

Un mundo feliz de intimidad digital

Por Clive Thompson

Publicado el 5 de setiembre del 2008

El 5 de setiembre del 2006, Mark Zuckerberg cambió la manera en que operaba Facebook, y al hacerlo inspiró una revolución.

Zuckerberg, con 24 años y una mirada ingenua, fundó Facebook en su dormitorio en la universidad de Harvard dos años antes, y el sitio rápidamente amasó nueve millones de usuarios. Para el 2006, los estudiantes estaban publicando enormes cantidades de detalles personales en sus páginas de Facebook, incluyendo listas de sus programas favoritos de televisión, si estaban saliendo con alguien (y con quién), la música que tenían en rotación y los diversos “grupos” ad hoc a los que se habían unido (como fanáticos de “Sex and the City”). A lo largo de todo el día publicaban notas sobre su “estado” explicando su ánimo – “odiando al lunes”, “tirándome la clase x resaca”. Luego de cada fiesta, trastabillaban a casa para subir fotos de su celebración intensa, y dedicaban la mañana siguiente a comentar sobre lo borrachos que todos se veían. Facebook se convirtió en el repositorio común de facto – la manera como los estudiantes descubrían cómo eran todos a su alrededor y qué estaban haciendo.

Pero Zuckerberg sabía que Facebook tenía un gran problema: requería de una gran cantidad de búsqueda activa por parte de sus usuarios. Claro, cada día tus amigos de Facebook actualizaban sus perfiles con nuevos detalles; incluso podría ser algo particularmente jugoso, como un cambio de estado de relación de “soltero” cuando había terminado. Pero a menos que uno visitara las páginas de sus amigos cada día, podrían pasar días o semanas antes que uno se diera cuenta de las noticias, o uno podría incluso perderselo por completo. Navegar Facebook era constantemente asomar la cabeza en el cuarto de alguien para ver cómo iba todo. Tomaba esfuerzo y premeditación. En cierto sentido, esto le daba a Facebook un nivel de privacidad inherente e incorporado, sencillamente porque si uno tenía 200 amigos en el sitio – un número bastante típico – no habían suficientes horas en un día para mantenerse actualizado sobre cada amigo todo el tiempo.

“Era todo muy primitivo”, me dijo Zuckerberg cuando le pregunté al respecto el mes pasado. Así que decidió modernizarlo. Desarrolló algo que llamó la “fuente de noticias”, un servicio incorporado que activamente transmitía los cambios en la página de un usuario a todos y cada uno de sus amigos. Los estudiantes ya no necesitarían dedicar su tiempo a saltar entre las páginas de sus amigos, revisando si había alguna información nueva. En lugar de ello, simplemente se conectarían a Facebook, y la fuente de noticias aparecería: una sola página que – como la gaceta social del siglo XVIII – entregaba una larga lista de chismes al minuto sobre sus amigos, todo el día, en un solo lugar. “Un torrente de todo lo que está pasando en sus vida”, como lo pone Zuckerberg.

Cuando los estudiantes despertaron esa mañana de setiembre y vieron la fuente de noticias, la primera reacción, en general, fue de pánico. Casi cada detalle de lo que cambiabas en tu página ahora era instantáneamente disparado a cientos de amigos, incluyendo detalles potencialmente mortificante – Tim y Lisa terminaron; Persaud ya no es amigo de Matthew – y fotos de ebriedad que alguien había tomado, luego subido y etiquetado con nombres. Facebook había perdido sus pocos vestigios de privacidad. Para los estudiantes, era ahora como estar en una gigantesca fiesta abierta con todos los que conocían, pudiendo curiosear en lo que todos decían, todo el tiempo.

“Todos estaban espantados”, me dijo recientemente Ben Parr, en ese entonces un estudiante de primero años en la universidad Northwestern. Lo que en particular molestó a Parr era que no había una manera para salirse de la fuente de noticias, de “andar en privado” y que toda tu información se mantuviera en silencio. Él creó un grupo de Facebook demandando de Zuckerberg que quitara la fuente de noticias o brindara opciones de privacidad. “Los usuarios de Facebook realmente piensan que Facebook se está convirtiendo en el Gran Hermano del Internet, registrando cada movimiento”, le dijo un estudiante californiano al diario Star-Ledger de Newark. Otro añadió: “Francamente, no necesito saber ni me importa que Billy terminó con Rally, y que Ted es ahora amigo de Steve”. Para el mediodía del primer día, 10,000 personas se habían unido al grupo de Parr, y para el día siguiente eran 284,000.

Zuckerberg, aún sorprendido por la reacción, tomó dos decisiones. La primera fue añadir una opción de privacidad a la fuente de noticias, que permitiera a los usuarios decidir qué tipo de información se publicaba de ellos. Pero la segunda decisión fue mantener la fuente de noticias por lo demás intacta. Sospechaba que una vez que la gente la probara y superara la sorpresa inicial, les gustaría.

Tenía razón. En pocos días, la marea se revirtió. Los estudiantes empezaron a escribir a Zuckerberg para decir que la fuente de noticias les había permitido conocer cosas que de otra manera no habrían descubierto navegando aleatoriamente por Facebook. Los detalles de trivia que la fuente de noticias entregaba les daba más cosas de las que hablar – ¿Por qué odias a Kiefer Sutherland? – cuando se encontraban con sus amigos cara a cara en una clase o en una fiesta. Las modas y tendencias se difundían más rápidamente. Cuando un estudiante se unía a un grupo – proclamando su amor por Coldplay o su deseo de ser voluntario para Greenpeace – todos sus amigos lo sabían al instante, y muchos se unirían también. Las preocupaciones de los usuarios sobre su privacidad parecieron desvanecerse en días, ante la posibilidad de estar mucho más conectados con sus amigos. (Muy pocos dejaron de usar Facebook, y la mayoría siguió publicando la mayor parte de su información a través de la fuente de noticias). Los analistas predijeron que la fuente de noticias mataría a Facebook, pero pasó lo contrario. Catalizó una explosión masiva en el crecimiento del sitio. Algunas semanas después del conflicto por la fuente de noticias, Zuckerberg abrió el sitio al público en general (antes de eso, sólo estudiantes podían registrarse), y creció rápidamente; hoy día, tiene 100 millones de usuarios.

Cuando hablé con él, Zuckerberg argumentó que la fuente de noticias es central al éxito de Facebook. “Facebook siempre ha tratado de empujar los límites”, dijo. “Y a veces eso significa estirar a la gente y hacerles cómodas algunas cosas con las que no se sienten cómodos. Mucho de esto son sólo normas sociales poniéndose al día con lo que permite la tecnología”.

En esencia, los usuarios de Facebook no pensaban que querían actualizaciones constantes, cada minuto, de lo que otros estaban haciendo. Pero cuando experimentaron este tipo de conocimiento omnipresente, lo encontraron intrigante y adictivo. ¿Por qué?

Los científicos sociales tienen un nombre para este tipo de contacto incesante en línea. Lo llaman “conciencia ambiental”. Es, según dicen, muy similar a estar físicamente cerca de alguien y percibir su ánimo por medio de las pequeñas cosas que hace – lenguaje corporal, suspiros, comentarios sueltos – con el rabllo del ojo. Facebook ya no está solo en ofrecer este tipo de interacción en línea. En el último año, ha habido una explosión de herramientas para “microblogs”: publicar frecuentemente pequeñas actualizaciones sobre lo que uno está haciendo. El fenómeno es bastante diferente de lo que normalmente pensamos como bloggear, porque un artículo de blog es generalmente una pieza escrita, a menuda de cierta longitud: la expresión de

una opinión, una historia, un análisis. Pero estas nuevas actualizaciones son algo diferente. Son mucho más cortas, y son menos pensadas cuidadosamente. Una de las herramientas nuevas más populares es Twitter, un sitio web y servicio de mensajería que permite a sus más de dos millones de usuarios publicar a sus amigos actualizaciones tan largas como un haiku – limitadas a 140 caracteres, tan breves como mensajes de texto de celular – sobre lo que están haciendo. Existen otros servicios para reportar hacia dónde está uno viajando (Dopplr) o para rápidamente volcar un torrente de fotos, videos o sitios web que uno está revisando (Tumblr). Incluso hay herramientas que registran tu ubicación. Cuando el nuevo iPhone, con rastreo incorporado, fue lanzado en julio, un millón de personas empezaron a usar Loopt, un software que automáticamente informa a tus amigos exactamente dónde estás.

Para muchas personas, particularmente cualquiera por encima de los 30 años, la idea de describir paso a paso actividades en tanto detalle es absurda. ¿Por qué sometería uno a sus amigos a tales minucias diarias? Al mismo tiempo, ¿cuánto de esta trivia puede uno absorber? El crecimiento de la intimidad ambiental puede parecernos un narcisismo moderno llevado a un nuevo extremo supermetabólico – la última expresión de una generación de jóvenes obsesionados con la celebridad, que creen que cada preferencia es fascinante y debe ser compartida con el mundo. Twitter, en particular, ha sido sujeto de una crítica ácida desde que se lanzó en línea. “¿A quién le importa realmente lo que estoy haciendo, cada hora del día?”, se preguntaba Alex Beam, columnista del Boston Globe, en un ensayo sobre Twitter del mes pasado. “Ni siquiera a mí me importa”.

En efecto, muchas de las personas que entrevisté, entre quienes se encuentran los usuarios más activos de estas herramientas de “conciencia”, admiten que al principio no podían entender bien por qué alguien querría hacer esto. Ben Haley, especialista en documentación de 39 años para una empresa de software y que vive en Seattle, me contó que cuando escuchó por primera vez de Twitter el año pasado de un amigo aficionado a todo lo nuevo que lo estaba utilizando, su primera reacción fue que le parecía tonto. Pero algunos de sus amigos habían decidido probarlo, y le habían pedido que se registre también.

Cada día, Haley se registraba a su cuenta, y las actualizaciones de sus amigos aparecían como una larga lista de notas de una o dos líneas. Revisaría una y otra vez la cuenta varias veces al día, o incluso varias veces a cada hora. Las actualizaciones eran bastante banales. Un amigo publicaría algo sobre estar empezando a enfermarse; otro escribía pensamientos aleatorios como “En verdad me molesta que la gente se corte las uñas en el bus”; otro actualizaba Twitter cada vez que preparaba un sándwich – y preparaba un sándwich cada día. Cada uno de los “tweets” era tan breve como para ser virtualmente insignificante.

Pero conforme pasaban los días, algo cambió. Haley descubrió que empezaba a sentir los ritmos de las vidas de sus amigos de un modo que no lo había hecho antes. Cuando un amigo se enfermó con una fiebre virulenta, podía saber por sus actualizaciones en Twitter cuándo estaba empeorando y el momento en empezó a mejorar. Podía ver cuándo sus amigos pasaban por días infernales en el trabajo o cuándo tenían grandes éxitos. Aún el catálogo diario de sándwiches se volvía extrañamente interesante, una suerte de clic metronómico que se acostumbraba a ver aparecer a mitad de cada día.

Ésta es la paradoja de la conciencia ambiental. Cada pequeña actualización – cada detalle individual de información social – es insignificante por sí mismo, incluso soberanamente mundano. Pero tomados en su conjunto, a través del tiempo, los pequeños fragmentos confluyen en un retrato sorprendentemente sofisticado de las vidas de tus amigos y familiares, como miles

de puntos de conforman una pintura puntillista. Esto no fue nunca antes posible, porque en el mundo real, ningún amigo se molestaría de llamarte para darte los detalles del sándwich que estaba comiendo. La información ambiental se vuelve “una forma de P.E.S. [Percepción Extra Sensorial]”, como me lo describió Haley, una dimensión invisible flotando sobre la vida cotidiana.

“Es como si pudiera leer la mente de todos a la distancia”, Haley siguió diciendo. “Me encanta. Me siento como si estuviera llegando a algo crudo sobre mis amigos. Es como si tuviera un panel visual con alertas sobre ellos”. También puede llevar a mayor contacto en la vida real, porque cuando un miembro del grupo de Haley decide salir a un bar o ver a una banda y publica sus planes en Twitter, los demás lo ven, y algunos deciden aparecerse también – socialización ad hoc, auto-organizada. Y cuando socializan cara a cara, se siente extrañamente como si nunca se hubieran separado. No necesitan preguntar, “¿Qué has estado haciendo últimamente?”, porque ya lo saben. En lugar de ellos, empezarán a discutir algo que uno de sus amigos mencionó en Twitter esa tarde, como si continuaran una conversación que dejaron a medias.

Facebook y Twitter pueden haber radicalizado las cosas, pero la idea de usar herramientas de comunicación como una forma de “co-presencia” existe desde hace un tiempo. El sociólogo japonés Mizuko Ito primero lo notó con teléfonos celulares: parejas trabajando en ciudades diferentes se enviaban mensajes de texto ida y vuelta toda la noche – pequeñas actualizaciones como “ahora disfruto de una copa de vino” o “viendo TV tirado en el sofá”. Lo hacían en parte porque hablar por horas en teléfonos celulares no es muy cómodo (o barato). Pero también descubrieron que el ping-pong de los mensajes se sentía aún más íntimo que una llamada.

“Es un fenómeno de agregación”, me dijo Marc Davis, científico en jefe en Yahoo y antes profesor de ciencias de la información en la universidad de California en Berkeley. “Ningún mensajes es el mensaje más importante. Es como cuando uno está sentado junto a alguien, lo mira, y le devuelven una sonrisa. Estás aquí sentado leyendo el periódico, y miras a los lados, y simplemente le das a entender a la gente que estás conciente de ellos”. Pero es también la razón por la que puede ser terriblemente difícil entender el fenómeno hasta que uno lo ha experimentado. Simplemente mirar a la fuente de noticias de Twitter o Facebook de un usuario no es interesante, porque parece una verborrea. Pero síguela por un día, y empieza a sentirse como una pequeña historia. Síguela por un mes, y es una novela.

Uno podría también observar la creciente popularidad de la conciencia en línea como una reacción al aislamiento social, la desconexión moderna norteamericana que Robert Putnam exploró en su libro “Bowling Alone”. La fuerza de trabajo móvil requiere de gente que viaja con mayor frecuencia por trabajo, dejando atrás amigos y familia, y miembros del creciente ejército de los auto empleados a menudo pasan días en la soledad. La intimidad ambiental se vuelve una manera de “sentirse menos solo”, como más de un usuario de Facebook y Twitter me lo han puesto.

Cuando decidí probar Twitter el año pasado, al principio no tenía nadie a quien seguir. Ninguno de mis amigos usaba aún el servicio. Pero haciendo unas búsquedas en Google un día, me encontré con el blog de Shannon Seery, una consultora de reclutamiento de 32 años en Florida, y noté que también publicaba en Twitter. Sus actualizaciones en Twitter eran encantadoras – a menudo publicaría enlaces a fotos tomadas con su teléfono celular de sus dos hijos, o videos de ella misma cocinando comida mexicana, o publicaría sus gritos desesperados cuando perdía un vuelo en un viaje de negocios. Así que sin pensarlo empecé a “seguirla” – algo tan fácil en Twitter como hacer click en un botón – y nunca la saqué de mi cuenta. (Una cuenta de Twitter

puede ser “privada”, de modo que sólo amigos invitados leen tus tweets, o puede ser pública, de modo que cualquiera puede verlos; la de Seery era pública.) Cuando revisé el mes pasado, noté que ella había reunido una enorme cantidad de conexiones en línea: ahora seguía 677 personas en Twitter y otras 442 en Facebook. ¿Cómo diablos, me preguntaba, podía ella seguir a tanta gente? ¿Quiénes eran ellos precisamente? Llamé a Seery para averiguarlo.

“Tengo una regla”, me dijo. “Tengo que saber quién eres, o tengo que saber algo de ti”. Eso quiere decir que monitorea las vidas de amigos, familiares, cualquier con quien trabaje, y que también sigue a personas interesantes que descubre por medio de las vidas en línea de sus amigos. Como muchos que viven en línea, ella se ha encontrado siguiendo a algunos extraños – aunque después de algunos meses ya no se sienten como extraños, a pesar del hecho de que nunca los ha conocido físicamente.

Le pregunté a Seery cómo encontraba el tiempo para seguir a tanta gente en línea. El cálculo era intimidante. Después de todo, si sus 1,000 contactos en líneas publicaban sólo un par de notas al día, esas son varios miles de pings sociales que revisar diariamente. ¿Cómo será recibir miles de mensajes de correo electrónico al día? Pero Seery enfatizó algo que había escuchado de otros: las herramientas de conciencia no son tan demandantes cognitivamente como un mensaje de correo electrónico. El correo electrónico es algo para lo que te detienes para abrir y evaluar. Es personal; alguien está pidiendo el 100% de tu atención. En contraste, actualizaciones ambientales son todas visibles en una sola página en una larga cola, y no están realmente dirigidas a ti. Esto las hace saltables, como titulares en un periódico; quizás las leerás todas, quizás saltarás algunas. Seery estimó que necesita dedicar sólo una pequeña parte de cada hora para activamente leer su flujo de Twitter.

Aún así, ella considera que se ha vuelto mucho más gregaria en línea. “Lo que es realmente gracioso es que antes de todo este asunto de los ‘medios sociales’, yo siempre decía que no era el tipo de persona que tenía muchos amigos”, me dijo. “Es tan difícil hacer planes y tener una vida social activa, teniendo el tipo de trabajo que tengo en el que tengo que viajar todo el tiempo y tengo dos hijos pequeños. Pero es fácil actualizar tweets todo el tiempo, publicar fotos de lo que estoy haciendo, para mantener las relaciones sociales activas”. Pausó por un segundo, antes de continuar: “Cosas como Twitter me han dado un círculo social mucho más amplio. Sé más sobre más personas que nunca antes”.

Me di cuenta de que esto se está volviendo cierto de mí, también. Luego de seguir la fuente de Twitter de Seery por un año, estoy más informado sobre los detalles de su vida que sobre las vidas de mis dos hermanas en Canadá, con quienes hablo apenas una vez al mes o algo parecido. Cuando llamé a Seery, supe que había estado luchando con una migraña de tres días; empecé nuestra conversación preguntándole cómo se estaba sintiendo.

La conciencia en línea inevitablemente lleva a una pregunta curiosa: ¿Qué tipo de relaciones son éstas? ¿Qué significa tener cientos de “amigos” en Facebook? ¿Qué tipo de amigos son, en todo caso?

En 1998, el antropólogo Robin Dunbar argumentó que cada humano tiene codificado un límite superior al número de gente que puede personalmente conocer en un momento dado. Dunbar notó que los humanos y los simios ambos desarrollan lazos sociales involucrándose en una suerte de cuidado; los simios lo hacen picando y suavizando el pelaje de los otros, y los humanos lo hacen por medio de la conversación. Él teorizó que los cerebros de simios y humanos podían manejar tan sólo un número finito de relaciones de cuidado: a menos que

dediquemos suficiente tiempo a realizar el cuidado social – por medio de la cháchara, el intercambio de chismes, o para los simios, buscando piojos – no sentiremos realmente que “conocemos” a alguien lo suficiente como para llamarlo amigo. Dunbar notó que los grupos de simios tienden a alcanzar su máximo alrededor de 55 miembros. Ya que los cerebros humanos son proporcionalmente más grandes, Dunbar asumió que nuestro número máximo de conexiones sociales sería similarmente más grande: alrededor de 150 en promedio. En efecto, estudios psicológicos han confirmado que los grupos humanos se agotan alrededor de 150 personas: el “número de Dunbar”, como se le conoce. ¿La gente que usa Facebook y Twitter incrementa su número de Dunbar porque pueden fácilmente seguirle el rastro de tantas más personas?

A medida que entrevistaba a algunas de las personas más agresivas socialmente en línea – gente que seguía a cientos o incluso miles de otros – se me hizo claro que la figura era un poco más compleja que lo que este pregunta sugería. Muchos sostenían que su círculo de gente realmente íntima, sus amigos cercanos y familiares, no había crecido mucho. El contacto constante en línea había hecho esos vínculos inconmensurablemente más ricos, pero no había realmente incrementado su número; las relaciones profundas aún se basan en el tiempo cara a cara, y hay solamente una cantidad finita de horas en un día para hacer eso.

Pero donde su socialización ha realmente explotado es en sus “lazos débiles” – conocidos más flexibles, gente que no conocen tan bien. Podría ser alguien que conocieron en una conferencia, o alguien de la escuela a quien recientemente agregaron como “amigo” en Facebook, o alguien de la fiesta de Navidad del año pasado. En sus vidas pre-Internet, este tipo de conocidos rápidamente se habrían desvanecido de su atención. Pero cuando una de estas personas lejanas de repente publica una nota personal en tu fuente de noticias, es esencialmente un recordatorio de que existen. He notado este efecto en mí mismo. En los últimos meses, docenas de antiguos colegas de trabajo que conocí hace 10 años en Toronto me han agregado como amigo en Facebook, y de repente me encuentro leyendo sus comentarios sueltos y actualizaciones y cayendo en conversaciones oblicuas y divertidas con ellos. Mi número de Dunbar general es por lo tanto de 301: Facebook (254) + Twitter (47), el doble de lo que sería sin la tecnología. Pero sólo 20 son familia o gente que considero amigos cercanos. El resto son lazos débiles – sostenidos por medio de la tecnología.

Este crecimiento acelerado de los lazos débiles puede ser algo bueno. Los sociólogos han encontrado por largo tiempo que los “lazos débiles” expanden nuestra habilidad para resolver problemas. Por ejemplo, si estás buscando un trabajo y le preguntas a tus amigos, eso no será de mucha ayuda; ellos son demasiado similares a ti, y por tanto probablemente no tendrán mucha información que tú mismo no tengas ya. Conocidos remotos serán de mucha más ayuda, porque se encuentran más lejos, pero aún lo suficientemente íntimos como para querer ayudarte. Muchos usuarios frecuentes de Twitter – los que lanzan actualizaciones interesantes cada hora y acumulan miles de seguidores curiosos – explícitamente aprovechan esta dinámica por todo lo que vale, utilizando su enorme séquito en línea como una manera para responder prácticamente cualquier pregunta. Laura Fitton, consultora en medios sociales que se ha vuelto una celebridad menor en Twitter – ella tiene más de 5,300 seguidores – recientemente descubrió con horror que su contador había cometido un error al presentar su declaración de impuestos del año pasado. Acudió a Twitter, escribió una pequeña nota explicando su problema, y en 10 minutos su audiencia en línea le había provisto contactos con abogados y mejores contadores. Fitton bromea diciendo que ya no compra nada que valga más de \$50 sin antes consultar rápidamente con su red de Twitter.

“Tercerizo toda mi vida”, me dijo. “Puedo resolver cualquier problema en Twitter en seis minutos”. (Ella también mantiene una cuenta secundaria de Twitter que es privada y sólo para un círculo mucho más pequeño de amigos cercanos y familia – “Mi pequeño secreto”, dice. Es una estrategia que muchas personas me han dicho que utilizan: una cuenta para sus lazos débiles, otra para sus relaciones profundas.)

Sin embargo, también es posible que esta difusión de lazos débiles se pueda volver un problema. Si estás leyendo actualizaciones diarias de cientos de personas sobre con quiénes están saliendo y si están felices, algunos críticos se preocupan que podría estirar tu energía emocional dejando menos de ella para relaciones verdaderamente íntimas. Los psicólogos han sabido por buen tiempo que la gente puede involucrarse en relaciones “parasociales” con personajes ficticios, como aquellos en series de televisión o en libros, o con celebridades remotas sobre las que leemos en las revistas. Las relaciones parasociales pueden utilizar parte del espacio emocional en nuestro número de Dunbar, dejando fuera gente del mundo real. Danah Boyd, miembro del Centro Berkman para el Internet y la Sociedad en Harvard, quien ha estudiado los medios sociales por 10 años, publicó un artículo esta primavera última argumentando que las herramientas de conciencia como la fuente de noticias pueden estar creando una clase enteramente nueva de relaciones que se aproximan a lo parasocial – gente periférica en nuestra red cuyos detalles íntimos seguimos de cerca en línea, aún cuando ellos, como Angelina Jolie, básicamente no tienen idea de que existimos.

“La información a la que nos suscribimos en una fuente no es la misma que en una relación social profunda”, me dijo Boyd. Ella ha visto esto ella misma; tiene muchos admiradores virtuales que tienen, en esencia, una relación parasocial con ella. “He estado bastante enferma últimamente y escribo sobre eso en Twitter y en mi blog, y encuentro a toda esta gente que me escribe y me dice maneras para sacarle la vuelta al sistema de salud, o escriben diciendo ‘Oye, me rompí el cuello’ mientras yo pienso, ‘Estás siendo muy bueno y tratando de ayudar, pero aunque piensas que me conoces, no lo haces’”. Boyd suspira. “Ellos pueden observarte, pero no es lo mismo que conocerte”.

Cuando conversé con Caterina Fake, una de las fundadoras de Flickr (un sitio popular para compartir fotos), ella sugirió un peligro aún más sutil: que la sencillez de seguir las actualizaciones en línea de sus amigos la ha vuelto ocasionalmente floja para tomarse el tiempo de visitarlos en persona. “En un punto me di cuenta que tenía una amiga cuyo hijo había visto, por fotos en Flickr, crecer desde el nacimiento hasta el primer año de edad”, me dijo. “Pensé, realmente debería ir a visitarla en persona. Pero era extraño; también sentí que Flickr satisfacía esa satisfacción de ir a buscarte, de modo que no sentía la urgencia. Pero luego pensaba que eso no era suficiente, que debería ir en persona”. Ella tiene cerca de 400 personas que sigue en línea pero sospecha que muchas de esas relaciones son frágiles como un tejido. “Estas tecnologías te permiten ser mucho más amigable, pero uno simplemente se extiende más débilmente sobre mucha más gente”.

¿Cómo es nunca perder contacto con alguien? Una mañana este verano en un café local, sobre escuché a una mujer joven quejándose con un amigo sobre un reciente drama de Facebook. Su nombre es Andrea Ahan, empresaria de 27 años dueña de un restaurante, que me dijo que había descubierto que amigos de la secundaria estaban subiendo fotos viejas de ella a Facebook y etiquetándolas con su nombre, de modo que automáticamente aparecían en búsquedas por su nombre.

Ella estaba atónita. “Pensaba, por Dios, estas fotos son completamente horribles”, Ahan se quejaba, mientras su amigo la miraba y tomaba su café. “Estoy con toda esa ropa horriblemente noventera. Me veo fatal. Y pienso, ¿por qué diablos está esta gente en mi vida? No los he visto en 10 años. ¡Ya no los conozco!”. Empezó a desetiquetarse furiosamente de las fotos – quitando su nombre para que no apareciera más en las búsquedas.

Peor aún, Ahan también estaba enfrentando una plaga común del Facebook: el reciente ex. Había terminado con su novio hacía poco, pero no lo había eliminado como amigo, porque sentía que eso era demasiado extremo. Pero pronto él se juntó con otra chica, y la nueva pareja empezó a tener conversaciones públicas en la página del ex novio de Ahan. Un día, ella notó preocupada que la nueva novia estaba citando material que Ahan le había enviado en privado a su novio; ella sospechó que él estaba compartiendo el correo electrónico con su nueva novia. Es el tipo de extrañamente sutiles juegos mentales que se vuelven posibles con Facebook, y estaba volviendo a Ahan loca.

“A veces pienso que todas estas cosas son una locura, y que todo el mundo debería conseguirse una vida y dejar de obsesionarse por la trivía y el chisme de los demás”, ella dijo.

Pero Ahan sabe que no puede simplemente alejarse de su vida en línea, porque la gente que conoce allí no dejará de hablarle, o de publicar fotos que poco le favorecen. Ella tiene que permanecer en Facebook simplemente para monitorear lo que se dice de ella. Ésta es una queja común que he escuchado, particularmente de gente en sus años 20 que estuvieron en la universidad cuando Facebook apareció y nunca han vivido como adultos sin conciencia ambiental. Para ellos, la participación no es una opción. Si no estás adentro, otras personas definirán quién eres. Así que constantemente publicas fotos, pensamientos, el estado de tus relaciones y lo que estás haciendo – ¡ahora! – aunque sea para asegurar que la versión virtual de ti mismo es acertada, o al menos la que le quieres presentar al mundo.

Éste es el efecto más radical de la nueva conciencia: recupera la dinámica de la vida en un pequeño pueblo, donde todo el mundo sabe de tus asuntos. Jóvenes en las universidades son los que experimentan esto de manera más visceral, porque con más del 90 por ciento de sus compañeros usando Facebook, es particularmente difícil para ellos salirse. Zeynep Tufekci, sociólogo de la universidad de Maryland, condado de Baltimore, ha estudiado de cerca cómo los usuarios en edad universitaria están reaccionando al mundo de la conciencia, y me dijo que los atletas solían escaparse ilícitamente a las fiestas, rompiendo con la regla de no tomar para los miembros del equipo. Pero luego los celulares con cámara y Facebook aparecieron, con los estudiantes publicando fotos de la celebración alcohólica durante la fiesta; los entrenadores más astutos podían ver qué atletas estaban rompiendo las reglas. Primero los atletas intentaron defenderse despertándose temprano en la mañana después de la fiesta, para en su resaca empezar a desetiquetar las fotos de ellos mismos para que no pudieran ser buscadas. Pero eso no funcionó, porque los entrenadores a veces veían las fotos aparecer en vivo, conforme eran publicadas a las 2 de la madrugada. Así que las fiestas simplemente empezaron a prohibir los celulares con cámaras en un último intento de preservar la privacidad.

“Es igual que vivir en una aldea, donde es difícil mentir porque todo el mundo conoce ya la verdad”, dice Tufekci. “La generación actual nunca está desconectada. Nunca pierde el contacto con sus amigos. Así que estamos volviendo a un lugar más normal, históricamente. Si uno ve la historia humana, la idea de que uno puede deslizarse por la vida, pasando de relación en relación, es algo bastante nuevo. Es solo el siglo XX”.

Psicólogos y sociólogos pasaron años preguntándose cómo la humanidad se ajustaría al anonimato de la vida en la ciudad, los intensos impactos del trabajo inmigrante movilizad – un mundo de gente solitaria arrancada de sus lazos sociales. Ahora tenemos precisamente el problema opuesto. En efecto, nuestras herramientas modernas de conciencia revierten la concepción original del Internet. Cuando el ciberespacio apareció al principio de los noventas, fue celebrado como un lugar donde uno podía reinventar su identidad – ser alguien nuevo.

“Ahora restringe la identidad”, me dijo Tufekci. “No puedes jugar con tu identidad si tu audiencia está siempre revisándote. Tuve un estudiante que publicó que estaba descargando algo de Peral Jam, y alguien escribió en su muro, ‘Sí, claro, jaja – te conozco y sé que no te gustan esas cosas’”. Ella se rió. “¿Recuerdas esa vieja caricatura, ‘En Internet, nadie sabe que eres un perro’? En el Internet de hoy, todo el mundo sabe que eres un perro. Si no quieres que la gente se entere de que eres un perro, es mejor que te alejes del teclado”.

O como me lo puso Leisa Reichelt, consultora londinense que escribe a menudo sobre herramientas ambientales: “¿Puedes imaginar un Facebook para niños en kindergarten, y nunca pierden el contacto con esos niños por el resto de sus vidas? ¿Qué les va a hacer eso?”. Los jóvenes de hoy están ya desarrollando una actitud hacia su privacidad que es al mismo tiempo vigilante y libertina. Cuidan sus personajes en línea lo más cuidadosamente que pueden, sabiendo que todo el mundo está mirando – pero también han aprendido a resignarse y aceptar los límites de lo que pueden controlar.

Es fácil perturbarse por los aspectos de las herramientas de conciencia que erosionan la privacidad. Pero existe otro resultado, muy diferente, de toda esta actualización incesante: una cultura de gente que se conoce mucho mejor a sí misma. Muchos de los más dedicados usuarios de Twitter, Flickr y Facebook que entrevisté describían un efecto secundario inesperado de una auto-revelación constante. El acto de detenerse varias veces al día para observar lo que sentían o pensaban se puede volver, después de semanas, en una suerte de acto filosófico. Es como el mandato griego, “conócete a ti mismo”, o el concepto terapéutico de la preocupación. (En efecto, la pregunta que flota eternamente en la parte superior de la página web de Twitter – “¿Qué estás haciendo?” – puede empezar a parecer existencialmente cargada. ¿Qué estás haciendo?) Tener un público puede hacer de la auto-reflexión algo más agudo, ya que, como notaron mis entrevistados, están intentando describir sus actividades de un modo que sea no sólo acertado sino también interesante para otros: la actualización de estado como forma de literatura.

Laura Fitton, la consultora de medios sociales, argumenta que su constante actualización de estados la ha vuelto una “persona más feliz, y más calmada” porque el proceso de, por ejemplo, describir una mañana horrible en el trabajo la obliga a mirar las cosas objetivamente. “Te saca de tu propia cabeza”, añadió. En una época de conciencia, quizás la persona que uno ve más claramente, es a uno mismo.