

Facebook y el mundo de las redes sociales

Introducción

La aparición de las redes sociales en los últimos años seguramente es uno de los fenómenos que mayor impacto está teniendo en la sociedad. Así, al menos, lo ve la revista Time. Ya en el año 2006 consideró que su “persona del año” éramos “nosotros”, por el simple hecho de formar parte de la red, de convertir la Web en algo útil y vivo, considerando que sin “nosotros” nada va. Y recientemente ha nombrado al fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, como persona del año 2010. ¿La razón? Tal como dicen ellos:

“Por conectar a más de 500 millones de personas, mapeando las relaciones sociales que hay entre ellas; por crear un nuevo sistema de intercambiar información; y por cambiar cómo todos vivimos nuestras vidas.”

Si bien ésta última afirmación puede parecer exagerada, es innegable que estamos inmersos en un cambio social cuyas dimensiones reales son difíciles de anticipar. Las posibilidades tecnológicas son inmensas, y seguramente habrá que esperar a ver cómo evoluciona la adopción de las propuestas que todo un ecosistema de empresas está planteando. Las redes sociales no paran de crecer, tanto en número de usuarios como en términos del tiempo que éstos pasan en las redes. Y parece ser un fenómeno universal. Y España no es una excepción, tal como ilustra un reciente video sobre las redes sociales en este país (ver <http://www.youtube.com/watch?v=uitAUu7cVSw>).

Caso preparado por Carlos Oré, Asistente de investigación, y la Profesora Sandra Sieber, como base de discusión en clase y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada. Marzo de 2011.

Copyright © 2011 IESE. Para pedir copias de este documento diríjase a IESE Publishing a través de www.iesep.com, escriba a iesep@iesep.com, envíe un fax al +34 932 534 343 o llame al +34 932 534 200.

No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios.

Última edición: 19/12/11
0-111-022



A día de hoy, podríamos saber dónde está cada persona de nuestra red en cada momento, qué está leyendo, qué música ha escuchado en los últimos tiempos, con quién se ha visto, si está disponible o no en un momento determinado, o qué marcas, productos o empresas le gustan. ¿Demasiada información? Quizás sí, y quizás nunca adoptemos todas estas propuestas. Pero desde un punto de vista tecnológico, todo esto (y más) es ya una realidad. Y muchas personas han decidido ya aceptar alguna o todas estas propuestas.

Con ello, se tiene que abrir también un debate sobre la utilización de las redes sociales para las empresas.

Las redes sociales

En los últimos 5 años el auge de las redes sociales virtuales ha sido espectacular. Personas de todo el mundo y de todas las edades se han lanzado a unirse en estas redes, aprovechando la facilidad de contacto que proporcionan. El caso más notorio del crecimiento de las redes sociales es Facebook, que ha pasado de contar con 12 millones de usuarios activos en diciembre de 2006 a los más de 500 millones de usuarios que tiene en diciembre de 2010. De estos usuarios, aproximadamente el 50% se conectan al menos una vez cada 24 horas.

Internet ha aportado mucho valor a la hora de trazar y realizar un seguimiento de las redes sociales de los individuos, al proporcionar herramientas para facilitar la conectividad entre usuarios, la generación de contenido y nuevas relaciones.

Formalmente, las redes sociales son estructuras compuestas por grupos de personas conectadas por relaciones de amistad, parentesco, intereses comunes, etc.¹ Desde siempre, las redes sociales han importado mucho, aunque tradicionalmente eran de alcance más bien limitado.

Esto cambia radicalmente con la llegada de Internet y especialmente el desarrollo de la denominada “web social”. Ésta proporciona herramientas para facilitar la conectividad entre usuarios, la generación y publicación de contenidos, y el trazado de relaciones. Con ello, es posible ampliar el horizonte de relaciones hacia unos límites antaño inimaginables.

La historia de las páginas webs en forma de redes sociales empieza en 1997, cuando se funda la empresa SixDegrees. Siendo de acceso libre, permitía a los usuarios crearse un perfil, agregar amigos a su red y enviarles mensajes². Las relaciones entre personas se representaban de forma gráfica, de forma que el usuario podía “ver” con quién tenía relaciones más fuertes o débiles. Sin embargo, la empresa desde sus inicios tuvo problemas de monetización, y su idea inicial de financiarse por publicidad nunca despegó. Con ello, SixDegrees cerró su red en el 2001³. Desde los días de SixDegrees, cientos de redes sociales online han nacido y unas cuantas han muerto. Algunas de estas redes estaban orientadas a cubrir nichos muy específicos. Así pues, se pueden encontrar redes como CafeMom, una red social para madres; Care2, una red social para activistas; o FledgeWing, una red social para universitarios emprendedores⁴.

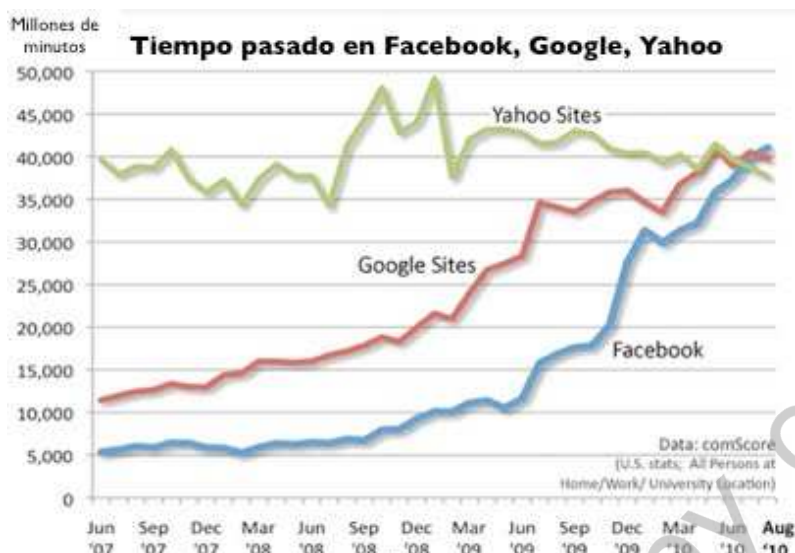
¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social.

² <http://www.medellin.edu.co/sites/Educativo/Docentes/Noticias/Paginas/historiaderedessociales.aspx>.

³ <http://en.wikipedia.org/wiki/Sixdegrees.com>.

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites.

Otras son de ámbito más general. Así, sitios como LinkedIn o Xing nacieron con la vocación de organizar nuestras relaciones profesionales, mientras que otras redes como MySpace o Facebook vieron la luz para ocuparse de nuestras relaciones personales virtualmente.



Fuente: comScore, septiembre de 2010.

En la actualidad, las redes sociales barajan cifras de usuarios del orden de naciones enteras, generan más contenido que cualquier otra publicación y reciben más visitas que cualquier otro espacio en la web. En 2010, por primera vez en la historia de Internet, una red social ha recibido más atención que ningún otro sitio. Así, en Septiembre de 2010 Facebook superó a Google como sitio más visitado (en términos de tiempo que los internautas han pasado en un sitio web) de Internet⁵. Y desde entonces siempre ha sido el sitio más visitado.

Facebook

Historia de Facebook

En Enero de 2004, tres estudiantes de Harvard empezaron a escribir el código de una página web que pretendía convertirse en una alternativa al directorio de estudiantes en papel de la Universidad. Un mes más tarde, el proyecto ve la luz por primera vez, publicándose bajo el nombre de Thefacebook. En EEUU, un Facebook es un directorio de personas con una fotografía e información básica.

Inicialmente, Facebook sólo admitía como usuarios a estudiantes de Harvard. Menos de un mes después de su creación, Facebook ya tenía registrados como usuarios a más de la mitad de los estudiantes de Harvard, convirtiéndose así en un éxito inmediato entre la comunidad universitaria. Durante los siguientes meses, Facebook se abrió a estudiantes de otras universidades, como el MIT, Boston University y Boston College. Visto el éxito inicial,

⁵ <http://www.entrebets.com/noticias/facebook/facebook-supera-google-como-web-mas-visitada-en-eeuu.html>.