Luces y sombras de las redes sociales

En el momento de acceder a Twitter, Facebook u otra red social conviene tener en cuenta una serie de mitos y realidades que favorecen el buen uso de estas plataformas

El fenómeno de las redes sociales es muy reciente; apenas se superan los diez años de actividad, en los que se han desarrollado una serie de hábitos y dinámicas en estas plataformas que son, en esencia, las mismas que realizamos en el mundo real. Sin embargo, circulan no pocas concepciones equivocadas sobre redes como Twitter o Facebook y, en cambio, otros hechos importantes que se ignoran.

Falsas creencias

El ciberacoso campa a sus anchas. Es probable que haya pocos sitios más seguros que una red social de primer nivel para defenderse de acosadores de toda índole. Todo lo que se dice en ellas queda registrado y cualquier expresión ofensiva o intimidatoria puede ser denunciada con inmediatez a los responsables mediante procedimientos al alcance del usuario. En la mayoría de los casos, estos actúan de forma tajante con acosadores, amenazadores o calumniadores. Además, agentes de los diferentes cuerpos policiales están destinados a velar por la seguridad de las redes e investigar comportamientos delictivos.

Dentro, la libertad de expresión es absoluta. Del mismo modo que los responsables de una red social están obligados por ley a vigilar las expresiones ofensivas y amenazantes que otros puedan tener hacia nosotros, nuestras opiniones y acciones también están sujetas a su supervisión. En las redes sociales no podemos decir lo que queramos; si lo hacemos, es bajo nuestra responsabilidad. Para las redes rige la misma ley que fuera de ellas: libertad de expresión dentro de los límites del respeto a la integridad física y moral de los demás.

Sus responsables nos espían para vender nuestros datos. Este es un mito muy recurrente sobre Facebook. Es cierto que esta red recoge datos sobre nosotros en función de las opiniones que vertemos y los contenidos que compartimos, pero lo hace para mejorar la publicidad que nos ofrece. No se ha podido demostrar que Facebook y Twitter vendan toda la información que tienen sobre nosotros a redes de traficantes de datos y profesionales del spam. De haberlo hecho, habrían incurrido en un grave delito.

Lo que decimos en ellas lo puede leer todo el mundo. El límite a la repercusión de nuestras palabras en una red social, y fuera de ella, lo ponemos nosotros. En todas las redes hay herramientas para acotar la privacidad de nuestra actividad. Por eso, antes de utilizar una red es importante informarse sobre sus condiciones de uso y las herramientas para manejar la privacidad.

Cuantos más contactos mejor. El número de contactos no define necesariamente la calidad de nuestra experiencia en una red social. Acudimos a ellas por muy diferentes motivos: para estar más cerca de la gente que apreciamos y comunicarles nuestras inquietudes y actividades, para recibir el mayor número de información posible… Lo idóneo es centrarse en la calidad de lo que compartimos, no en la cantidad. Además, las redes también son un buen instrumento para ampliar el círculo de nuestras amistades y conocer gente nueva.

Realidades

En las redes se comparte, no se compite. Las redes sociales deben enriquecernos como personas porque nos acercan más a otros y nos permiten llegar a una información de mayor calidad, tanto humana como intelectual. Pero no son un sitio para demostrar que somos los mejores. Si tomamos este último enfoque, acabaremos sintiéndonos muy solos dentro de ellas.

A mayor privacidad, más limitaciones de uso. En todas las redes sociales, el límite a nuestra privacidad lo ponemos nosotros. Está en nuestras manos decidir tanto a quién seguimos en una red social como quién nos sigue o quién puede leer nuestras informaciones. También podemos limitarlas a ámbitos más o menos cerrados e incluso evitar la difusión pública de nuestros mensajes. Es importante definir bien los grados de privacidad que queremos imponer en nuestras comunicaciones.

Las redes no son un sitio para demostrar que se es mejor que nadie. Se debe asumir, no obstante, que la esencia de una red social es poner en contacto al mayor número de personas, por lo que a mayor alcance de lo que se comparte, hay más posibilidades de interacción.

Las redes no son gratis. Aunque pueda parecerlo, en las redes se paga un precio por su uso, que no es en pequeño. Ponemos a disposición de la red un gran volumen de información personal, aunque anónima, que se usa para hacer estudios de mercado o para el envío de publicidad personalizada. La alternativa a no ceder estos datos es no usar la red social.

A las redes hay que entrar con formación digital, pero también personal. Una red social, aunque amplifique mucho los mensajes de los usuarios, o les dé posibilidades muy creativas, se guía por los mismos códigos que la calle. Hay que ser exquisitos y no ofender a los demás, ni compartir contenidos ilícitos o emitir opiniones que inciten al odio racial, de género, ideología o religión. En este sentido, la ley rige igual que en el mundo real e, incluso, tiende a endurecerse. Somos responsables de nuestras propias acciones e Internet no es, ni lo ha sido nunca, un refugio anónimo.

Detrás de cada contacto se esconde una persona, para bien y para mal. Uno de los objetivos de estar en una red social es la de contactar con nuevas personas y mantener amistades a distancia. Pero la búsqueda de nuevos contactos significa tratar con individuos a los que podemos gratificar u ofender con nuestras opiniones o con los contenidos que compartimos. También son personas que podrían hacernos daño si nos exponemos demasiado a ellas sin conocerlas, por lo que conviene ser cautos. //