

REDES SOCIALES HORIZONTALES: UNA INTRODUCCIÓN HORIZONTAL SOCIAL NETWORKS: AN INTRODUCTION

*Ing. en Sist. Comp. L. A. Iniestra-Frias
liniestraf0800@ipn.mx*

*Estudiante de la Maestría en Ciencias en Estudios Interdisciplinarios
para Pequeñas y Medianas Empresas en el Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA*

*Dra. en C. Administrativas. M. Marcelino-Aranda
mmarcelino@inp.mx*

Investigadora de la SEPI del Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA.

*Dr. en C. en Ing. Eléctrica (Opción Mecatrónica) R. Silva-Ortigoza.
rsilvao@ipn.mx*

Investigador del Departamento de Posgrado del Instituto Politécnico Nacional, CIDETEC

*N. R Lic. en Relaciones Internacionales angel-Lara nbsp;
nrlara@axtel.net*

Estudiante de la Maestría en Administración en el Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA

C.P. M. Soriano-Cruz

marthasoriano346@yahoo.com.mx

Estudiante de la Maestría en Administración en el Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA

Resumen

En este trabajo se describen los antecedentes de las Redes Sociales, así como su clasificación. Se definen las Redes Sociales Verticales y Horizontales, haciendo énfasis en estas últimas. Además, se presentan algunas de sus características generales y sus referentes: Facebook y Twitter.

Palabras clave: Redes Sociales Horizontales, Facebook, Twitter

Abstract

This paper describes the Social Networks' background, and their classification. It also defines the Vertical Social Networks (VSN) and Horizontal Social Networks (HSN), emphasizing the HSN. Furthermore, HSN's general characteristics and it's referents such as Facebook and Twitter are presented in this paper.

Key words: Horizontal Social Networks, Facebook, Twitter.

I. Introducción

El ser humano siempre ha tenido la necesidad imperiosa de mantenerse comunicado, de socializar, de pertenecer a un grupo para relacionarse con otras personas [1]. Esta característica del hombre y el avance tecnológico que ha producido su capital intelectual, lo ha llevado a crear nuevos medios eficaces para socializarse.

Uno de los nuevos medios de comunicación son las Redes Sociales en Internet, que permiten al ser humano mantener comunicación con personas que conozca, o no, en su realidad e inclusive que se encuentren en otra ciudad, país o continente. Con la ventaja de reducir tiempos, en comparación con otros medios de comunicación que el hombre ha utilizado a través de la historia; como el servicio postal, el fax, el beeper, etc.

La existencia de las Redes Sociales, a las cuales se refiere este trabajo, depende de tecnologías como el Internet, ya que es la plataforma en que éstas se desenvuelven. Sin la aparición del Internet, las Redes Sociales no formarían parte de la cotidianeidad actual de una población considerable en el mundo.

El trabajo está estructurado de la siguiente manera. En la sección II se presentan los antecedentes sobre el surgimiento de las Redes Sociales. Su clasificación se presenta en la sección III. En la sección IV se mencionan datos estadísticos sobre la penetración de dos Redes Sociales Horizontales; Facebook y Twitter. Finalmente, en la sección V se exponen las conclusiones y trabajos futuros.

II. Antecedentes de las Redes Sociales

Se piensa que las Redes Sociales en Internet tienen muy poco tiempo de aparición como medio de comunicación. Sin embargo, esta premisa es falsa, pues en 1930 se creó "The Notificator" en Londres, Inglaterra (Ver ilustración 1). Este dispositivo permitió a los habitantes londinenses dejar mensajes cortos para amigos o conocidos en un "robot" con una pizarra que cambiaba cada 2 horas [2].

En 1965 comenzó a utilizarse un tipo de correo electrónico a través de "terminales tontas" conectadas a una supercomputadora de tiempo compartido. En el año 1971, Ray Tomlinson adaptó el correo electrónico como se conoce en la actualidad por medio de un separador (el símbolo "@") de usuario con el servidor que utiliza; En ese mismo año Tomlinson envió el primer correo electrónico [3].



Ilustración 1. "The Notificator", instalado en estaciones y calles londinenses.

Para hablar de Redes Sociales, es necesario saber que en 1968 se creó ARPANET, la primera red de computadoras, cuya concepción fue con fines militares, y es considerada como la espina dorsal de lo que se conoce como Internet [4]. En el año de 1978 se creó el “Computer Bulletin Board System” (Ver Ilustración 2), el cual funcionó como el primer foro donde la gente podía cargar o descargar software, leer noticias, intercambiar mensajes públicos, o privados, mediante correo electrónico, “pizarrones virtuales” o por medio de mensajería instantánea, lo que se conoce como “chat” [5].



Ilustración 2. Ejemplo de Bulletin Board System

Tim Berners Lee creó en 1989 la “World Wide Web” que es un sistema basado en un conjunto de computadoras interconectadas que utilizan la familia de protocolos de comunicación TCP/IP (Internet) para distribuir información. La información que puede transmitir está basada en hipertexto o hipermedios enlazados. De hecho el primer navegador web se llamó WorldWideWeb Browser [6].

Para el año 1995 se creó TheGlobe.com, la primer Red Social que permite a sus usuarios personalizar experiencias en línea publicando su propio contenido, así como la capacidad de interactuar con personas de los mismos intereses. Ese mismo año se creó Sixdegrees, que permitía crear un perfil en Internet, agrupar contactos directos, e intercambiar mensajes [7].

En el año de 2002 surge Friendster, la primera Red Social con un sistema inteligente diseñado para relacionar a los usuarios de la misma red con base a sus gustos, así como Fotolog, primera Red Social para intercambiar fotografías. Más tarde, en 2003 ven la luz Linked In, Red Social profesional; My Space, concebida como un clon de Friendster y Hi5 orientada a gente joven [5].

Facebook surgió en el 2004, actualmente con más de 900 millones de cuentas activas en todo el mundo, originalmente pensada para socializar a los alumnos de la Universidad de Harvard. Finalmente surgió Twitter en el año 2006, una Red Social de microblogging; es decir, de mensajes cortos sin algún tema en específico [8].

III. Clasificación de Redes Sociales

El término de Redes Sociales originalmente es referido a las que se forman en la vida real entre amigos, conocidos, relaciones laborales, entre otras. Mientras que las que se conocen en Internet

en realidad son Servicios de Redes Sociales. En este trabajo se adopta el concepto de Redes Sociales como sinónimo de Servicios de Redes Sociales para facilidad del lector.

Las Redes Sociales pueden clasificarse en dos [9]: Redes Sociales Verticales (RSV) y Redes Sociales Horizontales (RSH). A su vez, las RSV se subclasifican por temática, actividad y contenidos compartidos. En relación a la temática se encuentran: LinkedIn (profesional), Spaniards (identidad cultural), Dogster (aficiones), WiserEarth (movimientos sociales), TripAdvisor (viajes), SocialBuy (compras), entre otras. Con respecto a la actividad destacan: Twitter (microblogging), Nosplay (juegos), Foursquare (geolocalización), etc. Finalmente, en cuanto a contenidos compartidos se tiene a Pinterest (fotos), Grooveshark (música), Youtube (videos), Scribd (documentos), Slideshare (presentaciones), Digg (noticias), WeRead (lectura), entre otras. Cabe mencionar que todos los servicios de las RSV han crecido, pero principalmente las que permiten compartir videos y fotos debido a la movilidad de los usuarios.

Referente a las RSH no presentan una temática, público o contenido definido. Éstas permiten compartir cualquier tipo de archivo multimedia, y sus temáticas varían dependiendo de la imagen que se desee proyectar; como perfiles personales o empresariales. Algunas de las RSH que destacan son: Facebook, Twitter, Hi5 y Google +.

En la siguiente sección se tratan las dos Redes Sociales de mayor impacto, junto con sus datos estadísticos.

IV. Redes Sociales Horizontales

Dado que no existe una limitante de contenido a compartir, ni un rango de edad estrictamente definido para los usuarios, las RSH llegan a una mayor población. Razón por la cual escuelas, empresas y gobiernos han entrado en estas Redes Sociales para tener presencia en línea y un mayor contacto con sus usuarios actuales y potenciales.

A continuación se mencionan datos sobre dos de las RSH de mayor relevancia, a saber: Facebook y Twitter, lo cual de acuerdo a [10] se realiza con respecto al número de usuarios que poseen.

Facebook Esta RSH fue creada y lanzada en el año 2004 por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. El nombre inicial de Facebook fue "thefacebook.com", inspirado en el libro donde se encuentran las fotos estudiantiles con información de su biografía básica.

Como se ha mencionado previamente, Facebook (Ver ilustración 3) originalmente se había planeado para que los alumnos de la Universidad de Harvard sociabilizaran. Cabe decir que al día siguiente de su lanzamiento ya contaba con 1200 usuarios, y al mes se habían unido la mitad de los estudiantes de esa Universidad. De esta manera, la popularidad de Facebook alcanzó a expandirse a otras universidades de Estados Unidos, hasta convertirse en un referente [10].



Ilustración 3. Página principal de Facebook

A continuación, se muestran algunas estadísticas de Facebook, que muestran su penetración, la cual en términos de Redes Sociales hace referencia a la cantidad de población de un continente (o un país) que está asociada en esta Red Social. Véase la Ilustración 4.

Tabla 1. Listado de penetración de Facebook por continentes [10].

#	Continente	Cantidad de Usuarios	Penetración
1	Asia	275,861,520	6.81%
2	Europa	250,404,640	30.25%
3	América del Norte	234,818,260	43.49%
4	América del Sur	151,579,640	38.22%
5	África	52,487,420	5.15%
6	Oceanía	14,484,900	39.08%

De la tabla 1, se observa que el continente Americano posee mayor presencia en esta Red Social. Pues en conjunto América del Norte y Sur cuentan con más de 380 millones de usuarios en Facebook, con un promedio del 40% de penetración. Le sigue Asia con más de 275 millones de usuarios, pero con sólo el 6.81% de penetración.

A abril de 2013, Facebook cuenta con más de 979 millones de cuentas activas en todo el mundo, y en continuo crecimiento [10], y en poco tiempo ha logrado abarcar un 14% de la población mundial.

Twitter

Creada por Jack Dorsey, Evan Williams y Biz Stone en marzo de 2006, como ya se ha mencionado, es una RSH Abierta de Microblogging. Horizontal porque no existe limitante en cuanto a publicación de contenidos y con respecto a sus usuarios no tiene un rango de edad específico. Abierta porque no es necesario estar registrado para visualizar los mensajes de otros usuarios, y de Microblogging porque está limitado a 140 caracteres [5].

A diferencia de otras redes sociales, como Facebook o LinkedIn, Twitter (Ver Ilustración 4) no necesita un modelo social bidireccional, es decir que por un lado la solicitud de amistad se envíe y por el otro lado el usuario la acepte, sino que es unidireccional pues no es necesario consentir el permiso de leer los mensajes de alguien.



Ilustración 4. Red Social de Microbloggin Twitter.

A diferencia de Facebook, para Twitter se presenta el número de seguidores (followers) y el número de personas que está siguiendo un usuario (following). En este caso las estadísticas que se presentan están asociadas a marcas comerciales (Ver tabla 2).

Tabla 2. Estadísticas sobre las 5 marcas con mayor número de seguidores durante el mes de Abril de 2013 [10].

#	Perfil	Siguiendo	Seguidores
1	Samsung Mobile US (@SamsungMobileUS)	19,511	4,265,893
2	iTunes Music (@iTunesMusic)	11	3,905,645
3	NASA (@NASA)	198	3,905,423
4	Starbucks Coffee (@Starbucks)	80,149	3,697,252
5	Claro Ronaldo (@ClaroRonaldo)	631	3,582,518

En la tabla 2, se observan 5 cuentas de marcas comerciales con el mayor número de seguidores que varían entre 3 y 4 millones en el mundo. Esto significa que cada mensaje que es enviado a través de estas cuentas es posible que 4 millones lo perciban y que cada usuario, de esos 4 millones, pueda hacer "retweet", es decir volver a compartir dicha información con sus contactos.

V. Conclusiones

En los albores del siglo XXI se crean y difunden en mayor medida las Redes Sociales. Sus aplicaciones van desde la socialización entre amigos, conocer gente de otros países (con la ventaja de tiempos reducidos), interacción educativa, intercambio de multimedia (como fotografías, videos, audios, textos), hasta un contexto empresarial (para retroalimentarse con la opinión directa de sus clientes y un mayor posicionamiento en el mercado).

La relevancia que han ido adquiriendo las RSH se debe al número de seguidores o al nivel de penetración de las mismas. Actualmente, es muy útil basarse en estos indicadores para realizar proyectos; desde educativos hasta empresariales, que se sirvan de este tipo de medios electrónicos.

En trabajos futuros se pretende presentar la manera en que las empresas han incrementado su presencia en línea, así como el análisis de algunas RSV y su influencia en la población mundial.

Referencias

- [1] M. Abraham, "A Theory of Human Motivation", *Psychological Review*, no.50, pp. 370-396, 1943.
- [2] Modern Mechanix, "Robot Messenger Displays Person-to-Person in Public", *Modern Mechanix & Inventions Magazine*, 1935.
- [3] BBC, "BBC News" Abril 2013. [Online]. Disponible: http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/sci_tech/2000/dot_life/1586229.stm.
- [4] Bolt Beranek & Newman Inc., "A History of the ARPANET: The First Decade", 1981.
- [5] C. José, "Social Media Marketing Personal y Profesional", Ed. Alfaomega, 2012
- [6] B. Tim, "World Wide Web Browser" Abril 2013 [Online]. Disponible: <http://www.w3.org/People/Berners-Lee/WorldWideWeb.html>.
- [7] The Globe, "About Us" Abril 2013 [Online]. Disponible: <http://www.theglobe.com>.
- [8] Mashable, "Category Facebook: Mashable" Abril 2013 [Online]. Disponible: <http://mashable.com/category/facebook/>
- [9] Gobierno de España, "Observatorio Tecnológico" Abril 2013 [Online]. Disponible: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3>
- [10] Social Bakers, "Facebook" Abril 2013 [Online]. Disponible: <http://www.socialbakers.com/countries/continents/>