

Por qué X no es una red social (y otras plataformas tampoco)

El término *red social* surge en los años 60 del siglo XX en el campo de la sociología, y se afianza a finales de los 70 en otras áreas como la antropología o los sistemas complejos.

Una red social es el sostén que nos brinda el grupo de amigos, conocidos, vecinos y familiares en los que nos apoyamos y con los que interactuamos regularmente (lo que parafraseando al politólogo angloirlandés Benedict Anderson llamamos “comunidades reales”).

Antes del término “red social”, en el ámbito hispanohablante, las diferentes aplicaciones a las que se accedía en una computadora se nombraban según su función (blogs, microblogs, mensajería, fotografía...). Por ejemplo, Twitter ([hoy X](#)), creada en 2006, era una herramienta de “*microblogging*” porque permitía publicar pequeños textos de hasta 140 caracteres.

La popularización del término “red social” comienza con la versión en español de Facebook en 2007, una aplicación (así se llamaban aún dichas herramientas) cuya característica esencial frente a las anteriores es que se centraba en promover la interacción de sus usuarios para generar pertenencia. Es decir, lo “social” era su característica más importante.

Cuando en 2010 se estrena la película *La red social*, la prensa generalista empezó a usar el mismo título para nombrar por metonimia a las aplicaciones que, aupadas por la extensión de las redes móviles 4G, surgen con la estrategia común de generar interacción y pertenencia en torno a contenidos muy diversos, como textos (WhatsApp, 2009), imágenes (Instagram, 2010) o vídeos (TikTok, 2016).

Precisamente para mantener la exactitud del término y no confundirlo con el concepto sociológico de “red” que popularizó [Manuel Castells](#), nosotros, en el [grupo de investigación Suade](#), mantenemos el primigenio “aplicaciones sociales” cuando hablamos de dichas herramientas tecnológicas.

Dos problemas y una amenaza

¿Por qué nos parece importante utilizar un término diferente a

“red social” para referirse a las aplicaciones sociales? Desde el punto de vista lingüístico, hablamos de una combinación léxica compuesta por un sustantivo, “red”, y un adjetivo, “social”. El adjetivo tiene la misión de diferenciar esta “red” metafórica de otras.

El problema surge porque, cuando hablamos de su estructura, el adjetivo, “social”, no añade información al sustantivo, sino que redunda su significado. El término en inglés del que proviene, “*network*” hace referencia a la interconexión de elementos en forma de red (frente a “*web*” que se refiere al producto de esa interconexión: malla o membrana).

Por otro lado, tenemos que, como señala la sociología, toda estructura social es una red. Es decir, “red social” es una suerte de pleonasma que repite información cuando se refiere a su configuración: “una red que tiene forma de red”... Que, en realidad, tampoco tiene estructura de red. Al menos, no de red descentralizada o distribuida (lo más parecido a la imagen de una red en nuestras cabezas), sino dependiente de un único nodo central, o servidor, que controla y vigila todo.

Por otro lado, la combinación de los términos “red” y “social” tiene connotaciones que nos alejan de la intención y objetivos de estas plataformas. [Red](#) es un sustantivo que nos hace pensar en servicios (red eléctrica), deportes, pesca o en una protección que evita que nos hagamos daño, como es el caso de una red bajo un trapecio o nuestra red de amigos o red de apoyos. Por su lado, social es un adjetivo ligado, sobre todo, a los cuidados (seguro social) o lo público entendido como un servicio común.

Privadas, no sociales

Sin embargo, todas las aplicaciones “sociales” dependen de empresas privadas, en su mayoría estadounidenses (excepto, por el momento, la china TikTok) cuyo modelo de negocio está en generar una comunidad mediante la interacción, como hemos visto, cuyos miembros provean de contenidos que, a su vez, sirvan de soporte a la publicidad que, precisamente por la extracción de los datos a dichos miembros, está muy individualizada (y es más atractiva para los anunciantes).

La estructura corporativa de estas empresas es opaca. Tampoco sabemos qué datos recopilan exactamente, qué hacen con ellos,

quiénes y cómo los procesan. Sin embargo, lo que sabemos con certeza es que todas usan en mayor o menor medida estrategias cognitivas que pueden generar adicción, como el *scroll* infinito.

Ambas características, la posibilidad de generar adicción y la opacidad de sus fines, las alejan de una supuesta utilidad social, y llevadas al extremo pueden representar amenazas para las sociedades democráticas, basadas en la libertad de expresión, como demuestran el caso de Cambridge Analytica o la polémica que supone la implementación de las aplicaciones sociales estadounidenses en los países autocráticos ante la consciencia de su naturaleza por parte de sus gobiernos (como en China o Rusia).

Las “redes” no son neutrales

Decir “redes sociales” no transmite el verdadero objeto de estas aplicaciones, ni ayuda a alertar de la amenaza que suponen.

Desde hace ya bastante años, los medios de comunicación estadounidenses se refieren a las aplicaciones sociales con el término *social media*: este término, “medios” sociales en lugar de redes, sí apunta a su aspiración de constituirse como un “cuarto poder” paralelo a los medios tradicionales, a partir de la generación de “contenidos” de fuentes opacas o sin contrastar.

El propietario de X, Elon Musk, ha llegado a anunciar a los usuarios de esta red que ellos son “los medios”. Eso sí, “medios” que no cumplen los requisitos éticos, legales y profesionales que deben cumplir los verdaderos.

En definitiva, la manera en que nos referimos a la realidad no es casual ni inocente. Al igual que se mudó del confuso “calentamiento global” al término “cambio climático”, que explica por sí solo las consecuencias del primero, es necesario que los medios de comunicación acuerden un término que muestre a la población la naturaleza nada banal de las aplicaciones sociales. Esto es importante, si elegimos una variante laxa de la [hipótesis Sapir-Whorf](#), porque las palabras nos ayudan a conformar y entender el mundo.

Ya sea importando un término del inglés, como “medios sociales”, ya sea incorporando otros más técnicos, como “aplicaciones sociales”, o innovando con palabras derivadas como “turba-medios”, “turbas digitales”, “medios populares” o “aplicaciones masivas”, y aunque sea una batalla pequeña, dejar de usar la etiqueta “redes sociales” tiene su importancia. No son redes. No

son sociales. No son inofensivas.

Con información de The Conversation