

Seis grados de separación

¿Quién dijo que el uso masivo de los ordenadores nos iba a impedir relacionarnos? Muy lejos del tópico que presenta al informático "friki" y sin vida social, la verdad es que Internet y las nuevas tecnologías nos conducen a un nuevo mundo de comunicación en las que manda el usuario: las redes sociales.

DIEGO OBIOL

El pasado 13 de mayo, el prestigioso semanario The Economist publicaba un artículo sobre el triunfo de las redes sociales sobre las webs pornográficas. En este reportaje se anunciaba que en el Reino Unido las "comunidades online, redes sociales y chats" están a punto de destronar a las webs pornográficas como líder del tráfico en Internet.

Las razones de este fenómeno son variadas. Principalmente la maduración del medio está provocando que las webs de sexo pierdan posiciones en detrimento de otras actividades y hábitos como las redes sociales.

Ya sea para ligar, compartir aficiones o hacer negocios, existen decenas de sitios web dedicados a crear y gestionar redes sociales, lugares donde invitar a los amigos y conocer a los 'amigos de los amigos', o aquellas comunidades de intereses comunes. Cuentan con acérrimos partidarios, que compiten por ser los más populares en cada red, pero también con detractores que cuestionan su utilidad y que consideran que suponen una preocupación amenaza para la intimidad.

Se trata de utilizar el alcance de la Red para ampliar el círculo de contactos y poder compartir intereses, de la naturaleza que sean, con un gran número de personas sin ninguna limitación física. Si los weblogs han creado un universo en la Red donde cada internauta (blogger) publica su diario personal o su 'visión del mundo', las redes sociales fomentan la posibilidad de estrechar vínculos desconocidos y dispersos, crear un espacio para compartir conocimiento.

¿COMO FUNCIONAN? Básicamente el funcionamiento comienza cuando una vez montado el so-

porte técnico, un grupo de iniciados invita a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico.

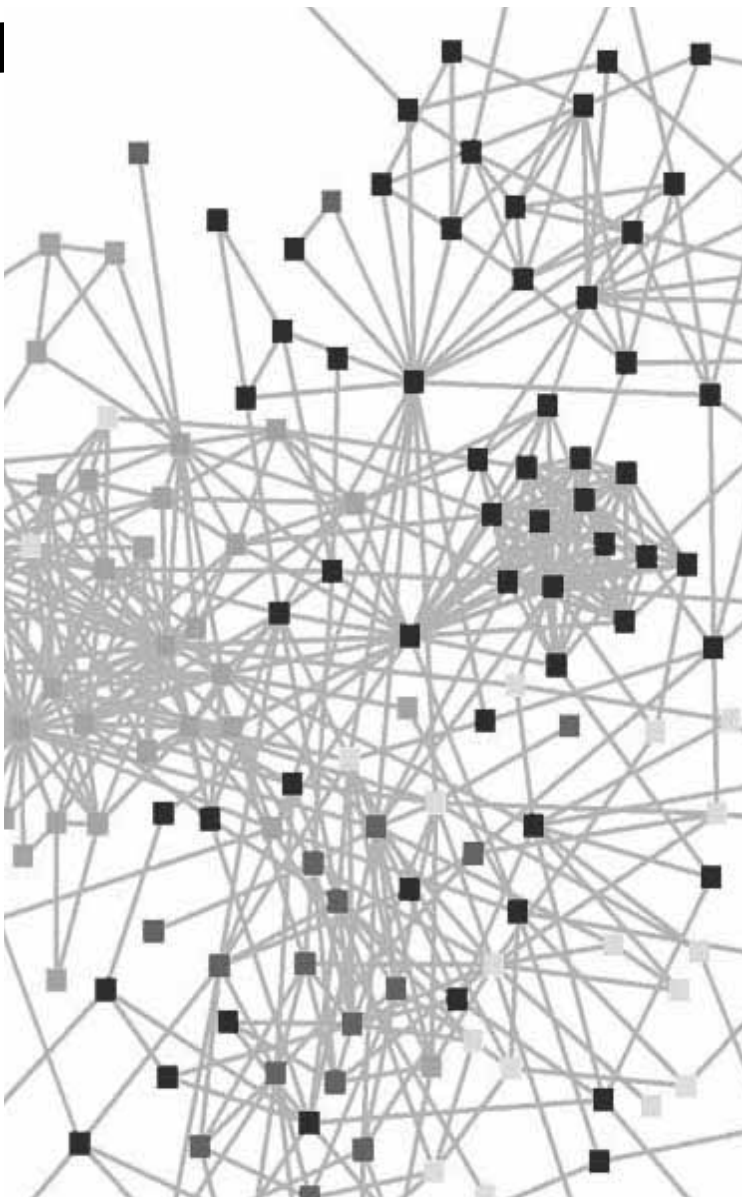
El concepto de partida de las redes sociales es la teoría de los "seis grados de separación", según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas.

Esta teoría se basa en la idea de 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 sus amigos y familiares que se los presenten, y a los que se suele recurrir para ocupar un puesto de trabajo o realizar una compra.

Si esos 10.000 conocen 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. El seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier lugar individuo del planeta.

Evidentemente cuanto más pasos haya que dar más, más lejana será la conexión entre dos individuos y más difícil la comunicación. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras creando verdaderas redes sociales mundiales, especialmente en segmento concreto de profesionales, artistas, etc.



People have the power

Ya lo decía la Patti Smith en su legendario tema, "la gente tiene el poder". Al menos en esto las cosas funcionan más o menos así.

Un buen ejemplo es lo que ocurrió el pasado 2 de mayo con el portal Digg (www.digg.com), especializado en ciencia y tecnología, que fue atacado por sus propios usuarios. La historia fue así. En esta web, con 1.000.000 de usuarios, un usuario publicó una clave para descifrar los HD-DVD, es decir, un código que hace posible acceder al esqueleto de un DVD de alta definición y modificarlo o copiarlo. Cuando Digg deci-

dió eliminar dicho post, los usuarios optaron por atacarlo y provocaron que no se pudiera tener acceso a la página principal del portal.

A diferencia de los portales y periódicos en los que las noticias y enlaces de la actualidad son jerarquiza-

dos de forma manual por editores, en Digg son los votos de los visitantes los que aúpan o entierran una noticia considerada relevante o intrascendente. Es decir, que el usuario es el editor y el que realmente tiene el poder.

DIGG THE BLOG
This is where the Digg staff posts company updates, research, features, and all kinds of other stuff in, on, around, and about Digg on

AUTHORS

Otras redes

Twitter ¿Qué estás haciendo?

Aparte de estos servicios tan extendidos de los que hemos hablado, este año se habla y mucho de otro tipo de servicios de "redes de amigos". Una de estas redes se llama Twitter y para definirla en pocas palabras se puede decir que es una "especie de microblog" donde cada entrada de información está limitada a 140 caracteres de texto. Esto está generando una nueva forma de comunicar que, a diferencia de un blog tradicional (donde el propio medio invita y exige que los posts que se publiquen sean más o menos largos y haya una discusión) se utiliza para dar a conocer a los demás, brevemente, lo que estamos haciendo en cada momento. La idea es simple: decir tonterías, o bien, utilizarlo como canal para contar cosas a todos los que te han agregado como amigos o favoritos mediante un interfaz simple para enviar posts o "tweets"....

HISTORIA. El origen de las redes sociales se remonta, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio Web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera.

En 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como Friendster, Tribe.net, MySpace, Ecademy, Xing(openBC), Soflow y LinkedIn. Hay más de 200 sitios de redes sociales, aunque Friendster ha sido uno de los que mejor ha sabido emplear la técnica del círculo de amigos. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó en enero de 2004 orkut.com

apoyando uno de los numerosos experimentos que sus empleados realizan en su tiempo libre. En poco más de cuatro meses, ya había "atrapado" a 370.000 usuarios (más de 5.000 en España) y crece a razón de 400 por hora... Otros buscadores como KaZaZz! y Yahoo crearon redes sociales en 2005.

OCIO Y TAMBIEN NEGOCIO. A partir de aquí se transforma en un interesante negocio. Creo que un buen ejemplo de esto es Facebook.com, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a myspace.com, con más de 9 millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft con sus productos MSN y Windows Live.

Ya que hablábamos de myspace.com, podemos situar a esta web como paradigma de red social exitosa tanto para sus usuarios como para los negocios. Fue creado por Tom Anderson y en la actualidad es propiedad de News Corporation (el emporio mediático del magnate Rupert Murdoch adquirió en 2005 dicha empresa por 580 millones de dólares). Cuenta con 300 empleados y con más de 100 millones de usuarios y su velocidad de crecimiento es de unos 230.000 usuarios al día. Según el sitio web www.alexa.com dedicado a medir el tráfico de internet, MySpace es el quinto sitio más visitado de toda la red y el cuarto sitio más visitado de la red de lengua inglesa.

MySpace comenzó a crecer, a extenderse y ganar popularidad y usuarios lentamente hasta llegar al punto de convertirse en algo fuera de lo común y en una revolución social, especialmente en Estados Unidos donde MySpace es el sitio web más visitado tras Yahoo!, MSN, Google y YouTube y hasta el punto en el que la mayoría de la población del país conoce el servicio y es muy habitual, especialmente entre jóvenes y adolescentes estadounidenses, ser usuario de MySpace.

Lo que sí se puede avanzar es que a la Web 2.0 nos va a sorprender todavía más en los próximos años con aplicaciones y usos sociales. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó en enero de 2004 orkut.com

OPINIO

Pensar pel nostre compte

S'han acabat ajuntant de tal manera les diferents instàncies del poder de la nostra societat que fins i tot els opinadors, tot i que fem la comèdia de la neutralitat, som corretja de transmissió dels uns o dels altres. A vegades pretenem dissimular la nostra condició, d'altres pensem que ni cal, tant ens descaem sovint. Davant d'eixa situació, fa vergonya que encara s'enarbore la bandera de la imparcialitat, l'objectivitat o conceptes semblants, tant en el camp de l'opinió com en el de la informació, quan no arriben a ser inclús la mateixa cosa. Més ens valdria reconèixer i explicar fil per randa que la condició humana impossibilita la rigidesa d'eixes preteses qualitats de la informació i de l'opinió.

Lamentable també és que, repetint consignes de manera més o menys camuflada, se'ns ha anat rovellant el pensament. Inclús en els ambients que hi són teòricament més proclius, es rebutja la possibilitat de la reflexió a fons. Per mandra i la comoditat de seguir rutines? També, però sobretot per temor. Fa feredat pensar després d'haver passat un segle d'assassinats en massa, de teories polítiques embogides, de dues guerres mundials, en què els opinadors han fet en gran mesura de justificadors de la gran festa de la sang. El futur s'obri com un abisme, com més lluny del qual ens trobem, millor. Anem fent el camí del dia a dia, i prou.

D'altra banda, la nostra mentalitat provinciana, tan profunda que és purament inconscient en la més gran part dels casos, ens impedeix atrevir-nos a pensar pel nostre compte. Entre nosaltres, tothom té la convicció que el pensament també ens ha de vindre donat des dels centres de poder, que han de pensar "ells". Per tant, les perifèries han d'assumir els productes dels centres, un dels quals és el pensament o pensaments sobre tots els ordres de la vida, inclòs el de la nostra pròpia història. Ha sigut així sempre i així sembla que continuarem. Ningú no reflexiona sobre el que suggereix el treball en xarxa, el model que ofereix Internet, és a dir, la possibilitat del policentrisme, un nou sistema en què podríem alliberar-nos de la maledicció històrica de l'ordre jeràrquic.

Qualsevol pensament que se'nisca dels cànons establerts, de seguida és sentenciat d'extravagant, inadequat o perjudicial per als interessos generals, i llançat a l'infern de la negació, la indiferència o fins i tot de l'aïllament. Potser en això tampoc ens diferenciem d'altres etapes històriques. Amb tot, no és igual llegir-ho, això, en un llibre que patir-ho en carn pròpia. I vivim enmig de la censura més sibil·lina, l'autocensura sistemàtica a què ens aboquem els uns als altres.

Si sabem i donem una rellevància elevada a la funció dels mitjans de comunicació en una societat, ¿no hauríem de pensar que com més aconseguirem alliberar l'opinió dels grups de poder (polític, econòmic, mediàtic, etc.), més podria sorgir un nou pensament lliure, sense peatges que pagar, fresc, fruita de nous sabors, el canvi que alguns anhelem? Ja sé que seria una imbecilitat per part meua creure que aquesta mena de proposta es pot estendre als mitjans de comunicació en general. Però n'hi ha un que sí que pot involucrar-s'hi: aquesta mateixa revista.

Desconec què serà o en què es convertirà aquesta nova publicació que ha tingut l'amabilitat d'obrir-me una finestra d'opinió, sobretot en un país on les finestres estan comptades i repartides des de fa molts anys. Només els demanaria als seus responsables que deixaren expressar-se a tothom amb la màxima llibertat possible. Fins i tot si no hi estan d'acord o en ple desacord. I, per què no, que incitaren els seus col·laboradors a exercir-la sense límits. Perquè no crec que pugui brollar res de nou vertaderament interessant, si no és d'un camp adobat amb eixa llibertat.



IGNASI MORA

Top redes sociales:

www.ebizmba.com/articles/socialbookmarking-websites.html

Más información:

maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/realidadnovedada.com/2007/02/25/twitter-y-demas-redes-sociales/
es.wikipedia.org/wiki/Red_social
blogs.alianzo.com/redessociales/