



# LA OETH TE INFORMA Y AYUDA EN EL PROCESO FORMATIVO DE NUESTROS NIÑOS Y JÓVENES

## IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN TIEMPOS DE CRISIS

Son aproximadamente ocho horas las que pasa un NIÑO O JOVEN frente a una pantalla cada día, 480 minutos en los que se refleja en un celular, computadora, tableta o televisor.

De esos 480 minutos, al menos el 38 % se invierten en revisar las redes sociales, destacando por su popularidad Facebook, WhatsApp

, YouTube, Instagram, Twitter, etc.

*Las redes sociales han probado ser una herramienta de doble filo cuando se trata de una crisis. Pero realmente, las redes sociales no son el problema, sino las personas que se encuentran detrás de ellas. Si nos enfocamos en convertirnos en mejores personas tendremos un mejor contenido a nuestro alcance.*

A un clic de distancia y en menos de un segundo, los buscadores ofrecen más de 1,000,000 de resultados a lo consultado por el consumidor. La frase: “el conocimiento es poder” jamás había sido tan cierta y, sin embargo, surge como su antítesis la frase: “ahora, el conocimiento les pertenece a todos”. Claro, de todo aquel con una buena conexión a internet. Ya no es necesario esperar largas horas para poder consumir un producto audiovisual, ni siquiera esperar a los periódicos para enterarse de las novedades tanto dentro como fuera de un país y, mejor aún, ya no es necesario esperar a algún familiar o amigo para poder comentar algo, con un simple mensaje, tuit o publicación podemos compartir todo aquello que nos resulte interesante. La libertad de expresión en su apogeo.

# EL ORIGEN DE LAS REDES SOCIALES

Antes de proseguir es necesario comprender a las herramientas que hacen posible tanto la difusión como la divulgación de todo tipo de contenido. La Web 2.0 hace referencia a todo conjunto de herramientas que sitúan al usuario como un agente activo incitando al aprendizaje y enseñanza; algunas de sus ramificaciones más conocidas son los blogs, podcasts y sobre todo, las redes sociales.

Las redes sociales son un grupo de aplicaciones que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por un usuario. Su creación y desarrollo cambiaron el panorama social, facilitando una comunicación inmediata, una nueva forma de entretenimiento, de compartir información y, sobre todo, el hacer más tangible la libertad de expresión y opinión pública. Ahora, todos pueden buscar, recibir y divulgar su opinión e ideas acerca de algo por cualquier medio.

Información, música, moda, noticias, películas y muchas cosas más. Ya no gana la calidad, sino la cantidad, uno siente la necesidad de hacer varias cosas al mismo tiempo. Estudiar y al mismo tiempo consultar Facebook. Los ejemplos son infinitos.

## UNA SOCIEDAD INMEDIATA

La globalización comenzó a ganar velocidad gracias a las redes sociales, en el mismo instante que algo sucede en un país el resto del mundo se entera. El tiempo es el mejor recurso que tiene el hombre, y todo aquello que lo ayude a invertirlo de mejor manera será reconocido como una ventaja competitiva. Sin embargo, el hombre se ha convertido en un adicto de aquello que en un inicio le daba más tiempo.

El afán de no querer perder ni un solo segundo ha desarrollado una impaciencia global, una presión tóxica que nos obliga a exigir lo más que podamos en el menor tiempo posible.

Información, música, moda, noticias, películas y muchas cosas más. Ya no gana la calidad, sino la cantidad, uno siente la necesidad de hacer varias cosas al mismo tiempo. Estudiar y al mismo tiempo consultar Facebook. Los ejemplos son infinitos.

Nos encontramos absortos por la rutina que gira alrededor de encontrarse en línea, alejándonos de lo cercano y acercándonos a lo lejano. Nos volvimos consumistas de aquello que antes parecía un sueño, consiguiendo productos de otro continente en la misma semana en la que lo pedimos. Con tendencias diferentes cada mes, aquello que demandamos nos supera a nosotros mismos.

No obstante, el efecto del internet y redes sociales no representa únicamente obstáculos, sino que posibilita de una mejor manera la democratización de la información. La responsabilidad de cada uno radicará en las fuentes y calidad de información que consulte.

## LAS REDES Y LAS CRISIS

Un gran ejemplo de lo anterior se presenta en las crisis. La Real Academia Española define este término como un cambio brusco que conlleva a consecuencias notables en una situación. Es una situación indeseada que suele ser difícil y que representa una transformación. Estos eventos solían ser asociados con la política, economía, salud y el conformismo social, no obstante, también se refiere a la situación dentro de una empresa, desastres naturales, tecnología e incluso a los espectáculos y a los individuos involucrados en el medio.

Considerando todas las categorías anteriormente mencionadas, pareciera que siempre se está sufriendo una crisis en el mundo y cuando no es así, nosotros mismos las inventamos.

Ello se refiere a las **FAKENEWS**, conocidas como contenido difundido a través de diversos portales de páginas web, medios tradicionales o redes sociales con el objetivo de difundir información falsa acerca de un determinado tema o bien, incitar la desinformación.

A través de un estudio entre 2006 y 2019, donde se analizaron aproximadamente 4.5 millones de tuits, se determinó que la información falsa se difunde con un mayor alcance y de forma más rápida que la verdad en todas las categorías de información. Estos datos son tan preocupantes que se prevé que en el año 2022 se consuman más noticias falsas que reales en redes sociales.

El principal medio de propagación de las **FAKENEWS** son las redes sociales, y tan solo un 14 % de la población puede distinguir el carácter falso de las mismas. El resto, bajo la premisa de sus ventajas, se dejan llevar por todo lo que ven asumiéndolo como una verdad absoluta. La propagación de la desinformación en la era de la sociedad de la información.

A primera instancia pareciera que sus consecuencias son de corto alcance, sin embargo, son capaces de alterar el orden social, la opinión colectiva respecto a alguna situación, partido político o persona, la desviación de recursos y sobre todo, el afectar la salud mental de los individuos por medio de sembrar el pánico en situaciones delicadas o bien, en crisis.

Un gran ejemplo es el sismo del 19 de septiembre del 2017, con una magnitud de 7.1 sacudió gran parte del **DE NUESTRO PAÍS HERMANO MÉXICO**, varios países mostraron su empatía enviando voluntarios y suministros. Las redes sociales se inundaron de dinámicas para encontrar a familiares y amigos ante la catástrofe demostrando una gran aplicación de dicho medio.

En esa una situación se apreciaron los dos lados de la moneda de las redes sociales, ayudando a identificar personas y creando otras nuevas. Afectando la salud mental de una cantidad considerable de individuos, se comenzó a dudar de dichas plataformas. Una herramienta que podía agilizar la situación se convirtió en arma de doble filo.

No es necesario retroceder unos años para encontrar ejemplos; ante la actual pandemia de coronavirus las redes se han infestado de información cuyo único objetivo es alarmar, sembrar pánico y quitar el punto de enfoque de aquello que trata de ofrecer medidas preventivas.

**Gran cantidad de posts son relacionados a consejos, cifras reales de expansión y noticias útiles, no obstante, también se ha compartido información sin fundamento alguno. Tal como la solución al COVID 19, propuesta por el presidente de ESTADOS UNIDOS que utilizando un desinfectante con CLORO era la mejor forma para erradicar el virus, noticia QUE LLEGO COMO FAKENEWS.**

El Director General de los Servicios de Atención Psiquiátrica de la OMS afirmó que las **FAKENEWS** pueden afectar la salud mental, generando angustia, confusión que incita la sensación de peligro e incluso aumentan el riesgo de sufrir estrés crónico. Todo ello derivado de no consultar adecuadamente un contenido y compartirlo extendiendo esta confusión. Es momento de darse cuenta del poder que tiene cada uno como nuevo productor de información.

## **PROSUMERS, EL NUEVO PODER**

Ha surgido un nuevo fenómeno que no ha recibido la atención suficiente y que es necesario se considere para regular las redes sociales.

Se trata de los **PROSUMERS**, se entiende por ello a los individuos que fungen como consumidores y como productores de contenido e información. Es necesario entender el momento de convergencia digital, donde los espectadores ya no son pasivos y buscan tener una participación más activa; es por ello que ahora todos somos **PROSUMERS**, consumiendo contenido todo el tiempo y, nos volvemos productores al momento de compartir.

Como **PROSUMERS**, todos contamos con un poder y privilegio que no podemos malgastar compartiendo información falsa, por eso es necesario crear una conciencia social acerca de la responsabilidad que tiene cada uno, consciente de los efectos de las **FAKENEWS**.

Es necesario que compartamos contenido de calidad, ello no refiere únicamente a información educativa o noticias, sino un contenido que no tenga como fin el engañar o burlar la dignidad de otras personas. Se trata de desarrollar un sentido crítico que nos permita difundir algo que realmente esté fundamentado y que refleje los ideales que cada uno tenga.

De igual manera el evitar compartir **FAKENEWS**. Antes de compartir un contenido uno debe de contrastar o comparar la información, buscar si otros medios han publicado la noticia y la forma en la que la relatan; usualmente los medios abandonan su ideal de objetividad y manejan la información para interpretarla según sus intereses.

Asimismo, no dejarse engañar por los titulares, frecuentemente son escandalosos o agresivos ante una situación. El nombre del autor y la página de donde sea publicada también puede dar una idea al lector de que el contenido sea verídico o no.

Se trata de desarrollar un hábito de lectura donde se consulten fuentes verificadas para desarrollar un contexto general de una situación determinada. Es aprender a discernir en esta era de la información. La actitud de la sociedad durante una crisis variará de sobremanera según el contenido que se manifieste más en su alrededor o en redes sociales.

En estos tiempos de crisis por el coronavirus, compartamos información que ayude a la comunidad: síntomas, acciones para reducir el riesgo y noticias actuales acerca de descubrimientos y avances para una cura o control del virus.

De igual manera, hagamos énfasis en todo aquello que nos puede ayudar a desarrollarnos durante el tiempo que tenemos, la oferta de cursos en línea por parte distintas universidades del mundo, así como cursos de idiomas, o bien, los recorridos virtuales que las instituciones culturales realizan, tales como el Museo del Prado, El Louvre, el Museo Nacional de Colombia, ..., así como conciertos por parte de conservatorios y filarmónicas; el darse tiempo para ejercitarse, leer y sobre todo, desarrollar un sentido crítico y empatía ante la situación.

**DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA OETH**

**Jueves 23 de Julio de 2020.**