

Cuando la tecnología deja de ser la utopía que cura la soledad (La paradoja de la red social Meetic)

Maria José Cavadas Gormaz¹

Enviado: 19/04/2021 / Evaluado: 08/05/2021 / Aceptado: 16/05/21

Resumen. A medida que crece el número de personas que viven solas, aumenta el uso de redes sociales dedicadas a proporcionar relaciones sentimentales. Este planteamiento aceptado unánimemente, genera una paradoja: el ciudadano de hoy busca en la tecnología la solución a la soledad, pero al mismo tiempo se comporta de manera que le aleja de su objetivo. Principios matemáticos y psicológicos impiden el acercamiento. El presente artículo analiza esta dualidad a través del portal Meetic, primera red europea de contactos. Durante tres años se han seguido a doscientos usuarios y se ha comprobado como la cultura digital ha entrado en ámbito privado de los sentimientos con toda naturalidad. Pero la esperanza de alcanzar una vida en compañía se desvanece porque el aspirante cae presa de las leyes del mercado.
Palabras clave: soledad; tecnología; redes sociales; cultura digital.

[en] When technology lets down to be the utopia that cure loneliness (The paradox of social network Meetic)

Abstract. As the number of people living alone grows, the use of social networks dedicated to providing romantic relationships increases. This unanimously accepted approach generates a paradox: today's citizen looks to technology for the solution to loneliness, but at the same time behaves in a way that draws him away from his goal. Mathematical and psychological principles impede rapprochement. This article analyzes this duality through the Meetic portal, the leading Spanish network of contacts. For three years, two hundred users have been followed and it has been proven that digital culture has entered the private realm of feelings quite naturally. But the hope of reaching a live in company fades because the aspirant falls prey to the laws of the market.

Keywords: loneliness; technology; social networks; digital culture.

Sumario. 1. Introducción. 2.-Objetivos, Hipótesis y Metodología. 3.- Investigación. 4.-Discusión y análisis. 5.- Conclusiones. 6.-Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Cavadas Gormaz, M. J.(2021), Cuando la tecnología deja de ser la utopía que cura la soledad (La paradoja de la red social Meetic), en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 26, 137-147.

1. Introducción

Para el ciudadano del siglo XXI adentrarse en Internet es algo tan natural y espontáneo como respirar. La cultura digital se ha extendido desde el plano profesional

¹ cavadas@ucm.es

y comercial al terreno privadísimo de los afectos y los sentimientos. Las redes sociales dedicadas al mundo de las relaciones sentimentales se han perfilado como la panacea para mitigar la soledad y el aislamiento, cada vez más patente en el mundo occidental. Algo paradójico en una sociedad donde cada vez hay mayor número de hogares unifamiliares. En España ha crecido el número de hogares donde solo vive una persona. Del 8,8 en 1981 al 25,2 en 2018, según la Encuesta Continua de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), un porcentaje que casi se duplica en países como Dinamarca o Noruega.

A medida que el ciudadano parece preferir la soledad como modo de vida, crecen las redes de contactos. Si en 1995 ese porcentaje de usuarios era del 2%, en 2017 alcanzaba el 40%. Cuatro de cada diez parejas heterosexuales formadas en 2017 se conocieron gracias a internet, el porcentaje aumenta a seis de cada diez en las parejas homosexuales. A esta conclusión llega el estudio *Disintermediating your friends* publicado por la Universidad de Stanford en 2019. A ojos del sociólogo Frances Núñez, de la Universidad Oberta de Cataluña los datos recogidos en ese estudio corresponden a la población estadounidense, pero son extrapolables a España. (*El País*, 2019).

La soledad es uno de los principales determinantes de la salud en los países desarrollados. (Gené-Badia et al, 2020) En el siglo XXI, además del Covid19, conviven otras pandemias (cáncer, enfermedades coronarias y dolencias relacionadas con la soledad). Todas ellas relacionadas con hábitos de consumo (tabaquismo, alcohol, colesterol, diabetes) y estilos de vida. En España el 36,8% de las personas mayores de 65 años viven solas, en su mayoría mujeres.

A medida que crece el aislamiento prosperan las redes sociales con fines profesionales o de entretenimiento. El fantasma de la soledad no desaparece, pero se vive el espejismo de la cercanía. Refiriéndose a Facebook, (Muñoz, 2020) asegura que se trata de una falsa ilusión de elegir amigos cuando en realidad se esconde un entramado económico y de poder. Meetic, tomada como objeto de estudio del presente artículo, nace en Francia en 2001 y se ha afianzado en Europa como el número uno en red de contactos personales entre quienes buscan compañía.

El hombre de la caverna se agrupaba para cazar mamuts. El hombre de hoy emplea la tecnología para conectarse y vencer el vacío existencial y la soledad (Mallor Plou, 2006).

La red Meetic es un mar de aventuras que recuerda episodios mitológicos y héroes, como se verá más adelante. El novísimo navegante de hoy no es un proscrito ni un excéntrico ni alguien que redime penas. Cecilia Castaño, profesora de Economía Aplicada de la Universidad Complutense, asegura que quienes buscan relaciones por esta vía no son inadaptados sociales, sino personas prácticas, de nivel sociocultural y económico medio y medio-alto, con poco tiempo para salir a encontrar nuevas relaciones (El País, 2004). El sociólogo Enrique Gil Calvo, retoma las teorías de Grannovetter y explica que conforme han entrado en declive las denominadas relaciones de nexo fuerte –matrimonio, sindicalismo, amistades de toda la vida– emergen las débiles, como las relaciones vía Internet: fluidas, cambiantes, en las que uno se protege la retirada y no dan lugar, en principio, a rencor ni celos. (El País, 2004).

La diferencia de edad del navegante homérico con respecto al actual no influyen en su ansia de aventura, La sociedad de aquella época rozaba una esperanza de vida 28 años (Ollero de Landaburu, 2019) frente a los 83 de la actual, según el Banco Mundial. Sin embargo, el joven griego que se embarcó hace 3.200 años con Ulises

buscaba la gloria, al igual que quien penetra hoy en la red, en busca del reconocimiento que le aleje de la soledad (Coria, 2016).

Estamos programados para conectar (Goleman, 2006), Sin embargo, la necesidad de asegurarse la subsistencia ha tapado otras necesidades, igualmente básicas, que solamente satisfacen la proximidad del otro. El sentimiento de soledad ha pasado desapercibido durante la mayor parte de la historia o ha estado presente de forma explícita únicamente en las páginas de la literatura, en forma de poemas o en las cavilaciones de los filósofos. El siglo XXI ha sacado a la luz este sentimiento que se extiende por pueblos y ciudades y lo ha identificado como un factor de enfermedad. Pero al mismo tiempo ofrece la medicina que podría curarla a través de la cultura de las pantallas y los dispositivos móviles.

2.-Objetivos, Hipótesis y Metodología

El presente trabajo se enfoca a desentrañar las causas por las cuales a pesar de la ansiosa necesidad de compañía y las oportunidades de conexión que ofrecen las redes sociales, los resultados son paupérrimos. Y lo que es peor, el ritmo que impone internet, deriva en comportamientos compulsivos que puede alterar la salud mental de los usuarios.

Desde este planteamiento se pretenden los siguientes objetivos:

- 2.1. Analizar cómo la cultura digital ha impregnado áreas de la vida consideradas de una privacidad absoluta y que por sus características resultaba impensable que entrara en los parámetros de los algoritmos. La complejidad de los sentimientos va más allá de las categorías que pueden aplicarse para desarrollar intercambios laborales o de ocio. De ahí la curiosidad por analizar el impacto de la digitalización en el campo de los afectos y la vida amorosa.
- 2.2. Analizar si el comportamiento de los usuarios de las redes de contacto personal obedece a los mismos parámetros que las relaciones analógicas tradicionales. Es decir, si el mundo digital modifica la manera de interactuar de acuerdo a unas normas sociales asentadas en la tradición.
- 2.3. Identificar los condicionantes que podrían alterar estas normas de conducta.
- 2.4. Averiguar si el comportamiento responde a rasgos individuales o está afectado por el modo en que actúa el conjunto de los usuarios.
- 2.5. Hipótesis
Para analizar las causas del fracaso de las redes en la búsqueda de relación sentimental se ha partido de las siguientes hipótesis:
 - 2.5.1. El mundo virtual ofrece un nivel de anonimato que incentiva la falta de compromiso y convierte en innecesarios los filtros y normas sociales que operan en la vida analógica.
 - 2.5.2. Al establecer conexión con personas ajenas al entorno laboral, familiar o de amigos, desaparecen los vínculos que obligan a mantener un comportamiento pautado por las normas sociales.
 - 2.5.3. La abundancia de opciones que ofrece la red para conocer a otras personas retrasa la toma de decisiones hasta el punto de que en la mayoría de los casos la inhibe, tal y como postula la Teoría de los Juegos (Nash, 1950)
- 2.6. Metodología

Para analizar los motivos por los que falla una herramienta que genera altas expectativas de solucionar el problema de quienes sufren de soledad, se ha seguido una doble vía. De una parte, se ha rastreado en la literatura dedicada a estudiar el comportamiento humano en busca de explicaciones solventes que expliquen a qué se debe el fracaso. En segundo lugar, la investigación se ha completado con un trabajo de campo, tomado como estudio de caso, para lo cual se han seguido la peripecia de doscientas personas durante su búsqueda de pareja en la red.

La metodología se concreta en los siguientes puntos:

- 2.6.1. Se han actualizado los datos sobre el verdadero alcance de la implantación de Internet en la experiencia cotidiana por lo que se ha comprobado que es una presencia constante perfectamente incrustada en la vida del ciudadano actual (AIMC 2020).
- 2.6.2. Se han investigado los cambios psico-sociológicos que han favorecido la expansión de estas iniciativas. Se resalta el matiz sociológico porque la tecnología ha sido aliado necesario e indispensable para tejer las grandes redes, pero se necesitaba el humus sobre el que pudiera fructificar el cambio (Peña, 2011).
- 2.6.3. Se han estudiado las consecuencias negativas que está teniendo la tecnología, especialmente el uso inmoderado de internet, en la salud física y mental de los ciudadanos.
- 2.6.4. La base conceptual se ha completado con un estudio de campo realizado durante tres años en el que se han recogido datos del resultado de los contactos mantenidos con doscientas personas. El estudio incorpora los meses correspondientes a la primera ola de la pandemia por la Covid (marzo a junio de 2020) si bien no ha supuesto ningún sesgo que distorsione el resultado de la investigación. Y ello por dos razones, la primera es que se trata de un periodo de solo tres meses del total de 36 que abarca el estudio y, en segundo lugar, porque el ecosistema de la red no ha reflejado cambios sustantivos en el número de usuarios o en la forma de moverse, aunque, como es lógico, las restricciones del estado de alarma cercenó toda posibilidad de entablar relación directa cara a cara.

Para realizar el estudio de campo se observó el tráfico en la red durante tres años. Es decir, se han analizado 36 meses, con cuatro entradas diarias, lo cual arroja un total de 4.380 entradas.

3. Investigación

Este artículo nace de una experiencia en primera persona. Durante tres años (de julio de 2017 a julio de 2020) MCM, siglas ficticias con el fin de mantener el anonimato, navegó por la web Meetic, con el objetivo principal de encontrar una pareja sentimental o en su defecto una relación estable de amistad.

La elección de Meetic, empresa de origen francés, creada en 2001, obedece a su amplia implantación social (la primera de Europa) y porque la mayor parte

de los usuarios son adultos con una franja de edad comprendida entre los 25 y 75 años, aunque el 80% declara estar entre los 60 y 70 años. Se trata de una red de pago, lo que sugiere mayor motivación de permanencia que si el servicio fuese gratuito.

Para realizar el estudio de campo se observó el tráfico en la red durante 36 meses, registrando cuatro entradas diarias durante de diez minutos cada una. En total 4.380 entradas y 730 horas de experimentación.

El acceso a la red requiere en primer lugar registrarse (este paso es gratuito) y firmar una suscripción para poder intercambiar datos con otros suscriptores. El precio medio de la suscripción es de 9,90 euros mensuales, aunque, como es habitual en los servicios de internet, existen diferentes tarifas, según las prestaciones demandadas por el usuario.

El usuario debe rellenar un perfil con su foto (opción voluntaria) donde figure su nombre, edad, nacionalidad, lugar de residencia, estatura, peso, estado civil, profesión, aficiones, así como las características que desea encontrar en una posible pareja.

Para la presente investigación se fijaron los siguientes criterios de búsqueda: varón de entre 60 y 70 años, de edad, estatura superior a 1.70 cm, estado civil divorciado/ separado /viudo, residir en Madrid y nivel de estudios universitario (tabla 1).

Durante los 36 meses que se prolongó el estudio se estableció contacto con doscientos aspirantes que se ajustaban a los criterios de búsqueda. El tipo de contacto registró distinta intensidad. Desde la aproximación más básica a través del chat de la aplicación; el segundo nivel consistía en intercambiar los números de teléfono; el tercer nivel suponía avanzar en el interés por la otra persona con cruce de mensajes por whatsapp o bien entablar conversación telefónica. Y por último, el quinto y más elevado consistía en fijar una cita para conocerse personalmente (tabla 2).

A lo largo de los 36 meses 120 personas respondieron a la notificación realizada a través del chat de la aplicación (60% del total de invitaciones cursadas), 80 accedieron a dar su número de teléfono (40%), 75 enviaron un whatsapp, (37,5%), 65 llamaron por teléfono (32,5%) y otros 50 llegaron a celebrar una cita personal (25%) (tabla 3).

Para medir el resultado se establecieron tres categorías: 1, pareja sentimental donde se establece un compromiso; 2, amigos; es decir, una relación continuada en el tiempo sin tintes románticos. Por último, la categoría 3, de conocidos, donde no se desarrolla afecto ni continuidad en la relación. El resultado fue el siguiente: para la categoría 1, pareja sentimental, cero; categoría 2, amigos, dos. La categoría 3, conocidos, tres. (tabla 4).

Tabla 1. Criterios para la selección de posible pareja u otro tipo de compañía

Tipo de relación	Residencia	Edad	Estado Civil	Estudios	Estatura
Pareja sentimental	Madrid	60-70 años	Divorciado/viudo	Superiores	170/185cm
Amigo/conocido	Madrid	60-70 años	Divorciado/viudo	Superiores	170/185cm

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Nivel de relación establecido con los contactos

Valoración (1 a 5)	Acciones
1	Escribirse a través del chat de la aplicación para presentarse
2	Intercambiar número de teléfono
3	Escribir un whatsapp al teléfono particular
4	Establecer contacto telefónico
5	Concertar una cita real

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Nivel de respuestas recibidas a las propuestas de contacto

Iniciativas para establecer relación	Número de respuestas	Porcentaje
Contactar a través del chat de la web	200	100%
Respuesta a través del chat de la web	120	60%
Envío del número de teléfono	80	40%
Escribir watsap	75	37,5%
Contacto telefónico	65	32,5%
Cita presencial	50	25%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Resultados

Categorías	Resultados	Porcentaje
1.-Pareja Sentimental	0	0%
2.-Amigos	2	4%
3.-Conocidos	3	6%

Fuente: Elaboración propia

4. Discusión y análisis.

El análisis se ha realizado teniendo en cuenta datos sobre la repercusión de la tecnología en la salud, explicaciones teóricas sobre el comportamiento humano y los cambios experimentados en la consideración del sentimiento amoroso.

4.1. Tecnología y salud

La promesa de felicidad escondida en cada uno de los perfiles publicados en Meetic incentiva las entradas en la web hasta generar un hábito que puede llegar a resultar compulsivo y guardar cierto parentesco con la adicción. Si la adicción es una enfermedad primaria y crónica de recompensa cerebral, motivación, memoria y circuitos relación, según la Asociación Americana de Medicina de la Adicción (ASAM), el uso compulsivo de la red de contactos genera dependencia. No en vano el consumo inmoderado de Internet se considera una forma de consumo tóxico, aunque no hay consenso en la clase científica para colocarlo en el nivel de drogodependencia, como

ocurre con el consumo de heroína. Según la XIII Encuesta sobre Alcohol y otras Drogas en España 2019-2020, crece el consumo compulsivo de internet. Asimismo el Estudio sobre Alcohol –Drogas y otras Adicciones en mayores de 64 años en España (ESDAM) 2019-2020 arroja idéntico resultado sobre adicciones comportamentales, entre ellas el uso inmoderado de internet y el juego *on line*. En el caso que nos ocupa, la satisfacción de la recompensa de encontrar nuevos candidatos con los que compartir la vida contribuye a alimentar la entrada compulsiva en la red.

Felicidad y desamparo no andan muy lejos (Lipovetsky, 2007) Este mar repleto de posibilidades pronto muestra la cara oculta. Las oportunidades de encontrar lo que se busca son potencialmente infinitas, pero la realidad es bien distinta. Los doscientos contactos establecidos (desde los más superficiales hasta aquellos donde se dio el paso de fijar una cita y conocerse personalmente) arrojaron un magro resultado.

El navegante de la red bien puede identificarse con la tripulación que acompaña a Ulises en el largo viaje de regreso a Ítaca. En el camino emprendido para satisfacer el impulso vital de encontrar compañía ha tenido que vencer la frustración del rechazo, resistir los cantos de sirena en forma de mensajes que prometen afecto y felicidad o descubrir que los datos proporcionados sobre edad, estado civil o profesión estaban maquillados o eran pura fantasía. Pese a los vendavales, la amplia oferta se torna en un espejismo de éxito que impulsa a seguir. Qué opciones tiene el este moderno navegante cuando se enfrenta al rechazo? No tiene más remedio que volver a cargar la roca, como un moderno Sísifo y subirla de nuevo a la cima. Volver a intentarlo porque es víctima de un hábito compulsivo (Baumeister, 2007).

4.2. Amor y Teoría de los Juegos

A qué puede deberse el pobre resultado tras la búsqueda incesante durante casi mil cien días. Por qué la abundancia se tornó en escasez? La respuesta no está en los dioses, ni los héroes mitológicos, sino en la matemática moderna. En la Teoría de los Juegos formulada por John F. Nash. Las investigaciones del Nobel de Matemáticas en 1994 aportan luz a la paradoja Meetic.

De un modo muy resumido puede decirse que se trata de un escenario donde dos o más individuos interactúan y cada decisión individual responde a lo que se espera hagan los otros (Monsalve, 2003). Una de las consecuencias de dicha teoría es que ante una oferta ilimitada, la toma de decisiones se aplaza indefinidamente o llega incluso a anularse. Para complicarlo un poco más, en la Teoría de los Juegos se mezclan elementos racionales e irracionales (Binmore, 2007).

El internauta se topa con tal variedad de posibles parejas que se resiste a establecer los vínculos necesarios para asentar mínimamente cualquier relación. De tal manera que cada jugador, se le puede llamar así, mantiene una red de contactos amplia pero con un vínculo muy débil. La toma de decisiones pone en juego numerosos procesos cognitivos, entre ellos el procesamiento de los estímulos presentes en la tarea, el recuerdo de experiencias anteriores y las consecuencias que tendrá cada opción. No obstante, la toma de decisiones no es tan racional como pueda parecer y son los aspectos emocionales, derivados de experiencias parecidas, los que juegan un papel determinante (Martínez-Selva, Sanchez-Navarro y Bechara, 2006).

Llegados a este punto hay que mirar al navegante de la era digital como víctima de la sobreabundancia de recursos (humanos y tecnológicos) pero que por algún

misterioso castigo ve cómo la riqueza se le escapa entre los dedos. El mito de Sísifo viene inmediatamente a la memoria. Su incesante esfuerzo por subir la roca a la montaña encuentra reflejo en el moderno ciudadano digital en su constante intento por encontrar compañía y afecto en su vida.

¿Basta la Teoría de los Juegos para explicar el fenómeno? Krizia Nardini, doctora en Antropología y Género por la Universidad Oberta de Cataluña, cuestiona el papel de estas aplicaciones de citas. En su opinión estas herramientas tecnológicas provocan la ilusión de que disponemos de un espacio infinito de posibilidades, lo que se alinea con la idea de que somos más libres cuanto mayor es nuestro margen de elección. La antropóloga considera que las apps para conocer gente en internet pueden conducir a la desilusión. (*El País*, 2019).

4.3. La complejidad de las emociones

Para abordar la paradoja según la cual las personas buscan compañía que les salve de la soledad, pero al mismo tiempo la tecnología que las une se convierte en la barrera, es preciso analizar el complejo mundo de las emociones.

La naturaleza de las relaciones humanas, construida sobre innumerables variables, convierte en un acertijo cualquier aproximación para calcular el comportamiento. Los motivos por los que una persona se siente atraída por su pareja siguen siendo uno de aquellos misterios existenciales sin aparente solución (Klohnen y Luo, 2003; PérezTestor, 2006).

Para abundar en lo impredecible de las relaciones sentimentales hay que sumar el hecho de que las estrategias para elegir un compañero están influidas por el estado de ánimo. La gente busca la gratificación antes que la competencia o la seriedad (Forgas, 1991). Las emociones son un referente fundamental hasta tal punto que hay autores que piensan que el enamoramiento no es lo principal sino si se percibe al futuro cónyuge como una persona atractiva y divertida (Burke, 2007.)

4.4. El declive del amor romántico

Cristina Miguel, profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Leeds, ha investigado sobre esta nueva realidad. Considera que la tecnología no genera pautas sociales. La gente ya no cree en el ‘para toda la vida’, busca cosas más prácticas y a corto plazo. Las aplicaciones y *sites* de ligue cuestionan los mitos del amor romántico. El mito del azar, del carácter fortuito del encuentro de pareja, el de la media naranja y el del amor ciego no calculado es sustituido por la elección razonable e interesada.

Enrique Gil Calvo, psicólogo, explica que conforme han entrado en declive las denominadas relaciones de nexo fuerte –matrimonio, sindicalismo, amistades de toda la vida– emergen las débiles, como las relaciones vía Internet: fluidas, cambiantes, en las que uno se protege la retirada y no dan lugar, en principio, a rencor ni celos (*El País*, 2004). Según él, esto encaja con la resistencia a ceder derechos en las actuales relaciones de pareja. La supremacía de la individualidad.

Para una sociedad que sólo piensa en el corto plazo, reacia al compromiso ya sea político, ético, sentimental, el concepto tradicional de familia basado en una unión fuerte y para toda la vida, ha desembocado en la posfamilia (Beck, 2001).

Si navegar en la red en busca de una compañía que alivie de la soledad se ha convertido en una aventura llena de riesgos –desarrollo de hábitos tóxicos, frustración por

las expectativas fallidas, debilitamiento de los vínculos sociales— ¿cuál es la razón de su éxito?.

Una de las claves es que la gente ha perdido la vergüenza a reconocer que recurre a este espacio por motivos sentimentales, asegura Marc Simoncini, fundador de Meetic (*El País*, 2007). José Antonio Molina de Peral, psicólogo, abunda en esta idea. Su experiencia clínica confirma que la gente prefiere el contacto virtual porque es fácil e inmediato. Se evita el cara a cara, se ahorra el cortejo tradicional y resulta cómodo

El criterio de los expertos queda inconcluso a falta de encontrar la motivación profunda que explique el fenómeno de la red. Las teorías filosóficas de que habitamos en una sociedad líquida que se ha desprendido de valores duraderos en el tiempo (Bauman, 2005) podría ser el verdadero sustrato que lo explique. La liviandad del mundo virtual se acomoda como anillo al dedo a esta sociedad.

5. Conclusiones

El portal Meetic constituye un instrumento de utilidad incuestionable para buscar contactos afectivos y relaciones sentimentales. La inmediatez en el cruce de información y la ausencia de compromiso entre los usuarios convierte a la red en un punto de encuentro altamente competitivo y demandado por los ciudadanos, en mucha mayor proporción que los contactos tradicionales establecidos a través de la red laboral, familiar o de amigos.

Sin embargo, la eficacia demostrada por la tecnología dista mucho de alcanzar su potencial cuando se aplica a generar nexos sentimentales. En esta función se manifiesta incluso como una barrera que aleja a las personas.

Los fallos en la eficacia de la red se explican a la luz de teorías sobre la conducta, entroncadas en la psicología y las matemáticas. Los usuarios que operan en la red se ven afectados por leyes propias de los mercados de bienes. Su comportamiento está sujeto a tensiones por las cuales ante una oferta infinita las decisiones se dilatan o se anulan.

En una sociedad donde se han debilitado los nexos fuertes (familia, creencias) se imponen los vínculos débiles y de escaso compromiso donde el jugador abdica de sus creencias individuales y asume el comportamiento grupal. Las relaciones del mundo digital se adaptan como un guante a la sociedad líquida definida por Bauman.

El dinamismo de la web y la constante entrada de nuevos jugadores alimenta el deseo de novedad y desarrolla hábitos compulsivos de forma similar a cómo se generan otras dependencias relacionadas con el uso inmoderado de internet. Esta posibilidad se une a la frustración que produce una expectativa incumplida. De tal forma que cabe considerar el uso de la red de contactos como un factor de riesgo para la salud mental de las personas,

6. Referencias bibliográficas

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2020). 22 edición del estudio Navegante en la red. <https://bit.ly/3nYihxq>
American Society of Addiction Medicine <https://www.asam.org/>

- Banco Mundial (Ed) (2018). Informe de Población sobre datos de 1990 a 2018) <http://bit.ly/2WRQ67A>
- Bimore, K. (2009). *Teoría de los Juegos. Una breve introducción*. Traducción de José Ventura López 2009. Madrid :Alianza Editorial.
- Badia, M. del M., Dezcallar, T. y Cladellas, R. (2018). Uso lúdico de las TIC, procrastinación y género: un estudio con alumnos de educación primaria. Aloma: *Revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport*, 36(2), 33–40. <http://bit.ly/3o5UCvi>
- Baumeister, F., Vohs, D., DeWall, N., y Zhang, L. (2007). How emotion shapes behavior: Feedback, Anticipation, and Reflection, Rather than Direct Causation. *personality and social psychology review*, 11(2), 167–203. <https://doi.org/10.1177/1088868307301033>
- Burke, M.(2007):Falling in love as a heuristic for mate choice decisions. Universidad de South Florida. Tampa. EE.UU.
- Club mejores apps de citas <https://clubdelas25.com/las-mejores-webs-de-citas-en-espana/>
- Coria,C. (2016). *Los laberintos del éxito: ilusiones, pasiones y fantasmas femeninos*. Pénsodromo 21. <https://www.p21.es/>
- Estudio sobre Alcohol, Drogas y otras Drogas Adicciones en Mayores de 64 años en España (ESDAM) (2019-2020). Ministerio de Sanidad (Ed) https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad14/Documents/2020/141220-EDADES_2019-2020_resumenweb.pdf
- Ministerio de Sanidad (Ed) (2019-2020). XIII Encuesta sobre Alcohol y otras Drogas en España (EDADES) https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad14/Documents/2020/141220-EDADES_2019-2020_resumenweb.pdf
- Fraser, N. (2000). Nuevas reflexiones sobre el reconocimiento en *New Left Review* (4) 55-68. Recuperado de <http://bit.ly/2L69FXa>
- Gene-Badia, J.. (2020). Perfiles de soledad y aislamiento social en la población urbana en *Atención Primaria*, 52, (4)224-232 <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2018.09.012>
- Goleman, D.(2006) *Social Intelligence social:la nueva ciencia de las relaciones humanas*. Baecelona. Kairós.
- Encuesta Continua de datos del Instituto Nacional de Estadística (2019. Instituto Nacional de Estadística (INE) (Ed). <https://bit.ly/3rDKJH4>
- Jara, J.(2019,Agosto 16). “Olvidate del bar” *El País*. Recuperado <http://bit.ly/383kouB>
- Klohnen, E.; Luo,S.. (2003). Interpersonal attraction and personality: What is attractive. Self Similarity, Ideal similarity, Complementarity or Attachment Security?. *Journal of Personal and Social Psychology*, 85 (4) 709-722. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.709>
- Las nuevas celestinas. (2004, 2 agosto). *El País*. Recuperado de <http://bit.ly/3pBYnZM>
- Lipovetsky, G. (2007). *La Felicidad paradógica: Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo*. Barcelona.Anagrama.
- Mallor Plou, P. (2006) ¿Relaciones de dependencia. Cómo llenar el vacío existencial? *Revista de Psicoterapia*. (68) 66-87. <https://acortar.link/Vl2io>
- Martínez-Selva, J.M.;Sánchez-Navarro, J.; Bechara, R. (2006). Mecanismos cerebrales en la toma de decisiones. *Revista de Neurología*, 42 (7) pp.411-418 <https://doi.org/10.33588/rn.4207.2006161>
- Monsalve, S. (2003). John Nash de y la Teoría los Juegos. *Lecturas matemáticas*.24, 137-149. <http://bit.ly/3aS6OM9>
- Muñoz,G. (2010). Las redes sociales: ¿Fórmula mediática contra la soledad y el aburrimiento?. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 8, (1) 51-64. Recuperado de <https://doi.org/10.11600/1692715x.1114120312>

- Ollero de Landáburu, G. (2019). *Breve Historia de la Vida Cotidiana en la Grecia Clásica. Costumbres, culturas y tradiciones*. Madrid. Nowtilus. S, L. Recuperado de www.brevehistoria.com
- Pérez-Testor, C. (2006). La elección de pareja. En Pérez-Testor (Ed) *Parejas en Conflicto* 61-80. Barcelona Paidós.
- Peña Acuña, B. (2011) La socialización a través de las redes en *Redmarka*. Universidad de A Coruña. 2 (7) 3-24. <https://doi.org/10.17979/redma.2011.02.07.4732>
- Reventó.L (2007, Marzo 29).”Marc Simoncini;Los sitios de citas triunfan si hay equilibrio de sexos”. *El País*. Recuperado de <http://bit.ly/3pCDPjs>
- Universidad de Stanford (2019). Disintermediating your Friends Proceeding of the Nacional Academy of Sciences. 116 (36) <https://doi.org/10.1073/pnas.1908630116> Recuperado de https://web.stanford.edu/~mrosenfe/Rosenfeld_et_al_Disintermediating_Friends.pdf
- Zeleny, M. (1982) *Multiple criteria decision making*. New York.McGraw-Hill.