



BLANCA SALVATIERRA
MADRID

— Esta semana, una web propiedad de Microsoft mostraba el eslogan de un servicio llamado Tulip, que prometía “encontrar lo que necesitas y compartir lo que sabes de forma más sencilla que nunca”. Microsoft, dueña del dominio socl.com, retiró de inmediato el mensaje y explicó que se trataba de “un proyecto de diseño interno” que había sido “publicado por error”, pero los rumores acerca de que la compañía planea lanzar su propio servicio social se dispararon en la red.

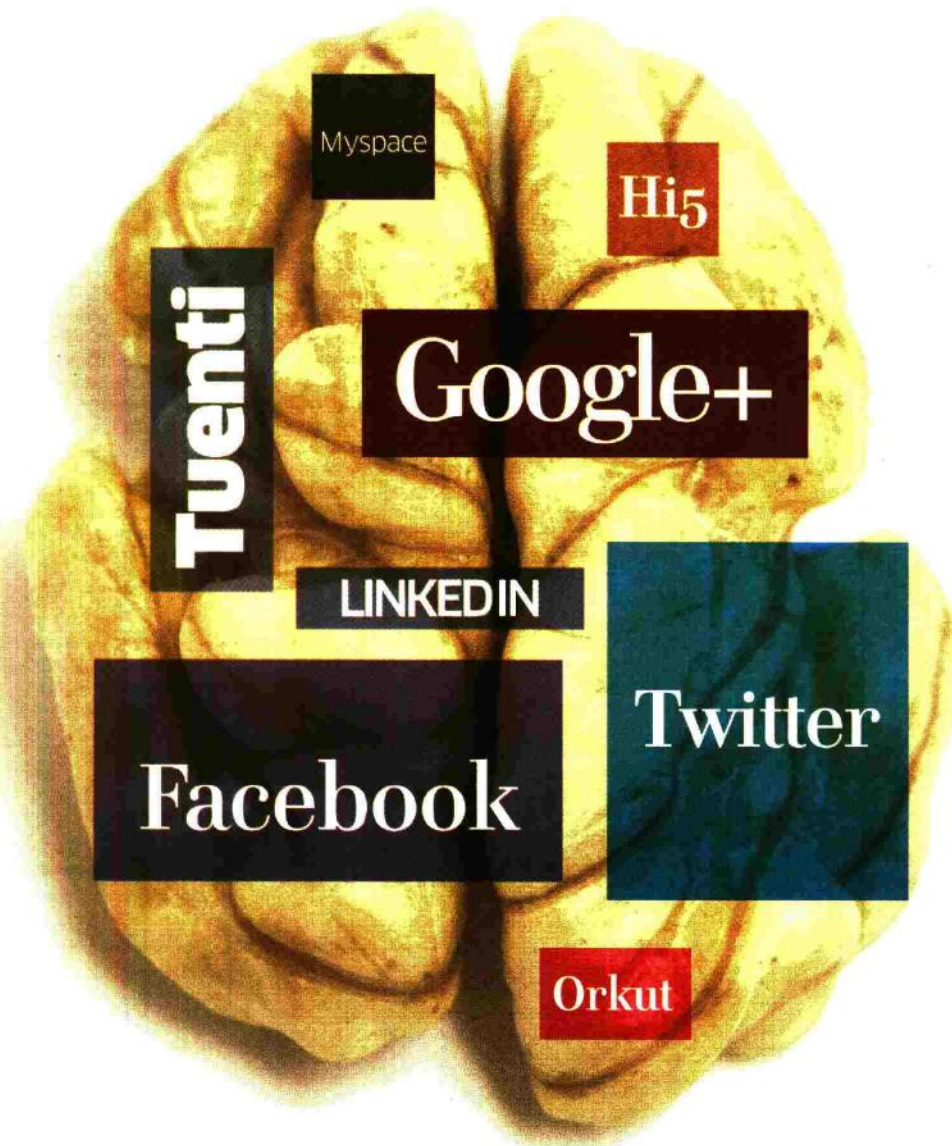
El mes pasado, siete años después de que Google lanzase su red social Orkut (que a día de hoy sólo se mantiene como la más utilizada en Brasil), la compañía del buscador lanzó Google+, una comunidad con la que aspira a conquistar un liderazgo social hoy en manos de Facebook. A falta de datos oficiales actualizados y de que Google+ se abra por completo (por el momento sólo está disponible por invitación), varias consultoras estiman que cuenta ya con 18 millones de usuarios.

Si las cifras de usuarios de redes como Facebook, Twitter o Tuenti no descienden y a la vez Google+ crece, ¿cuántas redes sociales es capaz de gestionar una persona? De acuerdo con el *II Estudio sobre redes sociales en internet*, publicado por IAB Spain Research, en el caso de Facebook y Tuenti casi un 40% de usuarios de estas redes afirman visitar su red social varias veces al día. Además, según el estudio *Hábitos de internet 2010* de Ocio Networks, el 83% de los internautas españoles utiliza algún tipo de red social y el 20% de los internautas utiliza tres o más de ellas.

Frecuencia de actualización

Si los usuarios pasan una media de seis horas a la semana gestionando sus redes sociales, la aparición de nuevas redes tendría como consecuencia un empleo cada vez mayor de tiempo dedicado a ellas. “El ser usuario activo de una red social no significa tener que publicar contenido a diario, visitarla frecuentemente, etc.”, responde Tristán Elósegui, gestor de marketing online de Secuoyas y coautor del libro *El arte de medir*.

Este experto en redes y marketing cree que lo importante es tener claro el tiempo total que se dedica a las redes sociales en relación con el papel que estas juegan en la vida de la persona, y hace referencia a su propio ejemplo personal. “Uso Twitter y Facebook a diario, Google+ cada dos o tres días y a LinkedIn [la red orientada



INTERNET LA MARAÑA DE LAS REDES SOCIALES

¿Cuántas comunidades es capaz de gestionar una persona?

Los expertos apuntan que la aparición de Google+ puede mover el trono de Facebook, aunque habrá una convivencia a medio plazo

tada al perfil profesional] sólo accedo una vez cada 10 o 15 días. En función de cómo evolucione Google+ decidiré si aumento o disminuyo mi tiempo en el resto, o si incluso dejo de usar alguna”, añade.

Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa y una de las personas más conocidas de las redes sociales en España, cree que el internauta tiene un límite y que en el futuro se tenderá a utilizar sólo una red social en el caso de las comunidades que sirven para lo mismo (como en el caso de Facebook y Google+). “Es una cuestión de economía de red. Los usuarios se inclinarán por la que les es más útil, en la que tienen más conocidos”, añade. Esta teoría, que beneficia a priori a Facebook, implica un círculo en el que se entiende que cuantos más usuarios logre Google+, mayor será a la vez su capacidad para atraer nuevos miembros.

La psicóloga social y profesora de redes sociales Dolors Reig duda, en cambio, sobre si la aparición de una nueva red social implica una merma en las ya existentes. “Hemos pensado muchas veces que había límite, pero estos sistemas nos han ido sorprendiendo. La sociabilidad del ser humano parece ilimitada en número de redes y tipos de relaciones que somos capaces de establecer, inventar o reinventar”, añade la experta.

Mil millones de usuarios en el mundo se comunicaron a través de las redes sociales en 2010. Las herramientas que permiten publicar un mismo mensaje en varias redes sociales a la vez se plantean como la panacea para estar presente en todas las comunidades. “Si eres un emisor que quiere atraer la atención sobre determinadas cosas, si publicas el mismo mensaje en varias redes a la vez. Pero para la mayoría de los usuarios, para los que las utilizan de forma personal, eso no tiene sentido. Al final se decantan por la que les es más cómoda”, razona Dans.

Todos miran a Facebook

Los expertos creen que Facebook puede ser la gran perjudicada por el lanzamiento de Google+. El director de Social Media de la agencia Tinkle y coautor del libro *Sentido Social* Mauro A. Fuentes está probando a introducir un mismo mensaje en Facebook, Twitter y Google+ para ver en cuál recibe más respuestas y valorar así su funcionamiento. Para Fuentes, aunque reconoce que aún es pronto para hacer una valoración, la relación de ascenso y descenso entre Google+ y Facebook puede repetir un esquema similar al



«La sociabilidad parece ilimitada en las redes», afirma una psicóloga

Google+ ha captado a 18 millones de usuarios en sólo tres semanas

Los expertos creen que la más perjudicada puede ser Facebook

Anonymous también ultima su comunidad



Mensaje de la red social.

El polémico colectivo Anonymous ha decidido lanzar AnonPlus, su propia red social. El proyecto se vio impulsado después de que Google+ bloquease páginas relacionadas con el grupo al considerar que violaban sus políticas de uso. AnonPlus aún se encuentra en proceso de desarrollo, aunque sus creadores explican en su declaración de intenciones que estará disponible muy pronto. Por ahora se ha habilitado un foro para que sus miembros puedan comunicarse. El objetivo, según se refleja en sus páginas, es que cualquier usuario de Internet participe en la red social y no sólo los que en algún momento han formado parte de los ataques realizados por este grupo a diferentes páginas web. «Este proyecto conquistará a muchos de los que simplemente quieren una Internet mejor», señalan sus creadores, que añaden que en AnonPlus no habrá que temer la censura o el bloqueo de páginas.

vivido con servicios de correo como Gmail y Hotmail, en el que el segundo se mantiene a la cabeza en número de usuarios pero el primero ha conseguido hacerle mucho daño empezando a funcionar casi ocho años después.

Facebook ha sembrado un estándar propio y consolidado en el mundo de las redes sociales, pero Google está dispuesta a plantar batalla. «La estrategia de Google+ ha sido hacer un diseño parecido a Facebook y ganar en aspectos que esta puede tener menos desarrollados. La idea de los círculos de Google+, por ejemplo, es muy buena para controlar la privacidad», explica Dans.

La reina hasta ahora, Facebook, ha debido de sentir la presión de Google sobre su negocio. Esta semana la compañía ha eliminado un anuncio de un usuario en el que este comunicaba a sus contactos que tenía una cuenta en Google+ y animaba a seguirle allí. Los motivos esgrimidos por Facebook aluden a una violación de las «condiciones de uso o directrices publicitarias», aunque las teorías de guerra abierta entre ambas plataformas no se han hecho esperar.

Ascensos y declives

Reig sostiene que, pese a que la aparición de Google+ suponga cierta pérdida de cuota de mercado para las ya asentadas Twitter y Facebook, se inicia un largo periodo de convivencia «al estilo de lo que ocurre con los sistemas operativos (Microsoft, Apple, Linux, etc.)». En este sentido, Elósegui añade que Google lo tiene más fácil que una empresa desconocida que ahora decida lanzar su propia red social desde cero y lo atribuye a lo extendido del uso de sus diferentes servicios (buscador, correo, mapas y otros). En su opinión, Facebook se va a resentir de alguna manera, pero sin llegar a desaparecer.

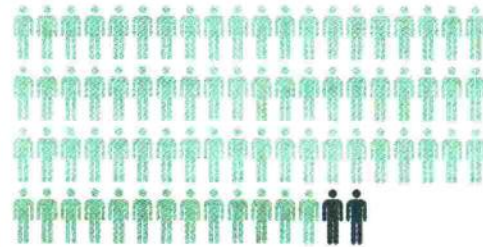
Los 750 millones de usuarios que se calcula que tiene esta red son difíciles de perder, aunque hay precedentes de todo tipo. Es el ejemplo de MySpace, que según datos de Comscore ha pasado de los 76 millones de visitantes únicos en diciembre de 2008 a los 34,8 millones en mayo de este año. En cualquier caso, los expertos se muestran de acuerdo en que el único que gana a corto plazo con la aparición de nuevas redes con gran potencial es el propio usuario. «Facebook se estaba convirtiendo en un gigante demasiado grande. Lanzamientos como el de Google+, que pueden hacerle mucho daño, la van a obligar a mejorar constantemente», concluye Fuentes. ●

Radiografía de las redes sociales

Según el número de usuarios

► Cifras en millones. Entre paréntesis, usuarios españoles. (*) Datos no disponibles

FACEBOOK
750 (15)



TWITTER
200 (3)



ORKUT
100 (*)



LINKEDIN
100 (1)



MYSFACE
63 (*)



GOOGLE+
18 (*)



TUENTI
(11)



Frecuencia de uso en España

■ VARIAS VECES AL DÍA ■ CADA DÍA ■ CADA 2 O 3 DÍAS ■ CADA SEMANA



Nivel de privacidad del perfil

► Cifras en porcentaje sobre el total de usuarios. Datos de 2010

