

## UNIVERSO MULTIMEDIA

ENRIQUE DANS

Profesor del Instituto de Empresa

### En Internet, todo es una red social

**Hace no mucho tiempo,** comenzaron a irrumpir en Internet una serie de empresas llamadas genéricamente redes sociales.

La pionera, de acuerdo con la mayoría de las crónicas, fue Friendster, pero la siguieron muchas, muchísimas otras, con diversos enfoques.

Profesionales, como LinkedIn, Spoke, OpenBC o la española eConozco; sentimentales, como Match, Love.com, o no-se-sabe-qué-pero-para-algo-servirá, como Orkut, que sigue la más clásica "estrategia Google": crear algo, llenarlo de gente y más adelante ya veremos para qué puede servir.

Un tiempo después, las redes sociales, mejor o peor, van funcionando. Quien más, quien menos, todo aquél que es alguien en Internet, está dado de alta y colecciona amigos en varias de ellas.

Hasta se ha acuñado el calificativo YASN, ("Yet Another Social Network", u "otra red social más") para hacer referencia a la invasión.

El mecanismo es siempre igual: date de alta, proporciona datos, que nunca serán utilizados para ningún fin oscuro (no spam, no venta cruzada, no publicidad... nada, niente, nil, zero, zilch), e invita a tus amigos a unirse, dándoles acceso selectivo a tu información. Puro principio de Milgrom: si muchas personas se unen, podrás llegar en pocos pasos a cualquier persona, incluyendo millonarios, empresarios, actores, actrices, pilotos de Fórmula 1 y hasta políticos, si no fuera porque suelen pertenecer a una raza inferior que no sabe teclear.

#### Falta de ingresos

Pocas de las citadas redes sociales han emprendido el camino de los ingresos. Las que lo han hecho es porque tienen un propósito claro, sirven inequívocamente para algo. En mis redes profesionales (soy bastante activo en tres de ellas, eConozco, LinkedIn y OpenBC) se fraguan contrataciones todas las semanas, y hasta tengo algún amigo *head-hunter* que las usa con profusión.

Las redes sentimentales me consta que funcionan a todo gas. Y Orkut ha protagonizado fenómenos sociológicos de difusión en países como Brasil. Aunque aún no hemos alcanzado la madurez, la cosa parece que está claramente encaminada.

Sin embargo, no pretendo hablar de redes sociales en sí,



*"Para las empresas, las redes sociales constituyen un riquísimo caudal de información"*

sino de otro fenómeno relacionado: cada vez más, TODO es una red social.

Entro en Blogger, la herramienta que uso para escribir mi página web, y varias personas me han invitado a escribir en las suyas.

Voy a Flickr para compartir fotos con familia y amigos, y veo que muchas personas invitan a otros a compartir sus fotos, y se ofrecen niveles de clasificación (contacto, amigo o familia) y hasta un correo electrónico interno.

Abro Skype, el programa que uso para hablar por teléfono a través de Internet, y veo cómo algunos lo usan para contactar con gente que pueda tener intereses comunes, o simplemente para ligar.

Leo noticias en Bloglines, y veo como mucha gente se apunta a ver lo que otros leen en sus suscripciones públicas. Voy a Delicious, una herramienta gestora de favoritos online, y puedes ver cuáles son más populares, en qué categorías han entrado más cosas nuevas...

Ninguno de esos programas son redes sociales. Son otras cosas. Pero todos ellos han incorporado, desde su creación o en algún momento de su desarrollo, prestaciones que hasta hace poco eran propias de una red social.

#### Tendencia imparable

Me parece una tendencia imparable. Y creo que en breve empezaremos a ver este tipo de redes también en negocios clásicos *offline*.

Para el cliente, la red social supone la realización tecnológica de algo natural. Pero para la empresa es un riquísimo caudal de información que, bien gestionada, puede proporcionar interesantes fuentes de ventaja competitiva.

Somos seres sociales. Vaya enterándose de cómo funciona esto de las redes sociales porque, dentro de poco, todo será una red social.