

USOS Y ÁMBITOS DE LAS REDES SOCIALES

por Javier Carlo

La primera década del siglo XXI se distingue –sin duda alguna– por el auge tecnológico y la especialización de los canales y las formas con las que nos comunicamos, resultado de un proceso de convergencia que cada vez se deja sentir con más fuerza. En opinión de los expertos, la tecnología cambia en promedio cada 6 meses, algunos – incluso– establecen periodos de tiempo más cortos. Hoy día, la comunicación se percibe como un proceso altamente tecnologizado, situación que determina –por ende– la mayoría de las relaciones humanas, desde la convivencia hasta la dinámica trabajo y los nuevos modelos de enseñanza aprendizaje.

La vanguardia tecnológica se vuelve evidente, por ejemplo, en el desarrollo de nuevos dispositivos móviles –también llamados gadgets– y la aparición de las afamadas redes sociales en Internet, a través de las cuales somos capaces de comunicarnos de forma asimétrica, esto es, llevando a cabo una serie de rupturas de espacio y tiempo de las cuales somos poco conscientes. La velocidad se convierte en un ingrediente fundamental para satisfacer todas nuestras necesidades informativas y de relación, a tal grado que cada vez es más común escuchar frases como ‘El mundo con Internet es un pañuelo’, ‘Todo mundo está en Facebook’ y ‘Búscalo en Google’, en tanto que estos medios –ahora– le dan validez a nuestra noción de la realidad.

Las redes sociales –en particular– han cambiado no sólo nuestra forma de comunicarnos, sino también de interactuar, convivir y expresarnos socialmente a través de un muro en el cual la gente se desahoga, opina y publica su vida a los ojos de millones de usuarios alrededor del mundo, y –paradójicamente– consigue blindarse toda vez que la red se convierte en un microcosmos y la conexión a Internet representa la única forma de conexión posible, sino es que deseable.

En este momento, cerca de 400 millones de usuarios se encuentran registrados en Facebook, la red social más popular del mundo, y han de hacer un solo click para ‘optimizar’ su nivel de relación mediante la acumulación de contactos: no todos conocidos, no todos confiables y –quizá– no todos existentes. Así, una persona suele medir su nivel de popularidad en función del número de amigos que tiene en una red social como lo es el denominado ‘feiz’. En consecuencia, cada día surgen y se especializan más redes que intentan hacerle frente a Facebook y acaparar las historias de los millones de usuarios alrededor del planeta, algunos ampliamente conocidos como el caso de Twitter, MySpace y Hi5; otros en periodos de prueba, tal como ocurre con Google Wave.

Las redes sociales han demostrado su potencial y efecto en tanto que fungen como medio de socialización y esparcimiento, algunas como Twitter –incluso– actúan como motores de denuncia y solidaridad (traigamos a colación el caso de la iniciativa de impuesto a Internet en México o la alerta del sismo que a principio de este año sacudió a Chile); sin embargo, pocos y fallidos han sido los intentos por hacer que las redes favorezcan en buena medida otras situaciones de carácter profesional, laboral o económico, salvo el caso de la publicidad en línea. Así, las redes sociales suelen complementar la dinámica de tales esferas pero no consolidarse como plataformas colaborativas, por ejemplo, para incrementar la efectividad en el trabajo y el desempeño laboral. Tampoco el apalancamiento de los nuevos modelos de enseñanza aprendizaje, o en un contexto empresarial, actividades tales como la actualización profesional y la capacitación en línea. No pocas organizaciones, cabe señalar, suelen tener bloqueado el acceso a estas redes por concebirlas más como un factor de distracción que como una herramienta de colaboración.

A pesar de su desarrollo y su nivel de aceptación a nivel global, las redes sociales en este momento suelen satisfacer aquellas necesidades de carácter más relacional que institucional, toda vez que suelen motivar nuevas formas de interacción, situación que ostenta sus puntos a favor y en contra. Por el momento, se considera que no existe un enfoque centrado en su carácter colaborativo, orientado propiamente al ámbito laboral o educativo, al menos no de manera colectiva tal como ocurre en el caso de Facebook; sin embargo, no se duda que existe –también– una gran modelo de enseñanza aprendizaje que habrá de explotarse en los próximos años.

En uno y otro sentido, la cuestión no reside sólo en esclarecer los usos y los ámbitos más adecuados de las redes sociales, sino de establecer aquellos criterios de responsabilidad en cuanto al manejo, intercambio y publicación de contenidos, en términos legales, económicos y profesionales que se ajusten –con todo– al escenario global en el que ahora nos desenvolvemos.