

Desenredando la red



Ana Laura
Trias *

El Hombre como ser social, más allá de la actividad que desarrolle, inherentemente genera vínculos. Por tanto, las redes sociales de las que tanto se habla, están en nuestra naturaleza. La escuela, el club, las comunidades religiosas, fueron desde siempre nodos a partir de los cuales las personas han desarrollado su red de contactos. La tecnología no es más que una herramienta que nos permite analizar nuestras redes y planificar su desarrollo estratégico.

Al hablar de "Redes Sociales Virtuales" parece que nos alejamos de la esencia misma de las redes sociales, algo tan cercano como conocido. Se habla de "perfil", "estados", "contactos". ¿Pero qué pasaría si comen-

zamos a pensar en nuestra capacidad de vinculación, tal y como la conocemos? Podríamos traducir "perfil" simplemente a cómo nos presentamos, quiénes somos, qué hacemos, qué cosas disfrutamos. Y así como en las distintas redes sociales virtuales nos presentamos con un perfil profesional o personal, también en nuestros núcleos sociales elegimos distintas formas de presentarnos. Podríamos traducir "estados" como aquello en lo que estamos trabajando o las vacaciones que planificamos, y "contactos" podríamos llamarle directamente vecina María, primo Pedro, y así todas las personas con las que nos vinculamos. Esto nos permitiría pensar las redes sociales (virtuales) como algo sencillo, que ponemos en práctica todo el tiempo. La oportunidad de analizar y planificar un desarrollo estratégico, permite ser más efectivos.

Hay contactos que son estratégicos porque tenemos una

relación de cercanía, porque nos conectan a un fuerte grupo de personas, porque acceden y proveen información relevante, o porque son el camino más corto para conectar con otra persona o grupo de interés. Identificarlos y saber cuál es el aspecto fundamental que hace que sean importantes en nuestra red, es un factor clave. Esto es lo que algunos expertos llaman "capital social", no es más que la estructura de relaciones y su poder de capitalización para lograr objetivos. Dicho de este modo parece demasiado frío y calculador, y puede serlo. Sin embargo, algo a destacar y que quizá resulte una obviedad, es que las redes sociales las componen

“ Para los emprendedores las redes sociales constituyen un nuevo aliado ”

personas. Y aunque podemos graficar una red de conexiones entre distintas organizaciones lo real es que quienes activan esa red son las personas.

Para las organizaciones es igualmente importante identificar internamente quiénes son las personas estratégicas. Del mismo modo que en la red de un sujeto, una institución puede identificar personas que tienen amplia información, que tienen relación con un gran número de personas dentro o fuera de la organización, que se vinculan con personas estratégicas en otras instituciones, etc.

El acceso a la información a través de las redes sociales forma parte del capital que debemos ser capaces de aprovechar. Pensar en las redes como un medio de comunicación abierto y libre que nos permite acceder y brindar información, no debiera pensarse nunca como una desventaja. Es verdad que lo escrito permanece y debemos ser cuidadosos de nuestras palabras en la web, así como en nuestros núcleos sociales somos responsables de lo que planteamos. Porque de eso depende

nuestra credibilidad y la fortaleza de nuestros vínculos. En este sentido, la información compartida es parte del conocimiento colectivo que nos posiciona individualmente y a nuestra red en una mejor situación para desarrollar acciones.

Para los emprendedores, las redes sociales constituyen un nuevo aliado, que admite cualquier disciplina y les acerca el mercado en cualquier parte del mundo. Captar clientes, posibles socios o abrir nuevos mercados son algunos de los caminos que propone.

A partir de esta forma de pensar las redes, podemos proponernos un ejercicio de análisis práctico que nos permita identificar si el modo en que nos presentamos refleja cómo queremos mostrarnos, cuáles son nuestros contactos estratégicos y de qué tipo, y si el desarrollo que está teniendo nuestra red, en términos del tipo de contactos y la información que compartimos, se orienta hacia nuestros objetivos o debemos reorientarla.

*Coordinadora de Comunicación del CIE de Universidad ORT Uruguay