

OPINIÓN

LAS REDES SOCIALES DE INTERNET

Jardines vallados a los que sacar partido

Las redes sociales se han convertido durante los últimos años en el fenómeno de mayor crecimiento e interés por parte de los internautas. Sin duda el fenómeno de moda en la Red y uno de los más relevantes de la denominada web 2.0. Su uso está cada vez más extendido, tanto entre los adolescentes como entre empresas y profesionales. Redes como Facebook, MySpace, Tuenti, acaparan las portadas de los medios de comunicación y sus usuarios aumentan por millones alrededor de todo el mundo.

Según la Wikipedia las redes sociales se definen como "una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, o rutas aéreas". Es decir, las redes sociales no son un fenómeno nuevo, pertenecemos y participamos en multitud de redes en nuestro quehacer diario en el mundo offline, nuestro grupo de amigos, las redes familiares, el entorno laboral, etc. Internet ha potenciado la incorporación y participación activa en un mundo cada vez más interconectado, estableciendo nuevos vínculos de relación con nuestro entorno virtual.

Si la revista *Time* popularizó la web 2.0 con su ya famosa portada con un escudo "you" como protagonista de la revolución digital, las redes sociales han dado relevancia al "NOSOTROS" como metáfora de la conexión e interrelación permanente. Las redes han trascendido el espacio de

los iniciados digitales y se han difundido entre todas las capas de la población. A todo ello hay que añadirle la expansión que las redes sociales tendrán en el entorno de la movilidad, dotándolas de superior capacidad de ubicuidad y fragmentación, el sueño dorado de los nativos digitales, la conexión universal y permanente. No resulta arriesgado pensar por tanto que no se trata de un fenómeno pasajero y su difusión e influencia irá en aumento.

En la actualidad las redes más exitosas, por número de usuario son de carácter generalistas, como Facebook, Bebo o MySpace. Pero a medida que se popularicen, como ya está ocurriendo, aumentará la especialización, y además crecerán en importancia las redes profesionales tipo: LinkedIn ó Xing.

El interés de las redes sociales no radica tanto en el acceso a los contenidos como en su capacidad para establecer conexiones y relaciones de valor. La importancia creciente de los nodos interconectados frente al conocimiento individualizado, lo que ha venido a denominarse como la "inteligencia de las multitudes". Frente a los prescriptores tradicionales, aparecerán otros nuevos, aquellos que sean capaces de establecer más y más influyentes conexiones, es decir los mejor interconectados.

Otro aspecto de gran importancia, y que aún presenta algunos interrogantes, es la rentabilidad económica de estas redes. La publicidad se va incorporando lentamente pero dado el ritmo de crecimiento que las redes están experimentando y el tiempo que los usuarios pasan en ellas, es

fácil prever que no faltarán modelos de negocio exitosos en un plazo de tiempo corto. El futuro desarrollo y evolución de las redes sociales dependerá en gran medida de cómo puedan rentabilizarse las inversiones necesarias para su creación.

Desde el punto de vista de la información, su capacidad viral y su poder de prescripción son ya, y lo serán aún más en el futuro, algunas de sus potencialidades. Las redes sociales se articulan como "jardines vallados" en los que se ofrecerá al usuario todo lo que demandan del mundo *online* como trasposición del mundo real. Su poder como comunidades de influencia está todavía por desarrollar, pero ya se perciben como potenciales competidores incluso de los buscadores.

Desde la llegada de Internet asistimos en primera persona a una completa transformación tecnológica en la que las redes sociales y los denominados nanomedios -Twitter, Dodgeball, etc.- ya se han constituido en la nueva punta de lanza de la cultura digital. Pero, en este contexto que nos ofrece infinidad de oportunidades nos debe hacer al mismo tiempo replantearnos el vigor y la definición de conceptos que teníamos asumidos y firmemente establecidos como privacidad, identidad, seguridad, etc. Las redes sociales nos ofrecen un nuevo espacio de colaboración información y cooperación inimaginable hasta el momento. Debemos aprender a sacarle el máximo partido y minimizar sus riesgos.

POR JOSÉ MANUEL LORENZO
Director de Análisis y Planificación de PrisaCom



Los amigos de mis contactos son mis amigos

Hoy en día ya nadie duda de que Internet brinda nuevas y grandes oportunidades. Con la revolución de la Web 2.0, la Red se abre a todos los internautas y facilita su participación a través de herramientas fáciles de usar. Nunca había sido tan sencillo crear contenidos y compartirlos con el resto del mundo. Tras el boom de los blogs y los wikis, ahora estamos viviendo el auge de las redes sociales *on line*. El 56% de los internautas europeos visitó alguna red social durante el 2007, según comentó en septiembre la comisaria europea para la Sociedad de la Información y Medios, Viviane Reding. Facebook, la red social generalista con más tráfico (según comScore), cuenta actualmente con más de 110 millones de usuarios activos alrededor del mundo.

Pero, más allá del uso personal que pueda darse a las redes sociales, ¿qué influencia pueden tener en el mundo empresarial? Algunas compañías han visto

una oportunidad en estas grandes comunidades virtuales y se han animado a lanzar su propia red social para estar en contacto directo con sus clientes, como Adidascelebrateoriginality.com. Otras como eDreams prefieren crearse un perfil en Facebook y compartir las oportunidades de última hora con su grupo de amigos. Otra posibilidad es aprovechar el conocimiento compartido, como Starbucks (mystarbucksidea.force.com), que parte del concepto de red social para recoger opiniones y sugerencias de los clientes, una práctica que se conoce como *crowdsourcing* y que cada vez tiene más seguidores.

Las redes sociales también pueden ser útiles a nivel interno, ya sea como plataforma de comunicación con (y entre) los empleados o para facilitar la gestión del conocimiento. Microsoft o Procter & Gamble ya se han animado a incorporarlas en sus intranets corporativas.

¿Los beneficios? Están claros: ayudan a crear sentido de comunidad, permiten

una segmentación bastante buena de los públicos (gracias a la información que los usuarios comparten en su perfil) y su coste no es demasiado elevado (de hecho, crear un perfil en una red social es gratis). Sin duda, una de las mayores ventajas es el efecto multiplicador que puede lograrse, siempre que se difundan contenidos pensados para los lectores a los que nos dirigimos, pues podemos llegar no sólo a nuestros clientes sino también ponernos en contacto con los conocidos de nuestros consumidores. De hecho, las redes sociales en línea trasladan a Internet un concepto que siempre ha existido en el mundo físico, las redes de conocidos, con una ventaja añadida: eliminan los intermediarios, facilitando así la interconexión de los usuarios.

En definitiva, las redes sociales en Internet ofrecen nuevas oportunidades comunicativas a todos los niveles, también corporativos. Pero, como ocurre con el resto de herramientas relacionadas con las nuevas tecnologías, no es indispensable

que la empresa las adopte todas sólo para estar a la última. Antes de lanzar una red social o participar en una ya existente, es necesario reflexionar sobre los objetivos que se persiguen y sobre cuestiones como quién se ocupará de mantener la comunidad o el perfil digital de la empresa una vez creado. Debería ser una decisión meditada y en línea con la estrategia de la empresa. Eso sí, para poder decidir es necesario saber que existen estas herramientas 2.0. En la llamada era de la conversación, mantenerse al margen de Internet puede tener un coste demasiado elevado para la empresa, en términos no sólo económicos sino también de imagen y reputación. Para evitarlo, nada mejor que prevenir: la Red es un canal de comunicación muy potente y todo apunta a que su influencia continuará creciendo en el futuro. Así pues, cuanto más la conozcamos, mejor.

POR CRISTINA ACED
Periodista y consultora en comunicación corporativa y nuevos medios. Autora de Blog-o-corp (<http://blogocorp.blogspot.com>).