

¿Qué comunicas en las redes sociales? (2ª parte)

Por Jorge A. Oriza Vargas © 255-2015

Como mencionaba en la primera parte de este artículo, el primer efecto negativo que vemos en el uso de las redes sociales, y que con frecuencia daña las relaciones interpersonales, es el problema adictivo. Entender que es una adicción¹, y la dependencia que genera en nuestro comportamiento, en el uso de nuestro tiempo, es fundamental para entender porque el uso de estos recursos contemporáneos, puede afectar nuestras relaciones interpersonales.

Es común ver a las personas en sus diversos ámbitos de interacción social, distrayéndose con su pequeño "aparato" e ignorando al mundo y a las otras personas que los rodean. Ese es precisamente un efecto adictivo, porque la sensación de bienestar que les genera el uso del equipo, con sus redes asociadas, distrae totalmente su atención, de manera automática, con poca intervención del consciente (como todos los hábitos y las adicciones), provocando en ocasiones molestia en las personas que le rodean o con las que está conviviendo en el momento –como la mayoría de adicciones.

Además, decía en la primera parte, nos acostumbramos a comunicarnos de manera deficiente para los asuntos importantes y esto nos puede acarrear problemas. No basta un "te envié un mail", o un "WhatsApp", si nunca supe si realmente te enteraste, o qué opinas, o tus propios puntos de vista. La recomendación es: cuide sus relaciones importantes y sus asuntos importantes no los haga depender de las redes sociales.

Algunos de estos efectos pueden comprenderse mejor con la ayuda del concepto de *la ventana de Johar*², utilizado desde hace muchas décadas en los estudios sobre Relaciones Humanas, pero útil y vigente para comprender como fluye la información en nuestra comunicación con los demás, y como interactuamos con ellos, considerando lo que nosotros somos conscientes de mostrarles o comunicarles, y por otra parte, lo que los demás saben o perciben de nosotros, o nos retroalimentan sobre ello.

En las 4 áreas de análisis de este esquema conceptual (se ve como si fuera una ventana dividida en cuatro cuadros), nos referiremos primero a la considerada zona "abierta" o "pública", que incluye todo lo que yo sé de mí y que a la vez, los demás saben o conocen sobre mí. En esta área, somos conscientes de los mensajes que enviamos a los demás, y que desde una perspectiva ética, pueden ser sinceros, veraces, o pueden ser distorsionados, manipulados, o simplemente incompletos. Muchas cosas se escriben en las redes, y hay algunas que por supuesto pueden dejarnos esta duda (sinceridad, intencionalidad, etc.).

En la siguiente área, el individuo controla las cosas que son "personales", las que no quiere que los demás se enteren; es un área llamada "oculta", que incluye lo que yo sé de mí, pero los demás no saben; se quedan en esta área, mis cosas y asuntos personales, y las intenciones que puedo tener para comunicar mensajes hacia el área pública. Como vemos en las redes existen cosas que están en el área pública, proceden del área oculta, y se prestan a la

¹ Cápsula ADEF 241 Adicciones e IE

² Concepto ideado por Joseph Luft y Harry Ingham. En Internet hay muchas referencias sobre este tema. Busque una que sea profesional.

manipulación; situaciones interiores, problemas psicológicos, de cada personalidad involucrada, derivados de temores, traumas, enojos, intereses no claros, etc.; cosas que se quieren ocultar (o mentir, o engañar) por muy diversas razones, y que siendo del área oculta, determinan los contenidos del área pública. De aquí salen todos los usos que se denuncian sobre extorsión, abuso de menores, de mujeres o cualquier otro uso ilícito o inmoral.

La tercera área se denomina área "ciega"; comprende lo que yo no veo de mí, pero los demás si saben o han percibido de mí. En las redes sociales, como no hay necesariamente retroalimentación en tiempo real, de tantos supuestos "amigos", esta puede ser un área muy amplia en la que pueden existir imágenes de mí que no conozco o no soy consciente de haber generado por mensajes no pensados adecuadamente o transmitidos con cierta ingenuidad. Finalmente, la última área incluye lo que los demás no saben de mí, ni yo lo sé; es el área del subconsciente o llamada área "desconocida" y no interviene en este análisis.

Es evidente que analizar con mayor amplitud todo el esquema, nos llevaría mucho más que el alcance de este artículo. Sin embargo para encontrarle utilidad a este breve análisis, sólo quiero puntualizar algunas situaciones que veo en el uso de estas facilidades de comunicación.

- a) Difícilmente recibimos retroalimentación o damos retroalimentación, sobre los múltiples mensajes que enviamos o recibimos, que como vemos están en el área pública. Es conveniente buscar la retroalimentación de asuntos que lo ameriten, de manera personal.
- b) Por lo anterior, es necesario ser cuidadoso en seleccionar a las personas que están en el círculo o alcance de la red, y más cuando el sistema les llama "*amigas*" por criterios totalmente distorsionados de lo que es la amistad verdadera o de lo que la palabra "*gusta o gustar*" implica. Los vínculos y las decisiones importantes, relacionadas con los verdaderos amigos, no se deben manejar por las redes sociales. Trate de hacerlo siempre de manera personal.
- c) Recordar que los mensajes que nosotros enviamos, pueden estar mostrando situaciones o rasgos personales que no debería hacerse públicos, y que pueden dar una imagen inadecuada, o incompleta, o no conveniente, sobre nuestra propia persona. O también pueden mostrar rasgos de nuestra personalidad que no obstante ser comunicados sin ninguna intencionalidad específica, sea observables por muchas personas en esta área pública. Por eso es necesario y recomendable, sólo tener contacto en las redes, con personas que haya conocido en otro ambiente más cercano, o no hacernos de *amigos* sólo a través de la red, de gente que realmente nunca conoceremos bien. Le sugiero revalorar el concepto de amistad³ y no enviar mensajes de carácter personal que no estemos seguros de la conveniencia de enviarlos.
- d) Puede haber personas que dependiendo de su ética, muestren en esta área pública, información o mensajes manipulados o con fines mal intencionados. Por eso es muy necesario ser muy cuidadosos con la información que recibimos en temas importantes o

³ Por ejemplo, la Cápsula ADEF no. 103 y la 201 nos hablan de la amistad.



Asesoría en Desarrollo
Empresarial y Familiar

delicados; familiares, de trabajo, religiosos, políticos, etc. Engañar a los demás en el área pública, por "intenciones" del área oculta de la ventana, que no necesariamente se expresan en público, es lo que llamo el "*efecto Johari*" y que es muy común en las redes, cuando sabemos del mal uso que en ocasiones se hace de ellas. Es decir, es necesario ser conscientes del uso de la "ventana pública" y del área "oculta" en las redes sociales, que por aspectos psicológicos, o de intencionalidad, los receptores pueden no saber de manera completa, o recibir una imagen manipulada o no verdadera, y pueden ser engañados. Por eso, le sugiero que siempre tenga mucho cuidado de la sinceridad o veracidad de la información que recibe en las redes sociales, sobre todo de individuos que no conozca personalmente, cara a cara. En fin, seguramente este tema da para hablar muchas cosas más; espero su "retroalimentación" y le recuerdo, no necesita estar de acuerdo conmigo. Hasta la próxima.

Jaov'

Cualquier comentario u opinión, se agradece de antemano y se puede recibir en mi mail: iem@iema-oriza.com

NOTA: Este artículo puede ser compartido, con cualquier persona interesada en el tema, siempre y cuando se mencione la referencia de su autor, y no sea para fines de lucro. El autor se reserva todos los derechos sobre sus artículos, conforme a las leyes vigentes. **Todas las Cápsulas de ADEF**, tienen registro de derechos de autor vigente.