

# Las redes sociales al



Fernando  
Martín Moreno

Jefe de la Unidad de  
Apoyo Informático del Área  
Político-Administrativa del  
Estado  
Tribunal de Cuentas

ACE poco tiempo, parecía que eran los SMS la mejor forma de poder enviar una información rápidamente o de movilizar a un determinado sector de la población, pero ahora surge con fuerza una nueva forma de comunicarse.

Las redes sociales “dan poder a la gente” y facilitan la participación de las personas en la sociedad, especialmente a los jóvenes, quienes trasladan su ámbito relacional a lo “online”. El actual relevo generacional es un segmento de población nacido y crecido con diversidad de dispositivos de conexión, además de ser consumidores 24 horas de Internet móvil. El éxito de las redes sociales entre los jóvenes y cada vez menos jóvenes, se debe a que conjugan el concepto del “yo” con la información en tiempo real, y han trasladado su ámbito relacional en conexión casi permanente.



Estamos ante un nuevo paradigma de relación entre las personas y es que conceptos como la visibilidad social están sometidos a un cambio importante. Hemos llegado a un punto de inflexión donde es casi obligatorio estar en las redes sociales y de un modo “activo”, aunque hay un serio debate sobre si las redes sociales representan una mejora para la vida de las personas o si, por el contrario,

limitan su privacidad. Otro problema es si nos garantizan que están configuradas por defecto para que el perfil de los usuarios sea accesible únicamente para su círculo de contactos.

En resumen, en un mundo globalizado y en el que la tecnología es la base de su evolución, las relaciones entre las personas han adquirido nuevos soportes, posibilidades y formas sorprendentes e instantáneas de comunicación.

Las redes sociales se basan en la teoría de los seis grados, seis grados de separación es la teoría de que cualquier persona de la tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada “Chains”. El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que lleguemos a todos los habitantes de la tierra por muy lejanos que estén. Esta idea está recogida también en el libro “Six Degrees: The Science of a Connected Age” del sociólogo **Duncan Watts**, que asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan sólo seis “saltos”.

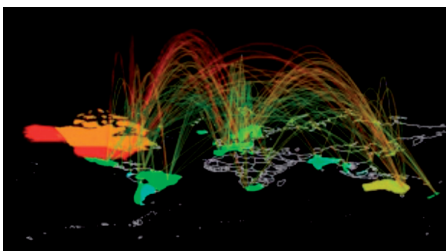
Según esta teoría, cada persona conoce de media a unas 100 personas (familiares, amigos, compañeros de trabajo, escuela, universidad, deporte, hobbies, etc.). Si cada uno de esos conocidos cercanos

# servicio de las Administraciones Públicas

se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar una determinada información a 10.000 personas más, al pedir que se siga distribuyendo.

Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce pero que puede usar como lista de distribución. Si esos 10.000 conoce cada uno a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel. En seis pasos, y con las tecnologías disponibles actualmente, se podría enviar un mensaje a cualquier individuo del planeta. Habría que tener en cuenta los duplicados y los que no tienen conexión, pero en cualquier caso llegaríamos a cubrir una amplia población del planeta.

Evidentemente cuanto más pasos haya que dar, más lejana será la conexión entre dos individuos. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras y ha permitido que las redes sociales sean actualmente mundiales.



Las herramientas informáticas para potenciar la eficacia

de las redes sociales online, operan en tres ámbitos, “las 3Cs”, de forma cruzada:

- Comunicación (nos ayudan a poner conocimientos en común).
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos).

El origen de las redes sociales se remonta a 1995, cuando **Randy Conrads** crea el sitio web *classmates.com*. Con esta red social se pretendía que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etc. En 1997 surge *SixDegrees.com*. En el 2001 se crea *Ryze.com* para ayudar a aprovechar objetivos empresariales y profesionales. *LinkedIn* nace en el 2002 para capturar el segmento profesional.

En el 2003 llega *MySpace*, en el 2004 *Facebook*, en el 2006 *Tuenti* y en el 2007 *Twitter*. En estas comunidades, un número inicial de participantes envían mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos participantes repiten el proceso, creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen características como actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

Las redes sociales también pueden crearse en torno a las relaciones comerciales y profesionales.

Ningún medio de comunicación actual es tan global como son hoy las redes sociales.

## Datos actuales de las redes sociales más importantes:



**Facebook:** 700 M de usuarios (1 de cada 13 personas en el mundo tiene una cuenta en Facebook). Facebook es la red social que más atrae usuarios, ya que famosos, empresas y personas en general usan este servicio como su portal personal. Uso de 70 idiomas. El 30% se conectan a través de dispositivo móvil.

El 50% se conectan todos los días. Actualmente en España Facebook cuenta con 12 M de usuarios. Después de China y la India, Facebook es el que más población “virtual” gestiona desde su red social.



**Tuenti:** 12 M de usuarios (comprada recientemente por telefónica). Tuenti sigue siendo la segunda red social de nuestro país con 9 M usuarios. Es una red social dedicada al público joven español. Sigue un formato similar a otras redes sociales como Facebook.



**LinkedIn:** 120 M de usuarios. LinkedIn se posiciona como la gran red social profesional.



**Twitter:** 200 M de usuarios. Twitter es el servicio que te permite expresar en tan sólo 140 caracteres una idea o tu estado actual (puedes conocer o seguir al instante que es lo que están haciendo otras personas). El 40% de los tweets se generan desde dispositivos móviles. Se envían 110 M de tweets diariamente (es la red con más expectativas de crecimiento). El 63% de los tuiteros españoles utilizan el servicio para recomendar productos y el 61%, para compartir sus quejas.



**MySpace:** 63 M de usuarios. Una de las redes sociales con más éxito por la capacidad de compartir música, fotos, vídeos y personalizar nuestro perfil. Actualmente está perdiendo usuarios atraídos por otras redes sociales.



**Otros datos genéricos:**

- El 85% de los internautas participan en alguna red social "pura".
- 7 de cada 10 usuarios de Internet móvil se conecta a redes sociales. El 29% lo hace de forma diaria.
- España tendrá más de 10 M de usuarios de redes sociales móviles en el 2013.
- Cerca de la mitad de las empresas comenzarán a comunicarse con sus clientes mediante esta vía en los próximos 2 años.
- Para el 2015 las redes sociales habrán sustituido a los emails

Las redes sociales gustan porque se realizan mediante una

comunicación "casi" gratuita (tarifa plana con el uso de otros servicios), permite comunicarse con grupos o comunidades de forma ágil, facilita la organización de la agenda, compartir multimedia y están disponibles desde múltiples dispositivos. Con la llegada de LTE (Long Term Evolution) y las nuevas tarifas se incrementará el uso de los dispositivos móviles.



Es evidente que la información que fluye de forma constante a través de las redes sociales puede permitir descubrir opiniones, sentimientos o iniciativas que sobre la actividad pública tiene nuestra sociedad o un segmento de la misma a la cual damos servicio.

Tenemos que rastrear las redes sociales y encontrar tendencias de opinión que a través de ellas estén circulando y que puedan ayudarnos a conocer o prever cualquier actuación que se pueda generar desde ellas. Los ciudadanos ya no quieren permanecer pasivos ante las marcas o decisiones políticas, quieren ser escuchados, quieren decir lo que opinan, recomiendan a sus amigos, seguidores y censuran las cosas que les parecen incorrectas o apoyan las que pueden dar valor en sus vidas.

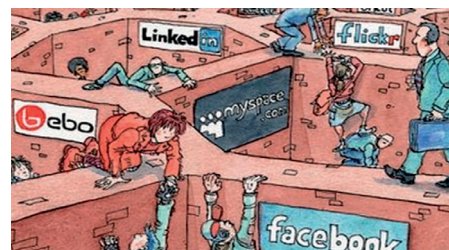
En pocos minutos pueden generar una iniciativa seguida por miles de personas vinculada a una determinada red social. Existen "líderes espirituales" en las redes sociales que pueden hacer influir su opinión en sus seguidores y que en muchos casos representan segmentos amplios de la población. Por todo ello considero que las redes sociales son actualmente el "quinto poder". Hay que estar atentos y poder intervenir en determinadas circunstancias.

Creo que es un canal más de información que existe en la actualidad y además vincula muy rápidamente a las personas que están en ellas, para realizar acciones o generar opinión. Por ello tenemos que tener herramientas específicas (al ser en general información no estructurada) y procedimientos que nos permitan rastrear la información que pueda influir en nuestra organización para tener una forma rápida de análisis y de actuación.

En el análisis de esta información además podemos encontrar nuevos temas recurrentes y que desconocíamos su interés por parte de la población. Gracias a todo ello podemos tener un sondeo de opinión instantáneo y gratuito sobre temas de actualidad, medidas legislativas o gestión administrativa.

Algo fundamental de las redes sociales es que nos ayudan a detectar de forma rápida posibles malas actuaciones propias (permitiéndonos enmendar errores), además de malas actuaciones de nuestro alrededor (permitiéndonos no caer en los mismos errores). Por otro lado pueden ayudar a difundir rápidamente información crítica o relevante.

Hemos visto como la clase política y determinados Organismos Públicos han comenzado a utilizar las redes sociales para llegar con sus mensajes a determinados entornos sociales e interactuar con ellos.



Las AAPP tienen que estar vinculadas a ellas para generar opinión o analizar lo que sobre ella se dice. No hacer nada puede resultar caro, hacer algo es barato. ➤