

TRIBUNA

COMUNICAR, PERO
SIN DAÑAR

ALEJANDRO SUÁREZ

Una nueva modalidad de acoso está surgiendo entre nuestros jóvenes y adolescentes: el ciberacoso. Durante los últimos años, la proliferación de las redes sociales se ha hecho evidente y se han convertido en uno de los instrumentos más utilizados entre los jóvenes y adolescentes. Las nuevas generaciones han encontrado en las redes sociales una forma de expresarse sin trabas y a gran escala, una vía de comunicación inmediata, con capacidad para emitir mensajes públicos y privados en su propio espacio personal. El problema surge cuando nuestros jóvenes no realizan un buen uso de éstas y el daño que producen puede llegar a tener consecuencias fatales si no se utilizan adecuadamente.

Hace pocas fechas un joven universitario estadounidense anunciaba en su cuenta de Twitter su intención de emitir un video en directo, a través del iChat, de un amigo manteniendo relaciones sexuales. La imagen se retransmitía sin consentimiento del protagonista y para visualizarlo citaba a todos sus contactos de Twitter a una hora determinada. Esta llamada se repitió más de una vez a través de la red social, pasando de unos a otros sin ningún tipo de pudor, y cuando llegó a oídos del protagonista del video escribió un mensaje de despedida en el Twitter y acto seguido se suicidó.

La discriminación entre los jóvenes, por razón de su condición sexual, físico o simplemente por ser más débil, se ha producido siempre y suele ser más cruel y más habitual que el acoso entre los adultos. No obstante, el acoso a través de las redes sociales o ciberacoso es, si cabe, más cruento y más duro, ya que el mensaje puede llegar a muchas más personas de manera inmediata y constante. De este modo, la persecución no cesa cuando se acaban las clases; continúa todavía cuando el joven llega a su casa y le persigue hasta llegar a su ámbito más privado sin dar posibilidad al respiro.

Las redes sociales ofrecen la posibilidad de emitir mensajes de manera anónima a un

gran público, de forma que el receptor puede recibir una gran cantidad de información sin saber quién la emite. Si se hace un mal uso de las redes sociales, como en el caso del ciberacoso juvenil, el impacto en el receptor es mucho más agresivo psicológicamente por su alcance que el que podría producirse a través de un enfrentamiento cara a cara.

No cabe duda de que las redes sociales han revolucionado el mundo de la comunicación y han abierto numerosas puertas, tanto en el ámbito privado del usuario como en el público. Las empresas también se han servido de éstas con fines comerciales; incluso los partidos políticos están consiguiendo interactuar de una manera más directa con el ciudadano. Pero el lado oscuro también existe, y en este caso, nuestros jóvenes no están a salvo.

EL LADO OSCURO
DE LAS REDES
SOCIALES TAMBIÉN
EXISTE, Y LOS
JÓVENES NO ESTÁN
A SALVO

El mal uso de las redes sociales por el usuario sin la madurez psicológica suficiente para afrontar el alcance comunicativo que posee puede ser fatal. Debemos plantearnos si nuestros jóvenes deberían tener un acceso libre, o por el contrario, definir alguna acotación o restricción al uso de las redes sociales, aunque somos conscientes de la dificultad de establecer este tipo de medidas en un entorno donde la libertad de acceso a la información es una de sus principales características. Desde los hogares, desde las aulas y desde las instituciones, debemos enseñar a nuestros jóvenes a usar internet, como la herramienta que les va a servir para comunicar, pero sin llegar a dañar. ❧

CEO Ocio Networks

Vodafone saca partido
a la comunicación 2.0

VODAFONE EMPRESAS HA PUESTO EN MARCHA DISTINTOS CANALES PARA INTERACTUAR CON LOS USUARIOS Y PRESENTARLES SUS NOVEDADES

D. E.
MADRID

Las nuevas herramientas del entorno web han ampliado las posibilidades de comunicación para los internautas. En la actualidad, los usuarios pueden intercambiar conocimientos en la red generando contenidos en base a su aportación. Estas nuevas iniciativas, que se han ido generalizando en los últimos años, también afectan a las empresas a la hora de desarrollar nuevos productos y servicios o en la definición de los mensajes, entre otros aspectos.

Vodafone conoce la importancia que las herramientas de comunicación 2.0 tienen a la hora de interactuar con los usuarios y conocer cuáles son sus necesidades e intereses. Por eso, en el caso de Vodafone Empresas la relación con el usuario en los *Social Media* se produce, fundamentalmente, a través de estos canales: el blog *Cookingideas* (www.cookingideas.es), Facebook, Twitter, el Foro de Vodafone y YouTube.

VODAFONE CUENTA
CON MÁS DE 53.000
SEGUIDORES EN
FACEBOOK

COOKING IDEAS. Con un estilo personal y directo, en el blog de *Cookingideas* el lector puede encontrar desde *posts* diarios redactados por *bloggers* de referencia a nivel nacional (*Microservicios*, *La Cacharrería*, *Strambotic*...) a divertidas viñetas con los últimos temas de actualidad. Categorizados en distintas secciones (*Ciencia*, *Empresa*, *Internet*, *Tecnología*, *Vida Digital* y *Vodafone*), este blog va mucho más allá de albergar contenidos de Vodafone. En él se pueden descubrir curiosidades sobre dispositivos electrónicos, descubrimientos científicos o la influencia de las redes sociales. Además, los usuarios pueden visionar videos que les mostrarán cómo poner a punto los últimos *smartphones*: HTC, BlackBerry, Samsung, Sony Ericsson, Nokia o iPhone.

FORO VODAFONE. El Foro de Vodafone (<http://www.forovodafone.es>), donde se publican las intervenciones y opiniones de usuarios sobre Vodafone,



está dedicado a cuestiones de nivel técnico y funcionamiento de sistemas operativos de móviles. Los usuarios pueden ayudarse entre ellos y dar respuestas a sus dudas o conocer cómo sacar más partido a sus dispositivos. Pueden participar los clientes que estén dados de alta en Área de Clientes y es visible para todos.

REDES SOCIALES. Vodafone también está presente en Facebook y Twitter, donde cuenta con más de 53.000 y de 15.500 seguidores, respectivamente. En ambas plataformas sociales se dan a conocer nuevas campañas, noticias sobre Vodafone o lanzamientos, entre otras novedades. Los usuarios pueden ver y compartir videos, opinar

sobre ellos, e incluso, participar en juegos o concursos.

CANAL YOUTUBE. En el Canal YouTube es posible ver todas las novedades, demostraciones de uso de los *smartphones* de Vodafone, así como dispositivos y últimas campañas. Es un canal perfecto para que los amantes de la publicidad puedan ver los últimos *spots* o para poner en marcha los nuevos *smartphones*, ya que, paso a paso, se muestra cómo configurarlos y cómo usar sus aplicaciones.

Gracias a esta nueva forma de comunicarse, se pueden transmitir de otro modo las novedades e innovaciones y, en definitiva, interactuar y relacionarse con los clientes formando parte de la misma comunidad de marca. ❧