

Redes Sociales

Francisco José Ibarra Cáceres

Universidad Católica
“Nuestra Señora de la Asunción”
Asunción, Paraguay
fjic87@gmail.com
<http://www.uca.edu.py>

Abstract. Se presenta a continuación un estudio sobre las redes sociales. Debido a la importancia que han adquirido estos sitios resulta interesante investigar sobre sus características para entender de mejor manera este fenómeno. En el documento se habla acerca del presente de las mismas, se analiza el motivo por el cual han resultado exitosas, los cambios que han generado en nuestras vidas y finalmente se presentan algunas ideas sobre el futuro que les depara a estos sitios.

Key words: Redes sociales, Integración, Privacidad, Usos, Futuro

1 Introducción

En los últimos años las redes sociales han dejado de ser simplemente una manera de mantenerse en contacto con nuestros amigos y conocidos para convertirse en complejos e inagotables sistemas de información. Han tenido un éxito sin precedentes, cada día parecen atraer a más personas, despertando además el interés de empresas e investigadores. Gracias al realce de los dispositivos móviles nos encontramos conectados a ellas cada minuto de cada día, recibiendo información. Las redes sociales cambiaron de forma permanente la manera en que nos relacionamos con las personas y con el mundo que nos rodea.

Si bien existen numerosos beneficios y ventajas de utilizarlas, existen también riesgos que deben ser tenidos en cuenta. El poder de la información y en el alcance de las mismas pasa muchas veces desapercibido para la mayoría de las personas pero hay quienes saben cómo utilizarla y no subestiman su valor.

2 Filosofía de las Redes Sociales

La aparición de las redes sociales data de más de una década, aunque en los años recientes se ha dado su auge. Inicialmente no tuvieron el éxito que disfrutan hoy debido a diversos factores, como que los usuarios no tenían demasiados conocidos que las utilizaran con frecuencia, o las limitadas funcionalidades de las mismas.

También es importante destacar que no todos los sitios fueron lanzados como lo que hoy conocemos como redes sociales. En algunos casos eran sitios para

conocer parejas, para mantenerse en contacto con compañeros de curso o para discutir sobre temas de interés. Sin embargo con el paso del tiempo algunos de estos sitios fueron cambiando, y aprovechando la cantidad de usuarios con la que contaban la posibilidad de interacción entre los mismos [1].

A medida que el uso de Internet se hizo común en la vida diaria, el fenómeno de las redes sociales comenzó a ganar popularidad. Los sitios cambiaron el enfoque que adoptaron inicialmente, empezaron a enriquecer las interfaces y agregar funcionalidades, esta mejora en la experiencia de los usuarios dio sus frutos. Lo que en principio fue una colección de páginas personales que mostraba información sobre uno mismo y permitía a los usuarios comunicarse entre sí, empezó a incluir nuevos aspectos que se volvieron atractivos para los usuarios porque ponían a la vista de todos sus contactos y la manera en que se relacionaban con estos.

Por diversos motivos, distintos sitios de redes sociales se fueron consolidando en ciertas regiones. MySpace se hizo popular en Estados Unidos cuando bandas de rock empezaron a crear perfiles y atrajeron a muchos de sus jóvenes seguidores, Orkut tuvo gran éxito en Brasil e India. Una vez que estos sitios empezaron a llamar la atención se inició un proceso que no se detuvo hasta el día de hoy. Surgieron los sitios Facebook y Twitter con la idea de compartir en línea aún más aspectos de nuestra vida social, se agregaron aplicaciones a los sitios, se empezaron a sumar las empresas dándose cuenta de la atención que recibían los sitios de redes sociales. Todo esto se convirtió en un proceso continuo del que hoy formamos parte, las redes sociales están cambiando nuestro mundo y cada día nos sorprende su alcance y el efecto que han tenido.

Lo que inicialmente se creó con la idea de facilitar el relacionamiento entre las personas aprovechando el hecho de que todos estamos conectados a través de Internet, actualmente ha revolucionado la forma en que vivimos. Las redes sociales pasaron de la idea del contacto, al compartir en conjunto. Han tenido consecuencias en la política, la economía e indudablemente lo social.

3 Éxito

Numerosos datos son evidencia del éxito de las redes sociales en la actualidad. La impresionante cantidad de usuarios y la frecuencia con que los mismos las utilizan aumentan día a día. Existe un gran número de sitios de redes sociales, y estos constantemente compiten para ganarse parte del mercado. Se van agregando funcionalidades, modificando las interfaces, ofreciendo aplicaciones y hasta integración con otros sitios, imponiendo presencia en casi toda la Internet y asociadas a incontables actividades de la web, de tal forma que todo lo que hacemos pueda ser compartido, y que hacerlo sea más fácil. Resulta entonces atractivo identificar las causas de este furor por las redes sociales, y cuantificar el éxito de las mismas.

3.1 Causas

La posibilidad de mantener contacto con amigos y familiares a través de Internet hace tiempo dejó de ser novedad. A qué se debe entonces la gran aceptación que han adquirido las redes sociales. Luego de analizar [2],[3],[4] se llega a la conclusión de que el éxito de las redes sociales se debe a factores asociados a la naturaleza misma del ser humano, al desarrollo tecnológico y a la manera novedosa en que el servicio se nos ofrece. A continuación citamos y analizamos detalladamente estos factores.

Naturaleza Social y Pertenencia. El ser humano es un ser social y como tal necesita el contacto y relacionamiento con los demás. Busca formar parte su comunidad, de grupos con los que comparte intereses, amigos, etcétera. Mediante las redes sociales las personas realizan todas estas actividades, pero el atractivo de hacerlo a través de los sitios es la inmediatez y la simultaneidad. En los sitios de redes sociales vamos creando nuestros enlaces sociales y nos agrupamos de la manera en que naturalmente lo haríamos fuera de la red. Todo esto lo compartimos con diversas personas, al mismo tiempo y a la vista de todos.

Las redes sociales refuerzan el sentimiento de pertenencia y el contacto habitual hace que aumente la confianza que tenemos para con los demás. Aunque en mayor medida esto sucede con nuestros conocidos y amigos, en [1] señalan que las relaciones en línea no se limitan a este ambiente solamente, con el paso del tiempo las relaciones que se construyen dentro de las redes sociales tienden a continuar en el mundo real.

Actividades y Participación. Asociado fuertemente a la naturaleza social y pertenencia del ser humano está el deseo de participación. Grupos de personas que forman parte de las redes sociales comparten características comunes como la nacionalidad, la ideología política, los intereses, la pertenencia a una comunidad. Desde las redes sociales se facilita la participación en estos grupos porque el alcance de nuestras opiniones y comentarios es mucho mayor. Es mucho más simple compartir una idea con todos, concretar actividades, llegar a acuerdos.

Gracias a la simplicidad con la que logramos comunicarnos y la cantidad de gente con la que estamos conectados las actividades de las que podemos formar parte es bastante numerosa. Estas pueden a su vez pueden separarse dependiendo de la cantidad de personas asociadas a la misma. Pueden ser pequeñas, como invitaciones a una fiesta a nuestros amigos, reuniones con colegas. Un poco más allá están las que involucran a nuestra comunidad, nuestro barrio, alguna institución en particular. Por último las más numerosas como eventos políticos, movilizaciones a nivel nacional y hasta a nivel internacional muchas veces.

Dentro de las redes sociales los individuos pueden compartir sus pareceres, promover cambios, señalar preocupaciones. Ahondaremos en este tema más adelante cuando hablemos de las consecuencias de las redes sociales.

Información. La curiosidad y el deseo de estar informado es sin duda uno de los factores más influyentes para el éxito de las redes sociales. Cuando estamos conectados mediante estos sitios podemos mantenerlos al tanto de las noticias y novedades de todo cuanto nos interese, desde noticias a nivel mundial, eventos deportivos, pronóstico del clima, hasta la noticia más trivial como ser descuentos en tiendas o el disco que acaba de comprar uno de nuestros amigos.

El acierto de las redes sociales ha sido traernos las noticias en vez de que nosotros tengamos que buscarlas, ha canalizado la información poniéndola en los sitios de cada usuario, de tal forma que siempre tengan algo nuevo que leer. La información llega mucho más rápido, acceder a ella es cómoda y algo muy importante, la información es seleccionada por los usuarios.

Enfoque y Tecnología. Se piensa que muchas de las redes sociales que aparecieron inicialmente fracasaron porque estaban adelantadas a su tiempo y no acababan de despertar el interés de sus usuarios, tal vez por la poca cantidad de personas que utilizaban los servicios. Pocos años después las cosas empezaban a cambiar, el uso de Internet se hizo algo corriente, las personas comenzaron a pasar más tiempo en línea y una vez que las redes sociales contaron con suficientes usuarios, el contenido de las mismas se hizo interesante [1].

Sin embargo esto no fue solo suerte, se dio por la manera en que los sitios empezaron a encarar el problema de qué brindar a sus usuarios, de cómo mejorar la experiencia social en los sitios y cómo hacerlos atractivos. Se fueron agregando nuevas funcionalidades y características, se desarrollaron aplicaciones orientadas a las mismas y así los usuarios encontraban cada vez más cosas que hacer dentro de los sitios.

Finalmente vale mencionar la importancia del avance en el campo de la tecnología móvil. La aparición de dispositivos cada vez más prácticos, útiles y con mejores prestaciones de conexión. Los teléfonos empezaron a mejorar en capacidad de cómputo y almacenamiento, se desarrollaron protocolos para que los móviles se conecten Internet. Esta evolución resultó provechosa para las redes sociales, las personas buscaban informarse, mantenerse en contacto, compartir; las redes sociales brindaban todo esto y ahora gracias a los dispositivos móviles pueden hacerlo donde sea y cuando sea.

3.2 Las Redes Sociales en Números

En esta sección se intenta hacer algo más perceptible la notoriedad de las redes sociales agregando algunos datos y estadísticas sobre tres casos de estudio, que consideramos los más significativos dentro de los variados sitios de redes sociales. Los sitios seleccionados son Facebook, Twitter y Google+.

Facebook es el líder indiscutible del mundo de las redes sociales, hemos seleccionado Twitter debido a la particularidad de su interfaz y sus diferencias respecto a otros servicios. Finalmente la novel Google+ que en corto tiempo parece haberse establecido en el mundo de las redes sociales a pesar de la numerosa competencia.

Facebook. En 2004 nace Facebook, diseñado inicialmente para redes universitarias. En principio solamente para la universidad de Harvard pero ese mismo año se unirían más universidades, al año siguiente se incluirán también escuelas secundarias y luego corporaciones. Esta bienvenida a pequeños grupos fue una de las claves del éxito de Facebook, se brindaba al usuario una percepción de un sitio íntimo y privado, cierta exclusividad. La estrecha relación entre los miembros de estos grupos hizo que los usuarios generen apego por el sitio, debido a la aceptación que tuvo fue creciendo y en el año 2006 se abrió al público, terminando ese año con cerca de 12 millones de usuarios activos [1].

Al finalizar el año 2010 Facebook contaba con 500 millones de usuarios, de los cuales el 41% se conectaba diariamente y el 12% actualizaba sus estados todos los días, otros datos se muestran en Fig. 1. Según datos de [5] Facebook cuenta actualmente con más de 750 millones de usuarios activos y 50% se conecta regularmente, 250 millones a través de sus dispositivos móviles. Desde abril de 2010, cuando se habilitó el servicio, un promedio de 10.000 nuevos sitios web se integran a Facebook todos los días. En un periodo de veinte minutos se comparten un millón de links, se realizan 10,208,000 millones de comentarios y se realizan 1,851,000 actualizaciones de estado. El sitio Facebook se sitúa en el puesto número uno del ranking de los sitios más visitados de acuerdo a [6].

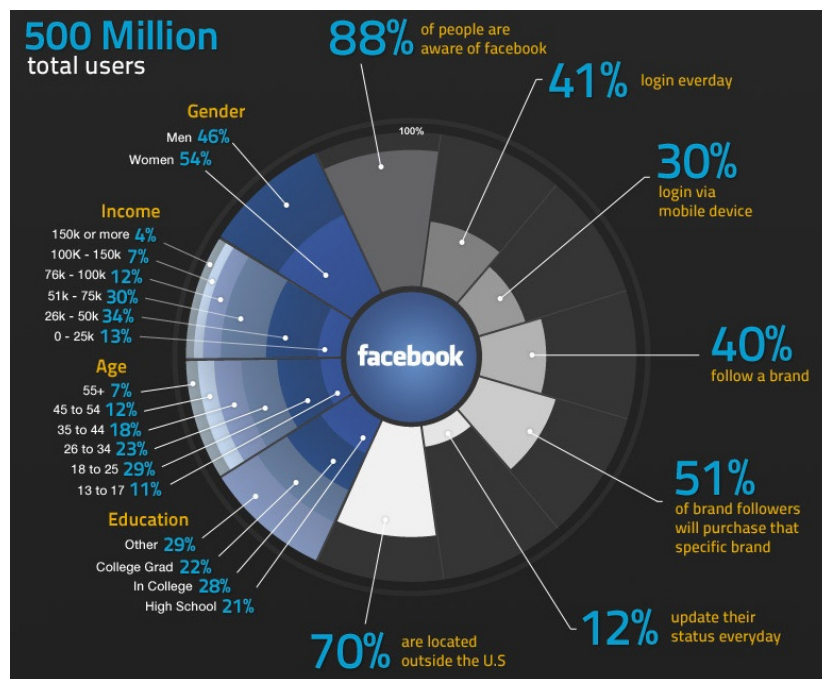


Fig. 1. La red social Facebook a finales del 2010 [7].

Twitter. Creado en marzo del 2006, el 15 de julio de ese mismo año el servicio de microblogging se hacía público [8]. Twitter se estableció en base a los nichos. Pero a diferencia de otras redes sociales estos grupos no estaban formados por amigos o conocidos, sino que las comunidades se formaron en torno a las celebridades que comenzaron a usarlo e intereses comunes de sus usuarios [1].

Sin embargo, lo novedoso fue su simplicidad. El límite de 140 caracteres lo hace ideal para brindar noticias cortas y para que los usuarios escriban sobre sus actividades, o lo que sea que deseen compartir. Estos pequeños mensajes aparecen como un flujo constante de información en la página principal, donde los usuarios reciben permanentemente los ‘tweets’ sobre sus intereses de tal forma que los mismos ya no buscan la información, sino que esta llega a ellos.

A comienzos del 2009 Twitter contaba con 26 millones de usuarios activos, un año después contaba con 106 millones de usuarios registrados, se muestran más estadísticas en Fig. 2. Datos revelados recientemente [9],[10] indican que el sitio ha llegado a 200 millones de usuarios registrados y 100 millones de usuarios activos. El número de usuarios que acceden al sitio a través de tablets o teléfonos móviles cada mes es de 55 millones, en total twitter.com recibe 400 millones de visitas por mes. El promedio de tweets enviados a diario es de 230 millones, alcanzando un total de 5 millones por mes. El sitio ocupa el puesto 15 de los sitios más visitados como se muestra en [6].

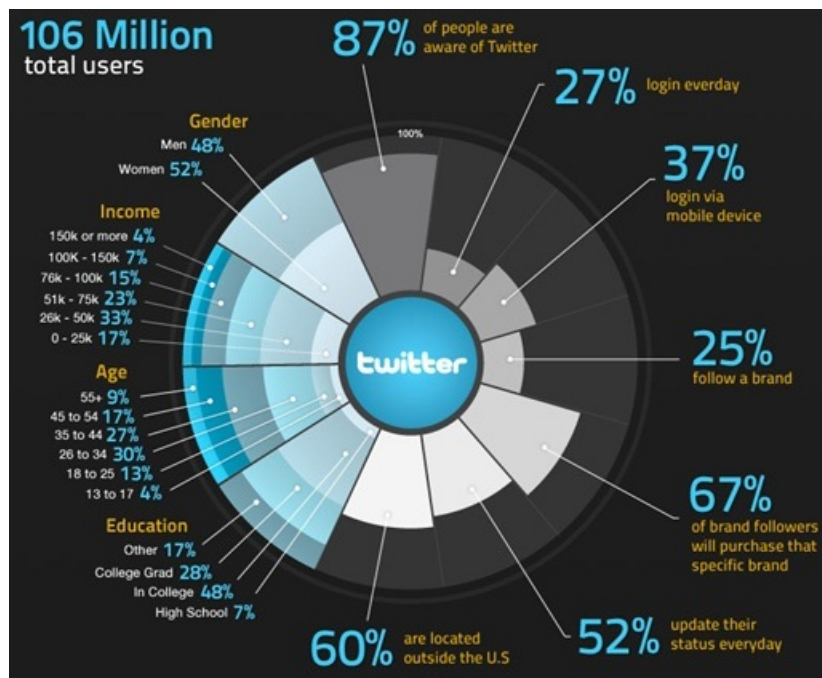


Fig. 2. Twitter a finales del 2010 [7].

Google+. Shimrit Ben-Yair, gerente de producto de Google+ dijo “En Facebook comparto demasiado. En Twitter, comparto poco. Si Google encuentra ese punto intermedio, podemos revolucionar la interacción social”. Y es que Google+ llega para competir directamente con Facebook y Twitter.

Al primero ya le ha hecho sentir su llegada presentando una nueva manera de organizar los contactos y de preferencias a la hora de compartir contenido, al parecer encontrando el arriba mencionado punto intermedio respecto a la privacidad. Este nuevo proyecto de Google también apunta a ganarse parte de los usuarios de Twitter, brindando la opción Follow y las placas de verificación. También el Stream de manera muy parecida a la línea de tiempo de Twitter pero con más control ya que los contactos están agrupados y se puede elegir alguno de estos grupos en particular.

Google+ acaba de hacerse público pero cálculos indican que ha llegado a los 25 millones de usuarios, como se muestra en Fig. 3. Desde mi punto de vista el momento en que ha llegado Google+ puede ser beneficioso por dos motivos. Primero que llegar después le ha permitido analizar y trabajar sobre aquello que los usuarios creen hace falta a los servicios actuales, y ha podido aprender de experiencia propia y ajena. El otro motivo, que es Google, y digo esto porque Google cuenta con un abanico de servicios que muchos de sus usuarios (presentes y futuros) de seguro utilizan frecuentemente, como ser el buscador, Gmail, Maps, Docs, YouTube, por citar algunos. Esto le da la posibilidad de unificar todos estos servicios, ya funcionales y ampliamente aceptados de una manera que nadie más puede lograr. Sin dudas será muy interesante ver cómo se desarrolla el entorno de las redes sociales con la aparición de esta nueva propuesta.

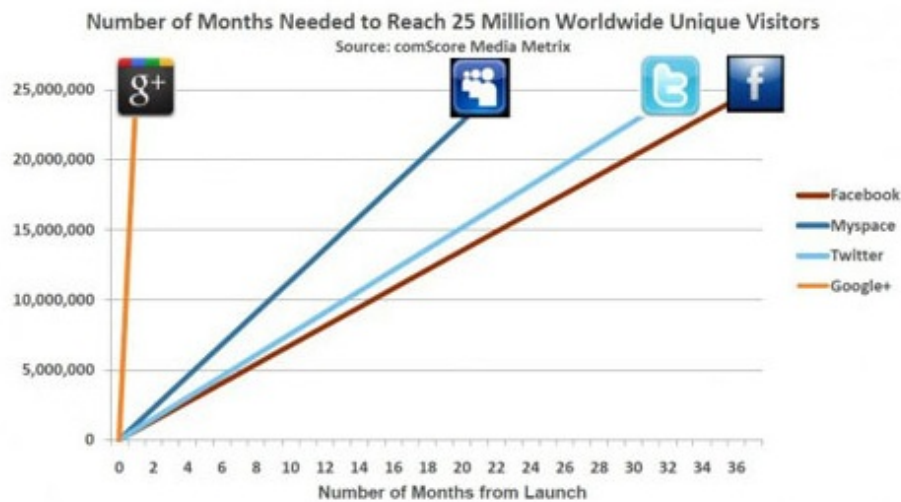


Fig. 3. Crecimiento de Google+ en comparación a otras redes sociales [11].

4 Usos

Una de las claves de la popularidad de las redes sociales ha sido la gran variedad de funcionalidades que las mismas ofrecen a sus usuarios, sean las propias del sitio o a través de la integración con sitios y aplicaciones externas. Sin embargo, los usos que se puede dar a estas no se limitan solamente a aquello que pueden realizar los usuarios, las redes sociales también son de gran utilidad para las empresas, investigadores, políticos, etcétera.

Este interés por las redes sociales se debe a la información que se puede extraer de las mismas, además todos los datos que se encuentran en ellas por lo general ya están procesados y clasificados de algunas manera. En el resto de la sección se dará una clasificación de los distintos usos que se dan a las mismas.

4.1 Información

Sin dudas el más relevante entre los usos que se ha dado a las redes sociales es el convertir los datos que contienen en información. La manera en que hoy día se utilizan las redes sociales permite que el comportamiento de las personas pueda ser estudiado a través de las redes sociales, desde las cuales obtener los datos que nos interesan es mucho más simple que, por ejemplo, realizar encuestas o censos. Principalmente son dos los ámbitos que han sabido aprovechar esta facilidad para recabar datos, el académico y el empresarial.

Académico. Las redes sociales se han convertido en objeto de estudio de investigadores de ciencias como la sociología y psicología por estar vinculado a procesos de auto-presentación, manejo de impresión, rendimiento de las relaciones sociales. También es interesante analizar como las personas construyen su entorno social desarrollándolas a través de los distintos sitios de redes sociales, investigar los cambios que esto produce en la manera de relacionarse con las personas, el alcance e influencia de las redes sociales analizando no solo lo que sucede en línea sino como se exterioriza al mundo real.

En otro campo, el tráfico de datos que generan los sitios de redes sociales es muchas veces utilizado por administradores de sistemas para realizar experimentos sobre redes de computadoras y evaluar capacidades de almacenamiento, balanceo de carga y otras estadísticas de interés, que ayudan a comprender el comportamiento de las redes sociales. Se estudian para buscar patrones en los datos o para validar nuevas estructuras de redes y técnicas de recolección automática de datos [1].

Empresarial. Una vez que las empresas empezaron a notar como la gente pasaba cada vez más tiempo en las redes sociales, hacer publicidad de sus marcas y promocionar sus servicios a través de las mismas prometía ser algo interesante. Más adelante se hablará de la relación entre el cliente y las empresas, pero por ahora es suficiente decir que las empresas ingresaron al mundo de las redes sociales con la idea clara de qué lograr, pero sin saber cómo hacerlo.

Así como científicos e investigadores miden características relevantes sobre los sitios, esta misma práctica resulta útil para las empresas si se sabe cuáles son las variables que se debe tener en cuenta. Este análisis le permite evaluar que tan rentable ha resultado la inversión que se ha hecho para publicitar en las redes sociales, ayuda a entender que influye en la percepción que las personas tienen de la empresa y saber que piensa el cliente o que le gustaría.

En [12] se identifican cinco métricas que sirven para saber si una empresa está recibiendo los resultados esperados de acuerdo a la inversión realizada. Muchos de los sitios ofrecen herramientas que permiten medirlas, como ser el servicio Twitter analytics o las páginas de negocios de Facebook. Incluir este tipo de herramientas en los sitios facilita el trabajo de quienes están a cargo de las actividades de análisis en la empresa. Las métricas son:

Sitios de referencia. Sirve para saber qué porcentaje de los clicks viene de qué redes sociales. Dependiendo de donde venga la mayoría de los clicks se puede determinar a qué sitio se debe dar prioridad.

Comentarios. A pesar de que pueda resultar obvio muchas veces no se cuenta con la herramienta necesaria para monitorearlos y que presente información significativa. Analizando los comentarios a lo largo del tiempo se puede saber que temas generan interés y de esta forma se puede seguir generando contenido relacionado a estos temas.

Klout. Esta métrica sirve para puntuar la influencia basada en la habilidad para impulsar acciones. El alcance real, midiendo el número de personas influidas contando la cantidad de respuestas y veces que el contenido es compartido. La amplificación o cuánto se influye a las personas, también en base a las respuestas que genera el contenido y qué tanto se propaga. Finalmente la puntuación de red que refleja qué tan influyentes son las personas pertenecientes al alcance real.

Sensibilidad. Es simplemente si la gente habla de forma positiva, negativa o indiferente sobre la marca.

Menciones por fuente. Esta métrica informa sobre dónde las personas hablan de la empresa, permitiendo, si se desea, entrar en la conversación.

4.2 Aplicaciones

Un factor importante para el éxito de las redes sociales han sido las aplicaciones. Las redes sociales han sabido integrarse con otros sitios y trabajar en conjunto con algunos servicios para diversificar las experiencias del usuario y por sobre todo para facilitar el acceso al hacerlas completamente compatibles con sus sitios.

El acierto fue permitir aplicaciones externas que son creadas libremente por desarrolladores, que luego se ponen a disposición de los usuarios. En cierta forma esto permite que los propios usuarios complementen el sitio, ya que ellos desarrollan aplicaciones que consideren útiles, divertidas o interesantes y luego estas pueden ser integradas a los sitios fácilmente.

Otro punto a favor de las aplicaciones en redes sociales es que permiten compartir la experiencia de las mismas con las personas con las que estamos conectadas a través de los sitios. Muchas son las aplicaciones que existen para las diversas redes sociales, abajo se comentan algunos casos interesantes.

Ticketmaster. Cada vez que un cliente notificaba a sus amigos de Facebook que asistiría a un evento, Ticketmaster incrementaba las ventas. Por ello decidió lanzar una aplicación basada en Facebook. En la aplicación se señala qué amigos asistirán al evento y donde estarán sentados, además es posible etiquetar asientos para confirmar presencia. Una vez adquirida la entrada se genera de manera automática un post en el muro del comprador y se añade un botón para que nuestros amigos también puedan comprar entradas [13].

Pandora. Pandora es un servicio de radio en línea que contaba con su propia red social, pero a partir del año 2010 ha decidido trabajar conjuntamente con Facebook para aprovechar la cantidad de usuarios con los que contaba este último. Mediante este vínculo entre ambas redes se mejora la experiencia del usuario permitiendo que sus amigos sepan qué estaciones sus amigos han estado escuchando últimamente y cuáles son las canciones que les han gustado, se permite además notificar a las personas sobre las canciones que están escuchando. Esto le da razones al usuario para agregar músicas a su lista de favoritos y de utilizar el servicio con mayor frecuencia [14].

Aplicaciones Google. Sabemos de las numerosas aplicaciones que nos ofrece Google y desde que se lanzó la red social Google+ ha ido creciendo la idea de poder contar con todas ellas de manera integrada al sitio. Dada la variedad de los servicios con los que cuenta Google se nos ocurre un sinfín de posibilidades de concretarse esto, compartir documentos con compañeros de trabajo, acordar reuniones y avisar sobre fechas importantes, cosas como estas y muchas más las podríamos hacer desde un mismo lugar si Google unificara su nueva red social a sus ya populares servicios.

4.3 Conectividad

La conectividad es la característica que identifica a las redes sociales y es a partir de la misma que los demás usos toman impulso. La simplicidad mediante la cual la gente se mantiene en contacto a través de los sitios de redes sociales ha desbancado a los servicios tradicionales como el correo electrónico y la mensajería instantánea, ya que además de brindar las mismas utilidades que estos agregan otras como compartir fotos, videos, intereses de manera más natural y lo hacemos al mismo tiempo con todas las personas.

El alcance de las redes sociales no se limita sin embargo a las relaciones interpersonales, también son de gran importancia para las relaciones entre clientes y empresas. En [15] se ha estudiado el impacto de generar vínculos con los

clientes y los resultados han sido muy satisfactorios para aquellas empresas que han decidido volcarse al mundo de las redes sociales. Desde estos sitios pueden dar información sobre sus productos, brindar soporte a los clientes y aprovechar la forma en que los usuarios están categorizados para ofrecer sus productos de forma más directa a los mercados verticales.

Se observa además un aumento en confianza hacia la marca, debido a que a través de las redes sociales se puede compartir pareceres con otros clientes, leer críticas sobre los productos, obtener recomendaciones, comparar precios. También se tiende a creer que existe una relación más íntima entre marca y cliente, generando apego hacia la empresa. Esto se traduce en buenas referencias y recomendaciones por parte de los clientes [16].

Finalmente también son importantes las relaciones entre empresas, esto permite compartir información, recursos y experiencias, generar nuevos negocios y contactos. También las empresas colaboran mutuamente entre sí intercambiando capital social y servicios.

5 Consecuencias

Inicialmente el crecimiento de las redes sociales fue visto como una característica más del mundo globalizado y se resaltaba la capacidad de acortar distancias y mantenernos en contacto constante con las personas que formaban parte de nuestra red social. En la actualidad sin embargo, esto ya no resulta extraño ni impresionante debido a las diversas tecnologías que nos permiten lograr lo mismo.

La extraordinaria cantidad de personas que utilizan las redes sociales han permitido que lo que ocurre en las mismas trascienda los límites de la Internet y se manifieste de manera palpable en el mundo real. De entre las diversas implicancias que se derivan de este fenómeno se analizarán a continuación algunas que se consideran relevantes.

5.1 Refuerzo de vínculos sociales

Las redes sociales no son una moda y de hecho no son nada nuevo, la novedad es que ahora gracias a los sitios de redes sociales las tenemos en línea. Aunque tendemos a comportarnos en los sitios de la misma forma que en lo hacemos en la vida real, las particularidades de estos hacen que la manera de relacionarnos sea distinta. Consideramos la mencionada circunstancia a partir de lo expresado en [17].

Antes de enfocarnos en las implicancias de estos sitios en nuestros vínculos sociales es importante diferenciar tres tipos, los vínculos fuertes, los débiles y los temporales. Los vínculos fuertes son los que mantenemos con las personas que más nos importan, como la familia y los mejores amigos. Débiles son aquellos que tenemos con personas que conocemos pero no son importantes, como los amigos de amigos o gente que conocimos recientemente. Finalmente los vínculos

temporales son aquellos con personas con quienes no existe relación reconocible, pero tenemos una interacción temporal.

En cuanto a los vínculos fuertes, las redes sociales no refuerzan estos vínculos pero se puede decir que ayudan la manera en que compartimos con ellos. Algunos ejemplos son actualizaciones de estado, etiquetas en fotos, enlaces compartidos, críticas sobre marcas o películas, entre otros, que acostumbramos a realizar con personas con quienes tenemos una relación de confianza, más íntima, más fuerte. Por otro lado, para los vínculos débiles y temporales la influencia de los sitios es mayor.

Los vínculos débiles incluyen a un gran número de personas, tantas que normalmente sería imposible mantenerse al tanto de lo que está pasando en sus vidas. Con estas personas nos relacionamos con menos frecuencia, y una vez que perdemos contacto a veces es complicado retomarlo. Gracias a las redes sociales, sin embargo, podemos enterarnos de sus actividades gracias a sus perfiles y es más fácil conservar la relación y el contacto con estas personas.

Por último los vínculos temporales, que se han vuelto frecuentes con el uso de redes sociales. Debido a que el contenido de las redes es generado por los usuarios es común relacionarse con personas que responden a preguntas en foros, comentan sobre nuestro contenido y también los empleados que contratan las empresas para manejar sus sitios y tratar con sus clientes a través de estos.

Es importante destacar que las redes sociales no necesariamente se utilizan para crear nuevos contactos o cambiar la manera en que nos relacionamos con las personas, sino que mejoran o facilitan el relacionamiento y hacen estas relaciones más visibles.

5.2 Revoluciones Sociales

Durante este año hemos presenciado una serie de revoluciones sociales, principalmente en las regiones del medio oriente siendo las más resonantes las de Egipto y Libia, pero algo similar ha ocurrido en Londres. El uso que nosotros le damos por lo general es como un medio de comunicación con amigos y diversión, en estos casos las redes sociales han contribuido a despertar a la sociedad.

Si bien es cierto que esta clase de revoluciones y levantamientos han ocurrido a lo largo de la historia sin la necesidad de las redes sociales, se puede decir que estos sitios no son la causa de las revoluciones pero sí un acelerante para las mismas [18]. Las redes sociales fueron utilizadas como herramientas de movilización, se crearon páginas donde se compartían y diseminaban noticias sobre las protestas, se notificaban fechas y lugares de reunión [19].

Aún ante los intentos de los gobiernos por bloquear los sitios y de apresar o castigar a las personas que estaban involucradas con estos levantamientos, estas siguieron informando y apoyando las protestas. Para organizarse y reunirse utilizaban sitios alternativos que no tenían la atención que los populares Facebook y Twitter, sin embargo estos se utilizaban para mostrar al mundo imágenes, videos, relatos, que de ser por las autoridades permanecerían ocultas [20].

Las revoluciones árabes resultaron en respuesta a regímenes dictatoriales, años de opresión e injusticias. Llegado el momento se supieron valer de las redes

sociales para hacer nacer en el pueblo el deseo de cambio y hacer notar que esa idea era compartida por muchos. En estos casos el poder de las redes sociales fue utilizado con un buen fin, pero esto no siempre es así. En Inglaterra los supuestos motivos que desataron disturbios parecen haber sido excusas para robar tiendas y quemar cosas.

Los casos son distintos pero el efecto de las redes sociales fue el mismo, el uso de las mismas para coordinar actos y el impacto de ver gente informando sobre el desarrollo de los eventos terminaron por demostrar lo poderosas que son estas herramientas. Un poder que nace a partir de la conexión entre individuos, que a través de sus conexiones sociales se vuelven parte de un fenómeno masivo por el simple hecho de estar comunicados de manera rápida y simple [18].

5.3 Perfiles como identidad

Al crear perfiles en las redes sociales no hay ningún tipo de restricción ni modo de verificar, en principio, que los datos que una persona agrega como características suyas sean en verdad reflejo de la realidad. Si bien gracias a los perfiles podemos verificar que la persona en línea es realmente la que conocemos fuera de la red, cuando se genera un perfil en cualquier red social la persona se encuentra en total libertad de describirse como se le dé la gana.

Sin embargo, se ha mencionado [21] que estudios señalan que en las redes sociales actuales los usuarios tienden a presentarse tal y como son en realidad. Se piensa que esto se debe al gran parecido entre la forma que interactuamos tanto en el mundo real como a través de estos sitios, se tiende a demostrar la verdadera personalidad de las personas debido a que la experiencia se siente lo suficientemente real.

Muchas veces se puede conocer más de una persona a través de sus perfiles, tener una idea más precisa, que interactuando cara a cara con las mismas, ya que ahí podemos acceder a diversa información y es posible identificar los gustos, personalidad, comportamiento, intereses no solo en base a los indicados por las personas explícitamente, sino por las actividades que realiza, el contenido que comparte, sus comentarios.

Tan bien se describe nuestra forma de ser en estos sitios, que actualmente hasta resulta interesante para empleadores seleccionar futuros empleados basados en la información que se encuentra en los perfiles [22]. La información que se presenta y deduce de nuestras páginas personales indican qué se puede esperar de nosotros, cuáles son nuestras fortalezas y resultan ser un complemento interesante a los tradicionales currículos, haciendo este medio preferible a otros como por ejemplo las bolsas de trabajo.

Este tipo de comportamiento es un factor muy influyente en el refuerzo de los vínculos sociales y el aumento de confianza entre las personas y sus contactos en las redes sociales, como ya se ha explicado anteriormente en el trabajo. Es un ejemplo más de la importancia de las redes sociales en la relación entre individuos y como tienen gran peso en la sociedad actualmente.

5.4 Privacidad

La facilidad con que las redes sociales permiten conectarnos y mantenernos al tanto de las distintas actividades que realizan las personas ha ido generando una discusión sobre la importancia de privacidad. Para algunos la idea de las redes sociales es el compartir y piensan que quienes desean mantener su vida privada deberían evitar las redes sociales y utilizar otro tipo de herramientas. Otros defienden el derecho de las personas a la privacidad y demandan a los sitios mayor control sobre la manera en que se comparte con los demás y mayor seguridad para los contenidos que generan. Seguidamente se analizan algunos temas relacionados a esta problemática.

Control en los sitios. Un aspecto importante en los sitios de redes sociales es la capacidad de control de los usuarios sobre el contenido que generan. Las personas quieren hacer uso de las redes sociales despreocupadamente y con facilidad, pero al mismo tiempo piden poder seleccionar de manera simple con quien compartir el contenido.

Para los sitios esto es un asunto delicado, siendo que las personas son los generadores del contenido en las redes sociales se debe encontrar un conjunto de funcionalidades que permitan a la persona tener un control aceptable y a la vez no disminuir significativamente lo que hace los sitios interesantes, el compartir y la constante información.

Otra dificultad es permitir que realicen las configuraciones necesarias de manera simple, no con procedimientos engorrosos y complicados. Por lo general las personas no quieren pasar demasiado tiempo revisando y adaptando las configuraciones de privacidad, pero rápidamente se ponen en contra del sitio cuando surgen problemas por no hacerlo.

También la creación de grupos que permiten agrupar nuestros contactos y luego seleccionar de manera cómoda con quien compartir el contenido. En este punto cabe destacar la funcionalidad círculos de Google+, que ha recogido numerosos elogios debido a la naturalidad con que se puede llevar a cabo esto.

Permanentemente los sitios se encuentran analizando qué cambios pueden realizar sobre la manera en que se llevan a cabo estos controles y verificando que tan aceptados son estos métodos por los usuarios de manera a no quedar rezagados en el negocio de las redes sociales.

Identidad. En lo que se refiere a la identidad existen dos corrientes totalmente opuestas. Una corriente muy fuerte es la verificación de identidad, se busca que las personas se identifiquen con sus nombres reales de tal forma que todo el mundo pueda estar seguro de conectarse con la persona correcta y confiar en que el perfil corresponde a una persona real.

Con esta medida se busca dejar fuera de las redes sociales a los abusos que se esconden detrás del anonimato, combatir la suplantación de identidad, el acoso y el spam [23],[24]. Algunas maneras de llevar esto a cabo son las placas de verificación con las que cuentan los sitios Twitter y Google+ si bien no está

del todo claro como se puede garantizar de manera efectiva la identidad de cada uno de los usuarios.

Por otro lado existen desventajas a la verificación de identidad. Muchas personas no se sienten del todo cómodas y seguras sabiendo que todo lo que hacen puede ser monitoreado a través de las redes sociales, más aún teniendo en cuenta que se sabe que las redes sociales recaban datos sobre sus usuarios o como al utilizar aplicaciones externas algunos de nuestros datos quedan registrados [25],[26]. Además existen casos para los cuales el anonimato puede ser crucial, como lo son los disidentes políticos e incluso los policías encubiertos, que según recientes estudios es una profesión cada vez más difícil debido a la exposición que reciben mediante las redes sociales [27].

5.5 Georeferenciamiento

Las redes sociales georeferenciadas aprovechan la tecnología GPS con la que cuentan los nuevos dispositivos móviles para ubicar a los usuarios, agregando una nueva dinámica basada en la posición de los mismos y haciendo uso del conocimiento de esta posición para poner a disposición de los usuarios información en tiempo real [28],[29]. Haciendo uso de esta información y asociándola a las redes sociales se presentan diversas e interesantes posibilidades para los usuarios.

Esta tecnología permite a cada individuo compartir su posición, ver quienes están cerca y si así lo quisiéramos, encontrarnos con estas personas. Además podemos saber qué sitios están en los alrededores, descubriendo nuevos lugares o actividades que se están llevando a cabo en ese momento. Al ingresar a un local podemos registrarnos y recibir beneficios de acuerdo a la frecuencia con la que lo visitamos o enterarnos de alguna promoción.

También al indicar en nuestros perfiles los lugares en los que estamos esto permite a nuestros contactos realizar recomendaciones o pedidos. De igual manera nosotros podemos comentar sobre el lugar, agregar críticas sobre el mismo, de forma que enriquecemos la información y esta luego será útil para otros usuarios. Igualmente resulta interesante para eventos, como por ejemplo conciertos o eventos deportivos. Podemos indicar fácilmente nuestra presencia e incluso señalar con quienes estamos, todo esto a través de las redes sociales y gracias a la integración del servicio con las mismas.

Para las empresas es un medio simple y económico para publicitarse y relacionarse con sus clientes, tanto concretos como potenciales. Integrando sus páginas a los servicios de georeferenciamiento estas pasan a contener más información que solo la generada por el negocio mismo, incluyendo aquella que los mismos usuarios agregan, como por ejemplo críticas, recomendaciones, comentarios. La relación se vuelve más íntima a pesar de la distancia, es posible ofrecer promociones, obtener feedback y premiar la fidelidad de los clientes.

Asimismo los negocios pueden beneficiarse de la información que se deduce de las interacciones con sus clientes. No solo son importantes las opiniones que expresan los clientes, sino también se pueden realizar observaciones en base a

los registros como por ejemplo la frecuencia de visitas, el número de registros, el horario y otros datos de interés como la edad, sexo y demás [30].

Algunas de las herramientas más exitosas son Foursquare, Gowalla, Facebook places y Google places. Estas son compatibles con los diversos dispositivos móviles y se espera un crecimiento cada vez más importante en el número de usuarios, asociado principalmente a la popularidad de las tabletas y smartphones.

5.6 Sustitución de medios de comunicación

Otro cambio importante asociado al fenómeno de las redes sociales ha sido la migración de los usuarios a los servicios ofrecidos dentro de las redes sociales, en detrimento de medios más tradicionales de la comunicación en línea como la mensajería instantánea y el correo electrónico.

El motivo principal para que se dé este cambio es la comodidad, para los usuarios es mucho más fácil utilizar los distintos servicios a través de un solo sitio. No es casualidad que Facebook cuente con un chat, un buzón de correo y que haya integrado Skype a su servicio de mensajería. Anteriormente ya hemos resaltado la importancia que cumple la interfaz de las redes sociales, ya que nos permite interactuar con nuestros contactos de manera natural y precisamente por ello han sustituido a los mencionados servicios.

El problema con la mensajería instantánea, además de necesitar por lo general una aplicación distinta, es que todos nuestros contactos están listados dentro de un mismo grupo y como se señala en [17] esto genera muchas veces situaciones incómodas y desconexión. Lo que sucede es que en el mundo real nuestras relaciones no se presentan de esta forma, sino como un conjunto particionado y con miembros bien diferenciados. Al hacer uso de los servicios de mensajería instantánea nos volvemos visibles para todos nuestros contactos, si tenemos alguno con quien preferiríamos no comunicarse en ese momento por lo general nos desconectamos, pero de esta forma perdemos contacto con todos los demás.

Otra cuestión importante es el descubrimiento de contactos. A través de las redes sociales es mucho más fácil descubrir nuevos contactos, por ejemplo al reconocerlos dentro del grupo de contactos de alguno de nuestros amigos. Al hacer visibles nuestros vínculos sociales se facilita la tarea de agregación y búsqueda, haciéndolo de una manera mucho más simple que aquella de los servicios de mensajería instantánea donde debemos intercambiar correos electrónicos.

En cuanto al correo electrónico la diferencia es la percepción, se tiene el concepto del correo electrónico como un medio de comunicación más formal. Si quisiéramos mantenernos al tanto de las actividades de nuestros amigos o conocidos no enviamos un correo electrónico para averiguarlo. Esto se da porque nos comportamos en línea de la misma manera que fuera de ella, no escribimos una carta para preguntar a un amigo para preguntar cómo ha estado o invitarlo a una reunión pero si lo llamaríamos o enviaríamos un mensaje de texto. La manera de comunicarse en las redes sociales es mucho más parecida a estas conductas que la de un correo electrónico, resulta mucho más natural escribir un mensaje corto en el perfil de alguna persona y es por ello que el uso del

correo electrónico pasa a ser utilizado para conversaciones más serias como las relacionadas al trabajo, o tal vez de carácter más íntimo.

Finalmente es importante mencionar los mensajes de texto, ya mencionamos que resulta más placentero para el usuario contar con todos los servicios desde un mismo sitio. Debido al masivo uso de dispositivos móviles se ha conseguido también disminuir el uso de este servicio presentando aplicaciones de mensajería propias de los sitios de redes sociales.

Un ejemplo es Facebook Messenger [31], que es una extensión del sistema de mensajería de Facebook y permite comunicarse desde la plataforma Facebook. Los mensajes se envían entre teléfonos de la manera usual pero además quedan almacenados en la página de cada usuario. La aplicación también permite mensajes a grupos, listando los usuarios disponibles siempre que tengan la aplicación. Cuando los usuarios utilicen Facebook Messenger recibirán los mensajes ahí o en los móviles que estén asociados a sus cuentas de Facebook.

6 Futuro

Luego de investigar sobre lo que se piensa será el futuro de las redes sociales, hemos encontrado algunos artículos [32],[33],[34] que nos parece recogen las ideas más interesantes y abarcan lo que la gran mayoría de lo que se vislumbra para las redes sociales.

6.1 Portabilidad del grafo social

Actualmente nuestros contactos se encuentran por lo general dentro de una sola red social, pero se está buscando que nuestro grafo social pueda ser portado a diferentes sitios. De esta forma nuestra información no es controlada por un solo sitio y además cuando aparezcan nuevas redes sociales o nos adherimos a otras no será necesario empezar a avisar a nuestros amigos que también deberían conectarse, la portabilidad lo hará todo más fácil.

6.2 Problemas con la privacidad

A medida que nos vayamos involucrando más con las redes sociales, aumentarán los problemas relacionados a la privacidad debido a la cantidad de contenido asociado a nuestros perfiles y los numerosos servicios que estarán integrados a los sitios. Los diversos sitios de redes sociales seguirán combatiendo en este aspecto tratando de brindar a sus usuarios mayor control de la mejor manera posible.

6.3 Prioridad para empresas

Las empresas ya empezaron a notar la importancia de su presencia en las redes sociales y de los beneficios que pueden alcanzar gracias a ello. Por ahora mucha de la información que recopilan las empresas la utilizan para dirigir publicidad relacionada al comportamiento del usuario.

En el futuro se reforzará la inversión en herramientas que midan el desempeño de las marcas y profesionales que se encarguen de optimizar este proceso, no solo obteniendo información sino también mejorando el relacionamiento con los clientes a través de las redes sociales. Se crearán herramientas más poderosas, que puedan almacenar más y mejores datos.

6.4 Dispositivos móviles

Sin dudas el buen momento que atraviesan los dispositivos móviles beneficia enormemente a las redes sociales. Ya en la actualidad se observa un aumento de uso en las redes sociales desde dispositivos móviles como tablets y smartphones. En medida que las redes sociales vayan agregando servicios los usuarios tendrán cada vez más razones para mantenerse conectados a las mismas y los dispositivos móviles son las herramientas perfectas para lograrlo.

6.5 Redes sociales pervasivas

Con la integración de diversos servicios a las redes sociales estas serán solo una prestación más de todo lo que hagamos en la red. Ya hemos hablado de las posibilidades que tiene Google+ en este aspecto y citado algunos usos actuales de las redes sociales integradas a diversos servicios. El papel de los dispositivos móviles es también crucial en este aspecto.

6.6 Conciencia de contexto

De la mano de los dispositivos móviles, la geolocalización, la computación ubicua y sensores como acelerómetros, micrófonos, cámaras con que cuentan los mencionados aparatos se prevé un desarrollo importante de las aplicaciones orientadas a la conciencia de contexto.

Se utilizará la información contenida dentro de las páginas de redes sociales de los individuos, junto con técnicas de minería de datos para que los artefactos que se encuentren a sus alrededor se comporten acorde a los gustos y preferencias de estas personas. Algunos ejemplos son pantallas que muestren publicidad que resulte interesante para los individuos alrededor de las mismas, música que suena en los equipos de acuerdo a los gustos, avance de películas en las tiendas de alquiler, etcétera.

References

1. D. M. Boyd and N.B. Ellison. Network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13:210–230, 2008.
2. J. M. Carroll A. Kavanaugh, D. D. Reese and M. B. Rosson. Weak ties in networked communities. *The Information Society*, 21:119–131, 2005.
3. O.Buyukkokten L. A. Adamic and E. Adar. A social network caught in the web. *First Monday*, 8:1–22, 2007.
4. Tristan Louis. 5 reasons why social networks can succeed. <http://www.tnl.net/blog/2006/06/22/5-reasons-why-social-networks-can-succeed/>.
5. Facebook. Facebook press. <http://www.facebook.com/press>.
6. Doubleclick Ad Planner. The 1000 most-visited sites on the web. <http://www.google.com/adplanner/static/top1000/>.
7. Digital Surgeons. Facebook vs. twitter - a breakdown of 2010 social demographics. <http://www.digitalsurgeons.com/facebook-vs-twitter-infographic/>.
8. Brian Anthony Hernandez. Explore twitters evolution: 2006 to present. <http://mashable.com/2011/05/05/history-of-twitter/>.
9. The Week. Twitter's 100-million-users milestone: By the numbers. <http://theweek.com/article/index/219139/twitters-100-million-users-milestone-by-the-numbers>.
10. Chris Taylor. Twitter has 100 million active users. <http://mashable.com/2011/09/08/twitter-has-100-million-active-users/>.
11. Todd Wasserman. Google+ hits 25 million visitors, gets more sticky [study]. <http://mashable.com/2011/08/02/google-plus-25-million-visitors/>.
12. Heidi Thompson. 5 social media metrics you should be measuring. <http://socialmediatoday.com/heidisendible/349697/5-social-media-metrics-you-should-be-measuring>.
13. Eventoplus. Ticketmaster se alía a facebook y se hace social. <http://www.eventoplus.com/noticia/3959/ticketmaster-se-alia-a-facebook-y-se-hace-social/>.
14. Eliot Van Buskirk. Pandora and facebook: So happy together. <http://www.wired.com/epicenter/2010/04/pandora-and-facebook-so-happy-together/>.
15. Aura Talbott. Ecommerce news briefs: August 29th, 2011: Social media usage, ecommerce stocks, holiday marketing. <http://www.mivamerchant.com/blog/ecommerce-news-briefs-august-29th-2011-social-media-ecommerce-holidays>.
16. N. Maguluru B. Lea, W. Yu and M. Nichols. Enhancing business networks using social network based virtual communities. *Industrial Management & Data Systems*, 106:121–138, 2006.
17. Paul Adams. The real life social network. <http://www.slideshare.net/padday/the-real-life-social-network-v2>.
18. Mathew Ingram. Network effects: Social medias role in the london riots. <http://gigaom.com/2011/08/08/network-effects-social-medias-role-in-the-london-riots/>.
19. Zahera Harb. Arab revolutions and the social media effect. <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/364>.
20. Media Digest. How social media gave the middle east a voice. <http://www.mediadigest.co.uk/features/how-social-media-gave-the-middle-east-a-voice>.
21. Bruce Bower. No lie! your facebook profile is the real you. <http://www.wired.com/wiredscience/2010/02/no-lie-your-facebook-profile-is-the-real-you/>.

22. Dan Schawbel. How to: Leverage social media for career success. <http://mashable.com/2009/04/07/social-media-career-success/>.
23. Bianca Bosker. Facebook's randi zuckerberg; Anonymity online 'has to go away'. http://www.huffingtonpost.com/2011/07/27/randi-zuckerberg-anonymity-online_n_910892.html.
24. Stephen Shankland. Google+ faces thorny online identity issues. http://news.cnet.com/8301-30685_3-20078671-264/google-faces-thorny-online-identity-issues/.
25. D. Malandrino B. Krishnamurthy and C.E. Wills. Measuring privacy loss and the impact of privacy protection in web browsing. In *Symposium On Usable Privacy and Security (SOUPS)*, 2007.
26. Kathryn McConnachie. Does google+ privacy add up? http://www.itweb.co.za/index.php?option=com_content&view=article&id=45182:does-google-privacy-add-up&catid=69.
27. Jennifer Bergen. Facebook and social networks making it harder to be an undercover cop. <http://www.geek.com/articles/geek-pick/facebook-and-social-networks-making-it-increasingly-harder-to-be-an-undercover-cop-20110827>.
28. Marco Paz Pellat. Redes sociales y georeferenciación. <http://www.slideshare.net/politicadospuntocero/redes-sociales-y-georeferenciacion-marco-paz-pellat>.
29. Bernat Comas. Redes sociales y geolocalización. <http://www.slideshare.net/JuanLuisVives/redes-sociales-y-geolocalizacion-bernat-comas>.
30. Esteban Mulki. Geolocalización social: presente, desafíos, y oportunidades de negocios. <http://www.slideshare.net/TucuAzote/geolocalizacion-social-presente-desafos-y-oportunidades-de-negocios>.
31. Mike Isaac. Facebooks new messaging app aims to do away with sms. <http://www.wired.com/epicenter/2011/08/facebooks-messaging-app-sms/>.
32. Jae Kim. What would 2011 have for us? <http://futureofsocialnetwork.blogspot.com/2011/01/what-would-2011-have-for-us.html>.
33. Mark Suster. Social networking: The future. <http://techcrunch.com/2010/12/05/social-networking-future/>.
34. Aaron Beach, Mike Gartrell, Xinyu Xing, Richard Han, Qin Lv, Shivakant Mishra, and Karim Seada. Fusing mobile, sensor, and social data to fully enable context-aware computing. In *Proceedings of the Eleventh Workshop on Mobile Computing Systems & Applications, HotMobile '10*, pages 60–65, New York, NY, USA, 2010. ACM.