, psychiatry and management. *Australasian Psychiatry*, 27(6), 603–606.
<https://doi.org/10.1177/1039856219848829>
- PANNO, A., CARBONE, G.A., MASSULLO, C., FARINA, B. Y IMPERATORI, C. (2020). COVID-19 Related Distress Is Associated With Alcohol Problems, Social Media and Food Addiction Symptoms: Insights From the Italian Experience During the Lockdown. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 577135.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577135>
- PILGRIM, K. Y BOHNET-JOSCHKO, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC Public Health*, 2019. 19(1), 1054.
<https://doi.org/10.1186/s12889-019-7387-8>
- POSETTI, J. Y MATTHEWS, A. (2018). *Una breve guía de la historia de la s 'noticias falsas' y la desinformación*. International Center for Journalist. Accesible en:
https://www.icfj.org/sites/default/files/2019-06/HistoryPropaganda_Espanol2_final_5.pdf
- ROBSON, D. (2019). *La trampa de la inteligencia*. Paidós.
- SARTORI, G. (2005). *La sociedad teledirigida*. Punto de lectura (Anagrama).
- SHATTO, B. Y ERWIN K. (2016). Moving on From Millennials: Preparing for Generation Z. *Journal of Continuing Education in Nursing*, 47(6), 253–254.
<https://doi.org/10.3928/00220124-20160518-05>
- SPITZER, M. (2013). *Demencia digital. El peligro de las nuevas tecnologías*. Ediciones B.
- SUN, Y. Y ZHANG, Y. (2020). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive Behaviors*, 114(20), 106699.
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>

- VALLESPÍN, F. (1 de septiembre de 2019). Cómo los tertulianos suplantaron a los intelectuales. *El País*.
https://elpais.com/elpais/2019/08/30/ideas/1567167306_897434.html
- VOSOUGHI, S., ROY, D. Y ARAL, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, *359*(6380), 1146–1151.
<https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- ZHAO, N. Y ZHOU, G. (2020). Social Media Use and Mental Health during the COVID-19 Pandemic: Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect. *Applied Psychology. Health and Well-Being*, *12*(4), 1019–1038.
<https://doi.org/10.1111/aphw.12226>

Resumen.

Las redes sociales tienen dos funciones bien claras, facilitar la comunicación y el intercambio de información y hacer favorecer la creación de comunidades. Esas dos funciones pueden ayudar a entender su rápido crecimiento y su omnipresencia en la vida de las personas. No obstante, este fenómeno puede entenderse como una consecuencia indirecta de vivir en una sociedad del vacío, profundamente infeliz a pesar la amplia oferta de una felicidad basada en el consumo. Y eso nos lleva a tener que explorar la complejidad del problema y el daño que esas redes están provocando en la sociedad. Es probable que las redes sociales tengan un rostro bifronte, héroes y villanos al mismo tiempo. Una primera aproximación nos dice que sirven para comunicar y para crear comunidades; pero profundizando algo más quizá su función sea aparentar que se llena el vacío y la infelicidad de las personas a través de las compras y el cotilleo. El riesgo de imbecilización de la población o de su transformación en una tela de araña que nos atrape a todas las personas en una dictadura encubierta, 1984 que no proporciona más felicidad que la que del mundo feliz de Huxley. No obstante, conviene mantener la esperanza de que no llegaremos a esas situaciones tan negativas. Posiblemente volvamos a pararnos a punto de pulsar el botón rojo de nuestra autodestrucción.

Palabras clave. Redes sociales; Influencers; Bulocracia; Espíritu crítico; Tecnocracia.

Abstract.

Social networks have two very clear functions: facilitating communication and the exchange of information and favoring the creation of communities. Those two functions can help you understand their rapid growth and their omnipresence in people's lives. However, this phenomenon can be understood as an indirect consequence of living in a society of emptiness, deeply unhappy despite the wide offer of happiness based on consumption. And that leads us to have to explore the complexity of the problem and the damage that those networks are causing in society. Social media is likely to have a two-sided face, heroes and villains at the same time. A first approach tells us that they serve to communicate and to create communities; but deepening something more perhaps its function is to pretend that the emptiness and unhappiness of people is filled through shopping and gossip. The risk of imbecilitating the population or its transformation into a spider's web that catches all of us in a covert dictatorship, 1984 that provides no more happiness than that of Huxley's brave new world. However, it worth maintaining the hope that we will not reach such negative situations. Possibly we will once again stop short of pressing the red button of our self-destruction.

Key-words. Social networks; Influencers; Fake news domination; Critical spirit; Technocracy.

Hilario Blasco Fontecilla

Médico Psiquiatra del Hospital Universitario Puerta de Hierro-Majadahonda

hmblasco@yahoo.es