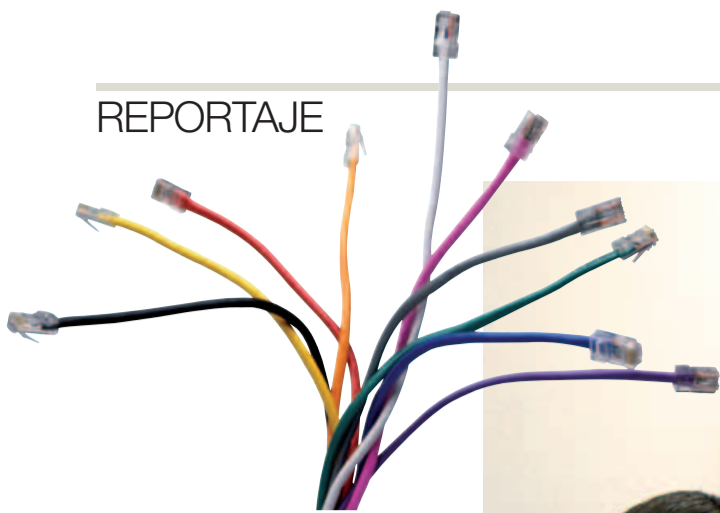
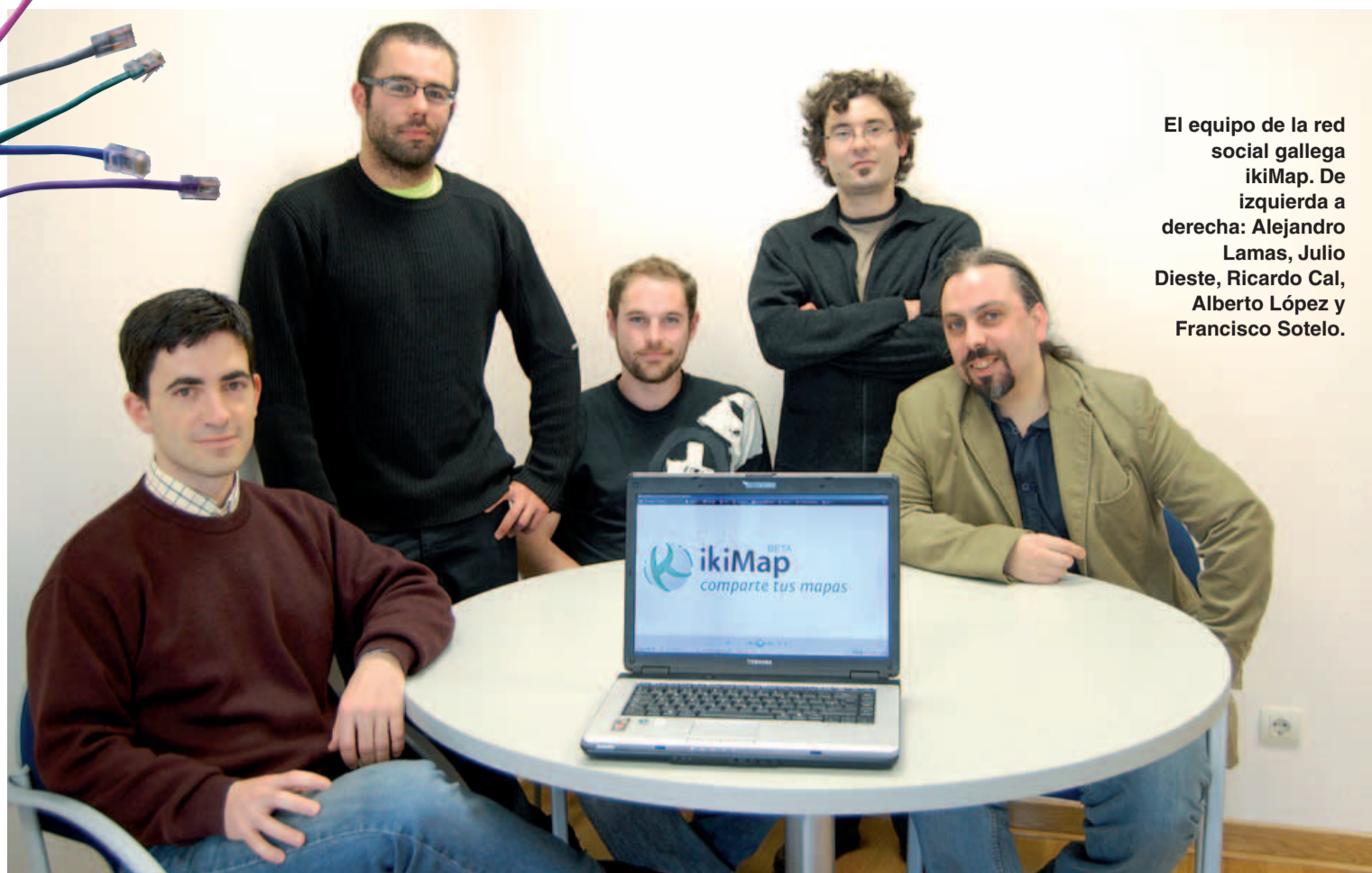


REPORTAJE



CREADORES DE PLATAFORMAS AUTÓCTONAS DESTACAN LA VERSATILIDAD DE UNA HERRAMIENTA DIGITAL QUE HA REVOLUCIONADO LA COMUNICACIÓN PERSONAL



El equipo de la red social gallega ikiMap. De izquierda a derecha: Alejandro Lamas, Julio Dieste, Ricardo Cal, Alberto López y Francisco Sotelo.

UN MILLÓN DE GALLEGOS TIENE YA ALGUNA CUENTA EL “BOOM” DE LAS REDES

Texto: J.A. OTERO RICART

Las concentraciones de “indignados” convocadas por Democracia Real Ya! en toda España a través de Internet son un claro ejemplo de la fuerza que están adquiriendo las redes sociales a la hora de defender una causa o movilizar a la población. Pero el poder de convocatoria de redes como Facebook, Tuenti o Twitter no se limita solo a los grandes acontecimientos; la mayoría de las veces son utilizadas para comunicarse, promocionar un concierto, organizar una cena de antiguos alumnos o simplemente compartir imágenes con los amigos.

Los sociólogos, sin embargo, creen que se está “sobredimensionando” el fenómeno y “sacralizando” el poder de estas herramientas digitales, al menos en lo que se refiere a los acontecimientos del Norte de África y a las acampadas de protesta en diversas ciudades de España. En este último caso, una página web gallega especializada en mapas, ikiMap, está recibiendo estos días más de 80.000 visitas sobre la ubicación de las protestas.

Una encuesta de La Red Innova publicada esta semana revela que los principales usos que los internautas españoles dan a las redes sociales son compartir información (el 82,68 % de los encuestados), crear contactos profesionales (69,83 %) y mantener el contacto con sus amigos (58,65 %).

Se trata de un fenómeno social que está creciendo a pasos

agigantados, hasta el punto de que el 88% de los internautas gallegos —en torno al millón de personas— usa al menos una de ellas para comunicarse, y en el último año el porcentaje ha subido casi un 10%, según datos de Ocio Networks. En cuanto a las preferencias, el 80% de ellos utiliza Facebook, un 39% es usuario de Tuenti y otro 20% tiene una cuenta de Twitter. Además, esta nueva forma de comunicación se extiende rápidamente entre los más jóvenes: se calcula que siete de cada diez niños gallegos usan redes sociales y la mitad de ellos tienen dos o más perfiles.

A pesar de este rápido crecimiento en el número de usuarios, los sociólogos se muestran cautos a la hora de valorar el fenómeno. En opinión de Xosé Luis Barreiro Rivas, profesor de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Santiago, en los últimos meses se ha “sobredi-

mencionado” el papel que están jugando las redes sociales en las distintas movilizaciones. En el caso de España, Barreiro cuestiona también la trascendencia del movimiento de protesta, porque “la regeneración de la política o el planteamiento de los partidos son cuestiones de alta complejidad, y con decir que *esto no vale para nada* no se resuelve el problema y puede llevar a una mayor confusión”. Entre las ventajas que observa el sociólogo de la Universidad compostelana está la reacción de los jóvenes, “ya que cuando dicen que “algo hay que hacer, es un avance sobre el hecho de verlos en el botellón. Me gustan los movimientos, pero no creo que estos sean los que vayan a introducir cambios en la estructura política del país”.

Para el sociólogo de la Universidad de Vigo José Francisco Durán, el hecho de que las redes sociales sean el método utilizado

para convocar movilizaciones no debe sobredimensionar el fenómeno. “Las redes sociales ponen en contacto a la gente de una manera más o menos rápida, pero lo importante son los problemas de fondo que motivan las protestas. No podemos sacralizar el medio tecnológico y convertirlo en el objeto sustancial que provoca las movilizaciones”.

Otra cuestión distinta es el uso de las redes sociales como instrumento de comunicación entre los jóvenes, y ahí sí que tanto Barreiro Rivas como Durán aprecian la implantación de este fenómeno tecnológico, aunque a veces se emplea en “comunicar por comunicar”, pero sin mayor trascendencia en las relaciones personales.

Además de las grandes redes sociales mundiales, poco a poco van surgiendo nuevas herramientas digitales más locales o más especializadas. Galicia no es una excepción y en el último año, coincidiendo con la desaparición de Vieiros y el Chuza original, se han consolidado media docena de nuevas redes autóctonas. Cabozo, por ejemplo, sigue el modelo de Facebook, mientras

que Latri.ca se inspira más bien en Twitter. Otras son más específicas y así Pleitenado se centra en cuestiones legales, ikiMap en todo lo relacionado con los mapas y Redelibras en el mundo editorial; Tuapli, por su parte, es una herramienta para promocionar el comercio en las redes sociales.

» Mientras los internautas aseguran que las redes “han llegado para quedarse”, los sociólogos creen que “se ha sobredimensionado el fenómeno” «

La mayoría de los usuarios gallegos se decanta por las plataformas mayoritarias de ámbito internacional o nacional. “Pero esa tendencia no indica un desprecio por las iniciativas galegas, senon que os usuarios buscan plataformas que congreguen o meirande número de contactos posible”, explica

Marcus Fernández, webmaster y subdirector de la revista “Código Cero”, que se plantea como más razonable “galeguizar” los servicios foráneos (Facebook está disponible en gallego) que lanzar iniciativas propias. Aunque ve como algo positivo los proyectos que están surgiendo en nuestro ámbito cultural, lingüístico y geográfico, teme que al final las grandes plataformas internacionales como Facebook o Twitter acaben con las iniciativas loca-



Marcus Fernández, webmaster de la revista “Código Cero”.

