

Si eras de los que pensaban que el correo electrónico era una moda pasajera a estas alturas ya debes estar convencido de lo contrario. ¿Vas a dejar que te vuelva a pasar lo mismo con las redes sociales? Facebook, Tuenti, Twitter o YouTube son palabras que se han introducido en nuestro día a día. Para muchos adultos son un mundo desconocido, pero para los jóvenes son más importantes que la televisión y para los adolescentes son todo un modo de vida.

¿Quién hay detrás? ¿Cuánto dinero hay en juego? ¿Hasta dónde pretenden llegar? Te invito a descubrir esto y muchas cosas más. Y si se te hace corto, visita LibroRedesSociales.com.



EL PEQUEÑO LIBRO DE LAS REDES SOCIALES

EL PEQUEÑO LIBRO DE LAS REDES SOCIALES

FRANCESC GÓMEZ MORALES



MEDIA LIVE

ISBN: 978-84-92809-42-4



El pequeño libro de las redes sociales

Francesc Gómez Morales

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo público.

© 2010, Medialive Content, S.L.
Travesera de Gracia, 73-79, 1º 1ª. 08006 Barcelona
www.medialivecontent.com

© 2010, del texto y las ilustraciones, Parangona Realització Editorial, S.L.
© 2010, del texto, Francesc Gómez Morales

Realización editorial: Parangona Realització Editorial, S.L.
Textos: Francesc Gómez Morales
Ilustraciones: Laia Olivella

1.ª edición: Febrero 2010

ISBN: 978-84-92809-42-4
Depósito legal: B.2769-2010
Impreso y encuadernado en España

Índice

1. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí?	5
Para empezar: qué es una red social.....	5
Algo más viejo que andar a pie	7
La tía Felisa sabe más de Facebook que yo	10
Hoy por fin sabrás qué es eso de la Web 2.0 (o no)	12
La fórmula del éxito.....	14
Al principio todo eran tinieblas... ..	16
¿Tienen futuro o estallará la burbuja 2.0?.....	18
Los 40 principales.....	21
 2. Los protagonistas uno por uno	 23
Facebook: un encuentro mundial de antiguos alumnos.....	23
YouTube: ahora en la tele sales tú	30
Tuenti: las 24 horas en el patio del colegio	36
Twitter: di algo al mundo, pero que sea en menos de 140 caracteres	40
Redes sociales para todo	47
Otras redes sociales definidas en menos de 140 caracteres	53

3. Antes de lanzarte cuenta hasta diez	55
Willy Fog, consultor de redes sociales	55
Construyendo tu perfil con la ayuda de tu sobrino adolescente	61
Nada volverá a ser lo de antes	67
Efectos secundarios	71
4. ¿Cómo ganan dinero con esto?	85
¿Es verdad que venden nuestros datos?	85
La nueva mitología 2.0.....	91
La empresa 2.0	97
Los héroes nacionales	103
Los eventos 2.0	108
Algunos mitos de la blogosfera presentados en 140 caracteres	114
5. Trucos, consejos y secretos para triunfar en las redes sociales	117
Refranes de la la tía Felisa.....	117
¿Adictos a las redes sociales?.....	129
Conservar la privacidad	137
Tribus sociales en las redes	147

1. ¿Cómo

hemos llegado hasta aquí?

Para empezar: qué es una red social

Es muy difícil hoy en día no toparse con anglicismos como Facebook o YouTube. Son nombres que parecen especialmente escogidos para que sean impronunciables por los mayores de 60 años (seguramente todavía no has escuchado a tu tía Felisa pronunciar “facebook” de la misma manera dos veces seguidas). Fíjate en que seguramente muchas personas ya han dejado de decir “la intelné” para referirse a internet. De cualquier modo, todos nos entendemos, y quedarse en la pronunciación es ser un poco superficial. Demos un paso más y descubramos qué se esconde realmente detrás de palabras como Tuenti, Twitter o MySpace.

Imagina la red de una portería de fútbol. Igual que para fabricar una red solo se necesitan cuerdas enlazadas entre sí mediante nudos, para construir una red social únicamente hacen falta dos elementos: las personas, que serían cada uno de los nudos (*nodos*) de la red, y las relaciones entre las personas, que serían los fragmentos de cuerda entre nudo y nudo. Un ejemplo de red social tan antiguo como la humanidad misma es la familia.

Toda familia (por complicada que esta sea) puede reducirse a un conjunto de personas que tienen entre ellas una vinculación genealógica. Pensemos en los árboles genealógicos que dibujábamos en el colegio. Simbolizábamos a nuestros abuelos con unas redonditas de las que salían líneas que se dirigían a nuevas redonditas, nuestros padres, que a su vez tenían nuevas líneas que iban a parar a unas redonditas finales que éramos nosotros mismos y nuestros hermanos. “¡Ojalá mi madre fuera tan simple como una redondita!” pensarás. Sin embargo, aunque todos tus líos familiares no pueden reducirse a un simple esquema, de algo servirá este esquema cuando todos los médicos y los psicólogos empiezan su primera visita dibujando el famoso árbol genealógico.

“Cada persona es un mundo”, suele decir tu tía Felisa, por eso ella sabe que si las redes sociales están forma-

CURIOSIDAD



Supongamos que en tu familia ha habido cuatro generaciones cada siglo y que en cada generación los padres han tenido dos hijos. Si empezamos a contar desde que los Reyes Católicos unificaron los reinos de la península, actualmente tendrías más de un millón de personas de tu generación que, de una manera u otra, tienen alguna vinculación familiar contigo. Si logaras reconstruir todo el árbol genealógico y los identificaras a todos, tendrías una red social tan grande que cada día deberías felicitar a unas 2.900 personas por su cumpleaños. Afortunadamente, no hemos llegado a ese extremo.

das por personas, su complejidad puede ser infinita. Además, entre las personas se dan muchos tipos de relación diferentes. Entre dos personas puede haber una relación afectiva, laboral, sexual, comercial, conflictiva... Además, cada una de estas relaciones tiene una gradación. Pensemos tan solo en el ámbito afectivo: cuando me di de alta en Tuenti me preguntaron si quería revelar mi “estado civil” y me dieron varias opciones: además del tradicional “soltero” o “casado”, había “con alguien”, “con rollo” y “prometido”. Y eso solo para definir la relación con tu pareja. Los tipos de relación son incontables.

En resumen, muchos tipos de personas se pueden relacionar de infinidad de maneras, y cada relación puede ser más o menos intensa. Innumerables posibilidades difíciles de abarcar. Quizá te estés empezando a marear... Tranquilo, ahora que ya has visto un poco la inmensidad del océano, volvamos a la playa y sigamos jugando con las olas (qué cursi me ha quedado esto, intentaré no repetirlo).

Algo más viejo que andar a pie

Las habilidades más importantes para entender las redes sociales no son los conocimientos de informática o la capacitación técnica, sino la memoria y la capacidad de observación. Memoria para recordar que existen redes sociales desde el mismo momento en que dos homínidos utilizaron la lengua para algo más que para tragar saliva (y para algo menos que para lamerse el trasero) y capacidad de observación para saber distinguir el trigo (los nodos y sus conexiones) de la paja (los términos en inglés y todo lo demás).

Pericles fue un gran político que vivió en Atenas hace 2.500 años. La ciudad griega, bajo el gobierno de Pericles, conoció su “siglo de oro”, y todo fue posible gracias a que se organizó una densa y sólida red social de ciudadanos (sin necesidad de Facebook ni ordenadores). Había un punto de encuentro (el ágora) donde cada uno podía alzar la voz y hablar de lo que considerara oportuno. Alrededor de los mejores oradores se formaban escuelas de discípulos. Allí no solo se tomaban decisiones sobre la guerra o sobre la ciudad, sino que se hacían negocios y también se disfrutaba de ratos de ocio: conocías personas con las que podías charlar, ir al templo, al teatro o al gimnasio o incluso apostar por quiénes serían los ganadores en los próximos Juegos Olímpicos.

¿El ágora era una red social? No exactamente. El ágora era un lugar que facilitaba la construcción de redes sociales. ¿Era imprescindible un ágora para que se crearan y fortalecieran las redes sociales atenienses? No.

CURIOSIDAD



La teoría de los seis grados de separación intenta probar el dicho de “el mundo es un pañuelo”. Su hipótesis es que cualquier persona puede estar conectada a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con solo seis enlaces). Mediante un experimento con 5,7 millones de usuarios de Facebook se ha comprobado que la media es de 5,73 grados de separación, siendo 12 grados de separación el valor máximo.

Como hemos visto, lo único imprescindible para una red social son las personas y las relaciones entre estas.

Con Facebook y las demás redes sociales en internet pasa algo similar al ágora ateniense. Son herramientas que facilitan la interacción entre las personas, por lo que hacen que se generen nuevas redes sociales y se fortalezcan las ya existentes. Pero no hay que olvidar que son solo un instrumento: un buen profesional tendrá buenos contactos sin necesidad de redes como LinkedIn o Xing. Ahora bien, si utiliza bien estas herramientas quizá fortalezca los contactos actuales y los conserve durante más tiempo, y a su vez le sea más fácil obtener nuevos contactos.

Dicho de otra manera, si eres un profesional mediocre, por mucho tiempo que le dediques a tu perfil en LinkedIn, tus contactos profesionales seguirán siendo más bien pobres. Por muy simple que parezca esta premisa, muchos han caído en la trampa.

Cuando uno se adentra por primera vez en una red social corre el serio riesgo de empezar a lanzar solicitudes de amistad a diestro y siniestro pensando “quizá en la vida real no sea muy popular, pero en internet voy a arrasar”. La realidad es siempre la misma: serás popular en internet si lo eres en la vida real, igual que el orador ateniense sabrá hablar en público en el ágora si sabe declamar en su propia casa. Otra cosa muy diferente es que con internet se salve la barrera de la timidez que tan presente está en el cara a cara. Pero eso es otro cantar.

La tía Felisa sabe más de Facebook que yo

Mi tía Felisa (todos tenemos una tía Felisa) es una persona observadora y con buena memoria, y solo por esto ya tiene mucho ganado en las redes sociales. Cuando se trasladó del pueblo a la gran ciudad creyó que encontraría fácilmente un trabajo de 9:00 a 16:00 como secretaria de un elegante despacho de abogados. Pensó que en un lugar con tantísima gente como era la ciudad, habría miles de oportunidades esperándola. Tenía razón, en la ciudad le esperaban miles de oportunidades... pero también millones de personas buscándolas.

Al final acabó trabajando de 6.00 a 15.00 en una fábrica, y de 16.00 a 20.00 limpiando escaleras. Sacando tiempo al sueño y al ocio completó la Formación Profesional y se apuntó a unas clases que por entonces eran algo extravagantes: yoga. Allí conoció a la mujer del regidor de urbanismo, y de esa manera fue como acabó trabajando de secretaria en una constructora que la sacó de la fábrica y la mantuvo hasta la jubilación.

Ahora que conoces su vida te parecerá lógica la reacción que tuvo cuando le expliqué qué era el Facebook. Con gran entusiasmo le hablé de lo revolucionarias que son las redes sociales y que Facebook tiene ya 350 millones de usuarios. Ella me miró, levantó su ceja derecha y me dijo: “Todo esto está muy bien... pero tú estudia y ven el domingo a comer a casa, que quiero presentarte a Marisa, la hija de una amiga mía. Es una chica de buena familia y te va a encantar”.



Si quieres encontrar antiguos alumnos de alguna universidad o escuela para pedirles opinión puedes ir a la búsqueda de personas en Facebook y escoger la opción "Filtrar por Institución educativa". Escribe ahí el nombre y te aparecerá una lista de personas que han estudiado allí. Si quieres que solo se muestren los que viven cerca de ti puedes añadir un filtro extra que seleccione a los de tu ciudad. Lo mismo si piensas en cambiar de trabajo. Busca a los trabajadores de la empresa que te interesa mediante la opción "Filtrar por lugar de trabajo". Quizá ellos te den una visión algo diferente de la que te mostraron en la entrevista.

Todavía sigo en contacto con algunos compañeros de COU. Algunos se han abierto un futuro en la política.

Se han abierto una cuenta en Facebook.

¿Y el resto?



Mucha gente puede pensar que mi tía Felisa no tiene ni idea de redes sociales ni valora todo el potencial que ofrecen. Nada más lejos de la realidad: ella sabe muy bien que para que lo del Facebook acabe bien (igual que acabó bien para ella trasladarse a la ciudad) solo se necesitan dos ingredientes: formación y contactos. Lo que realmente marca la diferencia no es estar o no estar, sino las competencias personales de cada uno y los amigos que uno sea capaz de hacer (ya sea en la clase de yoga o yendo a comer el domingo con dos señoras y la prometedora hija de una de ellas). Mi tía Felisa sabe más de redes sociales de lo que parece, y por eso se alegró cuando le expliqué que con Facebook podía decidir mejor qué máster iba a estudiar y además mantener el contacto con Marisa, la hija de su amiga.

Hoy por fin sabrás qué es eso de la Web 2.0 (o no)

El “derecho al pataleo” debería ser reconocido por la ONU, ya que en muchas ocasiones es lo único que demandamos en el pueblo llano: simplemente poder enfadarnos, exponer nuestras quejas y que alguien nos escuche. A veces es más fácil incluso: solo queremos nuestro minuto de gloria. Ese es el motivo por el que la gente paga 1.20 € + IVA para mandar mensajes SMS y que aparezcan a pie de pantalla mientras unos individuos se pelean en un plató.

En los años noventa ocurría algo similar en la web. Solo los *geeks* (otro anglicismo que significa algo así como “forofo de las nuevas tecnologías”) podían expresarse

en internet mediante la instalación de ordenadores (los famosos “servidores”) que ofrecían información (páginas web) que a su vez te conducía a más información a través de enlaces (hipervínculos o links). Saltar de servidor en servidor buscando información fue conocido como “navegar”, y nos pareció tan interesante que quedamos fascinados durante una década por esa posibilidad.

Pero muy pronto ese navegar por navegar se nos fue quedando pequeño. Vimos cosas que no nos gustaban y vimos otras que se podían mejorar. Los canales IRC, lo que todos conocemos como *chats*, estaban muy bien, pero no eran suficiente. Queríamos dejar nuestra opinión en las webs y queríamos conocer las opiniones de quienes, como nosotros, se pasaban el día yendo de un enlace a otro. A diferencia de la televisión, la web todavía era una tecnología joven, flexible y con mucho potencial. En pocos años y gracias también al esfuerzo de muchos geeks que seguían el ejemplo de sus predecesores, las páginas web se adaptaron para alojar conversaciones.

Todo el meollo de la Web 2.0 se basa en que existe una base de datos que almacena la “conversación” entre los usuarios. Estos pueden añadir, modificar y suprimir información de la base de datos, asociar nueva información y modificar la apariencia con la que se muestran dichos datos.

Veamos un ejemplo para entenderlo mejor. Imaginemos el caso de un periódico. Si tú te conectas a internet, lees un periódico online y te desconectas, entonces estás utilizando tecnología web 1.0. Si en cambio votas la noticia, la comentas, hablas con otro lector que también la ha comentado y finalmente la guardas en tus noticias favori-

tas, entonces utilizas tecnología web 2.0. La diferencia entre una y otra es simplemente una base de datos. Cuando te registras como lector lo que haces es empezar a añadir información en esa base de datos cada vez que votas y comentas. Si además te haces amigo de otro lector, estás asociando tu base de datos con la suya. Finalmente, cuando consultas las noticias que has guardado como favoritas, estás modificando la apariencia de la información, ya que entonces no ves las noticias en el orden que las puso el periódico, sino en el orden en que las guardaste tú.

Si después de esta explicación sigues igual de perdido no te preocupes. Tampoco sabemos en qué consiste exactamente un tubo de rayos catódicos ni la radiofrecuencia, y sin embargo todos opinamos sobre la televisión.

La fórmula del éxito

Llegados a este punto ya tenemos los dos ingredientes para explicar por qué cada minuto se suben veinte horas





de vídeo a YouTube o por qué hay más de cuatro mil millones de fotos en Flickr. Por un lado tenemos que las redes sociales ya existían antes de internet: familia, amigos, conocidos, compañeros de estudios, colegas de trabajo... Por otro lado tenemos una tecnología (la web 2.0) capacitada para albergar conversaciones, que son la gasolina de las redes sociales. Es la fórmula que explica el rápido desarrollo y expansión de estos portales.

Si lo pensáis bien, el furor por estar en las redes sociales y escribirnos unos a otros en ellas no es algo tan extraordinario. Imaginad una clase de cualquier instituto de secundaria con sus alumnos pasándose notitas entre

Redes sociales tradicionales + Web 2.0

=

Redes Sociales en internet

ellos. Ahora imaginad lo mismo, pero en vez de trocitos de papel, los alumnos disponen de una libreta virtual que pueden decorar con miles de fotografías, y en la que todos pueden anotar dedicatorias, ideas o cualquier chorrada que se les pase por la cabeza. Una libreta a la que se puede acceder desde cualquier sitio, ya que la pueden consultar y actualizar desde el móvil. En cualquier momento pueden hablar con sus amigos, enseñarles el videoclip que les gusta o simplemente chafardear qué están haciendo durante el fin de semana. Esa libreta virtual existe, es gratuita y está al alcance de todo el mundo: se llama Facebook, Tuenti, Orkut, Hi5... ¿No te parece ahora más lógica la “fiebre” de las nuevas generaciones?

Al principio todo eran tinieblas...

La Universidad de California publicó un largo artículo académico en el que definió en tres puntos cuándo a una red social de internet se le puede llamar así: 1) puede construirse un perfil personal, 2) pueden establecerse conexiones (amistades) con otros usuarios y 3) puede consultarse quiénes son tus amigos y los amigos de tus

CURIOSIDAD



Juankiblog es un usuario de Twitter de Barcelona que tiene 15 años. Lleva en esta red social desde el 2 de septiembre de 2007 y ha introducido 16.059 mensajes desde entonces. Eso supone una media de unas veinte actualizaciones diarias. Todos esos mensajes juntos ocupan aproximadamente cinco libros como el que tienes entre las manos.

amigos. La primera web que cumplió estos tres requisitos fue SixDegrees.com y apareció en 1998.

SixDegrees.com atrajo millones de usuarios en los dos años que estuvo en marcha, antes de acabar quebrando en el año 2000. MiGente.com surgió en ese mismo año y fue la primera en dirigirse al público hispano. Ahora es propiedad de Terra y todavía está activa. En 2001 apareció Mipasado.com que te permitía recuperar el contacto con los antiguos compañeros de clase (quién no recuerda la masiva campaña de emails que llevó a cabo este portal). A día de hoy sigue vigente bajo el nombre de Wasabi.

Desde entonces han aparecido centenares de ellas, muchas se han fusionado o ya no existen y muchas otras continúan vigentes. Algunas nacieron para una temática específica (contactos laborales, valoración de películas de cine, citas amorosas...). Muchas otras nacieron generalistas pero con el paso del tiempo se han ido especializando en una temática concreta. Es el caso de LinkedIn,



que con los años acabó convirtiéndose en la plataforma para profesionales más grande del mundo.

¿Tienen futuro o estallará la burbuja 2.0?

Los seres humanos tenemos cierta tendencia a ir en manada y eso es especialmente válido para las redes sociales en internet. ¿Todavía no estás en Tuenti? ¿No sabes lo que es YouTube? Estas sencillas preguntas bastan para que muchos se metan en estas redes. Quizá no las usen nunca, pero al menos lograrán que sus amigos dejen de darles la brasa. Es por ello que algunos creen que las redes sociales y otras iniciativas que se han construido sobre la Web 2.0 son castillos de arena. Tan pronto como se pase la euforia caerán desmoronados. Otros piensan que se trata de la mayor revolución en la transmisión de conocimiento desde la invención de la imprenta, y auguran el advenimiento de un segundo renacimiento. Aquí la antológica sabiduría de la tía Felisa acude a nuestro rescate una vez más: “ni tanto, ni tan calvo”.



En una nota de prensa del 6 de marzo de 2002 Mipasado.com aseguraba contar con 600.000 usuarios únicos, un 10% de los españoles que por aquel entonces navegaban por la red. Sin embargo, aunque hubiera seguido creciendo al mismo ritmo durante todos estos años, todavía sería siete veces más pequeña que Facebook.

Los críticos con las redes sociales deben recordar que durante el año 2010, los nacidos después de los ochenta (Generación Y) superarán a los nacidos durante antes de los sesenta, y que prácticamente la totalidad de ellos están en las redes sociales. La televisión tardó trece años en alcanzar los 50 millones de usuarios; Facebook tardó tan solo nueve meses en conseguir 100 millones. De hecho, ya anda por los 350 millones (en caso de ser un país, sería el tercero más poblado del mundo, solo superado por la India y China). Uno de cada ocho matrimonios de EE.UU. que se casaron durante el año 2008 se conocieron en una red social. Y así podríamos continuar durante horas, dando datos mareantes. Por tanto, da la impresión de que están demasiado asentadas y son demasiado grandes como para pensar que se vayan a venir abajo de un día para otro.

Para los que piensan que suponen la mayor revolución cultural de los últimos siglos, hay que recordarles que muchos de los usuarios que se contabilizan hacen un uso

**El segmento que más crece actualmente
en Facebook son las mujeres de entre
55 y 65 años**



esporádico o casi nulo. La crisis de las “puntocom” en el año 2000 y fracasos sonoros como la red social Friendster nos recuerdan que la rentabilidad económica de estas iniciativas se tiende a sobrevalorar. Los entusiastas de las redes sociales tienen por último la más dura de todas las críticas, la de la tía Felisa, que, parafraseando la sabiduría popular, nos dice: “lo que tan rápido ha venido, ¿por qué no podría desvanecerse con la misma facilidad?”. Efectivamente, el mayor peligro para una empresa que aparece rápidamente de la nada es que sus competidores también surgen a la misma velocidad.

Entonces, ¿se pasarán de moda igual que las medias de colores o los pantalones de campana? La ropa, los complementos y las tendencias más cool tienen la característica de que no afectan a las acciones más básicas de nuestro día a día. Para una entrevista de trabajo, seguro que te quitas esos pantalones que te permiten dejar al descubierto las letras CK de tu ropa interior y te pasas a la clásica americana y corbata. En cambio, sí que has cambiado el tradicional curriculum en papel por tu perfil en LinkedIn o en Xing. De hecho, el 80% de las empresas americanas usan LinkedIn como la principal fuente para

CURIOSIDAD



La web 2.0 está trastocando tanto nuestra manera de concebir la realidad que ahora los clientes trabajan para la empresa en vez de trabajar la empresa para los clientes. Facebook fue traducido del inglés al castellano en cuatro semanas, asumiendo toda la carga de trabajo los propios usuarios. En Twitter ha sucedido lo mismo.

buscar nuevos empleados. Las redes sociales cambian nuestra manera de relacionarnos, de comprar, de generar cultura y de informarnos... Cuando una moda marca un antes y un después muy probablemente deba empezar a considerarse más que moda, revolución.

Me he guardado para el final el argumento que más me ha impactado de todos los que circulan por la red. Los medios sociales han conseguido convertirse en la principal actividad de la red, desbancando a la que hasta ahora había sido la reina indiscutible: la pornografía. La tía Felisa siempre dice eso de que “tiran más dos tetas que dos carretas”... Ahora mismo en la red, los medios sociales están tirando más que dos tetas, lo cual, como dice un buen amigo “es preocupante ¡y mucho!”.

Los 40 principales

Una de las ventajas (o inconvenientes) que tiene internet es que todo es cuantificable. Es muy difícil saber quién está viendo la tele o escuchando la radio, pero no sucede

¿Cuando me dijiste que “me querías pero como amigo” a qué tipo de amigo te refieres, amigo en Tuenti, amigo en Facebook o amigo en Twitter?



así con la red. Se sabe cuándo y dónde hacemos clic, de qué página procedemos, a qué página nos dirigimos y cuánto tiempo nos quedamos en ella. Las webs, a diferencia de las canciones de los 40 principales, se ordenan en función del uso de los usuarios y no en base a criterios comerciales.

Para hacernos una idea de cuáles son las redes sociales más importantes del mundo y del peso que tiene su actividad con respecto al resto de negocios que se organizan en internet podemos consultar el ranking de las webs. En la siguiente tabla podemos ver los datos para noviembre de 2009. Si los nombres no te suenan no te preocupes, porque las explicaremos en el siguiente capítulo. En la columna del ranking web está la posición que ocupan si se tienen en cuenta todas las webs que existen en el mundo.

Nombre	Ranking Web	Usuarios diarios equivalentes a la población de:	Tiempo diario por usuario (minutos)
Facebook	2	Japón (129M)	30
YouTube	4	Vietnam (89M)	20
Blogger	7	Iraq (30M)	5
MySpace	12	Birmania (49M)	15
Twitter	14	Rumania (21M)	8
Fc2	31	Sri Lanka (20M)*	8
Flickr	32	Malasia (28M)	5
V Kontakte	35	Bulgaria (7.5M)*	40
LivePrivate.com	36	Guatemala (14M)	2
LinkedIn	38	Malawi (15M)	6

* Cálculo aproximado

2. Los protagonistas uno por uno

Facebook: un encuentro mundial de antiguos alumnos

La idea de Facebook es muy sencilla. Imagina que llegamos a un colegio donde cada pared corresponde a un alumno. Si alguno de los compañeros quisiera dejarle un mensaje a otro, solo tendría que ir a su muro y escribir allí. De igual manera, si esa persona quisiera enseñar una foto a sus amigos, solo tendría que ir a su propio muro con un poco de cinta adhesiva y colgar allí la foto. Si ese hubiera sido tu colegio, ¿qué es lo primero que habrías hecho cada mañana? Pues seguro que ir corriendo a tu trocito de pared a ver si hay algo escrito para ti y luego pasarte por las paredes de tus amigos para ver qué han escrito y qué han colgado.

Si cambias las paredes de la escuela por muros virtuales ya tienes Facebook. En concreto, tu muro no es más que una página web donde se visualiza todo lo que has ido escribiendo tú y todo lo que han escrito tus amigos.

El perfil: mi yo en Facebook

Volvamos a nuestro colegio con las paredes pintadas. Para que cada muro sea identificable los alumnos han

de poner en una zona bien visible una fotocopia de su DNI. En Facebook y el resto de redes sociales ese carnet de identidad lo construimos nosotros mismos, y se llama perfil de usuario (o simplemente perfil). Hay quien pone hasta el color de sus calzoncillos y hay quien solo da algunos datos. Hay quien siembra el perfil de mentiras y exageraciones para impresionar (fantasmas hay en todos los sitios, también en Facebook) y hay quien se ciñe más a la realidad. Una parte muy importante del perfil es la imagen asociada, también denominada “avatar”. La mayoría de personas optan por su propia cara, aunque no falta quien se pone una foto del perro, del coche e incluso de un peluche. Caso aparte es la gente que va a un estudio fotográfico para tener una buena colección de fotos que usar como avatar. Pero no nos adelantemos, en el siguiente capítulo ya hablaremos sobre los perfiles y veremos algunos trucos y consejos.

“Ya no te ajunto”

Nuestro peculiar colegio de ejemplo tiene una limitación: ¿cómo hago para que solo puedan leer mi muro aquellos a los que yo dé permiso? Es muy difícil controlar que unas personas puedan mirar las paredes y otras no. Quizá ese sea el motivo por el cual en nuestros colegios inventábamos códigos y palabras clave que solo nosotros y nuestros amigos conocíamos. En Facebook, como en otras redes sociales, eso es del todo innecesario, ya que las bases de datos nos permiten decidir quién puede ver cada cosa. Si no tragas a alguien, dejas de ser su “amigo” y con ello le retiras la posibilidad de poder leer y escribir en tu muro, ver tus fotos o comentar tus acciones. Así de fácil.

Modas 2.0

Qué tiempos aquellos en los que las chicas recortaban las fotos de la Super Pop y forraban sus carpetas a base de Luke Perry y Alejandro Sanz. Los chicos se las ingenian para llevar los colores de su equipo favorito hasta en el último rincón para demostrar su amor por el escudo. El tiempo pasa pero las nuevas generaciones siguen haciendo lo mismo. Lo único que cambia es que en vez de la Super Pop y el Don Balón van a Google Imágenes y en vez de forrar carpetas cuelgan las fotos en el muro y decoran sus avatares. Pero la esencia es exactamente la misma.

¿Os acordáis que en el patio había temporadas que se jugaba a fútbol o a la goma y otras que preferíamos el pillar pillar o el escondite? Eran simples modas que iban dictadas por los alumnos más populares. Evidentemente en Facebook también pasa lo mismo. Existen pequeños juegos (llamados aplicaciones) que te permiten competir con tus amigos o simplemente pasar con ellos un buen rato. Hay quienes se reúnen para echar una partida de póker y hay otros que se pasan el día adivinando su futuro a base de tests. Siempre hay alguien dispuesto a enviarte un abrazo o invitarte a abrir una cerveza (virtual y sin alcohol, por supuesto). También ha habido modas realmente estrambóticas, como una época en la que nos tirábamos ovejas unos a otros o como la manía de abrir 200 galletitas de la fortuna al día. Si de pequeños algunos de nosotros tuvimos los tamagotchis, aquellas mascotas electrónicas a las que había que cuidar para que no murieran, en Facebook hay la posibilidad de cuidar tu propio “acuario”, y pobre de ti como no echas de comer a los peces.

Tribus digitales

Otra de las cosas que dan juego en Facebook son los grupos de amigos. Cada uno puede inaugurar un grupo, ponerle un nombre e invitar a todo hijo de vecino a unirse. Un buen día entras y te aparece un mensaje que dice: “Fulanito te ha invitado a unirse al grupo *Nos encanta Chiquito de la Calzada*”. Cuando alguno de tus amigos se une a un grupo también aparece en tu muro: “Menga no se acaba de unir al grupo *Yo de pequeño hablaba con los Krispies, y así me va...*”. En tu perfil están recogidos todos los grupos a los que perteneces, de manera que tus amigos puedan saber lo mal que estás de la cabeza. De todo queda un registro, por lo que si te unes al grupo *Yo también pensé que Leire Pajín era un transexual* o al grupo *Creo muy sinceramente que Rita Barberá es un hombre*, recuerda darte de baja antes de aceptar la solicitud de amistad de uno o de otro. ¿Os parece que los grupos que he escogido como ejemplo son muy extravagantes? Pues son casos reales.

¿Y los profesores?

En nuestro colegio imaginario todavía no han aparecido unos personajes fundamentales: los profesores. Uno se imagina que los profesores se irían paseando por los muros, animando a los que no escriben mucho a que sean más expresivos. También recibirían las quejas de los chivatos, que les irían a pedir protección ante el abusón que ha llenado su pared de insultos. Por supuesto, también harían de jueces cuando hubiera disputas entre los alumnos por hacerse con un trozo más de pared. En Facebook esa función la realizan los administradores. Cuando una

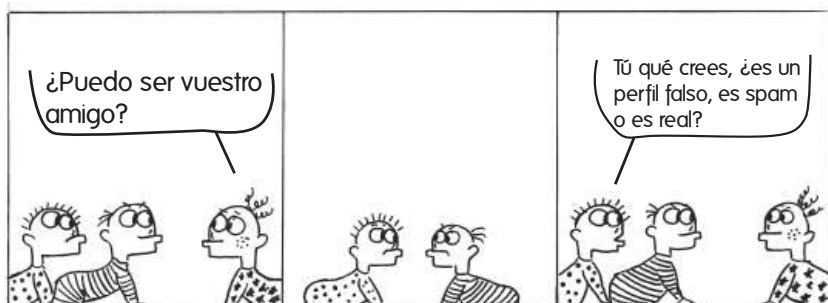
Los 10 grupos de hispanohablantes más absurdos de Facebook

1. Me he muerto 3.584.322 veces por no haber reenviado cadenas de mails
61.277 miembros
2. Mi madre también dice: "como vaya yo y lo encuentre.... " y lo encuentra!
79.007 miembros
3. Nunca se qué hacer cuando me están cantando el Feliz Cumpleaños
85.979 miembros
4. Me acabo de dar cuenta que el logo de Carrefour es una "C" blanca
109.864 miembros
5. Para que la resaca sea considerada enfermedad laboral
156.905 miembros
6. Yo juego a no pisar las lineas de las baldosas en la calle
157.224 miembros
7. Por los que siempre preguntan al de al lado "¿Qué hay que hacer?"
180.880 miembros
8. Yo me opongo a la violación de pandas bebés por jóvenes en Sichuan
314.768 miembros
9. Por los que dicen que ya están llegando cuando acaban de salir de casa
315.050 miembros
10. Si se une un millón de personas me tatúo los 151 Pokemon en la espalda
583.991 miembros

red social, como Facebook, es propiedad de una empresa privada, esos administradores suelen ser personal de la propia empresa. Todo usuario puede “denunciar” cualquier suceso que considere que viola los términos de uso. Aunque sus obligaciones policiales dejan poco tiempo libre, los administradores también hacen otras cosas más agradables, como programar los mensajes que te avisan de que hoy es el cumpleaños de tu amigo, o de que tienes una solicitud de amistad pendiente.

Clubs de fans

No podemos cerrar el apartado de Facebook sin mencionar el fenómeno “fan”. La mitomanía es algo muy extendido y por eso millones de personas se lanzan a hacerse “fans” de los personajes y productos más variados. Los propios usuarios son los que crean páginas dedicadas a sus ídolos musicales, mitos eróticos, marcas de ropa y casi todo lo imaginable. Algunos de los famosos ya usan estas páginas como canales oficiales de comunicación con sus fans. Si te gusta Lady Gaga, puedes sumarte a sus 4.428.629 fans y automáticamente quedará escrito en tu muro: “Fulanito se ha hecho fan de Lady Gaga”. La tía Felisa



Top 10 de famosos con más fans en Facebook (diciembre de 2009)

1. Michael Jackson (cantante)	10.411.820 fans
2. Vin Diesel (actor)	7.063.287 fans
3. Barack Obama (político)	6.946.087 fans
4. Megan Fox (actriz)	5.135.809 fans
5. Will Smith (artista)	4.559.371 fans
6. Lady Gaga (cantante)	4.428.812 fans
7. Adam Sandler (actor)	3.705.573 fans
8. Ashton Kutcher (actor)	3.225.729 fans
9. Linkin Park (grupo musical)	3.451.671 fans
10. Rihanna (cantante)	2.975.415 fans

CURIOSIDAD



En EE.UU. se les llama facebook a los anuarios escolares en los que se recogen las fotos de los alumnos de cada curso y las noticias más destacadas que se han producido.

siempre dice que “hay gente para todo”, y los 205 fans de Ramoncín (perdón, Ramón) o los 433 de Carmen de Mairena lo demuestran. Cuando la figura pública es un político los fans se convierten en “simpatizantes”. Los 1.439 con los que cuenta José Antonio Primo de Rivera quizá sean los más intrigantes de todos ellos.

Algunas de las cifras más increíbles de Facebook

- Más de 350 millones de usuarios activos.
- El 50% de los usuarios se conectan habitualmente.
- Más de 35 millones de usuarios actualizan su estado cada día.
- Cada día se publican 55 millones de mensajes.
- Más de 2.500.000.000 fotos subidas... cada mes.
- Más de 3.500.000.000 contenidos compartidos cada semana.
- Más de 3.500.000 eventos creados cada mes.
- 1.600.000 de páginas activas en Facebook con 5.300.000.000 fans.
- Más de 700.000 negocios activos en Facebook.

(Fuente: Facebook, septiembre 2009)

YouTube: ahora en la tele sales tú

Tres californianos con tiempo libre

En febrero de 2005 tres californianos se propusieron hacer una web donde se pudieran visualizar y compartir vídeos en internet de la manera más sencilla posible. Ellos mismos han reconocido que la idea inicial era que cada usuario debía subir un vídeo en el que saliera él como único protagonista, de manera que el resto de la



El usuario medio de Facebook tiene 130 amigos y es miembro de 12 grupos, envía 8 solicitudes de amistad y recibe 3 invitaciones a eventos al mes, pasa más de 55 minutos al día en Facebook, hace clic en el botón "Me gusta" 9 veces y se hace fan de algo 2 veces al mes y escribe 6 comentarios a la semana.

red social pudiera ponerle una nota del 0 al 10. El primero en hacerlo fue un tipo con una pinta muy friki que salía rodeado de elefantes en un vídeo titulado "Me at the Zoo". Los vídeos de cada usuario se almacenan en su perfil personal, que en YouTube se denomina "canal". Lo que pretendían era que cada canal recogiera los vídeos con los momentos estelares del usuario. De ahí el nombre YouTube (tú en la tele).

La cosa se les fue de las manos

Lo que no se esperaban es que en muy poco tiempo la gente empezara a utilizar aquella plataforma para colgar todo tipo de vídeos. Pese a las limitaciones en el tiempo (10 minutos máximo) y en el copyright (no se puede subir material protegido), los usuarios se las han ingeniado una y otra vez para burlar los controles y subir música, series de televisión y hasta películas enteras. Millones de personas han ido explicando en vídeo su día a día y muchas otras se han hecho mundialmente famosas por grabarse mostrando sus habilidades secretas. Gente desinteresada nos ha enseñado cómo se resuelve

el cubo de Rubik o cómo escapar si te ponen unas esposas. Hemos visto nuestros goles favoritos millones de veces y los mejores gags televisivos de todas las cadenas del mundo. ¿Quién puede vivir hoy día sin YouTube?

Y a cambio recibieron...

YouTube pasó en un año de ser una locura de tres ex trabajadores de Ebay, a tener dos mil millones de visitas al día. En octubre de 2006, solo un año y medio después de que se hubiera subido el primer vídeo, Google compraba YouTube por 1.650 millones de dólares. Los tres californianos se convirtieron en altos ejecutivos de lo que entonces ya era uno de los diez sitios web más visitados del mundo. A día de hoy YouTube ocupa el cuarto lugar más importante de internet, y durante algunos días de 2009 ha llegado a convertirse en el buscador más utilizado del mundo, solo por detrás del todopoderoso Google.

YouTube para todo

Una red social de vídeos gamberra e informal fue calando poco a poco en nuestras vidas hasta convertirse en todo un referente cultural. Nombrado invento del 2006

CURIOSIDAD



La versión española de YouTube empezó el 19 de junio de 2007. Para inaugurarla se convocó un concurso que ganó la barcelonesa Gina Tost con su vídeo "Felicidades a YouTube". Su actividad como videoblogger en esta red social le valió para que TV3 la contratara para hacer el programa Ginàpolis.

por la revista Time, fue el canal escogido meses más tarde por Tony Blair para felicitar a Sarkozy por su elección como presidente de Francia. Temáticas como la pornografía se trasladaron a otros portales marginales, y a día de hoy la mayoría de los contenidos del portal son muy positivos: cursos educativos, imágenes de fraternidad entre pueblos, vídeos técnicos y científicos, muestras culturales de todo tipo y documentos históricos de gran valor.

No todo el monte es orégano

Cuando le enseñé por primera vez YouTube a mi tía Felisa y le expliqué las muchas posibilidades que ofrecía, lo primero que hizo fue buscar “Jesucristo”. La boca se le

He buscado “hombre vestido de vaca haciendo graffitis en el metro” y me han salido 1.234 resultados



abría más y más a medida que veía cómo un barbudo algo afeminado se paseaba en pañales por las calles de Manhattan cantando *I will survive*. Cerró el navegador y me soltó: “hijo mío, a ver si maduras de una vez y te das cuenta de que no es oro todo lo que reluce”. Parte de razón no le falta: YouTube ha sido muy criticado por alojar parodias xenófobas, peleas entre escolares, apolo-gías del terrorismo y piezas voyeuristas filmadas sin el consentimiento de los protagonistas. Sin embargo, aunque la cizaña crezca junto al trigo, es imposible arrancar las malas hierbas sin poner en riesgo el resto de la cosecha. En YouTube, como en la vida misma, convive lo mejor de nosotros mismos con lo más oscuro y mezquino. La responsabilidad está en los clics que hagamos cada uno de nosotros.

Pero entonces, ¿es o no es una red social?

Aunque muchos lo desconozcan, YouTube tiene servicios de red social. Puedes hacerte “amigo” de los otros youtubers (los propietarios de los otros canales) y estar al día





Los hermanos Harry y Charlie tenían en diciembre de 2009 el honor de ser los protagonistas del vídeo más visto de la historia en YouTube. Un minuto en el que Charlie muerde el dedo de Harry y este empieza a llorar. Para orgullo de sus padres, en total se ha visto el vídeo más de 138 millones de veces y los dos pequeños (y ahora también su hermano Jasper que nació después) son auténticas estrellas de la web.

de lo que hacen: qué vídeos les gustan, cuáles suben o dónde han escrito comentarios. Recientemente se están eliminando muchos vídeos y canales de usuarios que habían subido material protegido con copyright. A mí mismo me bloquearon un vídeo que grabé con unos amigos en el que utilizaba un fragmento musical de la película *Misión Imposible*. Esta política más agresiva de protección del copyright hará que YouTube vaya volviendo poco a poco a servir únicamente para lo que se pensó en su día: alojar los vídeos grabados por ti que quieras que tus amigos vean.

Amo a Laura

No se puede cerrar el apartado dedicado a YouTube sin mencionar los vídeos virales. Igual que los virus pasan de uno a otro con asombrosa facilidad, hay vídeos divertidos, impactantes e ingeniosos que se contagian de usuario a usuario hasta infectarnos a todos. De los diez vídeos más vistos en YouTube España, cinco son virales y cinco son clips de música. Algunos de los más memo-



En YouTube hay (de manera totalmente legal) películas enteras, concursos televisivos, series y eventos musicales. Para encontrarlos tienes que hacer clic en videos (debajo del cuadro de búsqueda). En la parte inferior del menú de la izquierda hallarás los enlaces que te conducen a cada una de las secciones.

rables y que consiguieron mayor repercusión en los medios tradicionales fueron el Koala y su “*Yo Via Jase Un Corrá*” (casi veinte millones de reproducciones) y también la campaña de la MTV basada en el hit “Amo a Laura pero esperaré hasta el matrimonio” de Los Happiness. Los usuarios expanden el efecto de estos vídeos al compartirlos en las redes sociales y al hacer sus propias versiones. Solo en el caso de “Amo a Laura” hay hasta 451 secuelas realizadas por internautas de a pié.

Tuenti: las 24 horas en el patio del colegio

Los irreductible hispanos

Todos tenemos en la cabeza las aventuras de Astérix y Obélix en las que, junto al resto del poblado galo, se enfrentaban al Imperio romano invasor. Para desesperación de Julio César, ese puñado de divertidos guerreros siempre lograba resistir a las legiones romanas. En nuestros días ocurre algo similar: el Imperio Facebook invade hasta el último rincón del planeta web, mientras

que una red social poblada por irreductibles españoles resiste. Hablamos de Tuenti.

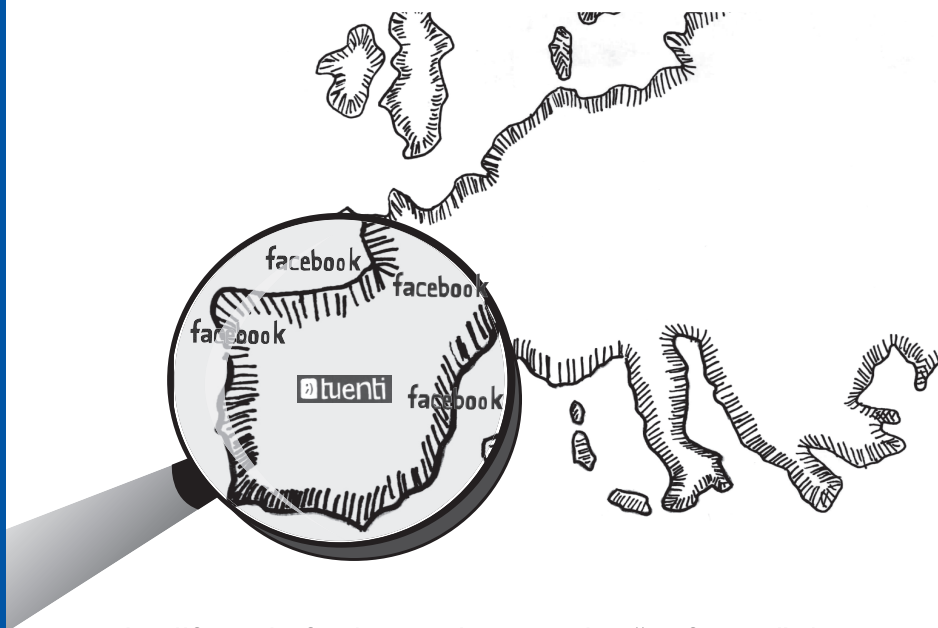
Algunos piensan que Tuenti procede de la castellanización del número veinte (twenty), pero en realidad es un acrónimo de Tu Entidad. Su creador es un estudiante americano que vino a España de intercambio. Se puso en marcha en enero de 2006 y gran parte de su éxito se debe a que durante varios años era lo único parecido a Facebook que había en español.

Si Facebook y Tuenti fueran colegios...

Si Facebook y Tuenti fueran dos colegios, está claro que Facebook sería un instituto público de una barriada obrera y Tuenti en cambio sería un colegio privado situado en una urbanización apartada. La obsesión principal de Tuenti es preservar la privacidad de sus miembros. Absolutamente nada de lo que hay en esa red social puede ser encontrado a través de buscadores como Yahoo! o Google. De la misma manera, no se puede entrar en Tuenti a no ser que alguien te envíe una invitación (igual que para que alguien entre en un colegio privado hacen falta buenas referencias).



"Tuenti" fue la palabra más buscada en Google en España durante el año 2009. A nivel mundial, fue la tercera palabra que experimentó un mayor crecimiento de búsquedas, solo superada por Michael Jackson y Facebook.



La diferencia fundamental está en los “profesores” de uno y otro colegio. Mientras que los administradores de Facebook son muy permisivos, los de Tuenti se esfuerzan por proteger a los adolescentes de los spammers, del bombardeo de las campañas publicitarias o de quienes quieren aprovecharse de ellos. Pensemos que en Facebook hay más de un millón de desarrolladores y emprendedores de 180 países que crean todo tipo de aplicaciones y juegos para captar la atención de las personas. Tuenti prefiere no dar paso a estas injerencias externas, pero como contrapartida se pierde toda la creatividad que estos externos pueden aportar. Más control y seguridad pero menos diversión.

Ya no te sobrarán ganchitos en tu cumple

Una cosa en común que tienen el imperio Facebook y el irreductible Tuenti son los eventos. Ahora, para montar



“Lo importante en una plataforma social no es jugar, es interactuar.”

Ícaro Moyano, Director de Comunicación de Tuenti.

una fiesta de cumpleaños o una excursión no tienes que sentarte al teléfono durante toda la tarde. Basta con poner los datos en un formulario, seleccionar a los asistentes y automáticamente se les envía una invitación. Tú simplemente has de sentarte frente a la pantalla e ir viendo cómo tus amigos se van distribuyendo en tres columnas: sí, quizás y no. Lo bueno de este sistema es que ya no hace falta que en tu casa comáis durante tres días los bocadillos que sobraron después de la fiesta, ya que puedes tener una previsión fiable de los asistentes.



Catalonia is different

Desde hace muy poco Tuenti también está disponible en catalán, euskera y galego. Me pregunto si forma parte de una estrategia para acercarse a estas comunidades, ya que aproximadamente por cada nueve andaluces que utilizan tuenti hay cinco gallegos, tres vascos y tan solo un catalán. El caso de Cataluña es realmente curioso, ya que es la única comunidad autónoma donde Facebook gana a Tuenti por goleada. Si en el resto de España, por cada cuatro personas con Tuenti una tiene Facebook, en Cataluña es justo al revés. A veces las diferencias culturales se manifiestan en los aspectos más insospechados.

CUATROSIDAD



El pasado 29 de noviembre de 2009, el Juzgado de lo Penal número 3 de Santander condenó a un año de cárcel a un hombre que colgó en una página de acceso libre de Tuenti catorce fotografías en las que su ex novia aparecía desnuda.

Twitter: di algo al mundo, pero que sea en menos de 140 caracteres

De todas las redes sociales, Twitter es la más simple pero a la vez la más difícil de explicar. Quizá la mejor manera de entenderla sea comparándola con los blogs.

Un blog no es más que una página web con el contenido ordenado cronológicamente. Imagínate que tienes un blog con una peculiar limitación: cualquier cosa que escribas no puede superar los 140 caracteres (que es lo que cabe en un SMS). Twitter ofrece a sus usuarios precisamente eso: la posibilidad de publicar y leer pequeños mensajes, a los que se denomina *tweets*. Esos tweets se almacenan en tu perfil personal, donde pueden ser consultados por tus lectores (también llamados *followers* o seguidores). Al ser este funcionamiento similar al de una red de blogs, muchos han coincidido en otorgar a Twitter el nombre de “servicio de microblogging”.

Que los mensajes sean de tan solo 140 caracteres puede parecer una grave limitación pero en la práctica ha resultado ser el gran éxito de Twitter. Este tamaño permite que los tweets sean enviados y recibidos por telefonía móvil. De esta manera se unen el extraordinario poder de difusión de internet con la inmediatez y popularidad de los móviles.

Para no tener que ir navegando de perfil en perfil para leer los mensajes de las personas a las que sigues, los creadores de Twitter crearon algo llamado timeline (línea temporal). A medida que tus contactos escriben contenido, este va apareciendo en tu *timeline*. Lo que ves en tu pantalla es la foto (avatar) de tu amigo junto con su brillante micro-aportación en tiempo real y en orden cronológico inverso (lo más nuevo al principio). El problema es la ansiedad que te entra cuando intentas seguir a más de cien personas y te das cuenta de que no podrías leer todo lo que dicen aunque no hicieras otra cosa en



Twitter significa en inglés gorjear, parlotear o trinar. Viene a ser algo así como hacer pío-pío. Por eso el símbolo de Twitter es un ridículo pajarillo.

todo el día. Esta esquizofrenia la abordaremos en capítulos posteriores.

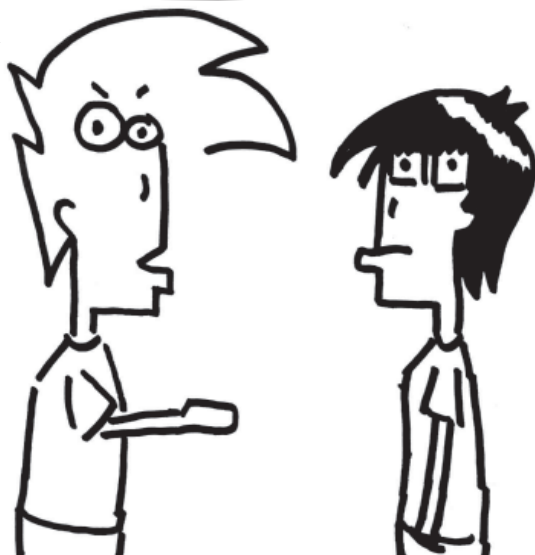
“El hambre agudiza el ingenio”, dice la tía Felisa, y a fe que la escasez de caracteres ha llevado a los usuarios de Twitter a encontrar mil maneras de ahorrar letras y de sacar partido a tan poco texto. La limitación te obliga a ser lo más conciso posible e ir directamente al grano, sin marear a la audiencia. Sin embargo, el ingenio no se detiene ahí. Desde hace un tiempo se ha puesto de moda lo que se conoce como TwitterArt (arte en Twitter) que consiste en hacer dibujos y mosaicos utilizando 140 símbolos. Los hashtags, los acortadores de URL y tantas otras artimañas que parecen tan complicadas no son más que maneras de intentar sacar el máximo provecho a los 140 espacios disponibles, y hacer así “de la necesidad, virtud”.

Si Facebook fuera un instituto público y Tuenti un colegio privado, Twitter sería la Universidad. Allí se reúnen millones de alumnos de todas las edades y de todos los tipos: frikis, farsantes, ejecutivos, juanis y cholos, pijos y princesas. Un grupo de gurús y celebridades acumulan miles de followers de la misma manera que los buenos profesores tienen su clase abarrotada. En las facultades, los paneles de anuncios se llenan de publicidad y los pasi-

llos de publicaciones gratuitas; en Twitter te asaltan constantemente “Britneys” que intentan que compres pastillas contra la impotencia o spammers disfrazados con americana y corbata. Igual que te pasa cuando eres universitario, acabas descubriendo que el lugar en el que más se aprende es cuando te rodeas de tus semejantes en el césped o en el bar y las ideas circulan libremente de uno a otro, en un tono distendido y en medio del bullicio.

Twitter es tan simple que cuando uno entra por primera vez lo ve una idiotez y se va. Después te insisten tanto y sale tantas veces en la conversación que le vuelves a dar una oportunidad, y otra, y otra, hasta que te pasa como

Macho, qué vergüenza. Menos mal que ella me dijo: “Tranquilo, soy twittera, me gustan las cosas cortas”.



Unos ejemplos de TwitterArt



con la tónica, que de tanto probarla te acaba gustando. En parte es también como el fumar: al principio toses y no te gusta, pero lo haces por seguir al resto de la tribu y porque tú no vas a ser menos que los demás. Al final acabas totalmente enganchado, con un cigarrillo (o un móvil en este caso) siempre entre los dedos y buscando el momento de escaquearte cinco minutos del trabajo para quitarte el mono.

Si Twitter estuviera formado por cien personas



-  50 perezosos
(no han dicho nada la última semana)
-  20 personas muertas
(cuentas vacías)
-  6 exitosos
(tienen más de 100 seguidores)
-  6 hiperproductivos
(escriben el 75% del contenido)

De todas las redes sociales, Twitter quizá sea la más “sectaria” de todas. Necesitas una iniciación, algún “predicador” geek que te explique las maravillas de Twitter y te convierta en un devoto más de esa nueva religión. Una vez dentro pronto conoces a los gurús, que son como los sumos pontífices de este nuevo culto. Amados y reverenciados u odiados y vilipendiados, no dejan a nadie indiferente. En pocas semanas empiezas a dominar toda una jerga que solo conocéis los twittereros. Tu



Una de las mejores maneras de encontrar usuarios de tu interés en Twitter es acudir a los directorios como WeFollow.com o Twellow.com (las páginas amarillas de Twitter).

conversación está plagada de palabras como *retweet*, *reply*, *direct message*, *hashtag*, *trending topic*, *unfollow...* y ves cómo tus mensajes se llenan de los símbolos @ y #. Poco a poco te vas transformando en uno de ellos y empiezas a intentar convertir a los infelices que aún no han visto la luz. Igual que los creyentes se reúnen en las iglesias, empiezas a frecuentar eventos y reuniones donde te encuentras con otros twittereros. Para cuando quieres reaccionar y volver a tu vida anterior, descubres que toda tu vida social ha sido construida a imagen y semejanza de Twitter, que tienes más de mil seguidores y que sin quererlo eres el nuevo gurú de tu barrio.



Redes sociales para todo

Facebook, Tuenti y Twitter son tres ejemplos de redes sociales que se dirigen a todo el mundo y que no tienen una temática específica. Sin embargo, hay muchas otras redes sociales que se centran en temas concretos o bien que se dirigen tan solo a un colectivo específico. Vamos a hacer un rápido repaso por cada una de ellas para que tengáis una idea rápida y podáis pillar todos los chistes de este libro sin que os los tenga que explicar nadie.

Picasa y Flickr: ¿te gustan mis fotos?

Estas deben ser las primeras redes sociales en las que debes introducir a tu tía Felisa. Si le enseñas a que suba allí las fotos de su último viaje a Benidorm se habrán



acabado para ti las eternas tardes de domingo aguantando las veladas fotográficas en casa de tu tía. Tanto Picasa como Flickr ofrecen grandes prestaciones y también la posibilidad de etiquetar a las personas que salen en las fotos. Un clic encima de la cara, asocias un nombre y ya tienes a la persona de la foto identificada. Picasa, que recientemente incorporó un servicio de reconocimiento de rostros, es capaz hasta de hacerlo de manera automática por ti.

Delicious: mis “favoritos” compartidos con todo el mundo

Ya en nuestros primeros pasos en internet aprendimos que podemos guardar en favoritos las páginas que nos gustan y que allí podremos encontrarlas la próxima vez que las necesitemos. Todo es maravilloso hasta que un día te peta el ordenador, te compras uno nuevo y descubres que toda aquella recolección de webs imprescindibles realizada durante meses y meses se ha ido y jamás volverá. Deli-

Te repito que yo no he puesto “la mona chita” en las fotos en las que sale tu madre. Debe de haber sido un error del reconocimiento de rostros de Picasa...



cious te permite guardar tus webs favoritas en tu perfil y compartirlas con tus amigos. Además de tener todos tus enlaces guardados en un mismo lugar tienes la ventaja de que puedes clasificarlos con etiquetas y que puedes incluso cotillear lo que le gusta a los demás.

MySpace: la música de tus artistas sin pasar por la tienda de discos

MySpace empezó siendo una red social generalista al estilo Facebook. De hecho era la más grande y exitosa de todas. Sin embargo tenía un pequeño inconveniente: era un poco difícil de personalizar ya que tenías que utilizar unas “morcillas” de código HTML llamadas layouts. Como contrapartida ofrecía múltiples ventajas, entre otras la posibilidad de que los grupos alojasen su música en sus perfiles. Por eso esta red se popularizó enormemente entre los músicos y sus fans, hasta el punto de que a día de hoy casi puede considerarse una red especializada en el mundo de la canción (al menos en España).

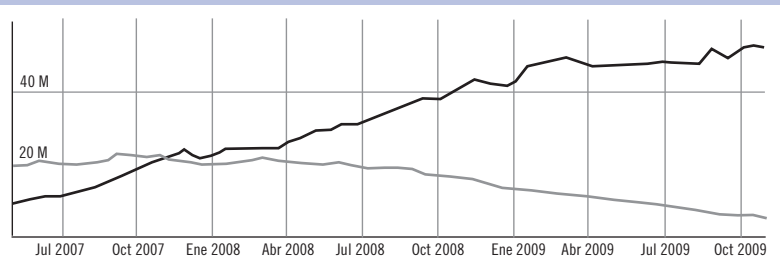


LinkedIn y Xing: cuando la cosa se pone seria

Igual que Tuenti resiste ahora la invasión de Facebook, en su día la red española Neurona resistió la invasión de las redes sociales profesionales del extranjero. Finalmente sucumbió cuando la compraron los alemanes de Xing. Actualmente los alemanes se disputan el control de España con los americanos de LinkedIn, y parece que la cosa va a acabar como en la segunda guerra mundial, con todo el pastel para los yankis.

Este tipo de redes son el único sitio donde no es muy arriesgado aceptar a tu jefe entre tus contactos. Todo el mundo acostumbra a guardar mínimamente las formas y no se pueden subir fotos, así que tu reputación está a salvo. Si tienes amigos en estas redes que redacten bien, te aconsejo que les pidas cartas de referencia. Son unos textos breves en los que ellos te hacen la pelota

El duelo entre Facebook y MySpace mantuvo a toda la blogosfera en vilo durante 2007 y 2008. Facebook se fue acercando poco a poco a su rival hasta superarlo con claridad. A día de hoy le ha ganado el combate por K.O.



diciendo cualidades que probablemente no tengas y que son muy valorados por los encargados de seleccionar CV en las empresas.

Last.fm y Blip.fm: escuchar Los 40 es solo para los mayores de 40

Los que pasamos media adolescencia escuchando Los 40, esperando horas y horas a que saliera nuestra canción favorita para darle al REC, miramos con mucha envidia a los adolescentes de hoy. Se conectan y disfrutan de sus canciones favoritas con solo un clic y sin aguantar a Joaquín Luqui o Tony Aguilar. Además, mediante las recomendaciones de sus amigos descubren nuevos grupos y canciones sin tener que comprar a ciegas los CDs en la tienda de música. Eso sí, lo más importante de todo es que para dedicarle una canción de Leona Lewis a una chica no necesitan estar toda la tarde enganchados a un 902 y hacer el ridículo delante de toda España. Simplemente envían un mensaje a la afortunada con la canción como banda sonora y esperan a que cupido haga el resto del trabajo.

Redes de blogs

El blog es a la Web 2.0 lo que Michael Jackson es a la música pop. Pase lo que pase, siempre serán los reyes. Por eso plataformas como LiveJournal, Blogger y Wordpress son pesos pesados de la web. Los blogs tienen estructura de red social: cada uno de ellos hace las veces de perfil de usuario y desde cada blog se enlaza con los blogs de otros usuarios con los que se comparan gustos, aficiones o amistad.

Cada vez es más fácil encontrar ofertas laborales en las que, además del curriculum, te piden el blog (es más, me he encontrado algunas ofertas en las que ni me han pedido el CV). No es de extrañar que en una encuesta realizada en 2009 el 58% de los bloggers afirmaran que escribir un blog les había ayudado a ser más conocidos y valorados dentro de su sector económico.

CURIOSIDAD



En España, Last.fm es de pago, aunque empezó siendo gratuita (de hecho todavía es gratis en otros muchos países). El motivo es la piratería: en España la mayoría de gente descarga música en vez de comprarla o escucharla por internet, y eso hace inviable el modelo de negocio de esta red social.

Menéame y Digg: los lectores eligen lo más importante

Menéame (España) y Digg (EE.UU.) son dos ejemplos de agregadores de contenidos. El funcionamiento es simple: envías un enlace a un contenido interesante (noticia, imagen o vídeo) y los otros usuarios eligen si merece la pena o no otorgando sus votos (“meneos” o “diggs”).

Estos sitios tienen algunos problemas. Muchas personas envían escritos de sus propios blogs esperando que “cuele” como noticia y que les lleguen miles de visitas. Esto es conocido como el autobombo, y cuando se detecta que una noticia es de autobombo se lleva una buena colección de votos negativos. En Menéame utilizan el



Dos de cada tres bloggers son hombres, el 60% de los bloggers tienen entre 18 y 44 años y el 75% han ido a la universidad. Los bloggers pasan más tiempo en otros blogs y en redes sociales que viendo la tele y escuchando la radio. Definen su estilo como sincero y abierto al diálogo.

“karma” para controlar a estos aprovechados y demás alteradores del orden. El karma es un numerito que mide tu grado de buen rollo con el resto de la comunidad. Un karma demasiado bajo te impide participar enviando noticias.

Otras redes sociales definidas en menos de 140 caracteres

Meetic: red en la que chicas que buscan a alguien que las escuche tienen centenares de chicos dispuestos a poner la oreja (y lo que haga falta).

Fotolog: web en la que los adolescentes suben el resultado de sus interminables sesiones fotográficas frente al espejo.

Badoo: es como si en Facebook subieran la temperatura diez grados y en todas las fotografías hubieran tenido que quitarse la ropa.

Hi5: red social que satura tu email de spam hasta que consigue que te registres por agotamiento.

Parship: web que te explica cómo una tía buena logró novio gracias a ellos y te pide dinero haciéndote pensar que a ti te pasará lo mismo.

Ning: lugar donde creas una red social exclusiva para ti y tus amigos una vez que tu madre empieza a enviar solicitudes de amistad a todos tus contactos en Facebook.

Bitácoras: lugar donde los bloggers españoles cuelgan noticias de sus propios blogs cuando ya no tienen karma suficiente para hacerlo en Menéame.

RedTube: portal de vídeos al que van a parar todos aquellos contenidos que no pasan la censura en YouTube.

Orkut: es el Facebook en el que te has de registrar si quieres seguir en contacto con las brasileñas que conociste en el Carnaval de Río.

AdultFriendFinder: es el lugar al que acabas yendo cuando te cansas de pagar a Meetic y Parship sin comer-te un rosco.

Sexyono: lugar donde las chicas con baja autoestima envían sus fotos para que los tíos le pongan una nota inversamente proporcional a la cantidad de ropa que lleven puesta.

Slideshare: es como YouTube pero en vez de vídeos divertidos hay powerpoints de conferenciantes con americana y corbata.

Scribd: es como Slideshare pero más difícil de pronunciar y cambiando los powerpoints por documentos de texto.

3. Antes

**de lanzarte cuenta
hasta diez**

Willy Fog, consultor de redes sociales

Toda la tarde dando vueltas en el metro

Cuando tenía 12 años, reuní dinero junto con unos amigos para comprar unos billetes de metro. Nos fascinaba el hecho de poder ir solos en este medio de transporte y alejarnos por primera vez de nuestros padres a una distancia mayor a la del camino de casa al colegio. Nos subimos y recorrimos toda la línea. Al llegar a la última estación, como no teníamos dinero para otro billete, no pudimos salir a la calle y lo único que hicimos fue cambiar de andén y volver a nuestro punto de partida. El resultado de toda aquella aventura fue aparecer dos horas más tarde exactamente en el mismo lugar en el que estábamos, sin dinero para chucherías y sin haber hecho otra cosa que mirar por unas ventanas que lo único que ofrecían entre negrura y negrura eran estaciones de metro clónicas entre sí. Eso sí: habíamos ido en metro.

Con las redes sociales nos puede pasar algo parecido. Atraídos por la novedad nos lanzamos y recorremos una tras otra, abriendo perfiles y sembrando solicitudes de amistad. Votamos vídeos y noticias, enviamos abrazos y mensajes, escri-

bimos en muros y paneles, organizamos eventos y grupos de amigos. Todo para al final darnos cuenta de que nos encontramos exactamente en el mismo sitio, con un montón de horas invertidas y sin saber exactamente para qué narices hemos hecho todo aquello.

La historia se repite

A Willy Fog le tocó vivir unos tiempos muy parecidos a los nuestros. La invención de la máquina de vapor y la primera revolución industrial había propiciado la aparición de fascinantes inventos que permitían a las personas viajar más rápido y mejor de lo que nunca soñaron. En la Inglaterra del siglo XIX había una fiebre por las nuevas tecnologías muy similar a la que observamos en nuestra sociedad. Solo hay que cambiar los mp3 actuales por los trenes de entonces, los portátiles por los barcos de vapor y los móviles por los globos y dirigibles.

Igual que a nuestros geeks contemporáneos les fascinan los dispositivos electrónicos, Willy Fog era un pirado de los medios de transporte a motor. Sin embargo, a diferencia de otros millonarios de la época, no corrió a gastarse su fortuna en comprar un dirigible que llevase su nombre estampado, sino que se planteó algo más interesante: se jugó 20.000 libras con el Sr. Sullivan, el director del Ban-

CURIOSIDAD



Una semana después de su creación, el grupo de Facebook en apoyo al manifiesto "En defensa de los derechos fundamentales en Internet" ya contaba con más de 166.000 miembros.

co de Inglaterra, a que conseguía utilizar todas aquellas tecnologías de última generación para dar la vuelta al mundo en ochenta días. La jugada le salió redonda: viajó en barco, en elefante y en tren, ganó dinero, hizo amigos y de paso se trajo de la India una belleza felina.

Los consejos de Willy Fog

¿Qué podemos aprender de Willy Fog? La clave del éxito de este aventurero estuvo en que tenía claro el punto de destino, el tiempo disponible y las señales que le iban a indicar si estaba en el camino correcto. Igual que este león vestido de traje sabía que disponía de menos de tres meses para volver a Londres tras haber pasado por determinadas ciudades del mundo, nosotros debemos tener en mente algunos objetivos concretos para sacar el máximo partido de nuestro paso por las redes sociales.



Ya hemos visto que lanzarse a las redes al tuntún puede ser tan absurdo como mi viaje en metro a los 12 años. Antes de empezar a rellenar los datos de un nuevo perfil pregúntate por qué lo estás haciendo y qué quieres obtener después de invertir tu tiempo. Quizá para ti las redes sociales sean solo tu hobby y simplemente esperes pasar un buen rato sin hacerte muchas preguntas. Piensa entonces en Willy Fog: él también quería pasarlo bien dando una vuelta por ahí, pero con un poco de estrategia logró mucha más diversión y a la vez un objetivo muy apetecible. Mató dos pájaros de un tiro.

La potencia de las redes sociales

Willy Fog obtuvo cosas impensables para la época (como era dar la vuelta al mundo en ochenta días) gracias a su espíritu aventurero y su conocimiento de los nuevos medios de transporte. Hoy en día, los nuevos Willy Fog obtienen también grandes resultados utilizando sabia-



mente recursos que están al alcance de todos. Quizá el paradigma de todos ellos sea Obama y su campaña para la presidencia de EE.UU. Gracias a las redes sociales logró difundir ampliamente su programa electoral y recogió más de tres millones de pequeños donativos. A la cabeza de toda aquella estrategia estaba una entusiasta de la comunicación online de tan solo 25 años llamada Rahaf Harfoush. Nuestras pasiones nos pueden conducir al éxito si sabemos orientarlas adecuadamente.

Sin embargo, prefiero recurrir a un ejemplo menos espectacular pero más cercano a todos nosotros. A principios de diciembre de 2009 el Gobierno español trató de incluir en el proyecto de la Ley de Economía Sostenible un punto por el que se permitía a un comité de expertos cerrar cualquier página web sin la autorización de un juez. Si bien es cierto que hay webs delictivas que merecen ser cerradas, también es importante respetar la separación de poderes: los que legislan o los que gobiernan no pueden ser los mismos que los que juzgan.

CURIOSIDAD



Los datos de Obama en las redes sociales: un total de cinco millones de adhesiones en quince redes sociales. 1.800 vídeos oficiales en YouTube y 139.000 vídeos relacionados. El vídeo del "Yes, we can" fue visto más de catorce millones de veces. Resultados: 3,5 millones de donantes aportaron 6,5 millones de dólares y Obama logró la presidencia. A día de hoy, casi tres millones de personas le siguen en Twitter.

Por eso algunos bloggers quisieron denunciar la situación mediante un manifiesto “En defensa de los derechos fundamentales en Internet”. Se organizaron haciendo uso de herramientas totalmente gratuitas y consiguieron una gran movilización ciudadana en tan solo unas horas. Mediante Google Wave se redactó el manifiesto, que al poco tiempo empezó a publicarse en los blogs españoles. En un día el escrito había sido reproducido en 65.000 páginas web. Facebook sirvió para que el manifiesto corriera de boca en boca y se aglutinaran miles de apoyos populares.

La Ministra de Cultura tuvo que reunirse urgentemente con los promotores del manifiesto para intentar que aquello no se le fuera de las manos. Durante la reunión los presentes narraron lo que sucedía gracias a sus móviles y netbooks. En Flickr y en Picasa se podían ver y comentar las fotos de la reunión que los propios asistentes enviaban. Al ver que no se lograba un acuerdo se empezaron a convocar concentraciones en las capitales de toda España a través de Twitter. Los supuestos cabe-cillas de la rebelión ni tan siquiera habían salido de la reunión y ya estaban en marcha nuevas acciones de protesta. Horas después el propio Presidente del Gobierno tuvo que salir en los medios para dejar claro que en España solo un juez podía cerrar una página web. Todo ello se consiguió mediante trabajo colaborativo y sin que nadie tuviera que hacer más inversión que su propio tiempo libre.

Construyendo tu perfil con la ayuda de tu sobrino adolescente

Una imagen vale más que mil palabras

El indicio más inequívoco de que una persona ha entrado en la adolescencia es el número de horas que se pasa frente al espejo. El adolescente examina al detalle cada uno de sus rasgos faciales y construye auténticas maravillas arquitectónicas con su pelo, a base de laca y gomina. Ese culto a la imagen se traduce en las redes sociales en perfiles barrocos, con decoraciones de todo tipo, frases ingeniosas (o que al menos lo pretenden ser) y todo tipo de grandilocuentes mensajes. Se puede aprender mucho de la cultura *teen*, aunque no hace falta llegar a tales extremos.

Si tu sobrino adolescente viera tu perfil en Facebook seguramente lo primero que te diría es que hicieras el favor de subir una foto decente. No hay nada tan desalentador como hablar con un recuadro en blanco. Se trata de ser tú mismo, así que una foto de tu perro o de tu gato no van a ayudar mucho aunque pienses lo contrario. A la mayoría de la humanidad nos resultan aburridísimas las personas monotemáticas, así que piénsatelo bien antes de subir docenas de fotos de tus hijos, de tu coche o de Cristiano Ronaldo.

“Conócete a ti mismo”

Hay un dicho en el mundo de las redes sociales: “el mejor perfil es el perfil completo”. Dedícale unos minutos a responder a preguntas aparentemente absurdas como



Un buen nick

Elegir un buen nick y escribir una descripción personal es lo más complicado de las redes sociales. Muchas veces es útil tomar prestadas las mejores ideas de los perfiles de los demás. Aquí te dejo algunos ejemplos ingeniosos:

- Abrakhadaver: imás chachi que un boniato danzarín!
- Leprechaun: adolescente que no ve la tele, no bebe, no conoce la mitad de grupos musicales que tú... Y aun así es feliz.
- Buzonerre: superviviente con gusto.
- Loogic: el futuro ya no es lo que era.
- Writteninmymind: soy como un libro a medio leer.

cuál es tu libro favorito o en qué sitio te gustaría vivir. ¿Qué te interesa? Intenta sintetizar... Busca tan solo dos cosas, tres como máximo. Piensa que en el fondo este ejercicio no es para que te conozcan los demás, sino que ante todo te servirá para conocerte a ti mismo. La música que escuchas y las películas que más te han emocionado hablan de ti mucho más que si colgaras tu expediente académico completo desde el parvulario.

¿Crees que te conoces lo suficiente? Entonces, ¿por qué te quedas en blanco cuando tienes que describirte a ti mismo en un par de líneas? “Soy un chaval majo al que le gusta el fútbol y salir con los amigos”. Vaya... exactamente igual que la mitad de los españoles. “Soy una

chica sensible que se pasa el día escuchando música y a la que le gusta viajar”. Mira... justo como la otra mitad de la población. ¿Quién ha dicho que una buena descripción sea fácil? Probablemente sea lo más complicado de todo nuestro paso por las redes sociales. Condensar todo lo que tú eres en una frase es muy complicado, requiere tiempo y mucho conocimiento propio.

Con los *nicks* (los nombres) que se escogen pasa algo similar. Si no te apetece poner tu nombre o resulta que ya está cogido, intenta buscar alguna manera divertida para que se te conozca. Este terreno es muy resbaladizo, ya que en ocasiones los que buscan caminos más originales acaban eligiendo nombres tan empalagosos como *sirenitademar*, *pastelito* o *damadelablancaluna*. Otra opción tan popular como cansina es utilizar los nombres de los futbolistas o hacer alarde de alguna “virtud” de la que te enorgullezcas. Por tanto, puedes tachar de tu lista opciones como *Messi2009*, *pericohastalamuerte*, *machoibérico* o *dulce&sexy*.

La primera impresión es la que cuenta

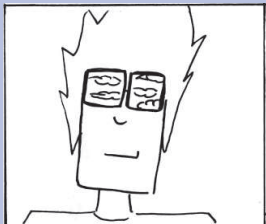
Una oportunidad laboral, conocer a alguien especial o contactar con nuevas personas con quienes compartas aficiones dependerá principalmente de tu perfil. Eso será lo que consultará cualquier persona que quiera contactar contigo antes de decidirse a escribirte un email. “La primera impresión es la que cuenta” y eso lo sabe hasta tu sobrino adolescente. Será por eso que él mira y remira su perfil y lo actualiza una y otra vez con la misma obsesión con la que tú a su edad te pasabas horas peinándote frente al espejo antes de salir con los amigos.

En nuestros días, cuando acudes a tu primera cita con alguien, el otro sabe muchísimo más de ti de lo que estamos dispuestos a aceptar. Seas quien seas, es posible encontrar información tuya en internet, y esos datos hacen que cualquier primera cita empiece siempre en la red. Si no lo has hecho ya, te recomiendo que pongas tu nombre en Google y descubras todo lo que los demás pueden saber fácilmente de ti antes de cruzar una sola palabra contigo. Date un paseo por las redes sociales en las que estás y trata de mirarte a ti mismo como si no te conocieras. Si fuera la primera vez que leyeras tu descripción, ¿qué pensarías? Quizá descubras que la imagen que estás dando de ti mismo no es la que deseas... Ahora que tienes nuevas pistas sobre cómo venderte a ti mismo, solo debes buscar el botón “editar” y hacer los retoques oportunos.

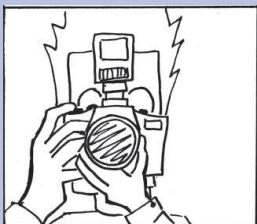
Redes del corazón

Cuando tu sobrino adolescente empezó a salir con su primera novia le faltó tiempo para cambiar su estado del Facebook a “en una relación”. Cuando todo estalló en pedazos a los diez minutos, su estado cambió a “soltero”, y cuando se dieron otra oportunidad puso “es complicado”. Si todo esto te parece una exhibición de la propia intimidad es que te olvidas de la historia de la humanidad. Desde las cavernas hemos ido dando señales inequívocas de cuál es nuestra situación sentimental. Un anillo en el dedo, un vestido atrevido o la manera de caminar por la calle están revelando una y otra vez a miles de ciudadanos anónimos si buscas a alguien o si ya lo has encontrado. En las redes sociales es mucho

Ejemplos de perfiles para él



Las gafas de sol que reflejan



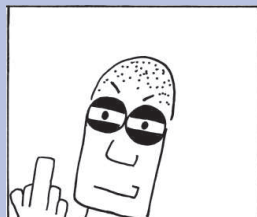
Me escondo detrás de una cámara



Soy un padrazo



Que todo el mundo sepa que soy el alma de la fiesta

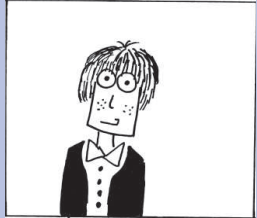


La típica foto de adolescente rebelde

Ejemplos de perfiles para ella



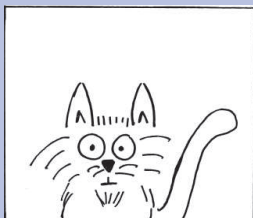
Me gustan los dibujitos



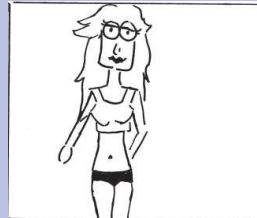
Mis hijos lo son todo para mí



Me va la marcha



¿No es precioso mi gatito?



Ligerita de ropa

más fácil, simplemente lo escribes y eliges quién quieres que lo sepa.

Si conociste a alguien interesante en la fiesta de anoche, alguien que te gustaría que te llamara para quedar otro día, más vale que te apresures a editar tu perfil y poner “soltero”. Si lo dejas en blanco corres el riesgo de que esa persona piense que ya hay alguien en tu vida y no se atreva a decirte nada. Las redes sociales nos pueden gustar más o menos, pero lo que es indiscutible es que hoy en día una relación no empieza o termina de manera oficial hasta que queda reflejada en el Facebook. Dana Hanna y Tracy Page lo demostraron el 22 de noviembre de 2009, al interrumpir su ceremonia de boda justo después del “sí quiero” para comunicarlo a través de Twitter y cambiar el estado civil en Facebook. Para ellos, ese paso era tan necesario que no podía retrasarse ni un minuto más.

Diez maneras de causar una mala impresión

1. Decir que eres experto en redes sociales si solo tienes cuatro amigos y ni tan siquiera te has molestado en completar tu perfil.
2. Poner que te gusta la fotografía y que tu foto de perfil esté hecha con el móvil.
3. Unirte al grupo “No veo nunca la televisión” y a la vez ser fan de Belén Esteban.

4. Asegurar que naciste en 1984 cuando por tus fotos es obvio que fue en 1974.
5. Demostrar que eres muy culto con una lista de dos docenas de libros favoritos y cometer faltas de ortografía al escribirlos.
6. Criticar a las personas frívolas que utilizan su cuerpo para llamar la atención y que tú salgas en ropa interior en tu foto de perfil.
7. Decir que "solo buscas amistad" en una red social de contactos adultos.
8. Pedir dinero prestado a un amigo y subir al día siguiente la foto de tu nueva motocicleta.
9. Poner que estás casado y tener centenares de fotos en las que sales colgado del cuello de mujeres con minifalda en algún bar o discoteca.
10. Escribir en tu perfil que eres una persona sensible y a la vez pertenecer al grupo "Disfruto insultando a desconocidos por la calle".

Nada volverá a ser lo de antes

Ojos que no ven, corazón que no siente

Para bien o para mal, tu entrada en las redes sociales marcará un antes y un después en tu vida. ¿Estás realmente seguro de que quieres dar este paso? Conseguir

que la tele y la radio ya no te sorprendan te ha costado muchos años de entrenamiento. Cada noche te duermes fácilmente porque no hay nada que te llame mínimamente la atención. La creencia de que las redes sociales son adictivas es cierta. ¿Por qué deberías arriesgarte a perder valiosas horas de sueño cada día por tener nuevas formas de diversión y entretenimiento?

Recuerda también lo feliz que se vive en la ignorancia. Una vez que estés dentro descubrirás que los demás siempre tienen trabajos mejor pagados que tú, parejas más atractivas, hijos más listos y casas más grandes. El que se copiaba tus deberes a la hora del patio ahora es empresario y conduce un descapotable. El dulce recuerdo del primer amor se verá reemplazado por la imagen de una treintañera entrada en carnes, vestida con un chándal y que se pasa el día colgando fotos de Hugo Silva sin camiseta. Preserva los bellos recuerdos de tu infancia y la imagen que tienes de tus antiguos compa-



ñeros: en el 99% de los casos lo que hay en tu memoria es mucho más bello que lo que hay en la realidad.

Problemas en el trabajo

Hablemos del trabajo: se acabó irte de fiesta con los compañeros y hacer el loco con ellos. En todo caso, si lo haces, evita hacerte (y que te hagan) fotos. El nivel de escándalo y de indecencia de la imagen es directamente proporcional a la probabilidad de que la foto acabe colgada en internet. Y si eres jefe y tienes que tomar decisiones más vale que vayas con cuidado, porque todo lo que pase en Facebook podrá ser utilizado en tu contra. Los que no estén entre tus contactos verán por todos lados actos de favoritismo hacia los que sí lo están. Pero lo que es peor: tus amigos en las redes sociales se preguntarán si la culpa de que ellos no hayan sido elegidos para el ascenso está en un comentario que escribieron o una foto que subieron. Esta incertidumbre hará que opten por dejar de ser amigos tuyos en Facebook y experimentarás la “soledad del poder” en versión 2.0.

Reencuentros boicoteados

Uno de los momentos más damnificados del año serán los reencuentros con antiguos compañeros. A los diez minutos se acabará la conversación porque estáis perfectamente al día de lo que hace cada uno de vosotros, aunque haga veinticinco años que acabasteis el colegio:

- Vi las fotos de tu bebé, está precioso.
- Sí, yo también vi que habías cambiado al tuyo de colegio.

- Bueno, cosas del cambio de piso. Por cierto, tú también te has mudado, ¿no?
- No me hables del tema. Nos hemos quedado sin dinero y no podemos ir al Caribe, con lo bonito que se veía en las fotos que hiciste en tu viaje del año pasado.

La conversación se convierte en explicar al otro todo lo que has visto en Facebook, qué ha hecho, y viceversa. No hay escapatoria. Si haces ver que no sabes dónde estuvo de vacaciones y le preguntas, lo que obtendrás por respuesta es un “¿Cómo? ¿No viste las fotos que colgué? ¿Si hasta me hiciste un comentario en una de ellas!”. No lo intentes, simplemente asume que por culpa de Facebook se ha perdido para siempre la magia de estos momentos.

La muerte del cotilleo

Pero sin duda lo que más echarás de menos es tener chismes y novedades para explicar cuando sales con los amigos. “¿Sabes que Pepe ha roto con Raquel? Sí, lo vi en Tuenti. ¿A que no sabes a quién han echado del trabajo? Sí, a Pedro, lo vi en Twitter. ¿No te imaginas con quién fue Carlos al cine el otro día? Déjame adivinar... ¿no será con Lucía? ¿Cómo lo sabes? Bueno, vi que se escribieron uno al otro en el muro diciéndose que lo habían pasado muy bien”.

Antes esperábamos la cerveza con los amigos para ponernos al día de todo lo que se cocía a nuestro alrededor. Ahora todo ese placer de cotillear en los asuntos de los demás nos llega en pequeñas dosis, en cualquier momento del día y a los pocos minutos de producirse.

Aquellos amigos tuyos que tenían fama de enterarse de todo antes que los demás están totalmente frustrados porque siempre llega Facebook y les chafa la exclusiva. Los tiempos están cambiando.

Efectos secundarios

Malas interpretaciones

Cuando el médico nos receta alguna pastilla, la mayoría de las veces es mejor no leer los efectos secundarios porque quizá lleguemos a la conclusión de que nos sale más a cuenta el mal que ya tenemos que todos los que nos pueden llegar a venir por tomar la medicación. Sin



embargo, lo que suele pasar es que nos tomamos lo que nos han mandado, mejoramos rápidamente y nos sentimos afortunados de que el ser humano descubriera la farmacia. Las redes sociales tienen también sus efectos secundarios, y la ética profesional me obliga a ponerte sobre aviso de ellos, igual que se hace en los prospectos de los medicamentos.

De todos los posibles daños colaterales, el que tiene un efecto más devastador quizá sea la mala interpretación de los mensajes. Cuando hablamos vemos la reacción que causan en los demás nuestras palabras y podemos matizarlas o suavizarlas si son malinterpretadas. Además, “las palabras se las lleva el viento”, y después de un rato es fácil que ya nadie se acuerde de lo que dijiste. No sucede así con lo que escribes, ya sea en Tuenti o Facebook. “Lo escrito, escrito está” y no hay posibilidad de deshacer el error. No hay contexto que matice tus palabras ni hay gestos que las suavicen... Son las palabras al desnudo. Si algo puede ser mal interpretado, ten por seguro que será malinterpretado. Si una palabra puede ser ofensiva, no dudes de que habrá sido ofensiva.

Quizá te haya pintado un panorama un poco negro... Sin embargo, la buena noticia es que con una única regla de oro solventarás el 99% de los posibles problemas. La clave está en no criticar a nadie y mucho menos por sus creencias o sus convicciones políticas, religiosas o culturales. Parece fácil de decir, pero cuando te hierve la sangre por la indignación, es difícil contenerse. Además, vivimos en un país donde la crítica es el deporte nacio-

nal. Por eso, si no puedes vivir sin poner a parir al vecino, al menos tómate la molestia de hacerlo *offline*, es decir, sin utilizar una red social.

El típico error de principiante consiste en pensar que por decirlo en una red social tiene menos importancia o menos valor. Pero la experiencia demuestra que ante una ofensa la gente reacciona igual tanto si está en la portada de La Vanguardia como si se ha escrito en una servilleta de papel. El común de los mortales todavía no tiene asimilada la asignatura de “aprender a encajar las críticas”, así que no le pidas que distinga entre una pequeña crítica en Facebook y una campaña de difamación mediática, porque no lo va a entender.

En los próximos años todos vamos a tener que aprender a tomarnos un poco menos en serio a nosotros mismos y



encajar los golpes con humor. De hecho, los adolescentes de hoy nos dan muchas lecciones en la manera como tratan los problemas de reputación en la web, ya que han aprendido a dosificar sus “indignaciones” de manera casi instintiva. Saben que el mejor modo de que algo pase desapercibido es precisamente no darle importancia. Muchas veces ellos tienen más asimilado que los mayores el famoso dicho: “No ofende el que quiere, sino el que puede”.

Si hay algo que dicen de ti y que no te gusta no empieces una batalla en la red. Los intercambios de mensajes destructivos no solo no te conducirán a una solución, sino que harán tu problema mucho más grande. Piensa que la mayoría de las veces lo que quiere el que te critica es ante todo que “entres al trapo”. Si te sabes frenar y pasar por alto estas situaciones estarás dejando en evidencia al provocador y demostrarás tu elegancia. Por



Kimberley Swann es una chica de 16 años de Clacton (Reino Unido) que fue despedida de su empleo de administrativa en Ivel por decir en Facebook que se aburría en el trabajo. Las noticias de este tipo tanto en este país como en Estados Unidos son una constante. No hace falta ser profeta para saber que en España nos hartaremos de escucharlas en los próximos años. Mi duda está en saber cómo se acabará solucionando esto: si los trabajadores dejarán de decir lo que piensan en las redes o si las compañías serán menos susceptibles con las opiniones de sus empleados. En todo caso, uno de los dos tendrá que ceder.

supuesto, si se trata de una calumnia grave o de algo que claramente te está perjudicando recuerda que siempre puedes acudir a los administradores de la red social para que bloqueen ese contenido.

Estrés social

Las redes sociales muchas veces ofrecen un gratificante complemento a la propia estima. Empiezas comentando aspectos de tu vida diaria con toda naturalidad y descubres que a un montón de personas les parece muy divertido lo que cuentas. Poco a poco se van sumando personas a tu red esperando que les sorprendas con algo fresco y novedoso. Cuando tienes la impresión de que tu vida en la red comienza a ser más interesante que tu vida real, ten por seguro que el fin de tus días de gloria se acerca.

Un buen día te empiezas a preguntar por qué tienes menos comentarios en tus ocurrencias. Otro día descubres que tienes veinte seguidores menos que la última semana y un sudor frío empieza a recorrer tu espalda. Empiezas a arriesgar más con las bromas, y como consecuencia de jugar al límite pierdes otro puñado de fans. Entonces maldices amargamente el día en el que decidiste basar tu autoestima en tu éxito en las redes sociales. Si te despiertas por la noche preocupado por lo que pondrás en tu muro o en tu blog al día siguiente, o si compruebas tus estadísticas varias veces al día para ver cuánta gente te está leyendo, el diagnóstico es infundible: estrés social.

El remedio es volver a los clásicos. Recupera la antigua agenda de teléfonos, llama a los amigos de toda la vida

y vete a tomar unas cervezas. A continuación, proponte unos días de desconexión. Los primeros días serán insufribles, pero cuando lleves una semana fuera de juego y descubras que hasta te sientes mejor contigo mismo, agradecerás el esfuerzo. Finalmente regresa a la red con la lección aprendida y date el placer de descubrir que la gente no solo no se ha marchado sino que estaba empezando a preguntar por ti. Recuerda que las redes en internet son un complemento muy divertido, pero no la sustitución de tu vida social. Esto es lo que nos enseñó la serie “Expediente X”: “la verdad está ahí fuera”.

Todos necesitamos que nos alegren el día

Una de las grandes tentaciones de todo usuario de una red social es aprovecharla para descargar en ella las propias frustraciones. Poder dejar verde a nuestra compañía de teléfonos ante centenares de conocidos calma nuestra sed de venganza, aunque no sirve para que nos



Diez síntomas del estrés social

- 1.** Entrás varias veces cada hora en las redes sociales para ver si tienes alguna notificación.
- 2.** Decides cambiar de aparato de móvil para poder acceder desde cualquier sitio.
- 3.** Creas nuevos usuarios falsos para incrementar tu número de amigos.
- 4.** Cuando te encuentras por la calle con tus amigos les preguntas "¿Por qué no te has unido todavía al grupo de Facebook que creé ayer?".
- 5.** Constantemente pides nuevos seguidores para llegar a los 100, luego para llegar a los 200, y así sucesivamente.
- 6.** Te sientes inferior cuando conoces a gente que tiene más amigos en la red social que tú.
- 7.** Te preguntas varias veces a lo largo de la semana por qué una persona no habrá aceptado tu solicitud de amistad.
- 8.** Duermes un par de horas menos cada noche buscando cosas divertidas para tu muro o redactando tu próximo post.
- 9.** Mides el éxito de tus ideas en función del número de veces que la gente haya hecho clic en el botón "Me gusta".
- 10.** Piensas seriamente que puedes tener alguna posibilidad con una chica simplemente porque te haya puesto un comentario en uno de tus vídeos.

ofrezcan un mejor servicio ni nos rebajen unos euros la factura al final del mes. Esta actitud tiene además una acogida positiva en la audiencia. Todos nos sentimos defraudados por mil motivos, y ver que uno de nosotros se rebela y alza la voz nos ofrece cierto consuelo, basado en el principio universal conocido como “mal de muchos, consuelo de tontos”.

Sin embargo, esta actitud no es rentable a largo plazo. Basta con mirar a nuestro alrededor para darnos cuenta de que las personas que se pasan el día quejándose de todo acaban solas en la barra de un bar o ante las cámaras de televisión en algún programa de telebasura. Quejarse es como la comida, el descanso, el sexo y el resto de pequeños placeres de la vida: si pretendes pasarte todo el día disfrutándolos acabas teniendo problemas.

Dosifica tus lamentos e invierte el esfuerzo en pensar en positivo. Ver el lado bueno de las cosas es una habilidad mucho menos común que ser capaz de despotricar de todo. Piensa que al fin y al cabo todos necesitamos que nos alegren el día. Esto no significa que te pases el día enviando powerpoints estúpidos, absurdos y ñoños con fotos de perritos y gatitos, ni que desafíes constantemente la paciencia de tus amigos con tus disertaciones sobre la belleza de las flores o lo poético que ha resultado tu viaje en metro. Es mucho más simple que todo eso, aunque lograrlo requiere mucho entrenamiento. Detecta todo lo que al cabo del día logre arrancarte una sonrisa y busca alguna manera de compartirlo por internet. El lema de la web 2.0 es precisamente esto: se trata de compartir (*it's about sharing*).

Explicar desgracias nos sale solo, y lo llevamos practicando desde la más tierna infancia. Quizá va siendo hora de transmitir algo de esperanza, para variar. Míralo desde este punto de vista: te cuesta el mismo dinero y el mismo esfuerzo pasarte el día lamentándote que reírte hasta de tu sombra. La diferencia está en que si optas por tomarte las cosas con buen humor quizá te ahorres unas cuantas sesiones de psicoterapia. Los que te leen en internet también te lo agradecerán; al fin y al cabo, todos necesitamos alguien que nos alegre el día.

Las cinco quejas que dan más rabia

1. “Me estoy durmiendo en la clase de mates”. La mitad de tus contactos están en clase contigo, así que ahora su aburrimiento es doble: escuchar a la profesora y aguantarte a ti.
2. “Cojo un taxi para no llegar tarde y el tío va y pilla un atasco”. Primero, haberte levantado antes, y segundo,



¿has pensado que el común de los mortales no tiene dinero para tales lujos?

3. “Es increíble la capacidad de mis padres de ponerme de mala leche, no sé cómo lo hacen”. Ve aprendiendo que ha sido así desde el inicio de los tiempos y que al menos podrías agradecerles el iPhone desde el que estás escribiendo eso.

4. “Salir de clase a las tres es una p*t*d*. Estoy muerto de hambre”. Para la mayoría de los seres humanos salir cada día a las tres del trabajo sería lo más similar al paraíso, aunque fuera con el estómago vacío.

5. “Me quiero morir... han cerrado la mitad de las pistas en la estación de esquí”. Vale, si te quieres morir por tener el privilegio de estar esquiando entre semana es que quizá no merecías haber nacido...

Chantajes

Una de las primeras cosas que aprendes al inicio de tu vida social (osea, en el parvulario) es el arte del chantaje. Es la manera más directa y contundente para lograr algo. Con el tiempo descubres que la persona a quien has chantajeado te guarda un rencor eterno y que se pasará la vida esperando la más mínima ocasión para devolverte la mala jugada. Pero eso es pensar a largo plazo, y si algo nos ha quedado claro es que a los seres humanos nos van las recompensas inmediatas.

En muchas ocasiones la gente nos puede chantajear gracias a nuestros propios errores de cálculo. Recuerda qué pasaba en la escuela cuando llevabas a clase un

juguete. Aunque corrías el riesgo de que la profesora te lo quitara, el anhelo de ver la cara de envidia de tus compañeros al verte con el juguete durante la clase de mates era más poderoso. El chantaje quedaba servido en bandeja para tus amigos más extorsionadores: “o me lo dejas o se lo digo a la profe”.

Aunque crezcamos por fuera, por dentro seguimos igual de patéticos. Si hacemos algo que se sale de lo común corremos a contarlo para que todo el mundo se asombre de nuestra maestría. Da igual que se trate de una oferta laboral, de una conducción temeraria o de lanzar a tu perro en paracaídas, lo importante es disfrutar de los dos minutos de gloria que se consiguen al hacer alarde de ello. No nos podemos extrañar si luego nos llueven los problemas porque tus contactos lo han ido esparciendo por ahí. Lo peor de todo es que nos justificamos con un “qué mala es la envidia” cuando lo más sencillo hubiera sido simplemente haber callado. Desengañémonos: la mayoría de las veces nos creemos que todo el mundo está en contra nuestro, cuando en realidad hemos sido nosotros quienes hemos tirado piedras contra nuestro propio tejado.

Capítulo aparte merecen las proezas X. “Mira qué tía me ha pedido el teléfono”, “mira qué guapa estoy en bikini”... Los mensajes de los chicos suben de tono y las fotos de las chicas empiezan a perder ropa con la misma velocidad con la que crece la desesperación sexual de unos y otros. A la mañana siguiente, nos levantamos con una nebulosa en la cabeza que nos impide recordar qué pasó exactamente. Sin embargo, habremos dejado un

montón de mensajes y fotos incriminatorias repartidas por la red que se encargarán de recordarnos nuestros excesos... Normalmente el gran problema llega cuando rompemos con nuestra pareja. Es entonces cuando reaparecen montones de fotografías y vídeos en blogs que se dedican básicamente a humillar a todos/as los/as ex novios/as, ex maridos o ex esposas del planeta.

Síndrome de Diógenes digital

La imagen de un anciano recorriendo los contenedores de la ciudad y guardando en un carro de la compra infinidad de objetos totalmente inútiles no nos es ajena. Si además tienes la mala suerte de compartir edificio con alguna persona que acumula en su casa toneladas de desperdicios “por si las moscas” entonces seguro que la vivencia ha quedado marcada en tu memoria. Esta enfermedad se conoce desde hace mucho tiempo y se le ha dado el nombre de síndrome de Diógenes. Actualmente se calcula que puede afectar a un 3% de los españoles.

Lo que no es tan conocido es una variante de este síndrome que afecta a nuestra vida en la red. Los aquejados con el síndrome de Diógenes digital se caracterizan porque guardan miles y miles de vídeos, imágenes y webs “por si las necesitan algún día”. Ninguna de estas personas recoge este material porque quieran escribir un libro o dar una conferencia. Sin embargo, llenan discos duros con millones de anotaciones, citas y fragmentos multimedia como si les fuera la vida en ello. Todas las películas y series que se descargan de internet son convenientemente registradas en un DVD, al que se le

coloca su correspondiente etiqueta. Sobra decir que el 99% de esos archivos no serán utilizados ni consultados nunca más pero... ¡por si las moscas!

Si sufres el síndrome de Diógenes digital, las redes sociales lo único que harán será agravar tu estado. Tus amigos compartirán contigo vídeos graciosos, fotos y chistes que deberán ser convenientemente procesados y almacenados. Algunas de las cosas que te llegan ni tan siquiera te hacen gracia, pero piensas que quizá sí que sean graciosas en el futuro y no te arriesgas a dejarlas pasar. Cada semana te suscribes a nuevos blogs y los posts pendientes de leer se acumulan en tu lector. Sin embargo, no eres capaz de cancelar ninguna de tus suscripciones.

En las fases más avanzadas empiezas a tener conductas extremas, como tener perfiles en miles de redes sociales para asegurarte de que no se te escapa nada. Si los blogs a los que estás suscrito superan los dos dígitos y los mails pendientes de leer se cuentan por millares ten por seguro que debes empezar una terapia de choque antes de que sea demasiado tarde. Es el momento de coger todos los DVD y discos duros de la casa y llevarlos al punto de reciclaje más cercano. Después, vuelve a tu ordenador, elimina tu quilométrica lista de favoritos y marca como leídos todos los emails y los posts pendientes. Es el momento de evolucionar hacia un consumo de internet de usar y tirar. Si ya has visto una película, bórrala, porque si algún día la quieres volver a ver seguramente la podrás volver a encontrar con facilidad. Deja que Google y Yahoo! hagan el trabajo de buscar y clasificar por ti. Tú simplemente relájate y disfruta.

Diez síntomas del síndrome de Diógenes digital

- 1.** Tu lista de favoritos es tan grande que cuando la intentas abrir el navegador se queda varios segundos colgado.
- 2.** Esta mañana has ido a comprar una bobina de DVDs.
- 3.** Ahora mismo estás descargando más de una docena de películas simultáneamente.
- 4.** Tienes más de cien mensajes de correo electrónico por leer que no te atreves a borrar.
- 5.** Estás suscrito a más de cien blogs.
- 6.** Los enlaces que has compartido en Facebook se cuentan por centenares.
- 7.** Tienes un blog (o varios) de los cuales vas haciendo copias de seguridad por si se pierde todo tu trabajo.
- 8.** Llevas más de diez mil votos en Menéame.
- 9.** Has aprendido a descargar vídeos del YouTube para guardarlos en tu ordenador por si algún día los quitan.
- 10.** Guardas PDFs con recortes de prensa pensando que algún día necesitarás todo aquello.

4. ¿Cómo

ganan dinero con esto?

¿Es verdad que venden nuestros datos?

La clave está en las bases de datos

Montar una red social no es algo barato. Hay que tener unos ordenadores donde alojar los datos que estén conectados a la red (servidores) y hay que pagar a los programadores y a los administradores del sistema. Además hay que establecer políticas de márketing y promoción, y cuando se empieza a tener un poco de éxito se hace necesario contratar un equipo de abogados que ayuden a solucionar los múltiples problemas que surgen continuamente. Sin embargo, los inversores creen que merece la pena dedicar millones de euros a este tipo de iniciativas, y si lo hacen es porque algún beneficio esperan obtener.

El corazón del negocio de las redes sociales está en las bases de datos. ¿Qué es una base de datos? Simplemente un conjunto de datos almacenados para su posterior uso. Imagínate que te vas a todos los supermercados de tu barrio y vas apuntando los precios de cada ingrediente para la paella en un cuaderno. Cuando llegas a casa puedes sentarte y seleccionar en qué sitio debes com-

prar cada cosa si quieres minimizar el precio de la paella. En este ejemplo la libreta con los precios sería la base de datos. Ese pequeño trabajo de recolección que has realizado es un bien muy valioso para los profesionales de la paella. Los restaurantes de tu barrio quizá estarían interesados en tu libreta, ya que les permitiría hacer sus paellas invirtiendo menos dinero. Si el ahorro fuera muy grande quizá algún restaurante estaría dispuesto a comprarte la libreta. De esta manera, habrías hecho negocio vendiendo una base de datos.

Entonces, ¿venden todos nuestros datos para ganar dinero?

Las redes sociales no pueden hacer negocio vendiendo directamente todos nuestros datos personales, porque eso violaría la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). Lo que sí es cierto es que su ventaja competitiva, lo que las hace empresas valiosas, es la enorme cantidad de información que disponen sobre nosotros. Por supuesto que no van a poder vender a una empresa

CURIOSIDAD



Si buscas "comprar base de datos" en Google obtienes más de siete millones de resultados. Las ofertas corresponden frecuentemente a empresas latinoamericanas y portuguesas. En algunos anuncios se ofrecen bases de datos con millones de direcciones de correo electrónico por 20 o 30 euros. Si alguna vez te has preguntado de dónde procede el correo basura, ahí tienes una pequeña pista.

nuestro correo electrónico o nuestra dirección postal, pero sí que pueden venderles el conocimiento que tienen de nuestros patrones de conducta y de nuestros hábitos como consumidores. Las redes sociales también son importantes plataformas donde encontrar a personas dispuestas a participar en encuestas o a dar su opinión sobre productos, por eso algunas de ellas también basan su negocio en los llamados “paneles de consumidores”.

En España, la LOPD impide que tus datos sean transferidos de una empresa a otra sin tu consentimiento. De hecho, cuando una empresa de la que eres cliente es comprada por otra, tus datos son transferidos y siempre te llega a casa una notificación avisándote de ello. Ahora bien, hay información, especialmente la que generan los usuarios con su actividad, que sí que puede comercializarse, siempre y cuando se respete el anonimato. Cuando navegas por internet, y por tanto también cuando lo haces por una red social, emites información sobre la web desde la que provienes, el tiempo que permaneces y



en dónde haces clic para continuar, además de otros datos como el tipo de pantalla o el navegador que utilizas. Además, en las redes sociales también das información sobre tu sexo, edad y lugar de residencia, qué te gusta, en qué anuncios haces clic... Con todos estos datos se obtienen patrones de conducta muy valiosos para mejorar las estrategias comerciales.

En Facebook, cualquier empresa puede recabar información sobre los consumidores creando una página de un producto. El usuario que se identifica con la marca se hace “fan”, y cuando la cifra de fans es suficiente como para garantizar el anonimato, la empresa obtiene permiso para conocer los porcentajes de hombres y mujeres, las distribuciones de edad, la ubicación geográfica...

Otras maneras de vender nuestros datos

En el márketing hay muchas palabras mágicas que se repiten una y otra vez, demasiadas ocasiones sin un conocimiento suficiente de lo que implican. Una de esas palabras estrella es “segmentación”. Segmentar un mercado es dividir a los posibles consumidores en gru-

CURIOSIDAD



Se calcula que en 2009 se han gastado unos 2.350 millones de dólares en publicidad en redes sociales en todo el mundo. Esto supone un incremento del 17% respecto al año anterior (“Social Networking Worldwide: Ad Spending and Usage” eMarketer)

pos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Imagínate un anunciante de dentaduras postizas llamado DIENTESCHULOS ubicado en Barcelona. Seguramente estará interesado en las personas de la tercera edad, y querrá poner la publicidad en los sitios donde sepa que va a encontrar a ese tipo de clientes. Por tanto, seguramente decida comprar anuncios en la revista “Ser abuelo hoy en día” o quizá opte por repartir folletos en la puerta de los mercados municipales un martes al mediodía.

Las redes sociales ofrecen grandes posibilidades a las empresas que desean exponer su anuncio ante un tipo concreto de personas. Algunas como Facebook están diseñadas de tal manera que se puede elegir a qué tipo de usuarios se les ha de mostrar un anuncio. Si DIENTESCHULOS quisiera usar Facebook como plataforma de promoción, pediría que se mostrase su anuncio solamente a los mayores de sesenta años residentes en Barcelona y cercanías. Ese es el motivo por el que a mi tía Felisa le saldría el anuncio de DIENTESCHULOS, mientras que a mi novia le saldría el de la nueva compresa con alas y a mí alguno de preservativos; a pesar de que los tres estuviéramos accediendo a la misma red social.

Rizando el rizo: publicidad que te encuentra a ti

Hemos visto que las bases de datos de las redes sociales pueden generar riqueza de dos maneras: mediante el análisis de los datos que contienen o bien permitiendo una gran segmentación en la publicidad. No obstante, algunas redes sociales están demostrando que todavía

se puede ir más lejos, especialmente si se combinan con la telefonía móvil.

En redes sociales como Twitter los usuarios pueden decidir si su contenido es abierto o protegido. En caso de que escriban “en abierto”, es perfectamente lícito consultar lo que están diciendo. Esto puede ser aprovechado para realizar campañas “individualizadas”. Pongamos el ejemplo de una persona que ha decidido que su contenido pueda ser leído por todo el mundo y que escribe “estoy pensando en comprarme un ordenador”. Si una empresa de venta de ordenadores está buscando a todos los que escriben “comprar” y “ordenador”, entonces encontrará a esa persona. De esta manera, se posibilita que ambos contacten y que el comprador se beneficie de una promoción especial y que el vendedor logre un nuevo cliente.



Si esto te recuerda a Gran Hermano espera a ver el siguiente ejemplo. Las redes sociales ofrecen la posibilidad de poder ser utilizadas desde dispositivos móviles. Los móviles pueden especificar desde qué punto geográfico se está estableciendo la llamada. De hecho, hay personas que dan permiso para que se muestre en su perfil en qué lugar se encuentran. Esto ofrece centenares de posibilidades a los publicitarios, ya que se abre la puerta a que puedas recibir en tu móvil ofertas y promociones según las calles de la ciudad por las que vayas transitando, y según la hora a la que lo hagas. De esta manera, dentro de unos años, si paseas por la calle Aribau de Barcelona a las doce de la noche, o por Huertas en Madrid, las invitaciones de las discotecas y bares musicales no te las darán los promotores, sino que quizá te llegarán directamente al móvil.

La nueva mitología 2.0

Necesitamos héroes

Un repaso por la historia de la Humanidad nos muestra claramente que si de algo tenemos necesidad los seres humanos es de elaborar una mitología. Ya sea para explicar el origen del cosmos, el porqué de nuestras

CURIOSIDAD



En el Reino Unido, por primera vez el gasto en publicidad online (23.5%) ha superado al gasto en publicidad televisiva (21.9%) (IAB Internet Advertising Revenue Report conducted by PricewaterhouseCoopers).

pasiones o simplemente cómo se creó nuestra nación, siempre hemos recurrido a las narraciones sobrenaturales, con la intención de darle así mayor trascendencia al suceso. Cada patria tiene sus propios héroes. Los griegos escribían sobre un tal Ulises y sus viajes, y los romanos hablaban de los hermanos Rómulo y Remo que fueron criados por una loba. En España recordamos al Cid Campeador, bravo guerrero que causaba tal pavor a sus enemigos que hasta después de muerto vencía las batallas. Estamos tan necesitados de héroes y referentes que utilizamos nuestra imaginación y nuestro fanatismo para transformar cualquier humano mínimamente exitoso en una leyenda, hasta hacerlo protagonista de hechos que tan solo ocurren en nuestro imaginario colectivo.

Internet y las redes sociales no solo no están exentas de estas idolatrías, sino que se podría decir que son una fábrica de mitos vivientes: el primero que escribió un blog en España, el primero que colgó un vídeo en YouTube, el que tiene el vídeo más comentado de la historia, el blog con más suscriptores, el que tiene más amigos en Facebook, el que tiene más seguidores en Twitter... y así hasta el infinito. Como se puede cuantificar todo lo que pasa en la red, se pueden encontrar los líderes para cualquier clasificación imaginable, y conseguimos así multiplicar el número de pequeños héroes y semidioses. Los fieles seguidores de la religión 2.0 no dudan en venerarse unos a otros, rindiendo pleitesía a quienes han logrado grandes gestas en el mundo de la red.

En todas las mitologías habidas y por haber, existe un común denominador, que es el ansia de los simples mor-

Clases sociales en Twitter

No te sigue nadie:
"Don nadie"



Te siguen tus amigos:
"Mindundi"



Un par de centenaes:
"Tío cool"



Un par de miles de
seguidores: "Minigurú"



Superando la barrera
de los 5.000:
"Líder de la manada"



Más de cuatro cifras:
"Animales televisivos"



tales por alcanzar el lugar y el honor reservado para los dioses. Los humanos estamos dispuestos a aceptar cualquier sacrificio a cambio de ser tenidos en consideración y gozar de un lugar entre los escogidos. Los griegos se dejaban la piel en los gimnasios para ganar las Olimpiadas, los romanos se mataban entre ellos para llegar a ser el emperador y adquirir rango de deidad, incluso en nuestros días algunos musulmanes están dispuestos a inmolarse para ser mártires del Islam y ser honrados por los siglos.

En la religión 2.0, entrar en el Olimpo de los Dioses está mucho más al alcance de todos los mortales. Hay diversas maneras: crear tu propia empresa y soñar con que algún día serás como Google, abrir un blog y consagrar la vida a acumular unos cuantos miles de suscriptores, o bien convertirte en una estrella de una red social tratando de destacar por ser el más “algo”: más amigos, más comentarios, más vídeos subidos, más visitas... Una vez que lo consigas podrás escribir tu gesta en todos tus perfiles personales: “Fulanito, CEO de tengounblog.

CURIOSIDAD



La película “The Social Network” está inspirada en el origen de la popular red social Facebook. Jesse Eisenberg, que participó en “El club de los Emperadores” hará el papel de Mark Zuckerberg, mientras que el ídolo pop Justin Timberlake hará el papel de Sean Parker, el que fuera primer Presidente de Facebook. Su estreno está previsto para el 15 de octubre de 2010.

com y usuario con más seguidores de la red tu-en-mi". Sin duda, el perfil de un auténtico héroe del 2.0.

De friki del campus a personaje de Hollywood

Mark Zuckerberg es un nombre que quizá no te diga mucho y te parezca difícil de recordar. Sin embargo, las profecías dicen que con Mark nos acabará pasando igual que con Arnold Schwarzenegger, nadie sabe cómo se escribe su nombre pero sin embargo todos le conocen. La historia empieza en una habitación de estudiantes de la fraternidad Alpha Epsilon Pi de una universidad. Exactamente igual que en tantas otras películas americanas de hamburguesa y granos en la cara. Era el año 2003 y Mark tenía a Dustin y Chris como compañeros de cuarto. En las horas libres que les dejaba la carrera de ciencias de la computación en Harvard, los tres se dedicaban al distendido hobby de programar una red social.

De los tres pequeños frikis de campus, uno de ellos se convertiría en unos años en el 158º americano más rico, siendo actualmente el personaje más joven que recoge la famosa lista Forbes. El "hobby" de después de las clases le ha valido para acumular una fortuna de unos dos mil millones de dólares. ¿Qué pasó con sus compañeros de habitación? Uno de ellos, Dustin, sigue con Mark, aunque ahora es conocido como el Vicepresidente Moskovitz. Chris, aunque ahora no siga en la compañía, durante un tiempo fue el Portavoz Hughes. Los tres dieron a luz una pequeña red social que con el tiempo se convertiría en una monstruosa multinacional llamada Facebook.

Si esta historia te parece de película, entonces no te extrañará que el director de cine David Fincher haya decidido llevarla a la gran pantalla. El nombre que han escogido es bastante original: “The Social Network”. En castellano se puede traducir simplemente por “La Red Social”, aunque acostumbrados a las adaptaciones que hacemos de los títulos seguro que acabará siendo “Tres colgados en el campus”, o algo similar. La película condensará todos los sucesos hasta hacerlos encajar en los 120 minutos que manda la tradición. Por supuesto, habrá chicas guapas, aunque, en realidad, los tres “fundadores” de Facebook inventaron la red social precisamente para conocerlas. También habrá sucesos dramáticos, aunque las vidas de estos chicos hayan transcurrido sin grandes sobresaltos. Ya se sabe, exigencias de Hollywood...

Existe una peculiar correlación entre las notas de corte de las universidades y las series y películas de moda. Los años en los que arrasaban las abogadas sexys como Allie McBeal, la nota de Derecho subió como la espuma, mientras que con Clooney y *Urgencias* fue la carrera de Medicina la que se hizo inaccesible para el común de los mortales. Si la

CURIOSIDAD



El brasileño Eduardo Saverin puede ser considerado uno de los fundadores de Facebook gracias a que ganó ese derecho en los tribunales. Algunos de quienes vivieron los primeros meses de Facebook, como Larry Cheng, afirman que tanto Eduardo como Mark Zuckerberg fueron los dos líderes más destacados de la iniciativa.

Así era Facebook cuando empezó, el 12 de febrero de 2004



nueva película sobre Facebook tiene éxito, ya sabemos lo que nos espera: miles de adolescentes apuntándose a Informática y Telecomunicaciones a la espera de convertirse en los nuevos Mark Zuckerberg. De esta manera es como poco a poco iremos rodeando de un áurea mística algo tan sencillo y cotidiano como Facebook, y escribiremos una página más de esta nueva mitología del siglo XXI, en la que los héroes no llevan espadas, sino *smartphones*.

La empresa 2.0

La nueva fiebre del oro

Hoy en día te puedes encontrar la “coletilla” 2.0 en los lugares más insospechados: cocina 2.0, humor 2.0,

solidaridad 2.0... Es sorprendente la velocidad con la que pierden toda su magia estos términos que un día fueron tan cool. El primer bajón te da cuando ves que tu madre se atreve a bautizar sus nuevas recetas con esta terminología. Cuando es el jefe el que te exige que tu trabajo sea 2.0, la situación empieza a parecer una pesadilla, y cuando es el político el que utiliza el término escuela 2.0 para referirse a una acción de gobierno, puedes estar seguro de que nos encontramos ante una tragedia nacional.

Igual que toda divinidad que se precie debe tener un templo por el que se la conozca y donde se le rinda culto, las divinidades 2.0 han de tener sus chiringuitos, llamados también startups. Una compañía startup es un negocio con poca trayectoria pero con un gran potencial de crecimiento. Al frente de estas iniciativas suele haber un personaje llamado “emprendedor”. Hay emprendedores que tienen dinero (todavía) y financian ellos mismos su startup, y hay otros que deben recurrir a inversores

CURIOSIDAD



En la empresa 2.0 es frecuente utilizar el acrónimo CEO (Chief Executive Officer) en vez del tradicional “Director Ejecutivo”. A medida que la empresa crece se incorpora un CFO (antes conocido como Director Financiero), un COO (Director de Gestión), un CTO (vulgarmente conocido como Director Tecnológico), un CMO, un CIO, un CCO... y así hasta conseguir que cada empleado tenga unas misteriosas iniciales que poner en su tarjeta de presentación.

privados, que en el argot del gremio 2.0 se acostumbran a denominar business angels (ángeles del negocio).

Algunas de las redes sociales más populares nacieron como startups. Es el caso de Facebook, Twitter, Tuenti o YouTube: tras empezar con una inversión relativamente pequeña y con pocos empleados, han crecido exponencialmente en pocos años. Esa rápida expansión se debe a que son empresas que están concebidas para que se desarrollen con relativa facilidad. Como dirían los puristas: son negocios con escalabilidad.

Ya hemos visto el gran valor que puede alcanzar cada una de estas redes en pocos meses, así que no es de extrañar que muchos de los que se mueven en el mundo 2.0 abandonen sus grises trabajos en las grandes

Hemos creado una startup realmente innovadora, pero todavía no hemos encontrado qué problemas va a resolver.



empresas para probar fortuna buscando ser los protagonistas de la próxima gran sensación de internet.

Igual que los americanos abandonaron la costa este para ir en busca de fortuna al salvaje oeste, dos siglos después media humanidad vuelve a tener la vista puesta en el *wild west*, pero esta vez en un valle en concreto: Silicon Valley. Allí se encuentran Google, Yahoo!, Facebook o Twitter. Sin duda, cualquier emprendedor español sueña con que su empresa tenga algún día un rincón en la meca del dospuntocerismo.

De la burbuja inmobiliaria a la burbuja 2.0

Ganar el máximo dinero posible con la mínima inversión y en el mínimo tiempo es el reto de todo inversor. Cuando en España los pisos subían el 20% anual, constantemen-

Verá, lo que nosotros buscamos es una startup innovadora que no necesite una gran inversión y que logre facturar más de seis dígitos dentro de dos años. Puede hacerlo, ¿verdad?



te aparecían nuevas empresas inmobiliarias que luchaban por repartirse el pastel y que no dudaban en endeudarse hasta las cejas, confortados por la dulce promesa de una recompensa segura a corto plazo. Uno se puede imaginar que la culpa es de los “emprendedores” por lanzarse a crear empresas a lo loco, pero a estas alturas todos sabemos que quienes deberían pagar el pato son aquellos que les prestaron todo ese dinero, aquellos que conocían realmente la situación y deberían haber sido más prudentes y menos codiciosos: los inversores.

Las startups y los nuevos negocios basados en internet son terreno abonado para la especulación. Se trata de pequeñas empresas que no requieren una gran cantidad de capital y que, si la cosa funciona, prometen crecer exponencialmente en poco tiempo. Si a esto le sumas las espectaculares cifras de Facebook, Twitter o YouTube, y además resulta que el tema está de moda, ya tienes todos los ingredientes para que haya centenares de inversores ávidos por no quedarse fuera de la partida.

Una vez más, el que no recuerda su pasado está condenado a repetirlo. Google y Yahoo! son hoy día dos empresas consolidadas, con miles de trabajadores, valoradas en miles de millones de euros y que cotizan en bolsa. Sin embargo, doce años atrás eran también prometedoras empresas de reciente creación y tenían a su alrededor una auténtica marabunta de otras pequeñas startups que podrían haber sido también casos de éxito. Internet estaba en plena expansión, pero se sobrevaloró la capacidad de que todas esas pequeñas empresas alcanzaran la rentabilidad. Los inversores fueron poniendo dinero en

esas promesas esperando dar el gran pelotazo, y cuando fueron a buscar los beneficios de su inversión se encontraron que no había nada que recoger. Esa es, de manera simplificada, la que se conoce como “la burbuja punto-com” que se produjo a principios del año 2000.

El destrozo que ha hecho la burbuja inmobiliaria y la mayor experiencia acumulada en el funcionamiento de los negocios tecnológicos hace difícil que los inversores vuelvan a cometer los mismos errores con las empresas basadas en la web 2.0. Pero que no se produzca una caída a gran escala no significa que no haya incautos que no se vayan a pillar los dedos con el dospuntocerismo. Al fin y al cabo somos humanos, nos tropezamos dos veces con la misma piedra y nos autoengañamos con relativa facilidad repitiéndonos mantras como “esta vez será diferente” o “eso les pasa a los demás, que se piensan que saben y no se enteran”.

Para que no todo el peso de la acusación recaiga del lado de los inversores, es justo señalar que también hay



Negocios en internet

Los grandes negocios en internet nunca se promocionan con correos electrónicos de dudoso origen ni con páginas web que prometen grandes ganancias trabajando desde casa. Si encuentras tipos con americana y corbata que prometen cambiarte la vida huye lo más rápido que puedas antes de que te vacíen los bolsillos.

muchos gurús de internet que venden humo con gran habilidad a quienes tienen el poder y el dinero, prometiéndoles unos éxitos y unos beneficios que tan solo pueden existir en sus febriles imaginaciones. Por tanto, ¿hay una burbuja 2.0? Está claro que algunos negocios basados en las comunidades virtuales están sobrevalorados y corren el peligro de desmoronarse; sin embargo, hemos de recordar que en el juego de la especulación, los inversores son libres de arriesgarse tanto como deseen.

Los héroes nacionales

Más cercanos y en nuestro idioma

Necesitamos mitos y, cuando las grandes figuras están muy lejos, tenemos que buscar algunas que sean más cercanas a todos nosotros. Michael Jackson o Bruce Springsteen son ídolos de masas que a duras penas saben dónde queda España. Sin embargo, siempre nos podremos enorgullecer de nuestro David Bisbal. Madonna es demasiado glamurosa para el español medio, así que nos fabricamos a Marta Sánchez a su imagen y semejanza y ya tenemos una réplica a la que prestar nuestra veneración. Así fue en los inicios de la cultura pop y así será hasta el fin de los tiempos.

Los gurús, aquellas personas que marcan tendencia y cuyas palabras son recogidas por millares de oídos sedientos de sabiduría, suelen tener cierta aureola de inaccesibilidad. Al Gore, ex-vicepresidente de EE.UU. con Clinton, se ha convertido en cabeza visible de la lucha contra el cambio climático y tiene a dos millones de per-

sonas atentas a sus palabras en Twitter. Nosotros tenemos otros problemas caseros que también nos preocupan, como la censura en internet que pretende la Ley Sinde, así que nuestros líderes locales como Enrique Dans se ponen al frente de varias decenas de miles de personas para guiarnos hacia la libertad duradera.

Nuestros “Mark Zuckerberg”

Ya hemos hablado del fundador de Facebook, ese cuyo nombre todavía no logramos recordar. Gracias a su atrevimiento y liderazgo, ha logrado constituir una comunidad virtual de 350 millones de personas que es mundialmente conocida. Nuestro humilde equivalente sería Koro Castellano. Después de convertir El Mundo y el resto de los portales de Unidad Editorial en líderes de la prensa digital española, ha aceptado el reto de liderar la joya de la corona de las redes sociales autóctonas: Tuenti. Gran conocedora y estrategia de internet y, además, mujer: un ejemplar único en su especie. Koro es la referencia española en redes sociales, aunque sus dominios representan un ínfimo porcentaje en cuanto a usuarios e ingresos en comparación con las gigantescas empresas americanas.

CURIOSIDAD



Dos de los twitteros españoles con más seguidores son el ilustre Andreu Buenaafuente (80.594 seguidores) y el peculiar Enjuto Mojamuto de Muchachada Nui (80.134 seguidores). Falta ver si se acercan a las cifras de las estrellas televisivas norteamericanas como Ellen DeGeneres, que roza los cuatro millones de seguidores.

Si bajamos un escalón en el Olimpo, podemos encontrar redes muy populares en España que tienen al frente a ilustres internautas con el correo electrónico menos saturado. Es el caso de la siempre polémica Menéame. Ricardo Galli, más conocido como “gallir”, es un controvertido geek de las Baleares que decidió poner a media España a votar las noticias de los periódicos. No es que Menéame sea una gran empresa, pero sí que está cambiando radicalmente la manera cómo nos informamos algunos hispanoamericanos. A diferencia de otros divos, Ricardo es un tipo accesible, de los que se toman la molestia de responder los mensajes que le llegan.

Los españoles más influyentes en Twitter (de momento)

Twitter es una buena manera de medir la popularidad de los gurús de las redes sociales. Para calibrar la influencia se puede usar directamente el número de seguidores o bien ponderar diversos factores, como el número de personas que redistribuyen (*retweets*) o el número de réplicas (*replies*) al contenido. El ránking colaborativo de Alianzo.com sigue esta última técnica y ofrece este peculiar *Hall of fame*:

Nombre	Se describe a sí mismo como...	Descripción alternativa
Enrique Dans @edans	Profesor en la Escuela de Negocios IE y bloguero en enriquedans.com.	Gran gurú de la blogosfera española, amado y odiado a partes iguales y agitador de masas a favor de la libertad en internet.
Marilín Delgado @marilink	Periodista. Directora de Contenidos de Hipertextual.	Hispanoargentina políglota que empezó la moda de reunir a los twitteros en eventos perpetrados con nocturnidad y alevosía.
José Luis Orihuela @jlori	Profesor universitario, conferenciante y bloguer. Compartiendo pistas, noticias y enlaces sobre cibercultura, medios, periodismo y comunicación digital.	Una de las caras amables de la Universidad de Navarra. Obsesionado con conservar el buen humor y relativizar su popularidad.
Javier Capitán @javiercapitan	Economista, periodista, humorista... en fin, una extraña mezcla que me ha permitido dedicarme a trabajar en los medios de comunicación.	Pasará a la historia como el tipo formal que intentaba controlar a Flo en El Informal. Le va mucho lo de internet y tiene un blog que se nota que lo hace él mismo.

¿Cómo saber si eres una gloria nacional en las redes sociales?

Si te ha llegado una notificación de Facebook avisándote de que ya no puedes tener más amigos o si cada día acumulas centenares de correos electrónicos de admiradores, entonces quizá te estés convirtiendo en una gloria nacional. A continuación hay un breve cuestionario. Si en algún momento de tu vida logras responder afirmativamente a todas estas preguntas, es que estás llamado a escribir la historia digital de la patria en letras doradas:

1. ¿Escribes algo en tu muro o en tu blog y al rato tienes 40 comentarios, muchos de ellos de gente a la que no conoces de nada?
2. ¿Alguna vez te han reconocido en algún lugar en donde no esperabas conocer a nadie?
3. ¿Has sufrido alguna vez un ataque hacker a tu blog o a tu perfil?
4. ¿En una fiesta te has encontrado con gente que se sabe tu vida de memoria?
5. ¿Alguna vez te has encontrado con alguien que te pregunta por temas que escribiste o comentaste y que ni tan siquiera tú mismo recuerdas?
6. ¿Tienes un imitador en la red que parodia tus ideas y actitudes?
7. ¿Los ministros te convocan a reuniones para sondear tus opiniones sobre futuras leyes antes de que sean aprobadas en el parlamento?

Los eventos 2.0

iHarambee!

Harambee es una palabra swahili que se utiliza para designar los momentos en los que toda la comunidad se reúne con el propósito de ayudarse unos a otros. Significa literalmente “trabajando juntos por un propósito común”, y para los keniatas es algo tan importante que lo han adoptado como lema oficial e incluso aparece en

su escudo de armas. En cada cultura y en cada época de la humanidad, cada pueblo ha buscado la manera de hacer sus harambees, y los emprendedores, gurús y geeks 2.0 no son un grupo exento de esta necesidad.

Pese a ser los reyes de las relaciones virtuales, el colectivo 2.0 también necesita harambees presenciales de vez en cuando. Por eso periódicamente se organizan unos encuentros, conocidos como “eventos” en el argot del gremio, en los que la tribu se reúne. Normalmente se invita a algún líder para que ilustre a sus congéneres en alguno de los múltiples campos del mundillo online. Después de escuchar a los sabios, los asistentes interactúan entre ellos, generalmente con una copa de alcohol en la mano. Ese momento en el que se saludan unos a otros, intercambiándose tarjetas de presentación, es conocido como networking.

Tipos de eventos

Los eventos son tan variados como las personas que asisten a ellos. Los hay semanales como “Eventos LED” o “Días de Marketing”, o anuales como el Evento Blog España o el Congreso de Webmasters, aunque los más numerosos son los eventos mensuales. Hay algunos que se celebran en ciudades de todo el mundo como los TED o los WordCamp, otros que se organizan en ciudades de toda España como el Iniciador, y por último algunos que son específicos de una ciudad, como el GetxoBlog.

Sin duda, unos eventos muy populares son los que se realizan entorno a Twitter. A pesar de que la gran mayoría han aparecido en el último año, en poco tiempo se

han expandido por toda España: TwittGraná, TwittPalma, Eats&Twitts, Horchata&Twitts... Otro elemento sospechosamente común a muchos de ellos es el alcohol: Cava&Twitts, Gin&Twitts o el Twitts&Beers.

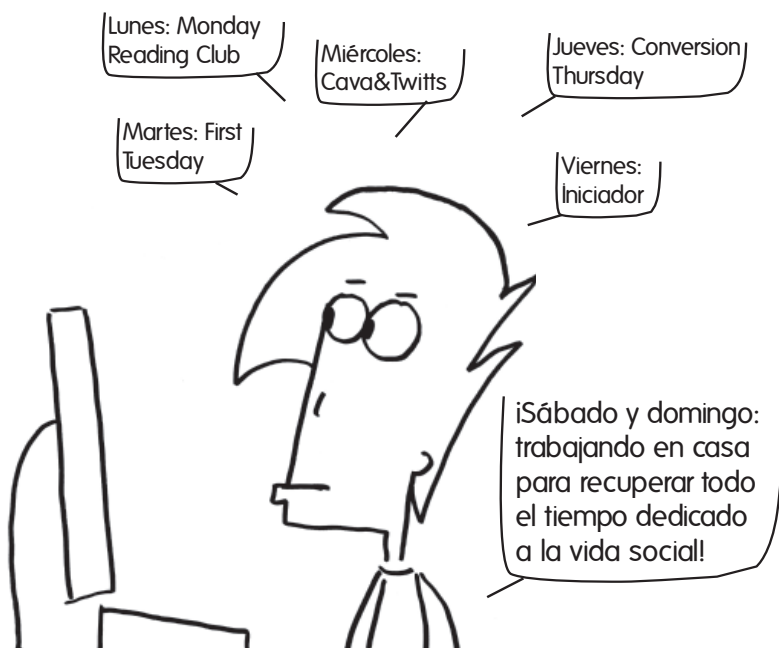
Cualquier excusa es buena, así que puedes encontrar un evento para temas como las finanzas (Café&Finanzas), el marketing online (Conversion Thursday) o el posicionamiento en buscadores (Search Congress y el SEOSa-rao).

El colectivo femenino no es muy abundante todavía en este tipo de reuniones, por lo que surgen también iniciativas unisex como Ellas Van, que consiste en que las chicas quedan antes para llegar todas juntas a un evento. Así no se sienten cohibidas ante tanta testosterona.



¿Cómo reconocer un evento 2.0?

La primera vez que vas a un evento 2.0 sueles tener una sensación parecida a cuando acompañabas a tu abuela a misa: un montón de gente que no conoces de nada que te da la mano y parece bastante entusiasmada. Casi siempre es un amigo tuyo, todavía más friki que tú, el que hace como tu abuela, y te insiste para que vayas “por tu propio bien”. Normalmente este tipo de eventos son gratuitos y abiertos, así que, si eres malpensado por naturaleza, siempre esperas que, en un momento u otro, te intenten vender algo. Luego descubres que la filosofía es muy similar a la de los blogs: das lo mejor de ti mismo, lo pones accesible a todo el mundo y, después de interactuar con los demás, acabas más enriquecido de lo que empezaste.



Cualquier evento que se precie retransmite en vivo lo que sucede a través de internet. Esto es conocido como streaming. De nuevo, los malpensados siempre se preguntan “Pero, ¿habrá alguien en todo el planeta que esté viendo la retransmisión en internet?”. Otro elemento indispensable es Twitter. Casi todo el mundo va equipado con netbooks y smartphones que les permiten ir opinando sobre la marcha de todo lo que se cuece. En ocasiones, un proyector permite que todo el auditorio lea lo que se está diciendo. Para el conferenciante puede ser un poco estresante, ya que las reacciones a sus palabras no se hacen esperar. Sin embargo, la característica esencial a todo evento 2.0 sin la cual nada tendría sentido es el networking.



Evento 1.0



Evento 2.0



Redes sociales de carne y hueso

Ya sea en eventos de una sola tarde o en reuniones de varios días, siempre se reserva un momento para que la gente se pueda saludar y seguir comentando la jugada. Algunas de las personas que están allí quizá las hayas visto en la foto de un blog, en Twitter o en Facebook. Es por ello que algunas conversaciones empiezan con un simple “¡Hola! Soy Juan Rodríguez, en Twitter soy @baconconqueso ¿Tú eres @natillas?”. Y a @natillas se le ilumina la cara y los dos empiezan a charlar como si se conocieran de toda la vida. Al hecho de que dos personas que solo se conocían en la red pasen a conocerse también de manera física se le llama “desvirtualización”. Sí, es un nombre feo pero las alternativas que se han presentado (como fisicalizar o re(d)conocer) tam-

Cómo un emprendedor acaba siendo alcohólico

Yo no bebía nunca, pero empecé con una copa en el Cava&Twitts, luego me pasé por el Campus Beers&Bloggers, Gin&Twitter y al final acabé de Bloggellón en Bloggellón.



poco han tenido mucho éxito. La comunidad 2.0 sigue abierta a nuevas sugerencias.

El networking es un arte y hay algunos que han nacido para ello: personas que saltan de grupo en grupo, saludando y siendo saludados mientras hablan de lo humano y lo divino. Otros tienen más problemas de adaptación y eligen un buen rincón donde refugiarse de la muchedumbre. Cuando no conoces a nadie en ocasiones es costoso trabar conversaciones o acoplarse a un grupo. También es problemático si eres tímido y solo conoces a una persona, porque entonces te enganchas como una lapa a ella, forzándole a que te lleve a rastras de un lado a otro. Si cuando estás nervioso te da por no parar de hablar, entonces te pasará que tus interlocutores buscarán cualquier excusa para detener tu verborrea: “Voy a buscar una copa”, “creo que es hora de irme”... Si por el contrario preguntas demasiadas cosas, corres el riesgo de acabar convirtiendo una charla informal en una especie de interrogatorio. Lograr el equilibrio en este tipo de interacciones es todo un arte. Sin duda, relacionarse con los otros seres humanos cara a cara requiere mucha más habilidad que aprender a utilizar Facebook, Tuenti o Twitter.



Algunos mitos de la blogosfera presentados en 140 caracteres



Ashton Kutcher (APlusK en Twitter): actor de destacadas películas como “Colega, ¿dónde está mi coche?” y célebre por ser el tercer marido de Demi Moore. Su activismo en Twitter le ha convertido en la persona más seguida de esta red social, con 4.133.334 seguidores.



Alfonso Alcántara (Yoriento en Twitter): especialista en empleo 2.0 y prolífico twitteador. Si se publicaran todos sus tweets se necesitarían unos ocho volúmenes de 200 páginas cada uno, por lo que algunos piensan que en verdad es un robot.



Ícaro Moyano: cara visible de Tuenti, aunque seguro que te recuerda a tu primo el programador informático. Entusiasta de las redes sociales seguras y made in Spain, y con una perilla inconfundible.



Marc Cortés: paradigma del emprendedor 2.0 que abandona un trabajo estable y seguro y lo sustituye por las aventuras empresariales de internet. Trata de fusionar lo mejor de Catalunya con lo mejor de EE.UU. en un evento llamado Cava&Twitts.



Evan Williams (Ev en Twitter): después de revolucionar el mundo de la comunicación con la plataforma de creación de blogs llamada Blogger, se propuso seguir haciendo la vida imposible a Castro, Chaves y Ahmadineyad inventando Twitter.



Rania de Jordania (QueenRania en Twitter): la más elegante y bella del papel couché también sabe conquistar los corazones en las redes sociales, 1.135.914 seguidores la avalan.



Ignacio Escolar (iescolar en Twitter): ya no es el director de Público pero sigue un periodista influyente de la blogosfera. Con tendencia masoca, gusta de ser sometido a palos en Redliberal.es.



César Calderón (netoraton en Twitter): según él mismo dice, todo empezó como una broma. Para algunos políticos, Sinde incluida, la broma está llegando demasiado lejos.



José A. Pérez (MiMesaCojea): humor ácido importado del País Vasco y servido en cómodas dosis de menos de 140 caracteres.



Marc Vidal: blogger, empresario 2.0 y fundador de la agencia Cink de “agitación de medios sociales”. Si algo queda bien “agitado” en sus posts es la estrategia económica del Gobierno.

5. Trucos,

consejos y secretos para triunfar en las redes sociales

Refranes de la la tía Felisa

Los refranes: sabiduría popular que nunca pasa de moda

Una de las cosas que más valoro de la educación que he recibido es la inmensa variedad de refranes y dichos populares con los que mi madre y mi abuela me enseñaron a tomar cualquier tipo de decisiones. Con el tiempo me he encontrado aplicándolos en los campos más insospechados de la vida, por ejemplo en mi paso por las redes sociales. Según la línea argumental de este libro, la clave para que no se te atraganten las redes sociales no está en el dominio de la informática, ni en los conocimientos de marketing, ni tan siquiera en las habilidades comunicativas. El secreto está en el sentido común, el menos común de los sentidos, y el mejor manual para su práctica se encuentra en la sabiduría popular.

1 La cara es el espejo del alma

Muy poca gente se atreve a interactuar con alguien que no pone una foto y deja el perfil en blanco. Ya puedes pensar una descripción de ti mismo muy ingeniosa, tener una lista interminable de películas y libros muy cool o

compartir cada día los vídeos más divertidos de YouTube: sin una imagen no eres nadie. Puedes poner una foto de un famoso, un dibujo o una caricatura. Sin embargo, lo que más se agradece siempre es una foto real de la propia persona. Busca una con la que te sientas cómodo y que potencie lo mejor de ti mismo, pero por favor, no pongas esas fotos de estudio tan retocadas que ni tu madre te puede reconocer. Recuerda que *aunque la mona se vista de seda, mona se queda*, así que si Dios no te ha gratificado con el don de la belleza, no trates de intentar convencer a los demás de lo contrario. Con los retoques de photoshop todo lo que vas a conseguir es levantar sospechas: *dime de qué presumes y te diré de qué careces*.

2 A palabras necias, oídos sordos

Esta es una enseñanza fundamental. Un error frecuente en las redes sociales es enzarzarse en discusiones que no llevan a ningún sitio y que solo sirven para que quedes



como un energúmeno intransigente. Si alguien te provoca, ignóralo; en las redes sociales *no ofende el que quiere, sino el que puede*. No pierdas el tiempo con los que tengan incontinencia verbal, ya que de todos es conocido que *perro ladrador, poco mordedor*. Por el contrario, respeta a todo el mundo y habla con libertad de lo que te guste. Sigue el consejo que te daba tu tía Felisa cuando te ponía aquellos horribles pasamontañas marrones: *ande yo caliente, ríase la gente*.

3 Es de bien nacidos ser agradecidos

Otra de las reglas de oro. Si usas las redes sociales para pedir ayuda a los amigos sobre qué comprar o a dónde ir a cenar, al menos ten la deferencia de dar las gracias y devolver el favor cuando puedas. Si descubriste un vídeo divertido gracias a un amigo, no olvides mencionar que fue él quien lo encontró cuando lo compartas con tus amistades. Si conoces una buena promoción o un lugar agradable para pasear, díselo a tus contactos. ¿No quie-

CURIOSIDAD



Recientemente han proliferado los sitios donde se mofan de las fotos que la gente pone en sus perfiles. No está bien que se rían de los demás, pero basta curiosear algunas fotos para concluir que algunas personas se lo han ganado a pulso. En resumen, si te haces una foto en el baño, poniendo morritos y enseñando las carnes y luego la subes a "Sexy o No" para que los demás voten tu belleza, luego no te lamentes si acabas siendo la estrella de portales como Oxe! o Badula2.

res explicarlo porque es tu secreto y te van a quitar la exclusiva? Vamos, no te des tanta importancia... Recuerda a tu tía Felisa y su repetido *haz el bien y no mires a quién*.

4 Más vale malo conocido que bueno por conocer

Algunas personas, cuando llegan a una red social, empiezan a tener cierta obsesión por la cantidad. ¿Cómo puede ser que tenga solo cincuenta amigos si fulanito tiene 250? Así empieza una carrera sin sentido en busca de amistades virtuales que engrosen la lista, olvidando el principio básico de la prudencia que nos recuerda que *más vale pájaro en mano que ciento volando* y que *más vale estar solo que mal acompañado*.

Quizá lo que te pase es que recibes solicitudes de amistad de gente a la que no conoces y a la que aceptas por el mero hecho de tener más amigos. Si además esa per-



Cinco sencillos buenos modales en las redes

1. Nunca escribas en mayúsculas.
2. Si preguntas algo, agradece todas las respuestas.
3. Si te envían un mensaje, respóndelo.
4. Si alguien te felicita por cualquier motivo, tómate siempre la molestia de darle las gracias.
5. No te unas a grupos que ridiculicen a alguien o fomenten el odio.

sona acompaña su solicitud con una foto atractiva, hay muchas más probabilidades de que olvides que *no todo el monte es orégano* y que *no es oro todo lo que reluce*. Puedes acumular personas en tu lista con las que no guardas ninguna relación pero, ¿para qué las quieres?

Si quieres añadir a gente que no conoces, la opción más inteligente es incluir solo a aquellas de las que creas que tienes mucho que aprender. Si te gusta un blog y su autor está en Facebook o en Twitter, quizá puedas seguirlo para acceder a más material e interactuar más fácilmente. Ya sabes que *a quien buen árbol se arrima, buena sombra le cobija*. Si te rodeas de gente interesante, además de descubrir que la calidad es más importante que la cantidad, podrás crearte una buena red de contactos que mejore tu prestigio online: *dime con quién andas y te diré quién eres*.



Para los chicos: si en la vida real se te acerca una atractiva desconocida ligera de ropa diciéndote que eres muy guapo y que te quiere conocer, ¿no sospecharías que quizá quiera algo a cambio? Entonces, ¿por qué pensamos que va a ser de otra manera en una red social? Para las chicas: si en la vida real estás triste y un chico al que no conoces de nada te insiste en que hables con él para desahogarte, ¿no sospecharías de segundas intenciones? ¿Qué te hace pensar que en internet pueda ser diferente?

5 La ropa sucia se lava en casa

Es muy desagradable contemplar cómo una pareja discute a grito limpio en medio de la calle o en un centro comercial. Suele pasar que la gente poco a poco va parándose a una distancia prudencial y contempla el espectáculo con gesto de incredulidad y compadeciéndose de los protagonistas. Exactamente lo mismo sucede cuando se arma una trifulca familiar o de pareja en una red social. Si en vez de coger el teléfono y aclarar la situación de manera privada, conviertes el muro de la otra persona en el campo de batalla, olvidas que *la ropa sucia se lava en casa*. Si estás molesto no escribas nada de lo que te puedas arrepentir, *porque de callar no te arrepentirás nunca, pero de hablar, muchas veces*. Recuerda que determinadas cosas no tienen que salir del ámbito doméstico, como siempre te recordaba la tía Felisa: *cada uno en su casa, y Dios en la de todos*.

6 A cada cerdo le llega su San Martín

Hay algunas personas que se empeñan en superar sus frustraciones inventando un mundo paralelo en una red social. Como siempre, las cosas empiezan con una peque-



ña mentira o una exageración para llamar la atención de alguien. Ya decía la tía Felisa que *tiran más dos tetas que dos carretas*, así que no es de extrañar que algunos se olviden de que *se pilla antes a un mentiroso que a un cojo* y traten de impresionar a su presa.



Las cinco leyes para evitar que Facebook destruya tu vida sentimental

1. No cambies nunca tu estado sentimental sin hablar antes con la otra persona implicada. No hay nada más triste ni que dé más rabia que enterarse por Facebook de que tu novia te ha dejado.
2. No pongas mensajes comprometedores ni indiscretos en los muros de tu pareja. Nada de cosas como "Esta noche no, que me acaba de venir la regla" o "A ver si friegas los platos que he tenido que comer en una servilleta".
3. No robes los amigos de tu pareja. Si empiezas a salir con una chica, no es normal que a las dos semanas seas amigo en Facebook de todas sus amigas y te escribas con ellas.
4. Nunca empieces grupos que fomenten el odio contra alguien o contra algo. Es decir, nada de crear el grupo "Las que pensamos que Mengano es un cerdo" si resulta que dicho individuo te ha puesto los cuernos.
5. No subas fotos que dejen en evidencia a otras personas. Reprime tu impulso de venganza y no cuelgues por despecho fotos de tu ex en pelotas. La historia siempre acaba igual: el que saldrá más perjudicado serás tú mismo.

Si a pesar de todo quieres arriesgarte a aparentar lo que no eres, al menos debes saber que Google será el mayor de tus enemigos. A través de una sencilla búsqueda de tu nombre en un motor de búsqueda, puede saberse si trabajas como creativo en una agencia de publicidad o si lo que pasó en realidad es que ganaste unas oposiciones a auxiliar administrativo en el ayuntamiento. Si crees que puedes escapar escondiéndote bajo un nombre falso es porque ignoras que una simple pregunta a alguien de tu red de amigos puede dejarte completa-

CURIOSIDAD



En su edición del 13 de diciembre de 2009, el periódico El País recogía un reportaje de investigación sobre los estafadores que, a través de internet, se hacen pasar por rusas jóvenes y atractivas que desean casarse con un español. Todo empieza con un mensaje que un buen día aparece en tu buzón, procedente de una chica que dice sentirse sola y abandonada. Si el destinatario cae en la trampa y responde comienza un intercambio de apasionados emails en los que la joven promete años de amor y felicidad al pobre incauto, acabándolo de engatusar con fotos que certifican su belleza y sensualidad. En ese momento todo está listo para el timo: solo algunos centenares de euros para el visado y el billete de avión separan a la ardiente eslava del afortunado. Toda una promesa de entrega incondicional que se acaba cuando el iluso envía el dinero. (Desde Rusia con Spam, Carmen Pérez-Lanzac, El País, 13-12-2009)

mente en evidencia. Si tu vida no tiene nada interesante, entonces cambia tu vida, pero no mientas en internet. A la larga, saldrás ganando.

7 Dios los cría y ellos se juntan

Una de las ventajas de las redes sociales es que consiguen poner en contacto gente con los más extraños gustos y aficiones. El sobado dicho de que *sobre gustos no hay nada escrito* alcanza su máxima expresión en la web 2.0. Si tienes 40 años y te gusta jugar con los playmobil no te preocupes, crea un blog y un grupo en Facebook y en unos meses podrás organizar un encuentro nacional.

Otro motivo de unión es compartir el dolor o la indignación por alguna injusticia. Puedes unirte al grupo “busco 100.000 personas que detesten la SGAE” o bien al de “todos los hombres son iguales”. *Mal de muchos, consuelo de tontos*, pero aunque ya lo sepamos, no logramos resistir la tentación de buscar el apoyo de los demás afectados para superar el mal trago.

8 En el país de los ciegos, el tuerto es el rey

En la vida real, hacerse con un nombre y con un estatus social puede llevar décadas. A veces, una o hasta las dos generaciones siguientes consiguen vivir de rentas. Internet acelera todos los procesos, también los ascensos y las caídas en la escala social. Con siete u ocho euros y con un poco de paciencia puedes conseguir un blog llamado www.TuNombreyApellido.com. Después de una docena de contenidos interesantes y tras interactuar con el resto de la comunidad, tanto en las redes

sociales como en los eventos, poco a poco irás adquiriendo tu público.

En unos meses, con suerte quizá llegues a tener dos o tres mil visitas al mes. No es nada del otro mundo, pero somos tan propensos a que el “éxito” se nos suba a la cabeza y vamos tan escasos de autoestima que en muchas ocasiones no es necesario mucho más que esto para lograr convencernos de que somos las nuevas estrellas del momento. Corremos entonces el grave riesgo de creérselo, caer en el círculo vicioso de la prepotencia y conseguir agotar la paciencia de nuestros sufridos lectores. Para evitar que llegue a suceder, siempre va bien recordar lo que te diría la tía Felisa, *en cien años todos calvos*, y no perder de vista algunos sabios consejos:

1. Ríete de ti mismo.
2. Olvídate de las estadísticas de visitas.



3. No te creas a quienes te elogien.
4. Pasa de los que te insulten.
5. No hables sin saber.
6. No crees contenido a base de cortar y pegar.
7. Admite que puedes estar equivocado.
8. Contrasta tus fuentes de información.
9. No conviertas tu blog en una plataforma de defensa o promoción de una causa.
10. No te dediques a lamentarte de tu propia vida en busca de consuelo.

9 Al que al cielo escupe, en la cara le cae

Muchas religiones orientales tienen el karma como elemento común. Este concepto suele interpretarse como una ley cósmica de causa y efecto, según la cual lo bueno y lo malo que hagas en esta vida lo “cobrarás” y lo “pagarás” en las siguientes. El dospuntocerismo también incorpora esta doctrina, de manera que si te dedicas a machacar al personal en una red social o en tu blog, o si tratas de engañar o estafar a alguien, ten por seguro que acabarás pagando por ello.

Piensa que la tía Felisa te diría con solemnidad: *Quien siembra vientos, recoge tempestades*. Y si eso no te disuade, quizá te vaya bien recordar que San Google todo lo ve, nos vigila y memoriza todos nuestros actos. Si eres un ateo convencido de que puedes burlar al karma y conseguir que Google no indexe tus contenidos, entonces sigue con tu actitud. Tarde o temprano te llegará tu sentencia: *cría cuervos y te sacarán los ojos*.

10 El que mucho abarca, poco aprieta

Redes sociales hay muchas, pero nuestro tiempo es limitado. Si quieres estar en todas, probablemente acabes por no estar en ninguna. Además, en muchas ocasiones uno no disfruta realmente de una red social hasta que no se implica y la usa con cierta asiduidad. Por eso es importante que focalices y te concentres en aquellas que se adaptan más a tu personalidad.

Si te encanta la fotografía seguramente te interese disfrutar de todas las posibilidades que ofrecen Flickr o Picasa; si te va más el vídeo vuélcate en YouTube o Vimeo; y si lo que realmente te gusta es la música, en Blip.fm y Last.fm encontrarás un pozo sin fondo. Estés donde estés, no te obsesiones con cuántos amigos, votos o comentarios tienes y disfruta de la experiencia. Deja los números y los récords para otros y recuerda que la *avaricia rompe el saco*, también en internet.



¿Adictos a las redes sociales?

Una nueva palabra: procrastinación

El último de los consejos hace referencia a un fenómeno que en poco tiempo va cobrando más y más protagonismo. Las redes sociales nos proporcionan a diario centenares de buenas razones por las que posponer nuestro trabajo, violando así el sabio principio de *no dejes para mañana lo que puedas hacer hoy*. Este es un mal común a muchos apasionados 2.0 para el cual se ha buscado una palabra que lo designe: procrastinación.

Procrastinar es dejar de hacer algo importante y costoso y en su lugar ocuparse de pequeñas cosas más urgentes pero mucho menos relevantes. Por ejemplo, llegas a casa y tienes que preparar una composición escrita en inglés para el día siguiente. Con la excusa de que necesitas consultar una palabra que no viene en el diccionario enciendes el ordenador. Una vez encendido te autoengañas y accedes a revisar el correo “por si hay algún mensaje importante”. Una vez allí descubres que tienes cinco emails nuevos y te dedicas a responderlos, retrasando el momento de trabajar y justificándote con el activismo de escribir unos mensajes que bien podrían esperar un par de horas. Uno de los mails es de YouTube y te avisa que hay nuevos vídeos de tu grupo de música favorito. Es obligatorio ser de los primeros en verlo y comentarlo ya que no puedes quedarte al margen de la cultura. Una vez que has visto el vídeo te acuerdas de que has de pasar por Infojobs para comprobar si te han respondido ya, y al acabar no puedes pasar sin revisar si hay alguna notificación en Facebook. Una vez allí te enteras de que

tu mejor amigo “ha cambiado su estado a soltero”. Como es un momento difícil en la vida de una persona y tú eres un buen amigo coges el teléfono y le llamas. Tras varios intentos consigues localizarlo y te explica que todo es una broma que quiso gastarle a su novia. Finalmente has conseguido pasar toda la tarde haciendo cosas pero sin conseguir acabar la que te propusiste. Ahora es demasiado tarde para ponerte a ello, así que piensas que mañana será otro día y te relajas un rato chafardeando lo que hacen tus amigos en Tuenti. Esta historia podría haberse evitado si no hubiéramos acallado la voz de la tía Felisa, que resonaba en nuestra conciencia: *Primero es la obligación, luego la devoción.*

Superar la procrastinación

Las redes sociales ofrecen un montón de buenas y variadas excusas para procrastinar, y por eso en Estados Unidos, donde las redes sociales están más extendidas, la palabra procrastinación está de moda. Dejar las cosas para mañana es problemático para la convivencia doméstica, ya que puede ser que los platos se acumulen en tu fregadero y que el polvo cubra todas tus estanterías. Sin embargo, donde su efecto es más nefasto es en el trabajo. Durante toda la historia de la humanidad la procrastinación ha existido en el trabajo. Lo que sucede es que, por culpa de las redes sociales, nos hemos hecho mucho más conscientes del problema.

Muchas empresas americanas directamente prohíben el acceso a las redes sociales para asegurarse de que su plantilla tiene menos distracciones, aunque esta estrategia está condenada al fracaso. Los motivos de distracción

Cosas que puedes hacer si eres un procrastinador

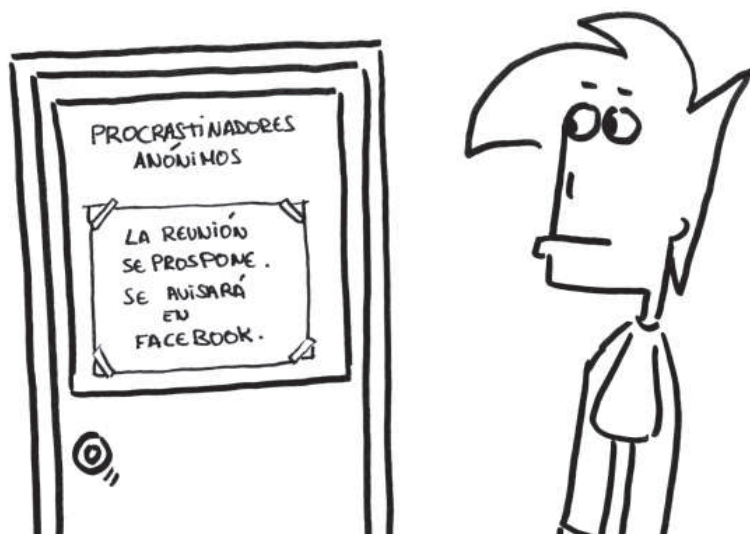
- Unirte a las 61.235 personas que forman el grupo "No debería estar en Facebook, sino estudiando".
- Comprarte el libro "Getting Things Done" de David Allen.
- Sumarte a los 1.053.274 fans de la frase "Mañana me levanto y estudio".
- Pedirle a tu madre que guarde el ordenador bajo llave.
- Suscribirte a procrastining.org
- Dejarlo para mañana.

Maneras de justificarte si procrastinas

- Los amigos son lo primero, por tanto ocuparme de Facebook ha de ser lo primero que haga.
- Está demostrado que los pequeños parones de cinco minutos hacen rendir más en el trabajo.
- Yo no quiero ser un esclavo del reloj. Hay que tomarse la vida con más filosofía.
- Hay cosas que si las miras más tarde ya no tienen gracia.
- Tengo que comprobar frecuentemente el correo electrónico porque no quiero que mis amigos piensen que paso de ellos.

siempre acabarán llegando, ya sea a través del móvil, de llamadas de teléfono superfluas o simplemente haciendo papiroflexia. La superación de la procrastinación no puede venir nunca de un reglamento externo, sino que tiene que ser una firme determinación de la persona.

El que piense que se trata de una simple cuestión de voluntad es que menosprecia la capacidad humana de generar patrones de conducta inamovibles. Por esa regla de tres, dejar de fumar o de beber también podría considerarse una mera cuestión de ganas y todos sabemos que no es así. La procrastinación también puede ser muy difícil de superar; de hecho, en Estados Unidos se ha creado una plataforma llamada Procrastinadores Anónimos, análoga a la de Alcohólicos Anónimos, dirigida a la ayuda de las personas que sistemáticamente lo dejan todo para mañana.



Aunque se trate de un tema complejo, daremos algunas pistas para que las redes sociales no se conviertan en un motivo más de procrastinación:

- Antes de hacer nada, piensa qué objetivos te gustaría cumplir y apúntalos.
- Empieza por las cosas que no requieran ordenador ni conexión a internet.
- Cuando acabes y debas empezar a trabajar con el ordenador, apaga el router y haz primero las cosas que no necesitan conexión.
- Cuando debas trabajar con internet, establece un orden de tareas. Por ejemplo: primero revisar el correo, responder correos, leer los posts pendientes, escribir en el blog, y dejar para lo último la revisión de las notificaciones de las redes sociales.
- No trates de hacer dos cosas a la vez. Por ejemplo, no alternes responder un correo con curiosear los perfiles de tus amigos en Facebook.
- Si tienes algo muy ingenioso que decir o descubres un vídeo que te gustaría compartir, apúntatelo. Cuando según el horario te toque mirar las redes sociales, entonces aprovecha y comparte todo lo que te has apuntado.
- Si necesitas concentración, cierra el correo electrónico y apaga el móvil para que no aparezcan mensajes que te sugieran “cosas mejores que hacer”.

¿Existe la adicción a las redes sociales?

La adicción a internet, y a las redes sociales en particular, es una cuestión muy discutida. Se considera que el uso es patológico cuando impide el normal desarrollo de actividades básicas de la persona como la alimentación, la higiene y el descanso, y cuando la persona afectada es incapaz de modificar su conducta aunque se lo proponga.

Por tanto, una primera conclusión es que no hay que ser alarmistas. Evidentemente, la fascinación que provoca el descubrimiento de nuevos sistemas de comunicación y expresión hace que varíen nuestras actividades cotidianas, pero eso no implica necesariamente que haya una adicción. Si fuera así, la televisión sería el principal problema de salud del país, ya que le dedicamos de media unas cuatro horas diarias, un tiempo que quitamos a otras actividades.

También se debe distinguir entre la adicción a las redes sociales en sí mismas y la adicción a lo que nos proporcionan las redes sociales. Por ejemplo, si una persona tiene codependencia (adicción a los problemas de los demás),



en realidad no podemos hablar de que la causa de su patología sean las redes sociales, ya que si estas no existieran simplemente utilizaría otros canales “tradicionales” como el teléfono o el patio de vecinos. De la misma manera sucede con la adicción al sexo. Las redes sociales de contactos de adultos no causan adicción por el hecho de ser redes sociales, igual que no lo hacen los DVD pornográficos por el hecho de ser DVD. El problema no está en el medio de comunicación, sino en el contenido facilitado.

Síntomas de que empiezas a tener adicción a Facebook

1. Te interesan las listas como esta, que describen los síntomas de adicción a Facebook.
2. Revisas tu cuenta de Facebook más de una vez cada hora.
3. Eres uno de los pocos que usa el chat del Facebook.



4. Dices cosas como “te etiquetaré en esta foto” cuando haces una foto a tus amigos.
5. Insistes cada día a tus amigos que no están en Facebook para que se unan.
6. Haces fotos de cosas curiosas simplemente para poder subirlas a Facebook.
7. Tienes amigos en Facebook a los que nunca has visto en persona.
8. No puedes resistirte a abrir galletitas de la fortuna a pesar de que sepas que son una chorrada.
9. Cada vez que muere algún personaje al que admiras tienes la imperiosa necesidad de hacerte fan suyo en Facebook.
10. Necesitas unirme a un grupo (o crearlo si no existe) cada vez que quieres mostrar tu apoyo a cualquier causa.



Vida social más allá de las redes sociales

Los catastrofistas siempre nos recuerdan que las redes sociales en internet acabarán por recluirnos a todos nosotros en nuestras casas, sentados frente a un ordenador. Es cierto que internet ha provocado la aparición de un nuevo espécimen humano que habita la mayor parte del día en la oscuridad de una habitación y que tiene un grave riesgo de sufrir atrofia muscular a causa del sedentarismo. Sin embargo, quién puede asegurarnos que ese tipo de personas no se recluirían en casa devorando libros o películas en caso de que no existiera la red de redes.

La realidad es que las redes sociales pueden fomentar la interacción presencial, ya que ponen en contacto personas con intereses, aficiones o pasado en común. Por ejemplo, durante los años 2008 y 2009 se multiplicaron las cenas y los encuentros de ex alumnos gracias a Facebook y Tuenti. Ponerse de acuerdo por teléfono para este tipo de acontecimientos es complicado y, en ocasiones, a algunas personas les puede resultar hasta violento. En cambio, mediante una red social, pueden proponerse planes con facilidad y comprobar si tienen buena acogida, causando las mínimas molestias y sin invertir medio sueldo en la factura del móvil.

Conservar la privacidad

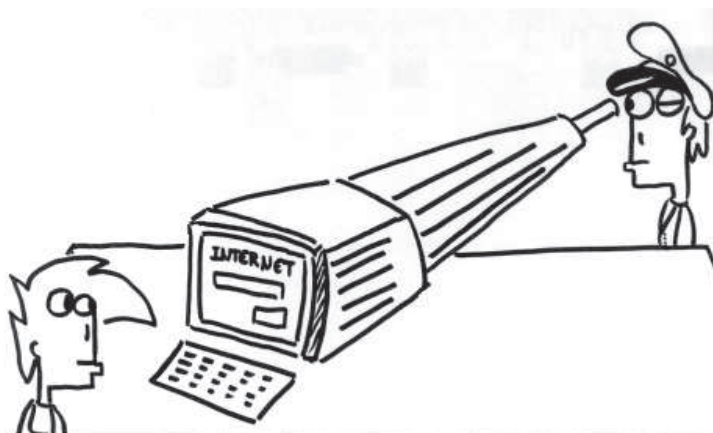
¿Alguien se lee las Condiciones y términos de Uso?

Darse de alta en una red social es algo tan sencillo que pocas veces nos percatamos de lo trascendente que es dar

ese paso. Lo único que nos recuerda que quizá estemos haciendo algo serio es el interminable texto de “Condiciones y Términos de Uso” que es necesario marcar como leído antes de completar el registro. Líneas y líneas de palabras técnicas que parece que no van con nosotros y que nadie lee nunca.

En ese texto está recogida la ley por la que se registrá tu participación en la red social: lo que no se puede hacer, bajo qué criterios te pueden expulsar, a quién pertenecen las fotos que subes y si tienen que indemnizarte si un buen día pierden todos tus datos. Todo esto aparece en los términos de uso, pero redactado y presentado de tal manera que no logra despertar en ti el más mínimo interés. El común de los mortales decide fiarse de la buena fe de la empresa en cuestión y no retrasar ni un minuto más su entrada a la red social.

Con el texto de los términos de uso sucede algo similar al código penal. Aunque muy pocos ciudadanos se han leído las leyes, la inmensa mayoría sabe lo que hay que hacer para no meterse en líos. En las redes sociales la actitud



debe ser similar: usa el sentido común y seguramente nunca te haga falta enfrentarte a problemas legales.

Lo que deberíamos saber...

De toda la parrafada que hay en los términos de uso, es conveniente que al menos busquemos información acerca de unos cuantos aspectos especialmente relevantes:

1. Edad mínima de participación. En Facebook es de 13 años. Están obligados a borrar toda la información referente a personas menores de esa edad. Para otras redes sociales esa edad se eleva hasta los 18.
2. Qué información de actividad almacenan. En Facebook guardan un registro con datos de acciones como añadir un amigo, hacerte admirador de una página de Facebook, unirte a un nuevo grupo o evento, crear un



¿Qué pasa cuando muere un usuario de Facebook? Cuando eso sucede puedes informar a Facebook por medio de un sencillo formulario. Como medida de seguridad, debe aportarse una prueba de la defunción. Cuando se valida, el perfil del difunto pasa a un nuevo estado llamado «In memoriam». Para asegurar que solo los amigos confirmados puedan ver el perfil se cambia la configuración de privacidad y se elimina cierta información privada. El muro se conserva para que los amigos y familiares puedan escribir en él en recuerdo del fallecido.

álbum de fotos, enviar un regalo, dar un toque a otro usuario, indicar que “te gusta” una publicación, asistir a un evento o autorizar una aplicación.

3. Intercambio de datos con otros sitios web. Facebook solicita información a los anunciantes sobre el comportamiento de los usuarios ante los anuncios, pero se compromete a almacenar los datos como anónimos en un plazo de seis meses.

4. Qué datos tuyos se consideran públicos. Es decir, qué datos podrán ser encontrados por cualquier usuario, aunque tú no le des permisos. Varía de una red social a otra, y Tuenti es la más restrictiva de todas. En Facebook son públicos los siguientes: tu nombre, la foto de tu perfil, tu lista de amigos, la región geográfica, las páginas de las que eres fan y tu sexo.

5. Eliminación del contenido. Es muy conveniente asegurarse de que podrás retirar tu perfil y el contenido que has generado siempre que lo desees. Parece obvio pero en algunos casos se cumple solo de manera parcial: dejan tu perfil creado pero vacío, o incluso se conserva



algún contenido pese a tu petición de retirarlo. En Facebook te garantizan que podrás borrar tu información personal y el contenido que hayas generado, pero que no se podrán borrar ni los mensajes que envíes a otras personas ni tus contenidos que hayan sido a la vez redifundidos por tus contactos.

6. Acceso y modificación de los datos personales. Todas las redes sociales que operan en España deben garantizar el acceso y modificación a los datos que has facilitado. Si no lo hacen incumplen la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos).

Cuando te roban tu cuenta

Si un amigo tuyo comienza a poner anuncios de Viagra en su muro o te anima a ganar dinero fácil en internet mediante un mensaje privado, no es que esté loco, sino que lo más probable es que hayan usurpado su cuenta y la estén utilizando para enviar spam. Los sistemas de seguridad de las redes sociales, aunque no sean perfectos, acostumbran a ser bastante robustos, por lo que la



mayoría de las veces los hackers tratan de entrar en nuestras cuentas utilizando el flanco más débil: nosotros mismos. Por muy seguro que sea un sistema informático, si somos nosotros mismos los que dejamos la puerta abierta, no hay nada que hacer.

La regla de oro es utilizar siempre contraseñas diferentes para cada sitio en el que nos registramos. Si utilizamos el mismo correo electrónico y la misma contraseña para todos los sitios en los que estamos, bastará con que se robe la base de datos de uno de ellos para que se pueda tener acceso a todos los demás.

Pongamos un ejemplo. Te registras en un foro sobre periquitos amaestrados y usas el mismo correo electrónico y la misma contraseña que tienes puesta en Facebook. Imagina que un hacker logra burlar el sistema de seguridad del foro o bien que el propietario del foro quiere ganar un dinero ilegal extra y vende tus datos. Los ciberdelincuentes programan los ordenadores para que vayan probando los correos electrónicos y las contraseñas en las principales páginas web, y de esta manera tratar de entrar en aquellas en las que coincida. En tu caso podrían entrar en la de Facebook y utilizarla para enviar enlaces a webs y publicidad no deseada.

Si tienes la mala suerte de que logran irrumpir en tu perfil mediante alguna de estas técnicas, ni Facebook ni ninguna otra red social puede asumir la responsabilidad de lo ocurrido, y ese es el motivo por el que aparecen en las condiciones de uso frases como esta: “No podemos garantizar que la información que compartas en Facebook no pase a estar disponible públicamente”.

Piensa un poco antes de abrir una galleta de la fortuna

Facebook, Twitter y otras muchas redes (entre las que no se encuentra Tuenti) permiten que las llamadas “aplicaciones de terceros” circulen por su plataforma. Sin embargo, pertenece al usuario la decisión final de interactuar o no con esos servicios externos.

En el caso de Facebook, un ejemplo de esas aplicaciones de terceros serían las famosas “galletas de la fortuna”. La primera vez que quieres abrir una te sale un mensaje que te pregunta si quieres otorgar permisos a la “galleta de la fortuna” para que pueda escribir en tu muro. Desde ese momento le estás dando la posibilidad de que actúe en tu nombre. Por lo general la aplicación no hará ningún uso de tu información ni escribirá en tu muro sin tu permiso, pero si lo hiciera no podrías reclamar nada, ya que tú mismo lo autorizaste. Una manera de evitar este problema es no utilizar aplicaciones de las que desconfiamos o bien acceder a la opción “editar aplicaciones” y retirar los permisos eliminando las aplicaciones de la lista que allí aparece.



Los diez mandamientos de la privacidad

Para sintetizar todo lo que debemos recordar para que no tengamos sustos en Facebook o en cualquier otra red social, lo más práctico es recordar los diez mandamientos:

El primero es “Amarás tu imagen por encima de todas las cosas”

Por tanto, no pondrás en Facebook fotos de la vez que te disfrazaste de prostituta, ni aquella foto en la que apareces haciendo un calvo. Tampoco pondrás en Youtube el vídeo en el que apareces borracho en el karaoke ni el que te hicieron en el campo de fútbol cuando insultabas al árbitro. Y si lo haces, al menos establece las condiciones de seguridad para que no pueda ser difundido arbitrariamente.

El segundo es “No escribirás tu password en vano”

Es decir, no escribirás el password en ningún sitio que no sea un recuadro de una web que esté específicamente destinado a introducir el password. Por tanto, no le facilitarás tu contraseña a nadie que te la solicite por correo electrónico ni por chat. Tampoco dirás tu password a tu mejor amigo, ni a “tu amiga del alma inseparables desde el parvulario”, ni a esa persona de la que te fías mucho para que mire si tienes mensajes en Facebook. Ni tan siquiera tu pareja es alguien a quien debas confiar tu password... quién sabe lo que os depara el futuro.

El tercero es “Respetarás las preguntas secretas”

Muchos sistemas ofrecen la posibilidad de responder a preguntas secretas para poder acceder en caso de que no recuerdes tu contraseña. Pongamos el caso en el que

estableces la pregunta “¿Cuál es el nombre de mi perro?”. Si has colgado medio millón de fotos de *Bobby* en Facebook, será muy fácil la respuesta. Por tanto, no compartas nunca información relacionada con preguntas secretas.

El cuarto es “Respetarás el domicilio y el teléfono de tu padre y de tu madre”

Aunque tu domicilio o el de tus padres esté escrito en tu carnet de identidad y lo facilites en el supermercado cuando quieres que te lleven la compra a casa, en las redes sociales está prohibido escribirlo por el cuarto mandamiento. Nunca digas dónde vives ni cuál es tu teléfono particular si no quieres recibir alguna visita inesperada.

El quinto es “No revelarás los bienes propios”

Tanto si son muchos como pocos, las posesiones personales son un detalle que es mejor omitir. Si te has pillado los dedos comprando diez pisos de El Pocero o si te ha tocado la herencia de la abuela en exclusiva, no se te ocurra dejarlo por escrito en tu perfil del Facebook. Con esta sencilla medida de precaución, nunca llegará un inventario de tus posesiones a oídos de los amigos de lo ajeno.

El sexto es “No publicarás conversaciones privadas”

Nunca es bueno publicar conversaciones privadas en las redes sociales. Si quieres quedar el sábado con Jenny en el centro comercial a las 17.00, mejor que no se lo escribas en el muro. Usa la cabeza... seguro que encuentras 1.358 maneras de hacérselo saber de manera confidencial y sin que se entere media humanidad. Si aun así prefieres el muro, luego no te quejes si, además de Jenny, se presentan a la cita media docena de sus amigas.

El séptimo es “No robarás secretos de tu empresa”

Si escribes abiertamente de cuestiones confidenciales de tu trabajo no dudes en que siempre habrá alguien de la competencia dispuesto a sacar tajada. Piensa también que en algunas empresas andan siempre buscando buenas excusas para reducir la plantilla, así que no se lo pongas en bandeja.

El octavo es “No irás alardeando de tus planes sociales”

Si por fin has conseguido quedar con Jenny para ir al centro comercial el sábado a las 17.00, por favor... ¡¡no se lo digas a todo el mundo!! Mucho menos si piensas invitarla al teatro, si vas a usar el coche de papá o si llevarás el iPod con tal o cual música... Lo pones en bandeja para que algún listillo te quite el billete de 50 €, el iPod, el coche de papá... ¡y si te descuidas hasta a Jenny!

El noveno es “No consentirás miradas a las fotos de tus hijos”

Si tienes el Facebook lleno de las fotos de tus hijos, con sus nombres, sus juguetes y sus gustos, y encima dices

Ordena tu habitación ahora mismo o enviaré una invitación a tus amigos en Facebook para que se unan a mi grupo de fans de Isabel Pantoja.



“esta noche no estoy en casa: cena romántica con mi marido a solas en la playa” ya has dado todas las pistas necesarias para que el c*br*n de turno pueda llevar a cabo alguno de sus planes perversos. Pon fotos de tus hijos si quieres, pero asegúrate de que configuras bien la privacidad para que solo sean vistas por tus contactos. También recuerda el octavo mandamiento y sé un poco discreto con tus planes sociales.

El décimo es “No autopublicarás contenido de una red social a otra”

Está de moda habilitar servicios para que lo que escribes en Twitter se publique en Facebook, luego en LinkedIn y por último que le llegue un mail a tu jefe avisándole de todo ello. Puede que le demuestres a tu jefe tus habilidades en las redes sociales y que te sirva para ahorrarte mucho tiempo, pero te va a dar problemas. La frase “ha sido un p*t* día de trabajo” en Facebook es inocua, en Twitter no es recomendable, en LinkedIn puede ser terrible y cuando lo lea tu jefe será un despido. Cada público requiere su lenguaje.

Tribus sociales en las redes

Las redes sociales son como ecosistemas donde viven multitud de especies humanas. Las condiciones de vida varían de unas a otras, y por eso en cada red social hay determinadas especies que se adaptan mejor y otras que no logran sobrevivir. En la calle, los seres humanos nos agrupamos por tribus, que tienen unas señas de identidad y una jerga propia. En las redes sociales sucede de la misma manera.

Canis: el producto nacional

Los canis, también llamados chonis, quillos o ñiñatos, son una especie muy numerosa que puede adaptarse a vivir en cualquier red social donde sea fácil compartir vídeos y fotos. Sus parientes latinos son los flaites (Chile), los nacos (México), los ñeros (Colombia), los planchas (Uruguay), los villeros (Argentina) y los tukkys (Venezuela). En España, son mayoría en las redes autóctonas como Tuenti, y son los dominadores absolutos del Fotolog. Su medio de comunicación principal es el Messenger. Su escaso dominio del inglés explica por qué han tardado tanto tiempo en introducirse en las redes que llegaron a España sin ser traducidas, como Facebook o MySpace. Por ese mismo motivo es imposible encontrarlos en Twitter. Se están consolidando redes propias para el colectivo, como TodoCanis, en las que todos los usuarios comparten estilo, ideología y valores.

Son fácilmente reconocibles porque muchas de sus fotografías de perfil están tomadas en los cuartos de baño mediante la cámara de un teléfono móvil. Es muy difícil encontrar alguna foto que no esté hecha con el teléfono, lo que lleva a la conclusión de que desconocen las cámaras fotográficas. En las fotos es habitual posar con la menor cantidad de ropa posible. Con la mano que queda libre (la otra sujeta el móvil) generalmente se señalan a ellos mismos o bien hacen algún gesto obsceno. Su escritura es su característica más inconfundible. En su redacción aparecen mayúsculas aleatoriamente, como las setas en la montaña. También alargan las palabras innecesariamente y desconocen los signos de puntuación. Su lenguaje difícilmente podría calificarse de “cas-

tellano”, aunque no es muy difícil llegar a entenderlos porque su vocabulario se compone de apenas un centenar de palabras. El siguiente ejemplo corresponde a un comentario que un caní le hizo a una chica en Fotolog:

premelaah ke tar ke iisee?¿?¿ nah iia vee uenO enGaa ablamOh Un BesikOoh enOrme Uapiselaah!!!! (Amiga mía ¿qué tal estás? ¿qué cuentas? Nada, ya ves. Bueno, venga, hablamos. ¡Un beso enorme guapísima!).

La actividad principal en las redes es comentar las fotos y tratar de conseguir los “messengers” de los especímenes más atractivos.

k wuapa ers morena ai te dejo un puntito xula dame tu msn xoxo o ma agrega bss wuapisima!! (¡Qué guapa eres morena! Aquí te dejo un punto [votación]. Guapa, dame tu messenger o agrégame tú. ¡Besos guapísima!).

Es muy común que los canis hagan unas composiciones fotográficas a modo de collage llamadas “muros” en los que todas las fotos son de ellos mismos. La combinación de fotos es totalmente arbitraria y a menudo no respetan las proporciones ni las simetrías. Las tipografías son simples, utilizando extrañas combinaciones de colores.



Los chicos canis se caracterizan por llevar el pelo muy corto, algunos con un corte característico a modo de cenicero. El medio de locomoción principal es el ciclomotor, convenientemente trucado para aumentar la potencia. Lo utilizan durante todo el día aunque no tengan que ir más allá de su propia calle. Invierten mucho tiempo en personalizarlo mediante el tuning. Tratan de usar el casco lo menos posible, llevándolo en ocasiones en el codo o en la cabeza pero a medio poner, insertado solo hasta las cejas. Les fascina el oro, lo llevan en cantidades industriales. Parece ser que la ostentación áurea les ayuda a diferenciarse y captar la atención de las hembras, por ello procuran que esté bien visible en sus foto-

CURIOSIDAD



Un subgrupo de los canis son los llamados pokeros. Según algunas fuentes, el "poke" es un tipo de música electrónica. El principal elemento de diferenciación es la gorra, que se colocan con la visera mirando al cielo. Llevan grandes anillos-sello en los dedos. Las chicas llevan adornos de pieles sintéticas y su principal ocupación es "ronear" (seducir) a los chicos. Cuando alcanzan la mayoría de edad, este subgrupo es el más propenso a habitar redes sociales como Badoo. En Badoo las fotos son tan subidas de tono como ridículas, hasta tal punto que transmiten cierto aire de desesperación, alcanzando altas dosis de patetismo. Han aparecido algunos blogs donde se exponen a escarnio público los individuos más extravagantes para divertimento de los internautas.

grafías. Tienen algún tipo de aversión al tejido que les impele a quitarse la camiseta a la más mínima oportunidad. Por eso en sus fotos de perfil suelen mostrar el torso desnudo. Les interesa el fútbol aunque lo viven de una manera muy visceral y sin profundizar en los aspectos más tácticos. Independientemente de la comunidad autónoma de residencia, profesan una total adhesión a la selección española, y la experimentan como el principal factor de cohesión social.

Algunos “estudiosos” utilizan la expresión “Disléticas del Bershka” para referirse a las chicas canis. El mecanismo que utilizan para posicionarse socialmente es el tono de voz. Si se encuentran con otras canis a las que conocen, la reacción es siempre la misma: chillan el nombre de la otra persona cuando todavía están a varios metros de distancia. Según el grado de excitación, dan uno o más saltitos a la vez que mueven compulsivamente las manos.

En las redes sociales esos estallidos emocionales se traducen en una gran cantidad de emoticonos en sus nicks. No tienen reparo en autodenominarse “chulas”, “calentitas” o “loquitas”, influenciadas sin duda por los términos que utilizan los machos para designarlas. En las fotos siempre optan por mostrar sus encantos, pero simulan hacerlo de manera inadvertida con expresiones como “no me di cuenta cuando me hicieron esa foto”, “a veces soy una loca” o “soy muy mimosa”. Basan su sentimiento de aceptación en la cantidad de visitas y comentarios en los perfiles y fotos. Necesitan constantemente sentirse valoradas para alimentar su autoestima,

y por eso acuden a portales en los que suben su foto, generalmente muy picante, para que los chicos la puntúen del 0 al 10.

Los pijos del Facebook

Facebook nació en las prestigiosas universidades del Ivy League (las ocho universidades más elitistas del noreste de EE.UU.) y durante los primeros años era necesario disponer de un correo electrónico universitario para poder registrarte. Los universitarios españoles pronto encontraron en Facebook una buena manera de mantener el contacto con sus compañeros de otras universidades, y por eso su uso se extendió a pesar de no existir entonces una traducción al castellano disponible. Este factor actuó en los inicios como un filtro, de manera que solo accedían a Facebook los que no tenían problemas con el idioma.

Una de las tribus urbanas que mejor se lleva con el inglés son los pijos, también conocidos como chetos (Argentina y Uruguay) o cuicos (Chile). Amantes del elitismo y la exclusividad, utilizan expresiones y acrónimos en la lengua inglesa tanto al hablar como al escribir en las redes sociales: OMG (Oh My God), FYI (For Your Information),



LOL (Laughing Out Loud), BTW (By The Way) o WTF (What The Fuck?).

Si los canis son amantes de las autofotos narcisistas, los pijos están apasionados por las fotos en las que salen con un amigo en cada brazo. En Facebook acumulan centenares de fotos donde aparecen sonrientes junto a una infinidad de personas diferentes. Cada una de esas relaciones aparentemente satisfactorias se exhibe como un trofeo y es la base de su estatus social. Cuanta más gente cool aparezca sonriente a tu lado, más importante eres. Utilizan nicknames simples, aunque a veces optan por los diminutivos (“Martita” o “Pablito”) o directamente por términos ñoños como “Pastelito” o “Soñador”.

Al estar mucho más influenciados por el mundo anglosajón, han adoptado antes el discurso visual que permiten las plataformas sociales de vídeo como YouTube. El evento que más se retransmite son las fiestas en las casas particulares o en los lugares de ocio. Las bromas y los bailes que pueden verse en las grabaciones son inocuos cuando no inocentes. Dado el imperativo moral de ocultar sus verdaderos sentimientos y de mostrarse radiantes, la sensación que acaban transmitiendo es la de hipocresía y superficialidad, y de ahí arrancan las críticas que hacen de ellos las otras tribus. Entre las pijas se encuentran las principales videobloggers. Una videoblogger es una chica que, en vez de escribir en un blog, se sienta delante de la webcam y lanza largos monólogos sobre sus compras y sus marcas, sus planes y sus amistades.

Así como los canis tienen una sexualidad muy explícita en las redes sociales, los pijos tienden a ocultar esas

inclinaciones. Sus perfiles son virginales. Algún taco, pero ningún signo de ostentación sexual. Tratan de impresionar al sexo opuesto de manera sutil, y prefieren perder una oportunidad antes que mostrar abiertamente sus impulsos sexuales.

Frikis en Twitter

Los *freaks* (término que se ha castellanizado como “frikis”) son una tribu formada por aquellos adolescentes que tienen una vida menos socializada que sus compañeros, muchas veces a causa de sus propios gustos y aficiones minoritarias. Pese a que los hispanohablantes le damos un tono peyorativo al término friki, en su origen no se usaba para los tipos raros o inadaptados, sino que significaba más bien alguien singular, que va por libre, independiente.

Dentro de los freaks hay dos subgrupos diferenciados: los *nerds* y los *geeks*. El “empollón” tradicional, aislado del resto de la clase y sin interés para nada más que no sean sus libros y sus intereses académicos, es lo que se denomina nerd. La única red social que conciben es la que ellos mismos puedan crear alrededor de su blog académico o con los demás colaboradores de la Wikipedia.

El otro gran subgrupo dentro de los freaks, los *geeks*, son personas obsesionadas por algún tema, hasta el punto de configurar su vida social alrededor de este. En un entorno diverso como el instituto se muestran inadaptados, pero se sienten muy cómodos en las reuniones con las personas que comparten su misma afición. Hay *geeks* de la ciencia ficción que organizan congresos sobre *La*

Guerra de las Galaxias o *El Señor de los Anillos*. Otros geeks se decantan hacia las expresiones artísticas como la música (son los que se reúnen en las tiendas de discos de vinilo) o el Manga (los conocidos como *otakus*, que acuden disfrazados a los salones del cómic). El tercer gran grupo de geeks son los fascinados por las nuevas tecnología, ya sea internet, los juegos y videoconsolas o bien los gadgets electrónicos.

Los geeks aprecian mucho las redes sociales, ya que suponen la manera más fácil de encontrar personas que compartan sus aficiones, escapando así de la presión social que les rodea en el instituto, la universidad o el trabajo. De hecho, todas las grandes redes sociales han sido creadas por geeks, cosa que explica que ellos hayan sido los primeros colonizadores de Facebook o YouTube. Su presencia sigue siendo notable en las redes sociales más recientes como Twitter o en las que tienen una temática concreta, como DeviantArt o MySpace.

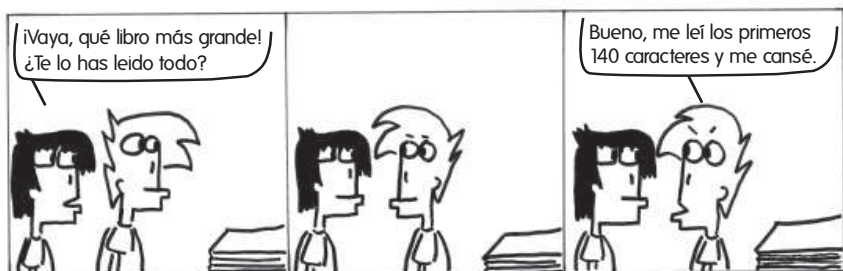
Los frikis en general no se mueven con los mismos parámetros utilitaristas que el resto de la sociedad. Son muy idealistas y en ocasiones muy poco pragmáticos. La inmensa mayoría de las veces no les mueve el dinero, sino una especie de desafío interior que les hace capaces de dedicar muchísimas horas a lo que les apasiona, sin esperar una remuneración a cambio. Solo de esta manera se explica que existan sitios como la Wikipedia o Menéame, o que se hayan conseguido sistemas operativos como Linux y navegadores web como Firefox. Sin los geeks no serían posibles las grandes obras de trabajo colaborativo.

Ese mismo carácter obsesivo que los hace tan valiosos para la comunidad online, es el que provoca que sean protagonistas de las filias más extravagantes de la red. Los otakus, por ejemplo, son conocidos por heredar de sus ascendientes japoneses las preferencias sexuales más desagradables, como el *tentacle porn*, y por simular cuestiones tan humanas como el enamoramiento y la conquista mediante los Dating sims.

Emos contra Floggers

En España son cada vez más conocidas dos tribus urbanas antagónicas: los Emos y los Floggers. Originarios del mundo anglosajón y latinoamericano, su presencia se hace más destacada en las redes sociales donde el perfil es más personalizable. Ese es el caso de MySpace, donde, si dispones de los conocimientos adecuados, puedes modificar la apariencia del perfil muchísimo más que en Facebook o Tuenti. Fotolog, aunque menos versátil, también permite bastante adaptación. Su entrada en España se ha hecho en parte gracias a la inmigración latinoamericana.

Emo es un diminutivo de emotional-hardcore, que es un tipo de música que surgió en los años ochenta. Visten de



negro con toques de colores eléctricos (rosa, principalmente). Las distinciones sexuales son mínimas, por eso los emos chico usan ropa y maquillaje de mujer, aunque no sean homosexuales. Esta ambigüedad sexual es una manera de rebelarse contra los roles sexuales tan diferenciados que poseen otras tribus urbanas como los canis o los pijos. Como su nombre indica, no tienen ningún reparo en mostrar sus sentimientos en público, llorando, gritando o emocionándose si así lo sienten. Están por tanto en las antípodas del mundo de color rosa y de la eterna sonrisa de los seguidores del “Amo a Laura”.

Sus perfiles en MySpace son como sus vestimentas. Tonos oscuros rotos por detalles en colores vivos. Existen centenares de páginas web que ofrecen diseños gratuitos o de pago para personalizar los perfiles de MySpace a la manera Emo. Como no podía ser de otra manera, hacen un uso intensivo de los emoticonos, ya que eso les permite expresar sintéticamente sus estados de ánimo.



Perfil Emo en MySpace.

El término *floggers* viene de la palabra *flog*, que a su vez es un apócope de Fotolog. Son originarios de Argentina.

Apasionados por la moda y las marcas, son capaces de llevar en sus prendas los elementos más llamativos de la gama cromática: rojo, amarillo, verde, violeta, blanco y azul. Comparten algunas características con los canis: la obsesión por la popularidad, las connotaciones sexuales de las fotos y el narcisismo. Sin embargo, la diferencia fundamental es que los floggers proceden de las clases altas, mientras que el origen de los canis está en los suburbios de las grandes ciudades.

Los chicos floggers cuidan mucho su aspecto físico y se preocupan obsesivamente por su pelo y su vestimenta. A veces adoptan tendencias marcadamente metrosexuales, como el cuidado del cutis y la manicura. Por un camino diferente a los emos, acaban llegando a una



característica común: la escasa diferenciación sexual. Eso se manifiesta también en los perfiles de las redes sociales, en los que las distinciones en cuanto al sexo son mínimas.

Las principales conversaciones son sobre marcas, y la principal demanda que hacen es “Agrégame a los F/F”, es decir, añádeme a tu lista de Fotolog Friends. Cualquier favor o comentario pide a cambio un F/F, de manera que cada flogger construye una red social basada en múltiples relaciones muy superficiales. El criterio que prima es la cantidad de enlaces, y no la calidad de los mismos.

Lo que nos espera

Toda la reflexión del libro sobre las redes sociales nos ha conducido finalmente a las diferentes tribus de adolescentes. Ni las tribus ni las redes son una moda pasajera. Los medios de comunicación están cada vez más fragmentados, y las ideologías y los nacionalismos han perdido su factor aglutinador. Las personas buscan su propia identidad a través de grupos humanos más reducidos y diferenciados (las tribus) que disponen de una plataforma excelente para conocerse, reunirse y organizarse (las redes sociales). La vuelta a las tribus, eso es lo que nos espera.

