“Nas redes sociais, tendemos a perder o control da nosa personalidade”

Ricard Ruiz de Querol

Director de Impact Hub Barcelona, unha rede internacional de espazos de traballo colaborativo

Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus, Whatsapp... As redes sociais cada día acumulan máis poder en forma de coñecemento e datos persoais dos usuarios. Ano a ano, increméntase o tempo de permanencia nelas, mentres algúns expertos alertan de que supoñen unha alteración na percepción da realidade e no comportamento respecto da era analóxica. Un paso máis no progreso da humanidade ou unha perigosa deriva? Ricard Ruiz de Querol, analista cunha longa traxectoria no estudo da sociedade da información, deixa en mans de cada un a conveniencia do seu uso, pero matiza que a súa intención é extraer a nosa información persoal con fins económicos.

As redes sociais fannos menos intelixentes? As redes sociais non fan nada por si mesmas, senón que son instrumentos que podemos empregar dunha maneira intelixente ou non. Pero isto é algo que depende do usuario que está fronte a elas. Dito isto, é innegable que nelas impera, pola propia proximidade do medio electrónico, un hábito da satisfacción inmediata. É dicir, un “quero isto e quéroo xa”, que é algo que internet moitas veces concede. Neste sentido, as redes sociais vólvennos máis impacientes, máis ansiosos polo feito de ir saltando dun contido a outro sen pararnos para tomar aire e para reflexionar sobre o que estamos a ver ou lendo.

Perdemos demasiado tempo nelas? Isto é algo que debe xulgar cada persoa. Máis alá das redes, en internet hai moitas outras cousas interesantes que descubrir, pero que reclaman un esforzo, un “poñer a chaqueta e saír á rúa”. Son cousas que, moitas veces, son incompatibles con estar activamente dentro dunha rede social moitas horas ao día. Hai que escoller.

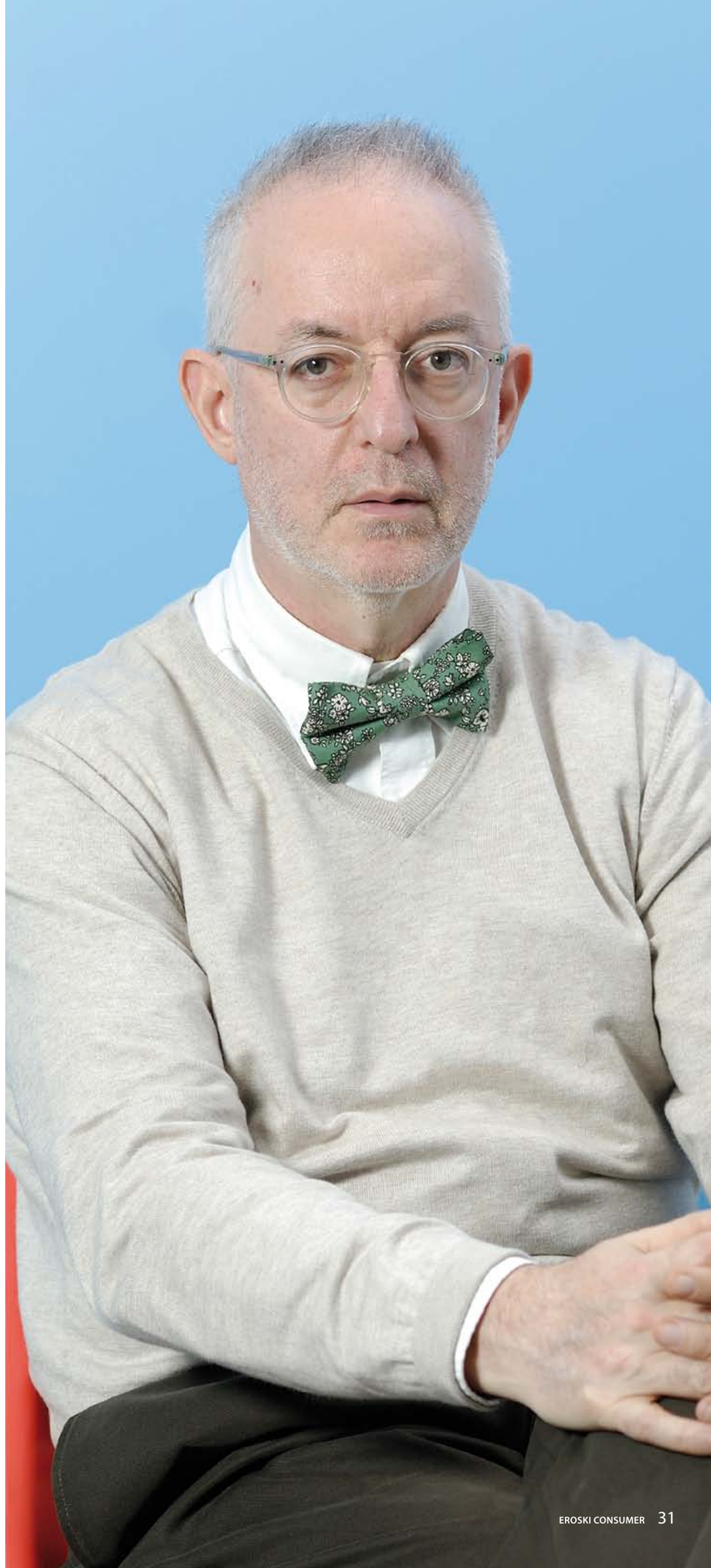
Din que agora estamos máis informados que antes grazas ás redes sociais, pero facémolo coa mesma profundidade? Na era anterior podías ler extensos e profundos artigos sobre os máis variados temas porque tiñas tempo, dado que a cantidade de información que recibías estaba limitada á tecnoloxía e á capacidade do papel. Agora, xa non ves artigos deste tipo porque a avalancha informativa fainos ter a sensación de que sempre hai algo novo por ler. Porén, este novo signo dos tempos, que é a era dixital, non é incompatible cos textos longos e profundos. Simplemente non están porque vivimos atafegados polo exceso de información e esta é unha sensación que as redes sociais, lonxe de disipar, acrecentaron.

Este exceso de información fainos máis manipulables como individuos nas redes sociais que na rúa? Si, porque a información non nos chega dunha soa dirección, senón amplificada desde diversos puntos e contactos. Isto fai que, moitas veces, a sobrevaloremos para logo esquecela enseguida e ir buscar outras cousas. Actuamos dunha maneira moi superficial, sempre na busca da satisfacción inmediata e sen contrastar, e iso fainos máis vulnerables.

Perdemos o control do noso destino e da nosa personalidade nas redes sociais? Unha vez máis, hai que subliñar que todo depende da actitude do usuario fronte á rede social na que estea. El decide que di e que garda para si ou para outro ámbito, xa sexa público ou privado. Pero, en xeral, a maioría dos usuarios si tendemos a perder o control da nosa personalidade pola simple razón de que as redes sociais están pensadas para ese fin. É dicir, serven para mover os datos dun individuo dun lugar a outro, de maneira que xeren datos e estatísticas que logo sirvan ao negocio publicitario. Así, resulta que che sacan unha foto nun evento social ao que acodes unha tarde e, ao día seguinte, a foto aparece en Google, vía Instagram, sen que ti o sospeites. Poida que che faga graza, pero o feito obxectivo é que ti non controlaches un contido que che incumbe como persoa.

O valor da privacidade perdeu forza debido ao uso das redes sociais? Vai á baixa. Isto débese a que o negocio das redes está en coñecer a privacidade dos usuarios para xerar datos e mellorar a eficacia da publicidade que ofrecen.

Isto pódese controlar? Pódense usar redes sociais máis seguras en canto á privacidade. Por exemplo, Whatsapp, onde os contidos non son nunca públicos. Facebook comprou o ano pasado Whatsapp e tamén o tentou con Snapchat, unha plataforma onde as mensaxes se destrúen. Sabían o que compraban, xa que a xente cada vez pasa máis tempo nestes sitios porque valoran a súa privacidade.

As redes sociais máis populares teñen a mesma vontade de servizo que ao principio? Tanto agora como ao principio a súa única intención é gañar diñeiro, o que non quere dicir que sexan malas. É un negocio do que somos clientes e no que pagamos coa nosa privacidade. Agora ben, non creamos que fan as cousas por amor á arte.

+ www.consumer.es