

**Universidad Católica “Nuestra
Señora de la Asunción”**

Facultad de Ciencias y Tecnología

Ingeniería Informática

**Teoría y Aplicación de la
Informática 2**

Redes Sociales

Alumno: Eduardo Molinas

Email: edu.molinas@gmail.com

Matricula: 52320

Profesor: Ing. Juan E. de Urraza

2010

Introducción

La Web 2.0 trajo a la Internet un nuevo paradigma sobre cuál era la estructura que se debía tener en cuenta para iniciar un proyecto de site que una personas y sea visitado. Estos sitios han crecido exponencialmente en éstos últimos años y cada uno tiene su nicho en particular, por ejemplo en Latinoamérica la red social de mayor impacto es Orkut (en Brasil) y Hi5 (en el resto de países), en Africa hay presencia de redes sociales pero en una minoría respecto del total de su población donde destaca Facebook, en Asia y el Pacífico lidera Friendster seguido de Cyworld, en Europa Bebo y en América del Norte (donde se concentra un 1/4 del total de la población mundial de redes sociales) figuran MySpace (en Estados Unidos) seguido de Facebook (en Canadá).

Las redes sociales son justamente eso “redes”, por lo cual el fenómeno de viralidad que se genera luego que un usuario invita a sus amigos a formar parte de su comunidad se repite de manera continua abarcando un número mayor de usuarios que se conectan con otros subiendo sus fotos y brindando información sobre ellos que luego exponen en estos sitios y que a la larga puede suponer un riesgo que puede llevar a violar nuestra privacidad.

Las redes sociales han irrumpido en la vida de millones de personas sin importar su edad, sexo, condición social, religión o preferencia política. La realidad de su existencia invita a recordar su breve pero ya incidente historia, así como a valorar y conocer las oportunidades que ofrecen, sin perder de vista los retos éticos y morales que presentan.

Historia

Los orígenes históricos de las redes sociales se remontan a 1994-1995 cuando algunos sitios de Internet fueron añadiendo, con las capacidades técnicas de entonces y en ámbitos más bien restringidos, la oportunidad de agregar comentarios en foros, mensajería instantánea y, eventualmente, listas de amigos.

En 1997, SixDegrees.com fue la primera red social. Permitía no sólo crear perfiles sino también listas de amigos y, al año siguiente, también navegar por las listas de los amigos.

De 1997 a 2001, la evolución tecnológica facilitó nuevas herramientas que permitieron que webs como la del LiveJournal o la sueca LunaStorm estuviesen a la vanguardia e hiciesen sentir involucrados a sus usuarios. El batacazo final lo dio Ryze.com cuando en 2001 impulsó las redes empresariales en Internet. Un año más tarde nacía Friendster, un portal para concertar citas on-line que gozó de un éxito que también fue su ruina (las dificultades técnicas no pudieron hacer frente a la alta demanda de servicios).

Aprovechando la agonía de Friendster, Tom Anderson echó a andar en 2003 un proyecto al que apenas si se le dio cobertura en sus inicios. Lo tituló MySpace. Meses más tarde, en 2004, Mark Zuckerber lanzaría el proyecto Facebook.

El fenómeno Facebook dio pie al desarrollo, consolidación, masificación y proliferación de numerosas redes sociales en los meses y años subsiguientes, Orkut se convirtió en la primera en Brasil y en un proyecto exitoso en la India; Mixi se expandió por todo Japón; LunaStorm consolidó su primacía en Escandinavia; Holanda abrazó Hyves y Gronó se hizo con Polonia; Hi5 conoció el éxito en Latinoamérica y algunos países europeos; Bebo amplió su poder en Gran Bretaña, Nueva Zelanda y Australia; QQ se masificó en China y, más recientemente, Tuenti conquistó España. Actualmente, casi todas las operadoras de telefonía móvil permiten conectarse a redes sociales, por no hablar de los últimos modelos de cámaras digitales de imágenes y video, de los registradores digitales de sonido, etc.

Todo este breve repaso histórico por los momentos y nombres que han hecho evolucionar la técnica que facilitó el rápido desarrollo de las redes sociales, y de Internet en general, da pie a una consideración más de fondo: la necesidad a la que han respondido estas plataformas.

La popularidad de las redes sociales “responde al deseo fundamental de las personas de entrar en relación unas con otras. Es un anhelo de comunicación y amistad que tiene su raíz en nuestra propia naturaleza humana y no puede comprenderse adecuadamente sólo como una respuesta a las innovaciones tecnológicas”. En este sentido, el deseo de contactar y el instinto de comunicación son, en definitiva, modernas manifestaciones de esa tendencia intrínseca de todos los seres humanos a ir más allá de sí mismos.

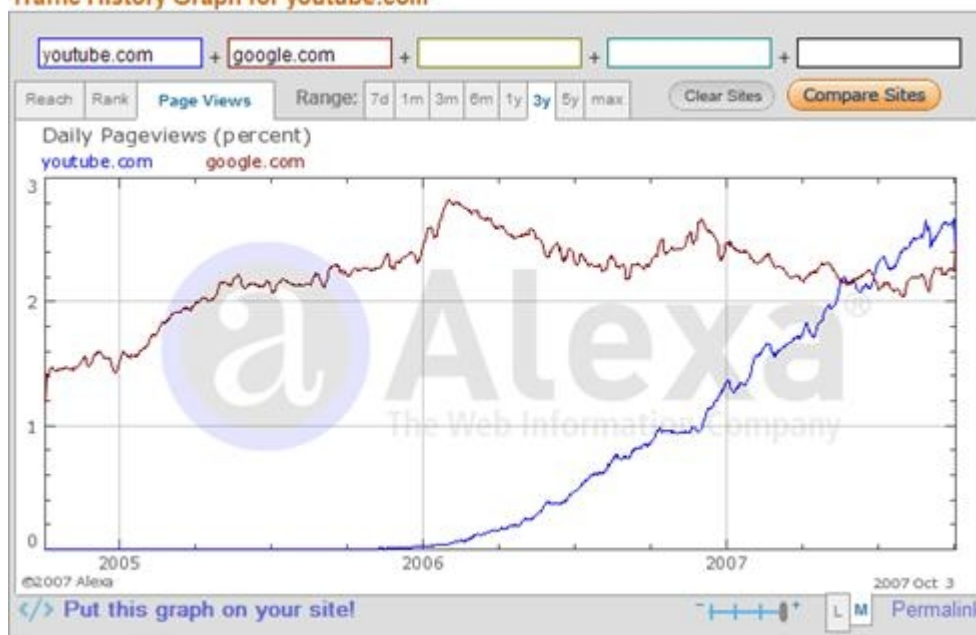
En este contexto, las redes sociales serían, por así decir, los cauces dispuestos por el avance informático-tecnológico al servicio de la intercomunicación humana.

Redes Sociales y su filosofía

La filosofía de las redes sociales se basa en el principio de comunidad abierta y no jerarquizada, que vincula a los usuarios mediante un tema o actividad común y una plataforma web (software social) que permite a los usuarios operar de manera sencilla e intuitiva en lo que se conoce como ámbito de las “3Cs” (content, construction and collaboration):

Contenidos libres de derechos de autoría y generados gracias al trabajo individual (blogs, posts en los foros) o colaborativo (wikis, multiblogs) de los miembros de la red. La variedad y riqueza de contenidos, constituye un elemento clave a la hora de valorar la actividad y relevancia de una red social. De hecho, solo consiguen sacar cabeza sobre el ruido de fondo de Internet aquellos proyectos cuya tasa de producción y actualización de contenidos es lo suficientemente alta como para garantizar una afluencia continua de visitantes y nuevos miembros. A partir de cierto umbral, el proyecto entra en un bucle de retroalimentación de crecimiento virtualmente ilimitado: Existe un principio según el cual, si los contenidos consiguen crecer en proporción aritmética, el número de visitas lo hará en proporción geométrica. YouTube es un ejemplo de libro:

Traffic History Graph for youtube.com



El gráfico superior muestra el imparable crecimiento en porcentaje de visitas de YouTube sobre el total de Internet. Si ya de por sí resulta sorprendente que un sólo proyecto web acapare casi el 3% de las visitas a nivel mundial, más sorprendente –y desconcertante– aún es el hecho de que, pese a su corta existencia, hacia mediados de 2007, llegue incluso a superar al omnipresente buscador de Google.

Construcción

El propósito principal de las redes on-line es construir una trama consistente de intereses, usuarios y productos. Para ello el sitio deberá ofrecer un conjunto de herramientas y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad y sean a la vez potentes e intuitivos. Los más comunes son: Editores de texto, gestores de usuarios y enlaces, sistemas de carga y descarga de ficheros, dispositivos de mensajería, tabloneros de anuncios, foros, utilidades para la sindicación y votación de contenidos, aplicaciones de trabajo en línea, etc.

Colaboración

La web social, es básicamente, un instrumento de colaboración multiusuario. Los elementos de interactividad toman como referente el producto multimedia publicado en cualquier plataforma que permita comentar, modificar, valorar, descargar o vincular una nube ubicua de objetos con posición permanente en la red. Los instrumentos de interactividad son tremendamente sencillos y transparentes, facilitando que los internautas actúen de manera personalizada sobre aquellos contenidos que centran su interés. Un estudio publicado por la consultora Forrester (2006) representa en forma de escala de interactividad los diferentes niveles de participación de la “infosfera” social:

Muchas de las redes sociales que tuvieron éxito se iniciaron sencillamente porque sus creadores tenían la filosofía de que un mundo más abierto es difícilmente algo malo. Por ejemplo, Mark Zuckerberg CEO y creador de Facebook, insiste en que él buscaba principalmente abrir nuevos caminos: nuevos contactos profesionales, nuevas amistades, la posibilidad de coordinar y organizar eventos de una manera fácil y práctica.

Y es esta filosofía de “apertura” una de las claves del éxito de las redes sociales, sencillamente porque ellas nos permiten hacer de información relevante abierta y disponible para todos los contactos de nuestra “red”.

Otro punto clave de las redes sociales es la posibilidad de fomentar el debate. A diferencia de un artículo de noticias, un post de blog debe ser corto, motivante y conciso: cosas que inducen al comentario y el análisis por parte de los demás. Los updates de Twitter son incluso más restrictivos en términos de

cómo uno puede expresarse, lo que resulta en que surjan nuevas formas de comunicación más interactivas entre el “emisor” y los que “reciben” el mensaje.

También, otro aspecto de la filosofía de las redes sociales se resume en ser transparente, poner a las personas en el centro de todo, adaptarse a sus necesidades y comunicarse con ellas de la misma forma que ellas lo hacen con su entorno y a través de los canales que a ellas les resulte más cómodo. Esto requiere una dedicación importante. Muchas empresas, por ejemplo, están incorporando la figura de un profesional para gestionar esto, es el conocido como Community Manager.

Además existen comportamientos curiosos en las redes sociales. Por ejemplo, en ellas es muy difícil vender directamente, ya que los usuarios buscan información y entretenimiento. Por ello, una empresa debe ofrecer contenido y acciones de interés para sus usuarios y desarrollar un nuevo marketing de ventas adaptado al medio.

Razones para el éxito de una red social

Naturaleza Viral

El ritmo de crecimiento de las redes sociales es muy alto. Cuando invito a una persona y ella ve mi red, casi inmediatamente incorporará al grupo a sus propios contactos y así sucesivamente, por lo tanto, con mucha rapidez, mis posibilidades de establecer contactos y alianzas serán muy altas.

Identidad Online

Cada vez es menos necesaria una página web y, al lado de los blogs o bitácoras, las comunidades online son una puerta franca para tener presencia en Internet.

Conocimiento Expandido

Estoy de acuerdo con el autor de que esta es uno de los aspectos más poderosos de las redes sociales online y es uno de los puntos que han puesto más en relevancia los blogs. El compartir las ideas conduce invariablemente a la construcción del conocimiento

Necesidad Humana de compartir

En un mundo en el que el ritmo de vida y la inseguridad en las calles nos ha llevado a tener familias cada vez más nucleares, internet ha servido como una herramienta privilegiada para la creación y mantenimiento de relaciones

sociales, y para el intercambio de conocimiento. Louis resalta el hecho de que se ha puesto de manifiesto la gran necesidad que tienen los seres humanos de comunicar sus pensamientos y compartir lo que saben. De alguna manera responde al costado altruista de los individuos.

Necesidad básica humana de conectarnos

Naturalmente interrelacionado con lo anterior, Louis nos recuerda que los seres humanos somos seres sociales por naturaleza y que tendemos a relacionarnos con aquellos que son más iguales a nosotros y las redes han sido perfectas para esto.

Razones para el fracaso de una red social

Problemas de privacidad

Se refiere a la preocupación, sobre todo en ciertos grupos acerca de qué van a hacer los administradores del grupo con los datos de registro. Esta preocupación aumenta a medida que lo hace la edad de los participantes. Por razones obvias, los jóvenes tienden a preocuparse menos por la privacidad que los mayores.

Ausencia de un sistema real de premios y castigos

Se refiere a los sistemas de motivación para que las personas compartan sus contactos y el castigo por abusar de la conexión. Esto último se refiere, por ejemplo, a aquellas personas que insisten en enviar invitaciones que han sido rechazadas.

Sin granularidad

Alude al contexto de conocimiento que brindan las redes virtuales. En un mismo grado de relación, el acercamiento, empatía, conocimiento de la relación es distinto y, hasta ahora, esa discriminación no se pone de manifiesto en las redes. Mis contactos de primer grado lo serán en la misma medida independientemente de que allí esté mi colega con quien trabajo cotidianamente y una compañera de la universidad a quien no veo desde hace cinco años, por ejemplo. En este sentido, Louis habla de relevancia situacional, lo cual me parece un excelente concepto.

Ninguna integración con otras aplicaciones

Se refiere a la integración de las redes con otros sistemas de intercambio como el Messenger, por ejemplo.

Jardines Vallados (falta de interoperabilidad con otras)

Es un punto algo más complejo ya que alude a la interrelación entre comunidades para el enriquecimiento de las relaciones y redes.

Utilidades de las Redes Sociales

- **Redes sociales en educación**

En el ámbito educativo la capacidad para mantener en contacto un grupo numeroso de personas es la primera característica de la cual podemos aprovecharnos. Cuando el profesor no actúa solo en el uso de tecnologías a través de Internet, ya que otros profesores también lo hacen, o aun estando solo, dispone de un elevado número de alumnos (por ejemplo, más de 150), la dispersión en las fuentes de información de profesores y alumnos puede dificultar la eficacia de la tarea educativa, ya que ambos colectivos se ven obligados a visitar un gran número de recursos (blogs, wikis, etc.) que son independientes entre sí. Realmente este fue uno de los escollos importantes que apunté al uso de blogs en uno de mis primeros artículos titulado Edublogs, ¿un medio poco apropiado? Allí alertaba sobre el caos que podía producirse si se utilizaba el blog como medio generalizado en la enseñanza, debido a la multiplicidad de asignaturas, profesores y alumnos que conviven juntos en un mismo centro educativo.

Las redes sociales, muy especialmente algunas como Ning o Elgg, permiten una gestión muy eficiente cuando hay implicado un gran número de alumnos y profesores. Es más, cuanto mayor sea el número de miembros de una red social, mayor será su productividad. Una red social con 500 miembros será mucho más efectiva que una con 100. Creo que por debajo de 100 alumnos las redes sociales pierden su eficacia y no merece la pena su utilización.

El atractivo de las relaciones sociales

El entorno y las condiciones de trabajo condicionan totalmente el rendimiento en el mismo. Las redes sociales tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación por parte del que las usa. Por este motivo, cuanto mayor sea el número de los participantes más atracción genera en los alumnos al poder estar en contacto directo con sus profesores, sus amigos y compañeros de otros cursos a los que quizás conozcan de vista pero con los que no ha hablado nunca. Esto permite crear un ambiente de trabajo favorable que es uno de los motivos directos del éxito de las redes sociales.

Las redes sociales tienen el innegable valor de acercar el aprendizaje informal y el formal. Ya que permiten al alumno expresarse por sí mismo, entablar relaciones con otros, así como atender a las exigencias propias de su educación.

Algo que adquiere especial relevancia entre los adolescentes. Que los otros me conozcan a través de lo que yo hago y yo a ellos por lo que hacen. Pero dejar libertad a los alumnos para que establezcan sus relaciones a través de nuestra red implica también enseñarles a conocer dónde están sus límites y a respetar al centro educativo, el colectivo de profesores y a los propios compañeros. La red social es un medio excelente para aprender este tipo de cosas y aunque sólo fuese por esto ya merecería la pena su uso.

Mejoras en la comunicación

Disponer en un sólo espacio 100 ó 200 de los propios alumnos, junto a otros a los que ni siquiera conocemos, lejos de ser algo caótico o un impedimento se convierte en una auténtica ventaja. Los buscadores de las redes permiten localizar una persona o un colectivo en escasos segundos, igualmente los grupos internos de la red pueden agrupar a toda una clase en un único espacio. La comunicación directa con el alumno se transforma en algo muy sencillo, bien de forma pública a través de su "muro" (mensajes que podemos dejar en su página personal), mediante mensajes privados de correo electrónico interno o mediante mensajes enviados a todos los miembros de un grupo. Lo mismo se aplica a los alumnos, ya que pueden contactar con cualquiera de sus profesores y compañeros de forma directa. Así pues, la red social tiene un efecto directo en la mejora de la comunicación personal alumno-profesor.

Grupos de trabajo

La posibilidad de crear tantos grupos de alumnos como se desee facilita la coordinación, el contacto entre unos y otros, la colaboración, el compartir materiales y la creación de productos digitales. Tanto alumnos como profesores pueden crear grupos que pueden ser abiertos a todos o cerrados, a estos últimos se accede por invitación. El sistema para pertenecer al grupo así como la moderación en la creación de los grupos es configurable según las necesidades del momento.

Objetos de la red social

Por objetos entendemos los productos digitales que se pueden generar mediante la red social. Los usuarios de la red social disponen de mecanismos para crear sus propios objetos. Estos suelen ser en forma de texto puro (mensajes, comentarios a otros objetos, foros de discusión, etc), imágenes, sonidos, blogs, objetos incrustados (documentos, presentaciones, etc.), archivos adjuntos, etc.

Aunque los productos digitales de la propia red son limitados, la capacidad de incrustar objetos externos hace que en la práctica su versatilidad sea muy elevada. Cuando se plantea utilizar la red social para determinadas actividades es posible que haya que utilizar servicios externos que pueden ser

referenciados a través de la red, quedando ésta como centro de encuentro, coordinación y referencia exterior.

No sólo para los alumnos

Me he centrado en los alumnos, pero las redes sociales pueden tener una innegable utilidad entre los propios profesores (creando su red aparte) para trabajar entre los Departamentos, profesores de una misma asignatura en un nivel determinado, para emitir información por parte de la Dirección del centro, coordinación etc. Lo que sin lugar a dudas puede facilitar las comunicaciones internas así como la eficacia en la coordinación, el trabajo entre profesores y los lazos de unión entre ellos.

Hacer una red social para padres puede ser un medio muy eficaz de entrar en contacto con ellos. Además de que, muy probablemente, aumente la implicación de los padres para con la educación de sus hijos.

• Sirven para encontrar trabajo

Redes 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 redes sociales profesionales.

A grandes rasgos, los usuarios colocan sus currículos en estos sitios, pero también definen lo que pueden aportar laboralmente, sus puntos fuertes

¿En qué consisten? Los usuarios colocan sus currículos en estos sitios, pero también definen lo que pueden aportar laboralmente, sus puntos fuertes, además de lo que desean encontrar en la red social en cuestión: nuevas colaboraciones, nuevos trabajos, ampliar conocimientos, etc.

Fundamentalmente tienen dos usos prácticos

Las personas que quieren cambiar de empleo y los empresarios que desean fichar a algún trabajador o buscar clientes y aliados.

Respecto al primer uso los trabajadores pueden mandar un mensaje por si alguien de su red de contactos necesita en ese momento a una persona con su perfil.

Esta posibilidad se ve favorecida porque "las empresas promocionan que sus empleados recomienden gente, ya que estas incorporaciones suelen dar menos problemas"

• **Redes sociales y publicidad**

La más grande ventaja que tiene el mundo del “social media” es que su registro y uso son gratuitos. Punto a favor de cualquier empresa, pero en particular para todas aquellas micro empresas que no tienen recursos para invertir o que han sido afectadas por la crisis económica mundial. Todas las redes sociales te permiten publicar contenido casi de manera ilimitada sin ningún costo, así que ya no hay pretexto para no tener presencia en Internet pues los servicios son gratuitos.

Y si en verdad quieres tener una mayor presencia, también puedes utilizar los propios sistemas de publicidad en redes sociales dentro de YouTube, Myspace o FaceBook.

Monitorea tú Marca (o la de la competencia)

El estar “conectado” a las redes sociales, permite a una empresa escuchar de viva voz lo que los consumidores opinan al respecto de una empresa, un producto, un servicio, una marca o hasta de una persona. Unos simples ejemplos.

- * La marca British Petroleum está por los suelos debido al desastre ecológico por el derrame de petróleo en el golfo de México.
- * El iPhone es el producto más nombrado en Twitter.
- * Shakira es la latina más popular en las redes sociales
- * La cantante Anahí es la mexicana con más seguidores en Twitter.
- * Google es la marca con mejor reputación del mundo.

Qué mejor “feedback” para una empresa u organización que enterarse directamente de las carencias o ventajas de “eso” que está en boca de los consumidores.

Posicionamiento y reconocimiento de tu marca

Una marca sin reputación, o peor aún, una marca con reputación negativa en la red afecta enormemente su imagen, la publicidad de boca en boca, que hoy llamaríamos publicidad de usuario en usuario es algo que rige en los medios digitales, así que empieza a dar de que hablar pero de manera positiva antes de que alguien más lo haga por ti de alguna forma que no te agrade.

Utilizar el marketing en redes sociales te permitirá llevar tu marca y presencia a más consumidores potenciales sin importar si es de manera local, nacional o mundial. El simple hecho de tener presencia en Internet de manera gratuita es sin duda una ventaja inigualable y más si poco a poco los consumidores van reconociendo el valor de tu marca, imagen o productos.

Otro factor que es importante es que las personas suelen seguir rumores o repetir cosas erróneas acerca de los productos o servicios cuando no los conocen o porque no saben utilizarlos. Este es un excelente canal para corregir esta información errónea, falsa o negativa al proporcionar directamente al consumidor soluciones o información correcta, valiosa o útil y borrar la mala imagen que tenían en mente acerca de tus productos.

Consigue más clientes a través de los círculos sociales de los usuarios interconectados

Recuerda que estamos hablando de redes en donde millones de usuarios están interconectados y siguen la información o a los usuarios que ven al recorrer los contenidos de estas redes sociales a diario, y si Tú estás en su camino y encuentran algo que les interese como: un producto, servicio o información, seguramente se detendrán, te seguirán, te verán como una fuente valiosa de información, te tomarán en cuenta para realizar compras cuando tengan la necesidad de tus servicios o productos o también podrían recomendarte a sus amigos cuando tus servicios o productos sean tema de su conversación. Las redes sociales forman un círculo interminable de usuarios, aprovéchalas para dar a conocer tu marca, producto o servicio.

Tu perfil corporativo es la mejor carta de presentación para hacer negocios

El perfil de tu empresa en las redes sociales es como tú “Business Card”, así que debes crear tu mejor imagen para que atrapes la atención de los usuarios. Aunado a esto, el perfil de tu empresa en las redes sociales debe estar asociado a tu imagen corporativa para que tengas una homogeneidad en tu imagen. Tu logo, colores y diseños deberán ser iguales que en la publicidad offline.

Ahora bien, la información contenida en tu perfil es otro aspecto importante, recordemos nuevamente que hablamos de redes sociales en donde las personas se comunican y expresan sus opiniones como en la vida cotidiana. Un perfil que no contenga información relevante, fresca, útil o trascendente es una imagen negativa que te va a perjudicar, pues los usuarios se dan cuenta muy fácilmente quien es activo, líder o un flojo.

Posicionamiento web en los buscadores

Debido a que todas las redes sociales gozan de gran popularidad, preferencia y una altísima relevancia por parte de los buscadores de Internet, es mucho más fácil posicionarte en Internet a través de tu perfil corporativo en las redes sociales que utilizando una página web común y corriente. Utiliza el nombre de tu empresa o palabras clave asociadas a tu mercado meta y colócalas en tu perfil para ayudarte a tener un mejor posicionamiento web y generar más tráfico hacia tus perfiles y de allí hacia tu página web. Es importante saber que todas tus actualizaciones de información en Twitter, FaceBook o MySpace

aparecen al instante en los resultados de Google en donde miles de usuarios te “verán” en sus búsquedas, y nuevamente sin ningún costo que desembolsar.

Las redes sociales como un canal adecuado de atención y servicio al cliente.

Cuántas veces no hemos tenido la necesidad de buscar información acerca de un producto o servicio y no la encontramos, o cuántas veces hemos buscado un centro de servicio para hacer válida nuestra garantía de algún producto y tampoco lo encontramos,

solo nos queda llamar a la empresa en donde muchas veces nos dejan colgados o no pueden darnos una solución.

- **Ventajas de la publicidad en Redes Sociales**

La publicidad puede ser segmentada a niveles muy altos

Utilizas las redes sociales más grandes del planeta.

Los costos basados en pago por clic te permiten asignar un presupuesto que no lastime tu economía

Puedes promocionar tu página web, un video, o tu canal en YouTube.

- **Desventajas de la publicidad en Redes Sociales**

Estas redes sociales son dominadas por gente relativamente joven, por lo que si quisieras llegar por ejemplo a ejecutivos de alto nivel o ciertas empresas, no son los medios adecuados para tu estrategia.

En la publicidad de pago por clic, los motores de búsqueda tienen una penetración que va del 10% al 15%, es decir, de cada 100 usuarios, solo el 10 ó 15 hacen clic sobre los anuncios, en las redes sociales, el porcentaje debe andar sobre los mismos porcentajes o un poco más alto.

Impacto Social

- **Uso de las redes sociales en diferentes generaciones**

Un reciente estudio de Anderson Analytics en Estados Unidos, muestra cómo las diferentes generaciones están utilizando los sitios de redes sociales como Facebook, MySpace, Twitter y LinkedIn.

Según las cifras las principales razones para unirse a una red social a través de todas las generaciones (X, Y, Z, Baby Boomers, WWII) van a “mantener el contacto con los amigos” y solo “por diversión”. Pero también como era de esperarse los usuarios mayores usan principalmente las redes sociales para mantenerse en contacto con la familia.

Los usuarios de la Generación Z (13 a 14 años) o también llamada Generación I (Internet) usan ligeramente más Myspace (65%) que Facebook (61%), 9% de este grupo usa Twitter y nadie utiliza LinkedIn. De acuerdo con Wikipedia esta generación desde muy pequeña ha estado conectada con tecnologías como DVDs, Internet, SMS, comunicación por teléfono celular, reproductores de MP3 y YouTube, como consecuencia se denomina a los integrantes de esta generación como “nativos digitales”.

De la Generación Y (15 a 29 años) un 75% usa Myspace mientras que Facebook un 65%, 14% usa Twitter y un 9% utiliza LinkedIn.

Los Baby Boomers (explosión de natalidad, período posterior a la Segunda Guerra Mundial) y la Generación X (30 a 44 años) se conectan a LinkedIn más que el resto de las generaciones.

Nueve de cada 10 usuarios de mayor edad en las redes sociales, que Anderson Analytics llama “la Generación de la Segunda Guerra Mundial” (WWII) utiliza Facebook y el 17% twittea.

De todos los porcentajes de cada generación lo más importante fue mantenerse en contacto con amigos, divertirse, mantenerse en contacto con la familia, o simplemente habían sido invitados por alguien que conocían. Los usuarios más jóvenes son más susceptibles de estar interesados en la diversión y amigos, mientras que el contacto con sus familiares es un recurso de las redes sociales para los usuarios mayores. De aquí también podemos concluir que Facebook se está convirtiendo en una red popular, teniendo en cuenta el uso de todas las generaciones.

Facebook se hace cine en plena moda de las redes sociales

Facebook llega este otoño a la gran pantalla con dos películas pendientes de estreno con una diferencia de sólo semanas en un momento en el que las redes sociales se encuentran en su pico de popularidad.

El documental independiente "Catfish" y la ostentosa película de Hollywood "The Social Network" no podrían ser más diferentes. Pero ambas podrían ser fácilmente las dos caras de la misma moneda.

"Nos encontramos en un punto en el que ha llegado la hora de reflexionar al respecto", dijo el realizador de "Catfish" Ariel Schulman.

"'The Social Network' nos muestra cómo llegamos aquí. 'Catfish' nos muestra dónde estamos".

Facebook es la red social más popular en el mundo con 500 millones de usuarios activos. Sites como MySpace, la web de microblogs Twitter, y Tumblr también están favoreciendo y creando un intrincado mundo online en el que todo, desde las páginas de citas a las comunidades de videojuegos, cuenta con usuarios que ponen sus vidas personales a exposición pública.

Como ilustra "Catfish", no todo el mundo en estos sites es quien dice ser.

"Catfish", sigue a Nev Schulman, un fotógrafo que se enamora de una chica en Facebook. Con el tiempo, su romance florece y empiezan a enviarse mensajes de texto y a hablar por teléfono.

Cuando Nev, su hermano Ariel y su amigo Henry descubren algunas sorprendentes revelaciones, inician un viaje en carretera para conocer a la chica en persona.

"The Social Network" se estrena el 1 de octubre, con un pedigrí que incluye al director nominado al Oscar David Fincher y con un guión del ganador de cuatro Emmy Aaron Sorkin.

La película está basada en el libro de Ben Mezrich "The Accidental Billionaires: The Founding of Facebook, A Tale of Sex, Money, Genius, and Betrayal". El consejero delegado, Mark Zuckerberg, de 26 años, es interpretado por Jesse Eisenberg.

"Es interesante que estas dos películas salgan al mismo tiempo", dijo Schulman, que dirigió "Catfish" con Henry Joost.

"Llevamos sin embargo muchos años en el fenómeno de las redes sociales y creo que ha alcanzado un punto clave", declaró.

Schulman, junto con Joost, rodó el romance en la vida real de su hermano Nev en 2008 y el viaje en carretera para visitar a la chica de sus sueños. Cree que ahora hay una especie de "subconsciente colectivo" alrededor de Facebook.

Schulman compara las redes sociales con una "colección de avatares" donde los usuarios ofrecen "versiones ideales de ellos mismos" para que los otros las vean.

"Cada uno de nosotros desempeña el papel de nuestro publicista personal de esa manera", subrayó, advirtiendo que precisamente por eso, "no puedes ir a Internet ingenuamente".

"Tienes que protegerte", dijo Schulman. "Todo el mundo tiene intenciones diferentes".

Irónicamente para un actor que interpreta al hombre a cargo de Facebook en "Social Network", el propio Eisenberg no es un usuario de Facebook, ni planea serlo.

"Si estás en un entorno público como estamos (los actores), llegas a valorar realmente tu privacidad", declaró.

Sin embargo, Eisenberg subrayó inmediatamente que "el peligro no es el medio, es la gente que utiliza el medio" y que esa es la razón por la que ha decidido quedarse al margen.

Redes sociales, dispositivos móviles y Mac, principales objetivos del malware

De acuerdo con un estudio realizado por Symantec, el auge de la web 2.0, las redes sociales y de sistemas como Mac, así como el aumento del número de dispositivos móviles, incrementará el deseo de los hackers por vulnerar su seguridad para afectar así a más usuarios.

Es lógico. Cuanto mayor popularidad adquiera un sistema o dispositivo y mayor número de usuarios lo utilicen, más atractivo tendrá para los hackers y su intención de vulnerar su seguridad.

Eso es precisamente lo que pasará con las redes sociales, los dispositivos móviles e, incluso, con sistemas operativos como Windows 7 y Mac OS. Al menos, así lo predice Symantec a partir de un análisis sobre lo sucedido a partir de sus estudios realizados desde finales de 2009 hasta hoy.

Uno de los principales motivos que hará que los hackers se focalicen en dichos objetivos es el aumento de la ingeniería social como punto de mira de sus principales ataques. De acuerdo con Symantec, cada vez es más frecuente que los agresores se dirijan directamente a los usuarios finales, especialmente a través de phishing y spam. Un hecho que se ha visto aumentado gracias a la Web 2.0, la conexión de tantos internautas a través de las redes sociales y su consecuente envío de emails con solicitudes de amistad o con información sobre los seguidores. También, las redes sociales pueden ser objetivo del fraude a través sus APIs. Es decir, aquellas interfaces de programación que permiten a páginas web como Facebook o Twitter tener millones de aplicaciones o facilitar su desarrollo.

Algo parecido sucederá con Windows 7, que aún no ha sido objetivo de un ataque importante pero que, según explica Javier Ferruz, consultor preventivo especializado en Seguridad de Symantec España, “a medida que su nivel de implantación vaya incrementándose, más riesgo de ataques tendrá. Al contrario, por ejemplo, que Windows XP, que dejará de ser uno de los principales objetivos de los hackers”.

Los ordenadores Mac y los dispositivos móviles correrán la misma suerte. Según la compañía, “ya se han empezado a detectar los primeros virus reales”. Y es que, como se ha comentado anteriormente, a medida que aumente su cuota de mercado, su uso y su popularidad, aumentarán los riesgos en su seguridad.

Entre otras de las predicciones que Symantec ha realizado para 2010, se encuentran el aumento de los fabricantes de software de seguridad fraudulento, es decir, de aquellas empresas que dedican sus esfuerzos a vender soluciones de seguridad que en realidad son malware; “este tipo de fraude son una realidad en usuarios domésticos y en pequeños negocios que compran antivirus a través de Internet”. Existe, además, un aumento de las redes bot mediante la técnica ‘fast-flux’, a través de la cual, ocultan dominios de sitios web detrás de hipervínculos.

Es importante resaltar también, que la solución de antivirus tradicional, aquella que un usuario pudo adquirir hace tres o cuatro años, no será suficiente para protegerse contra las amenazas actuales porque “cada vez es menos probable que las tecnologías de seguridad tradicionales detecten las nuevas amenazas”, concluye el directivo.

Auge de las redes sociales cambia las relaciones de los paraguayos

Son utilizadas para estar en contacto con los amigos y familiares, para encontrar a personas o para saber más de los compañeros de oficina.

Pese a que algunos todavía manifiestan sus reticencias a la hora de formar parte de una red social de internet, tarde o temprano todos sucumben ante la adicción que generan sitios como Orkut, Facebook o Hi5.

Si bien no existen estudios estadísticos locales que permitan cuantificar fidedignamente la cantidad de usuarios paraguayos en cada uno de estos sitios, el ejecutivo de cuentas de Sistemas Tecnológicos SA y promotor de Paraguay Blogger, Rubén Amarilla, afirma que Orkut, sin duda alguna, lleva la delantera en el país. En abril del 2008 el portal registraba casi 120 millones de cuentas. De ese total, más de cuatro millones corresponden a páginas personales y comunidades nacionales (hay personas que suelen tener más de una cuenta).

Separados

Nadie sabe cómo ni por qué comenzó en Paraguay la fiebre de tener una cuenta en estas redes, tampoco quién fue el primer usuario. Sin embargo, Amarilla se aventura en calcular que cobró fuerza hace unos tres años, “claramente fue algo heredado de Brasil, el país con más usuarios de Orkut (51,6% del total)”.

Otro factor determinante es la cantidad de paraguayos viviendo en el extranjero, según el último censo entre el 2001 y el 2006, al menos un miembro de los 85 mil hogares (6,2% del total) emigró al exterior. En ese contexto, las redes sociales permiten compartir fotografías, videos y conversaciones con los amigos o familiares que están lejos.

Esta teoría parece confirmarse entre los usuarios. Tal es el caso de “Alejandra” de 23 años quien tiene a más de 179 amigos en su lista, “Orkut me permite compartir de forma rápida fotos y videos con mis familiares que viven fuera”. En el caso de “Jonathan” de 27 años, conectarse a este portal no es de su agrado, “pero lo hago igual para contactarme con amigos que no veo frecuentemente”.

Pero Paraguay no es solo un mero consumidor de redes sociales, puesto que también existen portales de esta naturaleza creadas, diseñadas y administradas por paraguayos. Ejemplo de ello es el sitio tocorre.com. Aunque la membresía es gratis, se requiere la invitación de alguien ya inscrito para poder acceder. Una vez registrado se tiene una página propia, completamente personalizable donde es posible administrar álbumes, intercambiar mensajes privados y públicos o difundir imágenes desde la web cam, entre otros.

Red ganadora

Puede que Facebook sea el líder indiscutido en países como Estados Unidos y Argentina -en total tiene más de 175 millones de usuarios- pero en Paraguay y Brasil el favorito sigue siendo Orkut, desarrollado por Google. Pese a que no hay estudios orientados a determinar el porqué, las opiniones de los blogs y usuarios son categóricas y afirman que las aplicaciones de la red social de Google son más fáciles para el usuario. Otra razón poderosa es que Facebook puede reservar las entradas a los perfiles solo para amigos, mientras que Orkut deja la puerta abierta para que todos se puedan visitar entre todos.

Cámara de Diputados de Paraguay apuesta a las redes sociales

La Cámara de Diputados desde ahora atenderá a través de sus cuentas en Twitter, Facebook y Orkut, además difundirá materiales a través de YouTube.

Las cuentas serán administradas por la Dirección General de Comunicación de la Cámara Baja, a cargo de Roberto Samaniego. El objetivo principal será el de interactuar con sus seguidores.

"Tratamos de hacer llegar la información de manera más rápida, efectiva e interaccionada, facilitando a las personas, respuestas inmediatas en cualquier parte del mundo", explicó el Titular de Diputados, Victor Bogado.

"Twitter, Facebook, Orkut y Youtube, son algunas de las herramientas incluidas en el proyecto, concretado por la nueva presidencia, que tiene como objetivo primordial, la mayor y mejor información legislativa, para la ciudadanía", expresan en su sitio oficial.

Conclusión

El crecimiento que han tenido las redes sociales se debe, en parte a los beneficios que presentan. Cada día más personas usan internet para diversos fines, y las redes sociales son un medio donde conseguir información, intercambiar datos, promocionar una empresa, etc.

Entre todos se consigue una conclusión mejor que de manera individual. Con esta premisa las redes sociales permiten la inteligencia colectiva. El conocimiento se trasmite de manera inmediata. Las redes sociales permiten el intercambio de forma muy rápida, interactuar de manera sencilla. No sólo te permiten conocer gente, gracias a ellas la información se trasmite y viaja entre personas.

Las redes sociales no están exentas de peligros. En los últimos meses varias redes se vieron atacadas por delincuentes que buscan víctimas en ellas, aprovechando la gran cantidad de usuarios que tienen, es por ello que los consejos de seguridad a la hora de actuar en una red, son necesarios. El éxito de una empresa depende de la seguridad que ella brinde a sus clientes.

Bibliografía

http://www.lacaja.com.ar/lacaja/ART/files/content/EspacioARTDigital2/Espacio-abril-2010/espacio_art_24/nota.html

<http://observatorio.cnice.mec.es/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=554>

<http://technorati.com/blogging/article/in-defense-of-zuck-mark-zuckerbergs/page-2/>

<http://www.philosophypress.co.uk/?p=1340>

http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=16428

<http://jjdeharo.blogspot.com/2008/11/la-redes-sociales-en-educacin.html>

<http://www.fayerwayer.com/2009/08/uso-de-las-redes-sociales-en-diferentes-generaciones/>

<http://es.reuters.com/article/entertainmentNews/idESMAE68F0C720100916?pageNumber=2&virtualBrandChannel=0>

<http://www.computing.es/Agenda/201009150035/CAPITAL%20HUMANO-Redes-sociales-dispositivos-moviles-y-Mac-principales-objetivos-del-malware.aspx>

<http://www.lanacion.com.py/noticias-231449.htm>