

Se trata de saber utilizar correctamente las redes sociales, ser capaces de hacer de ellas un buen uso para difundir valores, ideas, esperanzas y emociones

En diciembre de 2012, la imagen de **Benedicto XVI** con un *iPad* en las manos mandando su primer *Tweet* dio la vuelta al mundo. En ese preciso momento la jerarquía de la Iglesia demostraba saber estar al día con el paso del tiempo y que, para que, continuar a dialogar con los fieles, de todo el mundo necesitaban entender bien el fenómeno y el alcance de las redes sociales, y utilizarlas lo mejor posible. Esta es precisamente la cuestión, saber utilizar correctamente las redes sociales, ser capaces de hacer de ellas un buen uso para difundir valores, ideas, esperanzas y emociones.

Un decálogo para un uso apropiado de las redes sociales

El *tweet* de Benedicto XVI ha sido, para **Eduardo Arriagada**, profesor de Periodismo y Convergencia Digital en la **Universidad Católica de Santiago de Chile**, una señal para reflexionar sobre cómo poder usar mejor las redes sociales, para crear y difundir valores, dialogar, comunicar ideas y proyectos, y compartir esperanzas y alegrías. De esta forma ha nacido un decálogo de uso de las redes sociales.

1. Las redes sociales son un espacio para conversar y compartir

La gran diferencia entre los nuevos medios y los tradicionales está en la interactividad: mientras la televisión, la radio y la prensa se basan esencialmente en mensajes “unilaterales” -de emisor a receptor- con escasa o nula posibilidad de interacción, en los nuevos medios en cambio, la interactividad entre fuente y destinatario es la regla, con un continuo intercambio de mensajes y con la inversión de papeles. El

Phoca PDF

usuario se convierte en emisor de mensajes y simultáneamente destinatario de los mensajes de los demás. El fruto de esta relación es la conversación, el diálogo. La conversación es fundamental para nuestra sociedad y para la persona. Es el mejor aspecto de la globalización actual, siempre que respete la persona y no cree desigualdades.

2. En las redes sociales las personas quieren conversar entre ellas y no con las instituciones

A las personas les gusta compartir información con otras personas en la web. La tecnología sin "humanidad" sirve de poco. Por eso a los usuarios les gusta compartir *tweets* o mensajes del Papa. Es una forma de aprobar y hacer propio el pensamiento de otra persona que consideran especial. No tendría el mismo efecto si ese mismo mensaje naciera de una institución o de un ente. Parecería creado por una autoridad, una caja vacía sin nombre y sin corazón.

3. En el flujo comunicativo, la inmediatez adquiere una grande importancia

En las redes sociales la inmediatez del mensaje y el relativo tiempo de respuesta lo es todo. Aún más cuando se quiere difundir una buena idea a través de las redes sociales y construir un debate abierto y fecundo.

4. Una conversación en las redes sociales funciona si somos capaces de escuchar a nuestro interlocutor

Una consecuencia directa del carácter conversacional de las redes sociales es que estamos obligados a escuchar a nuestro interlocutor, seguir su respuesta (a un *tuit* nuestro, a un comentario, etc.). De hecho, bien pensado, escuchar al prójimo es la esencia misma de las redes sociales.

5. El objetivo principal de las redes sociales es involucrar a la comunidad

A diferencia de los medios tradicionales, en las redes sociales el objetivo primordial es crear participación, cambiar ideas, establecer lazos, suscitar emociones y aprobaciones, trasformar los seguidores en usuarios ocupados y activos. Un ejemplo: la cuenta de *Twitter* del Papa **Francisco**. Hoy un *tweet* suyo genera cerca de 10 mil respuestas, en comparación con las mil de media de **Obama**.

6. El éxito de una "comunidad" depende de los contenidos publicados

Phoca PDF

La mejor forma para obtener seguidores en las redes sociales es ofrecer siempre contenidos con un valor añadido. Puede ser información práctica y útil, consejos y sugerencias, e incluso exhortaciones e ideas. Las cuestiones fundamentales del hombre como la paz, el amor, la justicia, la libertad, exigen ser difundidas y defendidas siempre en voz alta. Las redes sociales pueden ser un buen altavoz.

7. Hay que circunscribir el tema de la conversación

La llave del éxito de las redes sociales es encontrar el tema idóneo que genere una conversación. Pero el tema tiene que ser siempre específico. Si es genérico o ambiguo, se crea confusión o no engancha. Hace falta abordarlo con coherencia, con transparencia y manifestándose abiertos a la crítica.

8. En las redes sociales la sencillez es fundamental

La sencillez paga. En la vida, como en las redes sociales, el uso de términos complejos, abstrusos, aleja a las personas. Hay que ser sencillos al expresar una idea.

9. En las redes sociales la artificiosidad tampoco funciona

La naturalidad nos acerca a los otros y nos ayuda a ser comprensibles. Un buen ejemplo es la espontaneidad y humildad con las que el Papa Francisco comunica a través de su cuenta oficial de *Twiter*.

10. Las redes sociales son un lugar para dejarse ver

Pero este lugar exige sobre todo el respeto de quien nos escucha, ser auténticos, trasparentes, verdaderos respecto a los sentimientos y las emociones.

Fabrizio Piciarelli, en familyandmedia.eu.

Phoca PDF