
ARTICULOS

UN FENÓMENO RECIENTE Y EN CONTINUO CRECIMIENTO: LOS SITIOS DE REDES SOCIALES EN INTERNET

Carlos Rodríguez Notario

Sociólogo

carlos.rodriguez@juntaextremadura.net

Carlos Rodríguez Notario, (Toledo, 1976) Es Licenciado en Sociología, Especialidad de Análisis Políticos por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 2001 ha desarrollado su trayectoria profesional en el ámbito privado en Investigación Social y de Mercados hasta 2005, trabajando desde esa fecha en la Administración Regional y Provincial extremeñas, en materia de empleo. Actualmente es Sociólogo de la Vicepresidencia Segunda y Consejería de Economía, Comercio e Innovación de la Junta de Extremadura. Es miembro de ACISE desde 2008.

Abstract

The appearance of news related to Social Network Sites on the Internet is quite common, making us conscious of the amplitude and frequency of their use, to the extent of being a daily practice amongst many users. In a relatively short space of time the use of these networks has extended in a vertiginous way among Internet users, at national level, following the international tendencies.

Hundreds of Social Network Sites exist, with different technological possibilities that give support to an ample range of interests and practices. They respond in some cases to a variable public, whereas in others they attract people on the basis of a common language or race, sex, religion or identities based on nationality. They also vary insofar as new tools of information and communication are introduced. A common characteristic in most of these Social Network Sites is that an initial number of participants send messages to members of their own social network inviting them to join the site. The new participants repeat the process, and the total number of members and the connections of the network increase.

Key words:

Social networks, internet, sites, online, phenomenon, growth, legal, protection.

Es habitual la aparición de noticias relacionadas con Sitios de Redes Sociales en internet, haciéndonos conscientes de la amplitud y habitualidad de su uso, hasta el hecho de ser practica cotidiana en muchos de los usuarios de los mismos.

En un relativamente espacio corto de tiempo el uso de estas redes se ha extendido de manera vertiginosa entre los internautas, a nivel nacional, siguiendo las tendencias internacionales.

Según el último informe de la compañía ComScore, que hace referencia a Diciembre de 2008, el **73,7% de los internautas mayores de 15 años son usuarios de las mismas**. Es decir, más de 13 millones de usuarios, de 17,8 millones de internautas españoles.

Los resultados del registro de Febrero de 2009 de la empresa de medición de audiencias en la red, Nielsen Online, permiten afirmar, que ya se dedica más tiempo de navegación en la red a los Sitios de Redes Sociales que al Correo Electrónico. Estas redes unidas a los Blogs se llevan el 10% del tiempo que los usuarios dedican a navegar.

No obstante, muchos de los propios usuarios desconocen los antecedentes y evolución de dichos Sitios de Redes Sociales, por eso convendrá en breves líneas comentar qué son exactamente, su evolución histórica y las problemáticas que generan o pueden generar.

ACERCAMIENTO SOCIOLÓGICO.

En primer lugar habría que definir que es una Red Social. De las muchas definiciones que podemos utilizar, nos vamos a quedar con la que aparece en Wikipedia, Red Social encargada de ofrecer definiciones, que lo hace del siguiente modo:

Una Red Social es una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en el cuál los nodos representan individuos y las aristas relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales, etc. También es el medio de interacción de distintas personas.

Los Sitios de Redes Sociales en Internet se basan en la Teoría de los "**Seis grados de separación**", que de manera general asegura que cualquier individuo en el Planeta puede estar conectado a cualquier otra persona, a través de una cadena de conocidos que no tiene más de seis intermediarios.

Dicha frase, proviene y se inspira en el "**Experimento de un Mundo Pequeño**" de Stanley Milgram realizado en 1969, que explicaremos mas adelante, pero sus antecedentes son anteriores.

Inició la misma a finales de la década de los años veinte del siglo pasado, el escritor húngaro Frigyes Karinthy, que a través de un relato nos ponía sobre la mesa esta temática .

Ya en la década de los cincuenta, en el libro "**Six Degrees: The Science of a Connected Age**" el sociólogo Duncan Watts, aseguraba que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo seis "saltos".

Explica que cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos

cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un recado a 10.000 personas más, tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce pero que puede conocer fácilmente pidiendo a amigos y familiares que se los presenten.

Procediendo de igual manera hasta el sexto nivel nos encontramos con una cifra de 1.000.000.000 de individuos. En seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier individuo del planeta.

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram, ideó una nueva manera de probar esta Teoría. El **“Experimento del Mundo Pequeño”**, consistió en la selección al azar de varias personas del medio oeste estadounidense para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles de kilómetros de distancia. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensaran que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final.

Aunque los participantes esperaban que la cadena incluyera al menos cientos de intermediarios, la entrega de cada paquete solamente llevó, como promedio, entre cinco y siete intermediarios. Los descubrimientos de Milgram fueron publicados e inspiraron la frase **“Seis Grados de Separación”**.

Este experimento probó la teoría, pero hablamos de manera general porque, el grado de separación depende o se ve afectado por variables geográficas, sociales, económicas, culturales, políticas, y por supuesto tecnológicas. Cuestiones cómo el lugar en el que nos encontramos del Planeta, el grado de desarrollo tecnológico del mismo y otros, entendemos que influyen de manera notable en los grados de separación existentes.

EVOLUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SITIOS DE REDES SOCIALES EN INTERNET.

Boyd y Ellison, definen Sitio de Redes Sociales como un *servicio basado en Internet que permite a los individuos construir un perfil público o semi-público, dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de conexiones, y de las hechas por otros dentro del sistema.*

Utilizan el término Sitio de Redes Sociales, para describir este fenómeno, y no Red Social, porque esta última hace hincapié en la iniciación de la relación, a menudo entre desconocidos. Si bien es posible la creación de redes en estos sitios, no es la principal práctica de muchos de ellos, ni es lo que los diferencia de otras formas de comunicación mediada por ordenador.

Lo que hace a los Sitios de Redes Sociales únicos es que permiten a los usuarios integrar y hacer visibles sus redes sociales. En muchos de estos sitios los participantes

no están necesariamente “en red” o buscando a gente nueva, en cambio, están principalmente comunicándose con personas que ya forma parte de su red social.

Existen cientos de Sitios de Redes Sociales, con distintas posibilidades tecnológicas, que dan soporte a una amplia gama de intereses y prácticas. Responden en unos casos a un público variado, mientras que en otros atraen a la gente sobre la base de un lenguaje o raza común, sexo, religión o identidades basadas en la nacionalidad. Varían también en la medida en que se incorporen nuevas herramientas de información y comunicación.

Una característica común en la mayor parte de estos Sitios de Redes Sociales es que 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.

El origen de estos sitios de redes sociales es discutible, aunque lo podemos situar en la segunda mitad de la década de los noventa del siglo pasado. Uno de los precursores fue *classmates.com*, creado por Randy Conrads, que pretendía que la gente recuperara o mantuviera el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etc.

Classmates.com permitía afiliarse con su escuela secundaria o universidad y navegar por la red de otros que también estuviesen afiliados, pero los usuarios no pudieron crear perfiles o listas de amigos hasta años más tarde. *SixDegrees* fue la primera en combinar estas características en 1998.

De manera progresiva fueron apareciendo sitios web promocionando redes de *círculos de amigos* en línea, cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las diferentes comunidades virtuales existentes, y se popularizó en 2003 con la aparición de *Xing* o *MySpace*.

Dicha popularidad trajo consigo que grandes compañías como *Google* y *Yahoo* entraran en el espacio de las Redes Sociales en Internet.

Los Sitios de Redes Sociales siguen creciendo de manera vertiginosa, especialmente dentro de las potencialidades y mejoras que ofrecen las denominadas *Web 2.0* y *3.0*.

Fenómenos nuevos son los Sitios de Redes Sociales de compras, o lo que es lo mismo **Shopping 2.0**. Tratan de convertirse en un lugar de consulta y compra. Un espacio en el que los usuarios pueden consultar todas las dudas que tienen sobre los productos en los que están interesados, leer opiniones y escribirlas, votar a sus productos favoritos, conocer gente con sus mismas aficiones y, por supuesto, comprar ese producto.

CONSECUENCIAS JURÍDICAS DEL FENÓMENO DE LOS SITIOS DE REDES SOCIALES.

Las consecuencias de la aparición y extensión del uso de los Sitios de Redes Sociales en Internet son muchas y variadas, ya sea a nivel social, de la distribución del tiempo de utilización de la Red, como tratamos al principio del artículo, o consecuencia jurídica, que actualmente están en continuo debate, y que continuación explicaremos.

Las tasas de crecimiento del uso de los Sitios de Redes Sociales nos ponen sobre la mesa la necesidad de una legislación adaptada a este reciente fenómeno, que garantice el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos, del mismo modo que se

incremente la vigilancia sobre cuestiones relativas a la pornografía infantil, control del acceso de menores, etc.

El incorporarse a un Sitio de Redes Sociales implica ceder una serie de datos personales, cosa que se hace de un modo voluntario, pero quizá no de un modo tan consciente como sería necesario. La velocidad de uso y el crecimiento de potencialidades de los mismos, resultan en una falta de calibración de las consecuencias de la introducción de estos datos personales.

Según Artemi Rallo, Presidente de la Agencia de Protección de Datos Española, en una entrevista publicada en el Diario Expansión (Edición Digital) el 13/3/2009 comenta:

La legalidad de muchos de estos sitios de redes sociales, se construye sobre una falacia, que es la existencia de un usuario informado y consciente, cuando las estadísticas muestran que menos de 1 usuario por cada 100.000 lee estas condiciones.

La Agencia de Protección de Datos de nuestro país esta llevando a cabo una campaña de concienciación acerca de la trascendencia que tiene poner a disposición de toda la Red fotos, preferencias sexuales, inquietudes o credos religiosos.

Del mismo modo se espera para Abril un dictamen conjunto de las Agencias de Protección de Datos de la Unión Europea para la Adecuación de estos Sitios a la normativa Europea.

Bibliografía:

- Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11.
- Josep A. Rodríguez Díaz: 'Análisis estructural y de redes'. 2da edición. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (Cuadernos Metodológicos; 16)2005. 110 pags. ISBN: 84-7476-385-1.
- Edición Electrónica del Diario El Mundo.
- Edición Electrónica del Diario Expansión.