

## Redes Sociales Móviles

### Las Redes Sociales

Actualmente en la jerga tecnológica vinculamos el término “*social network*” o “*red social*” a las “*comunidades virtuales*” o “*redes sociales en línea*” (redes sociales que ofrecen servicios por medio de Internet). En realidad este término se acuñó mucho antes<sup>1</sup> y es ampliamente utilizado en sociología para describir una estructura social [Jary & Jary 1991, Abercrombie et al 2000] en la que se concibe a los individuos o actores como nodos y a las relaciones entre ellos como arcos o aristas que unen a los nodos. No hay restricciones en cuanto a los posibles tipos de relaciones que vinculan a los individuos de la red. Las relaciones pueden ser de distintos tipos: financieras, amistades, intereses comunes, etc. Esta estructura forma lo que se conoce como un grafo o un conjunto de grafos y debido a que la Web con sus hipervínculos constituye o puede visualizarse como un grafo es una plataforma ideal para mostrar información sobre una red social.

### Orígenes de las redes sociales

La entrada en Wikipedia sobre redes sociales <sup>2</sup> dice: “*El origen de las redes sociales se remonta, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio Web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera.*”

En el mismo artículo del que se extrajo el párrafo anterior se cita que, “*El software germinal de las redes sociales 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*”. Esta teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada “*Chains*” (cadenas).

Se trató de demostrar esto y aunque la teoría puede enunciarse de manera formal, probar la misma resulta algo que se puede considerar casi imposible debido a las variables sociales en juego. Stanley Milgram, un psicólogo estadounidense, trató de probar su validez de manera empírica realizando un experimento en el que asignaba a distintas personas el envío de paquetes a otras personas de las cuales sólo conocían ciertos datos como su nombre, ubicación, trabajo, edad, etc.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Más de un siglo pero J. A. Barnes en 1954 fue quien lo formalizó

<sup>2</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social)

<sup>3</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Seis\\_grados\\_de\\_separación](http://es.wikipedia.org/wiki/Seis_grados_de_separación)

No se da una justificación suficiente para afirmar la influencia de esta teoría sobre las redes sociales (como por ejemplo una cita de quien escribió el software diciendo que esta teoría fue su fuente de inspiración). Tampoco el autor de este trabajo pudo encontrar tales pruebas.

Aunque la teoría de los seis grados de separación no parece estímulo o impulso suficiente como para atribuirle el nacimiento y auge de las redes sociales y es altamente refutada resulta algo interesante en el análisis de lo que puede pasar en las redes sociales.

Las bases de esta teoría son que una persona promedio conoce alrededor de 100 personas y con cada persona que conocemos el número de personas a las que podemos llegar tiende a incrementarse exponencialmente. La teoría no cae dentro del absurdo pero resulta muy difícil para el sentido común poder decir que se cumple incondicionalmente en todas las circunstancias.

En resumen, la teoría no es válida (por ahora y probablemente nunca lo sea) pero haciendo un análisis rápido cabe dentro del sentido común. Su problema probablemente sea la inflexibilidad del enunciado.

De cualquier manera, sin dudas, pone a la luz de una manera atrayente el potencial de los servicios de redes sociales. Es fascinante la gran cantidad de gente a la que uno puede llegar a contactar formando estas cadenas y como Internet hizo que esto sea algo aún más simple y realizable.

A esta tremenda capacidad de contacto, intercambio, socialización virtual la idea de *Mobile Social Networking* agrega ubicuidad y facilita y promueve el verdadero encuentro o socialización en el mundo real.

## La actualidad

En la actualidad las redes sociales son un tremendo éxito. Entre las más populares deben nombrarse a **MySpace**, **Bebo**, **Facebook**, **Orkut**, entre otras.<sup>4</sup>

Estás redes sociales por lo general ofrecen una página donde el usuario tiene un perfil y está vinculado con otros usuarios de acuerdo a alguna relación o interés. Están clasificadas como parte de lo que se llama Web 2.0<sup>5</sup> y están entre las Webs que más explotan lo que técnicamente aporta la Web 2.0 (AJAX<sup>6</sup> por ejemplo) No se ahonda en su funcionamiento y características especiales debido a que esto sería una intromisión en un tema de trabajo de otra persona.

Solidamente consolidadas estas redes sociales en cuanto a cantidad de usuarios y sin discusión sobre cual es la plataforma donde proveen principalmente sus servicios, en una industria que debe innovar para mantenerse competitiva siempre se está especulando sobre cual será el siguiente paso.

Desde hace años se empezó a escribir y hablar acerca del saltó de las redes sociales a los dispositivos móviles. Sin embargo, desde el año pasado, momento en que esto fue noticia en CNN, el New York Times, Business Week y grandes portales de negocios, dejó de ser considerado como una charla de “geeks” ya que los ejecutivos (la gente que generalmente decide la inversión del capital de las empresas) empezaron a considerar seriamente el “*Mobile Social Networking*” como un nicho a cubrir y el siguiente gran paso de las empresas involucradas en las redes sociales.

---

<sup>4</sup> Para saber más sobre las grandes redes sociales de la actualidad visitar [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_website](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_website)

<sup>5</sup> Aunque es un término discutible también forma parte de la nueva jerga de los tecnófilos y está de moda. Una búsqueda en Internet es la mejor fuente para esclarecer (o alimentar) dudas sobre qué es y qué no.

<sup>6</sup> Asynchronous JavaScript And XML (Javascript y XML Asíncronico) una técnica de desarrollo para crear Webs de mayor interactividad. Internet está plagado de información sobre el tema.

## Un llamado a movilizarse

Como ya se citó, desde el año pasado y hasta ahora el tema de las redes sociales móviles se volvió noticia recurrente.

La primera vez que el autor de este trabajo fue receptor de una noticia sobre las redes sociales móviles fue a finales del 2006 mientras miraba una edición de “En Efectivo”, programa de noticias económicas y financieras conducido por Gabriela Frías en CNN Latinoamérica. La noticia se presentaba como una predicción de que el 2007 sería el año del gran surgimiento de las redes sociales móviles.

A partir de eso tras realizar un seguimiento de noticias respecto al tema estaba claro que la noticia era algo más que una noticia de relleno, ya que había sido tema recurrente del año 2006 y se seguiría repitiendo durante el 2007.



Anterior al programa visto por el autor es la siguiente noticia de la sección de tecnología de **Business Week**. El título de la noticia era “**Social Networking goes**

**Mobile**”<sup>7</sup> (Las redes sociales en línea se vuelven móviles)

En esta noticia se comenta sobre un acuerdo que se llevó a cabo en abril de 2006 entre **MySpace** y **Cingular** (el mayor proveedor de telefonía móvil de Estados Unidos). El acuerdo permitía que los usuarios de Cingular reciban mensajes de textos (vía SMS<sup>8</sup>) cuando reciben un nuevo “post” en su página de MySpace. De manera similar en abril también Facebook permitió que usuarios de Cingular, Sprint Nextel y Verizon Wireless reciban solicitudes de amistad en sus teléfonos y dar respuestas vía SMS.

Todavía más interesante resulta el surgimiento de **Helio**<sup>9</sup>, un *joint-venture*<sup>10</sup> entre un proveedor de servicios de Internet con sede en Atlanta (Estados Unidos) y SK Telecom de Korea. Este proveedor de telefonía celular se centra en el público de 18 a 34 años y dicen ofrecer toda una nueva experiencia móvil. La compañía misma se promociona con la siguiente frase “*Stay better connected than ever before, in ways you never thought possible. Don’t call us a phone company*” (Mantengase mejor conectado que antes de maneras que nunca pensó posible. No nos llame una compañía de telefonía). Sky Dayton CEO de



<sup>7</sup> [http://www.businessweek.com/technology/content/may2006/tc20060530\\_170086.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/may2006/tc20060530_170086.htm)

<sup>8</sup> Short Message System. Mensajes de texto en redes de celulares digitales.

<sup>9</sup> <http://www.helio.com>

<sup>10</sup> Es un tipo de alianza estratégica, y supone un acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas jurídicas o comerciantes.

Helio promociona su producto como el “portable MySpace”<sup>11</sup> (MySpace portátil) o como los celulares para la generación MySpace. En definitiva, esta empresa da un gran salto y el CEO mismo proclamaba en los inicios de la empresa el año pasado que hasta ese momento no se había vivido en Estados Unidos una verdadera experiencia de “*Mobile Social Networking*” a diferencia de Korea donde si ya existía un gran auge y de donde él se inspiró para dar forma a Helio.

En la noticia también se dice que Nokia anunció que sus teléfonos vendrían con integración a Flickr permitiendo a los usuarios tomar fotos y compartirlas en a través de la página en tal sólo un click.

Data del 14 de febrero de 2007 un artículo en la Web de **CNN**<sup>12</sup> cuyo título es “***Social networking goes mobile***” (sí, igual al anterior) donde se habla con un enfoque al mercado español. El artículo corresponde a la sección de Negocios y aborda desde una perspectiva de los ejecutivos cómo están buscando la manera de volcar el contenido Web a los dispositivos móviles. En ese intento, mencionan las trabas que suelen imponer las compañías telefónicas en general debido a una visión muy distinta a como se maneja el mundo en Internet. En general en la “red de redes” el contenido es gratuito y la gente está acostumbrada a ello, mientras que las operadoras de telefonía celular están acostumbradas a cobrar por el contenido. Un ejecutivo dijo que estas suelen crear un “*closed garden*” (un jardín cerrado o un jardín privado) y la posibilidad de llegar a los usuarios se ve limitada a los acuerdos que se tienen con la proveedora de telefonía móvil. En resumen, el artículo cita algunas trabas de la burocracia y política empresarial pero termina diciendo que la visión de general es que con las redes 3G más rápidas y un enfoque “*user-friendly*” y más barato de las operadoras el 2007 será el año en el que las redes sociales se volverán móviles.



Este segundo artículo resulta interesante en contraste con el primero porque aún siendo el primero más viejo, es más optimista y concreto en cuanto al advenimiento de la movilidad de las redes sociales. No lleva mucho deducir que esto se debe al avance dispar de la tecnología en los distintos países aún cuando sean desarrollados. Pero en general coinciden en que el “*Mobile Social Networking*” está disponible o en brevedad lo estará y es el camino a seguir.

<sup>11</sup> [http://www.news.com/1606-2\\_3-6059131.html?tag=ne.vid](http://www.news.com/1606-2_3-6059131.html?tag=ne.vid)

<sup>12</sup> <http://edition.cnn.com/2007/BUSINESS/02/14/barcelona.boulden2/>

## The New York Times

Un titular del New York Times en la sección de tecnología el 30 de abril de 2007 decía **“Social Networking Leaves Confines of the Computer”**<sup>13</sup>(Las redes sociales en línea salen de los confines de la computadora). El artículo comenta de cómo la gente, en especial los jóvenes quieren permanecer conectados, poder enviar imágenes captadas con los celulares en el momento, en resumen las tendencias de uso. Comenta sobre los servicios de Twitter<sup>14</sup> y de Kyte<sup>15</sup>. Este artículo es citado en el trabajo de especial manera debido a la fuente de publicación del mismo.

Otros datos interesantes que aquí informan es que Helio al publicar sus datos de usuarios a final de 2006 contaba con 70.000 de los cuales el 70% utilizaba los exclusivos servicios que este proveedor ofrece en cuanto al acceso a MySpace. También vale mencionar que cuando Jack Dorsey (cofundador de Twitter) fue preguntado acerca de las expectativas y formas de ganancias respondió que tienen varios modelos de negocios en mente pero ninguno es realmente interesante hasta tener un número masivo de usuarios. Están enfocados en este crecimiento actualmente.

---

<sup>13</sup> <http://www.nytimes.com/2007/04/30/technology/30social.html?ex=1335585600&en=b13e06ae52396d57&ei=5088&partner=rssnyt&emc=rss>

<sup>14</sup> <http://twitter.com/>

<sup>15</sup> <http://www.kyte.tv>

## Algunos casos de estudio

### DodgeBall & Jambo

DodgeBall y Jambo aportan algo nuevo al llevar el “*social networking*” a través de la telefonía celular y otros dispositivos móviles a los lugares donde uno realmente socializa.

La idea de estos dos servicios es que además de mantener una lista de amigos por medio de una PC o un dispositivo móvil es poder conocer la ubicación de los amigos en el mundo real.

Utilizan diferente métodos para que un usuario proporcione información sobre su posición. Esta información es transmitida por medio de “*broadcasting*” a los amigos y así uno puede saber quienes se encuentran en un radio de por ejemplo 10 cuadras.

Uno puede contribuir con información de qué hay en su entorno, quienes están y así puede realmente darse un encuentro entre conocidos, amigos de amigos y lograr una integración en el mundo real de los usuarios de la comunidad.

### Mig33

Mig33 se define como una comunidad global móvil. En la comunidad tiene perfiles Web, salas de *chat*, “photo sharing” y la mayoría de servicios que ofrecen las redes sociales actuales.

A nivel de conectividad móvil con su aplicación en J2ME permite usar los servicios de mensajería instantánea de MSN, Yahoo, AOL, Google Talk y más. Además permite llamadas internacionales baratas usando VOIP por medio de un sistema de *callback*.

### YouTaggedMe.com & BuZZone

Estos son dos ejemplos del uso de la tecnología *Bluetooth*, común en los celulares modernos, notebooks y PDAs como un complemento.

Con *youtaggedme.com* uno puede agregar o hacer un “tag” a amigos de una forma “convencional” por Internet. Lo innovador de este servicio es que permite hacer un “tag” de una persona por medio de Bluetooth fomentando así la verdadera cercanía y conocimiento de las personas.

Con *BuZZnone* se tiene un perfil que sirve para que las demás personas conozcan los intereses de uno. El usuario además define un criterio de búsqueda de personas de acuerdo a sus intereses. La aplicación se mantiene

buscando por medio de Bluetooth a usuarios que cumplan con los criterios definidos. Si la búsqueda es exitosa alerta a ambos usuarios a fin de que puedan entablar una conversación si así lo desean.

### **CellMate**

CellMate presenta otro enfoque y pone a juicio el concepto de que las redes sociales móviles están atadas a Internet. Para lograr la interactividad entre un grupo de personas por medio de un dispositivo móvil CellMate hace uso del SMS.

Este programa puede correr en casi cualquier teléfono que soporte J2ME. Permite la creación de grupos, formar parte de ciertos grupos, invitar, buscar a una persona, enviar mensajes a todo un grupo y algunas otras funciones básicas que se proveen en las redes sociales y que pueden considerarse como las bases que permiten una interactividad social por medios tecnológicos.

Los programas como CellMate libran al usuario de tener que contar con una conexión de datos. Son especialmente útiles para redes de bajo porte tecnológico donde la velocidad de conexión es muy baja y/o de mala calidad o las tarifas son muy altas. Definitivamente estas implementaciones son mucho mas limitadas por cuestiones técnicas que las implementaciones en XHTML<sup>16</sup> o similar, en J2ME o nativas que trabajan a través de Internet. Reciben correctamente el nombre de “Peer to Peer<sup>17</sup> Mobile Social Networking”

---

<sup>16</sup> XHTML es el lenguaje de presentación de contenidos en el estándar WAP 2.0

<sup>17</sup> De par a par. Entre iguales.



## Para los desarrolladores

### Un problema de heterogeneidad

Uno de los graves problemas que afrontan los desarrolladores de contenidos móviles es la heterogeneidad de plataformas. De este problema también son conscientes en las esferas administrativas ya que este problema de heterogeneidad genera costos elevados al tener que contratar más programadores o diseñadores o tener que hacerlos trabajar más. También genera problemas de aceptación o penetración a ciertos sectores de clientes debido a una mala presentación del servicio en el dispositivo móvil.

### Opciones

Las dos principales opciones para brindar contenido móvil son a través de páginas Web (XHTML o HTML) o aplicaciones Java.

### Web

Volcar el contenido Web de una página diseñada para ser vista en una PC a un dispositivo móvil puede presentar varios problemas.

El estándar WAP 2.0 establece que los dispositivos soporten XHTML. En la actualidad hay teléfonos que soportan desde WML que era el lenguaje de WAP 1.0 hasta HTML con Javascript. El problema está en determinar que soporta cada cliente y así servir una página adecuada para dicho cliente.

La ayuda que se tiene es que con un *request* del navegador del teléfono se envía un *header* con un link a un documento XML (llamado User Agent profile) donde se detallan las características del teléfono y del navegador: Qué soporta, cuál es la resolución de pantalla, con qué tipo de teclado cuenta, etc.

Existen muchos navegadores para los teléfonos, algunos desarrollados por las empresas que los venden y otros de terceros. Como resulta lógico algunos tienen pequeñas, y otros, marcadas diferencias. Parte del arduo trabajo del diseñador Web para estos dispositivos es probar como se visualizan sus páginas en los teléfonos ya sea a través de emuladores o en los teléfonos reales.

### El dilema en el diseño Web

Ahora, un gran dilema tanto de los desarrolladores y que ataja el plan de acción de los ejecutivos surge debido a la heterogeneidad de las plataformas. ¿Nos lanzamos ahora al mercado y afrontamos altos costos de desarrollo y esfuerzo o

esperamos un plazo hasta que halla una mayor convergencia de las tecnologías? O sea, el punto es el siguiente: Las tecnologías tienden a converger. Después de un tiempo se afirman los estándares o sale victoriosa una aplicación que se vuelve estándar. Esta tendencia afecta principalmente al desarrollo Web y la variedad de navegadores y sus diferentes características y formatos soportados. Un ejemplo concreto es que la mayoría de los navegadores actuales cuenta con algo que llaman smart-fit por lo que la preocupación por el ancho de pantalla y las dimensiones pueden ser obviadas más que antes.

## **J2ME**

Las aplicaciones J2ME pueden ser más potentes que las páginas debido a que pueden utilizar distintos APIs<sup>18</sup> definidos en el estándar o propietarios específicos de un teléfono o una serie de teléfonos dada para acceder a funcionalidades que serian imposibles utilizarlas desde el navegador en la mayoría de los casos como por ejemplo envío de mensajes de texto, consulta a la agenda, uso del bluetooth, luces del teléfono, etc. Con las aplicaciones J2ME se puede conseguir una interactividad que a través de Web resulta casi imposible (a menos que el teléfono soporte AJAX)

Las aplicaciones probablemente sean más difíciles de desarrollar que las páginas pero pueden proporcionar al usuario una mejor experiencia en cuanto a la rapidez de respuesta de la aplicación. Un caso concreto es la aplicación en J2ME de gmail en comparación con su interfaz Web móvil. Ellos mismos promocionan la aplicación como más rápida y más intuitiva.

Las aplicaciones pueden ser descargadas e instaladas gracias a que J2ME define OTA Application Provisioning (Over The Air) que especifica como deben implementarse los clientes y qué se espera encontrar del lado servidor para poder bajar la aplicación e instalarla.

## **Android**

Android es una plataforma que provee una pila de software que va desde el sistema operativo hasta las capas superiores de aplicación. Es promovido por The Open Handset Alliance (un grupo de más de 30 compañías del ramo de tecnología y móviles). Android está bajo desarrollo. Es la primera plataforma completa abierta y libre para dispositivos móviles. Para saber más sobre el tema ir a <http://code.google.com/android>.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Application Program Interface

<sup>19</sup> Aporte de Raúl Gutierrez

## **Investigaciones en clase referente al tema**

En esta sección anexo investigaciones referentes a mi trabajo asignadas a otros alumnos de la materia de TAI 2. Hago una transcripción del documento que me entregaron con notas sobre algunos temas. (La mayoría se debe a la falta de referencias a las fuentes)

---

### **Redes Sociales – Nuevos servicios y avances** (Fabián Guanes Olmedo)



El famoso portal Yahoo! anunció un nuevo servicio que permitirá compartir fotografías, publicar su propio Blog, enviar mensajes instantáneos, búsqueda local, música, entre otros. Yahoo 360 será lanzado el 29 de marzo y durante su fase Beta, sólo se accederá por invitación.

Yahoo 360 pretende maximizar el uso y aprovechamiento de alguna de sus actuales herramientas. *Fotos* para álbumes fotográficos, *Música* y las novedades son la posibilidad de editar un Blog desde cualquier lugar, incluso desde un teléfono celular.

Una de las promesas de dicho sistema será la facilidad de incorporar a nuevos usuarios a partir de nuestra lista de contactos de nuestra cuenta de Yahoo! O del directorio del Outlook.

Otra herramienta interesante será la que permita reseñar o recomendar tanto películas como restaurantes.

*(Nota: Esta noticia fue obtenida de <http://www.alambre.info/2005/03/21/lanzan-nuevos-servicios-para-redes-sociales> y data del 21 de marzo de 2005. La falta de actualidad o vigencia del artículo no es responsabilidad del autor)*

### **Redes sociales para móviles**

El teléfono móvil se está posicionando como una herramienta complementaria de comunicación para las redes sociales online y los operadores de comunicaciones europeos empiezan a manifestar su interés por este nuevo nicho de mercado.

El reciente lanzamiento del servicio de Vodafone/MySpace, el anuncio de [Bebo Mobile](#) para Orange en el Reino Unido, KPN con [Hyves](#) o O2 con [Kwick!](#) y el incremento del número de redes sociales para móviles son síntomas del interés en integrar el móvil con las redes sociales online.

La telefonía móvil permite incrementar la capacidad y el atractivo de las redes sociales en áreas como:

- El hecho de estar permanentemente conectados permite a los usuarios acceder a las comunidades y recibir una notificación inmediata cuando sus afines están accesibles.
- La capacidad de crear y acceder a contenidos se incrementa al permitir a los usuarios compartir y aportar fotos y vídeos.
- La capacidad de determinar posición geográfica de una persona facilita a los miembros de la comunidad encontrarse y compartir intereses locales. Es el caso de [Loopt](#) o [Dodgeball](#) en los Estados Unidos.

*(Nota: extracto del artículo <http://www.rizomatica.net/index.php?tag=jupiterresearch>)*

### **La innovación en la lección magistral puede venir por la tecnología o por la metodología.**

- Desde el punto de vista tecnológico, la pizarra electrónica es la innovación que más me gusta, ya que permite funcionar como:
  - Una pizarra clásica.
  - Pantalla de ordenador “gigante”
  - Integración de las características de una pizarra clásica con un ordenador. Es en este punto donde se puede dar reinda suelta a los múltiples usos.
- Desde el punto de vista de la metodología, las redes sociales son las que más empuje tienen (actúan bajo el paradigma Web 2.0). Actualmente hay dos tipos de redes:
  - Las que centran la actividad de la red en compartir recursos (como por ejemplo el [wikimedia commons](#))
  - Las que se centran en establecer relaciones entre las personas (tipo [elgg](#)).

Para poder utilizar este tipo de redes en las clases magistrales, bastaría con una conexión a Internet en cada aula, un ordenador y un cañón de proyección (o una pizarra electrónica).

*(Nota: extracto del artículo <http://innovacioneducativa.wordpress.com/2007/02/22/redes-sociales-e-innovacion-en-las-clases-magistrales>)*

### **Yahoo Mash**

Y si Yahoo puso en marcha su segunda red social [Yahoo Mash](#) tratando de competir con MySpace y Facebook, según dicen Mash tiene un gran parecido a Facebook ya que abrirán una plataforma de desarrollo para que las empresas ofrezcan sus programas

*(Nota: extracto de <http://www.gbuzzi.com.ar/blog/index.php?s=myspace> de fecha 17 de octubre de 2007)*

**Empresas que actualmente ofrecen servicios de redes sociales** (Alain Loup)**Berggi:**

Con inversores Europeos y Estadounidenses lanzó su primer programa en 2006 con varias operadoras apoyándole (Orange, Movistar, Vodafone, etc.). Es un servicio que permite el uso de IM(Messenger, Yahoo, Gtalk, etc), email (Hotmail, Gmail, etc.), enviar y recibir **Mensajes de Texto** (esta última opción solo se puede emplear entre usuarios de Berggi) de una forma más barata, para ello, Berggi, frente a otros productos, descarga los mensajes hasta 4 Kbytes y después es el usuario el que decide descargárselo completo o no.

Además en algunos países, también de forma gratuita, dispone de: **Alertas** donde puedes seguir en directo la Formula1 y a tus equipos de fútbol favoritos...

**Canales de Información** de Deportes, Finanzas, Viajes.

**Jumbuck:**

Es una empresa australiana que autoproclamada la mayor proveedora de servicios de comunidades virtuales.

Jumbuck fue la primera compañía en lanzar Chat móvil en el 2001 y desde entonces es la mas grande proveedora de todo tipo de servicios de comunidad virtual trabajando con alrededor de 80 proveedoras de telefonía en todo el mundo. Soportando múltiples idiomas.

**Zingku:**

Creado en 2005 y recientemente adquirido por Google y todavía en estado beta, utiliza las capacidades estándar de SMS y MMS, donde uno puede comunicarse con sus amigos y los amigos de sus amigos. Su principal característica es lo que llaman "shameless commerce". Un usuario puede crear "volantes móviles" y luego publicar estos volantes o enviar por email a los clientes que opten por hacer pull de estos volantes. Y luego redireccionarlo a sus amigos que ellos piensen estaría interesados en el anuncio.

Cualquiera que quiera promover algún bien o servicio puede hacerlo de manera sencilla, rápida y barata.

### **Dodgeball:**

También recientemente adquirido por Google, es una red social con localización, con una base de todos los bares y clubes nocturnos de 21 ciudades en EEUU.

Uno va agregando amigos entre sus contactos y al entrar a un bar simplemente se envía un SMS a un número con el nombre del bar. El sistema avisa a todos los amigos la hora en que uno entro al bar y la dirección, además avisa a los que estén en el bar si es que ha llegado alguien dentro de la red.

El sistema está dividido en tres aspectos, amigos, amigos de los amigos, y un "crush list", avisando al usuario quienes se encuentran en el mismo bar.

Además ofrece sencillos servicios para enviar invitaciones, organizar salidas y fiestas y demás.

Dodgeball cayó en la mira de Google cuando junto con Absolut Vodka ofreció un servicio de publicidad. Los usuarios empezaron a recibir mensajes con la ubicación del puesto más cercano de Absolut al aire libre ("Absolut Outdoors").

### **AirG:**

Es un proveedor de red social móvil cuya central esta en Vancouver. Ha crecido muy rápido, para comienzos de 2007 poseía 10 millones de usuarios. A diferencia otras redes sociales, AirG esta basado exclusivamente en la red móvil y no posee contraparte online.

La interfaz está muy avanzada con la creación y búsqueda de perfiles con fotos, servicios de mensajes instantáneos (IM). Este servicio a ayudado a crear nichos de Redes Sociales interesantes en aquellos usuarios que no tienen mucho tiempo para sentarse frente a una computadora, como la comunidad en español llamada Conexión Latina .

Ha firmado contratos con 85 operadoras entre ellos Verizon, AT&T, Vodafone, China Mobile y Airtel. Ha crecido lo suficiente en usuarios como para hacer encuestas dirigidas a poblaciones. En una de sus encuestas de prueba logro encuestar a 30.000 personas en 90 minutos, 10 veces más rápido que la tasa media de clicks en publicidad online en Internet.

**Lista de redes sociales más importantes** (Guido Guimenez)

En [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites) se puede obtener una lista actualizada de las redes sociales más importantes con una corta descripción, enfoque, cantidad de usuarios y tipo de registro.

A la fecha la lista ordenada por índice alfabético es la siguiente:

Name ☒	Description/Focus ☒	Registered Users ☒	Registration ☒
<a href="#">43 Things</a>	Goal and Dreams; Tagging	1,007,433	Open
<a href="#">Advogato</a>	<a href="#">Free</a> and <a href="#">open source</a> software developers	11,000	Open
<a href="#">Amina - Chechen Republic Online</a>	<a href="#">Chechens</a>	3,500	Open
<a href="#">ANobii</a>	Books	Unknown	Open
<a href="#">aSmallWorld</a>	European <a href="#">jet set</a> and social elite	150,000	<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">Badoo</a>	European young adults	12,000,000	Open
<a href="#">Bebo</a>	General, Popular in UK, Ireland, New Zealand	40,000,000	Open
<a href="#">BlackPlanet</a>	African-Americans	16,000,000	Open
<a href="#">Blue Dot</a>	Link sharing	80,000	Open
<a href="#">Broadcaster.com</a>	Video sharing and webcam chat	26,000,000	Open
<a href="#">Buzznet</a>	Music and pop-culture	550,000	Open
<a href="#">Capazoo</a>	General (blogs, photos, music, videos)		Open
<a href="#">CarDomain</a>	Car enthusiasts	1,600,000	Open
<a href="#">Care2</a>	<a href="#">Green</a> living and social activism	7,744,297	Open
<a href="#">Classmates.com</a>	School, college, work and the military	40,000,000	Open
<a href="#">Consumating</a>	"Consumeetings"	21,000	Open
<a href="#">CouchSurfing</a>	Hospitality	281,000	Open
<a href="#">Cyworld</a>	Young South Koreans	21,200,000	Open
<a href="#">Dandelife</a>	Collective narratives or "shared biographies"		Open
<a href="#">Del.icio.us</a>	Link sharing. Owned by <a href="#">Yahoo!</a> .	Unknown	Open
<a href="#">Dodgeball</a>	Mobile location-based service. Owned by <a href="#">Google</a> .		Open
<a href="#">DontStayIn</a>	Clubbing (primarily UK)	333,000	Open
<a href="#">Doostang</a>	Careers	173,000	<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">eCRUSH</a>	Teens	4,400,000	Open
<a href="#">Experience Project</a>	Life experiences		Open
<a href="#">Facebook</a>	General. Popular in Canada, UK and USA.	73,500,000	Open
<a href="#">Faceparty</a>	British teens and young adults	5,900,000	Open to people 16 and older.
<a href="#">Flickr</a>	Photo sharing	4,000,000	Open ( <a href="#">Yahoo!</a> login)

<a href="#">Flirtomatic</a>	Flirting/Dating	265,000	Open to people 18 and older.
<a href="#">Flixster</a>	Movies	36,000,000	Open
<a href="#">Fotki</a>	Photo sharing	1,000,000	Open
<a href="#">Fotolog</a>	Photoblogging	12,695,007	Open
<a href="#">Friends Reunited</a>	School, college, work, sport and streets	19,000,000	Open
<a href="#">Friendster</a>	General	26,500,000	Open
<a href="#">Frühstückstreff</a>	General	11,600	Open
<a href="#">Gaia Online</a>	<a href="#">Anime</a> and games	9,300,000	Open
<a href="#">Gather</a>	Article, picture, and video sharing, as well as group discussions	360,000	Open
<a href="#">Geni.com</a>	Families, genealogy	750,000	Open
<a href="#">Grono.net</a>	Poland	1,350,000	<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">GuildCafe</a>	Online games		Open
<a href="#">hi5</a>	General	50,000,000	Open
<a href="#">Hospitality Club</a>	Hospitality	328,629	Open
<a href="#">Hyves</a>	<a href="#">Dutch</a>	3,266,581	Open
<a href="#">imeem</a>	Music, Video, Photos, Blogs	16,000,000	Open
<a href="#">IRC-Galleria</a>	Finland	400,000	Open
<a href="#">iWiW</a>	Hungary	2,600,000	<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">Jaiku</a>	General. Owned by <a href="#">Google</a> .		Open
<a href="#">Joga Bonito</a>	Football (soccer)		Open
<a href="#">Last.fm</a>	Music	15,000,000	Open
<a href="#">LibraryThing</a>	Book lovers	214,425	Open
<a href="#">LinkedIn</a>	Business	16,000,000	Open
<a href="#">LiveJournal</a>	Blogging	12,900,000	Open ( <a href="#">OpenID</a> )
<a href="#">LunarStorm</a>	Sweden	1,200,000	Open
<a href="#">MEETin</a>	General	72,000	Open
<a href="#">Meetup.com</a>	General	2,000,000	Open
<a href="#">MindViz</a>	Custom Profiles, Photo & Video Sharing, Music, etc...	145,000	Open
<a href="#">MiGente.com</a>	<a href="#">Latinos</a>	3,600,000	Open
<a href="#">Mixi</a>	Japan	9,830,000	<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">MOG</a>	Music		Open
<a href="#">Multiply</a>	"Real world" relationships	5,000,000	Open
<a href="#">MyChurch</a>	Christian Churches	70,306	Open
<a href="#">My Opera Community</a>	General (blogs, photo albums, forums, groups, etc.)	1,001,798	Open
<a href="#">MySpace</a>	General. Popular in the USA.	289,000,000	Open
<a href="#">myYearbook</a>	General	950,000	Open
<a href="#">Netlog</a>	Formerly known as Facebook.	28,000,000	Open
<a href="#">Nexopia</a>	Canada	1,158,531	Open
<a href="#">OkCupid</a>	Dating		Open to people 18 and older
<a href="#">orkut</a>	Owned by Google. Popular in	67,000,000	Open ( <a href="#">Google</a> login)



	Brazil and India.		
<a href="#">OUTeverywhere</a>	Gay		Open
<a href="#">Passado</a>	General	4,700,000	Open
<a href="#">Piczo</a>	Teenagers, Canadians, photo sharing	10,000,000	Open
<a href="#">Playahead</a>	Swedish teenagers	530,000	Open
<a href="#">Playtxt</a>	Mobile social network, location, worldwide	70,000	Open
<a href="#">Pownce</a>	Websites, files, and short updates		<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">ProfileHeaven</a>	British teens	100,000	Open
<a href="#">RateItAll</a>	General (consumer ratings)		Open
<a href="#">Reunion.com</a>	Locating friends and family, keeping in touch	28,000,000	Open
<a href="#">Ryze</a>	Business	250,000	Open
<a href="#">Searchles</a>	Social search and networking		Open
<a href="#">Sconex</a>	American high schools	500,000	Open
<a href="#">Sermo</a>	Physicians	20,000	Open only to registered <a href="#">D.O.s</a> and <a href="#">M.D.s</a> in the <a href="#">U.S.A.</a>
<a href="#">sexi</a>	Japan (sexual networking site)	60,000	<a href="#">Invite-only</a>
<a href="#">Shelfari</a>	Books		Open
<a href="#">Skyrock Blog</a>	France, Belgium, French Polynesia, Guadeloupe, Martinique, New Caledonia, Senegal	3,800,000	Open
<a href="#">Snooth</a>	Wine		Open
<a href="#">Soundpedia</a>	Music	3,500,000	Open
<a href="#">Sportsvite</a>	Recreational sports	18,000	Open
<a href="#">StudiVZ</a>	University students, mostly in the German-speaking countries	2,400,000	Open
<a href="#">Tagged.com</a>	General	30,000,000	Open
<a href="#">TagWorld</a>	General (tagging)	1,850,692	Open
<a href="#">TakingITGlobal</a>	Social action	145,000	Open
<a href="#">The Student Center</a>	Teens and colleges	800,000	Open
<a href="#">Threadless</a>	Custom <a href="#">T-shirts</a>	364,474	Open
<a href="#">TravBuddy.com</a>	Travel	760,000	Open
<a href="#">Travellerspoint</a>	Travel	105,000	Open
<a href="#">tribe.net</a>	General	602,876	Open
<a href="#">TuneDNA</a>	Music		Open
<a href="#">Twitter</a>	General		Open
<a href="#">Vox</a>	Blogging		Open
<a href="#">WAYN</a>	Travel and lifestyle	8,000,000	Open to people 18 and older
<a href="#">WebBiographies</a>	<a href="#">Genealogy</a> and <a href="#">biography</a>		Open
<a href="#">WeeWorld</a>	General (cartoons)	1,700,000	open
<a href="#">Windows Live Spaces</a>	Blogging (formerly MSN Spaces)	40,000,000	Open

<a href="#"><u>Woophy</u></a>	<a href="#"><u>travel</u></a> & <a href="#"><u>photography</u></a> , photo sharing website	23,000	Open
<a href="#"><u>Xanga</u></a>	Blogs and "metro" areas	40,000,000	Open
<a href="#"><u>XING</u></a>	Business	4,000,000	Open
<a href="#"><u>Yahoo! 360°</u></a>	Linked to Yahoo! IDs	4,700,000	Open to people 18 and older, ( <a href="#"><u>Yahoo!</u></a> login)
<a href="#"><u>Yahoo! Mash</u></a>	Yahoo's new <a href="#"><u>SNS</u></a> - Still in beta		<a href="#"><u>Invite-only</u></a> while in beta
<a href="#"><u>Zoomr</u></a>	Universal photo sharing		Open ( <a href="#"><u>OpenID</u></a> )

## **Características y Funcionalidades de las Redes Sociales en Internet**

(Héctor Gonzáles S)

La Red son las personas y lo que las personas hacen con ella. Las redes sociales basadas en Internet están contribuyendo a reformular el concepto y la eficacia de la Red.

Las funciones de las redes sociales online pueden resumirse en las 3Cs:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos),
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades) y
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos). .

Salvo en los casos de uso patológico, las comunidades online no sustituyen a las relaciones personales, pero potencian su alcance. A la vez, las comunidades online se fortalecen y desarrollan una fuerte identidad en la medida en que los miembros tienen ocasión de encontrarse en situaciones cara-a-cara.

*(Nota: extracto de <http://www.ecuaderno.com/2005/07/19/apuntes-sobre-redes-sociales>)*

Los **servicios Web 2.0**, (**ver explicación en apartado siguiente**) han acercado a Internet todas las características de usabilidad y diseño de las aplicaciones que tradicionalmente funcionaban sobre el sistema operativo del PC. Sin duda, esto ha supuesto una verdadera revolución que no ha hecho nada más que comenzar y que veremos desarrollarse a medida que estas nuevas tecnologías vayan siendo utilizadas de manera generalizada para implementar el resto de los servicios “tradicionales” de la red. Consecuencia de todo ello es la aparición del concepto **Webtop**, como el conjunto de aplicaciones que pueden utilizarse en red y que tradicionalmente han sido consideradas como de escritorio tal y como son los procesadores de texto, las hojas de cálculo, las herramientas para gestionar proyectos, etc.

Otra tendencia de gran relevancia es la **transformación que se está produciendo tanto en la manera en la que se crean los contenidos como en la forma en la que éstos se distribuyen y consumen** . El usuario comparte información, colabora en la creación de contenidos y de forma espontánea participa en la formación de comunidades virtuales en las que se trabaja en torno a información generada por ellos mismos. En el mundo anglosajón este fenómeno ha dado en **llamarse “Social Media”** . A lo largo de este artículo se hace un pequeño repaso de estas tendencias.

*(Nota: extracto de <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=3147>)*

En la actualidad se pueden encontrar más de un centenar de sitios web que pretenden formar redes sociales, con el fin de encontrar antiguos o nuevos amigos, hacer negocios, buscar trabajo o, directamente, ligar. Entre ellos destacan Friendster, Tribe, Rize o LinkedIn como ejemplos del gran impacto de las redes sociales en Internet, que han sufrido un nuevo impulso con la aparición de Orkut, respaldado por Google.

Una vez registrado, el usuario se centra en la tarea de ampliar su red social invitando a «amigos». Para ello, estos sitios web ofrecen una serie de aplicaciones, búsquedas filtradas, mensajes, foros, comunidades, chats, etc. Algunos están claramente dirigidos, como encontrar pareja o compañeros de estudios, o compartir música y fotos. Otros dejan en manos de los usuarios el propósito para formar parte de las redes: hacer amigos, buscar socios o dinero para negocios, encontrar trabajo, comprar o vender, buscar piso o lo que se les ocurra.

*(Nota: Extracto de [http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/informes/espana\\_2004/bloque2/capitulo1.pdf](http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/pdf/informes/espana_2004/bloque2/capitulo1.pdf))*

Por tanto, en el plano de la relación, los hay desde los que se mueven con el único interés de 'ligar', semejante a [match.com](http://www.match.com) o [meetic](http://www.meetic.com), hasta los que tratan de fomentar relaciones profesionales, como [eConozco](http://www.econozco.com); y en cuanto a las prestaciones, los que parten de la iniciativa del usuario ("tú eres mi amigo, tú no") y los más analíticos, como [Spoke](http://www.spoke.com), con software capaz de organizar por su cuenta los contactos del correo electrónico.

*(Nota: extracto de <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2004/07/19/106015.php?page=2> )*

Categoría	Aplicación	Funcionalidad	Dirección web
Compartición de recursos	You.Tube	Portal que facilita el almacenamiento de videos y permite que cualquiera pueda descargarlos.	<a href="http://www.youtube.com">http://www.youtube.com</a>
	Flickr	Portal para almacenar fotos, compartirlas con otros y clasificarlas gracias a etiquetas.	<a href="http://www.flickr.com/">http://www.flickr.com/</a>
	Del.icio.us	Portal que recientemente ha adquirido Yahoo que permite almacenar direcciones de páginas web.	<a href="http://del.icio.us">http://del.icio.us</a>
Agregadores	Digg	Portal que agrega noticias así como entradas de Blogs de todo Internet.	<a href="http://www.digg.com">http://www.digg.com</a>
	Newsvine	Portal que agrega entradas de Blogs y noticias y por lo tanto mezcla fuentes "tradicionales" con contenidos generados por los usuarios.	<a href="http://www.newsvine.com">http://www.newsvine.com</a>
Redes de Radio y Música	Last.fm	Servicio que sigue todas las melodias que el usuario escucha en su PC y comparte su playlist.	<a href="http://www.last.fm/">http://www.last.fm/</a>
	Webjay	Portal que recientemente ha adquirido Yahoo que facilita tanto el acceso como la publicación de listas de reproducción de música.	<a href="http://webjay.org">http://webjay.org</a>
Redes Sociales	Myspace	Red social que facilita a los usuarios la publicación de contenidos en la red, ya sea a través de la creación de un Blog, la carga de ficheros, etc.	<a href="http://www.myspace.com/">http://www.myspace.com/</a>
	Second life	Presenta un mundo online en 3D que puede ser explorado, construido, socializado, etc. y que tiene cierto carácter lúdico.	<a href="http://secondlife.com">http://secondlife.com</a>
	Tagworld	Red social, que tiene facilidades para crear Blogs, compartir fotos, videos, música, etc. así como una gran variedad de vías de interacción.	<a href="http://tagworld.com">http://tagworld.com</a>
	VisiblePath	Red social orientada a entornos corporativos, sobre todo a la prospección de oportunidades de venta y a complementar las tareas de gestión de relaciones con clientes y partners.	<a href="http://www.visiblepath.com">http://www.visiblepath.com</a>
	LinkedIn	Facilita el contacto con posibles candidatos para un proceso de selección, o para intentar encontrar personas que faciliten la entrada en un cliente.	<a href="https://www.linkedin.com">https://www.linkedin.com</a>
Wiki	Wikipedia	Enciclopedia libre multilingüe basada en la tecnología wiki que se escribe de forma colaborativa por voluntarios.	<a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Portada">http://es.wikipedia.org/wiki/Portada</a>

(Nota: <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=3147>)

Por último, la crítica más extendida afecta a cómo estos servicios recopilan información personal y como la utiliza. Se exige un montón de datos que quedan en manos extrañas y, en muchos casos, se debe aceptar unas condiciones que dejan al usuario totalmente expuesto e indefenso.

El movimiento de resistencia contra el 'acoso' de las redes sociales tiene su máxima y satírica expresión en Introverster, un sitio dedicado a formar una comunidad antisocial que ayuda a no hacer amigos y evita "que nadie te moleste cuando estás conectado".

Las herramientas que proporcionan en general las redes sociales en Internet son:

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