



'No estoy en Facebook, y que'?

Tesina escrita por :

Numero de estudiante:

Universidad:

Julio 2011

M.A. Holwerda

3186814

Universiteit Utrecht

Índice

Parte teórica	
1. La introducción del texto fuente	3
1.1 El texto	
1.2 <i>La escritora del artículo 'No estoy en Facebook, y que'?</i>	
2. La definición del concepto 'Realia'	4
3. Los primeros pasos de traducir Realia	6
3.1 El grupo meta	
3.2 La clasificación del texto	
3.3 El objetivo del texto	
4. Las estrategias para traducir los realia	10
5. La aplicación de las teorías al texto fuente	12
El texto traducido con anotaciones	17
Bibliografía	24
El texto fuente	25

Parte teórico

1. La introducción del texto fuente

1.1 El texto

El texto fuente viene del periódico español 'ES' que sale a base diaria. En España este periódico es conocido como un periódico serio y objetivo con noticias nacionales como internacionales y artículos de opinión. En la edición del fin de semana - donde cogí este artículo- salen artículos más extendidos de cualquier género con la intención de entretener e informar los lectores, usando sujetos actuales o populares. El tema del texto fuente es muy actual y por esa razón me ha llamado la atención y decidí usarlo para la traducción. El fenómeno de las redes sociales me parece muy interesante porque hoy en día tiene mucha influencia en la vida social y laboral y supongo que en el futuro aún vaya aumentando. Además el artículo tiene un carácter muy internacional y el tema de las redes sociales es reconocible para mucha gente. Igual para la gente que no quieren colaborar con esas redes y que buscan sonidos 'antiredes'. A la última sentía la curiosidad de saber cómo piensen en España sobre las redes sociales, ya que aquí en Holanda observamos un gran aumento de usuarios de Facebook últimamente.

Luego, con la determinación del público meta trataré a un nivel más detallado los lectores de este periódico para saber a quien se dirige el texto fuente. Lo que significa que por ahora solo falta describir el perfil de la escritora del artículo.

1.2 La escritora del artículo 'No estoy en Facebook, y que'?

El artículo fue escrito en 2009 por la periodista Cristina Sáez que trabajaba en aquel momento por el periódico 'ES'. Ahí escribió en su mayoría artículos de opinión, pero también se dedicaba a noticias nacionales. Antes de ser periodista para 'ES' ha sido periodista para el diario La 'Vanguardia' y 'Publico'. En este momento escribe en las revistas 'Muy interesantes', 'Muy historia' e 'Historia&Vida'. Además Sáez es guionista del programa de divulgación científica REDES de TVE.

2. La definición del concepto 'Realia'

Como Diederik Grit (2004) dice en su artículo 'La traducción de Realia' el termino Realia quiere indicar en primer lugar los fenómenos concretos y únicos o términos categóricos relacionados con un cierto país o área cultural. Estos fenómenos no tienen equivalentes o como máximo equivalentes parciales. Además Realia es la terminología usada para indicar estos fenómenos.

Los Realia cubren las siguientes categorías:

- *términos históricos*, por ejemplo: 'La guerra civil' relacionada a España o 'de Tachtigjarige Oorlog' relacionada a Holanda.
- *términos geográficos*: por ejemplo 'Madrid' no solo como la capital de España, sino como la ciudad institucional de España o 'Afsluitdijk' como nombre conocido en Holanda.
- *términos particulares-institucionales* : por ejemplo: 'Santander' en España y 'Rabo bank, VVD y HEMA' en Holanda
- *términos públicos- institucionales*: por ejemplo 'la Cámara de los Diputados' en España y 'de Tweede Kamer, havo, kantongerecht' en Holanda.
- *términos de unidad*: por ejemplo: 'dubbeltje' y 'pond' en Holanda,
- *términos sociales-culturales*: por ejemplo: 'calimocho', tapas, torrero en España y 'beschuit met muisjes, coffeeshop en ov chipkaart' en Holanda . (Grit, p297)

Otra definición y división de Realia viene de Vlachov y Florin que propongan tres categorías que a su turno comprenden en total doce subcategorías para clasificar Realia. Las tres categorías son los realia geográficos, etnográficos y sociales-políticos. Dentro de estas categorías existen las siguientes subcategorías:

Realia geográficos

- objetos de la geografía física, incluso la meteorología: la estepa, un tornado;
- objetos geográficos, hechos por humanos, por ejemplo: un canal.
- tipos de plantas o animales endémicos: un kiwi, una zebra.

Realia etnográficos

- la vida diaria: alimentación, bebidas, sitios públicos, ropa, joyas, viviendas, muebles, menaje, medios de transporte y sus conductores, por ejemplo: una trattoria, la hammam, spaghetti, whisky, un catamaran y una góndola.
- el trabajo: el ejecutor, su herramienta, la organización del empleo donde trabaja, por ejemplo: congerge, gaucho y ranch.
- el arte y la cultura: música y danza, instrumentos musicales, folklore, teatro, otras formas de arte y objetos de arte, los ejecutores, costumbres y rituales, festivales, juegos y jugadores, figuras mitológicas, cultos, calendario, ejemplos son: blues, twist, tarantella, geisha, las castañuelas, Thanksgiving, Sinterklaas, el licántropo.
- el origen: etnonimos: mote o nombres de burla, referencias al origen regional, por ejemplo: Vasco, gringo, cockney y Parisienne.
- medidas, monedas y sus nombres populares o nacionales, por ejemplo: dollar, foot, dime y stuiver.

Realia sociales-políticos

- constituciones administrativas-territoriales como 'county' y 'departement', bases de viviendas como 'ayuntamiento' y 'suburbio' y estructuras detalladas como 'boulevard' y 'arrondissement'
- autoridades y detentores, como sheriff, Reichstag y premier.
- Realia de la vida social-política : grupos políticos, grupos sociales y patricios, fenómenos sociales, como 'hippy', títulos, grados y títulos de tratamiento, instituciones estatales, instituciones culturales y educativas, clases y castas, símbolos,
- Realia militares: departamentos, armas, uniformes, funciones militares.
- (Evenepoel, 2004)

Como se puede observar hay distintas semejanzas entre la definición de Grit y la de Vlachov y Florin, con la diferencia que Vlachov y Florin van más profundo y detallado dividiendo las

categorías en subcategorías. En cuanto del texto fuente 'No estoy en Facebook, y que?' usaré la clasificación de Vlachov y Florin para nombrar y poner en categoría los realia encontrados. Luego veremos las estrategias de Diederik Grit para traducir realia, lo cuales usaré para llevarlas en practica con la traducción del texto fuente.

3. El primer paso de traducir Realia

"It is usually conceded that one of the objectives in studying foreign languages is the acquisition of knowledge about the culture in which the language is used. The source, quantity and quality of this knowledge are, as a consequences, matters of interest."(Sanchez Arce, 693)

En la practica los realia suelen ser traducidos en varias maneras. Las estrategias manejadas depende de tres factores: *el grupo meta, el tipo de texto y el objetivo del texto.*

3.1 El grupo meta

La manera de traducir los realia depende en primer lugar de los lectores del texto, el grupo meta. Antes de traducir un reale hay que definir de qué grupo pertenecen los lectores del texto. Se puede distinguir 3 grupos meta, a saber: las personas que no tienen ningún conocimiento sobre el tema, las personas que tienen interés en el tema con conocimiento previo y en tercer lugar los expertos. Con cada grupo se puede aplicar otra manera de traducir, ya que el primer grupo necesita más explicación de los términos específicos, mientras que en el caso de los expertos se puede mantener (más) la información en su estado original sin usar estrategias explicativas. (Grit,2004)

Determinar el grupo meta en el texto 'No estoy en Facebook, y qué'?

El texto traducido es procedente del periódico español llamado 'ES', que sale diariamente. Este periódico también tiene una edición de fin de semana dónde los artículos tienen más calado en cuanto de los sujetos que tratan. Los artículos se varían mucho, pero tienen en común que todos son científicos. Los escritores muestran varias opiniones de gente relacionada al tema, cifras que provienen de investigaciones y consecuencias o imágenes del futuro para concluir el artículo. Además cabe suponer que los lectores del texto tienen un

interés de profundizar su conocimiento general cuando lean artículos que profundizan el tema tratado. En cuanto del artículo se puede decir que trata de un tema muy actual que tiene mucha influencia en España, al igual que en el resto del mundo. Muchas personas saben de las redes sociales, o al menos conocen el concepto 'Facebook', y por esa razón relaciono el grupo meta con el segundo grupo, las personas que tienen interés en el tema con conocimiento previo. Con el carácter internacional que tiene el tema del artículo se puede concluir que vale el mismo grupo meta en cuanto de los lectores holandeses.

La conclusión es que los lectores de este texto tienen un interés común en los sujetos actuales o una cierta curiosidad por los 'hypes' con el objetivo de ampliar su conocimiento general. Con esta determinación se puede definir el grupo meta y con ello hasta qué grado se deben traducir varios tipos de realia.

3.2 La clasificación del texto

'Para definir la clasificación del texto hay que saber la función del texto, se trata por ejemplo de un texto literario, periodístico u oficial/ administrativo.' (Grit,2004)

Esto significa que a la hora de traducir un texto tenemos que tratar los siguientes aspectos:

Primero tenemos que determinar la clasificación del texto 'No estoy en Facebook, y que?' En el caso de este texto se puede decir que trata de una combinación entre un artículo informativo y un texto periodístico y subjetivo, con la influencia que tiene el escritor en el artículo. Me refiero a la opinión y el tono negativo del escritor en relación de Facebook que se puede notar evidentemente, lo cual significa que el artículo no es totalmente objetivo. Se puede observar en el hecho de que el escritor ha entrevistado solo las personas que están en contra de las redes sociales y que el artículo está bien fundamentado alrededor la opinión de que 'la gente no necesita Facebook'.

Ahora que sabemos el tipo de texto lo podemos aplicar en su traducción de. Como dice Grit en su artículo 'La traducción de Realia' 'un texto literario no necesita en igual medida una

traducción semántica- denotativa conforme el original como por ejemplo la de un acta.’(p280). Podemos decir que el texto por un lado tiene un carácter formal por el estilo de escribir y el sitio dónde está publicado, es decir un periódico bastante serio y aceptado. Además, teniendo en cuenta que el texto es periodístico la traducción de los datos tienen que ser correcta, porque refieren en muchos casos a las fuentes usadas. Por otro lado el escritor ha añadido distintos aspectos informales como las entrevistas con personas poco científicas y la transparencia de la opinión del escritor mismo. Además, cuando nos fijamos en el grupo meta podemos concluir que la transmisión de información no necesita mucha explicación detallada, ya que el grupo meta no tiene otro interés que el entretenimiento o ampliar su conocimiento general. La conclusión es que tenemos un texto periodístico e informativo en donde los datos y referencias tienen que ser correctas, lo cual significa que su traducción debe ser denotativa al nivel alto, mientras que en cuanto al nivel semántico se puede variar más, como observaremos luego con la traducción de los realia.

3.3 El objetivo del texto

Con la determinación del objetivo del texto hay dos aspectos relacionados a él: quedarse cerca del texto con una traducción muy correcta al nivel semántico o una traducción clara al nivel comunicativo. Además existe un dilema general en cuanto a la traducción: la traducción debería ser *naturalizada*, es decir; adaptando lo extraño/exótico a la cultura meta o al contrario *exótica*; enajenando, en otras palabras adaptar la cultura meta a ‘lo extraño’. (Grit, 2004). Podemos concluir que con cada texto hay que definir el objetivo del texto traducido para luego continuar con la traducción de los realia. Sin saber aquel aspecto no existe una base clara para traducir los realia.

3.3.1. Determinar el objetivo del texto en 'No estoy en Facebook y que?'

En cuanto a este texto no creo que haya mucha razón para poner el elemento de ‘lo extraño’, o mejor dicho adaptar el exótico con la cultura meta. Primero de todo porque no hay tanta diferencia entre los aspectos de Facebook en Holanda y los de España. Las redes

sociales, y especialmente la de Facebook tienen un carácter internacional, no necesariamente español, por lo cual aparecen en el texto algunos nombres no-españoles. Además el texto no tiene necesariamente la función de choquear o ser exótico, como suele pasar en los textos literarios. La función del texto es informar, convencer y compartir con los lectores la opinión del escritor, y por eso será necesario quedarse cerca de la traducción original, utilizando la traducción que naturalice, que adapte el exótico a la cultura meta.

4. Las estrategias para traducir los realia

Las estrategias que usaré para traducir Realia del texto fuente son formuladas por Diederik Grit(2004). En su artículo 'La traducción de Realia' Diederik Grit menciona siete estrategias para traducir Realia del texto fuente al texto meta:

A Mantenimiento

Aplicar la estrategia 'mantenimiento' significa mantener la expresión del idioma fuente en el idioma meta. Por ejemplo la palabra 'Sinterklaas' en holandés no cambia con la traducción a la lengua meta Español y aún será traducido como 'Sinterklaas'.

B Traducción Calco

Con la estrategia del 'calco' se traduce literalmente la palabra o expresión de la lengua fuente. Por ejemplo el termino 'Staten-Generaal' en Neerlandés se puede traducir literalmente al idioma meta Inglés como 'States-General. Eso solo suele ocurrir cuando la expresión de la lengua fuente es una composición de unidades autónomos provenientes del idioma meta

C Aproximación

La estrategia de 'la aproximación' significa sustituir la palabra o expresión del idioma fuente con un alternativo parecido procedente de la lengua meta. Por ejemplo la expresión neerlandesa 'Jan –Klaasen & Katrijn traducido al equivalente (para los ingleses) 'Punch & Judy'.

D Descripción o definición en la lengua meta

Una estrategia muy usada es la de la descripción o la definición. Este método es necesario en muchos casos para la explicación de la denotación tanto como de la connotación. Sin

embargo este método es bastante limitado porque la traducción siempre resulta tener más de una palabra.

E La traducción básica

La traducción básica muestra solo la base del significado. La mayoría de las veces eso suele resultar en una hiperónimo, es decir una palabra o expresión que cubre el significado, y además el significado al nivel alto, por ejemplo: la palabra holandesa 'Postcodeloterij' traducida a la palabra 'lottery' que trata de todos las loterías en general y cubre el significado en una área más amplia.

F Adaptación

La función de la expresión meta es lo más importante cuando se traduce con la estrategia de la 'Adaptación'. Mejor dicho, se traduce más la función de la expresión que el contenido de ella. Por ejemplo, con la palabra 'Partij van de Arbeid' se concentra a su función y así se la traduce como 'Labour Party'.

G Omisión

La estrategia de la 'omisión' se puede elegir cuando la denotación para el grupo meta no es relevante. Por ejemplo en una traducción del holandés al inglés se omiten los nombres de los partidos políticos holandeses cuando por ejemplo visitan un país extranjero. (Grit,282)

Conociendo esas estrategias junto con la clasificación de los realia podemos seguir con la aplicación de ambos en el próximo capítulo.

5. La aplicación de las teorías al texto fuente

Después la explicación de los varios tipos de los realia, igual que las distintas estrategias de traducirlos y la determinación de los elementos introducidos, quiero poner estas ideas en la práctica. Como he mencionado antes usaré la clasificación de los realia formulado por Vlachov y Florin, mencionado en el artículo de Evenepoel (2004), para luego continuar con la traducción de lo realia encontrados conforme a las estrategias de Diederik Grit(2004).

5.1 Realia en el texto 'No estoy en Facebook y qué?'

Realia: 'El observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información'

Clasificación: Este reale cabe dentro de los *realia sociales-políticos* con la subcategoría '*La vida social-política*' nombrado finalmente como '*instituciones culturales e educativas*', porque se trata de un nombre de un organismo cultural que investiga fenómenos culturales en España. La traducción en holandés será: 'het Nationaal observatorium van de informatiemaatschappij en telecommunicatie'.

La estrategia adecuada/usada: *Traducción Calque:* el lector holandés no conoce las instituciones culturales y nacionales de España. Así que traduzco literalmente el nombre de la institución a la lengua meta holandés para aclarar su significado.

Realia: 'Pew Internet & American Life Project'

Clasificación: Este reale cabe dentro de *los realia sociales-políticos* con la subcategoría '*La vida social-política*' categorizado como '*instituciones culturales e educativas*', porque se trata de un nombre de un organismo cultural que investiga fenómenos culturales y tendencias en los Estados Unidos.

La estrategia adecuada: *Mantenimiento:* he mantenido el nombre de la instancia porque en Holanda se suele encontrar títulos, fenómenos o expresiones ingleses igual en un texto como en la lengua verbal, y así se puede mantener el término en la lengua fuente. Además el texto fuente tiene un carácter internacional por el sujeto que trata y me parece adecuado mantener ingleses los nombres de las instancias, los proyectos y las expresiones. Así que la traducción será : 'Pew Internet & American Life Project'.

Realia: 'la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)'

Clasificación: Este reale cabe dentro de los *Realia sociales-políticos* con la subcategoría '*La vida social-política*' categorizado como '*instituciones culturales e educativas*', porque trata de un nombre de un instituto educativo en Latino America.

La estrategia adecuada: *Traducción calque:* la he traducido literalmente, porque es un nombre español de un instituto educativo que el lector holandés puede reconocer fácilmente en holandés. Por eso es necesario traducirla literalmente en la lengua meta holandés. La traducción en holandés será: 'de Latijns-Amerikaanse Faculteit Sociale wetenschappen'.

Realia: 'British Intelligence Service'

Clasificación: Este reale cabe dentro de los *Realia sociales-políticos* con la subcategoría '*instituciones estatales*'.

La estrategia adecuada: Se trata de un nombre de un instituto estatal inglés, y aunque muchas veces no se traducen los términos ingleses al holandés, opino que en este caso aclara mucho el sentido del término. Muchos países conocen un instituto equivalente y cada lengua tiene su propia versión verbal, en vez de aplicar un nombre internacional. Así que lo he traducido con la estrategia de la *Aproximación*, aplicando el término holandés para nombrar la un instituto equivalente, evitando confusión sobre la instancia mencionada. La traducción en holandés será: ' De Britse Inlichtingendienst'.

Realia: 'la Escuela de Organización Industrial (EOI)'

Clasificación: Este reale cabe dentro de *los realia sociales-políticos* con la subcategoría '*La vida social-política*' categorizado como '*instituciones culturales e educativas*', porque se trata de un nombre de una instituto educativo en España.

La estrategia adecuada: *Traducción calco:* la he traducido literalmente, porque es un nombre español de una instituto educativo que el lector holandés puede reconocer fácilmente en holandés, mientras el mismo lector no puede conocer el nombre español. Así que la traducción holandesa será: 'De school voor Industriële Organisatie'.

Realia: 'Internautas antiredes sociales'

Clasificación: En mi opinión este reale se puede categorizar como *Realia socio-políticos* con la subcategoría *grupos sociales*, porque trata de un grupo que se siente unido por el objetivo que comparten (las antiredes sociales) y por esa razón caben dentro de un grupo social.

La estrategia adecuada: *Descripción o definición en la lengua meta.* Me parece adecuada aplicar esta estrategia, porque (aún) no existe una palabra fija en holandés para definir este término bastante actual lo que resulta en una descripción del término. La traducción en holandés será : 'Internetgebruikers die tegen sociale netwerken zijn'.

Realia: 'fulanito' y 'menganito'

Clasificación: con la determinación de estos realia debo apartarse de la clasificación de Vlachov y Florin para llegar a la clasificación de Diederik Grit que utiliza *términos socio-culturales* en su explicación de Realia. Quiero clasificar estas Realia en aquella categoría porque se trata de un término determinado por el ingreso cultural y social de un país, en este caso España. Describiendo individuos se puede usar distintas formas para indicarlos, como en Holanda les llamamos 'Jantje' y 'Pietje'. Así se puede dar una imagen de un individuo general sin dar detalles de una persona. En otras palabras: cada lengua tiene su forma de indicar estos individuos generales y por eso estos realia están intensamente relacionados a la cultura.

La estrategia adecuada: En este caso he aplicado la estrategia de la *Aproximación*, lo que significa sustituir la palabra o expresión del idioma fuente con una alternativa parecida procedente de la lengua meta. Como he dicho anteriormente tenemos un término alternativo determinado de la lengua cultural en holandés para indicar el mismo significado y para los lectores holandeses es lo más lógico encontrar esta forma en un texto, es decir mencionarlo como : 'Jantje' y 'Pietje' en vez de 'fulanito' y 'menganito'

Conclusión

En el artículo ¿'No estoy en Facebook y que'? he encontrado Realia principalmente procedente de las categorías 'socio-culturales o socio-políticos'. Encontré más realia socio-culturales con la explicación lógica de que el texto trata de un sujeto social y cultural. 'Social' porque explica fenómenos sociales, tendencias y grupos sociales causados por las redes sociales. 'Cultural' porque trata de distintos organismos educativos y culturales en España, igual que en los Estados Unidos y Latino-America. Así que no es de sorprender que no he encontrado realia etnográficos, ni geográficos, porque el texto no describe un país, un área o aspectos típicos de un país, sino un fenómeno socio-cultural y un hype internacional.

Con la mayoría de los realia he usado la clasificación de Vlachoch y Florin para determinar el tipo de reale. He elegido esta clasificación porque la de Vlachov y Florin me pareció más detallada en cuanto a las subcategorías que las de Grit. Además la clasificación de Vlachov y Florin va más profundo con la determinación de realia sociales y culturales. Y son exactamente esos realia que fueron necesarios para clasificar los realia en el caso del texto fuente.

En cuanto a las estrategias usadas para traducir los realia he optado las siguientes estrategias de Diederik Grit: *Traducción calco, Aproximación, Mantenimiento y Descripción o definición*. He notado que con el uso de esas estrategias fue posible mantener la intención de la escritora en cuanto a la transmisión del mensaje. He intentado mantener el carácter y el estilo de la escritora lo más posible, a condición de que aún fuera comprensible, lo que en mi opinión no me ha resultado muy difícil con el carácter internacional que tiene el texto. Al final, las diferencias socio-culturales en cuanto a las redes sociales -entre España y Holanda- no son tan grandes, con la excepción de las institutos mencionados en el texto. Es un tema que refleja a mucha gente y la escritora ha intentado transmitir esto con la mención de investigaciones, instancias y términos internacionales y esto ha sido para mí un punto de

atención durante la traducción de este texto. Con la atención a la traducción de los realia este texto resulta ser un texto comprensible para los lectores holandeses, mientras que la intención y la idea de la escritora han sido mantenidas.

Ik doe niet aan Facebook, en wat dan nog?

Cristina Sáez,

ES, 31-10-09

Overleven zonder Facebook

Kan men overleven in de virtuele wereld zonder gebruik te maken van Facebook, Tuenti¹ en Myspace? Spanje staat wereldwijd op de tweede plaats van het aantal internetgebruikers dat actief is op sociale netwerk sites. Ondanks dit gegeven groeit het aantal mensen dat na een tijd actief geweest te zijn, besluit hun profiel op te heffen en niet meer deel te nemen aan deze netwerken.² Hetzelfde geldt voor de groep die zich nooit aangetrokken heeft gevoeld voor dit soort sites. En het gaat hier niet bepaald om de digitale analfabeten..

Virginia kon haar ogen niet geloven. Op een dag pulde haar mailbox uit van berichtjes van vrienden die haar informeerden over het ontstaan van een online campagne om haar te overtuigen zich aan te sluiten bij het netwerk van Facebook. "Samen kunnen we Virginia tot inzicht brengen om zich te voegen bij het wereldwijde netwerk van klessebesseri en zal ze ons verrassen met haar analogische inzichten. Met jullie steun krijgen we haar zover een Facebook-pagina te openen' zo luidde het bericht van de initiatiefnemers. Tot dan toe had Virginia zich nog niet overgegeven aan de verleidingen van deze sociale netwerken³ en was daarmee één van de weinig mensen uit haar kennissenkring die nog geen profiel beheerde bij deze overbekende netwerksite.⁴

"Ik breng veel tijd door achter de computer⁵ en dacht dat het weer een nieuwe nutteloze verplichting was die me werd opgedrongen.⁶ 'Bovendien, legt Virginia uit, golden voor mij de kwesties voor het behouden van de privacy en het idee dat we via Facebook in de gaten worden gehouden. Ondanks dat, zorgde deze online campagne gecoördineerd door één van

¹ Red social nacional de España

² División de una frase demasiado larga a dos frases más cortas

³ Expresión más adecuada en relación del neerlandés, traducida según la estrategia PR1 Culturele filtering (Chesterman)

⁴ Continuación de la frase en vez de repetir la información anterior, poniéndola en dos frases.

⁵ Expresión hecha que no se puede traducir literalmente, traducida según la estrategia PR1 Culturele filtering (Chesterman)

⁶ División de la frase a dos frases.

haar collega's, ervoor dat ze overtuigd werd. Iedereen was volop bezig redenen te geven⁷ waarom ik me zou moeten aansluiten bij dit sociale netwerk. Het hele gebeuren had wel wat grappigs.⁸ Het verbaasde me eigenlijk dat er zoveel moeite werd gedaan om dit allemaal op te zetten". En zo kwam het dat Virginia G. del Pino het percentage gebruikers van Facebook in Spanje weer een beetje omhoog krikte.

Het geval van dit meisje is zeker niet uitzonderlijk te noemen: Veel internetgebruikers zijn huiverig⁹ deel uit te maken van een sociaal netwerk. Is het niet uit activisme, dan wel vanuit de weigering om mee te doen¹⁰ met de trends en voor anderen geldt dat zij niet het nuttige maar alleen het onaangename ervan inzien. In talloze gevallen haken gebruikers gedesillusionneerd af¹¹ na enige tijd actief te zijn. De redenen zijn keer op keer van dezelfde kaliber¹²: het tijdsgebrek om de profielen te onderhouden, het gebrek aan privacy, de beperkte diepgang in de relaties en het ontbreken van ieder ander gebruikswaarde dan het geroddel en geklets.¹³ Steeds meer¹⁴ mensen kiezen er voor om hun profiel op te heffen en deze trend zal zich alleen nog maar voortzetten, aldus de voorspellingen van José Manuel Jarque, universitair docent Journalistiek en medeauteur van het boek *De digitale mythe* (Anthropos, 2008). Die zijn Facebook-profiel overigens heeft opgeheven, na daar enkele maanden te hebben rond gezworven.

Echter, de feiten suggereren het tegenovergestelde te zien aan opiniepeilingen die tonen dat de sociale netwerken een doorslaand succes zijn in Spanje.¹⁵ Volgens het onderzoek *De maatschappij online 2008*¹⁶ van het Nationaal observatorium van de informatiemaatschappij en telecommunicatie (el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad

⁷ Esta frase he traducido para que adoptade más al neerlandés, según la estrategia G3 Transpositie(veranderingen van woordsoort) cambiando el verbo 'iba argumentando ' a un sustantivo y añadiendo 'volop bezig' según la estrategia PR1 Verandering in expliciethed (Chesterman)

⁸ División de la frase.

⁹ Traducción literal será: negatief er tegenover staan, pero más fluido sería: zijn huiverig. Traducida según la estrategia S1 Synonymie (Chesterman)

¹⁰ Ceder a la moda: traducción literal: meebuigen/meegeven--> más adecuada al holandés: meedoen met de trends, según la estrategia PR1 Culturele filtering (Chesterman)

¹¹ Aclaración de la palabra traduciendo 'tantos' a 'gebruikers'

¹² En vez de 'se repiten' he elegido usar ' keer op keer (van dezelfde kaliber)' , acercando más a la forma de decirlo en holandés.

¹³ Traducción según Vertaalstrategie S6 Verandering in distributie(Chesterman) : en vez de traducir literalmente ' el cotilleo puro y duro' he elegido traducir esta expresión a la expresión, eliminando puro y duro, y añadiendo 'geklets'.

¹⁴ Traducción más correcta: en vez de traducir 'cada vez' prefiero poner solamente 'steeds meer mensen', según la estrategia PR2 Verandering in expliciethed(Chesterman) . En este caso la frase es más explícita.

de la Información)¹⁷ telt Spanje het grootste aantal internetgebruikers van Europa en wereldwijd het grootste aantal internetgebruikers na Brazilië.¹⁸

Meer soortgelijke feiten: een peiling daterend uit december 2008 afkomstig van het prestigieuze onderzoekscentrum Pew Internet & American Life Project liet zien dat de hoeveelheid volwassenen die een profiel beheert¹⁹ op een sociaal netwerk in de afgelopen vier jaar is verviervoudigd: van 8% in 2001²⁰ tot 35% in 2005. In andere woorden: enerzijds geven de peilingen aan ons dat er steeds meer mensen zijn die verslingerd raken aan de sociale netwerksites, anderzijds groeit eveneens²¹ het aantal mensen dat hun profiel weer opheft. ?Wat kan hieruit geconcludeerd worden?

'De explosie van sociale netwerk sites is een fenomeen dat weer overwaait²²- zo meent de Chileense onderzoeker Cristóbal Cobo, tevens coördinator van het project *e-compencies.org*²³, -van de Universiteit van Oxford en de Latijns-Amerikaanse Faculteit Sociale wetenschappen(FLACSO) -en medeauteur van *Planeet Web 2.0 Collectieve intelligentie of Fast food middelen* (www.planetaweb2.net.) Maar dit wil nog niet zeggen dat deze ook daadwerkelijk²⁴ zullen gaan verdwijnen, zij zullen eerder deel gaan uitmaken van nieuwe constructies op het gebied van²⁵ interactie' zo beweert hij.²⁶

¹⁵ En vez de traducir 'nuestro país' a 'ons land' he eligido traducirla a 'in Spanje', según la estrategia Pr2 Verandering in expliciethed. (Chesterman). Ya que los lectores del texto no son necesariamente de España.

¹⁶ He eligido traducir el nombre de la investigación para aclarar su sentido y la palabra 'red' he traducido a 'online' según la estrategia S1 Synonymie (Chesterman)

¹⁷ Decidi traducir también el nombre del organismo, porque el público de este texto no lo reconoce. (Más detalles en el parte teórico.)

¹⁸ Cambio del orden de la frase

¹⁹ He eligido usar la palabra "beheren" en lugar de 'bezitten' o 'hebben' según S1 : Synonymie(Chesterman)

²⁰ Querría aclarar los datos poniendo ambos años

²¹ La frase es más fluida eliminar 'tendencia', y poner en vez de ella: [..]groeit de[..]

²² Traducción no literal, según la estrategia PR1 Culturele filtering. La expresión 'fenomeno pasajero' es una expresión cultural, usada en la lengua española. Cuando lo traduzco literalmente no tendrá una forma correcta en neerlandés. Así que lo traduzco a una forma correcta según las expresiones en neerlandés.

²³ No he traducido el nombre del proyecto, porque es un website internacional y me parece claro para el lector.

²⁴ He añadido la palabra 'daadwerkelijk' para poner más acento al hecho, según la estrategia S7 Verandering in nadruk (Chesterman)

²⁵ He añadido el parte 'op het gebied van' para aclarar el sentido de la frase.

²⁶ Me pareció mejor empezar una nueva frase desde aquel punto, para evitar una frase demasiado larga

Om enkele voorbeelden te geven die duidelijk dit *digitale darwisme*²⁷ aantonen: ' De verschuiving van de blogs naar services die microblogging aanbieden, zoals Twitter of Tumbler. Verder de stap van SMS naar e-mails vanaf een mobiele telefoon naar een andere mobiele telefoon of het gebruik van Youtube als instrument voor het versturen van berichten richting de partner, een politicus of in algemener zin de hele samenleving.

Echter, de kern van het probleem ligt niet bij een bepaald netwerk²⁸, noch in de gebruikte technologie, als wel in het gebruik van beide elementen. Feit is dat het concept van sociale netwerken een relatief nieuw begrip²⁹ is en dat we ondanks het massale gebruik hiervan nog steeds aan het leren zijn om hier mee om te gaan. Dit kan er in sommige gevallen voor zorgen dat privégebruik en meer professioneel gebruik door elkaar wordt gehaald. Op dit gebied worden dan ook wel de meeste problemen gesignaleerd: zoals het geval waar de vrouw van de directeur van de Britse inlichtingendienst³⁰ -wiens identiteit geacht werd strikt geheim te blijven -, enkele foto's van haar man op Facebook had gepubliceerd.³¹

Voor³² Tíscar Lara, adjunct directeur van *Digitale Cultuur* aan de School voor Industriële organisatie (EOI) en docent Journalistiek aan de Universiteit Carlos III in Madrid³³, is het duidelijk: "de sociale netwerken moeten zich nog ontwikkelen. We zijn nog op het punt dat we ze gebruiken zonder er goed bij na te denken. Door argeloos om te gaan met het blootstellen van informatie³⁴ zien we als gevolg dat we professionele en persoonlijke contacten door elkaar heen mengen.³⁵ We zijn ons dan ook niet bewust welke gevolgen³⁶ dit met zich meebrengt. Pas³⁷ na een periode van activiteit merkt de gebruiker dit op³⁸ en dat is precies het moment dat het besef doordringt dat het profiel te veel informatie prijs geeft

²⁷ Traducido según la estrategia B. Leenvertaling (Grit)

²⁸ 'En tal o cual' he traducido a 'bepaald', según la estrategia PR1 Culturele filtering (Chesterman) o la estrategia F Adaptie (Grit)

²⁹ Cambio del orden de la frase

³⁰ Traducido del Inglés al neerlandés según las estrategias de traducir Realia (detalles en el parte teórico)

³¹ Cambio del orden de la frase

³² La palabra 'para' tiene en este caso otro sentido, es decir: 'volgens'. Por eso he añadido el parte 'is het duidelijk', según la estrategia S6 Verandering in distributie (meer lexicale eenheden).

³³ He traducido el nombre del organismo, porque lo he hecho con los otros nombres Españoles también. (más información sobre este asunto en el parte teórico)

³⁴ He añadido 'blootstellen van informatie' para poner el acento al este asunto, porque no quedó muy clara así

³⁵ División de la frase a dos frases más cortas y claras.

³⁶ He usado el sinónimo para 'implicaciones' para que suene mejor, según la estrategia S1 Synonymie (Chesterman)

³⁷ No lo he traducido literalmente, porque suena mejor así y además se pone más atención al hecho de 'después un tiempo'

³⁸ Cambio del orden de la frase

waardoor reacties optreden zoals het opheffen van het profiel. Het is met betrekking tot sociale netwerken moeilijk om de grenzen van de privacy te bepalen als ³⁹

Facebook is overigens niet erg discreet te noemen en registreert bovendien alles wat we doen. Iets simpels en tegelijkertijd zo gevoelig liggend zoals het stoppen van een online vriendschap met iemand kan als men niet op past, openbaar gemaakt worden als een melding⁴⁰ voor alle andere contacten. Conflicten zoals deze die op het grensvlak⁴¹ tussen de persoonlijke en publieke omgeving hebben al vele gebruikers ontmoedigd deel te blijven nemen aan dit soort netwerken. De experts noemen dit wel de *digitale volwassenheid of e-volwassenheid*^{42 43} Een concept dat verbonden is met begrippen zoals digitale identiteit, extreme blootstelling van informatie, schending van privacy, een enorme tijdsbelasting of technologieën die steeds indringender worden.⁴⁴

“Het is mogelijk dat er een retraite, een soort terugkeer naar intimiteit ontstaat na de beginfase van verwondering en ontdekking van dit medium” zo beweert socioloog Fernando Garrido, van het Observatorium van de digitale maatschappij (*El observatorio de la Ciber sociedad*). Hij verwijst ⁴⁵ hiermee naar de steeds meer voorkomende trend van Internetters die tegen sociale netwerken zijn⁴⁶. “Dit gebeurt met alle technologieën en overigens met alles in het leven. Waarschijnlijk zal Facebook zijn centrale positie op het Internet verliezen en zullen nieuwe gemeenschappen met meer bescherming van privacy deze plek innemen⁴⁷” zo voorspelt Garrido.

Tijd en de intensiteit van relaties zijn twee andere bepalende factoren die veel internetgebruikers er toe brengt Facebook te verlaten "Ik was gedurende een week actief op Facebook. Alle tijd die ik investeerde in het bijwerken van mijn status, het reageren op berichten achtergelaten op mijn prikbord en het uploaden van foto's die mijn contacten

³⁹ Cambio del orden de la frase

⁴⁰ En vez de traducir literalmente 'notificación elige usar un sinónimo

⁴¹ Para indicar y poner más acento al lugar donde se meten estos conflictos ,he eligido usar 'grensvlak'

⁴² Traducción del concepto a una traducción literal en holandés. Según la estrategia B Leenvertaling(Grit)

⁴³ Inicio de una nueva frase para que sea más clara la información.

⁴⁴ Traducir la palabra 'invasivas' me pareció difícil, así que lo traducí a 'indringender', según la estrategia C. Benadering (Grit)

⁴⁵ 1. Inicio de una nueva frase para evitar que sea demasiado larga. 2. En vez de 'verwijzing naar' he usado 'hij verwijst naar'

⁴⁶ Eligi no traducir literalmente las palabras 'Antiredes sociales', porque no suenan bien, y además no existe en neerlandés una palabra que cubre esta significado. Así que querría evitar este sustantivo y lo he sustituido con 'internetters die tegen sociale netwerken zijn', según la estrategia S5 Verandering van abstractieniveau.

⁴⁷ Para indicar la posición central de Facebook y la comunidad nueva que va a asumir esta tarea

konden bekijken- waarvan ik de helft maar vaag kende- werd naar mijn idee niet gecompenseerd.”

“Want als je lid bent⁴⁸ van Facebook, Myspace, Tuenti⁴⁹ is het de bedoeling dat je ook daadwerkelijk actief bent en je voortdurend je profiel bijwerkt”, zo vertelt journalist Anabel Herrera. “ Je verliest er veel tijd mee en je mailbox loopt vast door een gigantische hoeveelheid domme berichtjes als ' Pietje⁵⁰ heeft een reactie op foto van Jantje geplaatst, Jantje heeft je een uitnodiging gestuurd voor dit of dat” zegt ook journaliste María Fernandez, ex-gebruiker van Facebook.

De Amerikaanse schrijver Nicholson Baker heeft eens gezegd dat alle grote successen van het internet zoals E-mail, de Chat, Facebook, Second Life en Youtube een verslavend element bevatten: ze kunnen je strikken omdat het gaat om solitaire vormen van sociaal zijn. En paradoxaal genoeg is het een feit dat de fascinatie die optreedt bij het leggen van het eerste contact met vrienden of mensen uit het verleden net zo snel weer vervaagt als ze opkwam. Eén van de sterke punten⁵¹ van sociale netwerken is dat ze op globaal niveau actief zijn, wat het op zijn beurt onmogelijk maakt om een zeer constante relatie te onderhouden gedurende een periode. Ondanks dit gegeven geeft het je een tevreden gevoel te weten dat deze persoon maar een muisklik⁵² van je vandaan is.

Dit is wat men *soft communication* of ‘zwakke communicatie’ is gaan noemen, geeft Jarque, docent Journalistiek aan. “ Echter, wat hier ontbreekt, is een zekere betrokkenheid. Afspreken met een vriend betekent een investering in tijd en bijvoorbeeld het samen drinken van een kopje koffie. Daarentegen verlangt een vriend op Facebook een klik van je en het kost je niks. Hetzelfde geldt voor de campagnes. In het echte leven vereist het deelnemen daaraan wilskracht, zin en inspanning. Op de sociale netwerken aan de andere kant, alleen een muisklik.”

Al deze problemen samen zijn langzamerhand een proces van verzanding aan het veroorzaken. Een groot deel van de personen die een profiel aanmaakten- waarvan enkelen uit angst om buiten de mode te vallen -stoppen nu alsnog⁵³ met het gebruiken van de sites. “ Ik heb Facebook gedurende een week gebruikt. Ik opende een profiel omdat iedereen er één had en omdat het leek of je niet in verbinding stond met de wereld als je geen Facebook

⁴⁸ En el atmosfera de la lengua virtual he eligido usar ‘lid bent van’ en vez de ‘als je Facebook hebt para que sea más explicito’, según la estrategia PR2 Verandering in expliciethed (Chesterman)

⁴⁹ La red social de España

⁵⁰ He eligido traducir esta expression según la estrategia C. Benadering (Grit) porque trata de una expresión cultural. En el parte teorico lo trataré más detallado.

⁵¹ Lo he traducido a una forma más adecuada al holandés, así resulta en una descripción de la palabra ‘grandezas’ , según D.Omschrijving of definiëring in de doeltaal(Grit)

⁵² Literalmente ‘un golpe de raton’ sería traducido como ‘ een slag of klap met de muis’, pero la palabra con el mismo significado en holandés será ‘muisklik’, traducida según la estrategia PR1 Culturele filtering(Chesterman)

had. Maar na een tijd merkte ik dat dit helemaal niet zo⁵⁴ was en besloot ik mijn profiel weer op te heffen, " vertelt Anabel Herrera. " Daarentegen vinden andere internetgebruikers nieuwe manieren om sociale netwerken te gebruiken", zegt Tíscar Lara. Iets gelijkaardigs gebeurde met Second Life dat heel snel vervolgens ineens stortte en nu weer springlevend is en vele gebruikers heeft.

" Het feit dat we bij geen enkel sociaal netwerk horen betekent nog niet dat we geen Internetgebruikers noch een stelletje wereldvreemde figuren zijn die niet in verbinding staan met de rest van de wereld'- verzekert de journaliste Herrera-. Integendeel. Ik ben bijvoorbeeld juist hyperactief op Internet Ik ben de hele dag aan het surfen op Internet. Ik raadpleeg artikelen, onderzoek onderwerpen, maak een afspraak met de arts, houd mijn bankzaken bij en communiceer met mijn vrienden". " Soms gebeurt het dat wanneer je iemand ontmoet en je vertelt dat je geen Facebook hebt, je de stempel van digitale analfabeet opgedrukt krijgt⁵⁵. En dit is absoluut niet waar, ik ben de laatste die hiertoe behoort, aangezien ik zelfs mijn eigen webpagina's creëer.- geeft Jarque aan-. Ik ben erg bekend met de sociale netwerken en ik ben van geen enkel netwerk lid omdat ik er geen belang bij heb⁵⁶ ". Men kan overleven op het Internet zonder lid te zijn van een sociaal netwerk. "Ik heb geen Facebook, en wat dan nog"?

⁵³ En holandés no se puede decir 'beginnen nu met stoppen te gebruiken', así que lo traducí según la estrategia S7 Parafraze " De geëigende strategie voor de vertaling van bijvoorbeeld vast woordverbindingen waarvoor in de doeltaal geen overeenkomstig idiomatische uitdrukking kan worden gevonden"(Chesterman,255). Dejando las verbos 'beginnen' y 'gebruiken' y sustuirlos con 'alsnog'

⁵⁴ He añadido 'helemaal niet zo' para poner más fuerza a la significación, según la estrategia S7 Verandering in nadruk(Chesterman)

⁵⁵ Literalmente 'te encasillan' sería traducido como ' ze hokken je, stoppen je in hokjes', pero en mi opinion en este caso sería más adecuado traducirlo como ' ze geven je een stempel', conforme las normas de las expresiones en holandés y según la estrategia PR1 Culturele filtering(Chesterman)

⁵⁶ 'Aportar' significa literalmente 'bijdragen', pero lo he traducido como 'geen belang bij hebben', porque así refleja más el sentimiento que tiene la persona que habla sobre este sujeto, conforme la estrategia PR4 Interpersoonlijke Verandering (Chesterman) .

Bibliografía

Andrew Chesterman, *Vertaalstrategieën: een classificatie*, in *Denken over vertalen: Tekstboek vertaalwetenschap*, ed. Naaijken et al., Vantilt 2004.

Diederik Grit, *'De vertaling van realia'*, in *Denken over vertalen: Tekstboek vertaalwetenschap*, ed. Naaijken et al., Vantilt 2004.

Nellie E. Sanchez Arce, *Realia Found in Certain Spanish Textbooks Used in Massachusetts' High Schools*, *The Modern Language Journal* Vol. 29, No. 8 (Dec., 1945), pp. 693-697
,Blackwell Publishing

Stefaan Evenepoel, Guy Rooryck, Heili Verstraete, *Taal en cultuur in vertaig: de wereld van Cees Noteboom*, Garant 2004, Apeldoorn

‘No estoy en Facebook, ¿y que’?

Cristina Sáez,

ES 31-10-09

Sobrevivir sin Facebook

¿Se puede vivir en la red sin Facebook, Tuenti, o MySpace? España es el segundo país del mundo en internautas que participan en redes sociales. Sin embargo, cada vez hay más gente que tras un tiempo de permanencia decide cerrar su perfil y desconectarse de estas plataformas o que nunca se ha sentido atraída por ellas. Y no son, precisamente, analfabetos digitales.

Virginia no daba crédito a sus ojos. Un buen día, su bandeja de correo había comenzado a colapsarse con mensajes de amigos suyos que la informaban de que habían montado una campaña online para convencerla, ni más ni menos, de que debía hacerse de Facebook. “ Juntos podemos hacer reflexionar a Virginia para que ingrese en la red de marujeo global y nos sorprenda con sus observaciones analógicas. Danos tu apoyo y conseguiremos que se abra un Facebook”, rezaba el anuncio de aquella iniciativa. Hasta aquel momento, Virginia se había resistido a los encantos de estas redes. Era una de las pocas personas de su grupo de conocidos que no tenían un perfil en la archiconocida página.

‘Me paso la vida delante del ordenador y pensé que era otra obligación innecesaria que me iba a imponer; además, estaban los tópicos de que quería mantener mi intimidad y de que, a través de Facebook, nos vigilan’, explica. Sin embargo, aquella campaña online orquestada por uno de sus compañeros acabó por convencerla. “La gente iba argumentando por qué pensaba que yo debía pertenecer a esta red social. La historia tenía su gracia y, de hecho, me sorprendió mucho que se tomaran la molestia de montar todo aquello”. Y así fue como Virginia G. del Pino pasó a engrosar el porcentaje de usuarios de Facebook en España.

El de esta chica no es un caso aislado. Muchos internautas son reticentes a formar parte de una red social, ya sea por activismo, porque deciden no ceder a las modas; ya sea porque no le ven beneficios y sólo inconvenientes. Y otros tantos abandonan desilusionados, después de pertenecer a una durante un tiempo. Los motivos se repiten: la falta de tiempo para mantenerlas, poca intimidad, poca profundidad en las relaciones y ninguna utilidad más allá del cotilleo puro y duro. "Cada vez hay más personas que optan por cerrar su perfil y es una tendencia que irá en aumento", vaticana José Manuel Jarque, profesor universitario de Periodismo y coautor del libro *El mito digital I* (Anthropos, 2008), quien tras un periplo de varios meses por Facebook decidió darse de baja.

No obstante, los datos parecen indicar todo lo contrario, porque, de hacerle caso a las encuestas, las redes sociales arrasan en nuestro país. Según el estudio *La sociedad en red 2008*, del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, España es el primer país de Europa y el segundo del mundo, por detrás de Brasil, en porcentaje de internautas que participan en redes sociales. Más datos: una encuesta realizada en diciembre del 2008 por el prestigioso centro de investigación Pew Internet & American Life Project mostraba que la cantidad de adultos que tienen un perfil en una red social se ha más que cuadruplicado en los últimos cuatro años: ha pasado del 8% en el 2005 a un 35%. O sea, que por una parte las encuestas dicen que cada vez hay más gente enganchada a redes sociales, y por otra, la tendencia a darse de baja de ella también crece. ¿Y entonces?

"El boom de las redes sociales es un fenómeno pasajero- considera el investigador chileno Cristóbal Cobo, coordinador del proyecto e-competencias.org, detrás del cual están la Universidad de Oxford y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), y coautor de *Planeta Web 2.0 Inteligencia colectiva o medios Fast food* (www.planetaweb2.net) -. Pero eso no quiere decir que vayan a desaparecer, sino que migrarán hacia otras aplicaciones y se integrarán en nuevas arquitecturas de interacción", opina y pone algunos ejemplos que evidencian este inevitable *darwinismo digital*: "La migración desde los blogs a servicios de microblogging, como Twitter o Tumbler. El paso de los SMS a los mails de móvil a móvil o el uso de Youtube como herramienta de recados para transmitir mensajes al novio, al candidato político o a la sociedad en general.

Pero el quid de la cuestión no radica en tal o cual red, ni tampoco en la tecnología, sino en los usos que hacemos de ellas, porque aunque nos hayamos lanzado a utilizarlas de formas masiva, lo cierto es que el concepto de red social es relativamente reciente y aún estamos aprendiendo a manejarlas. Y eso hace que, en ocasiones, mezclamos usos públicos con otros más privados o profesionales. Ahí es donde surgen los problemas: hace unas semanas, la mujer de un director del servicio de inteligencia secreta británica publicó en Facebook las fotos de su marido, cuya identidad se suponía que debía estar protegida.

Para Tíscar Lara, vicedecana de Cultura Digital en la Escuela de Organización Industrial (EOI) y profesora de Periodismo en la Universidad Carlos III de Madrid, "las redes sociales aún tienen que madurar. Estamos todavía en el momento de usarlas sin pensarlas demasiado; de hacer un uso muy ingenuo, en el que ponemos mucho contenido; mezclamos contactos profesionales y personales y no somos del todo conscientes de las implicaciones que eso tiene. Sólo cuando el usuario lleva un tiempo de actividad comienza a percatarse. Y es entonces cuando se producen reacciones como las de cerrarse el perfil, al darse cuenta de que se han sobreexposto. Con las redes sociales cuesta mucho gestionar los límites de privacidad.

Y es que Facebook, por ejemplo, es poco discreto y va dejando un rastro de las cosas que vamos haciendo. Algo tan sencillo y a la vez delicado como dejar de ser amigo de alguien puede aparecer, de no tener cuidado, como una notificación para todos tus contactos. Esos conflictos que se producen entre el ámbito personal y el público han desalentado a muchos usuarios a seguir perteneciendo a este tipo de redes. Los expertos hablan de *madurez digital* o *e-madurez*, un concepto que va ligado a nociones como identidad digital, sobreexposición, violación de la privacidad, altísimas demandas de tiempo, o tecnologías que resultan cada vez más invasivas.

"Es posible que haya un repliegue, una vuelta hacia la intimidad después de una fase inicial de sorpresa y descubrimiento del medio", afirma el sociólogo Fernando Garrido, del Observatorio de la Ciber sociedad, en referencia a esa tendencia que comienza a observarse de internautas antiredes sociales. "Pasa con todas las tecnologías y con todo en la vida. Posiblemente, Facebook pierda su carácter central que tiene ahora en la red y posiblemente veamos surgir nuevas comunidades que hayan cuidado más los niveles de privacidad", vaticina.

El tiempo y la intensidad de las relaciones son otros dos factores determinantes para que muchos internautas se desconecten. "Fui de Facebook una semana. No me compensaba todo el tiempo que tenía que invertir en actualizar mi estado, en contestar los mensajes que me dejaban en el muro, en subir fotos para que las vieran mis contactos, la mitad de cuales era gente que apenas conocía.

"Porque si tienes Facebook, Myspace, Tuenti, o cualquier otra red social es para estar ahí, actualizando constantemente", cuenta la periodista Anabel Herrera. "Te hace perder mucho tiempo, y te colapsa la bandeja de entrada del correo con montones de mensajes tontos, 'fulanito ha comentado una foto de menganito', 'menganito te ha mandado una invitación para tal o cual'", añade también periodista María Fernández, ex usuaria de Facebook.

Dijo una vez el escritor norteamericano Nicholson Baker que los grandes éxitos de Internet, como el e-mail, el Chat, Facebook, Second Life o Youtube, tienen un componente adictivo: te enganchan porque son formas solitarias de ser social. Y por paradójico que resulte, lo cierto es que la fascinación que comporta en un primer momento poder entablar contacto con amigos o personas del pasado se desvanece tan rápidamente como surgió. "Una de las grandezas de las redes sociales es que sean globales, lo que a su vez hace que sea imposible mantener una relación muy constante en el tiempo. No obstante, aun así te sientes conforme, satisfecho, con saber que está esa persona a un clic de distancia.

Eso es lo que ha venido a llamarse *soft communication* o comunicación débil", señala Jarque, profesor de Periodismo. "Pero falta cierto compromiso detrás. Quedar con un amigo implica dedicar tiempo e ir a tomar un café. En cambio, en Facebook un amigo sólo te requiere un clic, no cuesta nada. Lo mismo ocurre con las campañas. En la vida real, unirte a una requiere voluntad, ganas, esfuerzo. En las redes sociales, un golpe de ratón".

Todos esos inconvenientes están produciendo un proceso de sedimentación. Muchas de las personas que se lanzaron a abrirse un perfil en una de estas redes, algunas por miedo a quedarse fuera de la moda, ahora comienzan a dejar de usarlas. "Fui de Facebook una semana. Me abrí un perfil porque todo el mundo tenía uno y porque parecía que si no estabas en Facebook, no estabas conectada al mundo. Pero al cabo de poco me di cuenta que no era cierto. Así que cerré mi cuenta", explica Anabel Herrera. "Otros internautas, en cambio, encontrarán nuevas formas de usar las redes sociales", opina Tíscar Lara. Algo similar ocurrió con Second Life, que vivió un fuerte boom, luego una debacle y ahora sigue viva y tiene muchos usuarios.

" Que no pertenezcamos a ninguna red social no significa que no seamos usuarios de Internet o que seamos unos marginales ni que no estemos conectados con el resto del mundo- asegura la periodista Herrera-. Todo lo contrario. Yo, por ejemplo, estoy híper conectada. Me paso el día navegando por Internet. Consulto documentación, investigo temas, pido hora en el médico, llevo mis cuentas bancarias, me escribo y comunico con mis amigos". " A veces, cuando conoces a alguien y le dices que no tienes Facebook, te encasillan como si fueras un analfabeto digital. Y no es así, yo estoy en la última, incluso hago webs- añade Jarque-. Conozco muy bien las redes sociales, y si no pertenezco a ninguna, es porque no me aportan nada". Se puede sobrevivir en Internet sin estar en una red social. "No tengo Facebook, ¿y qué'?