

Autor: Osvaldo David Lambertucci

Director: Javier Blanqué



Universidad Nacional de Luján

Int. Ruta 5 y 7

6700 Luján, Buenos Aires

República Argentina

Año 2008

REDES SOCIALES

Lambertucci, Osvaldo D.

dlambertucci@yahoo.com.ar

Legajo: 61626

Resumen

El objetivo de este trabajo es dar a conocer acerca del fenómeno de las Redes Sociales (RSs), sus inicios y desarrollo a lo largo del tiempo, actualidad y futuro de las mismas. Se investigan algunas RSs de mayor popularidad con sus características y funcionalidades.

En un principio se presenta lo que es Web 2.0, termino que engloba a las RSs y con el cual esta estrechamente vinculado.

Luego se detalla a donde apuntan las RSs y los servicios que brindan y quienes las usan y los beneficios que actualmente brindan a diferentes grupos de personas y entidades.

Se explicarán las funcionalidades y características de algunas RSs como son: Facebook, Myspace, Twitter, LinkedIn, Orkut, Hi5, Sónico, Xing y otras.

Finalmente se realizarán pruebas de laboratorio con software OpenSource que permite armar RSs propias. En este trabajo lo que se desarrollo fue una Micro Red Social con funciones básicas demostrando parte de las funcionalidades de las RSs.

INDICE

AGRADECIMIENTOS

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

1. Introducción

2. Web 2.0

2.1 Introducción

2.2 Que es la Web 2.0?

2.2.1 Principios Aplicaciones Web 2.0

2.2.2 Tecnologías Web 2.0

2.2.2.1 Técnicas

2.2.2.2 General

2.2.2.3 Redifusión de Contenidos

2.2.2.4 Servicios Web

2.3 Consecuencias de la Web 2.0

2.3.1 Carencias y efectos colaterales de la Web 2.0

2.4 Actualidad de la Web 2.0

2.5 Web 2.0 y Redes Sociales

2.6 Comparación con la Web Semántica

2.6.1 Qué es la Web Semántica

2.6.2 Para qué sirve

2.6.3 Ejemplos de Web Semántica

2.7. La Wikipedia: máximo ejemplo de la Web 2.0

2.8 Otros Ejemplos de Web 2.0

3. Redes Sociales

3.1 Introducción

3.2 Origen de las RSs

3.3 Que es una RS

3.3.1 Análisis de las RSs

3.4 Comunicación en RSs

4. Clasificación de las RSs

4.1 Tipos de RSs

4.2 Utilidad RSs

4.2.1 Sirven para encontrar trabajo

4.2.1.1 Como funciona la búsqueda

4.3 Expansión de las RSs

4.4 Ejes de las RSs

4.4.1 Identidad

[4.4.2 Status](#)

[4.4.3 Poder](#)

[4.5 Problemas de Seguridad y Privacidad en las RSs](#)

[4.5.1 Ingeniería Social: "Seguridad Informática"](#)

[4.5.1.1 Phishing](#)

[4.5.1.2 Otras técnicas de Fraude](#)

[4.5.1.3 Ejemplo de Fraude Actual](#)

[4.5.2 Problemas de Seguridad en Aplicaciones de Terceros](#)

[4.5.2.1 Soluciones al Problema](#)

[4.5.3 Los niños ignoran las normas de Seguridad en las RSs](#)

[4.5.4 Los gusanos se pasan a las RSs](#)

[4.5.5 Normas de Seguridad para las RSs](#)

[4.6 Funcionalidades](#)

[4.6.1 Funciones y Características del Vínculo](#)

[4.6.1.1 Funciones de la red.](#)

[4.6.1.2 Atributos de un vínculo](#)

[4.6.2 Los Sistemas Operativos incluirán cada vez más las funcionalidades de las RSs](#)

[5. Actualidad de las RSs](#)

[5.1 RSs más Populares.](#)

[5.1.1 RSs superan ya en popularidad al correo electrónico](#)

[5.2 Ranking de las RSs](#)

[5.3 Futuro de las RSs](#)

[5.3.1 RSs Móviles](#)

[5.3.1.1 RSs Móviles, el Futuro de la Participación](#)

[6. Facebook](#)

[6.1 Introducción](#)

[6.2 Qué es Facebook?](#)

[6.3 Servicios que ofrece](#)

[6.4 Prohibición](#)

[6.5 Seguridad y Privacidad en Facebook](#)

[6.5.1 Consejos de Seguridad](#)

[6.6 Actualidad Facebook](#)

[7. MySpace](#)

[7.1 Que es Myspace?](#)

[7.2 Características de Myspace](#)

[7.3 Disponibilidad de Myspace](#)

[8. Twitter](#)

[8.1 Que es Twitter?](#)

[8.2 Historia](#)

[8.3 Tecnología Utilizada](#)

[8.4 Usos de Twitter](#)

[8.5 Actualidad Twitter](#)

[8.6 Servicios Twitter](#)

[9. LinkedIn](#)

[9.1 Qué es LinkedIn?](#)

[9.2 Para que sirve LinkedIn](#)

[9.2.1 Como comenzar a utilizar LinkedIn y sacarle provecho a esta RS](#)

[9.2.1.1 Tener un perfil completo es fundamental](#)

[9.2.1.2 **Añada contactos a su red**](#)

[9.2.1.3 **Comparta sus conocimientos y experiencias**](#)

[10. Orkut](#)

[10.1 Historia de Orkut](#)

[10.2 Características Orkut](#)

[10.2.1 Comunidades](#)

[10.2.2 Otras características mixtas](#)

[10.2.3 Rediseño de Orkut](#)

[10.3 Información Personal en Orkut](#)

[10.4 Interfase de Orkut](#)

[11. Hi5](#)

[11.1 Qué es HI5?](#)

[11.2 Información Personal en Hi5](#)

[11.3 Características de Hi5](#)

[11.3.1 Amigos](#)

[11.3.2 Comentarios](#)

[11.3.3 Visitas](#)

[11.3.4 Diario](#)

[11.3.5 Ilike](#)

[11.3.6 Artugios](#)

[11.3.7 Aplicaciones](#)

[12. Sónico](#)

[12.1 Qué es Sónico?](#)

12.2 Un poco de Historia

12.3 Funcionalidades

12.3.1 Privacidad

12.3.2 Perfil

12.3.3 Cartelera

12.3.4 Amigos

12.3.5 Grupos

12.3.6 Redes

12.3.7 Mensajes Privados

12.3.8 Fotos

12.3.9 Videos

12.3.10 Eventos

12.3.11 Juegos

12.3.12 Mensajero Instantáneo

12.3.13 Postales

12.3.14 Alertas

13. Xing

13.1 Funcionamiento

13.2 Funcionalidades

14. Análisis FODA RSs

14.1 Fortalezas

14.2 Debilidades

14.3 Oportunidades

14.4 Amenazas

14.5 Por que el interés y atracción por las RSs

14.5.1 Oportunidades de negocio con las RSs?

15. ANEXO

15.1 Detalles del prototipo desarrollado

16. Conclusiones

17. Referencias

AGRADECIMIENTOS

A mi director de tesis, Profesor Javier Blanqué por brindarme su tiempo y dedicación en este proyecto.

A quienes colaboraron conmigo en este trabajo prestando desinteresadamente su tiempo y conocimientos, especialmente a Gustavo Seip.

A mi familia y pareja por acompañarme durante mis años de estudio y especialmente en esta etapa final de mi carrera, a mi pareja principalmente por su continua insistencia y apoyo en terminar la carrera.

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

En este trabajo se pretende dar conocimientos acerca de lo que son las RSs, se dará una explicación de sus orígenes y su gran crecimiento a lo largo del tiempo. La actualidad de las mismas y su gran impacto en Internet.

En el segundo capítulo se explicara brevemente acerca de la Web 2.0, que es y que no es, una breve comparación sobre aplicaciones tradicionales y el vínculo directo de una Red Social como parte de la Web 2.0.

Se hará una reseña histórica de los avances tecnológicos referidos puntualmente al crecimiento de Internet y su uso.

En el tercer capítulo se entrará ya en lo que es una Red Social (RS), su surgimiento y avances, lo que representa en sí, comunicación en las RSs..

En el cuarto capítulo se dará una clasificación de las RS, se explicará la utilidad de las mismas y como se están expandiendo día a día, sus funcionalidades.

Se explicarán los ejes de las RSs.

Se explicarán los diferentes problemas de seguridad que pueden ocurrir.

En el quinto capítulo se explicará la actualidad de las RSs y el futuro de las mismas. Un ranking de las mismas y se hará mención de las RSs más populares.

También se hará mención a la telefonía móvil en las mismas que es el boom del momento.

En el sexto capítulo se hará un trabajo de investigación sobre Facebook explicando sus funciones y suscripción a la misma.

En el séptimo capítulo se hará un trabajo de investigación sobre MySpace comentando sus funcionalidades.

En el octavo capítulo se hará un trabajo de investigación sobre Twitter comentando sus funcionalidades y características.

En el noveno capítulo se hará un trabajo de exploración sobre LinkedLN comentando sus funciones y tipo de RS.

En el décimo capítulo se hará un trabajo de investigación sobre Orkut.

En el capítulo once se hará un trabajo de exploración sobre Hi5.

En el capítulo doce se hará un trabajo de investigación sobre Sónico.

En el capítulo trece se hará un trabajo de investigación sobre Xing, su funcionamiento y funcionalidades.

En el capítulo catorce se realiza un análisis FODA sobre las RSs y su impacto en las empresas, que beneficios puede tener utilizándolas explicando esto con un ejemplo. Además, se explican en principio estas características utilizadas desde las empresas para tener una noción más clara.

En el ANEXO de pruebas se probará un software Open Source que permite armar RSs propias describiendo todas las herramientas utilizadas y configuraciones necesarias para el desarrollo del prototipo.

1 Introducción

Las RSs en Internet han estallado y su inmensa popularidad hace que cada vez crezcan más, a pesar de los comentarios que alertan sobre ciertos problemas de privacidad para los usuarios al registrarse en estas RSs.

Nadie obliga a nadie a darse de alta en estos sitios, que ayudan al usuario a relacionarse con otros en función de los datos que él mismo proporciona. Los datos proporcionados por los usuarios dependen de ellos mismos al grado de privacidad sobre el cual se quieren manejar.

Las RSs en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en prometedores negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos.

Suelen posibilitar que pluralidad y comunidad se junten y es ahí donde quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos o usuarios que conforman esas redes.

La fuerza del grupo permite sobre el individuo cambios que de otra manera podrían ser difíciles y genera nuevos vínculos afectivos y de negocios en cadena de una manera asombrosa.

Los sitios de RSs están atrayendo cada vez más la atención de investigadores a nivel universidad e industria por la posibilidad que brindan y su alcance.

El ámbito de las RSs es muy amplio, existen una gran variedad de RSs acorde al ámbito en el cual fueron creadas, ya sea a encontrar gente, trabajo, etc.

El software germinal de las RSs parte de la teoría de los [Seis grados de Separación](#), según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas.

La teoría de los Seis Grados de Separación es una teoría que intenta probar el dicho de "el mundo es un pañuelo", dicho de otro modo, que cualquiera en la Tierra puede estar conectado 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 sólo seis enlaces).

2 Web 2.0

2.1 Introducción

El concepto de Web 2.0 surge como consecuencia de un conjunto de ideas a mediados del año 2004 entre los equipos de dos empresas dedicadas a la creación de eventos, publicaciones y conocimientos sobre tecnologías digitales. Por un lado Dale Dougherty perteneciente a *O'Really Media* y Craig Cline por *MediaLive Internacional* fueron los pioneros para desarrollar una conferencia y presentar el conjunto de ideas que tenían [1].

Todo comenzó con una sesión de *'brainstorming'* donde aseguraban que Internet era cada vez más importante con surgimiento de nuevas aplicaciones y creación de sitios Web en forma continua y regular [5].

Cuando se hace referencia al termino Web 2.0 se apunta a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que utilizan inteligencia colectiva para proporcionar servicios participativos en red dándole al usuario el control sobre sus datos [2].

El concepto original del contexto, llamado Web 1.0 hacia referencia a páginas estáticas [HTML](#) que no eran actualizadas frecuentemente y en donde el usuario actuaba en forma pasiva accediendo solo a leer el contenido de estas páginas. El éxito de las [punto-com](#) dependía de webs más dinámicas (a veces llamadas Web 1.5) donde los [CMS](#), Sistema de Gestión de Contenidos (Content Management System en inglés, abreviado CMS) servían páginas [HTML](#) dinámicas creadas al momento desde una actualizada [base de datos](#). En ambos sentidos, el conseguir hits (visitas) y la estética visual eran considerados como factores importantes.

Los propulsores de la aproximación a la Web 2.0 creen que el uso de la Web está orientado a la interacción y RSs, que pueden servir contenido que explota los efectos de las redes, creando o no webs interactivas y visuales. Es decir, los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o webs dependientes de usuarios, que como webs tradicionales [2].

En la Web 2.0 se trata de aplicaciones que generan colaboración y servicios que reemplazan las aplicaciones de escritorio.

Una de las características principales de la era Internet es que el software deja de ser un producto para transformarse en un servicio. De esta forma, tanto los modelos de negocio

como los de desarrollo pasan a un ciclo de evolución continua. Con la Web 2.0 ésta característica se hace realidad.

Por contra, en esta nueva visión de servicios, las actualizaciones se realizan cada semana, cada día e incluso a cada hora, adaptándolo constantemente a las nuevas necesidades de los usuarios [48].

Podría mencionarse algún ejemplo representativo de lo que es la Web 2.0, podría mencionarse como aplicaciones representativas y más difundidas a los Blogs y las Wikis. Estas aplicaciones ofrecen a todo el mundo la posibilidad de informar acerca de cualquier cosa, a la vez que se comparte esta información con el resto de la comunidad.

Existen servicios más ambiciosos como por ejemplo Google docs (<http://docs.google.com>) que simula aplicaciones de ofimática como Microsoft Excel o Microsoft Word y que a la vez permite compartir todo tipo de documentos. Así, de esta manera, puede darse un claro ejemplo de como convertir una aplicación de escritorio a una aplicación On-line, con todas las ventajas (y desventajas) que ello implica [48]. Y se podría seguir mencionando ejemplos de aplicaciones que se corresponden con la Web 2.0.

2.2 Que es la Web 2.0?

Se podría iniciar en lo que puede llamarse Web 1.0 en la cual existía un número pequeño de gente que se dedicaba a escribir y elaborar páginas Web para un gran número de lectores, con el tiempo, más gente comenzó a escribir además de su lectura, con lo que la denominada Web 1.0 tuvo que cambiar [4].

Podría deducirse o entenderse a la Web 2.0 como todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se respaldan en una Base de Datos, la cual puede ser modificada por usuarios del servicio, ya sea, en su contenido o bien en la forma de presentarlos, o en ambas simultáneamente [2].

La Web 2.0 puede decirse, en pocas palabras, que es una transición de una participación pasiva a activa de los usuarios en Internet. Estos no solo leen, sino también escriben, opinan, proponen, discuten, corrigen, comparten entre otras tantas acciones [6-7].

A mediados de la década de los 90' la Web se centraba en ser principalmente una galería de publicidad donde las empresas principalmente iban a vender publicidad y realizar transacciones comerciales.

En la nueva era de la Web los usuarios son los encargados de realizar las publicidades, difundir productos y servicios de la empresa a través de nuevas herramientas como los Blogs por dar un ejemplo.

Podría considerarse a la Web 2.0 no como una nueva tecnología sino como una verdadera actitud [6].

A continuación se muestra un cuadro comparativo de las aplicaciones correspondientes a lo que es o era Web 1.0 y por otro lado las mismas en Web 2.0:

Cuadro Comparativo	
<i>Web 1.0</i>	<i>Web 2.0</i>
Double Clic	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Terratv	YouTube
Akamai	bitTorrent
Mp3.com	Napster
Enciclopedia Británica	Wikipedia
Webs personales	Blogging
Sistemas de Gestión de Contenidos	Wikis

Publicación	Participación
Stickiness	Syndication
Screen scraping	Servicios Web
Stickiness	Redifusión
Directorios (taxonomía)	Etiquetas (folcsonomía)

Estos son algunos ejemplos de aplicaciones correspondientes a Web 1.0 y Web 2.0 respectivamente, pero la pregunta crucial de todo esto es, como identificar a una aplicación Web 1.0 o si es Web 2.0?

Gráficamente podría representarse una diferencia visual de la siguiente manera como se muestra en la Figura1 [8]:

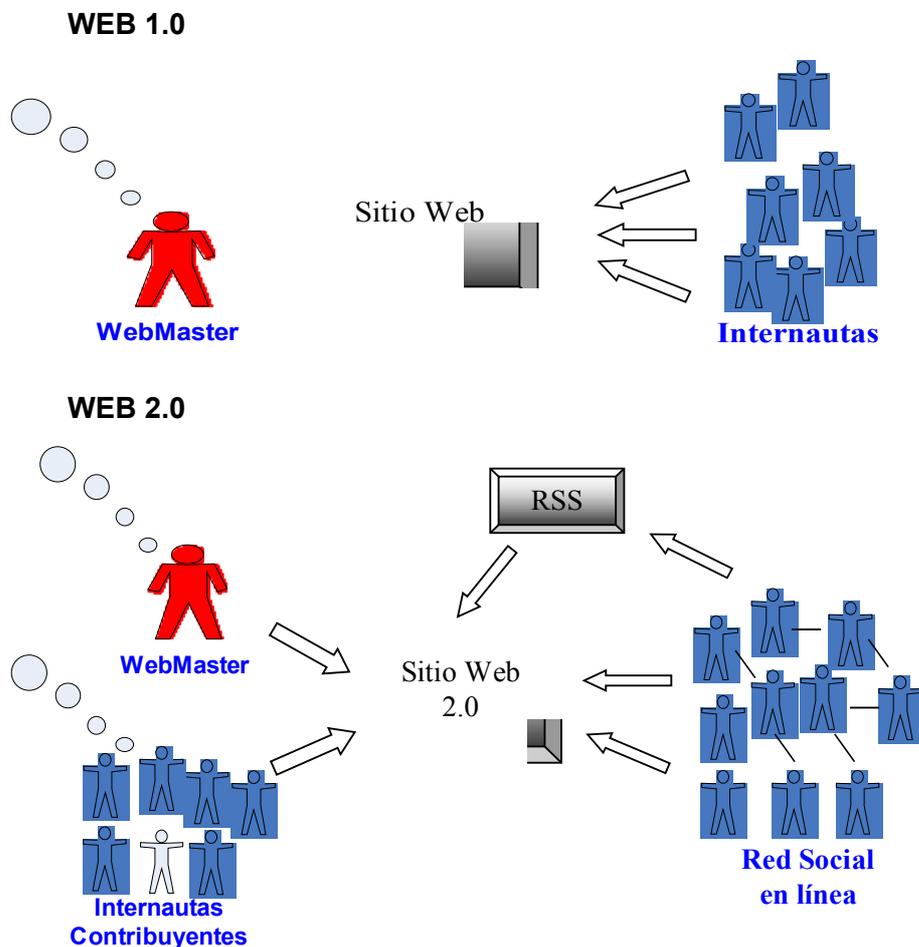


Figura 1

Como puede verse en la Figura 1, en la denominada Web 1.0 existía o existe un Webmaster encargado de administrar el sitio Web y del otro lado los usuarios que leen la Web.

En la Web 2.0, en cambio, además del Webmaster existen usuarios que ayudan a administrar el sitio Web mas allá de usarlo para lectura, éstos opinan, corrigen, modifican

al igual que el Webmaster, obviamente que existen también los usuarios que solo leen el sitio Web.

Como puede verse en la imagen, existen además otros participantes en la Web 2.0, estos son los sitios de RSSs online que es el tema principal de este trabajo y además las RSS que son un formato especial de datos para redifundir contenido a suscriptores de un sitio Web [9].

2.2.1 Principios de las Aplicaciones Web 2.0

En la charla inicial de la conferencia que se realizó en el año 2004 se hablo de los principios de las aplicaciones Web 2.0, aquí se mencionan cuales son estos:

- La Web es la plataforma.
- La información es lo que mueve a Internet.
- Efectos de la red movidos por una arquitectura de participación.
- La innovación surge de características distribuidas por desarrolladores independientes.
- Los servicios disponibles están en beta continuo [6].

2.2.2 Tecnologías Web 2.0

La Web 2.0 no implica que todas las aplicaciones van a encajar dentro del esquema, pero si existen varias tecnologías que apoyan a las aplicaciones que entran en el círculo de la Web 2.0 [6].

La infraestructura de la Web 2.0 es muy compleja y va evolucionando, pero incluye el software de servidor, redifusión de contenidos, protocolos de mensajes, navegadores basados en estándares, y varias aplicaciones para clientes.

Una Web se puede decir que está construida usando tecnología de la Web 2.0 si se caracteriza por las siguientes técnicas:

2.2.2.1 Técnicas

- Marcado [XHTML](#) válido semánticamente y [Microformatos](#)
- Técnicas de aplicaciones ricas no intrusivas (como [AJAX](#))
- [Java Web Start](#)

- XUL
- Redifusión/Agregación de datos en [RSS/ATOM](#)
- URLs sencillas con significado semántico
- Soporte para postear en un Blog
- JCC y APIs [REST](#) o [XML](#)
- JSON
- Algunos aspectos de RSs
- Mashup (aplicación web híbrida)

2.2.2.2 General

- El sitio no debe actuar como un "jardín cerrado": la información debe poderse introducir y extraer fácilmente
- Los usuarios deberían controlar su propia información
- Basada exclusivamente en la Web: los sitios Web 2.0 con más éxito pueden ser utilizados enteramente desde un navegador [2].

2.2.2.3 Redifusión de Contenidos

La primera y más importante evolución de la Web 2.0 se refiere a la redifusión del contenido de una Web, usando protocolos estandarizados que permitan a los usuarios finales usar el contenido de la Web en otro contexto, ya sea en otra Web, en un conector de navegador o en una aplicación de escritorio. Entre los protocolos que permiten redifundir se encuentra el [RSS](#) (conocido también como RSS 1.1), y [Atom](#), todos ellos basados en el lenguaje [XML](#). Los protocolos específicos como [FOAF](#) y [XFN](#) (ambos para RSs) amplían la funcionalidad de los sitios y permiten a los usuarios interactuar sin contar con sitios Web centralizados.

2.2.2.4 Servicios Web

Los protocolos de mensajes bidireccionales son uno de los elementos clave de la infraestructura de la Web 2.0. Los dos tipos más importantes son los métodos [RESTful](#) y [SOAP](#). REST indican un tipo de llamada a un servicio Web donde el cliente transfiere el estado de todas las transacciones. SOAP y otros métodos similares dependen del servidor para retener la información de estado. En ambos casos, el servicio es llamado desde un [API](#). A veces esta API está personalizada en función de las necesidades específicas del sitio Web, pero los APIs de los servicios Web estándares (como por ejemplo escribir en un [Blog](#)) están también muy extendidos. Generalmente el lenguaje común de estos servicios Web es el [XML](#), si bien puede haber excepciones.

Hace poco tiempo, una forma híbrida conocida como [Ajax](#) ha evolucionado para mejorar la experiencia del usuario en las aplicaciones Web basadas en el navegador. Esto puede ser usado en webs propietarias (como en [Google Maps](#)) o en formas abiertas utilizando un API de servicios Web [2].

2.3 Consecuencias de la Web 2.0

La Web 2.0 ha originado la democratización de los medios haciendo que cualquiera tenga las mismas posibilidades de publicar noticias como lo hace cualquier periódico online. Grupos de personas crean Blogs que actualmente reciben más visitas que los periódicos tradicionales.

La Web 2.0 ha reducido considerablemente los costos de difusión de la información. Al día de hoy se puede tener gratuitamente su propia emisora de radio online, su propio periódico online, canal de vídeos, etc. Al aumentar la producción de información aumenta la segmentación de la misma, lo que equivale a que los usuarios puedan acceder a contenidos que tradicionalmente no se publican en los medios convencionales [50].

La [cola larga o "long tail"](#) de contenidos se ha ampliado extensamente con la evolución a la Web 2.0. El hecho de que cada usuario pueda acceder a la información segmentada que le interesa ha hecho que los medios de comunicación tradicionales como la televisión, radio y prensa hayan perdido protagonismo o popularidad. Se ha generado una migración de los medios tradicionales a Internet. Eso trae como consecuencia que la inversión en publicidad en Internet haya aumentado considerablemente en los últimos años. En cuanto a efectividad de la publicidad, la Web 2.0 ha mejorado el marketing viral o el marketing de boca a boca. Una opinión sobre un producto en un Blog o un agregador de noticias puede ser visto, transmitido y compartido por miles de usuarios en la red [50].

Este universo 2.0 que hoy todos conocen, donde todo se centra prácticamente en aplicaciones online sin necesidad de instalar nada en su PC, y con diseños muy representativos, cada día, se encuentra más cerca de su versión 3.0. Lo que será la Web 3.0, sus características más importantes:

Aplicación Web con mucho AJAX.

Podrán trabajar todas juntas.

Serán relativamente pequeñas.

Gestionarán datos que estarán "en la nube".

Podrán ser ejecutadas en cualquier dispositivo (PC, teléfono móvil, etc).

Serán muy rápidas y muy personalizables [52].

2.3.1 Carencias y efectos colaterales de la Web 2.0

Pertenecer a muchas RSs, tener multitud de contactos puede resultar absorbente y quitar tiempo de la vida. Por lo general el tiempo que se le dedica a las RSs y a los chats es el tiempo de socialización y entretenimiento y se utiliza a las RSs para socializarse más. Al mismo tiempo esto implica un aislamiento físico frente a la PC. Este aislamiento puede llegar a causar problemas de salud si es excesivo, hablando a una gran escala de tiempo diario. [65]

Uno de los efectos colaterales de la Web 2.0 es lo que se denomina “Generación Transparente” y se refiere a que a través de las RSs las generaciones actuales comparten mucha información sobre ellos mismos, incluso información íntima o muy personal y pierden por completo toda privacidad; ligado a esto está también otro efecto, que se refiere a la incorrecta creencia por parte de las personas de que lo que publican en Internet no estará al alcance de todos. [65]

2.4 Actualidad de la Web 2.0

La transición de la Web 1.0 a la Web 2.0 hoy día es cada vez más notoria; continuamente se refleja el cambio de actitud y elección de páginas enfocadas al usuario final dejando de lado las aplicaciones tradicionales.

Actualmente [la Web](#) vive un proceso en el que los usuarios crean contenido, interactúan con aplicaciones para hacer crecer grandes sitios como [Facebook](#), [Flickr](#), MySpace, entre otros. Sitios que necesitan de los usuarios, este tipo de sitios forman parte de la Web 2.0 [64].

La Web 2.0 fue iniciada por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las RSs, los Blogs, los Wikis o las Folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios. Es decir, todos los elementos webs que necesiten del usuario, debido a que sin éstos, los sitios serían plenamente inútiles.

La gran evolución de la Web 2.0 ha acarreado grandes beneficios a los usuarios debido a que un gran número de aplicaciones se pueden ejecutar en línea, estas son llamadas [aplicaciones](#) webs. Las RSs, los Blogs, Fotologs, Podcasts y un gran número de elementos que participan en este fenómeno solo enriquecen la Web con más contenido, si bien todo el contenido no es lo suficientemente útil, bien dicen que la información es poder y en la Web 2.0 al ser un fenómeno social, la información está actualizada al día y disponible [64].

2.5 Web 2.0 y Redes Sociales

La Web 2.0 podría ser agrupada en 3 grandes grupos, los cuales pueden verse en la Figura 2 que se muestra a continuación [11]:



- Tecnologías, estándares, software.
- Interfases, Diseño centrado en el usuario.
- Arquitectura de participación.

Tecnologías, estándares, software: en este grupo se encuentran aplicaciones o lenguajes como RSS, XML, CSS, conceptos como microformatos, modularidad, estándares como FOAF, SOAP, etc.

Interfases, Diseño centrado en el usuario: en este grupo se encuentran términos como accesibilidad, usabilidad, estandarización, etc.

Arquitectura de participación: en este grupo se encuentran temas relacionados con la participación, colaboración, socialización y las estructuras de las redes: social software, blogs, sindicación, podcasting, tagging etc.

En este último grupo se encuentran las **RSs**, muchas de sus características generales están descritas en este grupo [11].

2.6 Comparación con la Web Semántica

En ocasiones se ha relacionado el término Web 2.0 con el de [Web semántica](#) [2]. Sin embargo, ambos conceptos, corresponden más bien a estados evolutivos de la Web, y la Web semántica correspondería en realidad a una evolución posterior de la Web 2.0, a la Web 3.0 o Web inteligente.

La combinación de sistemas de RSs, como [FOAF](#) y [XFN](#), con el desarrollo de [etiquetas](#) (o tags), que en su uso social derivan en [folcsonomías](#), así como el plasmado de todas estas tendencias a través de [blogs](#) y [wikis](#), conceden a la Web 2.0 un aire semántico sin serlo realmente. Sin embargo, en el sentido más estricto para hablar de Web semántica, se requiere el uso de estándares de metadatos como Dublin Core y en su forma más elaborada de [ontologías](#) y no de folcsonomías. De momento, el uso de ontologías como mecanismo para estructurar la información en los programas de blogs es anecdótico y sólo se aprecia de manera incipiente en [algunos wikis](#) [2].

Por tanto se puede identificar la [Web semántica](#) como una forma de Web 3.0. Existe una diferencia fundamental entre ambas versiones de Web 2.0 y Web semántica, y es el tipo de participante y las herramientas que se utilizan. La Web 2.0 tiene como principal protagonista al usuario humano que escribe artículos en su [Blog](#) o colabora en una [Wiki](#). El requisito es que además de publicar en [HTML](#) exprese parte de sus aportaciones en diversos formatos para compartir esta información como son los [RSS](#), [ATOM](#), etc. mediante la utilización de lenguajes estándares como el [XML](#). La [Web semántica](#), sin embargo, está orientada hacia el protagonismo de procesadores de información que entiendan de [lógica descriptiva](#) en diversos lenguajes más elaborados de metadatos como SPARQL,[2] POWDER[3] u [OWL](#) que permiten describir los contenidos y la información presente en la Web, concebida para que las máquinas "entiendan" a las personas y procesen de una forma eficiente la avalancha de información publicada en la Web [2].

2.6.1 Que es la Web Semántica?

La Web Semántica es una Web extendida, dotada de mayor significado en la que cualquier usuario en Internet podrá encontrar respuestas a sus preguntas de forma más rápida y sencilla gracias a una información mejor definida. Al dotar a la Web de más significado y, por lo tanto, de más semántica, se pueden obtener soluciones a problemas habituales en la búsqueda de información gracias a la utilización de una infraestructura común, mediante la cual, es posible compartir, procesar y transferir información de forma sencilla. Esta Web extendida y basada en el significado, se apoya en lenguajes universales que resuelven los problemas ocasionados por una Web carente de semántica en la que, en ocasiones, el acceso a la información se convierte en una tarea difícil y frustrante [49].

2.6.2 Para qué sirve?

La Web ha cambiado intensamente la forma en la que la gente se comunica, se hacen negocios y realiza su trabajo. La comunicación prácticamente con todo el mundo en cualquier momento y a bajo costo es posible hoy en día. Se pueden realizar transacciones económicas a través de Internet. Se puede tener acceso a millones de recursos, independientemente de la ubicación geográfica e idioma. Todos estos factores han contribuido al éxito de la Web. Sin embargo, al mismo tiempo, estos factores que han favorecido el éxito de la Web, también han originado sus principales problemas: sobrecarga de información y heterogeneidad de fuentes de información con el consecuente problema de interoperabilidad [49].

La Web Semántica ayuda a resolver estos dos importantes problemas permitiendo a los usuarios delegar tareas en software. Gracias a la semántica en la Web, el software es capaz de procesar su contenido, razonar con este, combinarlo y realizar deducciones lógicas para resolver problemas diarios automáticamente [49].

2.6.3 Ejemplos de Web Semántica

El mejor ejemplo actualmente es Wolfram Alpha, que se explicará sintéticamente como funciona, se pueden mencionar dos ejemplos más y muy conocidos de aplicación de Web Semántica que son [RSS](#) y [FOAF](#) de los cuales también se hará una breve explicación.

Wolfram Alpha es un buscador de respuestas desarrollado por la compañía Wolfram Research. Es un servicio en línea que responde a las preguntas directamente, mediante el procesamiento de la respuesta extraída de una base de datos estructurados, en lugar

de proporcionar una lista de los documentos o páginas Web que podrían contener la respuesta, tal y como lo hace Google. Fue anunciado en marzo de 2009 por el físico británico Stephen Wolfram, y esta en marcha desde mediados del mes de mayo de 2009. [67]

Wolfram Alpha no es un motor de búsqueda, ya que no busca respuestas a las preguntas de un conglomerado de páginas Webs o documentos. Las consultas y procesamientos de cálculos son hechos similarmente a como se hacen a través de un campo de texto, pero en este se procesan las respuestas y visualizaciones adecuadas dinámicamente en lugar de producirlas como resultado de la obtención de un banco de respuestas predefinidas. Por lo tanto, difiere de los motores de búsqueda semántica, el cual indexa una gran cantidad de respuestas, y a continuación, tratar de coincidir una a una de estas con la pregunta hecha. [67]

Wolfram Alpha sintetiza conocimientos avanzados, haciendo inferencias a partir de un pequeño conjunto de información básica. De esta forma, tiene muchos paralelismos con Cyc, un proyecto dirigido desde 1980 en el desarrollo de un motor de inferencia de sentido común.

Wolfram Alpha se basa en uno de los anteriores programas creados por Wolfram Research, Mathematica, que incluye el procesamiento de álgebra, cálculo numérico y simbólico, visualizaciones y capacidades estadísticas. [67]

RSS es un vocabulario RDF basado en XML que permite la catalogación de información (noticias y eventos) de tal manera que sea posible encontrar información precisa adaptada a las preferencias de los usuarios. Los archivos RSS contienen metadatos sobre fuentes de información especificadas por los usuarios, cuya función principal es avisar a los usuarios de que los recursos que ellos han seleccionado para formar parte de esa RSS han cambiado sin necesidad de comprobar directamente la página, es decir, notifican de forma automática cualquier cambio que se realice en esos recursos de interés seleccionados. [49]

FOAF es un proyecto de Web Semántica, que permite crear páginas Web para describir personas, vínculos entre ellos, y cosas que hacen y crean. Se trata de un vocabulario RDF, que permite tener disponible información personal de forma sencilla y simplificada para que pueda ser procesada, compartida y reutilizada.

Dentro de FOAF podemos destacar [FOAF-a-Matic](#), que se trata de una aplicación Javascript que permite crear una descripción FOAF de uno mismo. Con esta descripción, los datos personales serán compartidos en la Web pasando a formar parte de un motor de búsqueda donde será posible descubrir información a cerca de una persona en concreto y de las comunidades de las que es miembro de una forma sencilla y rápida [49].

2.7 La Wikipedia: máximo ejemplo de la Web 2.0

En enero de 2001, un próspero corredor de Bolsa llamado Jimmy Wales se propuso crear una gran enciclopedia en Internet a través del conocimiento colectivo de millones de personas aficionadas y con conocimientos de algún tema. Esta enciclopedia sería de acceso gratuito y creada por todos los usuarios que quisieran contribuir. Wales empezó con varias docenas de artículos y un programa informático llamado “Wiki” (palabra hawaiana que significa “rápido”), Con este programa los usuarios podían añadir, modificar y borrar los artículos escritos y publicados.

El modelo de la Wikipedia copia la filosofía de la Web 2.0. En lugar de que un autor instruido o un grupo de expertos escriban todos los contenidos del portal, la Wikipedia recurre a miles de personas de todo tipo, que van desde los verdaderos expertos hasta los lectores interesados, con una gran cantidad de supervisores voluntarios que aprueban y alertan las “entradas” o artículos ingresados.

En 2001, la idea parecía absurda, pero al día de hoy la Wikipedia es la enciclopedia más grande del mundo. Wikipedia ofrece más de 1 millón de artículos en inglés creados por más de 20.000 colaboradores y más 280.000 artículos en castellano. Lo mejor de la Wikipedia comparado con las enciclopedias tradicionales de papel, es que la información está actualizada gracias a los aportes de los usuarios que constantemente añaden datos, enlaces a otras fuentes, imágenes, etc. La Wikipedia es una de los portales Web más visitados del planeta y la fuente más citada en la red [50].

2.8 Otros ejemplos de Web 2.0

Se pueden mencionar otros ejemplos que son relevantes y populares dentro de lo que es la Web

2.0. Se pueden mencionar los siguientes:

Flickr: está enfocado como un sitio social donde el usuario puede subir sus fotos, compartirlas y organizarlas.

YouTube: surgió en Febrero del año 2005, es un sitio equivalente a Flickr pero en formato de vídeo.

Digg y Del.icio.us: se trata de dos sitios donde los usuarios pueden agregar sus favoritos/marcadores (del.icio.es) o noticias (digg) favoritas y las comparten con el resto del mundo. Además, son sitios ideales para encontrar contenido en Internet que es difícil de encontrar en un buscador [51].

3 Redes Sociales

3.1 Introducción

Las RSs constituyen una gran revolución en Internet. Desde sus comienzos han sublevado Internet, día a día están teniendo mayor utilidad y son usadas como negocios en grandes empresas a nivel mundial.

Se puede decir o definir que los sitios de RSs son aquellos sitios Web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de una plataforma en línea y articular sus relaciones con otros usuarios de la misma, de forma que cualquiera que lo desee pueda acceder a su perfil y contactarse con él [53].

El objetivo de las RSs es utilizar el alcance de Internet para facilitar la ampliación del círculo de contactos de sus usuarios y poder compartir intereses, de la naturaleza que sean, con un gran número de personas sin ninguna limitación física o temporal [54].

Se trata de un medio, por el cual los usuarios pueden comunicarse entre ellos, compartir información y valorarla. Estos sitios tienen mucho valor, por ejemplo, dentro de las empresas; ahora bien, como puede ayudar este nuevo medio a una empresa? De manera muy rápida permiten ponerse en contacto con clientes potenciales, nuevos socios, y lo más importante ayudan a conocer a gente que conoce a gente y así sucesivamente.

Otra gran ventaja de las RSs es la velocidad de propagación, si se quiere lanzar una campaña de marketing, una RS con gran cantidad de usuarios es el lugar adecuado, si bien hace algún tiempo se hablaba del poder de convicción de los bloggers, parece que esa tendencia se ve frenada con la llegada de las RSs y la vuelta al “boca a boca”, esta vez a través de la pantalla de la PC [55].

Las RSs siempre han existido pero hoy se ven potenciadas por las Tecnologías de la Información y la Comunicación, que permiten crear Comunidades de práctica online.

Una RS online es una estructura social que cuenta con un entorno que permite la cooperación, con medios de interacción entre las personas como por ejemplo juegos en línea, chats, foros y muchos otros servicios [56].

Las RSs y un completamente nuevo tipo de servicios sociales son el núcleo de los profundos cambios de transformación que está experimentando la Web. Los factores sociales juegan un rol cada vez más importante dentro de los medios y la capacidad para cooperar, colaborar y coordinar ideas, proyectos y trabajos complejos de una forma muy distribuida, se está convirtiendo en el rasgo de las nuevas compañías y organizaciones exitosas que aprovechan las eficiencias y conocimientos aportados por las RSs [58].

Las RSs son herramientas que pretenden fomentar la competencia en lo que se ha dado en llamar “Sociedad de la Información y del Conocimiento”. También como punto en contra lo que en un principio pretende tener un buen fin, termina muchas veces convirtiéndose en una auténtica tortura por su uso inadecuado y una fuente continua de problemas que, día a día, se ve como se trasladan a clases en colegios, a las aulas, y termina en algunos casos siendo un elemento distorsionador de la convivencia. Lo que en el mundo virtual “parece” carecer de importancia, dada la intangibilidad de lo que se ve, se habla o presenta, al trasladarse al mundo real, provoca situaciones difíciles de entender y, sobre todo, difíciles de encauzar [57].

3.2 Origen de las RS

El origen de las RSs se remonta al año 1995 cuando Randy Conrads crea el sitio Web classmates.com donde la finalidad de la Web era que la gente pudiera mantenerse en contacto con compañeros del colegio, universidad o bien recuperar ese vínculo de compañerismo [3].

Los sitios de RSs potencian por lo tanto la posibilidad de ampliar su red de contactos explotando la de sus conocidos, ya que la confianza en estos nuevos contactos será mayor. No son, por lo tanto, sitios para contactar con desconocidos (lo que siempre puede generar su desconfianza), sino para conocer a los contactos de sus contactos que puedan tener los mismos intereses que usted, algo que genera mayor confianza.

Tampoco se debería confundir este tipo de sitios con los sitios de contactos o de citas como Match.com o Meetic, cuyo objetivo explícito es buscar pareja. La idea de los sitios de RSs es mucho más amplia y abarca el ámbito personal, el ocio y el ámbito profesional [53].

Estas RSs se basan en la teoría de los seis grados; Seis Grados de Separación es la teoría de que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cuatro intermediarios. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada Chains. El concepto está basado en la idea que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera [59].

Según esta teoría, cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas 100 personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede pasar un mensaje a 10.000 personas más tan solo pidiendo a un amigo que pase el mensaje a sus amigos.

Estos 10.000 individuos serían contactos de segundo nivel, que un individuo no conoce pero que puede conocer fácilmente pidiendo a sus amigos y familiares que se los presenten, y a los que se suele recurrir para ocupar un puesto de trabajo o realizar una compra. Cuando se pregunta a alguien, por ejemplo, si conoce una secretaria interesada en trabajar se esta haciendo uso de estas RSs informales que hacen funcionar la sociedad [59].

Si esos 10.000 conocen a otros 100, la red ya se ampliaría a 1.000.000 de personas conectadas en un tercer nivel, a 100.000.000 en un cuarto nivel, a 10.000.000.000 en un quinto nivel y a 1.000.000.000.000 en un sexto nivel. De esta manera, en solo seis pasos, y con las tecnologías disponibles, se podría enviar un mensaje a cualquier lugar individuo del planeta.

Evidentemente cuanto más pasos haya que dar, más lejana será la conexión entre dos individuos y más difícil la comunicación. Internet, sin embargo, ha eliminado algunas de esas barreras creando verdaderas RSs mundiales, especialmente en segmento concreto de profesionales, artistas, etc [59].

3.3 Qué es una RS?

Una R.S. podría definirse de varias maneras, podrían darse muchas definiciones.

Son un espacio de diálogo y coordinación a través del cual se vinculan organizaciones sociales e instituciones públicas y privadas en función de un objetivo común y sobre la base de normas y valores compartidos.

Una RS es una estructura social de nodos (que generalmente son individuos u organizaciones) que están unidos por uno o más tipos específicos de interdependencia, como valores, visiones, ideas, intercambio financiero, amistad, relaciones sexuales, de parentesco, diversión, conflicto o comercio, etc [30].

Realizando un análisis de las RSs pueden verse las relaciones sociales en términos de nodos y vínculos. Los nodos son los agentes individuales dentro de las redes y los vínculos son las relaciones entre los actores o agentes. El resultado gráfico basado en las estructuras es a menudo muy complejo. No puede haber muchos tipos de vínculos entre los nodos. Investigaciones realizadas en una serie de campos académicos han demostrado que las RSs funcionan en muchos niveles, desde las familias hasta el nivel de las naciones o países, y desempeñan un papel primordial en la determinación en la forma que se resuelven los problemas, como se ejecutan o funcionan las organizaciones, y el grado en que las personas alcanzan sus objetivos o logros.

En su forma más simple, una RS es un mapa de todos los vínculos entre los nodos que se estudian. La red también se puede utilizar para determinar el capital social de cada uno de los actores. Estos conceptos a menudo aparecen en el diagrama de una RS, donde los nodos son los puntos y los vínculos son las líneas [30].

3.3.1 *Análisis de las RSs*

Relacionado con la teoría de las redes, ha surgido como una técnica clave en la sociología moderna. También ha ganado un importante espacio en la antropología, biología, estudios de comunicación, economía, geografía, ciencias de la información, estudios de organización, la psicología social y la sociolingüística, así como un tema popular de la especulación y el estudio.

En 1954, JA Barnes empezó a utilizar sistemáticamente el término para referirse a los patrones de relaciones que abarcaban los conceptos tradicionalmente utilizados por el público y los científicos sociales: grupos limitados (por ejemplo, las tribus, las familias) y las categorías sociales (por ejemplo, género, origen étnico) [30].

El análisis de las RSs ha pasado de ser una metáfora sugerente de un enfoque analítico a un paradigma, con sus propias declaraciones teóricas, métodos, software de análisis de RSs, e investigadores.

Varias tendencias analíticas distinguen el análisis de una RS:

- No hay ninguna suposición que los grupos son los componentes básicos de sociedad: el acercamiento esta abierto el estudiar menos sistemas sociales delimitados, de comunidades no locales a vínculos entre los sitios Web.
- En lugar de tratar a los individuos (personas, organizaciones, estados, etc) como unidades de análisis, se centra en cómo la estructura de las redes afecta a los individuos y sus relaciones.
- En contraste con los análisis que asumen que la socialización de las normas determina el comportamiento, el análisis de las redes ve en que medida la estructura y la composición de los vínculos afectan las normas [30].

La forma de una RS ayuda a determinar la utilidad de la misma a sus individuos. Más pequeñas, más estrictas son, las redes pueden ser menos útiles a sus miembros con gran cantidad de conexiones sueltas que se pueden llamar vínculos débiles para los usuarios o personas fuera de la red principal. Más información en redes abiertas, con muchos más vínculos débiles y conexiones sociales, las RSs tienen más probabilidades de presentar nuevas ideas y oportunidades a sus miembros de redes cerradas con

muchos vínculos redundantes. Podría decirse entonces, en otras palabras, un grupo de amigos que sólo hacen las cosas con los demás ya comparten los mismos conocimientos y oportunidades. Un grupo de personas con conexiones a otros mundos es probable que tengan acceso a una gama más amplia de información. Es mejor para el éxito individual tener conexiones con una variedad de redes, más que muchas conexiones en una sola red [30].

El poder de análisis de RSs se debe a su diferencia de los tradicionales estudios de ciencias sociales, que asumen que los atributos de cada uno de los actores, ya sean favorables o desfavorables, inteligente o tonto, etc.; son los puntos importantes.

Análisis de RSs produce una visión alternativa, donde los atributos de las personas son menos importantes que sus relaciones y vínculos con otros actores dentro de la red.

Las RSs también se han utilizado para examinar cómo las organizaciones interactúan unas con otras, la caracterización de las numerosas conexiones informales que vinculan a los directivos en conjunto, así como las asociaciones y conexiones entre los empleados de las diferentes organizaciones. Por ejemplo, el poder dentro de las organizaciones a menudo viene del grado en que un individuo dentro de una red se encuentra en el centro de muchas relaciones de puestos de trabajo reales con título. Las RSs también desempeñan un papel clave en la contratación, en el éxito empresarial, y en el rendimiento laboral. Redes para las empresas que proporcionan los medios para reunir información, la competencia, y el pacto en la fijación de precios o políticas [30].

3.4 Comunicación en RSs

El desarrollo y popularidad que han experimentado las comunidades, RSs y plataformas 2.0 en Internet, que permiten a los usuarios comunicarse entre ellos, compartiendo opiniones, y experiencias, ha dado espacio al nacimiento de una nueva forma de Marketing en Internet. La promoción en RSs (Social Media Marketing o Social Media Optimization en inglés).

Algunos de los medios actuales más populares son los blogs, los tableros de anuncios, foros, podcasts, wikis y video blogs, comunicándose a través de texto, imágenes, audio y video. Por ejemplo, sitios como: Digg, Flickr, MySpace, YouTube, etc.

El propósito de la promoción en RSs es aprovechar la utilidad de estos medios para incrementar la visibilidad y popularidad del sitio Web en Internet. Esto se puede realizar optimizando y promoviendo el sitio para que sea fácilmente enlazable, más visible en las búsquedas realizadas en las RSs y que se incluya con mayor frecuencia en mensajes y contenidos relevantes de blogs, podcasts, videocasts o video blogs.

Aunque los objetivos de la promoción en RSs varíen según las necesidades de cada empresa, la mayoría casi siempre envuelve dentro de su estrategia alguna forma de marketing viral, para crear o incrementar la visibilidad de una marca o reputación, desarrollar o proponer una idea o vender un servicio o producto.

En la Figura 3 puede verse la comunicación existente en las RSs.

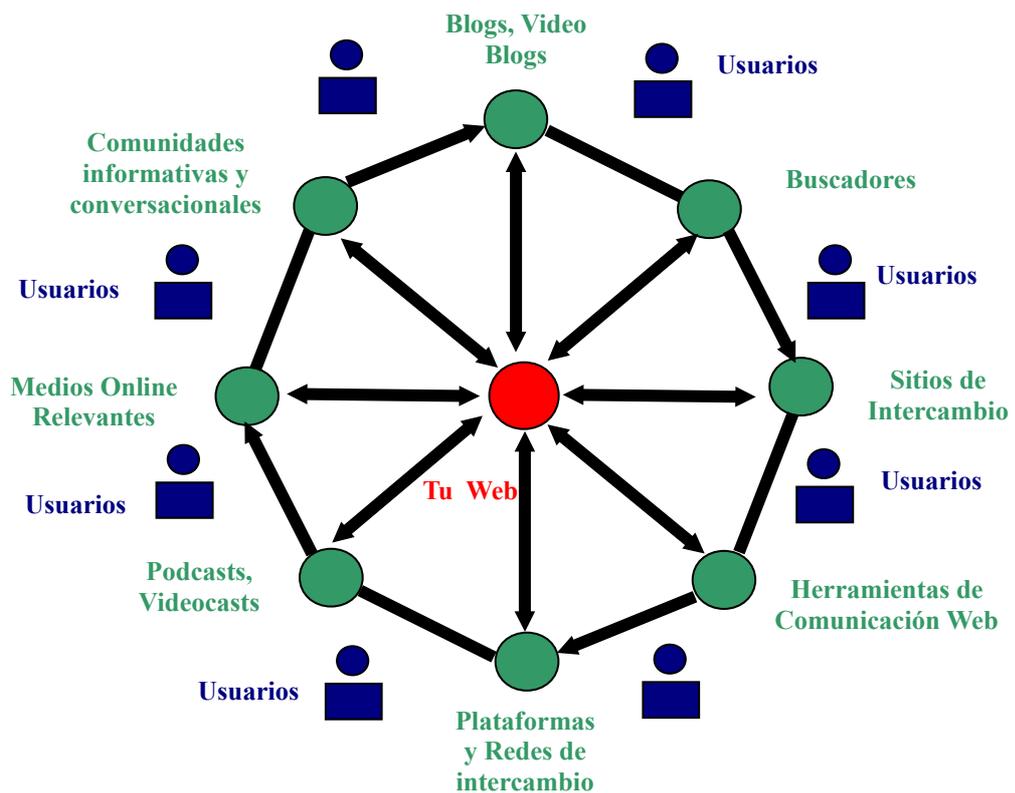


Figura 3

4 Clasificación de las RS

4.1 Tipos de RSs

Existen de acuerdo al ámbito en donde se crean diferentes tipos o clasificación de RSs, podrían describirse una gran variedad de RSs, se tratará de dar una clasificación lo más global posible.

Podría darse una clasificación por los intereses que acerca al usuario a la RS, podrían definirse 4 tipos diferentes:

- a) *Sociales*: en estas RSs se crean comunidades online para que la gente (usuarios) intercambien experiencias.
- b) *Profesionales*: este tipo de RSs se caracterizan por el intercambio de información profesional entre los usuarios o miembros de la RS.
- c) *Parejas*: son redes para buscar parejas o amigos.
- d) *Buscar Personas*: son redes que ayudan a recuperar o retomar el contacto con viejas amistades y antiguos compañeros de trabajo.

También se las puede agrupar de acuerdo a su orientación, en términos más generales en RSs orientadas al networking de negocios y las orientadas a las amistades, estas últimas abarcarían las RSs Sociales de Parejas y Buscar Personas mencionadas anteriormente. El elemento en común en ambos tipos de RSs es el concepto de red de contactos que es la que permite la posibilidad de relacionar su perfil de usuario con perfiles de conocidos o amigos que también ya estén registrados.

Pueden mencionarse algunas RSs que están asociadas a estos dos grandes grupos:

RSs Profesionales:

- LinkedIn
- Neurona
- Econozco
- Xing
- Etc.

RSs de amistades:

- Facebook
- Hi5
- Orkut

- Myspace
- Bebo
- Etc.

4.2 Utilidad RSs

Según algunos especialistas, el valor de una RS se mide por su cantidad de afiliados o usuarios inscritos en la misma. Otros dicen que el valor real de una RS está en la utilidad, más allá de su cantidad de usuarios que puede ser menor a otras, el servicio que brinda es realmente lo más importante. [46].

Los expertos dicen que estas empresas (RSs) valen por su base de afiliados, cosa que les permite difundir publicidad por la cual cobran sumas realmente importantes. Otros dicen que el valor real está en la utilidad, dado que aunque tengan pocos usuarios, si el servicio es realmente útil, más vale comprarla en el momento que cuando tenga muchos afiliados, que seguro los va a tener [46].

4.2.1 Sirven para encontrar trabajo

Algunas RSs ayudan a los usuarios a buscar trabajo, red como [Xing](#), con fuerte presencia en Europa y en España tras la adquisición de Neurona y eConozco; [LinkedIn](#), extendida en América y el resto del mundo; o [Viadeo](#) constituyen grandes ejemplos de RSs profesionales [47].

4.2.1.1 Cómo funciona la búsqueda

A grandes rasgos, los usuarios colocan sus curriculum en la red, pero también definen lo que pueden aportar laboralmente, sus puntos fuertes, además de lo que desean encontrar en la RS en cuestión: nuevas colaboraciones, nuevos trabajos, ampliar conocimientos, etc.

Fundamentalmente tienen dos usos prácticos: las personas que quieren cambiar de empleo y los empresarios o empleadores que desean fichar a algún trabajador o buscar clientes y aliados para su empresa [47].

4.3 Expansión de las RSs

Decenas de empresas de Internet están recortando empleos, viendo caer sus beneficios o reduciendo sus ingresos publicitarios debido a la crisis económica mundial del año 2009, esta situación en contrapartida produce algunos beneficiados como lo son las RSs profesionales Online. Redes como LinkedIn, Xing o incluso Facebook o MySpace ofrecen a sus usuarios publicar su currículum y perfil profesional, crear una red de contactos y acceder a ofertas de empleo.

Están viendo crecer su número de usuarios en grandes porcentajes debido a la gran cantidad de despidos que se está llevando a cabo en todo el mundo [32].

Las RSs en Internet han ganado su lugar de una manera acelerada convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos, Chats, Messenger, Blogs, Fotoblogs, Twitter y mucho más.

En las RSs en Internet se tiene la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozca, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta. Intervenir en una RS empieza por hallar allí otros con quienes compartir los intereses, preocupaciones o necesidades y aunque no sucediera más que eso, eso mismo ya es mucho porque corta el aislamiento que suele incomodar a la gran mayoría de las personas, lo cual suele manifestarse en retraimiento y otras veces en excesiva vida social sin afectos comprometidos.

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios tales como friendster.com, tribe.net y myspace.com.

Rápidamente algunas empresas ingresan a las RSs. Google lanza en enero de 2004 orkut.com de la cual se hablará mas en detalla en un capítulo próximo, apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros.

De esta manera se transforma en un interesante negocio. Un buen ejemplo de esto es Facebook.com, una RS enfocada a estudiantes, muy similar a myspace.com, donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft con sus productos MSN y Windows Live.

Las herramientas que proporcionan en general las RSs en Internet son:

- Actualización automática de la libreta de direcciones
- Perfiles visibles
- Capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

Estas son simplemente algunas. La creación de mecanismos que permiten reconocer a quienes se conectan y estar seguro de que son quienes dicen ser, está dentro de las primeras prioridades tanto de los activistas sociales como de los hombres de negocios [33].

4.4 Ejes de las RSs

ISP, los tres ejes del poder de las RSs, que son las iniciales de Identidad, Status y Poder.

4.4.1 Identidad

Para integrarse en cualquier RS, digital o no, actual o creada en la Edad Media, es importante presentar una Identidad. Esa red precisa de identidades únicas y con valor propio para enriquecerla pero, a su vez, la propia red es capaz de generar unas credenciales necesarias antes de que una persona sea aceptada para interactuar dentro de ella. Por lo tanto, una persona puede necesitar distintas identidades para integrarse en distintas redes, pero ninguna de esas identidades puede ser ajena a la personalidad propia del que las tiene. Por lo tanto, distintas identidades sí, pero siempre con transparencia y dejando clara la información personal [34].

Este eje no siempre se cumple, es más, la mitad de los datos brindados por los usuarios en las RSs son falsos y con tendencia creciente.

4.4.2 Status

Dentro de cada red hay unas identidades con más status que otras. El ideal es que los status en cada red vayan cambiando según la valoración del valor que aporta cada miembro por parte del resto de los miembros. Por lo tanto, dependiendo de la democratización de cada red, la generación del status puede ser más o menos abierta. Si

las reglas de una red impide que nuevos miembros o miembros existentes puedan aumentar su status, los mismos usuarios de ella terminarán por abandonar esa RS. Los que no lo hagan será por culpa de su baja autoestima o por una personalidad débil que necesita siempre estar subordinada a personalidades más fuertes, las cuales salen beneficiadas para mantener su status [34].

4.4.3 Poder

El poder de una red es inimaginable, y más aún si está formada por identidades transparentes y status de valor que pueden ser substituidos por otros gracias a reglas democráticas. El poder de una red puede reformular los procesos productivos de una empresa ya de por sí innovadora; puede generar la creación de un contrapoder legítimo a un Ayuntamiento para que éste termine por aceptar e integrar las propuestas del primero en sus propias políticas socioculturales; el poder de una red puede hasta ser capaz de mejorar el servicio de asistencia primaria de la sanidad pública de un país entero; puede mejorar el servicio de los trabajadores públicos a la ciudadanía gracias al trabajo colaborativo [34].

Por lo tanto, usuarios, empresas, administraciones, organizaciones en general, si son capaces de gestionar bien la identidad y status de los usuarios dentro de una red, el equilibrio de poderes permitirá aumentar la inteligencia colaborativa y colectiva en beneficio de todos [34].

4.5 Problemas de Seguridad y Privacidad en las RSs

A medida que los sitios de RSs como MySpace, Facebook y otras más han ido creciendo, también lo han hecho los problemas asociados con la seguridad y la privacidad en Internet. Hay una gran variedad de casos de inseguridad y privacidad ocurridos en las RSs que no se van a mencionar en particular sino más bien a nivel general.

Ha habido y hay problemas de privacidad con el uso de las RSs por menores de edad, problemas relacionados a temas de sexualidad, problemas de seguridad por software malicioso y una gran variedad de temas de Privacidad y Seguridad que se irán comentando.

Existen estrategias que los sitios Web pueden utilizar para evitar convertirse en “las propiedades abandonadas del futuro”. Un modo de retener el aura del sitio es limitar el

número de miembros. Por ejemplo, Facebook intenta limitarse a los estudiantes universitarios. Las RSs parecen operar mejor cuando se consigue cierto equilibrio entre heterogeneidad –proporcionada por un gran número de miembros–, y selección –mantener el compromiso de los miembros con el sitio. Asimismo, los sitios de RSs también deben mantenerse al día con la tecnología y proporcionar nuevas prestaciones, como por ejemplo, descargas de gran velocidad. Para crear fidelidad deben ofrecer un valor funcional y también valor para la comunidad. Si alguno de estos dos factores desaparece, la gente tendrá un motivo para dejar esa RS.

Al ser un negocio basado en Internet, las RSs tienen algunas ventajas en comparación con las empresas tradicionales a la hora de observar el comportamiento de los usuarios y así detectar rápidamente los problemas. Si la red es sofisticada, podrá cuantificar y monitorizar el ritmo de suscripción de los usuarios y detectar cualquier señal de decaimiento, como por ejemplo un descenso en el número de personas que interactúan [35].

4.5.1 Ingeniería Social: “Seguridad Informática”

En el campo de la inseguridad informática, ingeniería social es la práctica de obtener información confidencial a través de la manipulación de usuarios legítimos. Es una técnica que pueden usar ciertas personas, tales como investigadores privados, criminales, o delincuentes computacionales, para obtener información, acceso o privilegios en sistemas de información que les permitan realizar algún acto que perjudique o exponga la persona u organismo comprometido a riesgo o abusos [68].

El principio que sustenta la ingeniería social es el que en cualquier sistema "los usuarios son el eslabón débil". En la práctica, un ingeniero social usará comúnmente el teléfono o Internet para engañar a la gente, fingiendo ser, por ejemplo, un empleado de algún banco o alguna otra empresa, un compañero de trabajo, un técnico o un cliente. Vía Internet o la Web se usa, adicionalmente, el envío de solicitudes de renovación de permisos de acceso a páginas Web o memos falsos que solicitan respuestas e incluso las famosas "cadenas", llevando así a revelar información sensible, o a violar las políticas de seguridad típicas. Con este método, los ingenieros sociales aprovechan la tendencia natural de la gente a reaccionar de manera predecible en ciertas situaciones, por ejemplo, proporcionando detalles financieros a un aparente funcionario de un banco- en lugar de tener que encontrar agujeros de seguridad en los sistemas informáticos [68].

Esto se aplica a todo sitio Web, no hay excepciones en los ataques de seguridad informática hacia entidades, usuarios, etc.

Quizá el ataque más simple pero muy efectivo sea engañar a un usuario llevándolo a pensar que un administrador del sistema esta solicitando una contraseña para varios propósitos legítimos. Los usuarios de sistemas de Internet frecuentemente reciben mensajes que solicitan contraseñas o información de tarjeta de crédito, con el motivo de "crear una cuenta", "reactivar una configuración", u otra operación benigna; a este tipo de ataques se los llama phishing (pesca). Los usuarios de estos sistemas deberían ser advertidos temprana y frecuentemente para que no divulguen contraseñas u otra información sensible a personas que dicen ser administradores. En realidad, los administradores de sistemas informáticos raramente (o nunca) necesitan saber la contraseña de los usuarios para llevar a cabo sus tareas [68].

Otro ejemplo contemporáneo de un ataque de ingeniería social es el uso de archivos adjuntos en e-mails, ofreciendo, por ejemplo, fotos "íntimas" de alguna persona famosa o algún programa "gratis" (a menudo aparentemente provenientes de alguna persona conocida) pero que ejecutan código malicioso (por ejemplo, usar la máquina de la víctima para enviar cantidades masivas de spam). Ahora, luego de que los primeros e-mails maliciosos llevaron a los proveedores de software a deshabilitar la ejecución automática de archivos adjuntos, los usuarios deben activar esos archivos de forma explícita para que ocurra una acción maliciosa. Muchos usuarios, sin embargo, abren casi ciegamente cualquier archivo adjunto recibido, concretando de esta forma el ataque [68].

La principal defensa contra la ingeniería social es educar y entrenar a los usuarios en el uso de políticas de seguridad y asegurarse de que estas sean seguidas.

Se mencionarán algunas técnicas de ataques de seguridad informática utilizadas en Internet:

4.5.1.1 Phishing

El Phishing es una técnica de fraude para obtener información privada, esta técnica fue mencionada más arriba. Típicamente el Phisher envía un correo electrónico que parece venir de un banco (emisor) legítimo de negocio o solicitar información de la tarjeta de crédito de la empresa y advirtiéndole de alguna consecuencia sino brinda esa información. El e-mail usualmente contiene un link a una página Web fraudulenta que parece legítima

con logos de la compañía y contenido y hasta un formulario de solicitud con el formato que se corresponda con la empresa [69].

4.5.1.2 Otras técnicas de Fraude

Estafadores comunes o defraudadores también podrían ser considerados “Ingenieros Sociales” en un sentido amplio, engañando y manipulando a la gente, explotando las debilidades humanas para obtener beneficios personales. Pueden, por ejemplo, utilizar técnicas de ingeniería social como parte de un fraude [69].

Las últimas técnicas de ingeniería social incluyen falsificación o piratería de identificación de personas que tienen direcciones de correo electrónico populares en Yahoo, Gmail, Hotmail, etc. Entre las motivaciones para realizar esto están las siguientes:

- Phishing de números de tarjetas de crédito y sus claves.
- Hackeo de correos electrónicos privados e historiales de chat, y manipularlos mediante el uso de técnicas comunes antes de usarlos para obtener dinero y crear desconfianza entre las personas.
- Hackeo de sitios Web de empresas y organizaciones y destruir su popularidad o prestigio [69].

4.5.1.3 Ejemplo de Fraude Actual

Agosto de 2009: Facebook informó que desactivo un grupo de aplicaciones que estaban robando registros de usuarios de Facebook en las credenciales de inicio de sesión y enviando spam a amigos de las víctimas (usuarios registrados de Facebook) utilizando una de las técnicas mencionadas más arriba, el Phishing [70].

4.5.2 *Problemas de Seguridad en Aplicaciones de Terceros*

Las RSs ya no sirven sólo para mostrar fotografías, documentos, etc., también se han abierto al intercambio de pequeñas aplicaciones de terceros, no creadas por los desarrolladores de la propia red. Esta nueva cara ha traído consigo que redes como Facebook se hayan convertido en una vía de distribución de código malicioso enmascarado en estas aplicaciones aparentemente inofensivas. Los expertos advierten que este fenómeno es difícil de detectar, controlar y frenar. Además, lo previsible es que vaya en aumento en la medida que la distribución de aplicaciones de terceros se popularice todavía más en las RSs [36].

Hace más de dos años Facebook abrió sus puertas al intercambio de aplicaciones de terceros. En este tiempo, millones de sus usuarios han usado pequeñas aplicaciones para jugar o intercambiar recomendaciones de música o películas. En la medida que la popularidad de estas aplicaciones fue creciendo los expertos en seguridad informática han empezado a preocuparse, ya que las RSs, además de ser un medio muy poderoso para distribuir aplicaciones informáticas, también lo pueden ser para distribuir código malicioso [36].

Hay varios proyectos en marcha que tratan de demostrar lo real que es este peligro. Uno de ellos ha sido llevado a cabo por la Foundation for Research and Technology Hellas (FORTH). Sus investigadores crearon una aplicación que permitía mostrar lindas fotografías de National Geographic en la página del perfil del usuario de Facebook. Esta aplicación tenía otra propiedad invisible para el usuario: solicitar archivos de imágenes de un servidor concreto, en este caso un servidor de pruebas del FORTH. Si muchos usuarios instalaban esta "inocente" aplicación, mandarían sin saberlo miles de peticiones a ese servidor, de tal modo que se bloquearía o sus dueños legítimos no lo podrían usar [36].

4.5.2.1 Soluciones al Problema

Hay pocas soluciones contra estos problemas de seguridad e inclusive los daños pueden ser todavía mayores.

Puede darse otro ejemplo, dos consultores informáticos, de Hexagon Security Group y de Agura Digital Security, crearon muestras de aplicaciones maliciosas en RSs como OpenSocial, Hi5 u Orkut. Una de las aplicaciones, llamada CSRFer, mandaba una petición de inclusión no autorizada para pasar a ser "amigo" de un usuario previamente definido. Esto es sólo la muestra de un botón, ya que hay muchas formas diferentes de lanzar ataques a través de RSs; para este tipo de situaciones no hay muchas cosas que se puedan hacer para resolverlo.

El problema es que para los usuarios es muy complicado saber exactamente qué hace la aplicación descargada de una RS. Los factores sociales también juegan un papel importante porque la RSs fomentan una atmósfera de confianza que es muy fácil de explotar por quienes no tienen buenas intenciones.

Por ejemplo, hace poco se extendió vía Facebook un programa malicioso en forma de una falsa actualización de Flash que fue reenviado de un usuario a otro. "Fue el aspecto social lo que impulsó este comportamiento técnicamente necio [36].

Las empresas que están detrás de las RSs están empezando a tener en cuenta este tipo de problemas de seguridad. Facebook, por ejemplo, ha creado una página de seguridad para aconsejar a sus usuarios respecto a los riesgos potenciales a los que se pueden enfrentar. La empresa asegura que su equipo de seguridad está investigando y revisando su propio código en busca de agujeros, así como contactando con usuarios que les hagan saber si no están viendo alguno de esos problemas.

Los expertos advierten que es casi imposible eliminar todos los programas maliciosos. Un atacante puede crear un aplicación legítima y esperar a que muchos usuarios la hayan instalado para hacerla maligna actualizándola con un código malicioso.

Limitar las capacidades de las aplicaciones tampoco es una solución, ya que terminaría con lo que las hace tan atractivas para los usuarios. Es complicado porque, por definición, las RSs tratan de facilitar la creatividad y la comunicación. Si hay restricciones, las RSs pueden terminar por perder su aspecto natural.

Una solución más efectiva podría ser contratar programadores para revisar el código usado por aplicaciones externas. Evidentemente, el costo de esta solución lo hace poco factible y atrayente para muchas empresas que están detrás de las RSs.

Y es sólo el principio. Lo previsible es que el tipo de ataques y su cantidad aumenten según vayan aumentando las RSs como lo están haciendo a un grado exponencial. En este sentido, podría verse como un problema de educación y de percepción, ya que la gente no tiene el mismo respeto por el software que se ejecuta en sus buscadores que por algo que se bajan de Internet para instalarlo [36].

4.5.3 Los niños ignoran las normas de Seguridad en las RSs

Millones de niños que usan las RSs en [Internet](#) se exponen a un [riesgo](#) sin necesidad al dejar sus detalles [personales](#) accesibles para que todo el mundo pueda verlos.

Casi la mitad de todos los niños que acceden a una RS dejan su configuración privada abierta, pese a las advertencias sobre el peligro de poner detalles personales como el número de teléfono o la dirección de correo electrónico.

Muchos niños han superado las restricciones de edad para publicar su perfil en sitios como Bebo, MySpace y Facebook.

También la mitad de los niños, y un tercio de los de edades comprendidas entre 8 y 11 años, están registrados en un sitio de RS.

Los padres deberían comprobar el perfil que sus hijos están usando cuando se suscriben a una RS para evitar posibles riesgos.

Es realmente recomendable que el perfil del niño esté restringido a personas que conocen.

El problema es que hay una falta de percepción del riesgo que implica no tener un perfil restringido o conocido por los niños.

Los niños que no protegen su información privada se exponen al riesgo de intimidación o de que se les acerquen usuarios o personas extrañas.

Las RSs ofrecen beneficios reales, siempre que se tomen las medidas de precaución adecuadas.

Permiten a los niños adoptar una personalidad para la que podrían ser demasiado tímidos en la vida real [37].

4.5.4 Los gusanos se pasan a las RSs

Existe otro problema de seguridad en las RSs; PandaLabs, el laboratorio de detección y análisis de malware de Panda Security, ha detectado un nuevo gusano que se está propagando entre los usuarios de las RSs de Facebook y MySpace

Este gusano publica un link que parece dirigir a un falso vídeo de YouTube en los perfiles o en el muro de los contactos del usuario infectado o envía a los mismos un mensaje privado con ese mismo link. Cuando esos contactos intentan ver el vídeo (que parece provenir de su amigo o conocido) son redirigidos a una página en la que se les pide que descarguen una actualización de Flash Player para poder ver el vídeo. Si lo hacen, estarán introduciendo una copia del gusano en su equipo y comenzarán, a su vez, a infectar a todos sus contactos [38].

Las RSs atraen a millones de usuarios, es por eso que se han convertido en un [medio](#) cada vez más utilizado por los ciber delincuentes para propagar sus creaciones maliciosas; un consejo básico para los usuarios de este [tipo](#) de RSs sería que procuren confirmar la procedencia de este tipo de [mensajes](#) antes de seguir algún vínculo o realizar alguna [descarga](#) sospechosa en su PC.

4.5.5 Normas de Seguridad para las RSs

- **Distinguir entre los integrantes de la RS:** Organizar los contactos por grupos, y a la hora de publicar información, hacerla accesible de la forma más prudente. Por ejemplo, si es una foto personal, quizás no convenga que la vean ciertos usuarios o personas [66].
- **No publicar información personal delicada:** Datos como los números de teléfono o dirección personal, deberían mantenerse fuera de este tipo de redes. Aún así, existen herramientas dentro de estas, que permiten delimitar quien ve los datos publicados, por lo que es una buena idea (en base al punto anterior) dar acceso de forma 'limitada' y según quien sea.
- **No colocar fotos de terceros, imágenes o caricaturas en el perfil personal:** Esta medida apunta más que nada a los requisitos de la RS Sonico, aunque bien vale recordar que las imágenes publicadas no deberían ser de desnudos ni con gestos obscenos (esta imagen la verán todos los que vean el perfil).
- **No contactar o ser contactado con el fin de encuentro personal exclusivo:** Varias redes permiten agregar en el perfil si esta buscando pareja... algo que puede llegar a ser suficiente señuelo para llamar la atención de alguna persona con malas intenciones. En el caso de Sonico, han decidido borrar este dato, pero otras redes aún lo mantienen. No es aconsejable buscar gente por medio de Internet para conocer en la vida real... aunque dado el caso de que deba ser así, se recomienda fijar un lugar público y concurrido, a fines de tener asistencia ante un inconveniente desagradable [66].
- **Pensar que en Internet todo es volátil:** A la hora de emitir una opinión en Internet, es necesario tomar en cuenta de que lo publicado podrá ser visto por muchas personas, y pese a que a futuro cambie de opinión sobre un tema en particular, siempre existirá la posibilidad de que alguien recuerde lo que en su momento había comentado.
- **No suscribirse a todo sin darle importancia al correo:** Las RSs han hecho muy fácil el proceso de aceptar una invitación a grupo/aplicación, por lo que suele ser común que la gente 'pruebe' y luego se olvide de que está inscripto en varios lugares. Lo mejor es tomar control de la situación, midiendo la necesidad de suscribirse a tal o cual aplicación/grupo, y en el caso de no seguir interesados, darse de baja.
- **No tolerar comportamientos criminales o incorrectos:** Suele suceder que muchas personas no comprenden las bondades de las RSs, y prefieren usarlas para desquitarse con una persona (quitando su identidad), o bien crear una persona de

fantasía, para hacer pasar un mal rato. Estas personas pueden ser reportadas por medio de las herramientas de cada RS, aunque en primera instancia se debería mínimamente tener sus sospechas... ya que cada reporte lleva a una investigación [66].

- **No abusar verbalmente de otros usuarios:** Del mismo modo que se puede reportar abusos de otros usuarios, otros podrán hacer lo mismo con usted. Por eso, para crear un clima de cero-hostilidad, debería dejar todo tipo de problemas que lleven a insultos/agresiones, para la vida real... y evitar hacerlos público por medio de la red. Además, piense que todo lo que publique podrán verlos otras personas... y la verdad es que no queda muy bien que lo vean insultando mas allá de la verdad o no de sus palabras, siempre hablar con propiedad y sin insultos hacia los demás.
- **No añadir contenidos pornográficos o de mal gusto:** En la mayoría de las redes, está prohibido publicar contenido pornográfico, por lo que la mera sugerencia es evitar hacerlo. La primera vez recibirán una advertencia, la segunda seguramente serán sancionados del sitio en cuestión (y es muy difícil volver atrás en estos temas).
- **No enviar Spam:** Si tiene intenciones de promocionar una marca, un producto o algo que podría ser considerado como un mensaje no solicitado, debe evitar hacerlo de forma directa con sus contactos. En todo caso, crear un grupo y que cada interesado se una, para saber más del tema. Si el usuario se cansa de recibir mensajes del grupo, simplemente se irá [66].

4.6 Funcionalidades de las RSs

4.6.1 Funciones y Características del Vínculo.

La RS que envuelve a una persona es una especie de estructura de protección alrededor de la misma. De la densidad y distancias cubiertas entre los formadores de la RS de un individuo, dependerá la sociabilidad y nivel de relación de la misma. Esto puede verse que, estructuralmente, a mayor densidad de la RS ejerciendo sus funciones, menor será el grado de aislamiento en el que puede caer un individuo.

4.6.1.1 Funciones de la red.

Una RS puede tener varias funciones para una persona, se pueden mencionar las siguientes:

- Compañía social.
- Apoyo emocional.
- Guía cognitiva y consejos.
- Regulación social.
- Ayuda material y servicios.
- Acceso a nuevos contactos.

El tipo de intercambio interpersonal entre los miembros de la red determinan las funciones de la red [41].

Compañía Social: la realización de las actividades conjuntas o simplemente estar juntos, compartir una rutina cotidiana. (Interacciones frecuentes).

Apoyo emocional: es decir, intercambios que implican una actitud emocional positiva, clima de comprensión, simpatía, empatía, estímulo y apoyo; es el poder contar con la resonancia emocional y la buena voluntad de la otra persona; es el tipo de función característica de amistades íntimas y las relaciones familiares cercanas. (Relación de intimidad).

Guía cognitiva y consejos: son interacciones destinadas a compartir información personal o social, aclarar expectativas y proveer modelos de rol.

Regulación (control) social: son interacciones que recuerdan y reafirman responsabilidades y roles, neutralizan las desviaciones de comportamiento que se apartan de las expectativas colectivas, permiten una disipación de la frustración y de la

violencia, y favorecen la resolución de conflictos. Muchos de los ritos sociales actúan como recordatorios de estas restricciones.

Ayuda material y servicios: colaboración específica sobre la base de conocimiento experto o ayuda física incluyendo los servicios de salud.

Acceso a nuevos contactos: es decir, el comienzo de puertas para la conexión con personas y redes que hasta entonces no eran parte de la RS [41].

4.6.1.2 Atributos de un vínculo

Cada vínculo puede ser analizado en términos de sus atributos, a saber:

- Funciones prevalecientes.
- Multidimensionalidad.
- Reciprocidad.
- Intensidad (compromiso).
- Frecuencia de los contactos.
- Historia.

Las funciones prevalecientes son aquellas funciones o combinación de funciones que caracterizan de manera dominante a ese vínculo.

La multidimensionalidad es el atributo de cuántas de esas funciones cumple esa persona o amigo en una compañía social y fuente de consejos, en tanto esa otra es magnífica para las actividades sociales pero imposible como consejera.

La Reciprocidad indica si la función de un contacto de la red hacia la persona que la nuclea, es recíproca y funcionalmente idéntica cuando el contacto es núcleo y el núcleo contacto. Este atributo es también conocido como Asimetría-Simetría.

Por ejemplo, las relaciones entre padres e hijos en las primeras décadas no son recíprocas. Pero en la mayoría de los casos se transforman en simétricas y luego con los padres ancianos vuelven a ser asimétricas en dirección inversa.

La intensidad se refiere al compromiso de la relación, a cuán intenso es ese vínculo.

La frecuencia de los contactos indica que a mayor distancia mayor requerimiento de mantener activo el contacto y para mantener la intensidad; al mismo tiempo, muchos

vínculos pueden ser reactivados rápidamente aún cuando haya transcurrido un lapso importante entre contactos.

La historia de la relación, se refiere a, desde hace cuanto tiempo se conocen y cuál es la experiencia previa de activación del vínculo [41].

4.6.2 Los Sistemas Operativos incluirán cada vez más las funcionalidades de las RSS

Las funciones y servicios que permiten a los usuarios de Internet saber, prácticamente en todo momento y en tiempo real, donde se encuentran sus conocidos, han experimentado un auge sin precedentes en la era de Facebook, MySpace, Hi5 y otros. Microsoft facilitará tal disponibilidad con uno de sus Sistemas Operativos (SO).

El teléfono móvil de Apple, iPhone, es uno de los dispositivos que con mayor intensidad usa las funciones de la denominada GPS awareness (o percepción GPS), mediante los cientos de aplicaciones sociales que continuamente detectan la ubicación del usuario.

Microsoft se ha propuesto facilitar esta situación integrando una nueva interfaz de programación en la próxima versión de su SO Windows. El sistema facilitará a programadores la creación de aplicaciones que saben donde está el usuario, permitiendo compartir tal información con quienes éste considere conveniente.

Según Microsoft, esta función será estándar en su nuevo SO, lo que hace surgir una serie de interrogantes sobre el tema de la privacidad.

Según el esquema actual de funcionamiento, el usuario no tiene control alguno sobre las aplicaciones que usen la tecnología. Por lo mismo, la función está desactivada en modo estándar.

Por ahora, Microsoft no tiene entre sus planes inmediatos establecer funcionalidad que permita al usuario seleccionar por cuenta propia qué aplicaciones tendrán acceso a la tecnología, y para cuales estará bloqueado el acceso. En otras palabras, la función puede ser activada o desactivada, no personalizada [42].

5 Actualidad de las RSs

Las RSs constituyen la revolución más reciente que se está extendiendo dentro de Internet.

Entre las RSs más populares o conocidas son MyPace, Facebook; Xing, Hi5 por mencionar algunas, dado que ahora existen cientos de RSs y populares; estas RSs se basan en la “teoría de los 6 grados de separación”, explicada más arriba según la cual todas las personas que habitan el planeta tierra están conectadas a través de no más de 6 personas mediante una cadena de conocidos que crece exponencialmente.

5.1 RSs más Populares

Existen una gran variedad de RSs hoy en día y cada vez surgen más, pero hay algunas que ganan en popularidad. Puede hacer un ranking de los tres primeros lugares, en primer lugar se puede ubicar a Facebook, en segundo lugar podría ubicarse a MySpace y en un tercer puesto a Twitter; pero esta ranking puede ir variando [12].

Más allá de la competencia que exista entre las diferentes RSs actualmente, a nivel general están ganando popularidad gracias a la gran crisis económica mundial.

Decenas de empresas de Internet están reduciendo puestos de empleos, viendo caer sus beneficios o reduciendo sus ingresos publicitarios, esta crisis es la que produce beneficios para las RSs profesionales online generando que las mismas se expandan cada día más.

5.1.1 RSs superan ya en popularidad al correo electrónico

El tiempo utilizado en RSs y blogs corresponde a aproximadamente el 10 por ciento del usado en Internet, más que el destinado a revisar el correo electrónico o e-mail.

Las RSs ocupan el 4to puesto, por detrás del tiempo utilizado para las búsquedas en línea, las páginas de interés general y las páginas de software, según un estudio de Nielsen Online.

Dejando de lado las búsquedas de información, el correo electrónico ha sido por mucho tiempo la actividad más popular en línea. Según Nielsen Online, mas personas en

Estados Unidos y otros países con liderazgo digital en el mundo están usando más las RSs y los blogs que el correo electrónico.

A continuación se muestran los resultados del reporte de Nielsen Online titulado Global Faces and Networked Places, tomado en Australia, Brasil, Francia, Alemania, Italia, España, Suiza, Estados Unidos y el Reino Unido [44]:

Sector	Dic-07	Dic-08
Búsquedas	84.0%	85.9%
Portales Interés General	83.4%	85.2%
Proveedores Software	72.0%	73.4%
Redes Sociales - Blogs	61.4%	66.8%
Correo Electrónico	62.5%	65.1%

Como un dato estadístico, las 2/3 de la población mundial en línea ya accede a páginas de comunidades de usuarios.

Los brasileños son los mayores usuarios de las RSs, de acuerdo al estudio. El 80 por ciento de los brasileños que se conectan a Internet visitan alguna RSs. También son quienes pasan la mayor cantidad de su tiempo en línea visitando RSs.

Aunque Facebook es la página más popular mundialmente con 108 millones de visitantes a marzo de 2009, las preferencias difieren según las nacionalidades.

Facebook es la red más popular en Australia, España, Suiza, Francia, Reino Unido e Italia. Pero los estadounidenses prefieren MySpace, en Japón la página local Mixi Reigns (RS líder en Japón), y en Brasil la red de Google, Orkut, es la número uno.

Muchas RSs fueron creadas originalmente para un público joven, pero las páginas ya no son sólo para niños, según mostró el informe, abarca todas las edades. Por ejemplo, el mayor crecimiento de miembros en Facebook es de gente entre 35 y 49 años [43].

5.2 Ranking de las RSs

Se Puede dar un ranking según una empresa especializada en mediciones online sobre el tráfico que están recibiendo las principales RSs en Estados Unidos al mes de Enero de 2009 en comparación a un ranking de hace un año atrás [12].

A continuación se muestra un ranking de las 25 RSs mejores posicionadas clasificadas por visitas mensuales:

Ranking	Red Social	Nro Usuarios	Visitas Mensuales	Ranking Previo	Tipo RS
1	Facebook.com	68.557.534	1.191.373.339	2	Amistades
2	Myspace.com	58.555.800	810.153.536	1	Amistades
3	Twitter.com	5.979.052	54.218.731	22	Amistades
4	Flixster.com	7.645.423	53.389.974	16	Películas
5	linkedIn.com	11.274.160	42.744.438	9	Profesionales
6	Tagged.com	4.448.915	39.630.927	10	Amistades
7	Classmates.com	17.296.524	35.219.210	3	Amistades
8	Myyearbook.com	3.312.898	33.121.821	4	Amistades
9	Livejournal.com	4.720.720	25.221.354	6	Amistades
10	lmeem.com	9.047.491	22.993.608	13	Amistades
11	Reunion.com	13.704.990	20.278.100	11	Amistades
12	Ning.com	5.673.549	19.511.682	23	Amistades
13	Blackplanet.com	1.530.329	10.173.342	7	Amistades
14	Bebo.com	2.997.929	9.849.137	5	Amistades
15	Hi5.com	2.398.323	9.416.265	8	Amistades
16	Yuku.com	1.317.551	9.358.966	21	Amistades
17	Cafemom.com	1.647.336	8.586.261	19	Amistades
18	Friendster.com	1.568.439	7.279.050	14	Amistades
19	Xanga.com	1.831.376	7.009.577	20	Amistades
20	360.yahoo.com	1.499.057	5.199.702	12	Amistades
21	Orkut.com	494.464	5.081.235	15	Amistades
22	Urbanchat.com	329.041	2.961.250	17	Amistades
23	Fubar.com	452.090	2.170.315	25	Bar-online
24	Asiantown.net	81.245	1.118.245	25	Amistades
25	Tickle.com	96.155	109.492	18	Profesionales

5.3 Futuro de las RSs

Respecto al futuro de las RSs no hay una respuesta concreta, pero si pueden darse algunos enfoques de cómo será y a donde están apuntando. Podría posicionarse en el año 2007 y comentar los avances al día de hoy y lo que vendrá. En ese año las RSs más populares eran Facebook, Myspace y otras estaban tratando de ganar su lugar como Twenti y Orkut, entre tantas existentes.

5.3.1 RSs Móviles

A finales del año 2007, se calcula que ya existían unos 230 millones de usuarios activos en RSs en todo el mundo. MySpace, Facebook, YouTube o Flickr son algunos de los ejemplos que cada día ganan y aumentan su número de participantes y usuarios. Cabe aclarar que YouTube no es una RS propiamente sino un ejemplo de navegación Web 2.0 al igual que Flickr [38].

Las compañías de telefonía móvil no han perdido su tiempo ni un instante y tampoco desean perder la oportunidad de sacar beneficio de las RSs más populares a través del móvil.

Evidentemente las limitaciones de los dispositivos y teléfonos móviles son algunas de las barreras que se presentan para interactuar de una forma satisfactoria dentro de las RSs, aunque el éxito que se está logrando supera por si mismo y su futuro se presenta bastante prometedor. La dificultad para escribir mensajes de forma rápida es una de las limitaciones que son compensadas con las posibilidades que estos dispositivos ofrecen como grabar videos y hacer fotografías que se pueden actualizar de forma casi inmediata.

Algunas RSs como Twitter o Jaiku (Jaiku es un servicio de RSs y MicroBlogging que permite a sus usuarios enviar mensajes de sólo texto, con una longitud máxima de 140 caracteres, vía SMS, mensajería instantánea, el sitio web de Jaiku o aplicaciones ad hoc) eran ya precursoras en establecer funcionalidades donde se permite a sus propios usuarios interactuar, contactar y comunicarse a través del teléfono móvil en el año 2007.

Myspace también implantó un servicio configurado para su acceso desde el teléfono móvil a través del cual, sus usuarios pueden actualizar su propio perfil y recibir alertas cuando reciben nuevos mensajes.

Los gigantes de la red y empresas como Google tampoco quieren perder la huella de estas nuevas tendencias y como ya es habitual, adquieren pequeñas empresas que destacan por su potencial y servicios innovadores. En este caso, Google adquirió la RS móvil Zingku, Jaiku, un servicio de microblogs similar a Twitter y Dodgeball, una empresa que permite geolocalizar y generar nuevos contactos a través del teléfono móvil [38].

5.3.1.1 RSs Móviles, el Futuro de la Participación

En los últimos años, las RSs en Internet no han hecho otra cosa que crecer y desarrollarse en número. A esta altura, hay tantas que la pelea comienza a ser ya más acotada a la atención de los usuarios. O sea, ya no basta con lograr que se suscriban; ahora el tema es impulsar la participación y lograr que publiquen contenidos e interactúen con sus contactos y amistades. Se podrá tener la mejor plataforma de RS, pero si nadie participa y utiliza los servicios, de nada sirve tenerla [39].

Una de las características cada vez más apreciada en una RS es la posibilidad de acceder desde dispositivos móviles. Es que, a medida que las redes 3G comienzan a crecer en cantidad de suscriptores, cada vez más personas podrán acceder a sitios de Internet a una velocidad muy cercana a la que tienen en sus hogares, y publicar material e interactuar con sus contactos directamente desde el celular [39].

Se estima que para el año 2012, casi 1000 millones de usuarios de celulares podrán acceder desde sus dispositivos móviles a RSs, una cifra realmente enorme. Todo esto gracias a que la cantidad de teléfonos con mayores funcionalidades, los llamados “smartphones” crecerán a gran escala durante todo este tiempo [39].

Pero no todo van a ser buenas noticias para las RSs según estadísticas; la publicidad en este tipo de comunidades no han funcionado al nivel que se esperaba, y de acuerdo a las expectativas, no tendrá un gran desempeño en los años próximos. Para 2012, los ingresos por publicidad en este segmento llegarían a los 2200 millones de dólares; en el año 2008 fueron de 1500 millones de dólares [39].

El desarrollo de Internet está ligado a la aparición de nuevos servicios y de nuevos dispositivos de alta tecnología usados por los individuos. Los nuevos dispositivos high-tech salidos al mercado a fines del 2007 permiten el incremento de la movilidad de los cibernautas (que se les comienza a llamar movilnautas, ya que navegan en Internet desde el móvil). Entre estos tenemos los nuevos modelos de teléfonos móviles dotados de Internet móvil, como el iPhone de Apple que es la plataforma de RS por excelencia con un crecimiento del 400% en el último año, el Palm Pre (tiene una característica, Sinergy, que es un programa embebido en el móvil que busca y recopila información de diferentes fuentes y RSs en Internet para completar datos en la agenda de contactos como en el calendario) y el smartphone Blackberry. De igual modo, las PC ultra portátiles como el EEE PC de Asus permiten conectarse desde cualquier lugar, y el GPS dar la localización geográfica. A esto se agrega el desarrollo de redes 3G y WiFi y la aparición

de nuevos paquetes en telefonía móvil que hacen que Internet móvil no resulte tan caro [39].

Por otro lado, la telefonía móvil posee una ventaja sobre la conexión a Internet desde una PC; la posibilidad de geolocalizarse, lo que permite el uso de una navegación inteligente en los móviles provistos de GPS.

A esto se suma la salida en 2008 de Google Android, un sistema operativo abierto para telefonía móvil. De este modo Google se posiciona en el nicho de la telefonía móvil, frente a los otros sistemas ya presentes en el mercado, como Symbian del finlandés Nokia, que viene instalado en la mayoría de sus smartphones, o Windows mobile de Microsoft. Google Android está dotado de una interfaz de navegación táctil que permite acceder a una veintena de servicios, entre ellos la geolocalización. Lo más importante es que es abierto para que cualquier desarrollador pueda agregar nuevas funciones.

Algunas RSs piensan ya en poder ser accedidas desde el móvil, siguiendo los pasos de Second Life que ha anunciado una nueva versión para teléfono móvil [39].

Second Life es un entorno virtual donde cualquier persona puede participar creando su propio personaje. Todo lo que existe en Second Life es aquello que sus residentes crean y hacen. Diferentes interacciones se llevan a cabo en esta segunda vida y pueden ser objeto de estudios sociológicos diversos, se llevan a cabo acciones de formación y aprendizaje. Para una mayor comprensión del objeto final de estudio, Second Life ha generado estructuras sociales y de comunicación, posee muchas más funcionalidades [40].

6 Facebook

6.1 Introducción:

Facebook es la mayor RS existente, el máximo exponente de la Web 2.0 para muchos, y actualmente es uno de los sitios más visitado del planeta. Se verá un poco de su historia:

En febrero de 2004, [Mark Zuckerberg](#) creó un sitio Web que tenía por objetivo facilitar las relaciones entre los estudiantes de la universidad de [Harvard](#): cada estudiante podía crear su página personal donde compartir sus vivencias con amigos.

En poco tiempo, Facebook se amplió a otros centros universitarios como el [MIT](#) o la [Universidad de Boston](#), y en 2006 se abrió a cualquier persona que tuviera una dirección de e-mail, provocando una explosión en el campo de las RSs hasta llegar a mediados del año 2007 a los 34 millones de usuarios activos en todo el mundo.

Muchos son los impulsos del éxito: *interfaz* sencilla pero agradable, fácil *configuración* y funcionamiento, *privacidad* totalmente personalizada... y lo más importante, es una plataforma abierta para desarrolladores, con lo que cualquiera puede desarrollar cualquier aplicación, compartirla e integrarla en Facebook.[13].

De esta manera se trata de mapear las conexiones sociales existentes en todo el mundo y ofrecer aplicaciones para que la gente utilice esas conexiones online a través de Facebook.

La idea de crear una comunidad basada en la Web en donde la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es de ahora. David Bonhett, creador de Geocities la había creado a fines de los 80'. En los 90' Geocities fue exitoso pero no logro consolidarse cuando fue adquirido por Yahoo.

Actualmente compite por abrirse espacio entre empresas exitosas como Google y MySpace para ganar mercado enfrentándose a grandes desafíos para poder crecer y seguir desarrollándose, para esto, el creador de Facebook, Mark Zuckerberg; una de las estrategias que ha aplicado es abrir la plataforma a otros desarrolladores [15].

6.2 Que es Facebook?

Hoy día Facebook es la RS con mayor implantación en el mundo, la red más popular a nivel mundial en las redes que se pueden clasificar de Amistades.

A continuación se describe como suscribirse a Facebook. La página para suscripción es la que se muestra debajo, si es usuario de la red solo debe ingresar su e-mail y contraseña; sino deberá completar los datos como se muestra en la Figura 4:



Figura 4

A continuación se muestran las páginas de la suscripción, una vez ingresados los datos para la registración en la primera página o home de Facebook se muestra la siguiente página en la Figura 5:



Figura 5

Se solicita un dato para poder continuar con la registración, luego se muestra la siguiente página en la Figura 6:



Figura 6

En la página anterior se solicita acceder a su cuenta de e-mail que ingreso en la registración para confirmar dicha cuenta de correo electrónico. Al hacer clic para ir a la cuenta de e-mail se solicita acceder a su cuenta ingresando su usuario y password y le habrá llegado un mail como el que se muestra en la Figura 7 para confirmar dicha cuenta:

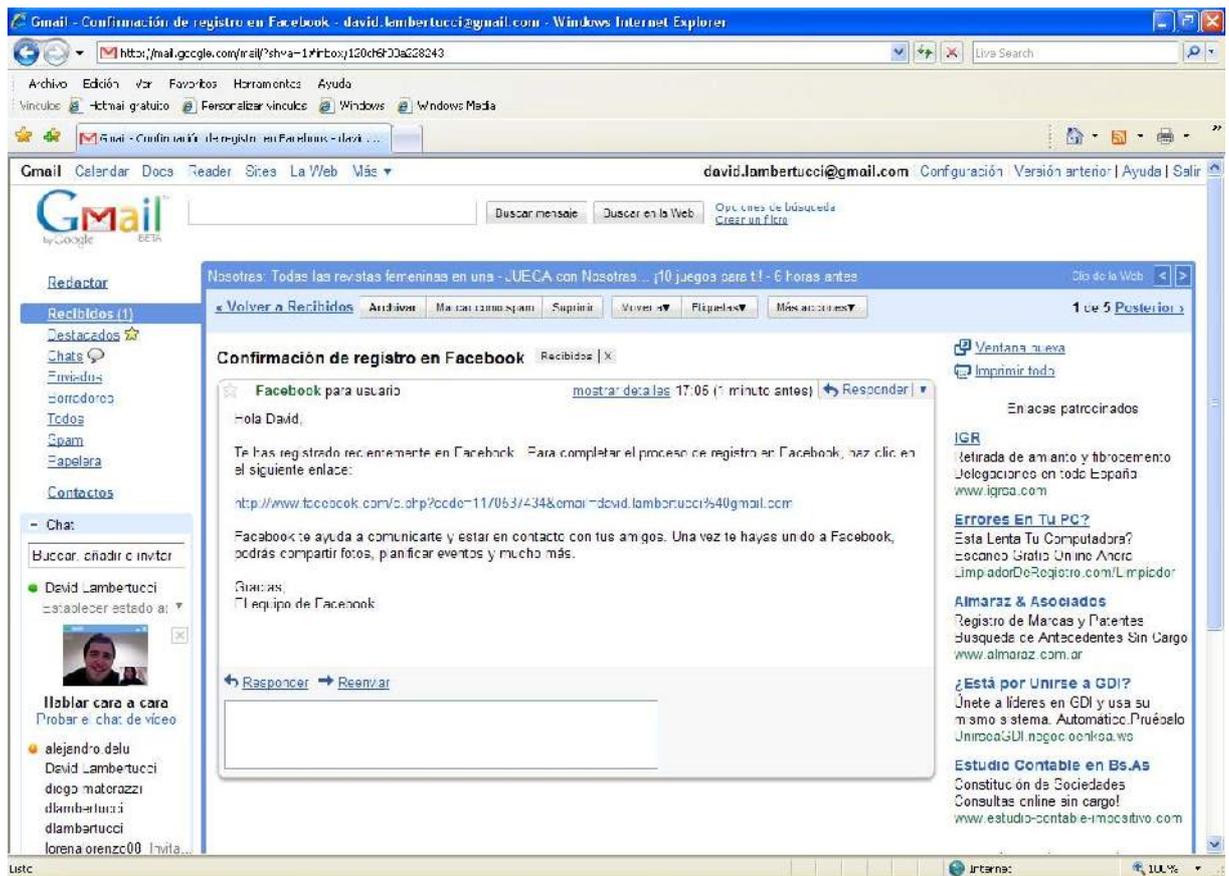


Figura 7

Al hacer clic sobre el link para completar el proceso de registro en Facebook se continuará con la registración en la red.

Se continúa con 3 pasos los cuales pueden saltarse dado que no son obligatorios en el momento de la suscripción para completar.

En el Paso 1, es para buscar amigos, si uno no quiere eso, puede saltar ese paso y loguearse a Facebook con su e-mail y contraseña.

En el Paso 2, es para completar su perfil, este paso también puede pasarse por alto.

En el Paso 3, la red le solicita ciudad/población donde reside.

A continuación se muestran en las Figuras, 8 y 9 respectivamente los Pasos 2 y 3:

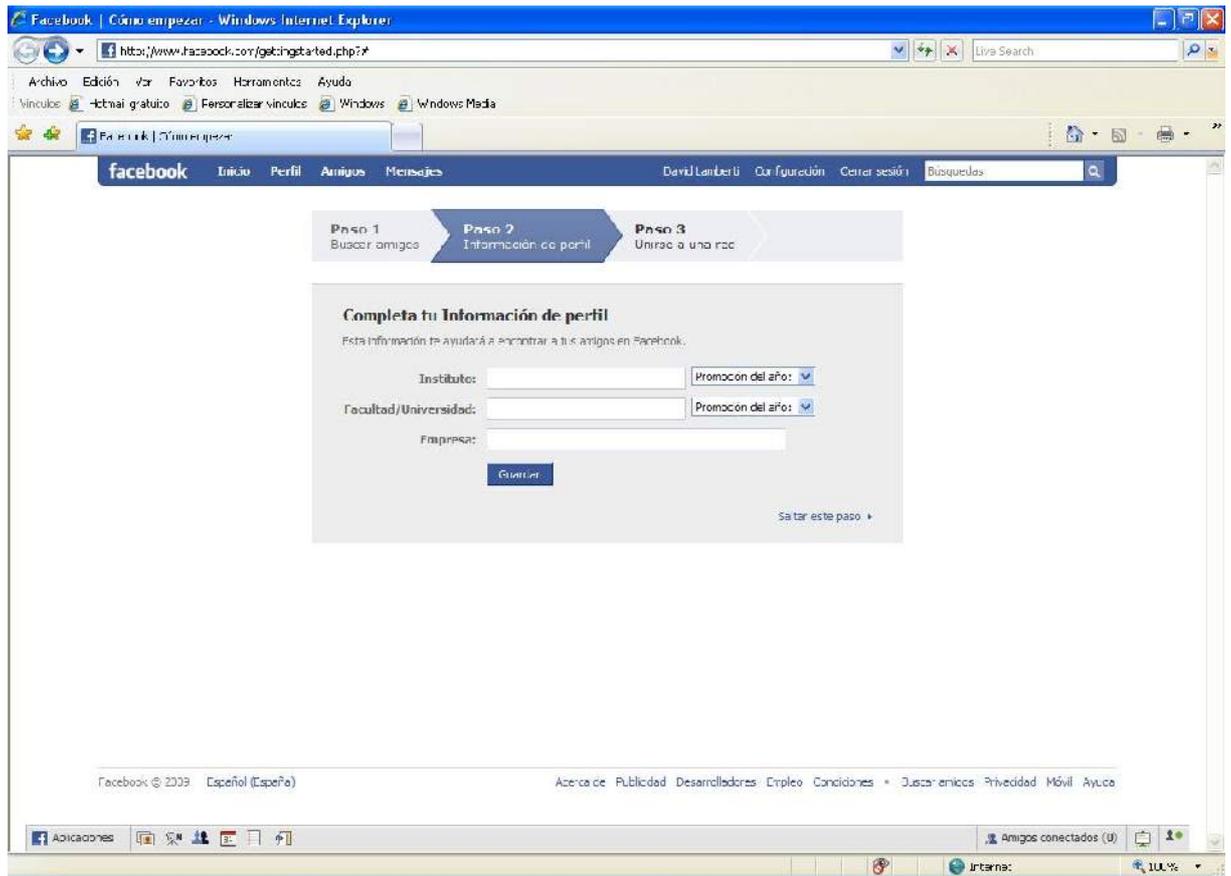


Figura 8

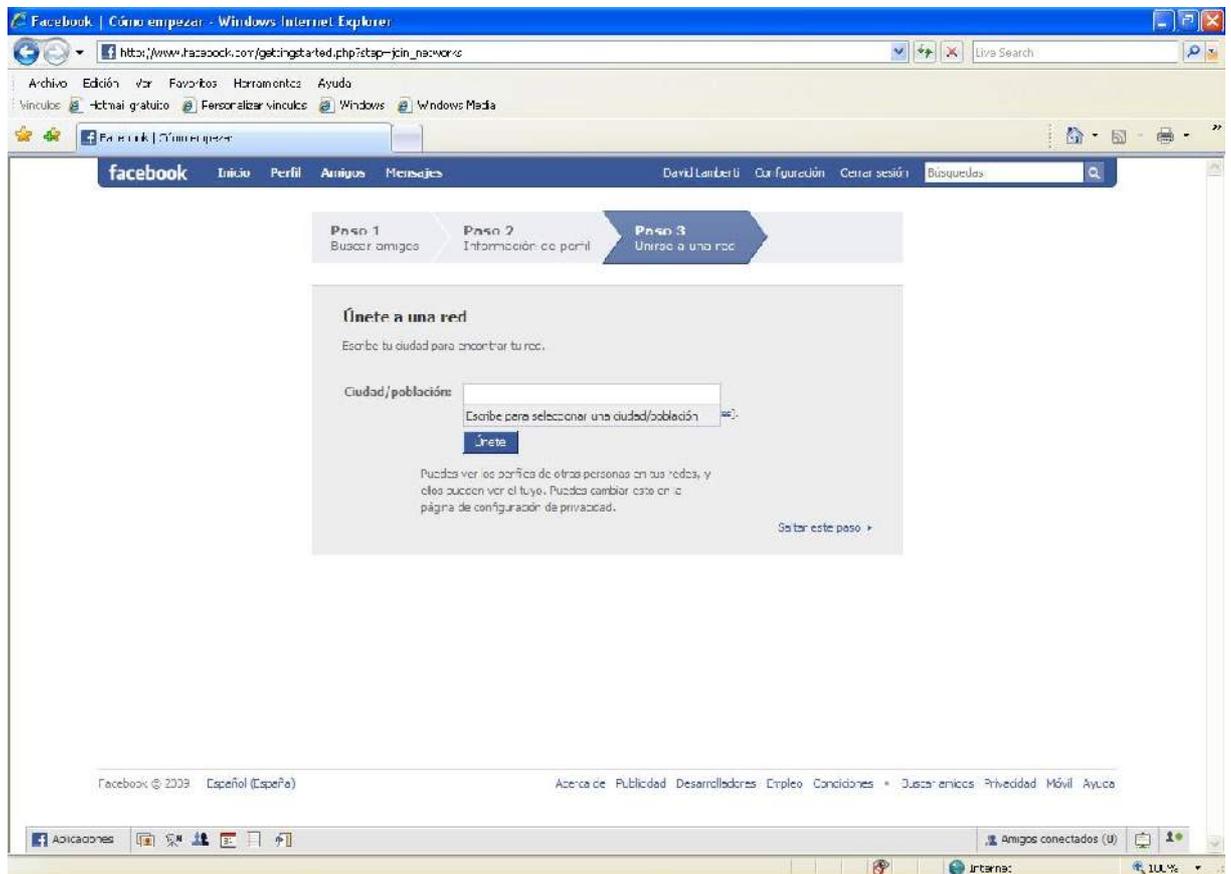


Figura 9

Una vez completados todos estos pasos, con o sin información, se mostrará la página de inicio en Facebook, en estos momentos el usuario ya estará en condiciones de hacer uso de la red y de todos sus servicios, la página es como la que se muestra debajo en la Figura 10:

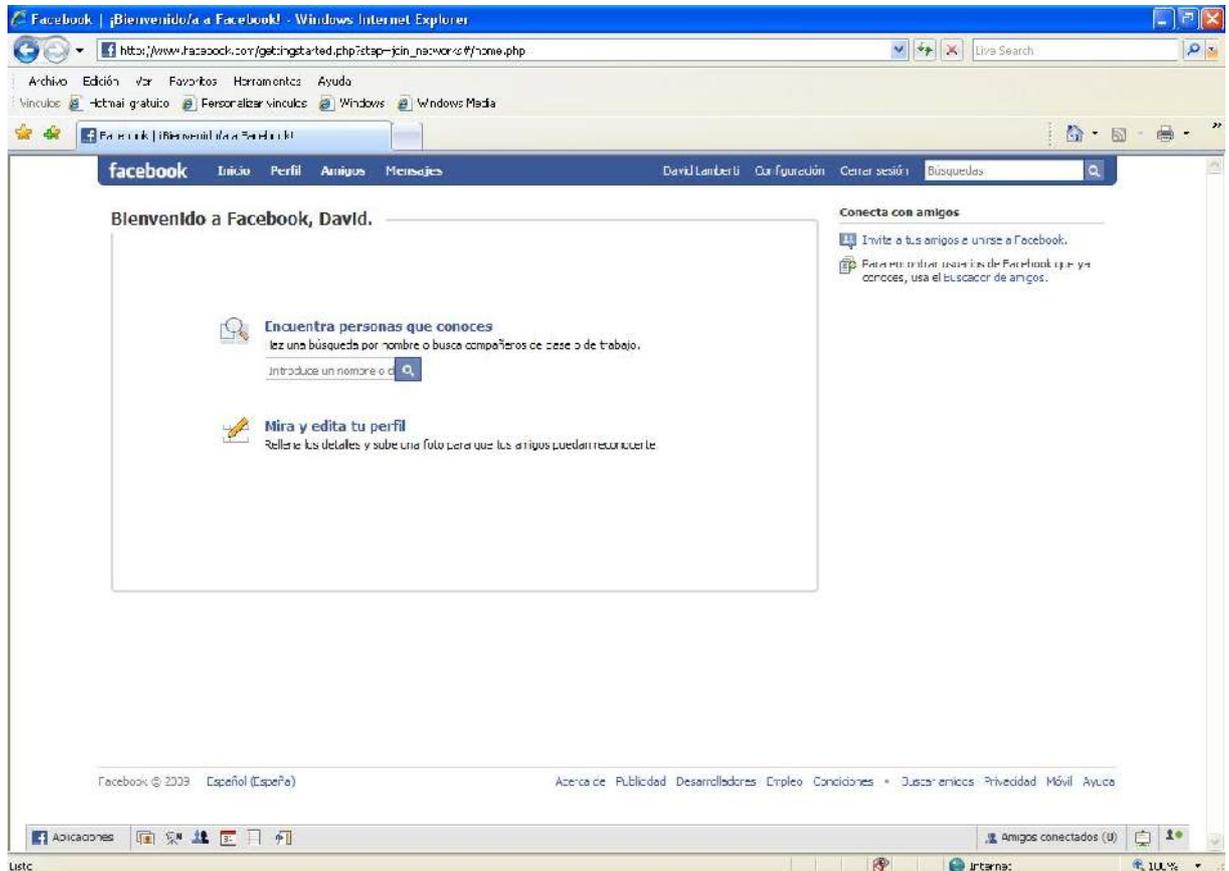


Figura 10

6.3 Servicios que ofrece

Facebook ofrece muchos servicios o secciones que los usuarios tienen a su disponibilidad dependiendo de los servicios disponibles del perfil del usuario, entre estos pueden mencionarse los siguientes que son los estándares:

6.3.1 Amigos

Es un servicio donde se puede localizar amigos con los cuales se ha perdido contacto o bien, hacer nuevas amistades con los cuales compartir mensajes e intercambiar fotos.

6.3.2 Grupos y Páginas

Es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente de Facebook. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En estos grupos se pueden añadir fotos, vídeos,

mensajes, etc. En cuanto a las páginas, estas también se crean con fines específicos, solo que en estas no hay foros de discusión y están orientadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de invitación.

6.3.3 *Notas*

Es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados, se anexan enlaces, fotos y vídeos. Además, el mismo usuario puede escribir notas para que los demás pueden verlas, ya sea amigos u otro grupos de personas dependiendo del perfil que tenga.

6.3.4 *Fotos*

Es el lugar donde se almacenan todas las fotos de los usuarios. Según Facebook hay 5 mil millones de fotos de usuarios, 160 TeraBytes de almacenaje.

6.3.5 *Regalos*

Son pequeños iconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhiben a otros usuarios.

Algunos regalos son gratuitos y el resto cuestan un dólar. El dinero recaudado es donado a causas benéficas.

6.3.6 *Enlaces*

Permiten ver los enlaces de nuestros amigos, también el usuario puede agregar un enlace con la opción "Mis Enlaces" donde por ejemplo, podrá copiar una dirección para publicar vídeos, canciones, o cualquier otra cosa de Internet en su perfil.

6.3.7 *Videos*

Esta opción de vídeo le permite publicar sus vídeos personales en Facebook y enviar mensajes de video a sus amigos.

Le permite publicar sus vídeos de tres formas o maneras diferentes:

- Usar su cámara Web para grabar un vídeo o enviar un mensaje a sus amigos.
- Publicar desde el móvil, enviar sus vídeos a Facebook en video@facebook.com, y Facebook hará el resto.

- Carga de archivos, Facebook soporta casi todos los formatos de vídeo. Para la lista completa, consultar la página de Ayuda.

6.3.8 Juegos

Este servicio que ofrece Facebook se ha hecho muy popular con el correr del tiempo, puede mencionarse dos de los más conocidos como “Guerra de pandillas” y “Pet Society”. Existen otra gran variedad de juegos [14].

6.3.9 Ayuda

Facebook tiene una Ayuda para cualquier consulta que quiera hacer el usuario de cómo utilizar la red y todos sus servicios.

6.4 Prohibición

Facebook no esta habilitado en todo el mundo, existen algunos países donde su uso esta prohibido, estos países son Irán, Birmania y Bután entre los que se resaltan [14].

6.5 Seguridad y Privacidad en Facebook

El fin que persiguen las [redes RSs](#) es muy claro, así mismo los usuarios de estas son conscientes de que a través de ellas pueden generar cadenas humanas alrededor del mundo. Sin embargo, un tema que siempre ha sido debatido en estas redes es la seguridad de la información y el posible uso de ésta para atraer a más usuarios [18].

El tema de seguridad y privacidad en las RSs en general es un punto delicado y el cual los usuarios no lo toman con la seriedad que corresponde o son muy vulnerables en un gran porcentaje.

Los desarrolladores de Facebook siempre se han preocupado e interiorizado por la protección y seguridad que brindan a los usuarios y mantener respeto por los límites de la información que se hace publica y que ha sido seleccionada por los usuarios al suscribirse o mantienen en la red, ya que cada usuario es dueño absoluto de que información quiere que sea publica y cual no [18].

Es muy importante entonces que los usuarios tengan claridad sobre las políticas de las RSs para manejar información y tengan conocimiento además de las opciones para administración de estos datos, a los cuales se puede tener acceso para crear la red

correctamente y sin encontrarse con sorpresas. De esta manera las redes cumplirían su objetivo sin afectar a sus usuarios [18].

6.5.1 Consejos de seguridad

Se pueden dar algunos consejos para proteger su información:

1. **Cuide sus datos personales.** Información como la dirección física donde vive, el teléfono fijo y el celular pueden llegar a manos de gente o usuarios desconocidos en Facebook y otras redes. No incluya datos personales en su perfil, o información que permita determinar sus hábitos y rutinas.
2. **Utilice las herramientas de protección.** En el vínculo 'Privacy', ubicado en la parte superior derecha de la página principal de Facebook, podrá configurar todos los aspectos relacionados con la seguridad de sus datos.
3. **Bloquee personas.** Utilice la opción 'Block People' (dentro de 'Privacy') para bloquear a usuarios que no desee que tengan algún tipo de contacto con usted.
4. **Limite su perfil.** En 'Privacy', en la opción 'Limited Profile', puede incluir a las personas que no quiere que vean su perfil completo, sino a partes de él. Las características de este perfil las puede configurar al dar clic en el vínculo 'Edit settings', ubicado en esta sección.
5. **Cuidado al unirse a una red.** Si usted no se ha registrado en una red de Facebook, solo sus amigos podrán ver su perfil. Pero en el momento de afiliarse a una red, su perfil se hará público para todos los que pertenecen a ella. Por ello es importante administrar la privacidad de su cuenta.
6. **Proteja a sus amigos.** Para que usuarios desconocidos no conozcan a sus amigos, dé clic en 'Privacy' y busque el vínculo Search. En la parte de abajo, donde aparece el título 'What Can People Do With My Search Results', desactive la casilla de verificación 'View your friend list'. A continuación dé clic en el botón Save [19].

Los usuarios deben cambiar la configuración de privacidad de su cuenta Facebook para que solo sus amigos puedan ver sus datos y no estar expuestos al acceso a su información por desconocidos o delincuentes cibernautas [20].

6.6 Actualidad Facebook

En febrero del año 2008 quedo disponible la red más popular en idioma español. Participaron más de 1500 usuarios en la traducción, el idioma español es uno de los más hablados en todo el mundo y actualmente en Facebook la mayor cantidad de usuarios.

7 Myspace

7.1 *Que es Myspace?*

MySpace fue fundado en 2003 por Chris DeWolfe y Tom Anderson. Comenzó como un sitio para socializar parecido a Friendster¹ [16].

Es un sitio Web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno. En la actualidad es propiedad de News Corporation. Su sede central se encuentra en Santa Mónica, California, Estados Unidos y además tiene otra sede y servidor en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos.

MySpace comenzó a expandirse, extenderse y ganar popularidad además de usuarios lentamente, hasta llegar al punto de convertirse en algo extraordinario y en una *revolución social*, especialmente en Estados Unidos donde MySpace es el sitio Web más visitado tras Yahoo!, MSN, Google y YouTube y hasta el punto en el que la mayoría de la población del país conoce el servicio y es muy habitual, especialmente entre jóvenes y adolescentes estadounidenses, ser usuario de MySpace. En la actualidad el servicio se está extendiendo mundialmente y ganando usuarios de otros países.

Entre sus posibilidades, MySpace ofrece perfiles especiales para músicos y sus usuarios usan el servicio con diversos y diferentes fines, entre ellos el comunicarse con amigos o familiares, el conocer gente, por motivos de trabajo, *como ha servido para que grupos musicales se den a conocer*, así todos tienen un perfil en la página, siendo a veces más visitada que la verdadera página oficial. En Latinoamérica y España la barrera del idioma ha impedido hasta ahora que se extienda su uso, aunque ya existe una versión beta del Web en castellano.

1. Servicio de vinculación de personas que crea grupos sociales similares a lo de la vida real a través de una gran red virtual. Ayuda a los usuarios a encontrar pareja o a hacerse nuevos amigos conectando a la gente con amigos, o con amigos de amigos, o amigos de amigos de amigos, y así sucesivamente

En mayo de 2007, myspace compra el sitio photobucket. En abril de 2008, se lanza un servicio de música streaming por suscripción.

7.2 Características de Myspace

Myspace posee varias características o servicios que ofrece a los usuarios, pueden mencionarse los siguientes [17]:

- a) **Boletines**, son mensajes que son guardados en un “cuadro de boletines” para cualquier amigo del usuario de Myspace; estos mensajes son eliminados luego de pasado 10 días.
- b) **Grupos**, Myspace tiene una característica que permite que un grupo de usuarios comparta una misma página y cuadro de mensajes. Estos grupos pueden ser creados por cualquier usuario.
- c) **MyspaceTV**, es un servicio parecido al comportamiento de videos de You Tube.
- d) **Aplicaciones**, en el año 2008 Myspace introdujo un API donde los usuarios pueden crear aplicativos para otros usuarios para apostar en sus perfiles. Estos aplicativos son similares a los de Facebook.
- e) **Myspace Mobile**, es una gran variedad de medios a los que los usuarios pueden acceder desde su teléfono celular.
- f) **Myspace News**, es un servicio que permite al usuario poder mandar feeds RSS o recibir noticias. También permite a los usuarios establecer cada materia por votación. Cuantos más votos recibe una materia, más alta en preferencia de la página se ubicará.
- g) **Myspace Classifieds**, es la sección de clasificados iniciada en el año 2006.
- h) **Myspace Karaoke**, creada en el año 2008 que permite a los usuarios cargar grabaciones de audio de ellos mismos cantando para sus páginas de perfil. Los amigos del usuario pueden evaluar su rendimiento.
- i) **Myspace Polls**, es un servicio desde 2008 para que los usuarios puedan incluir encuestas en sus perfiles y compartir con otros usuarios.
- j) **Otros servicios**, Myspace posee otras secciones o servicios para deportes, libros, horóscopos, empleos y también películas.

A continuación se muestran en diferentes páginas como suscribirse a MySpace y el funcionamiento de sus servicios. La home de MySpace es la página que se muestra debajo en la Figura 11, donde puede verse que tiene 2 solapas u opciones, una para usuarios ya registrados y otra para Registrarse sino es usuario de la red:



Figura 11

La siguiente es la página para la Registración que se muestra en la Figura 12:

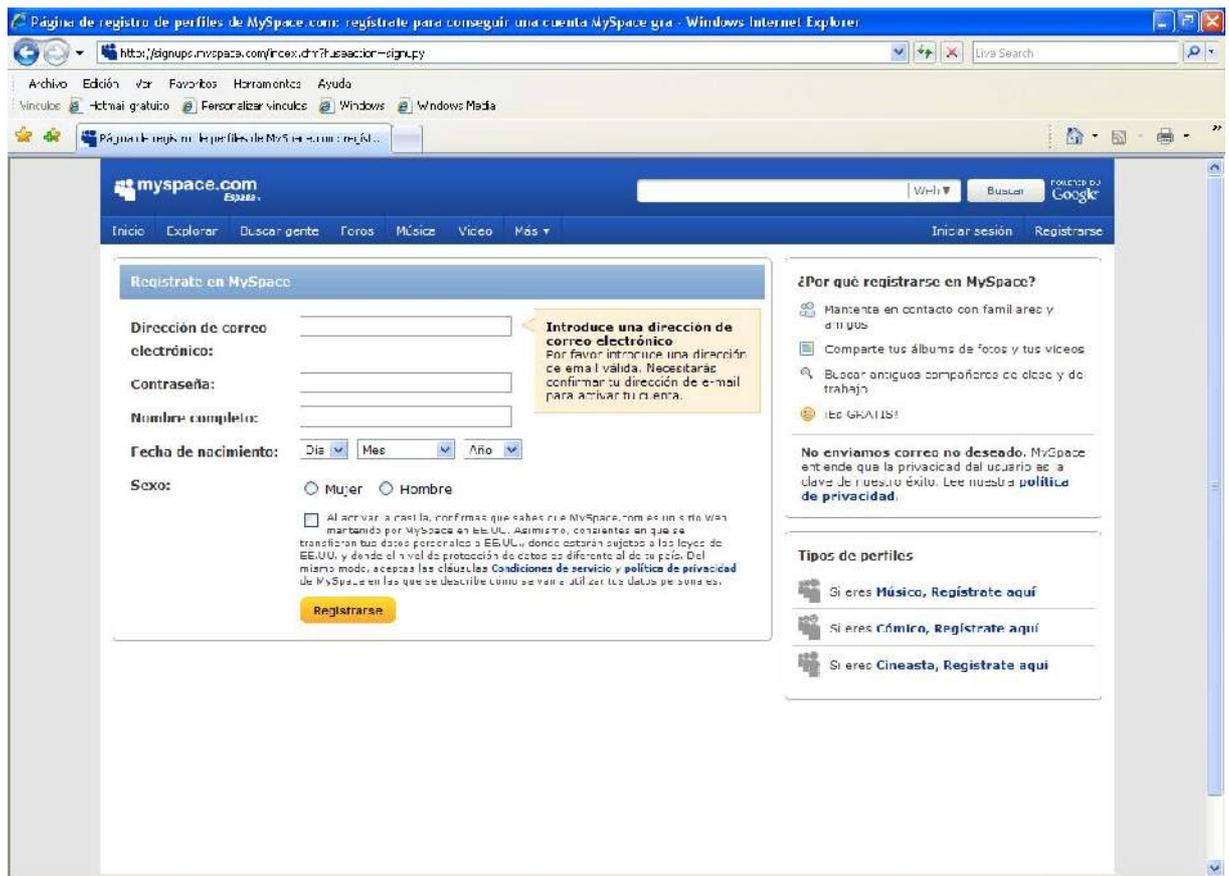


Figura 12

Como puede verse en la Figura anterior, al igual que en otras RSs se solicita un e-mail para poder loguearse como usuario de la red, contraseña, nombre y apellido y sexo. Luego de haber completado estos datos se muestra la Figura13 donde se solicita el ingreso de un texto de verificación para poder continuar:

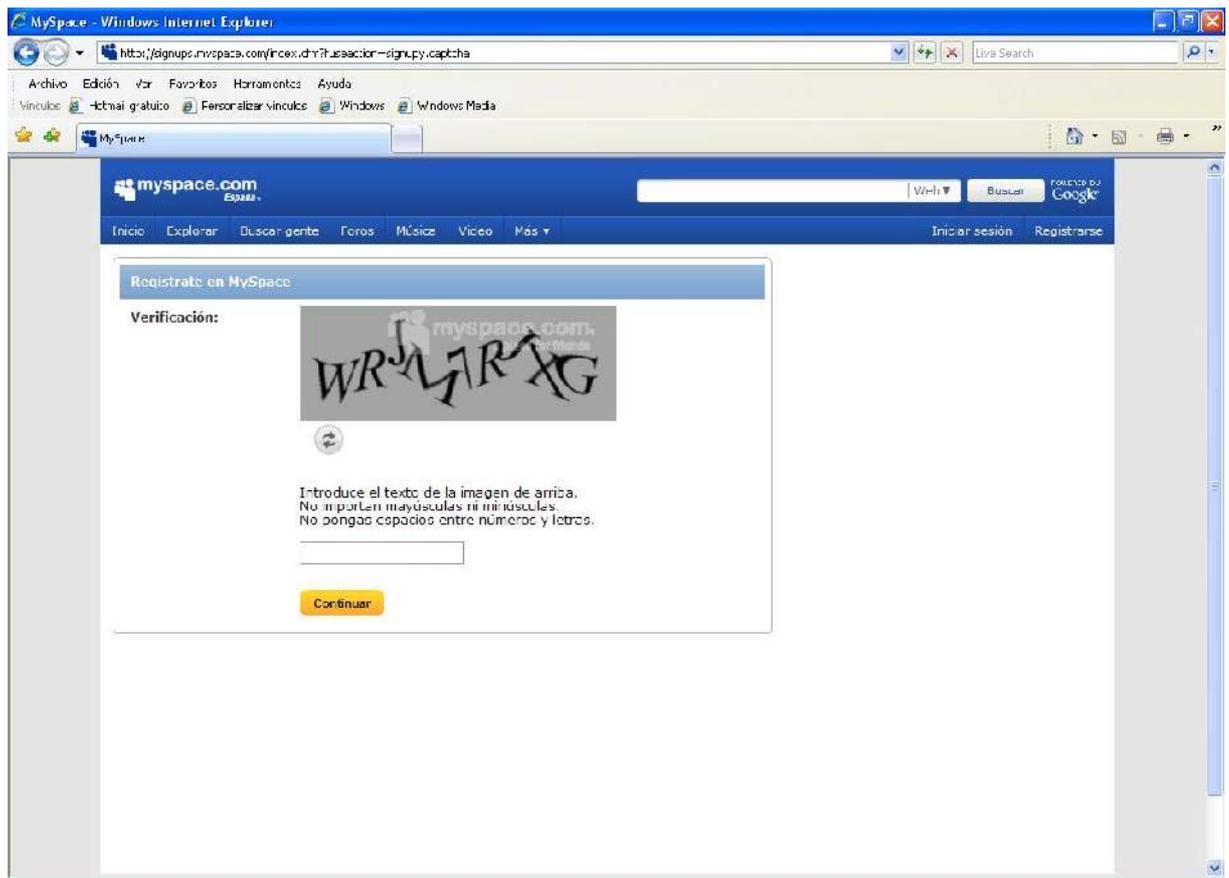


Figura 13

Una vez insertado el texto de verificación MySpace le permite comprobar su libreta de direcciones, en este caso, Gmail para ver si sus amigos de Gmail ya forman parte de MySpace. Si sus amigos ya están registrados, puede enviarles enseguida una petición de amigo. Si no lo están, puede enviarles fácilmente una invitación para unirse.

Busque en la libreta de direcciones de su cuenta de Gmail para encontrar los amigos que ya forman parte de MySpace.

La Figura 14 muestra esta página:

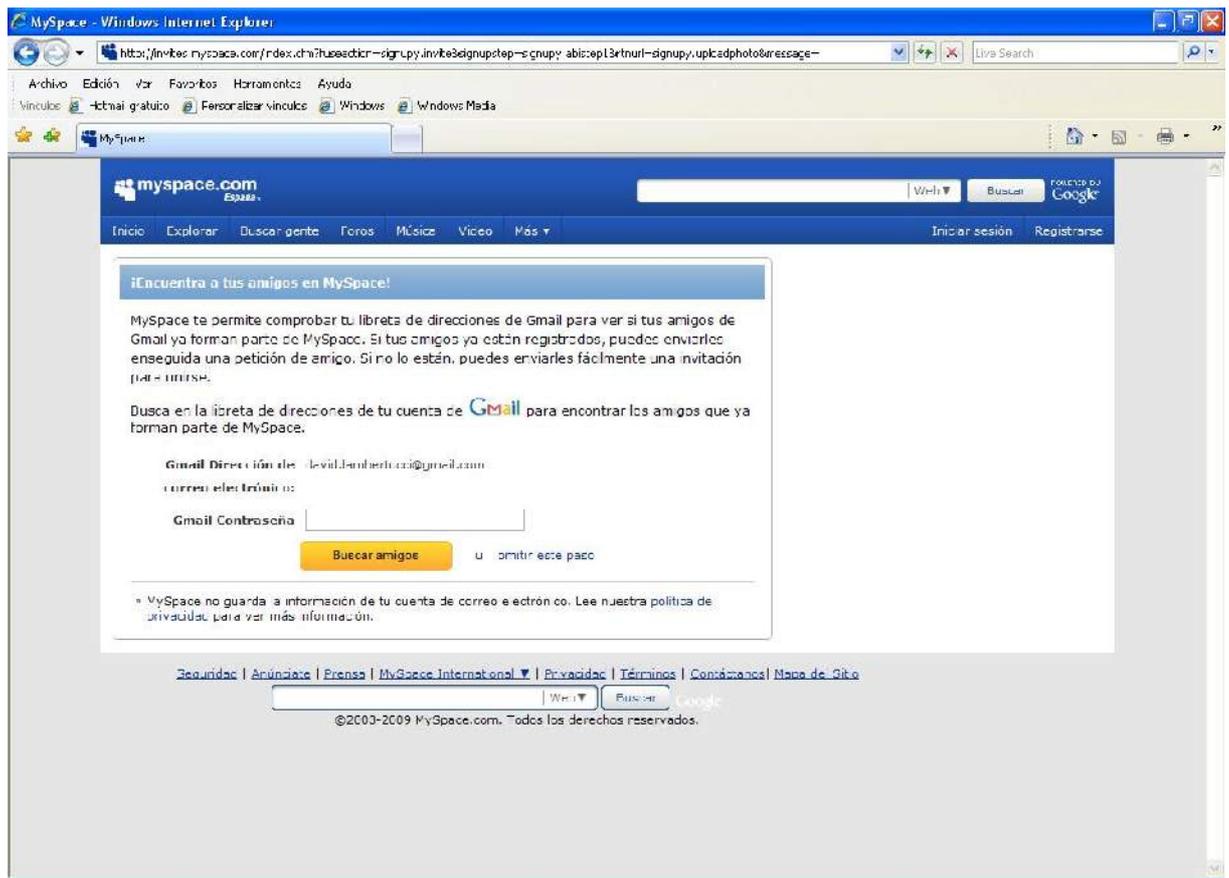


Figura 14

Si ingresa su contraseña de e-mail MySpace le mostrará el listado completo de contactos en su cuenta, seleccionados ya todos para agregarlos a su red como amigos, o bien usted podrá seleccionar quienes quiere agregar o bien en el momento no quiere agregar a ningún amigo y selecciona desactivar todos. Por el contrario, si elige saltar esta opción se mostrará la siguiente página representada en la Figura 15. Luego se saltarán otros pasos durante la suscripción para hacer más rápido el proceso de suscripción que se muestran en las Figuras 16, 17 y 18 respectivamente.

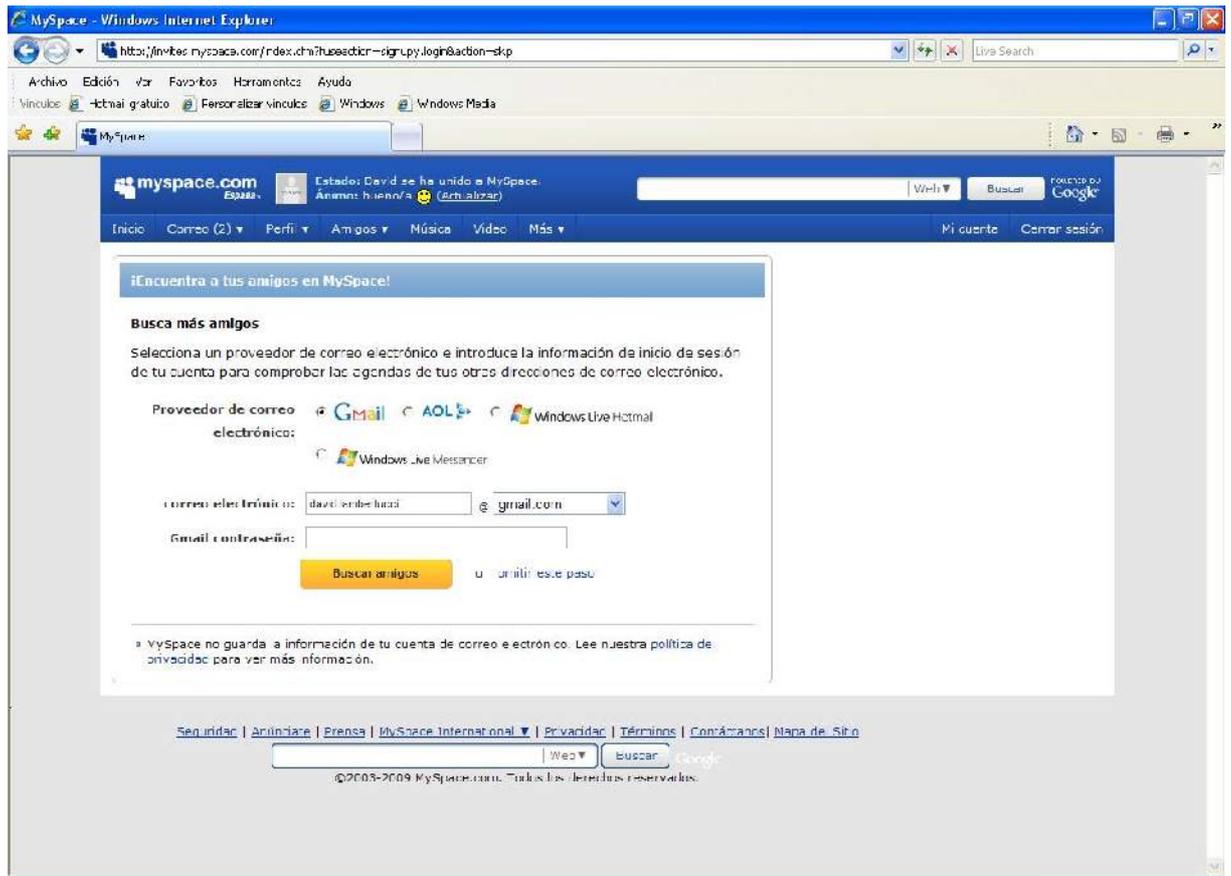


Figura 15

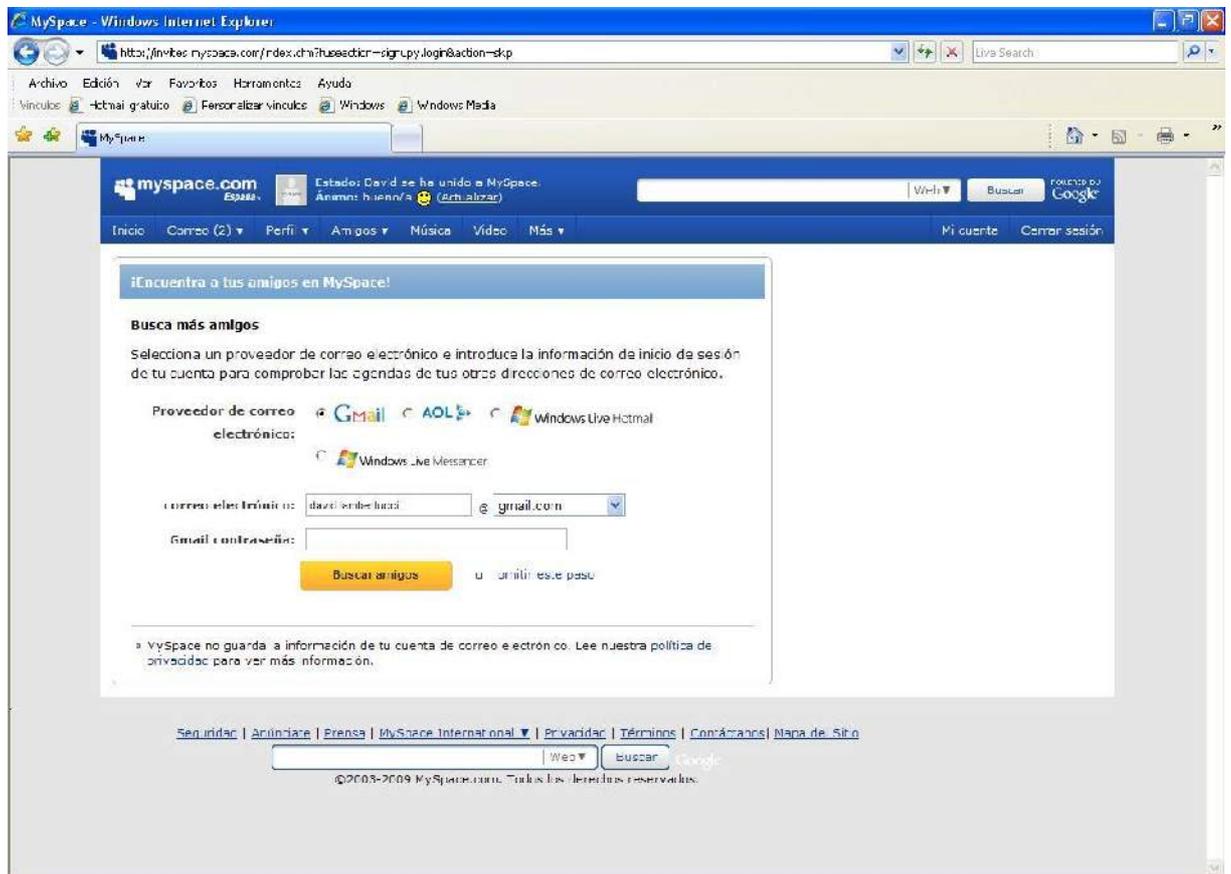


Figura 16

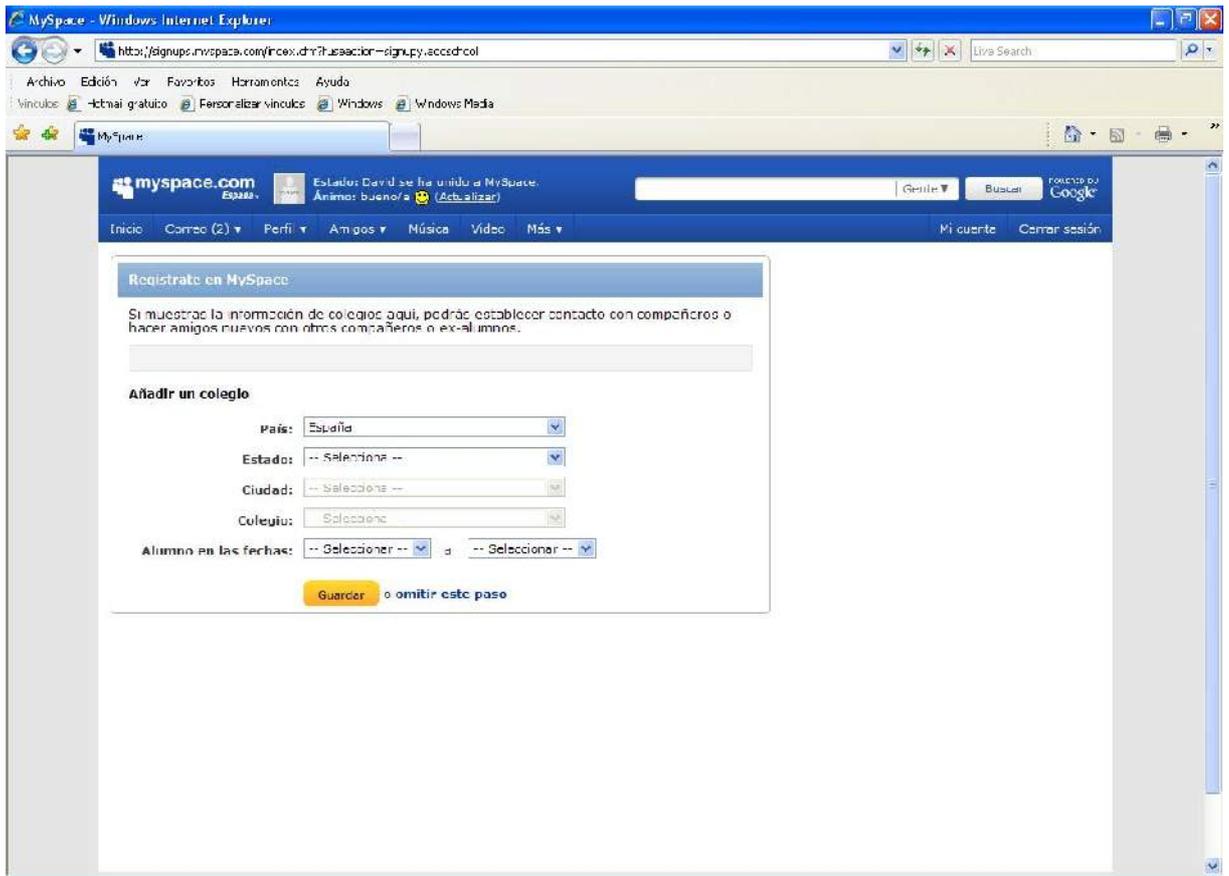


Figura 17

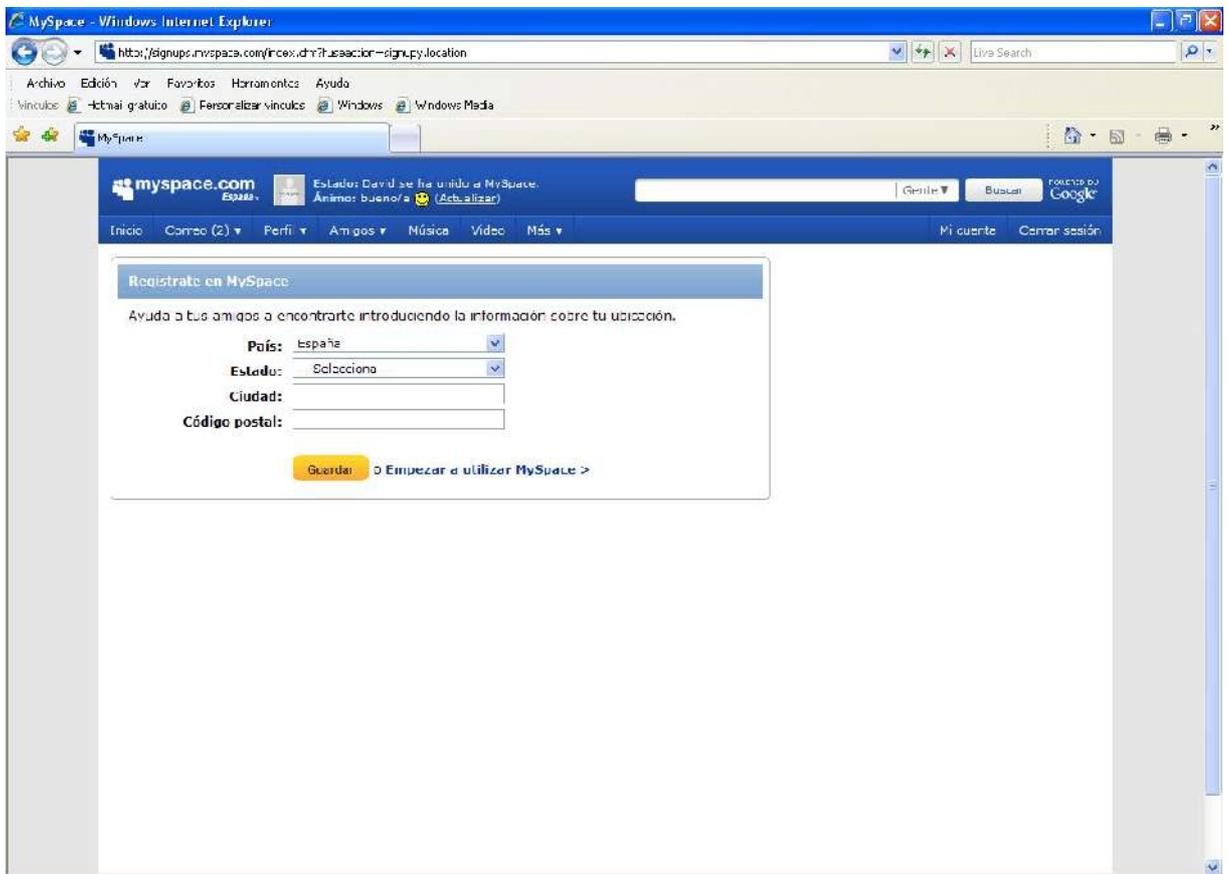


Figura 18

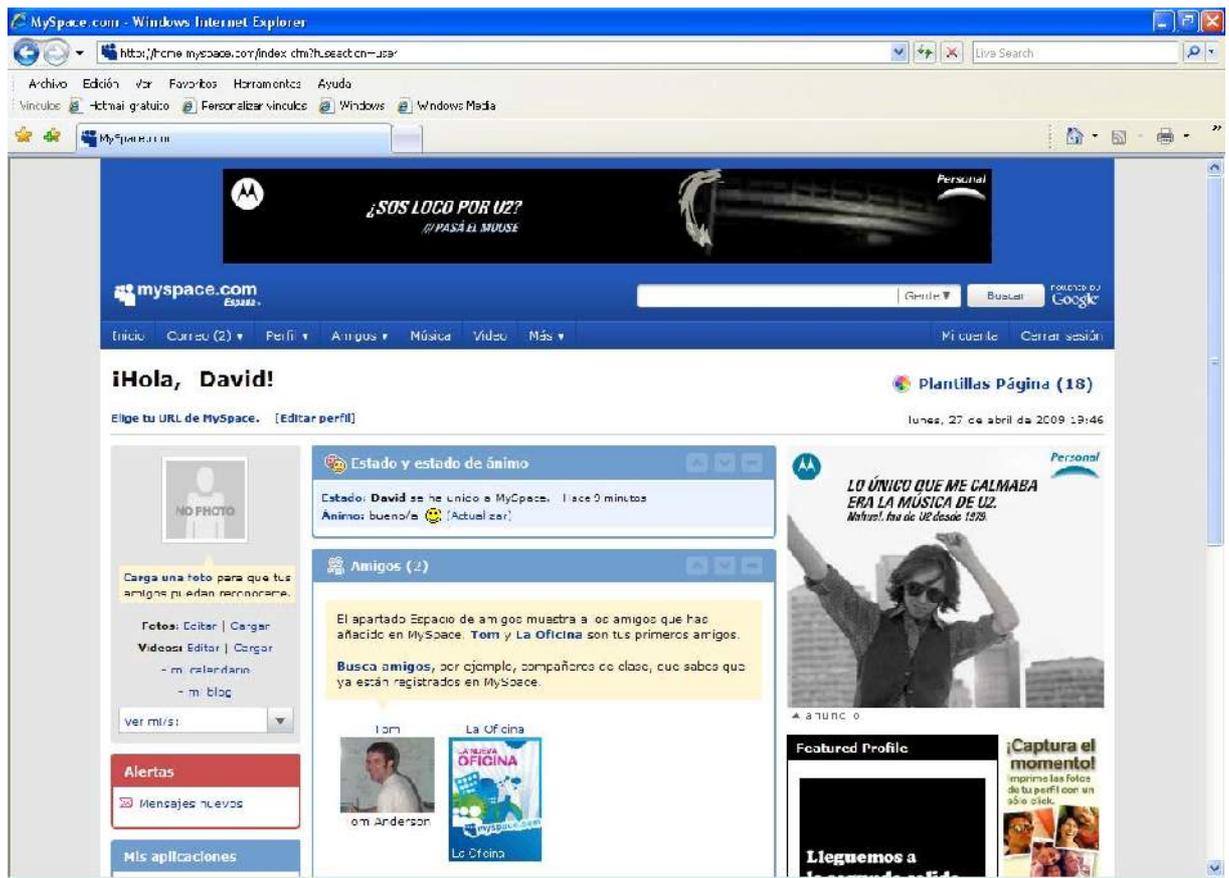


Figura 19

Como puede verse en la Figura 19, la página Home de su MySpace, ya puede ver todos los servicios disponibles para hacer uso de la red.

7.3 Disponibilidad de Myspace

Esta RS se encuentra disponible en 17 idiomas diferentes por todo el mundo. A continuación se da el listado de los mismos:

1. Alemán
2. Chino
3. Coreano
4. Danés
5. Español
6. Finés
7. Francés
8. Indú
9. Inglés
10. Italiano
11. Japonés

12. Neerlandés
13. Noruego
14. Polaco
15. Portugués
16. Ruso
17. Turco

7.4 Seguridad en Myspace

La seguridad en toda RS es un tema crítico y de mucha importancia ya que de ello depende mucho la confianza de la gente en la red.

Las RSs se han vuelto hoy en día un medio muy importante para los jóvenes, donde estos medios de comunicación entretienen a jóvenes y adultos, por medio del cual se conectan y hacen amistad millones de personas en todo el mundo. Una de las características más importantes de estos medios sociales es la forma de expresarnos libremente, por lo tanto se debe tener mucho cuidado en lo que publican.

A continuación se mencionan algunos criterios de seguridad que deben seguir y puedan iniciar una amistad sin complicaciones:

1. ***Proteger su información.***

Debido a muchos peligros que puede tener por publicar información en su perfil en forma inconsciente, debe usar las funciones de privacidad, para que restrinja y apruebe quien puede visitar su perfil.

2. ***Evitar reuniones con extraños.***

Si por necesidad debe reunirse con un amigo de la red, que sea en un lugar público, tiene que ir acompañado de un familiar (esta es una medida algo excesiva), pero lo más recomendable es evitar dichas reuniones con un amigo de la red social que no tenga el suficiente conocimiento de su persona.

3. ***Piense antes de publicar sus fotos.***

Cuando suba sus fotos debe tener mucho cuidado en las imágenes que va a subir, sus amigos pueden reconocerlo fácilmente, sobre todo si las imágenes que ha publicado pueden confundir a las personas que lo visitan, siempre piense antes de publicar, como se sentiría sus familiares si ven dichas imágenes y si son vistas por

personas conocidas de la universidad o de su trabajo, estas imágenes complicarían su vida sin necesidad y pudiéndolo evitar.

4. ***Revise frecuentemente los comentarios.***

Si aprobó que pueden enviarle comentarios, primero léalos continuamente, si alguno es insolente y vulgar elimine dicho comentario, bloquee a la persona y por supuesto reporte sobre este inconveniente a la RS y lo más importante, evite responder comentarios de personas extrañas que le pregunten información personal.

5. ***Sea honesto con respecto a su edad.***

Por su bienestar tiene que ser honesto con su edad, si es un menor de edad no le gustaría ser amigo o dialogar con personas mayores que están pensando y actuando de forma muy distinta a su etapa de vida [45].

8 Twitter

8.1 Que es Twitter?

Es un servicio gratuito de microblogging, que hace las veces de RS y que permite a sus usuarios enviar micro-entradas también denominadas "tweets" basadas en texto, con una longitud máxima de 140 caracteres, donde se responde a la pregunta *¿Qué estás haciendo?*. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por la Web de Twitter, como vía SMS (Short Message Service) desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea, o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser Twiterrific, Facebook, Twinkle, etc [21].

8.2 Historia

Twitter surgió en el año 2006 como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de Obvious, LLC, un pequeño start-up de San Francisco. Al principio fue usado internamente por la compañía hasta que fue oficialmente lanzado al público en octubre del mismo año. El servicio ligeramente comenzó a ganar seguidores y en marzo de 2007 ganó el premio *Web South by Southwest* en la categoría de blog.

8.3 Tecnología Utilizada

Twitter está escrito en Ruby on Rails y además dispone de una API abierta para todo tipo de desarrolladores, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones Web como en aplicaciones de escritorio o móviles [21].

8.4 Usos de Twitter

Twitter tiene un conjunto de aplicaciones de diversas funcionalidades pero que aun no se ha consolidado como modelo de negocio mas allá de que vaya ganando popularidad y usuarios adeptos [22].

8.5 Actualidad Twitter

Actualmente Twitter tienen millones de usuarios suscriptos y ha ganado popularidad y adeptos gracias a sus diversas aplicaciones y poder de comunicación a través de los mensajes de textos.

8.6 Servicios Twitter

Para poder ser usuario de Twitter hay que suscribirse a la misma, para ello a continuación se muestra a través de una serie de pasos indicados por imágenes como hacerlo. En la Figura 20 se muestra la página home para loguearse si ya es usuario o bien para suscribirse:

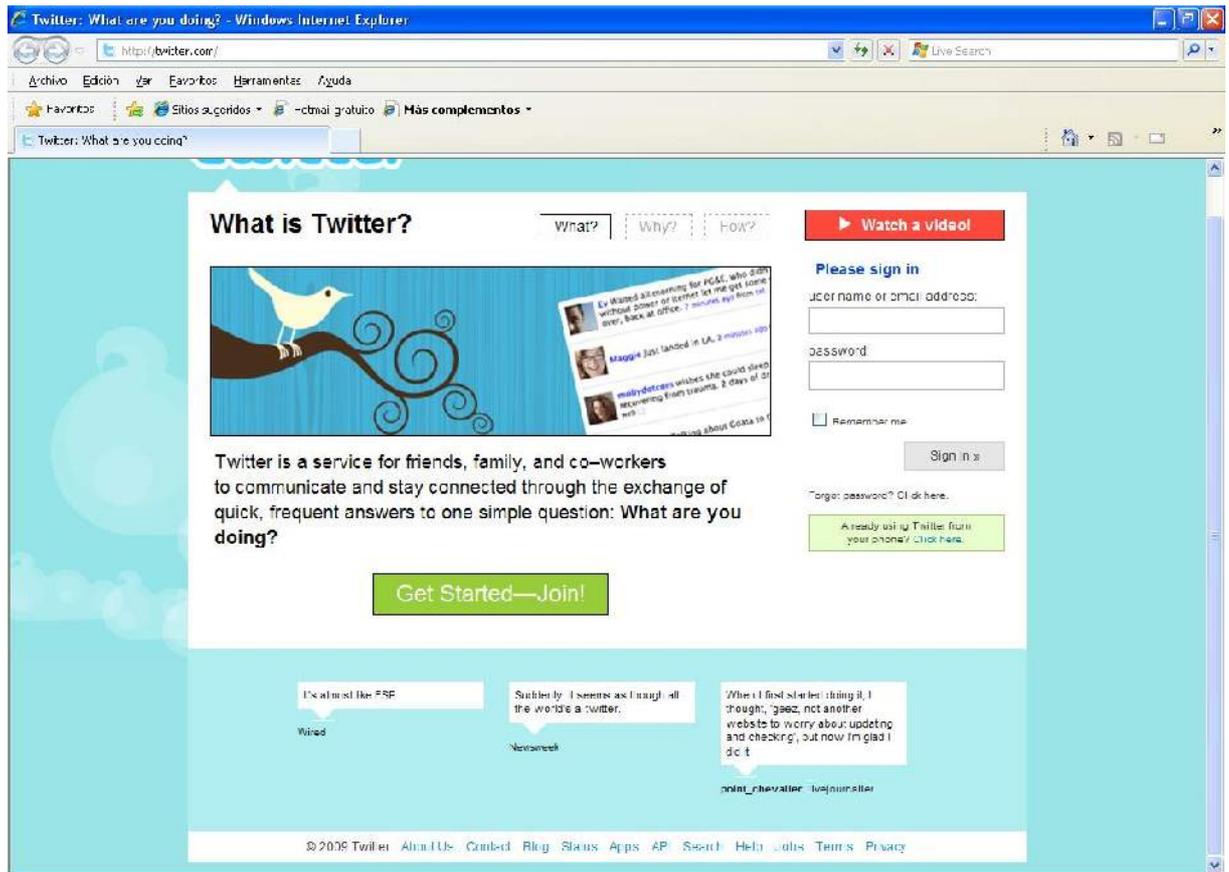


Figura 20

Para poder suscribirse deberá seleccionar donde dice “Get Started - Join”; luego de seleccionar esta opción aparecerá la siguiente página en la Figura 21 para poder ingresar sus datos personales y una dirección de e-mail la cual usará para loguearse a Twitter. Al finalizar la carga de los datos presionar el botón Create my account y se continuará con el siguiente paso donde se pedirá su e-mail y password mostrado en la Figura 22 para poder acceder al mismo y en el momento en el paso siguiente como se muestra en la Figura 23 mostrarle todos sus contactos para invitar a los mismos a ser parte de Twitter, cabe aclarar que estos pasos a partir del cual se solicita su e-mail y password pueden saltarse y completarse en un tiempo posterior a la suscripción.

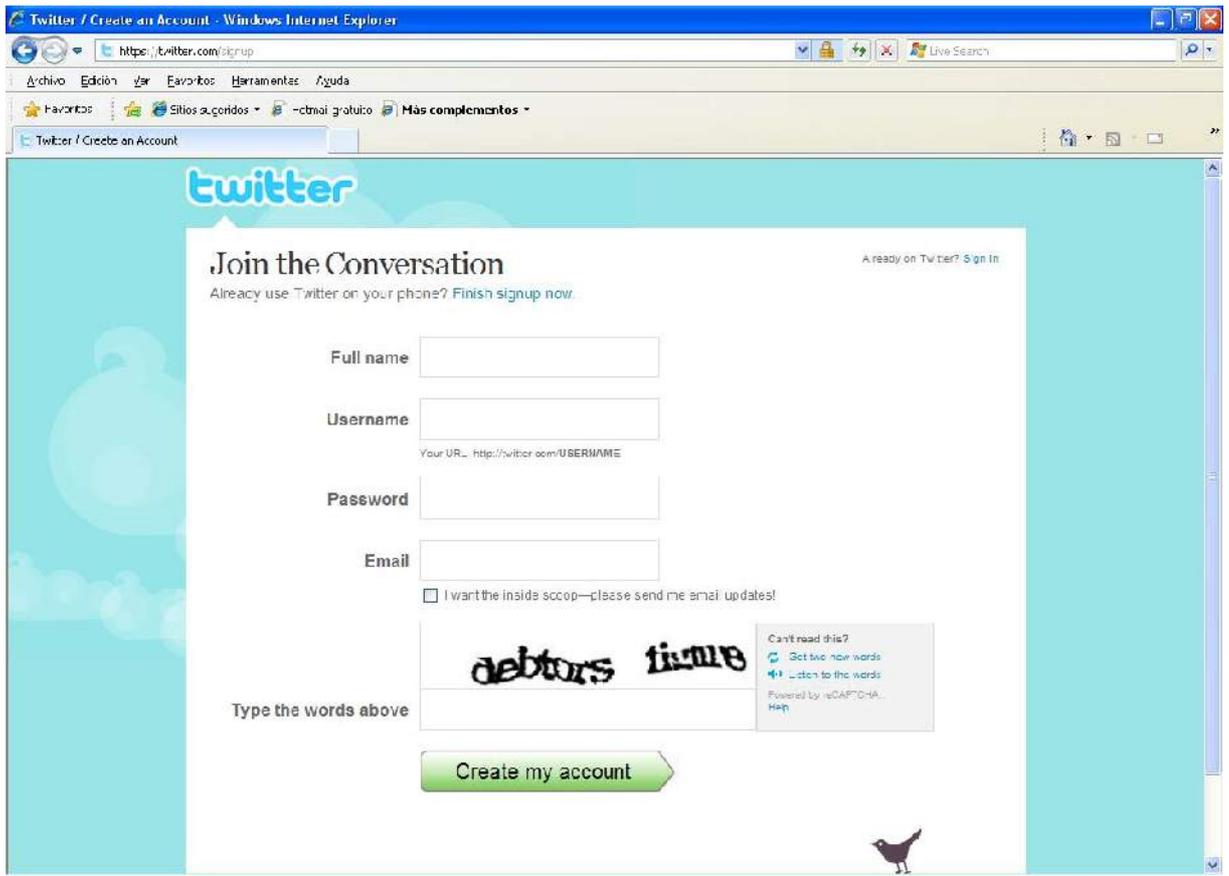


Figura 21

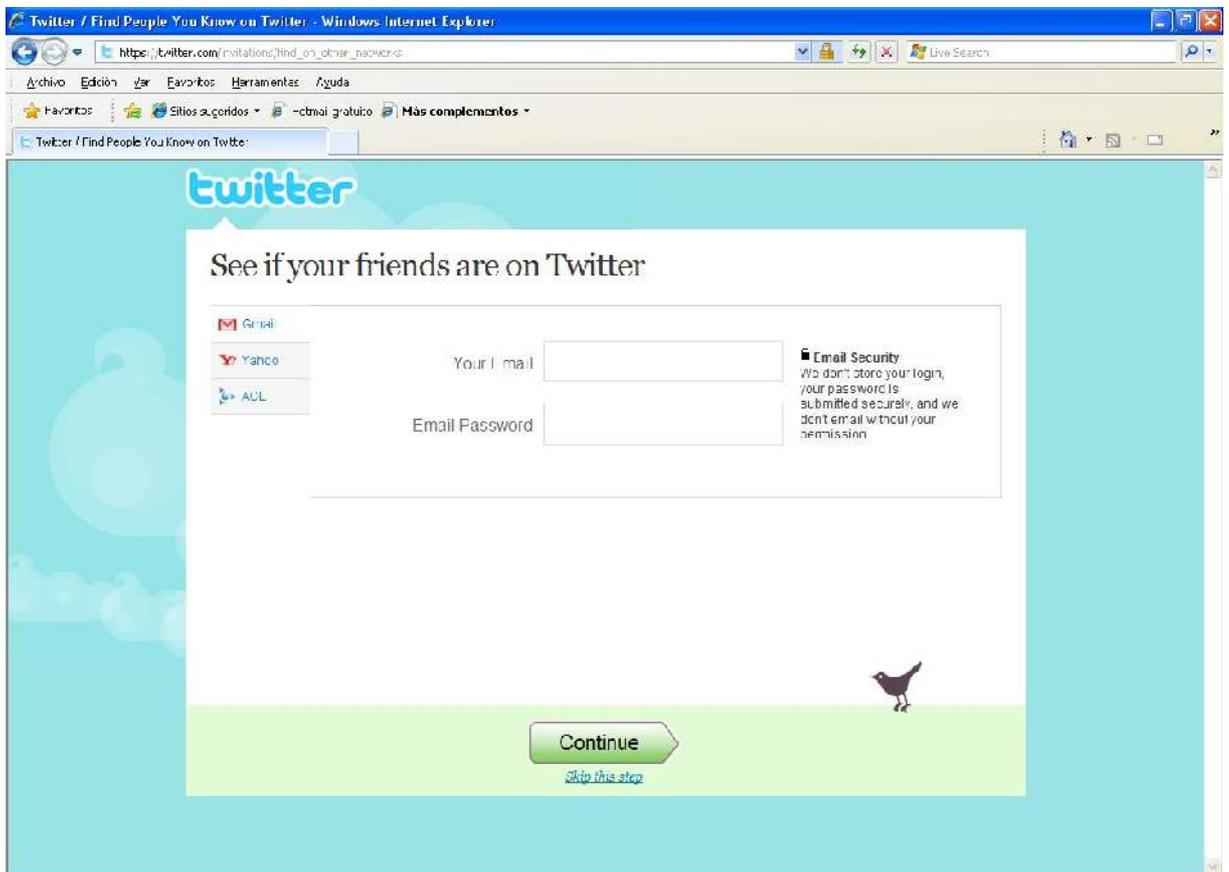


Figura 22

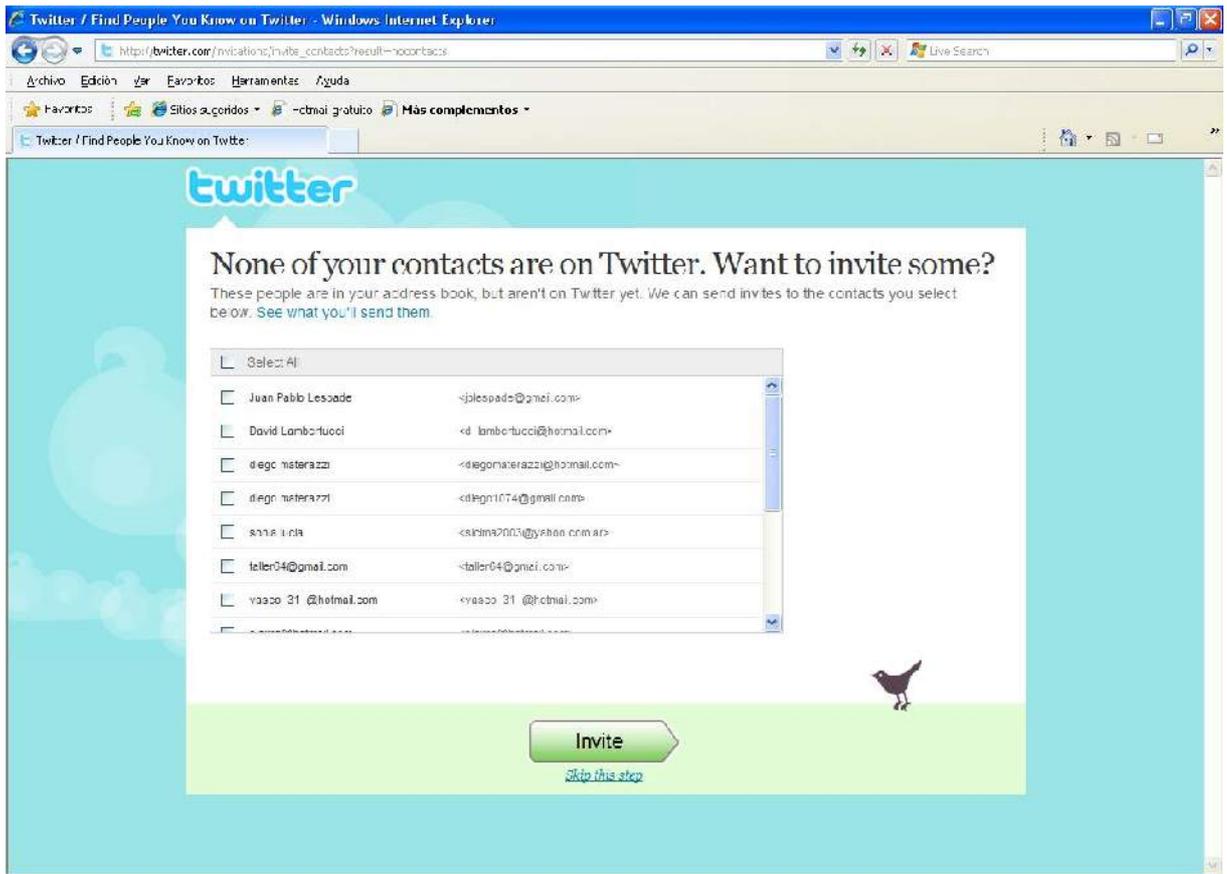


Figura 23

Como se comento anteriormente estos pasos pueden saltarse, luego de seleccionar o no sus contactos de su cuenta de mail que eligió para loguearse aparecerá la siguiente página como se muestra en la Figura 24 donde ya dentro de su página principal en Twitter le mostrará una serie de usuarios de Twitter dándole a usted la posibilidad de iniciarse en Twitter con ellos; esta opción también es opcional, puede saltarse.

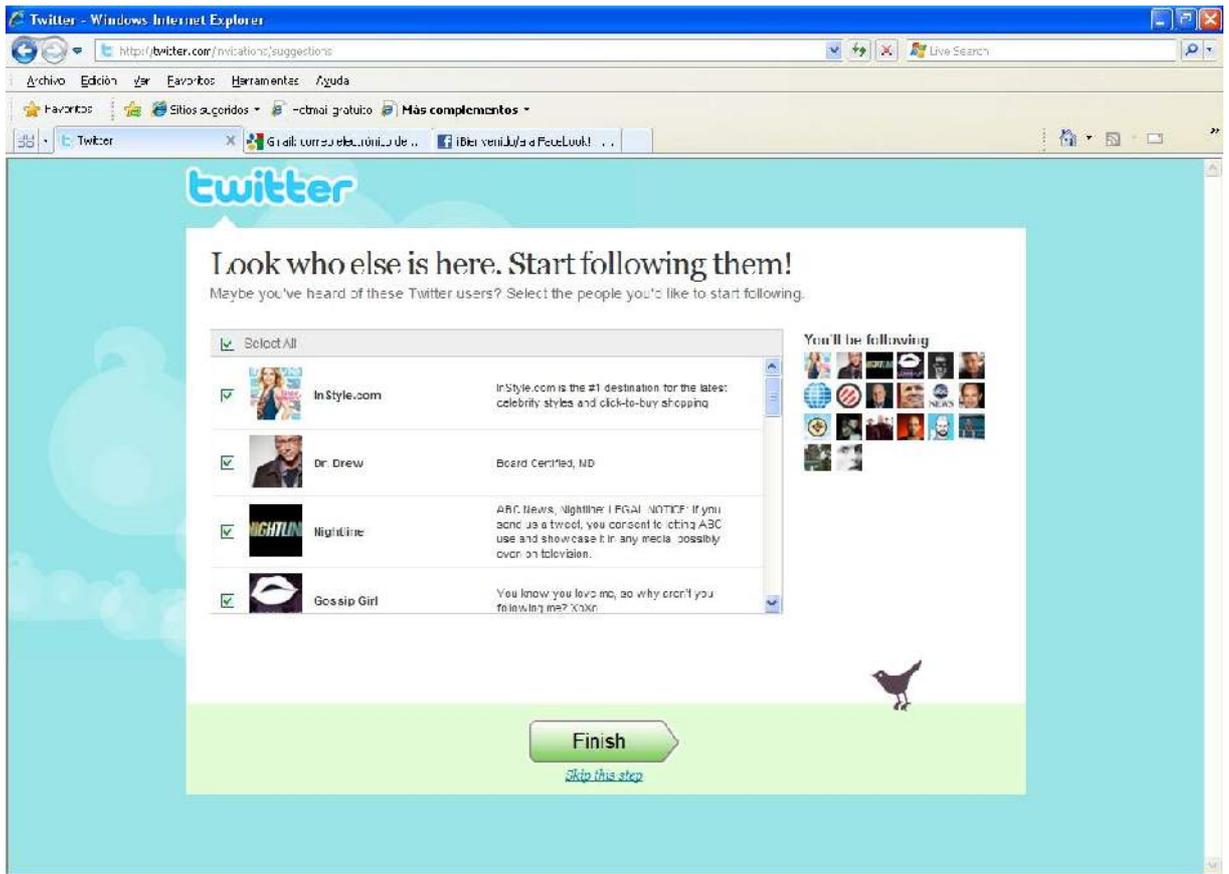


Figura 24

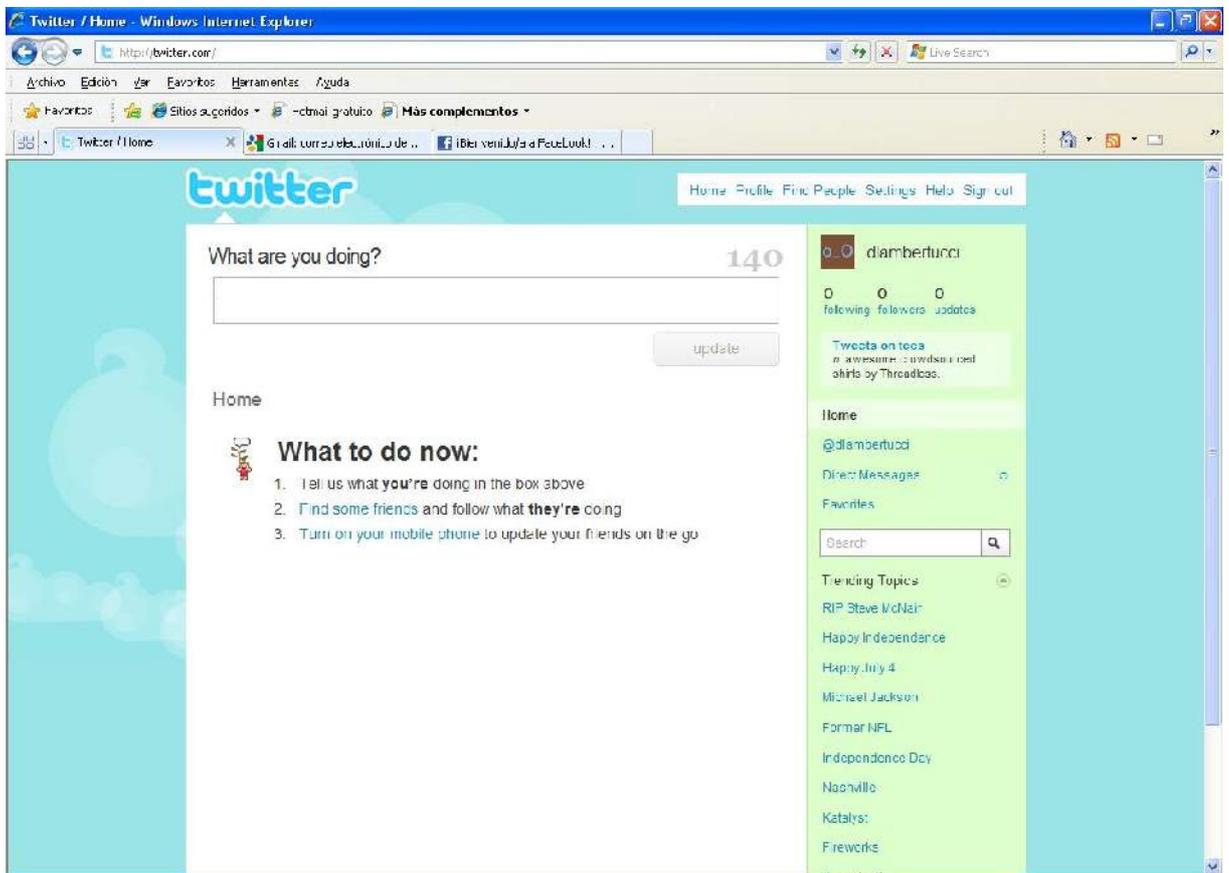


Figura 25

Posteriormente, en el paso siguiente se le pregunta al usuario “What are you doing?”, Que estas haciendo? Esto es la funcionalidad principal de Twitter por la cual surgió, el envío de mensaje a través de Twitter u otras aplicaciones asociadas a la misma de que estas haciendo ahora con un máximo de 140 caracteres en el mensaje. Esto se muestra en la Figura 25 de arriba. En la Figura 26 de abajo se muestra la misma página pero ya con el envío de un mensaje. de texto a través de Twitter:

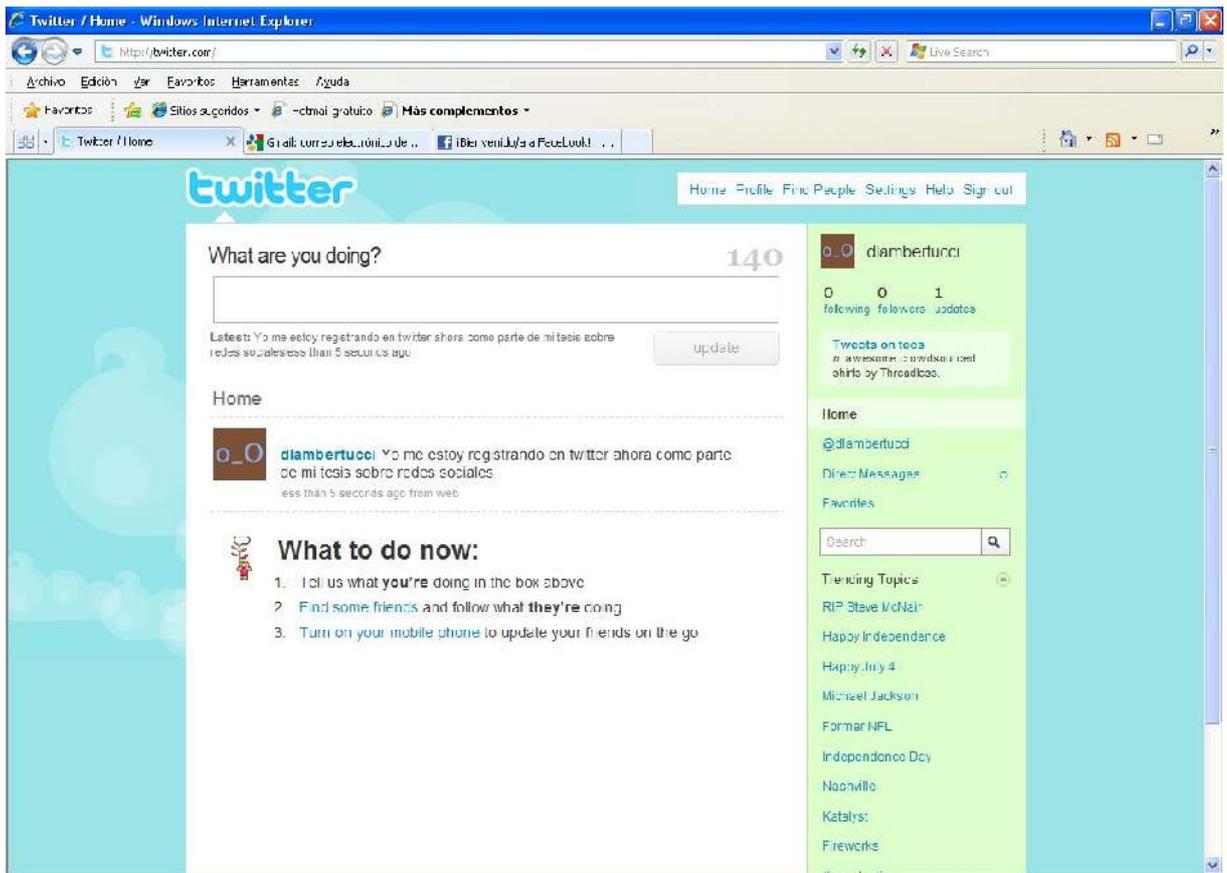


Figura 26

9 LinkedIn

9.1 Que es LinkedIn?

LinkedIn es la mayor red para profesionales en todo el mundo. Ya cuenta con más de 25 millones de usuarios y sigue creciendo a un ritmo acelerado. LinkedIn le ayuda a intercambiar conocimientos, ideas y oportunidades con sus contactos de confianza [23].

Es una red similar a Facebook pero orientada como se menciono a profesionales, se puede publicar información personal y profesional para que a través de estos perfiles puedan generar redes y nuevos contactos. También se pueden publicar preguntas y respuestas, artículos, grupos de interés, debates, etc.

Es un sitio de red orientada a los negocios, fundado en diciembre de 2002 y lanzada en mayo de 2003 (comparable a un servicio de RS), principalmente para red profesional.

A octubre de 2008, tenía más de 25 millones de usuarios registrados extendiéndose a 150 industrias [25].

9.2 Para que sirve LinkedIn?

Los usos de esta RS son variados, se pueden mencionar los siguientes:

- Para publicar el perfil personal y profesional.
- Para hacer Networking.
- Para recomendar y ser recomendado.
- Para plantear y responder cuestiones.
- Para encontrar y pertenecer a grupos de interés.
- Para buscar empresas y empleos.
- Para publicar contenido interesante [24].

9.2.1 Como comenzar a utilizar LinkedIn y sacarle provecho a esta RS

A continuación se mencionan una serie de ítems de características de LinkedIn que un usuario debería tener y hacer uso:

9.2.1.1 Tener un perfil completo es fundamental

Tener un [perfil](#) completo es la clave para que posibles contactos lo encuentren y pueda mostrar su trayectoria profesional. No olvidar incluir los empleos anteriores, formación,

afiliaciones y actividades. Cuando se tiene un perfil completo, se asegura de aparecer en los primeros resultados de búsqueda en motores como Google y Yahoo! y en LinkedIn.

9.2.1.2 Añada contactos a su red

Sus [contactos](#) le abrirán las puertas a nuevas oportunidades y le permitirán conocer a gente crucial para su futuro. Por ejemplo, los contactos de sus contactos pueden ser el nexo a su próximo empleo, un posible negocio, o la solución a una pregunta empresarial. En LinkedIn se ha descubierto que la gente prefiere colaborar con personas conocidas y respetadas por sus colegas.

9.2.1.3 Comparta sus conocimientos y experiencias

LinkedIn es el mejor lugar en Internet para compartir e intercambiar información empresarial. [Haga una pregunta](#) y reciba respuestas rápidas y acertadas de su red y expertos en todo el mundo. También puede aumentar su credibilidad profesional mostrando sus conocimientos, experiencia e intereses cuando [responde a una pregunta](#) [23].

9.3 Como suscribirse a LinkedIn?

A continuación se muestra la página inicial de LinkedIn para loguearse en caso de ya ser usuario de la red o bien para suscribirse, la página se muestra en la Figura 27:

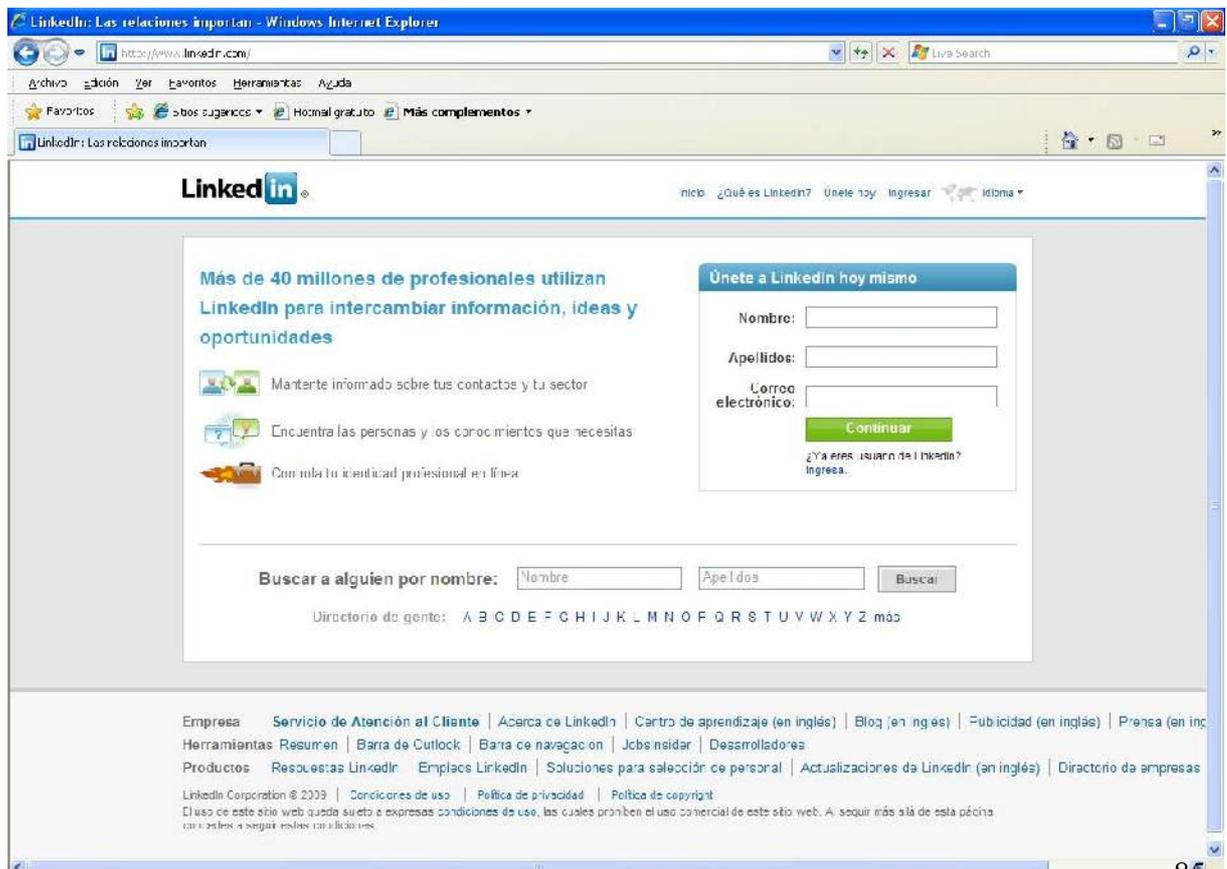
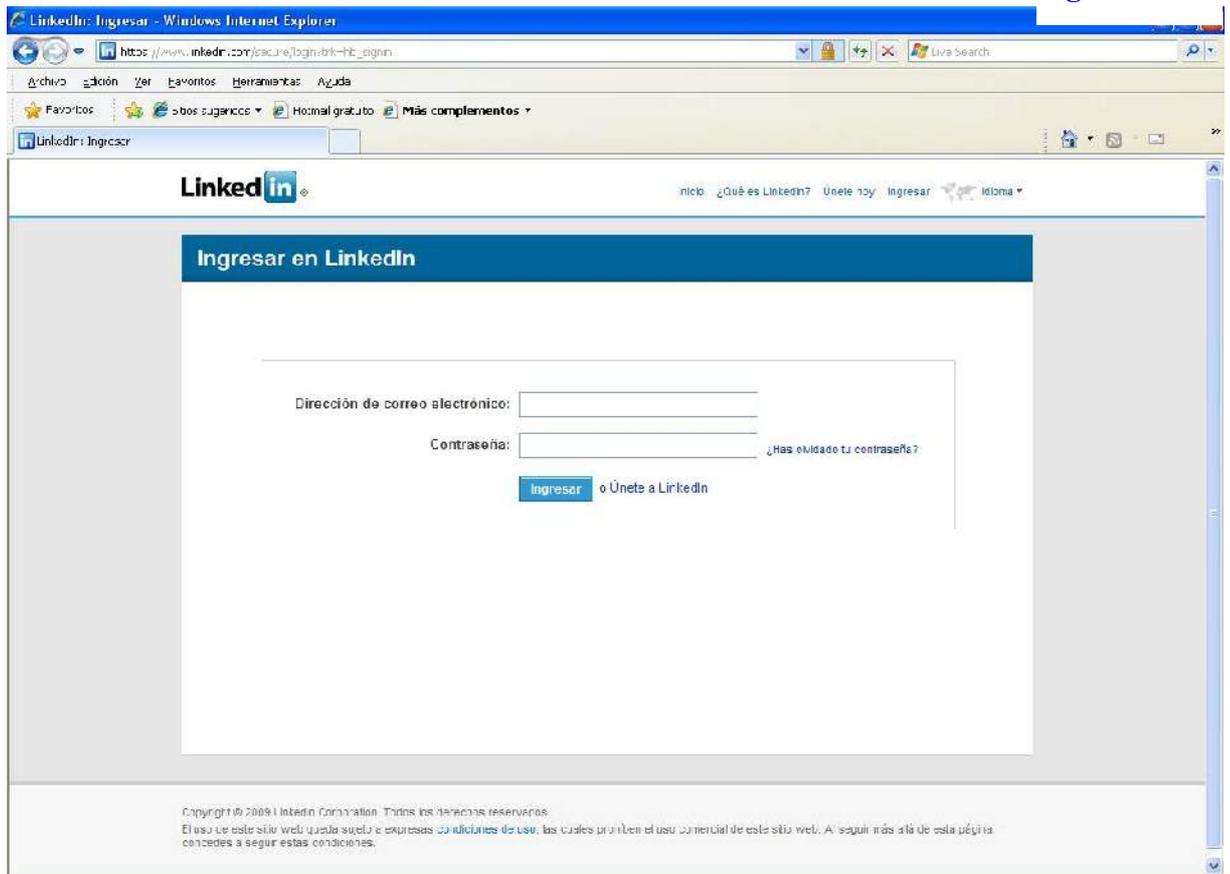


Figura 27

Si usted ya es usuario registrado a LinkedIn deberá hacer clic en donde dice “Ingresa” y se le mostrará la siguiente página de la Figura 28:

Figura 28



De lo contrario, para suscribirse ponga sus datos personales: Nombre, Apellido y Correo Electrónico, o bien haga clic en “Unite hoy” y se desplegará la siguiente página mostrada en la Figura 29. Como puede verse en la imagen de abajo se le solicita cierta información personal y laboral dado que LinkedIn es una RS orientada a profesionales:



Figura 29

Una vez completado los datos, hacer clic en “Unite a LinkedIn” y mostrará la siguiente página de la Figura 30.

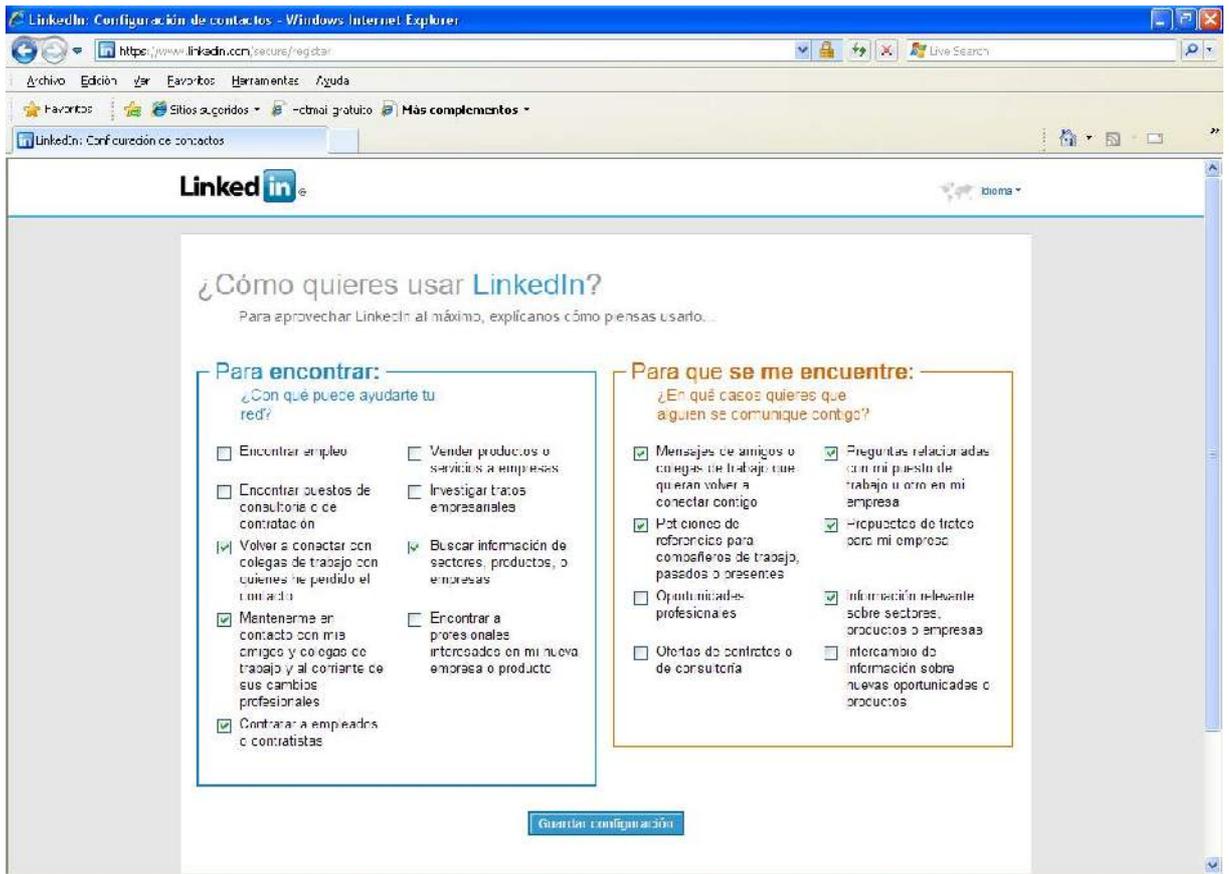


Figura 30

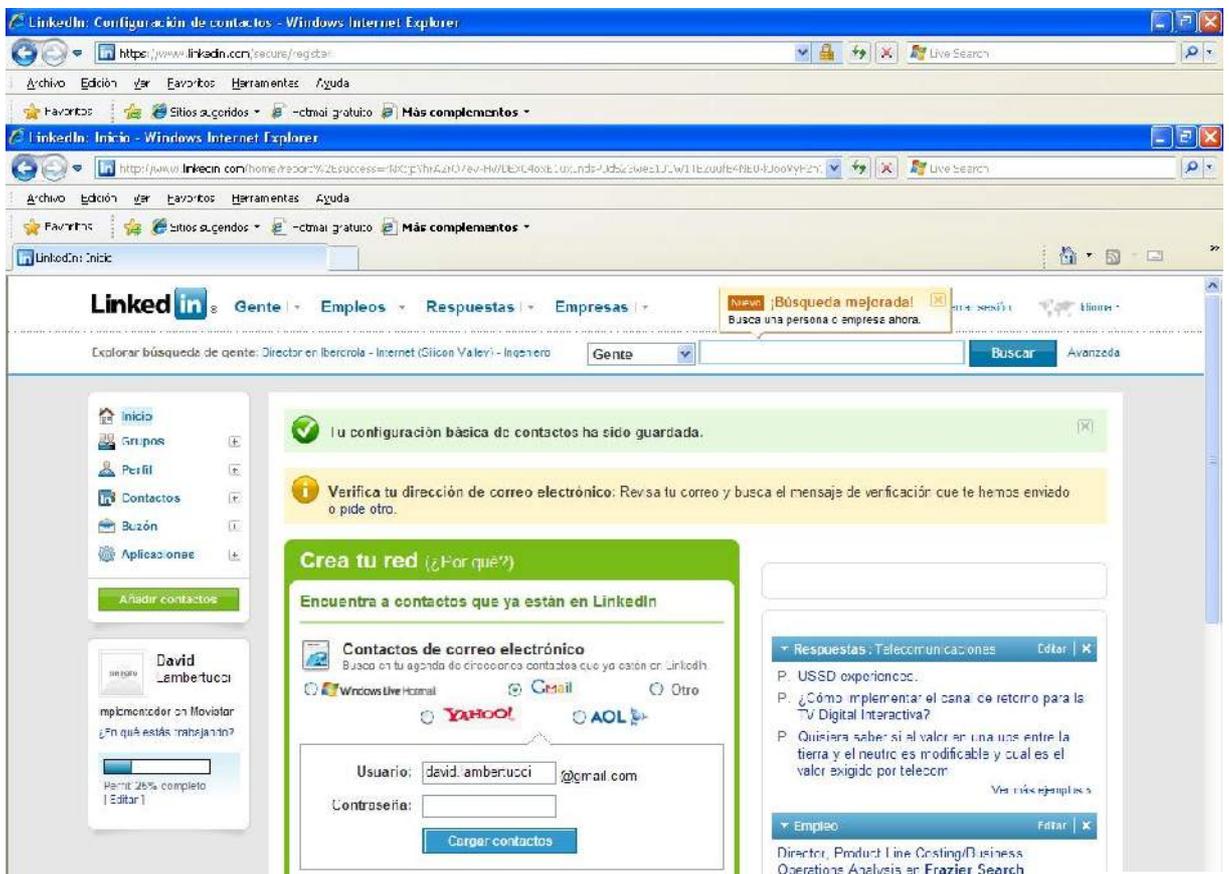


Figura 31

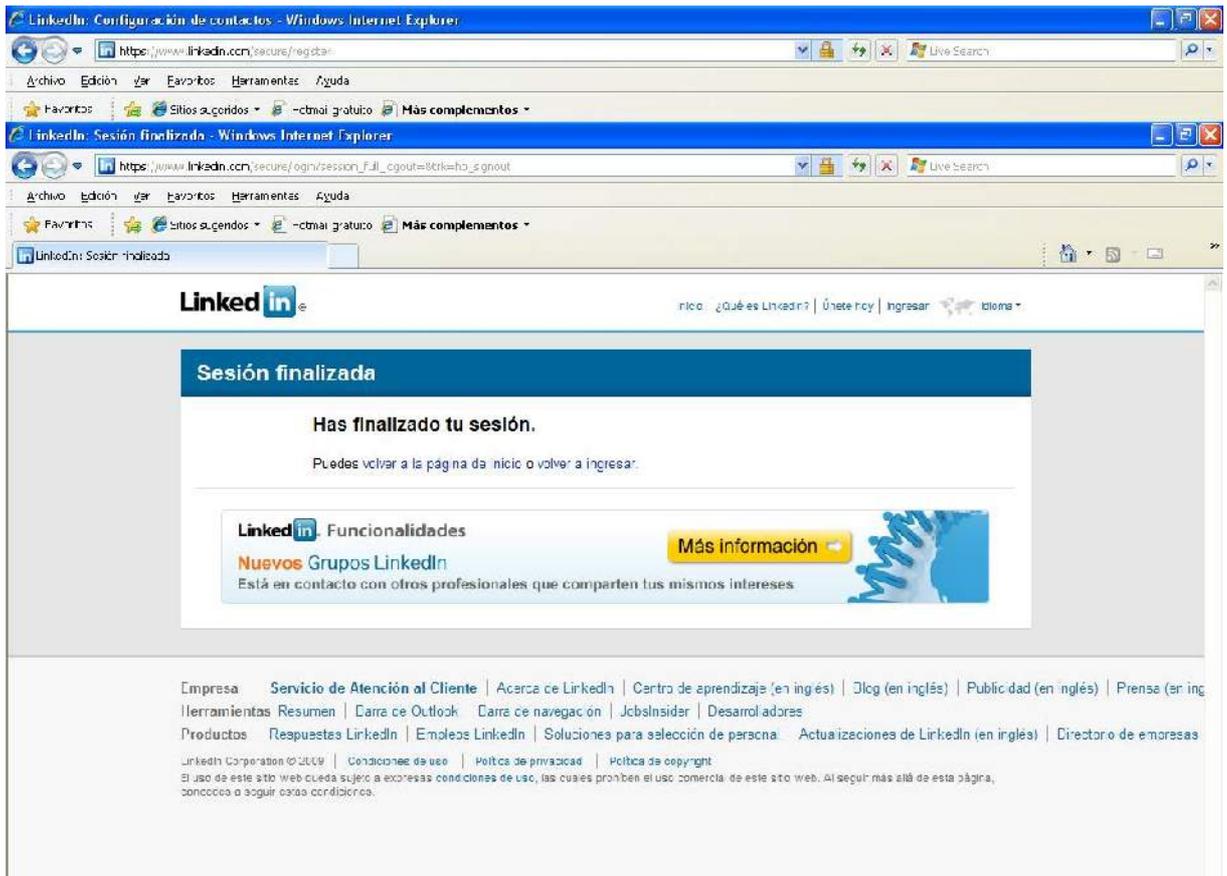


Figura 32

Como puede verse en la Figura 31 de arriba, ya está en su home de la RS LinkedIn desde donde puede hacer uso de los servicios y aplicaciones de la red. En la Figura 32 se muestra la página al finalizar su sesión en la red.

10 Orkut

10.1 Historia de Orkut

Orkut es una [red social](#) promovida por [Google](#) desde enero del [2004](#).

La idea de Orkut fue iniciada por Orkut Büyükkökten, un ingeniero informático turco, que desarrolló esta RS como un proyecto independiente mientras trabajaba en Google.

En el primer año tuvo su gran mayoría de usuarios en EEUU, por el boca a boca muchos brasileros comenzaron a adoptar esta RS e invitar a amigos, en un virus por la blogosfera. Poco después Brasil supero en cantidad de usuarios a EEUU y comenzó a convertirse muy popular en Brasil, por el contrario, los estadounidenses empezaron a abandonar este servicio y cambiar a otros sitios similares como Myspace y Friendster.

A partir de ese momento, el crecimiento de Orkut se vio impulsada por los usuarios de Brasil, abierto a todos los usuarios para poder registrarse y convertirse en el sitio Web más popular de Brasil [28].

Hasta hace algún tiempo solo podían acceder a esta comunidad de RS aquellos que recibían una invitación de alguien que ya pertenecía a ella, esto sucedió mientras el servicio permanecía en fase beta. Hoy está abierta a cualquier persona, para estar registrado en esta RS es necesario tener una cuenta de [e-mail](#) simplemente como sucede con el resto de las RSs[26].

10.1.1 Un poco más de Historia sobre Orkut

10.1.1.1 Flooders y perfiles falsos

Al igual que con cualquier comunidad de RSs en línea, una serie de perfiles falsos y clonados existen también en Orkut. Debido al gran número de usuarios, los perfiles eran a menudo dejados, o quitados y luego recreados fácilmente. Estos perfiles son normalmente creados para generar [spam](#), desbordar el sitio o sólo por diversión. No es difícil de encontrar a usuarios que poseen más de un perfil dentro de una RS [28].

En el 2005, perfiles invisibles, las comunidades y varios temas empezaron a aparecer en Orkut. Esto podría lograrse mediante el uso de [HTML](#) y ciertos códigos para engañar a los motores detrás del sitio.

Estos son algunos de varios problemas que tuvo la RS Orkut.

10.2 Características de Orkut

Un usuario primero crea un "Perfil", en la que el usuario proporciona detalles de datos sociales, profesionales y personales. Los usuarios pueden subir fotos en su perfil de Orkut con una leyenda. Los usuarios también pueden agregar videos a su perfil, ya sea de YouTube o Google Video, con la opción adicional de crear, ya sea con restricciones o sin restricciones para una comunidad de usuarios. Hay una opción adicional para integrar GTalk (Una mensajería instantánea de Google) que permite chatear con Orkut y compartir archivos [28].

La red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.

Es posible crear y mantener comunidades, que agrupan personas de acuerdo a sus gustos e intereses, en diferentes categorías, entre las que se pueden mencionar las siguientes: actividades, negocios, juegos, música, mascotas, religión, escuelas, comidas, preferencias sexuales, y algunas más [26].

10.2.1 Comunidades

Otra característica de Orkut son las Comunidades; cualquier persona con una cuenta en Orkut puede crear una Comunidad sobre cualquier tema. Uno puede enviar temas, informar a los usuarios sobre un evento, realizar preguntas o simplemente jugar. Hay más de un millón de Comunidades en Orkut sobre una gran variedad de temas. Las cinco primeras comunidades en Orkut se iniciaron dentro de las 24 horas del lanzamiento del sitio.

Con la reciente adición de la función de búsqueda dentro de las Comunidades, algunas Comunidades se convirtieron en fuentes de sitios Web en búsqueda de películas, libros electrónicos, etc. Los miembros de una Comunidad pueden crear encuestas e invitar a otros miembros [28].

10.2.2 Otras características mixtas

Los miembros pueden hacer amigos para unirse a grupos de acuerdo a sus aspiraciones. Además, cada uno de los miembros puede convertirse en fans de alguno de los amigos de su lista y también pueden evaluar si su amigo es "fiable", "Cool", "Sexy" en una escala del 1 a 3 (marcado por los iconos) y son agregados en términos de un porcentaje. A diferencia de Facebook, donde un miembro puede ver solamente el perfil de los detalles

de las personas en su red, Orkut permite que cualquier persona pueda visitar el perfil de alguien, a menos que sea un visitante potencial que esta en su "lista de ignorados". Cabe aclarar que esta característica ha sido modificada recientemente para que los usuarios puedan elegir entre mostrar su perfil a todas las redes o los que uno especifique. Es importante destacar que cada uno de los miembros también pueden personalizar sus preferencias y en su perfil puede restringir la información que aparezca en el perfil de sus amigos y / o otros que no estén en la lista de amigos.

Otra característica que tiene Orkut es que cualquier miembro puede añadir a cualquier otro miembro a su lista crush, un término utilizado para referirse a personas por llamarlas de alguna manera cercana; y ambos serán informados sólo cuando ambas partes se han añadido unos a otros para esta lista.

Cuando un usuario se conecta, puede ver a las personas en su lista de amigos cuando inicia sesión en el sitio, la primera persona que se muestra es la más reciente en haber iniciado sesión.

Orkut compite con otros sitios de RSs como MySpace y Facebook; Ning es un competidor más directo, ya que permite la creación de RSs que son similares a las comunidades de Orkut [28].

10.2.3 Rediseño de Orkut

En agosto de 2007, se anunció un rediseño en Orkut. La nueva [interfaz de usuario](#) contiene esquinas redondas y suaves colores incluidos los pequeños logotipo en la parte superior izquierda. El rediseño fue anunciado oficialmente en el [Blog de Orkut](#). Días más tarde, la mayoría de los usuarios de Orkut pudieron ver los cambios en sus páginas de perfil con el nuevo rediseño. En el mismo mes, Orkut anunció sus nuevas características incluidas las mejoras a la forma en que los usuarios podían ver a sus amigos, el cambio fue poder ver 9 en lugar de 8 amigos que aparecen en su página principal y la página de perfil básico y enlaces a sus amigos. Asimismo, también anunció la primera relación con otras lenguas.

Al mes siguiente, Orkut anunció una nueva función. Ahora el usuario podía ver "Actualizaciones de sus amigos" en la [página principal](#), donde usted podrá obtener actualizaciones en tiempo real cuando sus amigos realicen cambios en sus perfiles, fotos y vídeos.

Además, en caso de que quiera mantener algunas cosas en su perfil privado, Orkut añadió un sencillo botón de "opt-out" en la página de configuración [28].

10.2.4 Privacidad

A principios Orkut era posible para cualquier persona poder ver cualquier foto, videos, así como el bloc de notas, pero esto le dio el inicio a la gente que empezó a abusar de las fotos y los vídeos y los pusieron en Internet con detalles falsos. Muchos de ellos fueron vulgares, sobre todo imágenes de la mujer. Por otra parte, el bloc de notas podía ser leído fácilmente. Actualmente, información de la vida privada tales como el bloc de notas (aparte de lectura y escritura), vídeos, álbumes de fotos, testimonios, y las aplicaciones están protegidas.

Los siguientes niveles de la vida privada se encuentran actualmente a disposición de los usuarios: los amigos y amigos de amigos o todo el mundo en la red. En diciembre de 2008, los desarrolladores han introducido en Orkut otro punto de privacidad que permite que los usuarios puedan restringir la visualización de sus álbumes a cierto número de amigos, así como también determinados contactos de correo electrónico. El usuario puede limitar la visibilidad de su perfil a una determinada región o grupo de regiones (conocido como una "red"); en este caso, fuera de estas regiones no se dispone de información de los usuarios [28].

10.3 Información Personal en Orkut

A continuación de detallan algunos puntos que hacen referencia a la información necesaria y disponible para poder ser miembro de la RS Orkut y además, la administración de cierta información en algunos servicios de Orkut:

- Para utilizar Orkut deberá disponer de una [cuenta de Google](#). Google solicita cierta información personal a los usuarios que la crean, incluida la dirección de correo electrónico y una contraseña, que se utiliza para proteger su cuenta contra intentos de acceso no autorizados. La cuenta de Google permite acceder a muchos de los servicios que requieren registración.
- Como miembro de Orkut, puede crear un perfil o una comunidad de Orkut que incluya información personal, como el sexo, la edad, la profesión, sus aficiones e intereses y otro tipo de contenido, como fotografías. Cualquier miembro de Orkut puede visualizar y acceder a esta información, tal y como se establece en la configuración de privacidad.
- Cuando invita a nuevos miembros a formar parte de su red o envía mensajes a través de Orkut, Google recopila y guarda la información asociada, incluidas las direcciones de correo electrónico y el contenido.

- Cuando intercambia mensajes SMS con el sitio Web de Orkut, Google recopila y guarda la información relacionada, por ejemplo, el número de teléfono, el operador de telefonía inalámbrica asociado, el contenido del mensaje y la fecha y hora de la transacción [27].

10.4 Interfase de Orkut

A continuación se describe con páginas como uno puede hacerse usuario de Orkut y su interfase por dentro, dando una pequeña explicación de sus funcionalidades.

La página siguiente mostrada en la Figura 33 es la que aparecerá para suscribirse a la RS Orkut, en la parte izquierda como puede verse muestra una pequeña descripción de lo que un usuario puede hacer con Orkut. Si uno ya es usuario suscripto lo que deberá hacer es ingresar su cuenta de e-mail que ingreso en el alta y su contraseña en la parte derecha; de lo contrario, si es nuevo, deberá hacer clic en “UNETE HOY MISMO”



Figura 33

Si es nuevo, al hacer clic en UNETE HOY MISMO, aparece la siguiente página de alta mostrada en la Figura 34 para el usuario donde deberá cargar algunos datos personales como nombre y apellido, una dirección de e-mail que usará posteriormente para

loguearse a Orkut y una contraseña y debajo hay un contrato que debe aceptar para poder hacerse usuario:

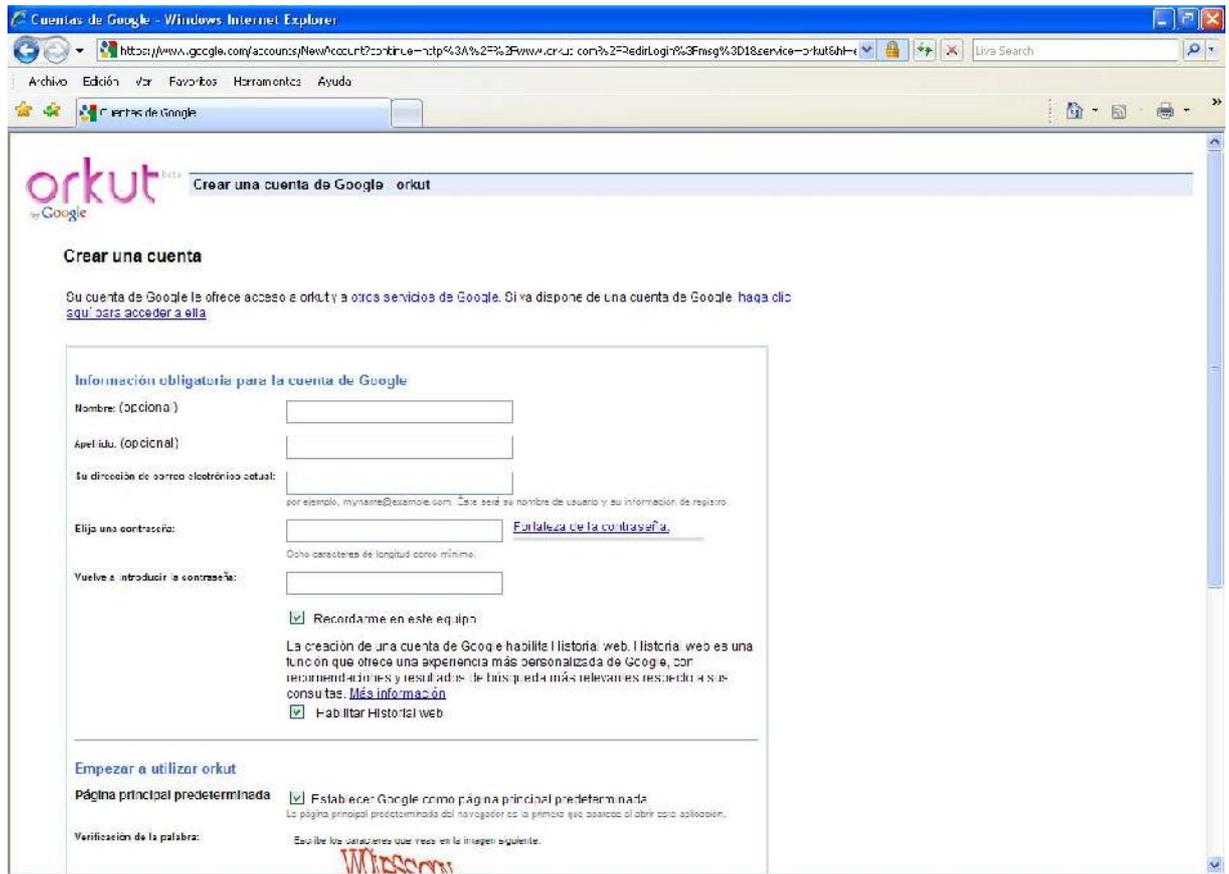


Figura 34

Una vez que ingreso los datos necesarios para darse de alta como usuario, al presionar el botón de Acepto “Crear mi Cuenta” ya pasara a ser usuario de Orkut y la página que mostrará será su homepage en Orkut como se muestra en la Figura 35. A diferencia con otros RSs la suscripción en Orkut es mucha más sencilla y se realiza en menos pasos.



Figura 35

Como puede verse, en la página de bienvenida, pueden verse todas las características de esta RS, se muestra además, en la parte central sugerencias para agregar amigos de Orkut. No se detallarán cada una de las características y funciones que posee Orkut en imágenes ya que no es el objetivo de esta tesina.

11 Hi5

11.1 Qué es Hi5?

Hi5 es una RS basada en un [sitio Web](#) que se inició en el año [2003](#) y fundada por [Ramun Yalamanchis](#), actual director general de la empresa Hi5 Networks. El número de usuarios ha crecido rápidamente y al finalizar el año [2007](#) ya tenía más de 70 millones de usuarios registrados, la gran mayoría de ellos en [América Latina](#); además, es uno de los 20 sitios Web más visitados del mundo.

El sitio Hi5 es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual; la cual está presente en 23 idiomas populares [29].

11.2 Información Personal en Hi5

Al momento de crear o modificar una cuenta de Hi5, el usuario puede configurar su propia cuenta como sucede en otras RS, llenando los campos de su información con la del usuario propio para que así toda la red de amigos pueda informarse.

La mayoría de los datos son información personal, como por ejemplo, fecha de nacimiento, educación, estado civil, preferencias, ubicación, religión e intereses.

Todos los usuarios que acceden a una cuenta podrán ver toda la información que se haya registrado. Cabe expresar que el usuario dueño del perfil, puede restringir el acceso al mismo, dejando libre entrada a "amistades" en su "red de amigos" [29].

Los datos para la registración son como en la gran mayoría o todas las RSs, nombre, apellido, una dirección de e-mail, la cual va a usar para loguearse, una contraseña y fecha de cumpleaños. A diferencia de otras RSs, los datos para suscribirse en Hi5 están en la misma página que la de logueo como se muestra en la Figura 36.

11.3 Características de Hi5

Se mencionarán algunas características de la RS que no varían en las básicas al resto de las RSs.

11.3.1 Amigos

La cantidad de amigos que una cuenta de hi5 que puede tener es ilimitada. Por lo general, en esta red la palabra amigo no significa otra cosa más que una cuenta asociada a otra, en ocasiones los amigos no se conocen entre sí, pero pueda que se dé el caso de conocerse virtualmente. Además, de poder elegir hasta 15 amigos, como principales [29].

11.3.2 Comentarios

Otro elemento casi esencial del hi5. Los comentarios pueden ser de varios tipos:

- En perfil
- En fotos
- En el diario
- Etc.

11.3.3 Visitas

Este atractivo a diferencia de otros blogs, permite ver quien te visitó durante el día y muestra las visitas que has tenido a lo largo de la activación de tu cuenta. Sin embargo, esta característica se puede modificar en privacidad y así las personas no se dan cuenta de si usted la visitó o no [29].

11.3.4 Diario

En el se pueden dejar notas de tema libre el propietario de la cuenta, enlaces e imágenes relacionadas. Similar pero con menos funcionalidad que otros blogs dedicados (como Wordpress o Blogger).

11.3.5 Ilike

Nueva aplicación de una empresa de servicios de música en línea: iLike y Qloud.³ Se pueden añadir videos, artistas y canciones favoritas [29].

11.3.6 Artilugios

Entre estos se pueden elegir slideshows de fotos con música, videos de YouTube, fotos con efectos especiales, horóscopos, palabras con glitter, juegos y cuentas regresivas.

11.3.7 Aplicaciones

En esta sección, existe una amplia gama de aplicaciones: se puede compartir bebidas con tus amigos favoritos, hacer guiños en las fotos de perfil, añadir tests, supercomentarios, "superfives", poker, grafittis y demás [29].

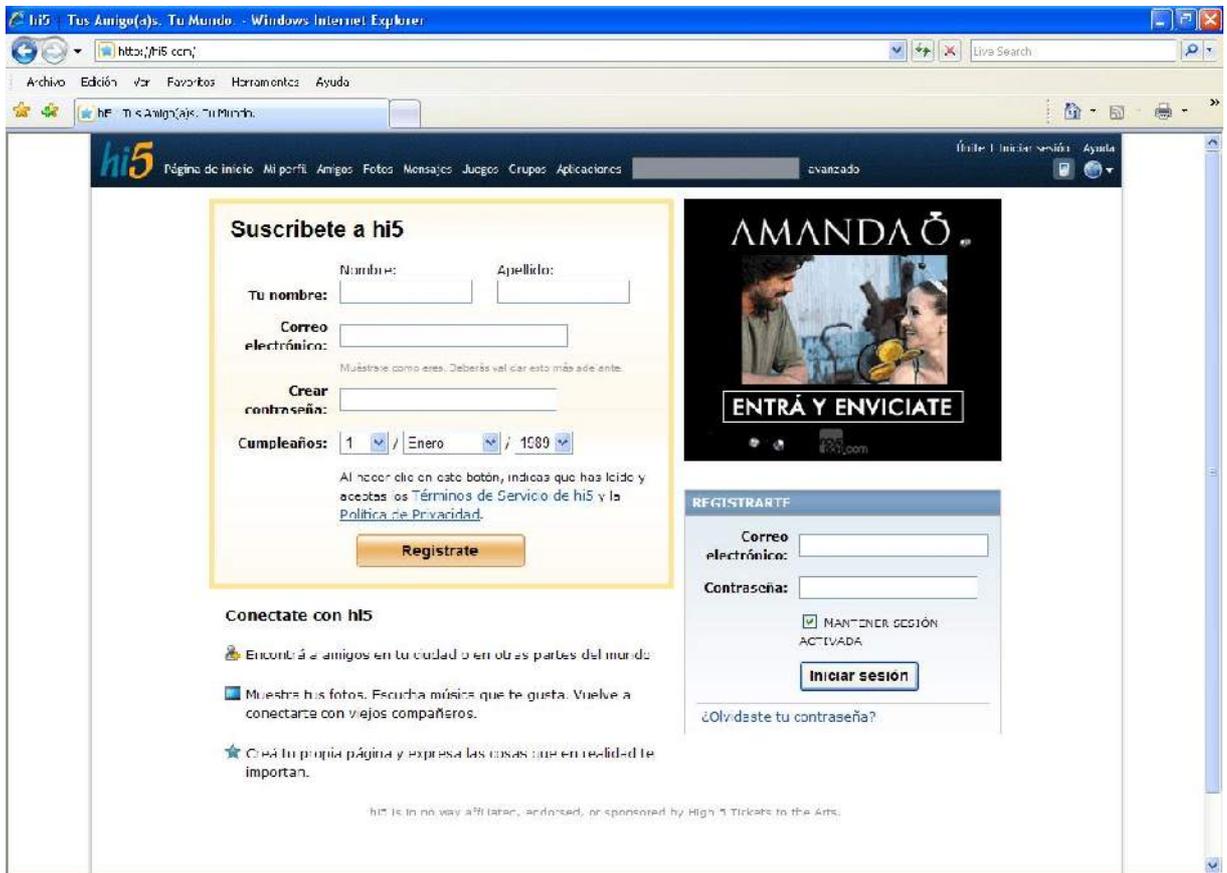


Figura 36

12 Sónico

12.1 Qué es Sónico?

Sónico es una RS online de acceso gratuito orientada al público [latinoamericano](#). Los usuarios pueden buscar y agregar amigos, actualizar su perfil personal, administrar su [privacidad](#), subir [fotos](#) y videos de [YouTube](#), organizar [eventos](#), desafiar a otros usuarios en 6 [juegos](#) multi-jugador e interactuar con otras personas a través de mensajes privados, comentarios, marcas en las fotos y un [mensajero instantáneo](#) [31].

12.2 Un poco de Historia

Sónico fue lanzado en julio de 2007 resaltando la importancia de tener usuarios legítimos antes que una gran cantidad de cuentas anónimas. En consecuencia, su lema es “gente real, conexiones reales”. A diferencia de otras RSs, Sónico tiene una llamada moderación proactiva que consiste en un equipo dedicado exclusivamente a chequear cada perfil nuevo y el contenido subido al sitio. Afirman desde Sónico poder gestionar más de 200.000 perfiles diarios.

De acuerdo con Rodrigo Teijeiro, [CEO](#), Sónico logró ofrecer una RS útil, segura y divertida, con usuarios reales y una perspectiva regional. Asegura que la clave de su éxito radica en la [usabilidad](#).

Un año después de su fundación, Sónico tiene un equipo de 88 personas a la vez que sus responsables afirman estar recibiendo alrededor de 110.000 nuevos usuarios por día y reportan más de 20 millones de usuarios registrados [31].

12.3 Funcionalidades

En la página de inicio de Sónico, los usuarios tienen acceso a un resumen de la actividad reciente de sus amigos, así como a las principales funcionalidades del sitio. Sónico les permite a sus usuarios unirse a una o más redes. Las redes representan universidades, colegios secundarios y regiones. Al unirse a una red, los usuarios pueden contactar fácilmente a otra gente con la que comparta la red [31]. A continuación se van a ir mostrando a medida que se detallan sus funciones las páginas para suscribirse y sus diversas funcionalidades.

En una primera imagen se mostrará la página para loguearse a Sónico o bien suscribirse a la misma, la URL es la siguiente: <http://www.sonico.com/> y se muestra en la Figura 37.

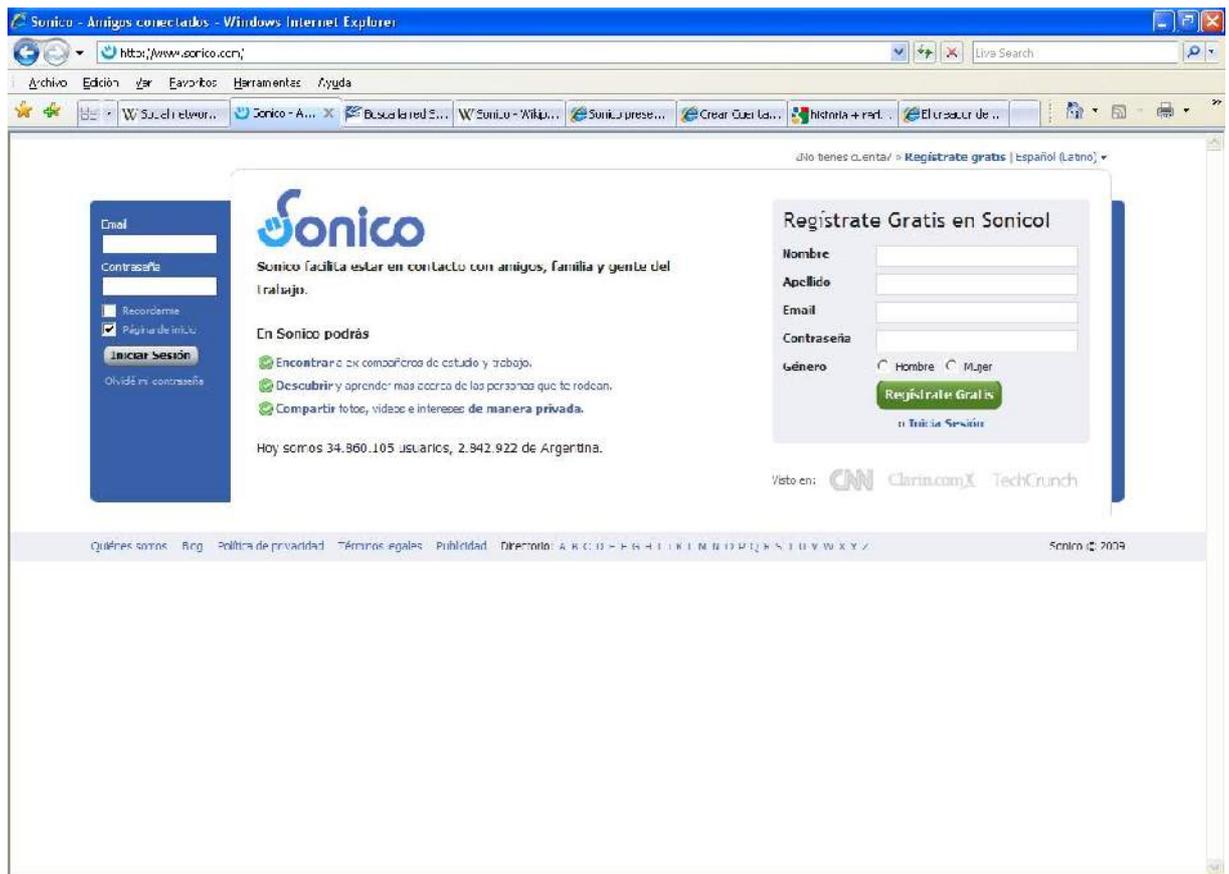


Figura 37

Cuando uno es un usuario nuevo que quiere ser parte de Sónico deberá completar los datos personales en la parte de la página donde dice “Registrarse Gratis en Sónico”, una vez puestos los datos mostrará la siguiente página, Paso 1 de 2 en las Figuras 38 y 39 respectivamente, en donde deberán completarse mas datos personales para poder continuar con la suscripción, entre estos datos están la confirmación de contraseña, su fecha de nacimiento, país donde reside:

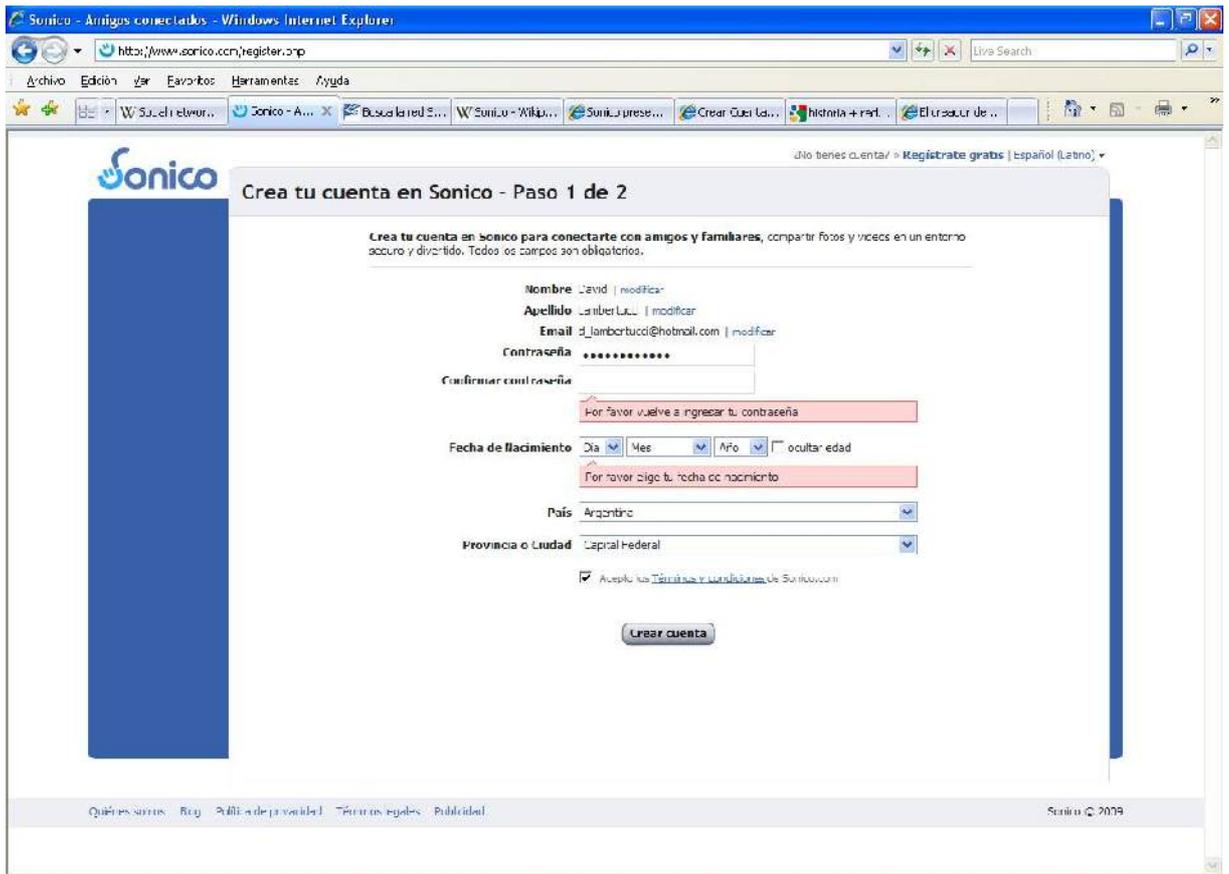


Figura 38

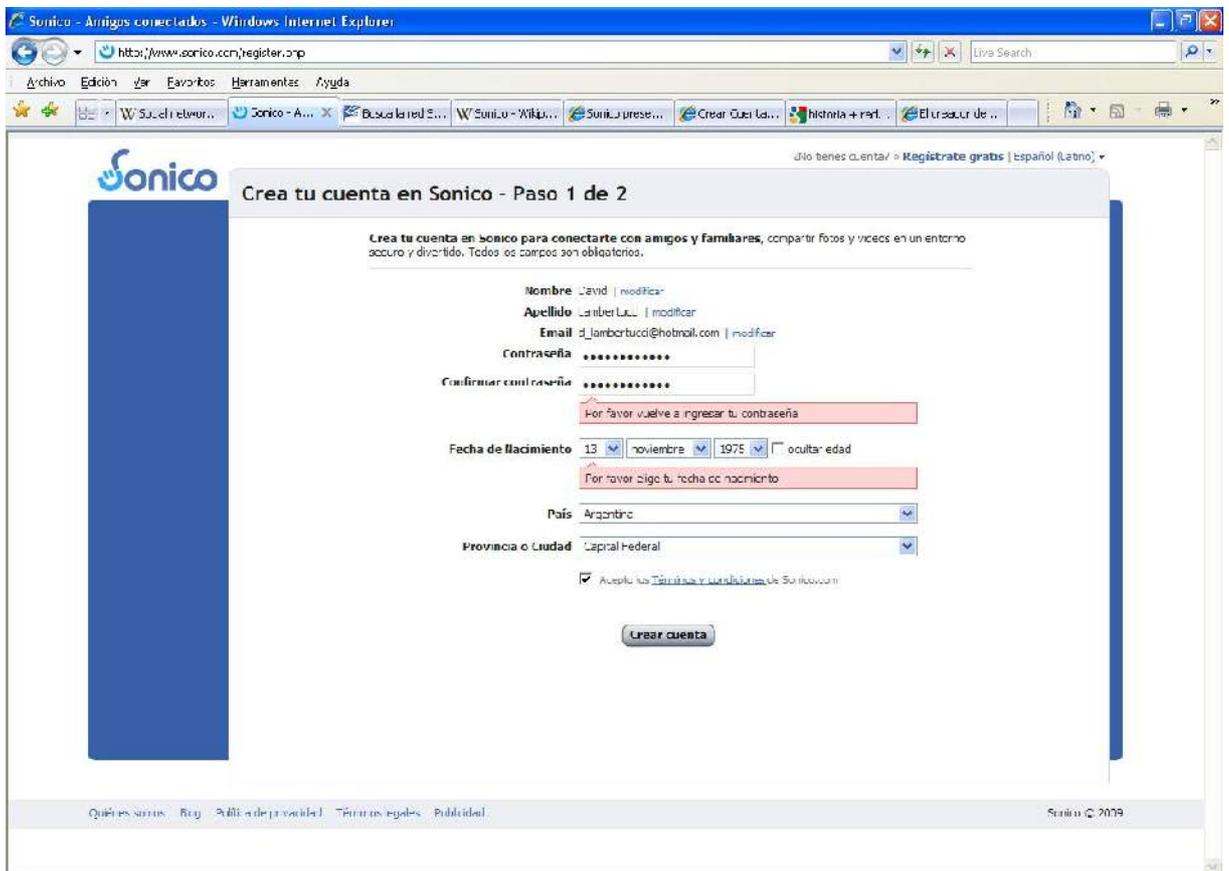


Figura 39

Luego, al seleccionar el botón “Crear Cuenta” mostrará la siguiente página representada en la Figura 40, donde se indica que para completar la registración en Sónico se envió un e-mail a la dirección indicada en la suscripción para poder validar la cuenta y posteriormente poder hacer uso de esta RS.

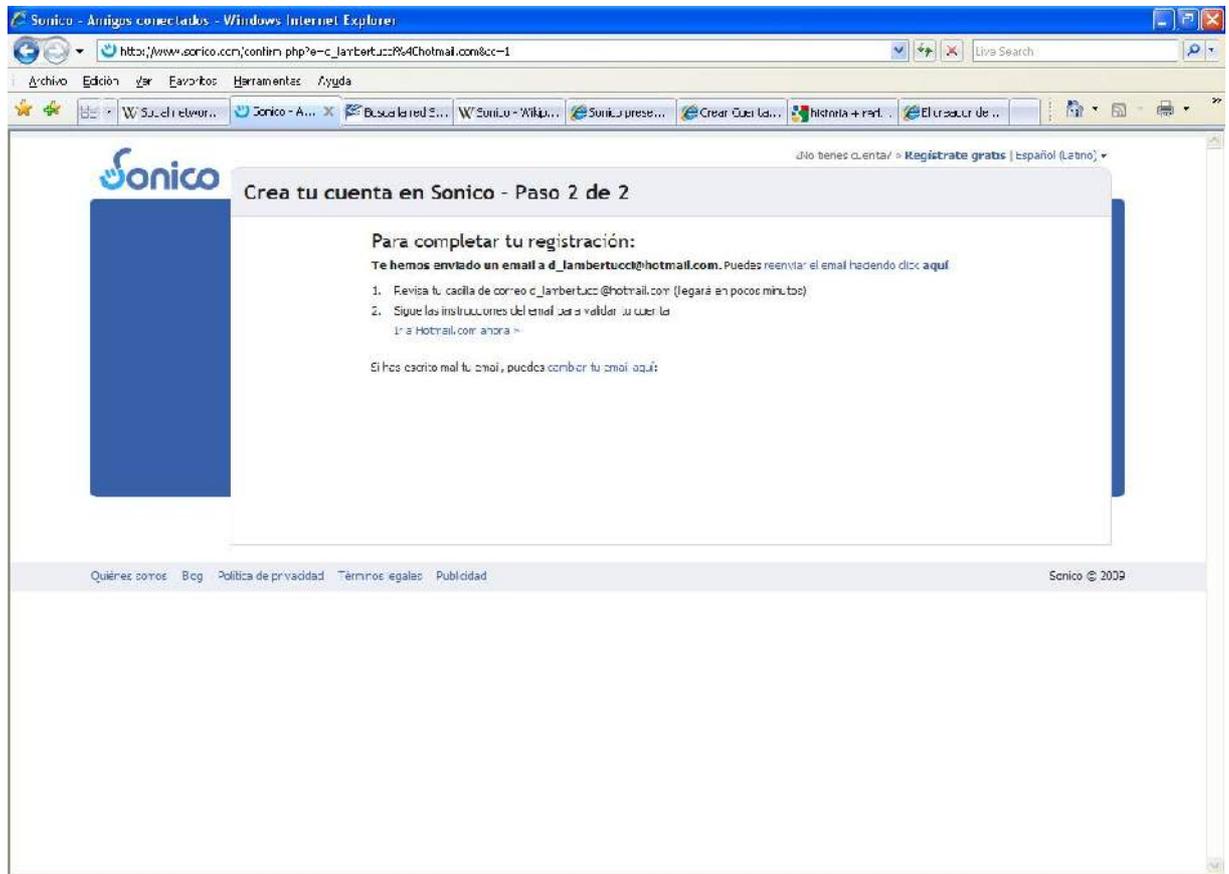


Figura 40

El formato de mail es el mostrado en la Figura 41 que envía Sónico a la dirección que el usuario puso en la suscripción, luego más abajo, en la Figura 42 se muestra la página de Bienvenida a Sónico donde se muestran en caso de tener, un listado de Invitaciones Pendientes de Amistad, se deberá en caso de tener invitaciones pendientes aceptar o rechazar esas personas hasta que se complete el listado de una u otra forma. Una vez realizado este paso se continua con la carga de su información personal donde se muestra una página para cargar su imagen si lo deseará, sino se saltea ese paso y se continua con la carga de su configuración personal en Sónico.

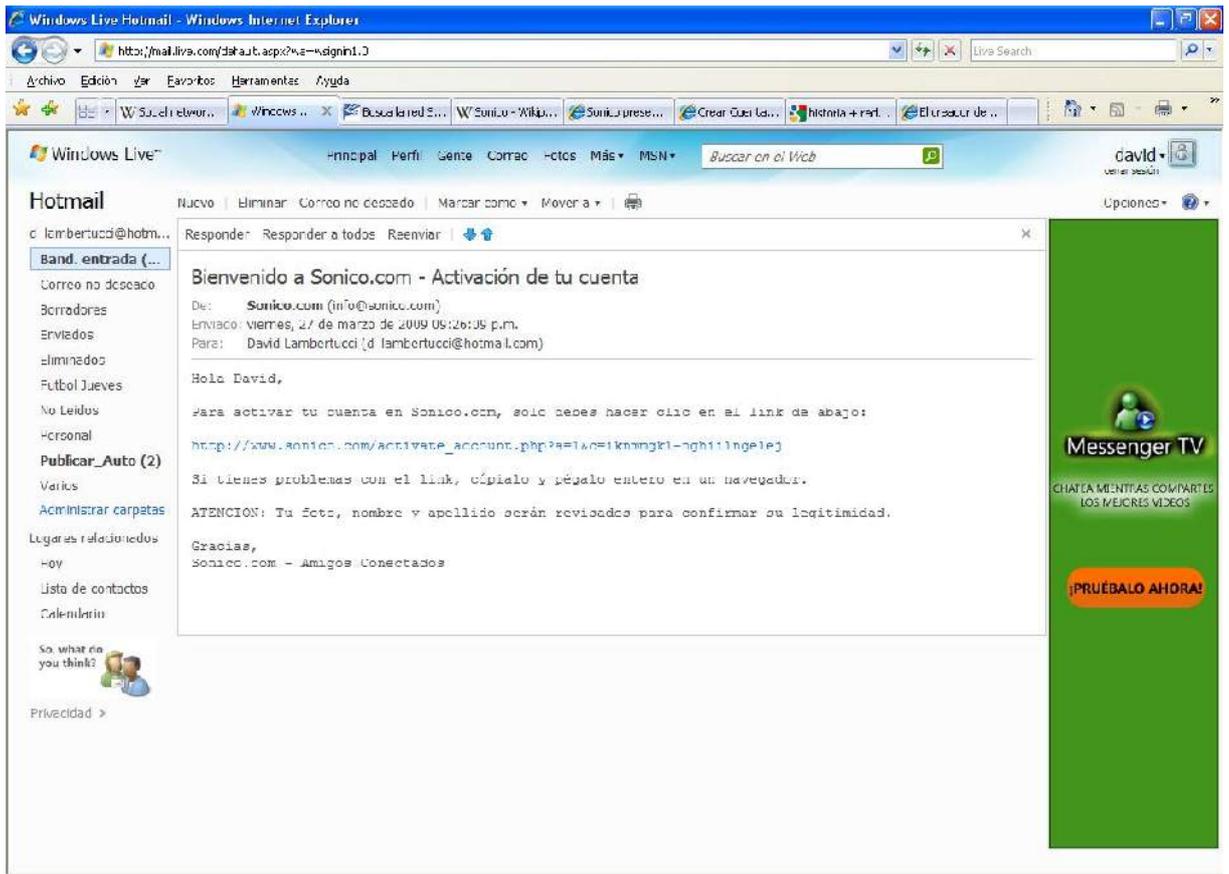


Figura 41

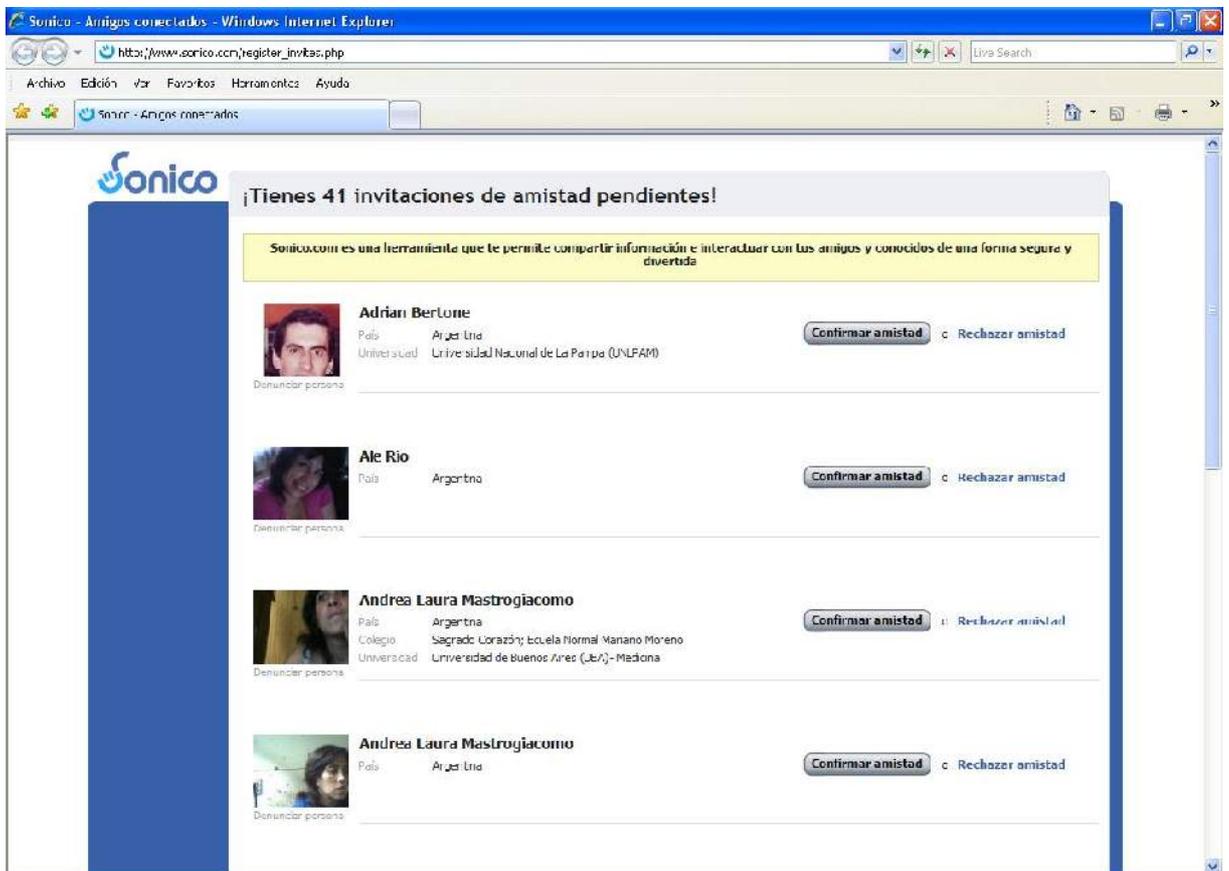


Figura 42

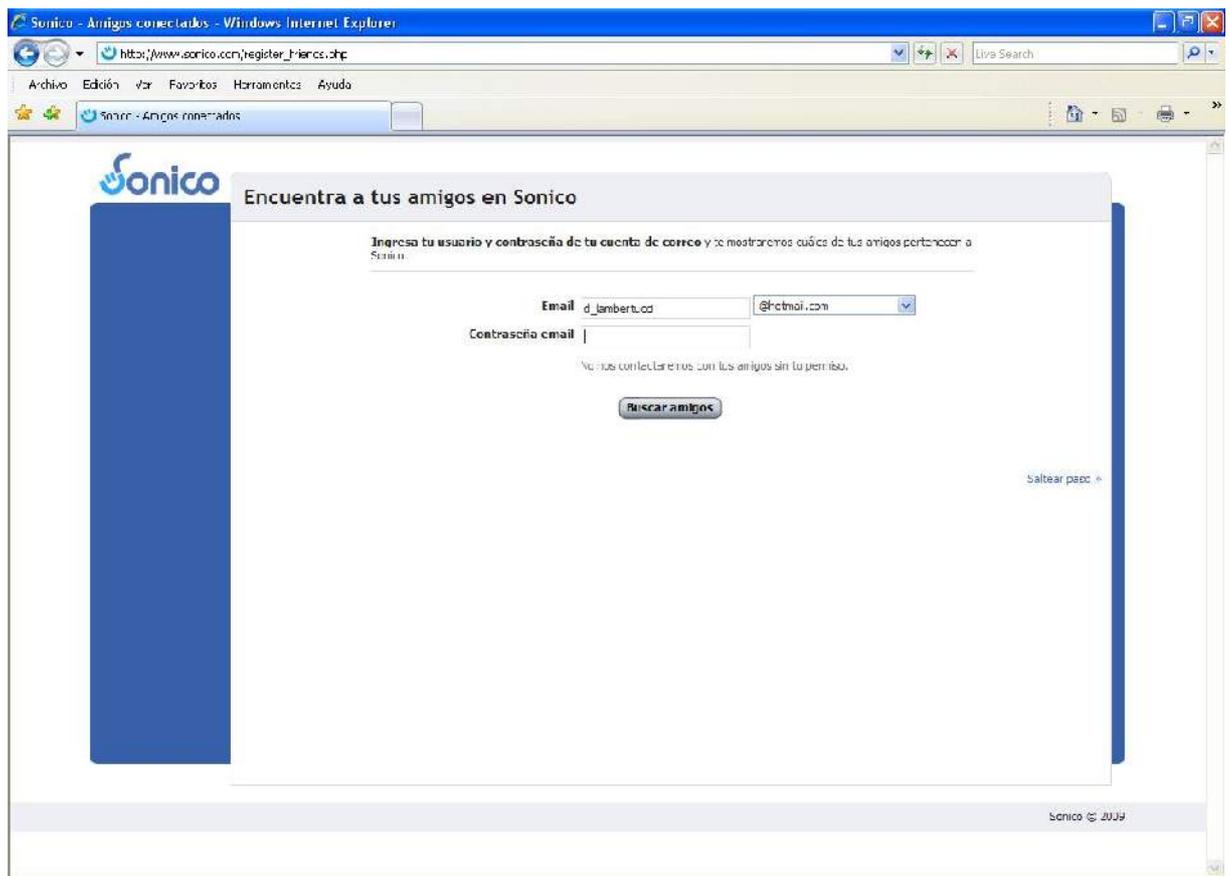


Figura 43

En la Figura 43, si uno ingresa sus datos de validación de e-mail de la cuenta que agrego en la suscripción, aparecerá un listado de invitaciones de amigos pendientes, si saltea ese paso, se mostrara en la siguiente página un listado de amistadas que usted puede agregar como amigos en Sónico. Luego se mostrará la siguiente página que se muestra en la Figura 44 donde se solicita cargar datos de los estudios cursados para poder seguir configurando si información personal:

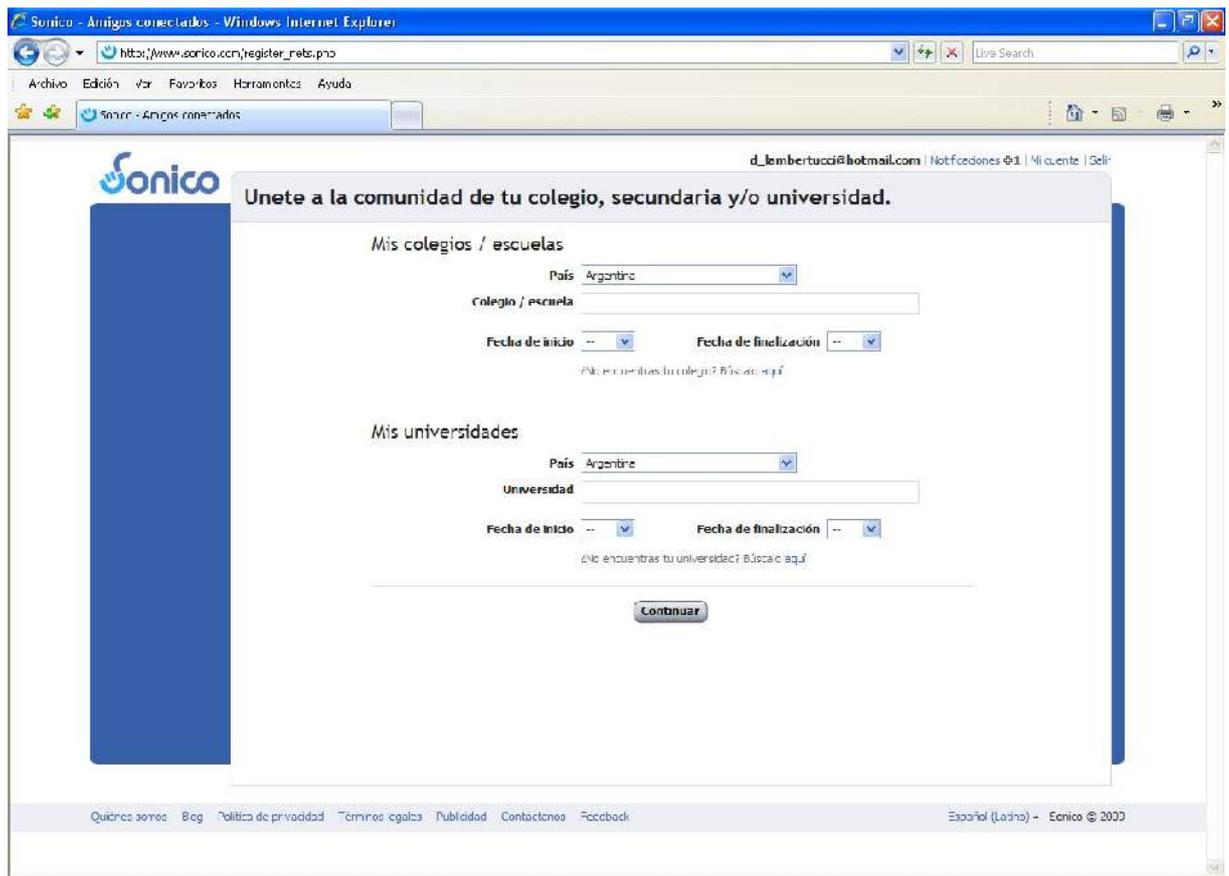


Figura 44

Una vez cargados los datos de esta página llegará al fin a su ansiada HomePage en Sónico donde se muestran las diversas funcionalidades de la misma; se muestra a continuación en la Figura 45, donde puede verse Su Perfil, Amigos, Mensajes, Videos, Fotos, Grupos, Eventos, Bandas, Móvil, Aplicaciones y más funciones.

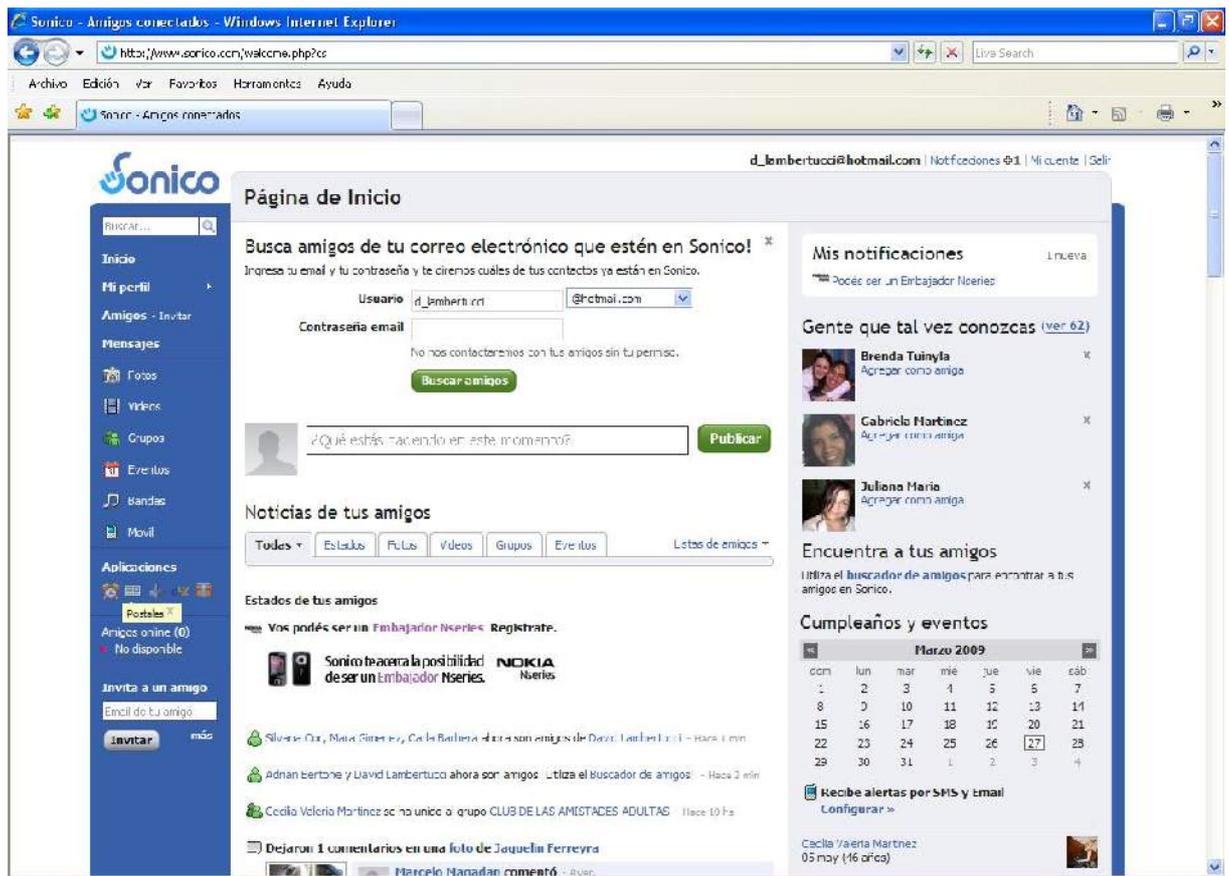


Figura 45

12.3.1 Privacidad

Sónico constantemente resalta la importancia de permitir a sus usuarios tener control total sobre la configuración de privacidad de sus cuentas. En ese sentido, tienen a su disposición varias opciones para ajustar su seguridad y para elegir quiénes pueden acceder a su información.

12.3.2 Perfil

El perfil es el espacio personal de cada miembro de Sónico. Puede ser personalizado con distintos temas, colores y fondos.

12.3.3 Cartelera

La cartelera es el lugar donde los amigos de un usuario pueden dejarle comentarios y videos que verán todos los que accedan a su perfil.

12.3.4 Amigos

Los usuarios pueden interactuar constantemente con todos sus amigos escribiéndoles en sus carteleras, marcándolos en fotos, compartiendo videos de YouTube, chateando a través del mensajero de Sónico, desafiándolos en 6 juegos multi-player y alrededor de 200 single-player, organizando eventos y enviándoles mensajes privados, entre muchas opciones.

12.3.5 Grupos

En Sónico, los grupos son comunidades de usuarios con gustos e intereses en común. Sus miembros pueden participar en foros, compartir fotos, videos, eventos y mensajes. Cada grupo tiene su nivel individualizado de privacidad.

12.3.6 Redes

Cada miembro de Sónico puede pertenecer a distintas redes (divididas en regiones geográficas, universidades, secundarios, etc.). Al unirse a una red, los usuarios pueden conectarse fácilmente con personas cercanas y viejos amigos.

12.3.7 Mensajes Privados

Cuando los usuarios se quieren comunicar de manera privada, los intermediarios elegidos son los mensajes privados. El sistema los guarda y organiza en bandeja de entrada (dividiéndolos entre “mensajes de amigos” y “de otros usuarios” según su origen o procedencia) y bandeja de salida. Los usuarios también pueden enviarle Mensajes Privados a un grupo de amigos.

12.3.8 Fotos

Los usuarios pueden subir una cantidad ilimitada de fotografías y organizarlas en distintos álbumes para compartir con sus amigos, pudiendo marcar personas dentro de ellas, describirlas y definir su nivel de privacidad. Los amigos del usuario también pueden comentar las fotos y marcarlas.

12.3.9 Videos

Los usuarios tienen la posibilidad de tener una colección de sus videos favoritos de YouTube, pudiendo compartirlos, reproducirlos en el sitio, adjuntarlo en las carteleras de sus amigos y comentarlos.

12.3.10 Eventos

Los usuarios de Sónico pueden organizar eventos simples y profesionales, con opciones de caracterización visual y de privacidad.

12.3.11 Juegos

Quienes ingresan al sitio tienen acceso a 6 juegos multiplayer (Bowling, Ajedrez, Damas, Domino, Batalla Naval y Pool) y a cerca de 200 juegos singleplayer categorizados en Acción, Deportes, Habilidad/Estrategia y Retro. Los usuarios registrados cuentan con la posibilidad de recomendar dichos juegos y desafiar a sus amigos para luego comparar resultados.

12.3.12 Mensajero Instantáneo

Sónico permite a sus usuarios chatear en tiempo real con sus amigos gracias al mensajero integrado que pueden utilizar en todo el sitio.

12.3.13 Postales

La página de postales contiene una gran cantidad de creatividades animadas e interactivas para cada ocasión, y algunas video postales. Los destinatarios pueden ser usuarios de Sónico o personas no registradas en la red, con la posibilidad de disponer envíos en el futuro.

12.3.14 Alertas

Sónico incluye un sistema de alertas de cumpleaños y eventos que les permite a los usuarios mantenerse informado de la actividad de su entorno. Este servicio se pronuncia con los grupos y cumpleaños de sus amigos [31].

13 Xing

XING (hasta el 17 de Noviembre 2006 se llamó OpenBC) es una plataforma de networking en Internet, donde se pueden gestionar y establecer contactos profesionales. Una de las funciones principales que tiene es la opción de visualizar la [red de contactos](#), por ejemplo; un usuario puede ver a través de cuántos intermediarios estar conectado con otros. Se basa en el principio de los [Seis grados de separación](#) o el fenómeno del "mundo pequeño" que se explicó en su momento. Adicionalmente esta plataforma online ofrece numerosas opciones para contactar, buscar personas por nombre, ciudad, sector, empresa, áreas de interés, etc., e incluye grupos temáticos y foros para plantear cuestiones e intercambiar información u opiniones sobre temas específicos. También cuenta con una sección de ofertas de empleo. En Xing se encuentran tomadores de [decisiones](#) y [expertos](#) en muchos campos. Es al igual que LinkedIn una RS orientada a profesionales [63].

13.1 Funcionamiento

Para registrarse, los usuarios cargan su perfil con los datos tanto profesionales como personales (opcional) y también pueden dar información sobre sus campos y especializaciones de trabajo, su formación, su empresa actual y las anteriores. También se puede añadir una foto, que se muestra en tamaño miniatura en los resultados de búsquedas y las visualizaciones de la red de contactos. Las categorías "busco" y "ofrezco" pueden encaminar el contacto con otros usuarios.

La plataforma usa [https](#) y tiene una política rígida de privacidad y de prohibición de [spam](#).

Para establecer un contacto es necesario que la petición de ser contacto esté confirmada por el destinatario. Sólo en este caso, el sistema guarda y muestra una conexión bidireccional. El sistema permite diferentes modos a los usuarios para determinar los tipos de información de su perfil que pueden ser vistos por otros usuarios.

Un [boletín semanal](#) informa opcionalmente al usuario sobre eventos abonados, usuarios nuevos y estadísticas personales, por ejemplo, cuántas veces se ha visitado su perfil.

La participación en Xing requiere una inscripción según las condiciones generales del uso y se dirige exclusivamente a personas mayores de edad. La participación básica es gratuita, pero existen funciones añadidas en las búsquedas y en las estadísticas del uso para los denominados "usuarios Premium", servicio que se ofrece por una cuota mensual de 5,95 euros (año 2008) y se abonan por trimestre. Cada usuario nuevo puede disfrutar

durante un mes de las funcionalidades añadidas de forma gratuita, si lo ha invitado otro usuario. Con las funcionalidades añadidas se puede ver por ejemplo qué miembros han visitado el perfil propio del usuario y qué cambios de posiciones de los contactos han ocurrido en los últimos dos meses. Además, hay más campos específicos en las búsquedas avanzadas por empresas e informaciones más detalladas, con lo que los resultados pueden ser más exactos [63].

13.2 Funcionalidades

La [Interfaz gráfica de usuario](#) es multilingüe y considera (opcionalmente) sólo usuarios en la funcionalidad de búsqueda que hablan la misma lengua.

Aparte de la gestión de contactos por su base de datos, Xing ofrece también un [calendario](#) público de eventos, que se presentan al usuario por orden temático o geográfico. Además se puede aprovechar la función de “eventos” para la gestión de la agenda personal. Xing permite la interacción entre los usuarios a través de [foros de discusión](#) sobre muchos ámbitos, que pueden ser abiertos al público o cerrados al uso interno para organizaciones y empresas.

Adicionalmente a la oferta online existen muchos grupos regionales, que hacen sus reuniones personales de networking y donde los usuarios pueden conocerse mejor. Cada usuario tiene su propia bandeja de [mensajes electrónicos](#) que cuenta con un sistema de notificación a la bandeja de correo electrónico habitual y configuraciones de privacidad para recibir sólo mensajes personalmente elegidos. Los mensajes en la bandeja de entrada solamente se pueden leer a través de la página Web de Xing. Los usuarios también pueden contactarse entre ellos a través de otros medios como son: [mensajes instantáneos](#) o llamadas [Voip](#) a través de [Skype](#) o [teléfono](#) y con un supuesto previo permiso o con una entrada al libro de visita.

Xing ofrece igualmente una bolsa de trabajo con el nombre en inglés de “Marketplace”. Los usuarios de la plataforma pueden ofrecer o buscar allí puestos o proyectos de trabajo. La novedad está en el pago de los anuncios por interés de los usuarios, medido en la cantidad de clics por anuncio y llamado anuncios de coste por clic [63].

A continuación se muestran en imágenes como realizar la suscripción a este RS que esta teniendo un gran auge y millones de usuario por todo el mundo. La primer página es la home de Xing para loguearse, si es ya usuario de la red o bien ir a “Regístrate gratis ahora” como se muestra en la Figura 46 de abajo. Se muestran todos los pasos para la

suscripción sin dar explicaciones dado que el procedimiento es similar al resto de las RSs vistas anteriormente en las Figuras 47 a 52.

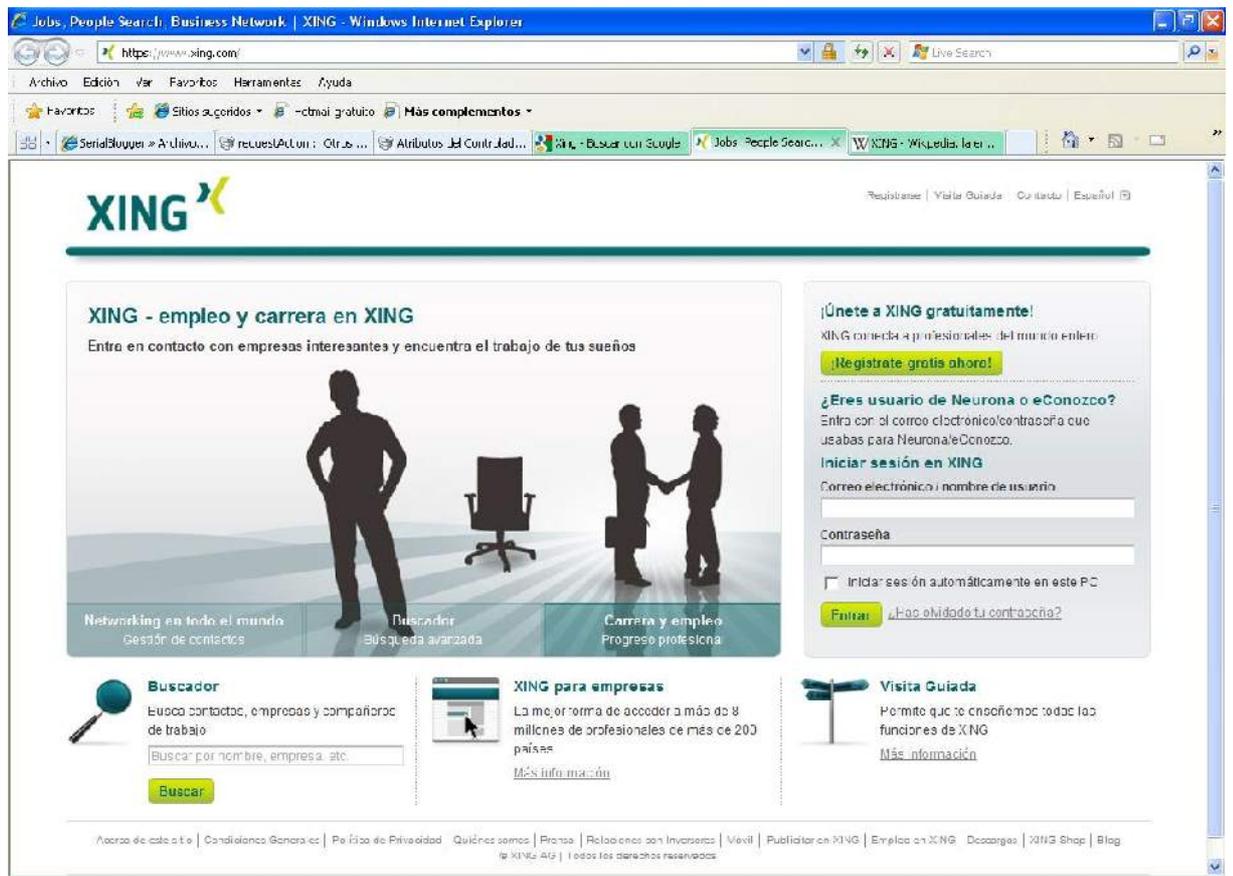


Figura 46

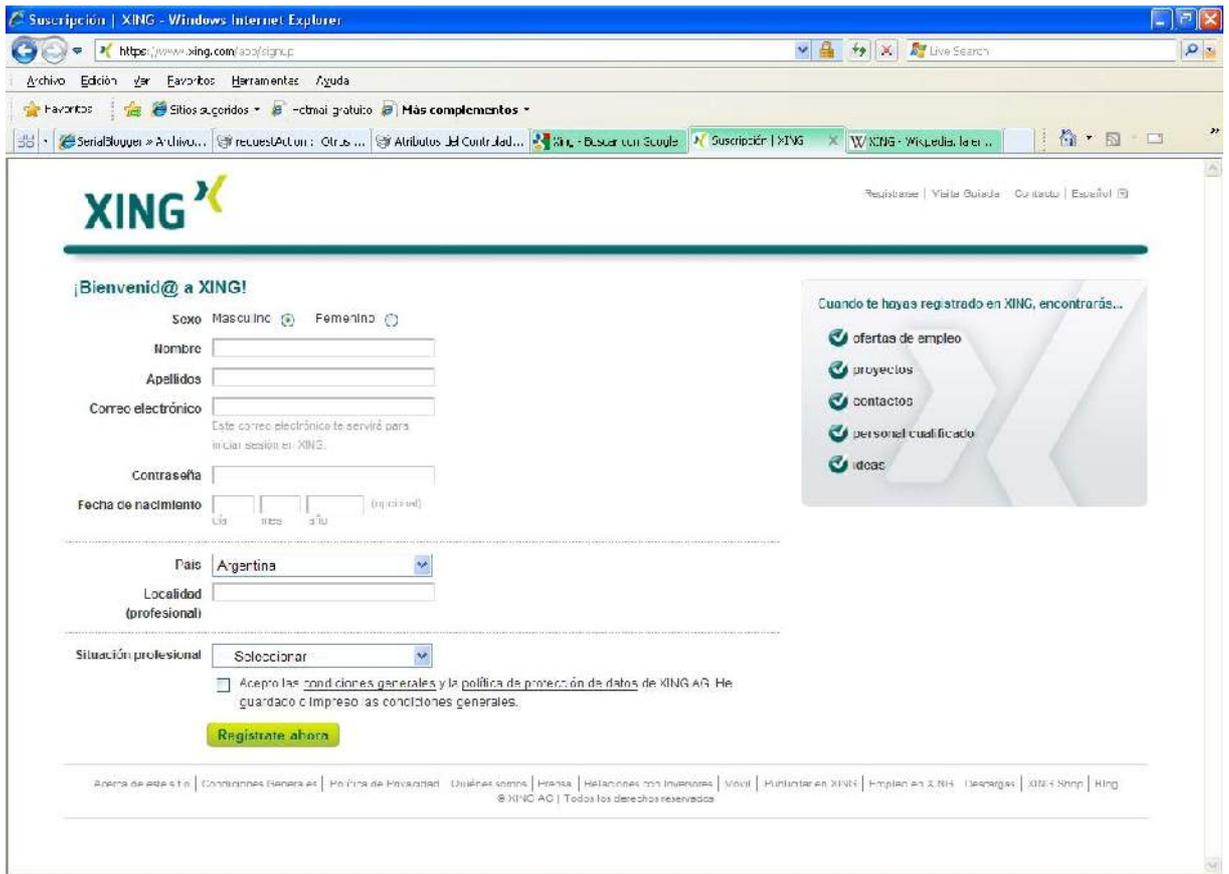


Figura 47

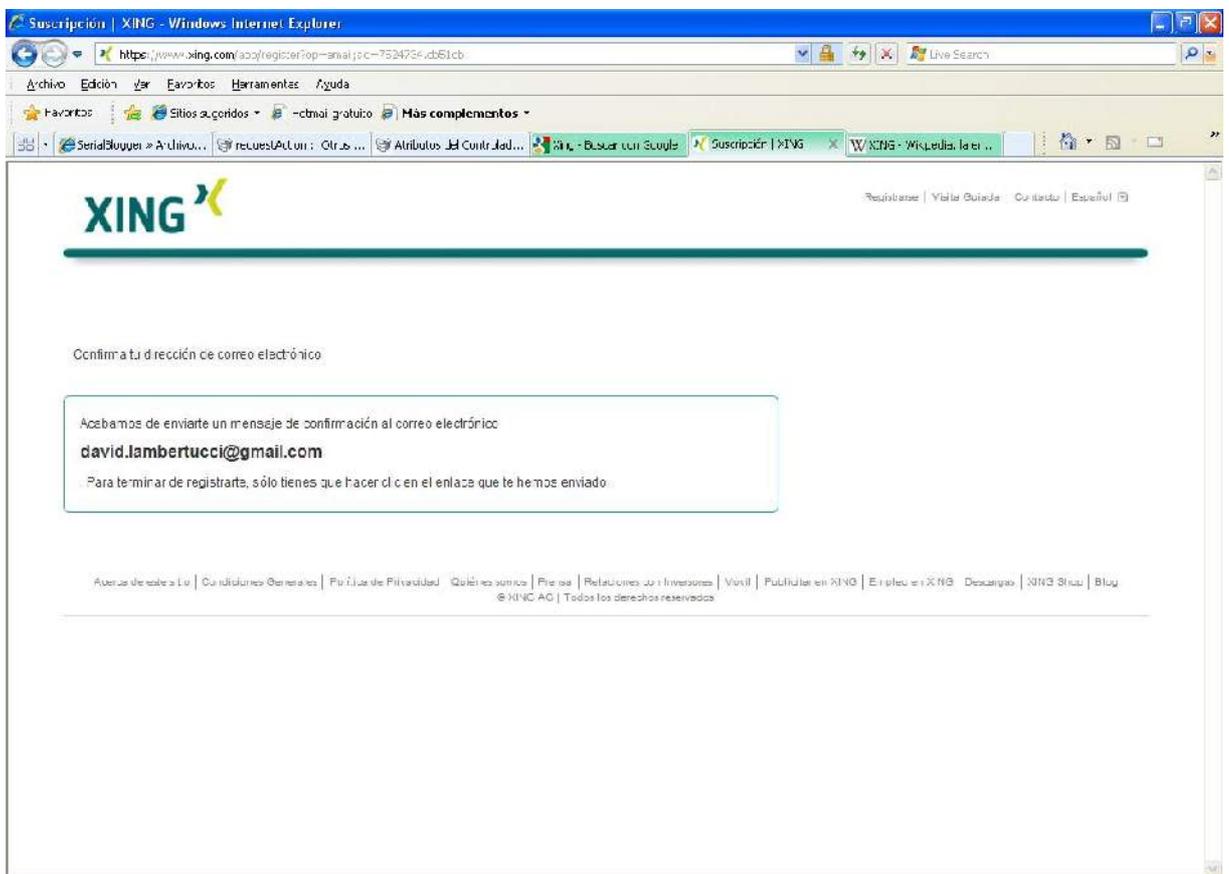


Figura 48

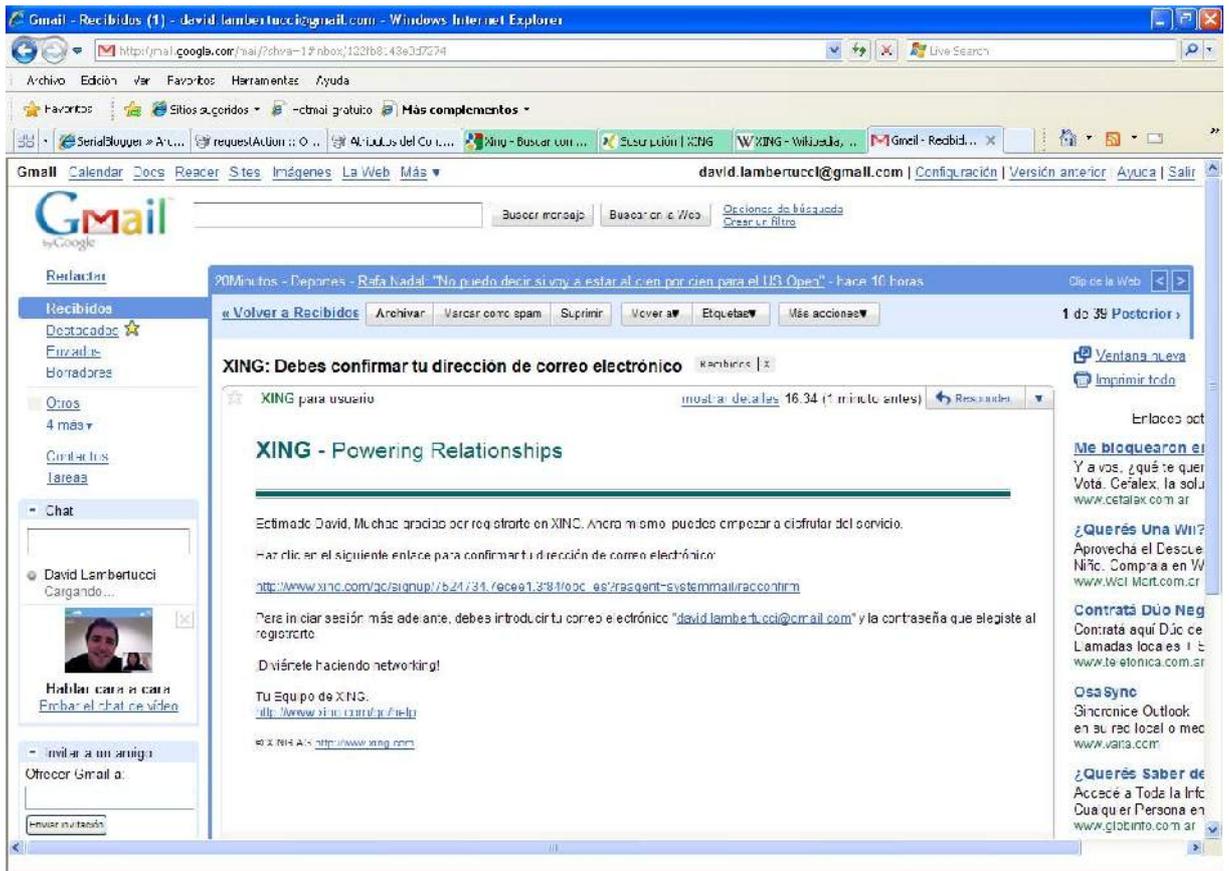


Figura 49

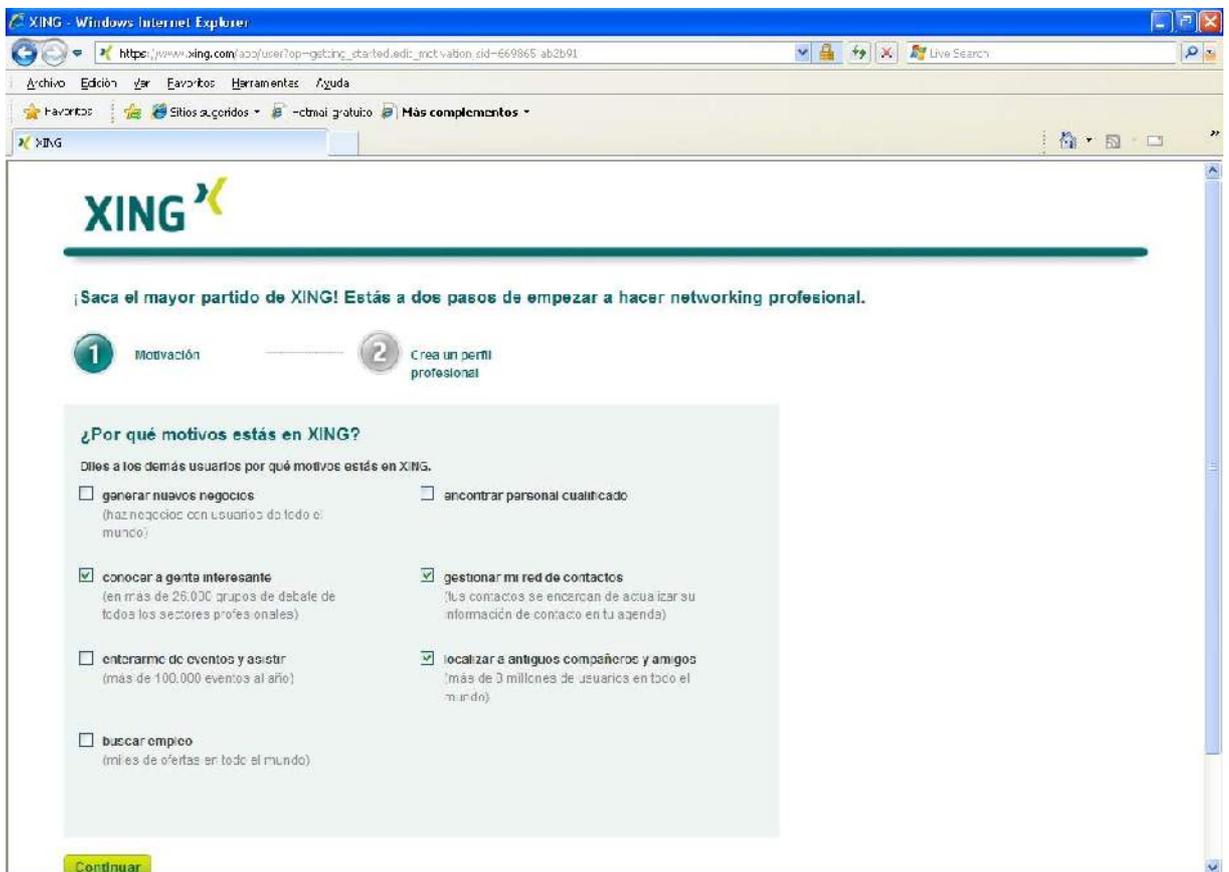


Figura 50

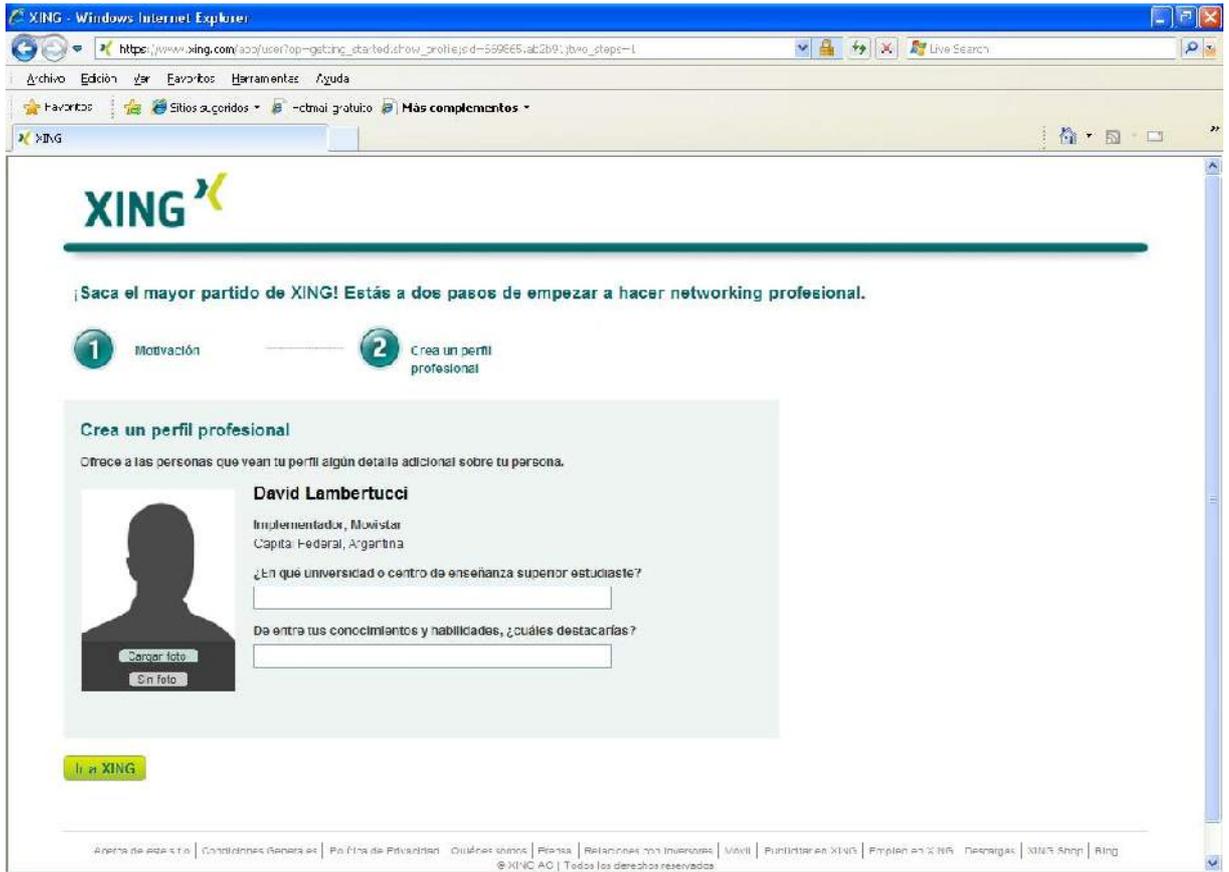


Figura 51

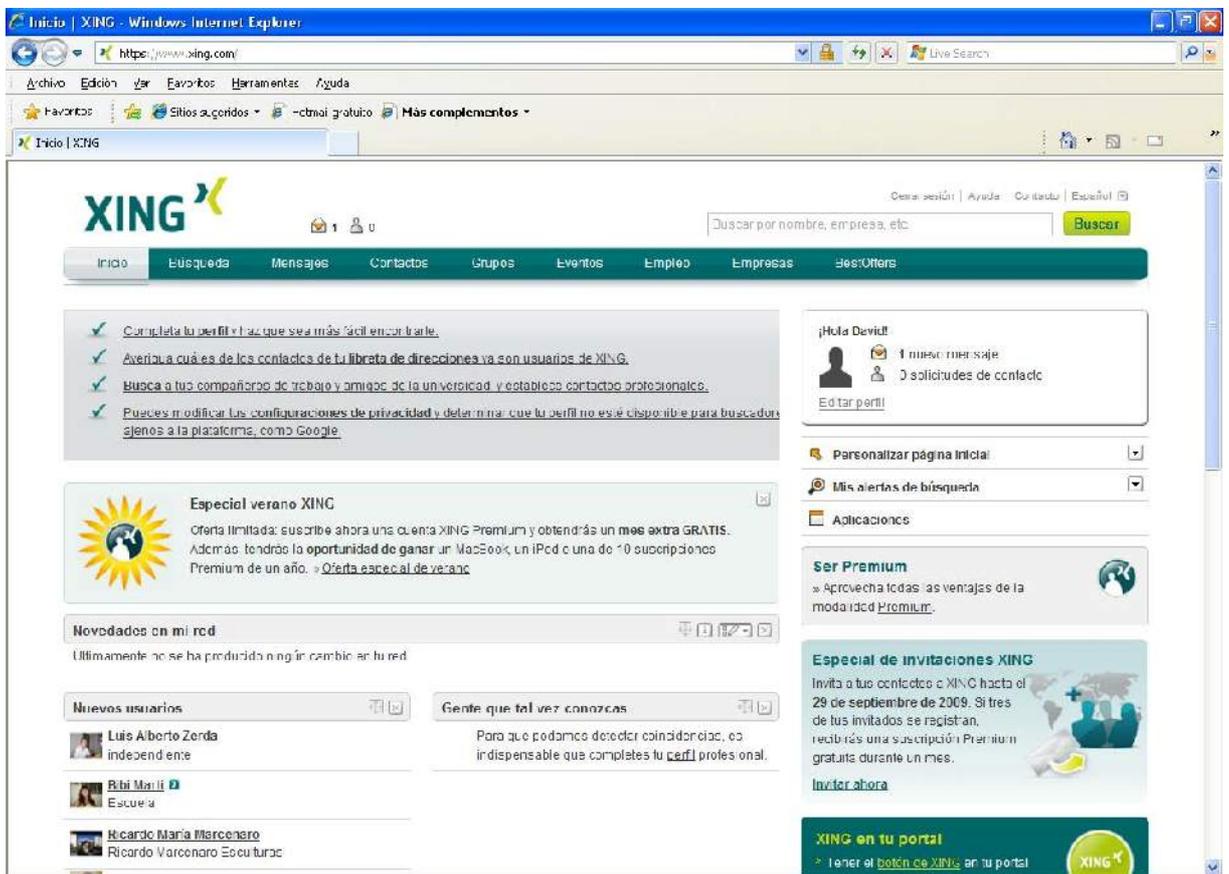


Figura 52

Como puede verse en la imagen de arriba ya está dentro de Xing, en su home desde donde podrá acceder a todos los servicios disponibles acorde a su perfil.

14 Análisis FODA RSs

El análisis FODA se realiza frecuentemente en las organizaciones para saber como están ubicadas en el mercado, cual es su posición frente al competidor. Es un estudio como las siglas lo indican de Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas aplicadas a la organización.

A continuación se comentan estas características del análisis FODA a un nivel amplio y global y luego se explica en forma sintética con un ejemplo aplicado a las RSs.

14.1 Fortalezas

Son las características y capacidades internas de la organización que le han permitido llegar al nivel actual de éxito y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva). La organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Algunos ejemplos son el posicionamiento en el mercado, la porción de mercado, exclusividad de un producto de punta, recursos humanos leales y motivados, salarios competitivos, estilo gerencial exitoso, proceso muy eficiente de producción, capital de trabajo adecuado, etc [60].

14.2 Debilidades

Son las características y capacidades internas de la organización que no están en el punto que debieran para ayudar al éxito y más bien provocan escenarios desfavorables. Al igual que las fortalezas, la organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Las fortalezas pueden convertirse en debilidades, por ejemplo, si cambia la estructura salarial y deja de ser competitiva, si ocurre algo que provoque desmotivación importante en los empleados, si se pierde la exclusividad de un producto de punta, si se reduce sustancialmente el posicionamiento en el mercado y así sucesivamente [60].

14.3 Oportunidades

Son aquellos factores externos a la organización que esta puede aprovechar para obtener ventajas competitivas. La organización no los controla y no dependen de esta, pero puede obtener ventajas de tales hechos relevantes. Algunos ejemplos son una ley que esté por aprobarse, un nuevo esquema tributario, la caída del competidor principal, la producción de empleados calificados en las universidades, el crecimiento rápido del cliente principal, la apertura de un mercado, etc.

14.4 Amenazas

Son aquellos contextos que presenta el entorno externo a la organización, que no puede controlar pero le pueden afectar desfavorablemente y en forma relevante a la empresa. Los mismos ejemplos citados como oportunidades pueden convertirse en amenazas si su efecto es negativo: una ley puede perjudicar; un mercado importante puede cerrarse; el principal cliente puede elegir otro proveedor competidor; las universidades pueden dejar de producir el recurso humano que la organización necesita, etc [60].

Mas allá del beneficio que las RSs tienen dando la posibilidad de interactuar con otras personas para el beneficio común, también son una oportunidad de negocio [61].

14.5 Por que el interés y atracción por las RSs

La atracción de las RSs e interés sobre las mismas pueden resumirse en 3 elementos por parte de los usuarios:

- El marketing vital, permitió a RSs hacerse conocidas gracias a la técnica del boca a boca entre sus usuarios
- La necesidad de los usuarios de expresarse a través de nuevos espacios como Internet.
- El interés de mantener un contacto más cercano con sus amistades [62].

La popularidad de las mismas se debe a diversos factores, se pueden mencionar las siguientes características:

- Diversas funciones dentro del portal, como aplicaciones, fotos, mensajería, videos, etc.
- Inclusión de soportes adicionales además del portal Web. El más importante, el celular.
- Preferencia de cada uno por sectores demográficos.
- Son los más populares pero no contienen temas específicos, sino que ofrecen muchos temas a la vez.

14.5.1 Oportunidades de negocio con las RSs?

A continuación se comenta un caso particular de una empresa que aplicó al análisis FODA a su RS, esta empresa se llama Techno Consumer y esta vinculada directamente a dos temas: los juegos en red y las RSs. Se detalla de manera resumida sus características de un análisis FODA aplicado a la RS:

Fortalezas: ser una propuesta innovadora en el mercado de las RSs. Ser la única página de RSs que se enfoque en eventos.

Debilidades: Volatilidad en cuanto a preferencias. Los gustos de los usuarios cambian constantemente. Por ello, sus consumidores tienen gran tendencia a migrar a otras RSs.

Oportunidad: oportunidad de tener ingresos por parte de las empresas que quieren colocar publicidad en nuestra pagina. El boom de la comunicación por Internet.

Amenazas: que algunos de los eventos recomendados por la Web no se desarrollen de manera optima y ello mengue la credibilidad de la pagina. - Fuerte competencia como RSs conocidas como Facebook y Hi5 que si bien no se dedican al mismo rubro pueden generar que se deje de lado esta nueva Web. No tiene herramientas de entretenimiento que le permite a los usuarios permanecer más tiempo conectado a la página [62].

El análisis FODA en las RSs aplicado a las empresas, organizaciones puede ser muy útil tomando todos los recaudos necesarios que implica cada una de las características de este análisis.

Glosario de términos técnicos

Brainstorming	<p>Lluvia de ideas, también denominada tormenta de ideas, es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado.</p>
Ajax	<p>Acrónimo de Asynchronous JavaScript And XML (JavaScript asíncrono y XML). Es una técnica de desarrollo Web para crear aplicaciones interactivas o RIA (Rich Internet Applications). Éstas se ejecutan en el cliente, es decir, en el navegador de los usuarios y mantiene comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano.</p>
Sindicación de contenidos	<p>Hace referencia a la <i>Sindicación de contenidos Web</i> aludiendo a la manera como los Web feed(s) hacen disponible un segmento o porción de la Web a otros sitios o a suscriptores individuales.</p>
RSS	<p>RSS (Really Simple Syndication) hace referencia a un estándar de sindicación, esto es a una familia de formatos de datos conocidos como: “feed”, “Web feed” o “chanel” utilizados para ofrecer a los usuarios información de contenido que se actualiza con mucha frecuencia, tales como entradas de Blogs, titulares de medios o podcasts.</p>
Wikis	<p>Un Wiki es una página Web o un conjunto de páginas Web que cualquier persona a quién se le permita el acceso puede editar fácilmente desde cualquier lugar.</p>
Networking	<p>Es una filosofía que consiste en establecer una red de contactos profesionales que nos permite darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores. Se trata de intercambiar información y contactos, y de establecer relaciones con personas que compartan intereses profesionales comunes.</p> <p>Hacemos <i>networking</i> para avanzar en nuestra carrera, para expandir nuestro negocio, para aumentar nuestra visibilidad y para mejorar nuestra red de contactos.</p>
API	<p>Un API es una serie de servicios o funciones que el Sistema Operativo ofrece al programador. Desglosando la abreviatura sería interfaz de programación de aplicaciones. Una API representa una interfaz de comunicación entre componentes software.</p>
Blogs	<p>Un blog o también llamado bitácora, es un sitio Web donde se recopilan cronológicamente mensajes de uno o varios autores, sobre una materia en particular o a modo de diario personal, siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea oportuno.</p> <p>Es básicamente un diario el cual está disponible en Internet. La</p>

	<p>actividad de actualizar un blog se conoce como "blogging" y la persona que modera un blog es llamada "Blogger". Los Blogs son actualizados con cierta frecuencia usando un software que permite a los moderadores mantenerlos sin necesidad de conocimientos técnicos. Las entradas en un Blogs suelen estar ordenadas por fechas y en orden cronológico.</p>
Microblogging	<p>Es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente de sólo texto. Las opciones para el envío de los mensajes varían desde sitios web, a través de SMS, mensajería instantánea o aplicaciones ad hoc.</p>
Ruby on Rails	<p>Ruby on Rails, también conocido como RoR o Rails es un framework de aplicaciones web de código abierto escrito en el lenguaje de programación Ruby, siguiendo el paradigma de la arquitectura Modelo Vista Controlador (MVC).</p>
Blogosfera	<p>Blogosfera, blogosfera, blogalaxia o blogósfera es el término bajo el cual se agrupa la totalidad de weblogs y se deriva de la palabra inglesa blogosphere. Debido a que los blogs o las bitácoras están conectadas por medio de enlaces, comentarios, históricos y referencias han creado y definido su propia cultura. Por lo tanto, la blogosfera como palabra y concepto es inherente a los weblogs.</p>
Weblogs	<p>Un blog, o en español también una bitácora, es un sitio Web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término Weblog proviene de las palabras Web y log ('log' en inglés = diario). El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en Internet (en línea).</p>
YouTube	<p>YouTube (pronunciado "iutub") es un sitio web que permite a los usuarios compartir vídeos digitales a través de Internet e incluso, permite a los músicos novatos y experimentados dar a conocer sus vídeos al mundo. Pertenece a la Web 2.0.</p>
OpenSource	<p>Código abierto (en inglés open source) es el término con el que se conoce al software distribuido y desarrollado libremente.</p>
FOAF	<p>(Friend Of A Friend) es un proyecto dentro de la Web semántica para describir relaciones mediante RDF que puedan ser procesadas</p>

fácilmente por máquinas.

[RDF](#)

Sigla del inglés "Resource Description Framework", Marco de Descripción de Recursos, un [lenguaje de descripción](#) del [W3C](#).

XFN

XFN es el acrónimo de 'XHTML Friends Network' y sirve para representar las relaciones entre personas usando los enlaces de una página Web.

Folcsonomías

Folcsonomía es una indexación social, es decir, la clasificación colaborativa por medio de [etiquetas](#) simples en un [espacio de nombres](#) llano, sin [jerarquías](#) ni relaciones de parentesco predeterminadas. Se trata de una práctica que se produce en entornos de [software social](#) cuyos mejores exponentes son los sitios compartidos como [del.icio.us](#) (enlaces favoritos), [Flickr](#) (fotos),

Metadatos

Literalmente «sobre datos», son datos que describen otros datos. En general, un grupo de metadatos se refiere a un grupo de datos, llamado recurso. El concepto de metadatos es análogo al uso de [índices](#) para localizar objetos en vez de datos.

Geolocalizar

La tecnología de geolocalización se basa en el sistema de información geográfica GIS para la gestión, análisis y visualización de conocimiento geográfico.

15 ANEXO

15.1 *Detalles de prototipo desarrollado*

Se desarrollo un prototipo de sistema implementando una base mínima para el funcionamiento de una RS. No se pretendió implementar un sistema completo como los brindados por sitios Web como Facebook o MySpace.

La selección de herramientas se ha establecido en base a las siguientes condiciones:

- Prototipado rápido.
- Pensar en el/los problemas con respecto al sistema en sí.

Para cumplimentar tales condiciones se han seleccionado los siguientes sistemas para desarrollo:

- 1.CakePHP 1.2: Framework (marco de trabajo) para desarrollo ágil de sistemas Web, escrito en PHP, compatible con PHP4/5, e implementa el patrón de arquitectura de software MVC (Model View Controller o Modelo Vista Controlador)
- 2.Jquery 1.3: Framework Javascript para interactuar con los objetos de un documento HTML (DOM o Modelo de Objetos de Documento), y por lo tanto, no pensar en incompatibilidades producidas por distintas implementaciones de DOM o el lenguaje Javascript, por los fabricantes de los navegadores Web.
- 3.PHP 5.2: Lenguaje de alto nivel, y que está especialmente diseñado para desarrollo Web (permite incrustación dentro de código HTML), además de tener una alta adopción.
- 4.Apache HTTP Server 2.2: Servidor Web HTTP, de amplia aceptación, y para el cual hay disponible un módulo implementando PHP 5.2
- 5.MySQL Client/Server 5.1: Sistema de gestión de bases de datos relacional, altamente utilizado para datos de sistemas Web.

A continuación se exponen los requerimientos pretendidos en el prototipo:

- Autenticación de usuarios:
 - Un usuario se autentica con su nombre y clave, e ingresa al sistema, con accesos a determinadas acciones según rol. Los roles son predefinidos y son admin y user. Un usuario administrador (bajo el rol de admin) predeterminado se encuentra disponible bajo el nombre admin y clave admin.
 - Al usuario administrador se le presenta la administración de usuarios. Puede agregar, editar o eliminar usuarios.
 - Al usuario común (bajo el rol de user) se le presenta una vista para interactuar con la red social (Comunidades, Amigos, Perfil, FAQs Personales).

- Interacción con la red social - Comunidad:
 - El sistema le presenta al usuario, una lista de usuarios plausibles de ser una amistad.
 - El usuario puede invitar a otro, indicando la acción de “Invitar” provista en la lista.
 - Los usuarios que hayan sido invitados no se verán nuevamente en la lista, y serán excluidos.
 - Los usuarios administradores no pueden usar Comunidad.

- Interacción con la red social - Mis Amigos:
 - El sistema le presenta al usuario las siguientes secciones:
 - Mis Amigos: los usuarios con los cuales el usuario mencionado estableció una relación de amistad
 - Pendientes: los usuarios que han recibido una invitación y deben realizar la acción de aceptación del usuario referido.
 - En Espera: los usuarios que han solicitado una invitación y necesitan una aceptación del usuario mencionado. En esta lista, dicho usuario se le presenta la posibilidad de aceptar la invitación.
 - Dentro de la sección Mis Amigos, el usuario referido, puede enviar mensajes de texto a otros usuarios con los cuales tiene relación.
 - Los usuarios administradores no pueden usar Mis Amigos.

- Interacción con la red social - Perfil:
 - El sistema le presenta al usuario para agregar un perfil.

- Al usuario al agregar un perfil se le presentará varios campos para completar información.
 - Una vez completado los datos del perfil del usuario puede grabarlos.
 - Pueden agregarse, editarse o eliminarse los perfiles ingresados.
 - Los perfiles son públicos y pueden visualizarse por el resto de los usuarios.
- Interacción con la red social – FAQs personales:
 - El sistema le presenta al usuario para agregar FAQs Personales.
 - El usuario puede agregar información adicional sobre su personal, perfil laboral, gustos personales, estudios, etc y luego grabarlos.
 - Pueden agregarse, editarse o eliminarse FAQs Personales.
 - Las FAQs Personales son públicas y pueden visualizarse por el resto de los usuarios.

En el ANEXO B, se explicarán con pantallas y breves comentarios estas funcionalidades.

16 Conclusión

En este trabajo se ha dado a conocer acerca de las Redes Sociales en Internet, su origen, crecimiento, actualidad y futuro de las mismas.

Las Redes Sociales son parte de la Web 2.0; donde los usuarios forman parte activa de estos sitios Webs. Son sitios donde la gente puede conocer a más gente o buscar familiares o compañeros de colegio, facultad, etc. Tienen un valor preponderante en todo el mundo y su crecimiento crece en forma exponencial día a día en cantidad de usuarios que las utilizan y también en cantidad de Redes Sociales que surgen.

Se explicaron algunas Redes Sociales vigentes, las más populares, sus características y funcionalidades al igual que sus aplicaciones; la idea no fue mencionar a todas y dar una explicación de las mismas dado que sería algo casi imposible de realizar.

Estos sitios tienen mucho potencial si se los sabe utilizar y administrar; hay que saber crear un perfil acorde a lo que una quiera mostrar para no encontrarse con sorpresas dado los problemas de seguridad o ataques maliciosos que puedan llegar a aparecer, estos siempre van a estar presentes y pueden llegar a causar grandes dolores de cabeza.

Hoy día las Redes Sociales de mayor popularidad son Facebook seguida de MySpace y detrás de ellas un numeroso grupo de Redes Sociales de amistad; por otro lado, las destacadas en el área de profesionales son Xing y LinkedIn que apuntan a ayudar a personas y empresas a conseguir trabajo y buscar personal respectivamente.

Estos sitios Webs podría decirse son de gran ayuda en todos las áreas de estudio; laborales, gubernamentales por mencionar algunos; uno puedo sorprenderse con el poder que tienen y lo que puede llegar a hacerse con ellos.

En esta tesina se dio un enfoque general acerca de las Redes Sociales; queda abierto seguir investigando y estudiando a las mismas, introducirse más en ellas, ver su funcionamiento más en profundidad, probar todas sus funcionalidades y aplicaciones.

Como parte final del trabajo, como prueba de laboratorio se genero una Micro Red Social en la cual se desarrollaron las funcionalidades básicas de una Red Social. Este prototipo

queda abierto para continuar su desarrollo, su funcionalidad es básica y no se llegó a implementar ciertos controles y seguridad que debieran existir en estos sitios; de le dio una funcionalidad para demostrar características y funcionalidad de una Red Social.

17 Referencias

1. "WEB 2.0. CAOS CONCEPTUAL Y NUEVOS MITOS EN EL DISCURSO CIBERCULTURAL"
2. "Web 2.0" Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
3. <http://blogwasabi.blogspot.com/2007/10/las-redes-sociales-la-ltima-revolucin.html>
4. http://www.digital-web.com/articles/web_2_for_designers/
5. <http://sociadaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>
6. <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>
7. http://217.116.28.251/deds/221107/inafria2_221107.pdf
8. <http://www.sizlopedia.com/2007/08/18/web-10-vs-web-20-the-visual-difference/>
9. <http://es.wikipedia.org/wiki/RSS>
10. http://www.microsoft.com/spain/empresas/internet/web_2.msp
11. <http://www.interacciones.com.ar/paseo-alternativo-por-la-web-20-y-las-redes-sociales/>
12. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1099165
13. <http://liboh.es/?p=343>
14. <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>
15. http://elcaparazon.wik.is/Redes_Sociales:_Facebook
16. <http://www.masadelante.com/faq-myspace.htm>
17. <http://es.wikipedia.org/wiki/MySpace>
18. <http://www.facebooknoticias.com/2008/10/15/seguridad-garantizada-en-facebook/>
19. <http://www.facebookcolombia.com/proteccion-de-informacion-en-facebook.php>
20. <http://www.dragonjar.org/tips-de-seguridad-para-facebook.xhtml>
21. <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>
22. <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2009/02/09/183250.php>
23. http://www.linkedin.com/static?key=promo_espanol_3
24. <http://www.slideshare.net/knowledgefactory/linkedin-qu-es-y-para-que-sirve-presentation>

25. <http://es.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>
26. <http://es.wikipedia.org/wiki/Orkut>
27. <http://www.orkut.com/html/es/privacy.orkut.html>
28. <http://en.wikipedia.org/wiki/Orkut>
29. <http://es.wikipedia.org/wiki/Hi5>
30. http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network
31. <http://es.wikipedia.org/wiki/Sonico>
32. <http://www.gara.net/paperezkoa/20090209/120790/es/La-crisis-acelera-expansion-redes-sociales-profesionales>
33. http://www.atinachile.cl/content/view/30326/La_expansion_de_las_redes_Sociales_en_Internet.html
34. <http://www.goldmundus.com/?p=299>
35. <http://www.universia.net.co/cultura/destacado/la-vulnerabilidad-de-myspace-facebook-y-otros-sitios-web-de-redes-sociales/problemas-de-seguridad-y-privacia.html>
36. <http://www.tecnoseguridad.net/las-redes-sociales-tienen-serios-problemas-de-seguridad/>
37. <http://www.tecnoseguridad.net/los-nios-ignoran-las-normas-de-seguridad-en-las-redes-sociales/>
38. <http://www.puromarketing.com/16/3988/las-redes-sociales-moviles-comienzan-generar-negocio.html>
39. <http://blog.despegar.com/index.php/articulos/redes-sociales-moviles-el-futuro-de-la-participacion/>
40. <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=es&id=851>
41. <http://www.editum.org/Redes-Sociales-Funciones-Y-Caracteristicas-Del-Vinculo-p-867.html>
42. <http://mundopc.net/articulos/windows-7-realzara-la-funcionalidad-de-las-redes-sociales/>
43. <http://www.noticiasdot.com/wp2/2009/03/12/las-redes-sociales-superan-ya-en-popularidad-al-correo-electronico/>

44. <http://www.deltaasesores.com/estadisticas/internet/3712-redes-sociales-y-blogs-aumentan-popularidad>
45. <http://myspace.wihe.net/5-tips-seguridad-redes-sociales/>
46. <http://48s.blogspot.com/2008/05/valor-precio-y-utilidad-de-las-redes.html>
47. <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2008/02/20/174388.php>
48. [http://www.grupoaralos.com/Subcontinguts/Web_2_0_\(Parte_1\)_-_Introduccion_mostrar_contingut.asp](http://www.grupoaralos.com/Subcontinguts/Web_2_0_(Parte_1)_-_Introduccion_mostrar_contingut.asp)
49. <http://www.w3c.es/Divulgacion/Guiasbreves/WebSemantica>
50. http://www.microsoft.com/spain/empresas/internet/web_2.mspix
51. <http://www.aulaclie.es/articulos/web2.html>
52. <http://www.xyberneticos.com/index.php/2007/08/15/de-web-20-a-web-30/>
53. <http://comunidad20.sedic.es/?p=176>
54. <http://www.documentalistaenredado.net/740/la-biblioteconomia-y-la-documentacion-en-las-redes-sociales-de-internet-1-introduccion/>
55. <http://www.imaginary.es/blog/redes-sociales-para-empresas/>
56. http://www.kzguna.net/docs/cursos/RedesSociales/cast/quees_quees1.html
57. <http://www.telefonica.net/web2/lamilagrosalodosa/documentos/%20orientacion/REDES%20SOCIALES%20EN%20INTERNET.pdf>
58. http://www.masternewmedia.org/es/2006/12/15/redes_sociales_y_servicios_social_es.htm
59. http://aui.es/index.php?body=dest_v1article&id_article=3067
60. <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/284581/Guia-para-el-analisis-FODA.html>
61. <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/49683.html>
62. <http://consumer-insights.blogspot.com/2009/07/el-perfil-del-techno-consumer-y-su-uso.html>
63. <http://es.wikipedia.org/wiki/XING>
64. <http://culturacion.com/2009/04/actualidad-web-20-y-como-esta-cambiando-internet/>
65. <http://www.scribd.com/doc/16501803/consecuencias-y-carencias-de-la-web-20>

66. <http://www.blogantivirus.com/decalogo-de-normas-de-seguridad-para-redes-sociales>
67. http://es.wikipedia.org/wiki/Wolfram_Alpha
68. [http://es.wikipedia.org/wiki/Ingeniería_social_\(seguridad_informática\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ingenier%C3%ADa_social_(seguridad_inform%C3%A1tica))
69. [http://en.wikipedia.org/wiki/Social_engineering_\(security\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_engineering_(security))
70. http://news.zdnet.com/2100-9595_22-333193.html?tag=nl.e539