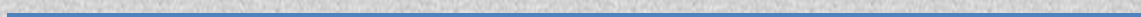


ASOCIACIÓN CULTURAL

ORBAYU

Foro de debate: implicaciones del uso de las redes sociales

Agosto 2020



Índice

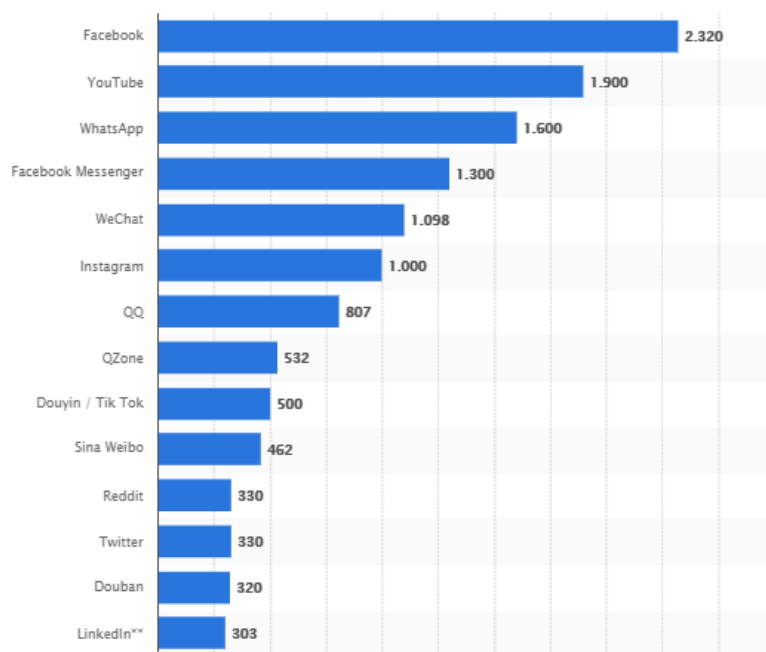
Redes sociales	2
¿Qué es un influencer?	3
¿Qué podemos hacer? ¿Existen alternativas?	5
Nuestro foro	6

Redes sociales

Las redes sociales están omnipresentes y muchos, ya no solo los más jóvenes, dedican a diario cantidad de tiempo a seguir lo que se dicen en ellas. Los políticos las usan para difundir sus mensajes y los particulares para comunicarnos entre nosotros. En estos momentos existen más medios para comunicarnos que nunca, y paradójicamente, parece que no estamos bien informados, nuestros mensajes son más superficiales que nunca y no existen debates de ideas serios. ¿Por qué estas herramientas tan poderosas no nos están ayudando a estar más próximos y a enriquecer la comunicación?

Resulta muy atractivo contar con una potente cuenta de correo electrónico totalmente gratuita, disponer de mensajería instantánea, poder consultar millones de vídeos o escuchar nuestra música favorita sin ningún coste. ¿Por qué renunciar a esta gran cantidad de servicios, si no nos cuesta nada?

Whatsapp, Facebook, twitter, instagram, tiktok y otras muchas acumulan en todo el mundo millones de usuarios. Se calcula que alrededor del 40% de la población mundial usa redes sociales.



Ranking mundial de redes sociales por número de usuarios. Fuente: [Statista](#).

En los últimos días, las comunidades autónomas usan los influencers en sus campañas de publicidad para concienciar a los jóvenes de los peligros de la covid-19.

¿Qué es un influencer?

Es una persona que destaca en una red social u otro canal de comunicación y expresa opiniones sobre un tema concreto en el que ejerce una gran influencia sobre muchas personas que la conocen.

Tiene el poder de afectar las decisiones de compra de otras personas, por su autoridad, conocimiento, posición o relación con sus seguidores.

En la actualidad, muchas marcas comerciales les subvencionan para promocionar sus productos.

La guerra entre las grandes potencias económicas mundiales ya se ha trasladado a este ámbito. Estados Unidos ha lanzado una gran ofensiva para hacerse con el control de Tiktok en su territorio ante la pujanza de esta red china.

Detrás de este conflicto está el acceso a la información. Los gigantes tecnológicos nos regalan servicios muy apetecibles (correo electrónico, mensajería instantánea, navegación web, localización GPS, ...) pero a cambio recopilan cantidades ingentes de información sobre nuestros hábitos y nuestras preferencias y la explotan comercialmente.

Así empezó la cosa, con el interés económico, pero ya existen casos contrastados de manipulaciones que van mucho más allá. Lo ocurrido con Facebook que ha filtrado datos de unos 50 millones de usuarios (algunas fuentes hablan de más de 80 millones) a la consultora británica **Cambridge Analytica** (vinculada con la campaña electoral de Donald Trump) ha puesto de manifiesto una manipulación con fines políticos. El fundador de la red social, Mark Zuckerberg ha admitido errores en la custodia de los datos personales de sus usuarios. Con la información

obtenida se ha desarrollado software para predecir e influir en los votantes.

Resulta increíble que después del escándalo suscitado por esta noticia en 2018 no se haya notado ninguna repercusión en el uso de Facebook, y ahora todo parece olivado.

La mayoría de las redes recopilan información sobre el modo en que usamos sus servicios, es decir, el tipo de contenido que vemos o con el que interactuamos, la frecuencia y la duración de nuestras actividades, las personas y los grupos con los que estamos conectados y cómo interactuamos con ellos, las personas con las que más nos comunicamos, los grupos donde compartimos más contenido...

Guardan información asimismo acerca de los ordenadores, teléfonos u otros dispositivos, así como los datos generados por esos dispositivos, en función de los permisos que les hayamos concedido, que en la mayoría de los casos suelen ser todos, porque queremos que la aplicación funcione. También registra la posición geográfica del dispositivo, si tenemos activado el GPS, Bluetooth o estamos conectados a la red WiFi, e información sobre la conexión (el nombre del operador, el tipo de navegador, el idioma y la zona horaria, el número de móvil y la dirección IP).

Eso sin contar todo lo que proporcionamos si efectuamos compras o transacciones financieras (el número de la tarjeta de crédito o débito, otros datos sobre la cuenta, detalles de facturación, envíos y contactos), o la información que damos cuando visitamos sitios web y aplicaciones de terceros que usan la red social (mediante el botón "Me gusta" o a través del inicio de sesión).

¿Qué podemos hacer? ¿Existen alternativas?

Existen movimientos que propugnan darse de baja de las redes sociales, o por lo menos de las más destacadas en cuanto a la cesión de datos de carácter personal. Algunos proporcionan consejos de uso (limitar los permisos que concedemos a las aplicaciones, como el de ubicación por ejemplo, o el uso del micrófono del teléfono) y recomiendan mejorar el conocimiento de las distintas opciones que ofrecen los navegadores y las aplicaciones.

Otra opción es el uso de redes y aplicaciones menos populares y que se suponen más seguras. Por ejemplo, sustituir el manejo de Google por buscadores como DuckDuckGo o StartPage que no rastrean nuestra navegación.

En cualquier caso, es importante ser conscientes del precio que estamos pagando, y luego podremos decidir en consecuencia. Esta preocupación nos lleva a proponer este foro para ayudarnos a entender mejor las redes y pensar cómo actuar frente al abuso de las multinacionales tecnológicas en la cesión de nuestros datos.

Nuestro foro

Este foro, propone debatir sobre el uso que hacemos de las redes sociales y reflexionar sobre las implicaciones que puede tener para nosotros como particulares y como colectivo.

Para iniciar este debate, proponemos empezar con la siguiente temática:

A pesar de ser conocedores del uso de nuestros datos de carácter personal, ¿compensa hacer uso de las redes sociales? ¿Debemos seleccionar cuidadosamente las redes o son todas iguales?