
Las redes sociales: una nueva etapa en la organización de la sociedad

José M. Domínguez Martínez

Resumen: El propósito de este trabajo es trazar algunas líneas básicas de un marco general para el análisis de las repercusiones de la configuración y extensión de las redes sociales, las cuales se manifiestan en diferentes planos como el sociológico, el político y el económico. Después de realizar una reflexión acerca de la trascendencia y el alcance de los cambios introducidos por la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, se apuntan distintas cuestiones relacionadas con las implicaciones de las redes sociales.

Palabras clave: Redes sociales; implicaciones socioeconómicas.

Códigos JEL: O33; O35; R29; Z13.

1. La revolución de las TIC: mucho más que una revolución tecnológica

No es infrecuente oír opiniones que subrayan el deterioro de las condiciones de vida que se viene produciendo en el curso de las últimas décadas. No obstante reconocer y lamentar las penurias económicas que la reciente crisis ha ocasionado en numerosas familias, a quienes acumulamos la evidencia empírica personal de haber transitado la infancia en la España pobre y atrasada de los años sesenta del pasado siglo se nos hace un tanto difícil aceptar esa tesis. En muchos de los hogares de aquella ya lejana época aún no había llegado el teléfono, ni la televisión, ni el automóvil... Por faltar, en algunos casos hasta faltaban las viviendas propiamente dichas y el trabajo había que ir a buscarlo, en trenes de tercera y sin ningún título académico, a una Europa en plena reconstrucción económica. Los viajes en avión eran un privilegio reservado para las élites. La radio era nuestra principal conexión con el mundo exterior; el servicio de correos, nuestra vía esencial de comunicación. Las carencias de todo tipo eran un rasgo omnipresente y las distancias y los tiempos de espera formaban parte del paisaje de manera natural.

Para los miembros de aquellas sufridas generaciones, cuando comparamos las diferencias en cuanto a las posibilidades de información libre y de comunicación, física y electrónica, el calificativo de revolucionario asociado al papel de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se nos antoja insuficiente. En el transcurso de tan sólo algunas décadas, las transformaciones percibidas han sido tantas y de tal calibre que en ocasiones cuesta trabajo percibir las como hechos reales y no imaginarios. Aunque, en verdad, esto último sería ciertamente complicado, porque quién podría tener tal capacidad imaginativa.

Los cambios tecnológicos acontecidos han sido objeto de estudio en numerosos textos y están ampliamente documentados. Su complejidad es tal

que sólo para exponerlos se requeriría de una enciclopedia. Igualmente sus repercusiones sociales y económicas, por su variedad y extensión, precisan de un adecuado tratamiento que se resiste a los moldes tradicionales. No es, en modo alguno nuestra intención -lo que no sería sino una vana pretensión- abordarlo aquí. Por el contrario, se escriben estas páginas con el modesto propósito de trazar algunas líneas básicas que pudieran formar parte de un marco general para el análisis de las redes sociales desde una perspectiva socioeconómica.

2. Las redes sociales: principales cuestiones planteadas

Las redes sociales son una de las manifestaciones más patentes e impactantes del cambio tecnológico. Mucho más allá de la retórica, hoy formamos parte de una sociedad en red. Disponemos de diversos medios para comunicarnos de manera instantánea, para compartir información y conocimiento, para dar rienda suelta a nuestras necesidades de expresión, para satisfacer nuestra curiosidad, encontrar respuesta a los más variados interrogantes y sentirnos parte de comunidades más o menos estructuradas y más o menos abiertas.



Hay un antes y un después respecto a su creación y difusión. Las redes sociales son producto de los avances tecnológicos, pero ellas a su vez son motores de múltiples cambios sociales, políticos y económicos. A continuación se apuntan algunas de las cuestiones que, en estos apartados, se plantean en conexión con las redes sociales:

- i. La función de la conectividad: Como todo fenómeno social, las redes sociales pueden ser objeto de evaluación a fin de confrontar sus ventajas e inconvenientes. Seguramente estos últimos no faltan, pero no parece que sea necesario escarbar demasiado para encontrar el componente de felicidad y de satisfacción que la pertenencia a distintas redes aporta a quienes, libre y voluntariamente, deciden incorporarse a ellas. El sentido de dicha pertenencia, y la sensación de respaldo y de reconocimiento son valores intangibles de gran relevancia. La noción de un “gráfico social” que conecta a la gente con sus amigos y con todas las cosas de su interés es crucial (The Economist, 2012b)¹. En el caso de las redes de contenido profesional, cabe destacar el beneficio para los posibles contratantes de servicios al identificar a personas que no necesariamente están buscando empleo, pero que, si surge una oferta apropiada, pueden estar dispuestas a aceptarla (The Economist, 2014c).
- ii. El tamaño óptimo de las comunidades: El tamaño de la red social manejable es objeto de atención por los especialistas. Algunos de estos sostienen que el cerebro humano está concebido para manejar un red social de 150 personas (Harford, 2014; Tett, 2014).
- iii. El bienestar social: ¿Cómo se recogen los mencionados valores asociados a la pertenencia a las redes sociales en los indicadores habituales de bienestar económico y social? Por otro lado, teniendo en cuenta que muchos de los servicios que posibilitan las redes sociales son gratuitos, surge el reto de atribuir una valoración económica a las actividades disfrutadas en el entorno de las redes (Domínguez, 2013b). Incluso se ha abierto un debate acerca de la importancia relativa de la conectividad y de una vacuna contra la malaria².
- iv. Eficiencia y productividad: Las TIC, en general, y las redes sociales, en particular, han posibilitado unos avances impresionantes en el terreno de la eficiencia y la productividad. Los

ahorros de recursos materiales y de tiempo son extraordinarios. Bien aprovechados, los dispositivos electrónicos ofrecen enormes ventajas para las empresas, las familias y las personas³. En el otro lado de la balanza, un uso excesivo o improductivo –por vía de la adicción al uso o de la hiperconectividad– puede impedir el desarrollo normal de otras actividades productivas⁴. Hay quienes ven los nuevos dispositivos tecnológicos como organismos parasitarios capaces de llegar a controlar organismos más grandes (Guthrie, 2015). El impulso de comprobación casi continuada de los mensajes es interpretado por algunos comentaristas como un ejercicio de esperanza y de anticipación (Pollack, 2014). Para paliar los problemas (“horrores”) de la hiperconectividad se hace necesario, según The Economist (2012a), actuar colectivamente en vez de individualmente⁵.

- v. El aprendizaje: Las nuevas tecnologías están transformando los métodos de enseñanza y aprendizaje (Domínguez, 2013a). Han convertido la educación de un servicio limitado en un servicio universal. Las rutas del conocimiento se ven facilitadas y democratizadas. También en este terreno es posible aducir algún inconveniente –de magnitud ínfima en comparación con las ventajas potenciales–, el de la posible tendencia a buscar la vía más rápida para acceder al conocimiento con el consiguiente descuido del proceso de autoformación.
- vi. Barreras de comunicación: Paradójicamente, un alto grado de dependencia de los vínculos virtuales puede erigir barreras a las comunicaciones y a las relaciones personales directas. Los dispositivos móviles pueden convertirse en obstáculos para el contacto presencial. La gente está ahora en permanente interacción, pero los nuevos dispositivos originan también una sociedad alienada y más individualista (Tett, 2015). Tampoco puede pasar desapercibido el problema de la exclusión social

³ Sin embargo, paradójicamente, como señala Wolf (2014), percibimos las TIC en todos los sitios menos en las estadísticas de productividad. The Economist (2013) considera que Internet aún no ha producido el esperado milagro de la productividad.

⁴ K. Parsons, una empresaria que, a modo de experiencia, llegó a desconectar su correo electrónico durante un mes, nos recuerda algo ciertamente relevante: cuando envía un mensaje, es consciente del trabajo extra que crea (De Vita, 2014).

⁵ Kellaway (2015a), como única solución eficiente para gestionar la gran cantidad de correos electrónicos, aboga por hacer que la comunicación sea más laboriosa o costosa. Según un estudio reciente, en algunos sectores, un trabajador medio puede invertir el 28% de su tiempo semanal de trabajo leyendo y contestando e-mails (Twentyman, 2014).

¹ El éxito de Facebook radica en haber encontrado “una nueva forma de aprovechar un instinto prehistórico. A la gente le gusta socializarse y Facebook lo hace más fácil” (The Economist, 2012c).

² Bill Gates valora más la vacuna, pero no falta quien, como Collins (2013), ensalza las ventajas de la conectividad, por su efecto sobre la transformación del comportamiento.

para quienes, por diferentes motivos, no estén integrados en redes.

vii. Medios de comunicación: Las nuevas tecnologías han obligado a la adaptación de los medios de comunicación. No sólo se trata de la implantación de los periódicos on-line, sino que se ha alterado el proceso de difusión de las noticias, e incluso el de la propia generación de información. Asimismo, la valoración inmediata de las informaciones, por parte de los lectores, adquiere cada día mayor relevancia. Lamentablemente, cuando los comentarios no se rigen por pautas de civismo y respeto democrático, el producto tiende a devaluarse, lo que lleva a la autoexclusión de opiniones potencialmente valiosas.

viii. La influencia de los líderes de opinión: Las redes sociales han posibilitado el auge de los creadores de opinión, algunos de los cuales aglutinan a decenas de miles de seguidores. No ser un participante activo en los nuevos canales es sinónimo de invisibilidad y de falta de notoriedad. Pero no menos arriesgado es cometer un desliz, que, en determinados casos, puede acabar de manera fulminante con una trayectoria profesional o política. Quizás sea una de las razones por las que los primeros ejecutivos de las grandes compañías mundiales tienen una presencia relativamente baja (15%) en Twitter (Palmer, 2015). En cualquier caso, se constata una gran avidez social por los mensajes de las personas con mayor relevancia social, empresarial o política. La influencia de los mensajes y su contexto en las reacciones de los participantes en las redes, como han puesto de manifiesto estudios y experimentos recientes, es muy relevante (Bradshaw, 2014). Zuckermann (2014) apunta el peligro de las “cámaras de eco” y de los “capullos de información”.

ix. Utilización indebida de la privacidad: La flexibilidad de los canales electrónicos tiene un lado débil, la facilidad de la vulneración de informaciones personales –que, casi por definición dejan de serlo una vez que se canalizan a través de las redes– por parte de operadores y de integrantes de las comunidades virtuales (Shrimsley, 2014). En este contexto, la utilización sin conocimiento de un grupo de usuarios de Facebook para la realización de experimentos sociales ha alertado del peligro de la manipulación en las redes (Gapper, 2014)⁶. En un plano más general, la ampliación de la capacidad del Estado para una vigilancia total sobre los

individuos puede representar una amenaza para la democracia (Ignatieff, 2014)⁷.

x. Sistemas de elección social: Los sistemas tradicionales de adopción de decisiones a través de los órganos políticos, basados en la democracia representativa, en una primera aproximación podrían parecer anacrónicos cuando, de hecho, existe la posibilidad de que una gran parte de la población participe directamente en los procesos de toma de decisiones. Aunque son evidentes las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, capaces de abaratar enormemente los costes de los referendos, no por ello debe entenderse superado el debate entre la democracia directa y la democracia representativa. Cada una tiene sus ventajas y sus inconvenientes (Dominguez, 2011b). Lo que sí parece claro es que las redes son un eficaz instrumento para fomentar la transparencia y la rendición de cuentas en distintos ámbitos de actuación.

xi. El precio de las redes sociales: La revolución de las TIC ha venido acompañada de diversos desafíos a la teoría económica convencional. Así, por ejemplo, nos hemos encontrado con servicios colectivos que son ofertados libremente y de manera gratuita (Domínguez, 2011a). A este respecto, es destacable que el acceso a las redes sociales y su utilización son gratuitos o casi gratuitos. La explicación de esta paradoja radica sin lugar a dudas en la gran cantidad de información que logran las compañías operadoras de los servicios, así como en la fidelización que consiguen una vez que se establece una amplia gama de contactos (The Economist, 2015)⁸. Los integrantes de las redes sociales se convierten así en un componente pasivo de negocio potencial, generador de un elevado valor económico⁹. Está por ver lo que ocurrirá una vez que se consoliden los mercados. Como apunta Ritter (2013), empresas como Twitter y Facebook son muy difíciles de valorar, lo que no impide que en la práctica se realicen operaciones corporativas

⁶ En The Economist (2014a) se alerta acerca de los problemas de seguridad existentes en las redes sociales, señalando que los programas informáticos cifran los datos en los servidores usando claves que los operadores controlan, no sus usuarios.

⁷ The Economist (2011) se hace eco de una posibilidad escalofriante (aunque no puedan obviarse sus aplicaciones médicas): diversas líneas de investigación están convergiendo en la idea de que la actividad neurológica del cerebro puede ser descodificada directamente, y los pensamientos revelados, sin necesidad de hablar.

⁸ Es sintomático el hecho de que Facebook rehuya del concepto de “usuario” en favor del de “persona” (Kellaway, 2015b).

⁹ The Economist (2014b) destaca “la naturaleza viral del atractivo” de WhatsApp, que le ha permitido una enorme expansión sin gastar un céntimo en marketing. Por su parte, Morozov (2014a) incide en la utilización de los datos personales para hacer predicciones muy útiles para los vendedores de productos, pero no deja de recordar (Morozov, 2014b) que los datos personales no pueden ser tratados como una mercancía cualquiera.

basadas en unos precios desorbitados¹⁰. Otros analistas consideran que no tiene sentido aplicar antiguas medidas de valoración a los nuevos comportamientos digitales (Waters, 2014).

- xii. La sustitución del sector público: La escasez de la información ha sido una de las razones tradicionales para la intervención del sector público, cuyo papel era imprescindible para suministrar una serie de servicios a ciudadanos y empresas. Ese cuasimonopolio de la información ha sido hecho añicos por las nuevas tecnologías, por lo que, en algunos ámbitos, la necesidad objetiva de la intervención estatal se ve reducida (Micklethwait y Wooldridge, 2014).

Referencias bibliográficas

BRADSHAW, T. (2014): "Facebook hit by psychology test backlash", Financial Times, 29 de junio.

COLLINS, N. (2013): "Twitter's real price is global connectivity", Financial Times, 8 de noviembre.

DE VITA, E. (2014): "The email detox for a cleaner, leaner working of life", Financial Times, 30 de noviembre.

DOMÍNGUEZ MARTÍNEZ, J. M. (2011a): "Wikipedia: el desafío a la teoría económica", La Opinión de Málaga, 9 de marzo.

DOMÍNGUEZ MARTÍNEZ, J. M. (2011b): "Democracia: ¿directa vs. representativa?", La Opinión de Málaga, 1 de junio.

DOMÍNGUEZ MARTÍNEZ, J. M. (2013a): "La globalización llega al campus", Sur, enero de 2013.

DOMÍNGUEZ MARTÍNEZ, J. M. (2013b): "El valor económico de Internet", Sur, junio de 2013.

GAPPER, J. (2014): "We are the product that Facebook has been testing", Financial Times, 2 de julio.

GUTHRIE, J. (2015): "My mobile, the parasite", Financial Times, 2 de enero.

HARFORD, T. (2014): "The Christmas card network", Financial Times, 5 de diciembre.

IGNATIEFF, M. (2014). "We need a new Bismarck to tame the machines", Financial Times, 10 de febrero.

JOHNSON, L. (2014): "WhatsApp shows off California's optimism", Financial Times, 25 de febrero.

KELLAWAY, L. (2015a): "My solution to the anguish of unanswered emails", Financial Times, 1 de febrero.

KELLAWAY, L. (2015b): "Facebook and the 'daily average people' formerly known as users", Financial Times, 11 de enero.

KUCHLER, H. (2014): "WhatsApp 'sticker shock' purchase offers Facebook mobile leverage", Financial Times, 20 de febrero.

MICKLETHWAITH, J., y WOOLDRIDGE, A. (2014): "The Fourth Revolution. The Global Race to Reinvent the State", The Penguin Press, Nueva York.

MOROZOV, E. (2014a): "Silicon Valley is turning our lives into an asset class", Financial Times, 13 de marzo.

MOROZOV, E. (2014b): "No vendamos nuestra auténtica humanidad", El País, 2 de mayo.

PALMER, M. (2015): "Chief executives spread their wings as fledgling tweeters". Financial Times, 28 de enero.

POLLACK, X. (2014): "That itch to check your inbox is only human", Financial Times, 1 de septiembre.

RITTER, J. (2013): "Why the Twitter launch left \$1.5bn on the table", Financial Times, 11 de noviembre.

SHRIMSLEY, R. (2014): "Trash-talking on the internet of things", Financial Times, 8 de enero.

TETT, G. (2014): "Only connect, but do it in person", Financial Times, 9 de mayo.

TETT, G. (2015): "How social media split the family", Financial Times, 2 de enero.

THE ECONOMIST (2011): "Mind-reading. The terrible truth", 29 de octubre.

THE ECONOMIST (2012a): "Slaves to the smartphone", 10 de marzo.

THE ECONOMIST (2012b): "A fistful of leaders", 4 de febrero.

¹⁰ No faltan opiniones que consideran que la compra de WhatsApp por Facebook (19.000 millones de dólares, aunque "solo" 4.000 de estos en efectivo) se hizo a un precio "razonable" o incluso "conservador" (Kuchler, 2014). Johnson (2014) valora la operación como "elogio de la audacia". The Economist (2012) apunta como mayor riesgo de Facebook que el creciente interés sobre la privacidad pueda traducirse en una ola regulatoria que haga difícil la explotación de los datos acumulados.

THE ECONOMIST (2012c): “The value of friendship”, 4 de febrero.

THE ECONOMIST (2013): “The internet has not yet produced the hoped-for productivity miracle”, 17 de agosto.

THE ECONOMIST (2014a): “Digital privacy. Cryptography for dummies”, 29 de noviembre.

THE ECONOMIST (2014b): “Facebook and WhatsApp. Getting the messages”, 22 de febrero.

THE ECONOMIST (2014c): “Linkedin. Workers of the world, log in”, 16 de agosto.

TWENTYMAN, J. (2014): “Are social networks an answer to email overload?”, Financial Times, 19 de septiembre.

WATERS, R. (2014): “Facebook/WhatsApp: rationale behind buying a start-up for \$19 bn”, Financial Times, 20 de febrero.

WOLF, M. (2014): “If robots divide us, they will conquer”, Financial Times, 4 de febrero.

ZUCKERMANN, E. (2014): “Entrevista”, OpenMind, 18 de noviembre.

