

# Tus redes no son tus redes... entonces ¿de quién son?

written by Redaccion | 26/01/2021

Por José Román\*

“El futuro son los fanpages de Facebook”, “Sólo necesitas tener tu cuenta en Instagram y ya pone tu negocio en boca de todos”, “Crear tu cuenta en Twitter es suficiente”... Desde hace años he escuchado voces que apagaban a los sitios web, correos electrónicos y foros nombrándolos como cosa del pasado. Hoy la verdad es que no solo estamos lejos de que esto sea así, sino que las principales redes sociales nos lo han dejado en evidencia.

En los talleres y seminarios en los que he participado siempre hago el énfasis **en una presencia digital independiente a las redes sociales**, las cuales no son más que un canal de comunicación, pero la verdad es que si quieres hacer comunidad de verdad, debes establecer una comunicación directa con las personas, veamos las razones.

## El Caso Trump y todo lo que nos enseña en el manejo de nuestra presencia digital

Todos de alguna manera conocemos a Donald Trump, el empresario y saliente presidente de los Estados Unidos. Pocos personajes de la política mundial han sido más mediáticos que él, quien se popularizó principalmente a través de Twitter, donde alcanzó a tener más de 88 millones de seguidores. Cada tweet era tendencia, incluso muchos de ellos se convirtieron en la primera voz de sus decisiones y lo que pasaba en la Casa Blanca. No en vano muchos decían que gobernaba por las redes sociales.

Quizás conocemos un poco menos el cómo se manejan las redes

sociales desde adentro, a pesar de que casi todos tengamos cuentas en una o en todas. Las redes sociales son empresas privadas, que tienen sus condiciones, esas que aceptamos y (casi) nunca leemos.

En esas condiciones es donde inicia el problema de Trump, en el que estas empresas se reservan el derecho de suspender o cerrar una cuenta de forma parcial o total si consideran que hay razones para hacerlo.

Las empresas alegan constantes faltas a estos términos y condiciones por los llamados a la violencia, noticias falsas y otros que han salido desde las redes sociales del mandatario.

Hasta acá todo suena “normal”, entonces ¿Cuál es el problema y en qué nos afecta?

### **Censura:**

Literalmente, todo lo que digamos puede ser usado en nuestra contra (o en contra de nuestra cuenta), cada vez es más habitual encontrar en Facebook personas que les han sido limitadas sus actividades, incluso el hacer publicidad, por el simple hecho de haber compartido un meme que pudo ser ofensivo para alguien. Esta censura no solo nos afecta por ser censura de contenido, también puede afectar nuestros negocios.

### **Desigualdad en las acciones:**

Ya decíamos arriba que estas empresas “se reservan el derecho”, lo que implica que estas acciones son a discreción, ¿en qué se deriva esto? en que, seguramente por presiones de sectores de la política local y porque realmente les provocó, aplicaron todo el peso de “su ley” a un personaje como Donald Trump, sin embargo, hay otros mandatarios como es el caso de Maduro en Venezuela u Ortega en Nicaragua, que han usado las redes sociales para hacer llamados a la violencia de forma abierta y notoria internacionalmente.

Entonces, si son términos y condiciones que aplican para todos

¿por qué a ellos no les han aplicado suspensiones? Si vamos a nivel "micro" en nuestros casos son peores, porque de seguro Trump tendrá un equipo de abogados que peleará el caso, pero nosotros como usuarios, al tener alguna sanción simplemente quedamos aislados y perdemos todo el trabajo que hayamos realizado desde nuestras cuentas.

### **Pérdida de accesos:**

Recuerden que en Facebook, todo lo que hagamos en nuestras cuentas de empresa, va atado a nuestra cuenta personal, por lo que, si nos sancionan en la personal, podremos no tener acceso a nuestra cuenta de empresa.

Otro caso que no podemos dejar de lado, aunque no tenga que ver con Trump, son los recientes cambios en los términos y condiciones de Whatsapp que tienen que ver con los niveles de privacidad de datos que se manejan en la aplicación de mensajería. No, no nos van a leer las conversaciones, pero sí compartirán con otras apps como Facebook e Instagram nuestros tiempos de conexión, con quién hablamos, grupos en los que participamos, etcétera. Una vez más, no somos dueños totales de nuestra actividad en estas aplicaciones.

## **Entonces ¿qué podemos hacer?**

Lo mejor que podemos hacer para nuestra presencia digital y la de nuestra marca es tener la mayor independencia posible de estas redes, usándolas principalmente como canales y manteniendo el centro de nuestro negocio en internet bajo nuestro control por ejemplo, en nuestro sitio web.

Centremos nuestros esfuerzos en generar comunidad a través de otros canales más personales e independientes con nuestro público como foros o correos electrónicos. No digo que dejemos de usar las redes sociales, solo que debemos establecer de forma progresiva nuestro contacto con la comunidad a través de canales que hasta ahora se veían como "alternos y

opcionales”.

Hoy más que nunca nuestra presencia digital ha tomado más relevancia y con ella debemos centrarnos en hacerlo bien, conectando con la gente y sin poner todos los huevos “en una sola canasta”. Diversifiquemos nuestra forma de conectar para que no seamos los próximos Trump, pero invisibles y perdiendo nuestros activos digitales.

—

\* Soy José Román, especialista en comunicaciones digitales. Dirijo [romansmedia.com](http://romansmedia.com), donde nos especializamos en generar una presencia digital de valor para nuestros clientes a través del contenido y del posicionamiento en buscadores.