

# El potencial de las redes sociales



**Escribe: Max Schwarz, Profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Universidad de Lima.**

**Business Empresarial.** - Al 2018, las redes sociales parecen haberse convertido e impuesto como el canal de comunicación multidireccional y multidisciplinario que, para efectos personales, profesionales, sociales y empresariales parece primar en nuestros tiempos. Se trata de un nuevo medio de comunicación al cual los seres humanos nos hemos tratado de adaptar semántica y sintácticamente con fines de insertarnos en el nuevo ecosistema que interactúa con nosotros semejantes a través de ellas. En el camino hemos desarrollado una compleja evolución algo diferenciada (en función a la generación que las usa) que bien vale la pena analizar:

1. Estamos frente a un nuevo medio de comunicación de rápido acceso, bajo costo y alta velocidad de diseminación cuyo vehículo en Internet tiene carácter esencial y peligrosamente masivo.

2. Es un medio de tal configuración estructural que originalmente fue usado para proyectar los aspectos centrales del capital relacional de las personas con la configuración inicial de perfiles y la expresión de mensajes de marca personal que normalmente reflejan la forma de pensar de quien las origina.

3. En la actualidad el panorama que describe está formado por auténticos ecosistemas en los cuales existe claramente la presencia de liderazgos locales y globales denominados "influencers" que cuentan con miles y hasta millones de seguidores que se convierten en poderosos referentes de pensamiento.

4. Los referentes de pensamiento o "influencers" han permitido irremediamente que un conjunto de minorías organizadas encuentre un poderoso y rentable canal enfocado en cambiar corrientes de pensamiento donde las mayorías reales actualmente no necesariamente participan. En este proceso el ecosistema se enfrenta a una realidad de polarización entre corrientes de pensamiento sociales, políticas y comerciales donde no todos los actores participan con el mismo grado de intensidad y organización.

5. Existe en el fondo (en el corazón del sistema de redes sociales) un regreso a las raíces del fundamento de su concepción basado en la esencia del ser humano que las utiliza, situación que ha sido comprendida por la mayoría de las empresas que desarrollan Inteligencia Artificial y prácticas comerciales con inteligencia de negocios, a partir de lo cual se desarrolla la analítica de sentimientos en la búsqueda de rescatar los sentimientos más primarios que activan las palancas de intención de compra de miles de beneficios, emociones, soluciones, productos y servicios en el mercado.

6. Aparentemente, nos encontramos en la primera generación experiencial de este medio (Redes sociales 1.0) en las cuales por el momento se interactúa multidireccionalmente con mensajes. La evolución nos conduce hacia una nueva generación de Redes Sociales 2.0 que sea capaz de

interactuar con transacciones de activos de valor sobre la base de la propia red en una configuración que aún no ha sido desarrollada para uso masivo.

7. El acceso de las corrientes de pensamiento de las mayorías organizadas de seres humanos aún no se ha iniciado. La reacción inicial de las mayorías ha sido de temor, censura, distancia y repudio hacia las redes sociales sin darse cuenta que el medio no es el problema y que el componente tecnológico de la existencia del medio hace irremediable su inserción social (esto es particularmente creciente conforme se avanza generacionalmente pues hoy los niños nacen con la cultura de la red y el medio es algo natural para ellos). Este nuevo contexto las grandes mayorías requieren desarrollar contenidos de calidad para lograr sobrevivir e insertarse en el tejido social que las redes desarrollan.

8. Las redes sociales actualmente disponibles en el mercado son ampliamente vulnerables a ataques del sistema, mantienen un escaso nivel de privacidad, son fácilmente trazables y gestionan un valioso activo de información que suele ser comercializado al mejor postor o en el mejor de los casos utilizado según los intereses particulares de la red social de su preferencia.

9. Las redes sociales a pesar de su carácter esencialmente masivo (carácter tecnológico) están al 2018 con una cobertura del 45% de la población mundial del planeta (actualmente somos casi 7,000 millones de seres humanos de los cuales 4000 millones accede a Internet y  $\frac{3}{4}$  partes de ellos usan alguna de las redes sociales conocidas) con lo cual al 2018 se estima que cerca de 3,200 millones de personas utilizan redes sociales en mayor o menor grado.

10. Por el momento estamos frente a ecosistemas de redes sociales esencialmente privadas (Facebook, twitter, Instagram, Pinterest, etc.) las cuales por su naturaleza privada son siempre susceptibles de ser intervenidas desde la propiedad del privado mismo por su orientación, enfoque y/o intereses particulares. Sin embargo, es muy probable que con el tiempo se inicie el desarrollo de redes sociales públicas cooperativas sobre la base de software libre con altos niveles de seguridad con tecnologías Blockchain y aplicaciones de inteligencia artificial que democratizen el acceso a la información y la difusión de contenidos verificables.

Como puede apreciarse las redes sociales tienen una naturaleza compleja con aspectos de gran belleza estructural que con la tecnología actualmente disponible puede ser abordada con seriedad desde el punto de vista tecnológico para convertirlas en verdaderas herramientas de desarrollo y expresión sincera de las diversas expresiones posibles del capital relacional que se genera como consecuencia de la actividad humana.

Total Share **0**

