

Atrapados en la Red de las Redes Sociales

Merlyn Orejuela* Thot55@gmail.com

RESUMEN

El artículo reflexiona sobre el uso que le dan los medios tradicionales a las redes sociales como Twitter, Facebook y YouTube, así como también sobre las motivaciones de los usuarios de estos medios para utilizar dichas redes, en el marco de la conformación de la agenda pública. Se analiza la posición gubernamental hacia las redes sociales y el acceso y el uso de estas redes, en función de la generación de bienestar social. Las consideraciones generales de esta reflexión llevan a concluir que las redes sociales son usadas como estrategia de mercadeo por parte de los medios tradicionales y sus versiones en línea, que además les permiten la repetición de sus agendas de opinión en la sociedad, mientras que las prioridades de los ciudadanos quedan al margen. También se puntualiza sobre la renuncia inicial del Gobierno hacia las redes sociales, aun cuando las políticas de acceso a las TIC, ofrecían una oportunidad para utilizarlas como herramienta para la gestión de Gobierno. Las políticas de acceso, acercamiento tecnológico, alfabetización tecnológica deben ser prioritarias para que las redes sociales favorezcan el diálogo con las personas en función de atender sus necesidades más perentorias y dar respuesta rápida a sus iniciativas.

Nadie cuestiona hoy en día los alcances que tienen las redes sociales en la sociedad y las nuevas formas de relacionarnos. Las interacciones que éstas propician obligan a revisar la concepción de la comunicación en sí misma. José Luis Orihuela (2008) señala que las redes sociales son una prolongación de las relaciones personales en la vida real, donde se forman comunidades, como la familia, la escuela, o los compañeros de trabajo.

Si antes se pensó que los medios de comunicación tradicionales (periódicos, radio y televisión, entre otros) dificultaban el acceso a sus usuarios y usuarias, ahora existe la presunción de que a través de estas plataformas, los usuarios que otrora habían estado marginados por los medios masivos de información, tienen en sus manos la posibilidad de concretar el anhelado diálogo que reclamaban los autores de la teoría crítica de la comunicación, lo cual es esencial en la construcción de cualquier sociedad.

Pareciera, al mirar esta posibilidad, que se ha caído en una especie de conformismo que concibe ahora a los medios como más democráticos, por cuanto favorecen el acceso y facilitan la interpelación de los productores de contenidos. De ser así, las réplicas, las correcciones y las agendas de prioridades del público estarían en consonancia con la de las los medios de comunicación.

Desafortunadamente, basta con echar un vistazo a los temas topes de twitter para constatar que la realidad es otra. Los usuarios de los medios de comunicación parecieran estar enlazados a

las redes sociales para terminar reproduciendo las agendas que éstos estructuran, al tiempo que fortalecen los marcos de comprensión de la realidad que estos fabrican.

Esto es, porque precisamente los medios de información parecieran renuentes a escuchar las voces de cientos de miles usuarios que se alzan para incluir sus prioridades en las agendas mediáticas. Contrario a lo que parece, en la mayoría de los casos estos medios incluyen a las redes sociales como estrategia de mercadeo, captando al público joven a fin de mantener influencia en la opinión pública. En otro trabajo el autor del presente artículo exponía:

Se puede afirmar que los contenidos de los usuarios están lejos de ser incorporados a estos medios, a menos, como ya se afirmó, que sirvan para soportar los contenidos ya establecidos. Preliminarmente se pudiera señalar, que no son aprovechados los recursos para la interacción comunicativa y por ende los usuarios son visibles de acuerdo a los intereses de los medios. La agenda de los usuarios está por debajo de la concreción de un intercambio de roles y por ende de una comunicación dialógica propiamente dicha (Orejuela, 2009 ¶. 68)

Esto no le resta impacto a dichas herramientas de sociabilidad, que sin lugar a dudas permiten la expresión libre y la conformación de comunidades a favor de causas justas. Pero, en lo que atañe a los medios tradicionales con versiones en línea particularmente las redes sociales actúan como repetidoras de agendas ya prefiguradas que siguen los preceptos de la línea editorial del medio. Lo señala Ana Bernal Triviño (2009) En ocasiones los medios de comunicación usan aplicaciones de las redes sociales específicas para la retransmisión en directo de noticias, alcanzando la “potencialidad de instantaneidad”, es decir, “la posibilidad de ofrecer informaciones en el mismo momento en que se producen”¹.

Lo anterior ha generado un debate sobre la preeminencia de la inmediatez sacrificando la profundización y la contextualización de los hechos. La temporalidad tiene su expresión en la actualización que no es necesariamente sinónimo de eficiencia y calidad, en cuanto a que estará reñida con estos valores si los usuarios no son los que reciben el beneficio que otorga y no se cuenta con el tiempo suficiente para profundizar. Pedro Molina (2008) lo refiere de la siguiente manera:

La prensa digital no parece preocupada por la incidencia de esta nueva situación. Más bien parece aparentar interés por la opinión de sus usuarios como estrategia para atraer y fidelizar lectores. Este desinterés, más o menos generalizado, por los aspectos esenciales del asunto, no deja de presentar características diferenciadas que definen al medio digital de igual manera que la línea editorial define a la prensa escrita. El trato y la consideración

¹ También en Cabrera (2000).

por el lector-usuario y por el debate que se da en los espacios habilitados para ello, determinan su juicio sobre la función de la prensa, sobre las exigencias de la democracia participativa y sobre los mismos ciudadanos (2008: 177).

Por ellos hay que buscar pistas acerca de si realmente las redes sociales marcan una escisión con relación a los medios racionales, pues como comenta Pierre Mounier (2002) sobre el ciberespacio "(...) el nuevo mundo que cada uno pretende habitar, aparece al final de este estudio como un simple espejo del antiguo y de las relaciones de fuerza que lo atraviesan" (2002: 241). Esto obliga a dedicar más estudios de comunicación digital a los temas asociados al discurso, que a los medios y sus herramientas, pues por sí solos, no constituyen avances para brindar mayor acceso a los usuarios, pues como lo asegura Guillermo Orozco:

(...) los medios cumplen un papel de creadores y reproductores de silencios, a veces acallando burdamente las voces de los sectores más críticos o menos poderosos, a veces simplemente opacando con sobreinformación irrelevante la de por sí ya densa y oscura trama de los acontecimientos sociales (Orozco, 1998: 99).

Del acceso al uso

Desde que emergieron con fuerza en nuestro país, las redes sociales han constituido una importante ventana de expresión de individuos, grupos, organizaciones, colectivos, movimientos sociales, en fin, un instrumento con múltiples facetas, que asume la sociabilidad del hombre. Venezuela no ha estado al margen de ello, pues las redes sociales hoy constituyen parte de la estrategia para dar la batalla en el terreno de las ideas, en el marco de la construcción de un proceso socialista.

Pero esto no siempre fue así. Debe recordarse que en principio, las redes sociales fueron vistas como otro mecanismo más de intervención en el país, argumento sustentado en la teoría de que redes sociales como Twitter, Facebook o Youtube, entre las más populares, las cuales fueron catalogadas como apéndices de organismos de inteligencia de las potencias desarrolladas, o medios a través de los cuales las corporaciones que conforman las casas matrices de estas redes, se apropien de los saberes de sus usuarios y utilicen otros subterfugios para aprovecharse de los mismos. Esto dejó al Gobierno al margen durante mucho tiempo de las redes sociales, con una participación bastante tímida.

Pero la incorporación paulatina de figuras del ámbito público, así como organismo entes y ministerios, sin contar la presión popular que veía en estos espacios una oportunidad de hacer llegar

sus inquietudes a sus dirigentes, favoreció para inclinar la balanza definitivamente hacia la incorporación de estas redes como estrategia comunicacional.

Esto puso en perspectiva dos visiones que sobre las tecnologías de información y comunicación existen. Un Gobierno que facilitaba todas las vías para fomentar el acceso a las TIC, pero que por otra parte no generaba debates sobre los usos que se le estaba dando a este acceso. Si bien antes era cuestionado el hecho de que el acceso a las TIC estaba favoreciendo a los mismo sectores urbanos a los que tradicionalmente han llegado, con escaso margen de penetración a los sectores tradicionalmente marginados de las mismas, también es objeto de debate el hecho de que cuando la situación se comenzó a revertir, producto del fortalecimiento de los equipos remotos para favorecer el acceso, los usos que se le podrían estar dando a las mismas quedaron fuera de discusión.

Los que ahora se quejan de que el acceso y la libertad de expresión están restringidos, paradójicamente utilizan las redes sociales y los medios tradicionales para “denunciarlo”. Lo que no han sido capaces los medios de comunicación de hacer con las redes sociales, sí ha sido posible a través de la motivación gubernamental, que insta, no sólo a presentar iniciativas populares, sino denuncias, además del debate de ideas que allí se fomenta.

El reto sigue siendo capacitar al pueblo para acortar la brecha entre los nativos e inmigrantes digitales, con la finalidad de lograr que las agendas del pueblo estén por encima de las agendas de los medios tradicionales, cuyos intereses en la mayoría de los casos, nada tienen que ver con las prioridades de la ciudadanía.

Las políticas de acceso, acercamiento tecnológico y alfabetización tecnológica deben ser prioritarias para que las redes sociales favorezcan el diálogo con las personas, en función de atender sus necesidades más perentorias y dar respuesta rápida a sus iniciativas. Esto pasa necesariamente por la apropiación tecnológica de estas herramientas, que a pesar de los cuestionamientos que las rodean, deben ser utilizadas para el propio beneficio del pueblo y para generar espacios de encuentro y de debate, con el fin de enriquecer la discusión sobre los temas del acontecer nacional e internacional.

Referencias bibliográficas

- Bernal, Ana (2009). Redes sociales y medios de comunicación. Ponencia presentada en el IV Congreso de Cibersociedad 2009. Crisis analógica, futuro digital. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/redes-sociales-y-medios-de-comunicacion/831/>
- Cabrera, M. Á. (2000). La prensa online. Los periódicos en la WWW. Barcelona: Edit. Cims'97.
- Molina, P. (2008) Ciberperiodismo e interactividad. Revista Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura. N° 36. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España. 175-182 pp. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/94530/119745>
- Mounier, Pierre (2002). Los dueños de la Red. Una historia política de Internet. España. 1ª Edición. Editorial Popular, S.A. 246 p.
- Mounier, Pierre (2002). Los dueños de la Red. Una historia política de Internet. España. 1ª Edición. Editorial Popular, S.A. 246 p.
- Orejuela, Merlyn (2009). Del usuario selector al usuario comunicador: oferta, uso y aprovechamiento de los recursos interactivos en el-nacional.com y el-universal.com. Ponencia presentada en el IV Congreso de Cibersociedad 2009. Crisis analógica, futuro digital. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/del-usuario-selector-al-usuario-comunicador-oferta-uso-y-aprovechamiento-de-los-recursos-interactivos-en-el-nacionalcom-y-el-universalcom/875/>
- Orihuela, J. L. (14 de 10 de 2008). La hora de las redes sociales. Nueva Revista, nº 119 , 57-62.
- Orozco, Guillermo (1998). De las mediaciones a los medios. Contribuciones de las obras de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción, EN: Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero, compilado por: María Cristina Laverde y Rossana Reguillo. Santa Fe de Bogotá, Colombia. Fundación Universidad Central. Departamento de Investigaciones, DIUC. 91-101 pp.

*** Licenciado Comunicador Social**