

U.T.N. – Facultad Regional Buenos Aires

Ingeniería en sistemas de Información

Análisis de Sistemas – 2013

TURNO: Noche CURSO: K2053

DOCENTE A CARGO: Ramiro Garbarini

AYUDANTES DE CÁTEDRA: Laura Recchini

TRABAJO PRÁCTICO

Redes Sociales

ÁREA TEMÁTICA: Exposiciones

GRUPO N° 4

Antonucci Lucas

Comisso Adrián

Luna Nicolás

Rivas Sergio

Vitrano Carlos

FECHA DE VENCIMIENTO: 24/09/13

FECHA DE PRESENTACIÓN: 24/09/13

FECHA DE DEVOLUCIÓN: \_\_/\_\_/\_\_

CALIFICACIÓN: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ FIRMA PROFESOR: \_\_\_\_\_\_\_\_\_

ÍNDICE

[Introducción 2](#_Toc367739914)

[Definición de redes sociales 2](#_Toc367739915)

[Características de las Redes 4](#_Toc367739916)

[Clasificación de redes sociales 4](#_Toc367739917)

[Redes sociales horizontales 4](#_Toc367739918)

[Redes sociales verticales 5](#_Toc367739919)

[Redes sociales educativas 7](#_Toc367739920)

[Diccionario básico de las redes sociales 8](#_Toc367739921)

[Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales 9](#_Toc367739922)

[El impacto social de las redes sociales 10](#_Toc367739923)

[La seguridad en las redes 11](#_Toc367739924)

[Conclusión 12](#_Toc367739925)

# Introducción

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Estas se han convertido en pocos años, en un fenómeno global.

# Definición de redes sociales

El concepto de red social ha adquirido una gran importancia en los últimos años. Se ha convertido en expresiones comunes del lenguaje que asociamos a nombres como Facebook o Twitter. Pero su significado es mucho más amplio y complejo. Las redes sociales son desde hace décadas, objeto de estudio de numerosas disciplinas. Alrededor de ellas se han generado teorías de diverso tipo que tratan de explicar su funcionamiento y que sirvieron, además, de base para su desarrollo virtual. Con la llegada de la Web, las redes sociales en Internet ocupan un lugar relevante en el campo de las relaciones personales y son, asimismo, paradigma de las posibilidades que nos ofrece esta nueva forma de usar y entender Internet. En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, estamos conectados mucho antes de tener conexión a Internet, la teoría de grafos representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que les unen. Todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social determinada. A través de esta teoría, se pueden analizar las redes sociales existentes entre los empleados de una empresa y, de igual manera, entre los amigos de Facebook.

Otras teorías sobre redes sociales han sido concebidas y analizadas por diferentes disciplinas, como la popular teoría de los Seis grados de separación, un hito de las redes sociales en Internet. Esta teoría sostiene que se puede acceder a cualquier persona del planeta en sólo seis "saltos", por medio de una cadena de conocidos las personas están relacionadas unas con otras a través de cinco intermediarios. Se basa en la idea de que el grupo de conocidos crece exponencialmente con los enlaces en cadena, y harían falta, únicamente, seis de estos enlaces para cubrir la totalidad de la población mundial. En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram realizó el experimento del mundo pequeño con la intención de demostrar la teoría. El experimento consistía en enviar una postal a un conocido para que, a través de su red de contactos, llegara a un destinatario del que sólo sabían su nombre y localización. Milgram constató que hacían falta entre cinco y siete intermediarios para contactar con una persona desconocida. Esta teoría ha sido muy estudiada y también cuestionada, pero con la aparición de Internet y el auge de las redes sociales on-line cada vez parece más fácil comunicarse con cualquier persona, exclusivamente, en seis pasos. En 2003, el sociólogo Duncan J. Watts recogió la teoría actualizada en su libro "Seis grados: la ciencia de las redes en la era conectada del acceso". Watts intentó probar la teoría de nuevo, esta vez a través del correo electrónico con personas de todo el mundo, su conclusión también fueron los famosos seis grados de separación. El software original de las redes sociales virtuales parte de esta teoría. Yahoo! y Facebook se unieron para comprobar esta teoría una vez más. La metodología es la misma, se participa como remitente de un mensaje que debe llegar, mediante sus contactos, a un destinatario final que asignan estas compañías. También permiten la participación, aunque de manera más restringida, como destinatario final mediante una solicitud y un proceso de selección.

El funcionamiento y las características de las redes sociales, simplemente, cambian adaptándose a la tecnología de la que disponen. Esta tecnología transforma el modo en el que nos comunicamos y relacionamos, nos permite ampliar y desarrollar la propia estructura de la sociedad que, como hemos visto, se organiza en forma de redes.

La Web 2.0 se ha llamado en muchas ocasiones la Web social y los medios de comunicación que ofrece también han incorporado este adjetivo, denominándose Medios Sociales o Social Media, en contraposición a los Mass Media, para mostrar el importante cambio de modelo que atraviesa la comunicación en la actualidad. Se definen los medios sociales como "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario". El cambio se da verdaderamente a nivel usuario, que pasa de ser consumidor de la Web a interactuar con ella y con el resto de usuarios de múltiples formas. El concepto de medios sociales hace referencia a un gran abanico de posibilidades de comunicación como blogs; juegos sociales; redes sociales; videojuegos multijugador masivos en línea (MMO); grupos de discusión y foros; microblog; mundos virtuales; sitios para compartir vídeos, fotografías, música y presentaciones; marcadores sociales; webcast; etc.

Las herramientas 2.0 tienen en común la participación colectiva a través de colaborar y compartir con otros usuarios. El cambio de mentalidad que supone esta nueva forma de comprender y utilizar Internet desarrolla la auténtica interacción, los individuos establecen relaciones entre ellos y las redes personales se convierten en lo más importante. Los foros permiten crear un perfil, los juegos sociales conocer al resto de jugadores, y los sitios para compartir vídeos enviar mensajes a otros usuarios.

Cuando hablamos de las redes sociales basadas en Internet nos referimos a un verdadero fenómeno social. El deseo de compartir experiencias y la necesidad de pertenencia al grupo provocan esta actividad colectiva, el software traslada los actos cotidianos a un sitio informático, facilitando la interacción de un modo completamente nuevo. Si antes llamábamos por teléfono a un amigo para decirle que estamos pasando unos días en la playa, ahora podemos mostrar nuestra localización o transmitir esa información en nuestro estado, a todos nuestros contactos, en tiempo real. De igual manera, las redes sociales on-line hacen visible la organización social en forma de redes. Por ejemplo, Facebook nos muestra el número de amigos y, por medio de este servicio, podemos comprobar de un modo visual los contactos que conforman una parte de nuestra red social. LinkedIn categoriza los perfiles en función de su ocupación, lo que favorece el encuentro entre profesionales.

También conviene tener en cuenta que las redes sociales en Internet, como fenómeno, engloban numerosas y variadas redes, por lo que, generalmente, se habla de ellas en plural. Es difícil encontrar una persona que sólo posea una cuenta en uno de los servicios que ofrece Internet. Normalmente, los individuos son usuarios activos de varios servicios, mediante los cuales, crean y mantienen diferentes relaciones personales.

Se definen los servicios de redes sociales como servicios con sede en la red que permiten a los individuos:

1) Construir un perfil público o semipúblico dentro un sistema delimitado o cerrado

2) Articular una lista de otros usuarios con los que comparten relaciones

3) Ver y recorrer esa lista de relaciones que las personas relacionadas tienen con otras dentro del sistema.

Se pueden definir las redes sociales on-line como estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo, como en el caso de los foros. No sólo nos relacionamos y compartimos con los demás, sino que, además, exponemos abiertamente y en tiempo real nuestros gustos y tendencias, expresando la propia identidad. En conclusión, las redes sociales on-line las crean los usuarios a través de las posibilidades de uso que ofrecen los servicios de Internet.

# Características de las Redes

* **1) Están basadas en el usuario:** Las redes sociales son construidas y dirigidas por los mismos usuarios, quienes además las nutren con el contenido.
* **2) Son Interactivas:** Las redes sociales poseen además de un conjunto de salas de chat y foros, una serie de aplicaciones basadas en una red de juegos, como una forma de conectarse y divertirse con los amigos.
* **3) Establecen relaciones:** Las redes sociales no sólo permiten descubrir nuevos amigos sobre la base de intereses, sino que también permiten volver a conectar con viejos amigos con los que se ha perdido contacto desde muchos años atrás.
* **4) Intercambio de información e intereses:** Las redes sociales permiten que el contenido publicado por un usuario se difunda a través de una red de contactos y sub-contactos mucho más grande de lo que se pueda imaginar.
* **5) Ofrece una variedad de servicios**: Intercambio de información, fotografías, servicios de telefonía, juegos, chat, foros.

# Clasificación de redes sociales

Teniendo en cuenta la dimensión social de las redes, la primera clasificación que podríamos hacer sería distinguir entre: redes sociales off-line o analógicas, sin la intermediación de un aparato o sistema electrónico; redes sociales on-line o digitales, a través de medios electrónicos; y redes sociales mixtas, mezcla de los dos tipos anteriores. Centrándonos en las redes sociales on-line. Su tipología se ha planteado desde muchos puntos de vista, la propuesta más extendida es la que parte de la clasificación de los portales de Internet, diferenciando entre horizontales o generales y verticales o especializadas.

### Redes sociales horizontales

Las redes sociales horizontales no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico, y se centran en los contactos. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación general, sin un propósito concreto. Su función principal es la de relacionar personas a través de las herramientas que ofrecen, y todas comparten las mismas características: crear un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos. Algunas de ellas son:

* Facebook. Red social gratuita. Se desarrolló, inicialmente, como una red para estudiantes de la Universidad Harvard, pero desde hace unos años está abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Permite crear grupos y páginas, enviar regalos, y participar en juegos sociales. Es una de las más populares.
* Hi5. Lanzada en 2003, está enfocada al público más joven por su evolución hacia desarrolladores de juegos sociales. La mayoría de sus usuarios son de América Latina.
* MySpace. Incluye blogs y espacios de entretenimiento social que permiten conocer el trabajo de otros usuarios, escuchar música y ver vídeos. Es muy utilizada por grupos musicales para compartir sus proyectos y crear grupos de seguidores.
* Orkut. Red social y comunidad virtual gestionada por Google, y lanzada en enero del 2004. Está diseñada para mantener relaciones, pero también para hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas. Es una red muy popular en India y Brasil.
* Sonico. Orientada al público latinoamericano, y muy centrada en los juegos sociales con opciones de juegos multijugador.
* Tuenti. Red social española dirigida a la población joven. Se denomina a sí misma como una plataforma social de comunicación. Esta compañía española, inaugurada en noviembre de 2006, cuenta con más de 13 millones de usuarios. A parte de las posibilidades comunes, dispone de Tuenti Sitios, Tuenti Páginas y Tuenti Juegos.
* Bebo. Esta red social, fundada en 2004, tiene por nombre el acrónimo de "Blog Early, Blog Often". Una de sus particularidades es que permite crear tres tipos de perfiles: públicos, privados y totalmente privados, lo que la convierte en una opción de alta privacidad.
* Netlog. Su público objetivo es la juventud europea y de América Latina. Es de origen Belga y fue fundada en julio del 2003. Tiene más de 90 millones de usuarios registrados en 25 idiomas diferentes. Permite crear un espacio web propio y personalizarlo.
* Google+. La red social de Google tiene unas características comunes a las demás. Para registrarse es necesario disponer de una cuenta Gmail. Una de sus ventajas son las videoconferencias, que permiten conversaciones con hasta nueve usuarios simultáneamente.
* Badoo. Fundada en 2006, ha tenido una enorme repercusión en los medios de comunicación por su crecimiento y perspectivas de futuro, 150.000 nuevas personas se registran cada día. Opera en 180 países con mayor actividad en América Latina, España, Italia y Francia. También ha sido criticada por su mala protección de la privacidad.

### Redes sociales verticales

Dentro de las redes sociales hay una tendencia hacia la especialización. Aunque las redes sociales verticales ganan diariamente miles de usuarios, otras tantas especializadas se crean para dar cabida a los gustos e intereses de las personas que buscan un espacio de intercambio común. La posibilidad que ofrecen ciertas plataformas de crear una red social propia y personalizada produce redes sociales de todo tipo, específicas para los intereses de sus usuarios. Por otro lado, las grandes compañías de Internet aspiran a competir con las redes más importantes que se reparten el groso de usuarios de red social, ofreciendo actividades, contenidos o temas concretos.

#### Por temática

* ***Profesionales***. Se presentan como redes profesionales enfocadas en los negocios y actividades comerciales. Su actividad permite compartir experiencias, y relacionar grupos, empresas y usuarios interesados en la colaboración laboral. Los usuarios detallan en los perfiles su ocupación, las empresas en las que han trabajado o el currículo académico. Las más importantes son: Xing, LinkedIn, y Viadeo, que engloban todo tipo de profesiones, pero también existen otras específicas de un sector como HR.com, para los profesionales de recursos humanos.
* ***Identidad cultural***. En los últimos años, debido al poder de la globalización, se aprecia un incremento de referencia al origen por parte de muchos grupos que crean sus propias redes para mantener la identidad. Ejemplos de esto son: Spaniards, la comunidad de españoles en el mundo; y Asianave, red social para los asiático-americanos.
* ***Aficiones***. Estas redes sociales están dirigidas a los amantes de alguna actividad de ocio y tiempo libre. Por ejemplo: Bloosee, sobre actividades y deportes en los océanos; Ravelry, para aficionados al punto y el ganchillo; Athlinks, centrada en natación y atletismo; Dogster, para apasionados de los perros; o Moterus, relacionada con las actividades y el estilo de vida de motoristas y moteros.
* ***Movimientos sociales***. Se desarrollan en torno a una preocupación social. Algunas son: WiserEarth, para la justicia social y la sostenibilidad; SocialVibe, conecta consumidores con organizaciones benéficas; o Care2, para personas interesadas en el estilo de vida ecológico y el activismo social.
* ***Viajes***. Con la facilidad para viajar y el desarrollo de los viajes 2.0, estas redes sociales han ganado terreno a las tradicionales guías de viajes a la hora de preparar una escapada. Conectan viajeros que comparten sus experiencias por todo el mundo. Podemos visitar: WAYN, TravBuddy, Travellerspoint, Minube o Exploroo.
* ***Otras temáticas***. Encontramos, por ejemplo, redes sociales especializadas en el aprendizaje de idiomas, como Busuu; plataformas para talentos artísticos, como Taltopia; o sobre compras, como Shoomo.

#### Por actividad

* ***Microblogging***. Estas redes sociales ofrecen un servicio de envío y publicación de mensajes breves de texto. También permiten seguir a otros usuarios, aunque esto no establece necesariamente una relación recíproca, como los seguidores o *followers*de los famosos en Twitter. Dentro de esta categoría están: Twitter, Muugoo, Plurk, Identi.ca,Tumblr, Wooxie o Metaki
* ***Juegos***. En estas plataformas se congregan usuarios para jugar y relacionarse con otras personas mediante los servicios que ofrecen. A pesar de que muchos creen que son, simplemente, sitios web de juegos virtuales, las redes sociales que se crean en torno a ellos establecen interacciones muy potentes. Algunas son: Friendster, Foursquare, Second Life, Haboo, Wipley, Nosplay o World of Warcraft.
* ***Geolocalización***. También llamadas de georeferencia, estas redes sociales permiten mostrar el posicionamiento con el que se define la localización de un objeto, ya sea una persona, un monumento o un restaurante. Mediante ellas, los usuarios pueden localizar el contenido digital que comparten. Ejemplos de este tipo son: Foursquare, Metaki, Ipoki y Panoramio.
* ***Marcadores sociales***. La actividad principal de los usuarios de marcadores sociales es almacenar y clasificar enlaces para ser compartidos con otros y, así mismo, conocer sus listas de recursos. Estos servicios ofrecen la posibilidad de comentar y votar los contenidos de los miembros, enviar mensajes y crear grupos. Los más populares son: Delicious, Digg y Diigo.
* ***Compartir objetos***. Dentro de estas redes sus miembros comparten contenidos diversos como vídeos, fotografías o noticias, y mediante esta colaboración se establecen las relaciones que tampoco tienen que ser mutuas de forma obligatoria.

#### Por contenido compartido

* ***Fotos***. Estos servicios ofrecen la posibilidad de almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías. Las más importantes en número de usuarios son: Flickr, Fotolog, Pinterest y Panoramio.
* ***Música***. Especializadas en escuchar, clasificar y compartir música, permiten crear listas de contactos y conocer, en tiempo real, las preferencias musicales de otros miembros. Ejemplos de estas redes sociales son: Last.fm, Blip.fm o Grooveshark.
* ***Vídeos***. Los sitios web de almacenamiento de vídeos se han popularizado de tal manera que en los últimos años incorporan la creación de perfiles y listas de amigos para la participación colectiva mediante los recursos de los usuarios, y los gustos sobre los mismos. Algunos son: Youtube, Vimeo, Dailymotion, Pinterest y Flickr.
* ***Documentos***. Por la red navegan documentos de todo tipo en formatos diversos, en estas redes sociales podemos encontrar, publicar y compartir los textos definidos por nuestras preferencias de una manera fácil y accesible. Su mayor exponente es Scribd.
* ***Presentaciones***. Al igual que ocurre con los documentos, el trabajo colaborativo y la participación marcan estas redes sociales que ofrecen a los usuarios la posibilidad de clasificar, y compartir sus presentaciones profesionales, personales o académicas. Las más conocidas son: SlideShare y Slideboom.
* ***Noticias***. Los servicios centrados en compartir noticias y actualizaciones, generalmente, son agregadores en tiempo real que permiten al usuario ver en un único sitio la información que más le interesa, y mediante ella relacionarse estableciendo hilos de conversación con otros miembros. Algunos de ellos son: Menéame, Aupatu, Digg y Friendfeed
* ***Lectura***. Estas redes sociales no sólo comparten opiniones sobre libros o lecturas, sino que además pueden clasificar sus preferencias literarias y crear una biblioteca virtual de referencias. Ejemplos de esta categoría son: Anobii, Librarything, Entrelectores, weRead y Wattpad.

# Redes sociales educativas

La integración de la tecnología en la educación proporciona numerosos recursos a los docentes y, a su vez, familiariza a los estudiantes con un campo en el que van a tener que desenvolverse con soltura. La Web 2.0 nos ofrece herramientas interactivas y eficaces para la enseñanza y el aprendizaje, que crean las características propias de los nuevos entornos educativos. El profesor 2.0 es un guía que conduce a los alumnos enseñándoles a adquirir capacidades para que se valgan por sí mismos, y sigan aprendiendo en un mundo cambiante. Se trata de preparar a los estudiantes para utilizar las herramientas que tendrán que manejar a lo largo de su vida. El uso de las plataformas 2.0 no sólo permite la transmisión de un conocimiento concreto de forma rápida y la colaboración entre personas, sino que, además, desarrolla competencias tecnológicas imprescindibles para operar en contextos diversos y complejos. A parte de estos conocimientos tecnológicos, hay que tener en cuenta las habilidades y aptitudes que los alumnos pueden adquirir a través de la educación 2.0. La socialización, el trabajo en equipo o la importancia de compartir son elementos que no se pueden enseñar directamente, hay que transmitirlos de manera que los aprendan intuitivamente mediante los recursos de los que disponemos. Los nuevos servicios nos permiten aprender "haciendo cosas", los procesos cognitivos evolucionan a través de la transformación y manipulación de la información, desarrollando lo que se conoce como capacidades cognitivas de alto nivel como son: el razonamiento, la capacidad de síntesis y análisis, o la toma de decisiones, entre otras.

Podemos definir las redes sociales educativas como grupos de personas relacionadas y conectadas por el interés común en la educación. La alta interrelación entre personas, conocimiento y herramientas que proporcionan desarrolla espacios comunes para padres, alumnos y profesores. Las redes sociales educativas se convierten en entornos de participación y descubrimiento que fomentan la sinergia entre estudiantes y profesores, facilitan el consenso, crean nuevas dinámicas de trabajo fuera y dentro del aula, y permiten el rápido flujo de información, desarrollando así la socialización del conocimiento.

Entre algunas de ellas se encuentran:

Edmodo

Edmodo es una plataforma social educativa gratuita que proporciona un entorno cerrado y privado, a modo de microblogging, para padres, alumnos y profesores.

Redalumnos

RedAlumnos es una red social gratuita para mantener en contacto a profesores, alumnos y padres. Es accesible a instituciones públicas y privadas, y permite a los profesores impartir cursos a través de la web.

Educanetwork

Esta red social se basa en la consigna de aprender y enseñar en grupo. Pueden crearse grupos que permiten crear cursos; compartir contenidos, como materiales, documentos, vídeos o apuntes; chatear; incluir test multimedia; y organizar eventos.

Aunque algunas de estas redes también permiten la conexión entre profesores, las redes sociales docentes están expresamente creadas con esta finalidad. Son espacios de intercambio entre personas e instituciones de distintos lugares del mundo, con objetivos claros y comunes, como compartir recursos, materiales y experiencias sobre educación, y sobre las propias redes sociales aplicadas a ella. A través de estos entornos, los docentes colaboran y participan formando parte de una comunidad, que ofrece posibilidades tanto de enseñanza como de aprendizaje.

Internet en el aula

Internet en el aula es la Red social docente para una educación del siglo XXI creada por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Se define como comunidades de docentes que comparten experiencias y recursos para el uso de Internet en el aula. Esta red social usa la plataforma Ning, con un diseño y organización sencillos y accesibles. Para ser miembro y participar en la red social es necesario ser docente y registrarse mediante unos sencillos pasos, más de once mil profesionales de la enseñanza forman parte de ella y la enriquecen día a día con sus inquietudes y conocimientos.

Eduredes

Esta red social, que también utiliza la plataforma Ning, sirve de punto de encuentro y lugar de intercambio de experiencias a los docentes, profesionales de la educación y personas interesadas en el aprendizaje y enseñanza mediante las redes sociales.

Maestroteca

En realidad, Maestroteca es un directorio donde encontrar diferentes redes sociales creadas específicamente para tratar temas educativos. Están clasificadas por temas, y también disponen de contenidos para compartir como periódicos, vídeos y juegos educativos, entre otros.

Skype in the classroom  
"Skype en la clase" es un directorio online planteado como una red social para facilitar la conexión entre profesores de todo el mundo mediante Skype. Este recurso nos permite transmitir experiencias y modelos educativos. Cuenta con más de 26 000 profesores en 99 países que pueden compartir sus vivencias, encontrar usuarios con intereses parecidos y realizar charlas en las salas. Una de las enormes ventajas que ofrece es la videoconferencia propia de Skype.

# Diccionario básico de las redes sociales

La transformación de los medios y recursos que utilizamos para la comunicación desarrolla una terminología propia, que se integra dentro del vocabulario habitual de los hablantes. El lenguaje, dinámico y cambiante, adquiere léxico de otros idiomas y crea nuevos significados de sus propios términos para dar cabida a las modernas formas de interacción. A continuación, mostramos las palabras más relevantes en el tema de redes sociales con interés para su comprensión y uso.

* ***Usuario***. Persona o entidad que utiliza y forma parte de una red social. El usuario puede acceder a ella con su propio nombre o mediante un alias, aunque con la revolución de la Web 2.0 se aprecia un cambio en el que los usuarios se identifican con nombres reales.
* ***Perfil***. Datos personales y rasgos propios que caracterizan a un usuario dentro de una red social, como su nombre, fotografía, lugar de residencia o preferencias. El perfil representa su identidad virtual.
* ***Post***. Entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido.
* ***Muro***. Espacio del usuario de una red social que comparte con el resto de sus contactos, donde estos pueden publicar sus comentarios u opiniones.
* ***Comunidad virtual***. Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes, cuyas relaciones e interacciones tienen lugar en un espacio virtual, no físico o real, como Internet.
* ***Cuenta***. Conjunto de información que permite el acceso a una red social a través de la identificación de usuario. La cuenta se crea con un nombre de usuario y contraseña, en algunos casos, a través de una cuenta de correo electrónico.
* ***Estado***. Información de la situación, circunstancia o disposición del usuario de una red social. Esta información puede ser compartida por el propio usuario, o por la plataforma de comunicación de manera automática, indicando su disponibilidad o actividad en ese momento.
* ***Grupo***. Servicio que proporcionan las redes sociales para la configuración de colectivos de usuarios con un interés u objetivo común. Los grupos permiten crear espacios donde los miembros pueden compartir información y contenidos de forma privada o abierta.
* ***Evento***. Acontecimiento creado como una publicación o mensaje que se anuncia a otros usuarios de la red social para que participen del mismo.
* ***Solicitud de amistad***. Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos, y viceversa. Una vez recibida la solicitud, el usuario puede aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él su contenido e información.
* ***Tweet***. Mensaje o publicación de 140 caracteres que se escribe y envía a los usuarios seguidores mediante la red social de microblogging Twitter. También existe el Retweet (RT) que es, sencillamente, el reenvío de un tweet.
* ***Seguidor***. Llamado *follower*en la terminología de Twitter. Usuario de esta red social que se suscribe a los mensajes o publicaciones (tweets) de otros usuarios, bien por admiración, como en el caso de los seguidores de deportistas o cantantes; por simpatizar con sus ideas; por mantenerse informado de sus actividades en Twitter; o, simplemente, por amistad. Este seguimiento o suscripción no es necesariamente recíproco.
* ***Hashtag***. Etiqueta de Twitter para clasificar las publicaciones o mensajes (tweets) por temas específicos. Se representa mediante una almohadilla (#) delante de la palabra o palabras clave del tema dentro del cual se etiqueta el mensaje, con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas interesantes para el usuario. Por ejemplo, #Educación , para los mensajes que se etiquetan en estos temas.
* ***Trending topic***. Tema popular en un momento determinado, en relación al número de publicaciones o mensajes (tweets) que se hacen sobre él en Twitter.

# Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales

**Ventajas:**

* 1) Puede ser utilizada en el sector académico y laboral, para el intercambio de diversas experiencias innovadoras.
* 2) Los empresarios que hacen uso de las redes han demostrado un nivel de eficiencia y un acertado trabajo en equipo, consolidando proyectos de gestión del conocimiento.
* 3) Favorecen la participación y el trabajo colaborativo entre las personas, es decir, permiten a los usuarios participar en un proyecto en línea desde cualquier lugar.
* 4) Permiten construir una identidad personal y/o virtual, debido a que permiten a los usuarios compartir todo tipo de información (aficiones, creencias, ideologías, etc.) con el resto de los cibernautas.
* 5) Facilitan las relaciones entre las personas, evitando todo tipo de barreras tanto culturales como físicas.
* 6) Facilitan el aprendizaje integral fuera del aula escolar, y permiten poner en práctica los conceptos adquiridos.
* 7) Por el aislamiento social del mundo actual, la interacción a través de Internet permite a un individuo mostrarse a otros. Es decir, las redes sociales son una oportunidad para mostrarse tal cual.
* 8) Permite intercambiar actividades, intereses, aficiones.

**Desventajas:**

* 1) Personas con segundas intenciones pueden invadir la privacidad de otros provocando grandes problemas al mismo. Compañías especialistas en seguridad afirman que para los hackers es muy sencillo obtener información confidencial de sus usuarios.
* 2) Para algunos países ser usuario de estas redes se convierte en una amenaza para la seguridad nacional. Esto ha hecho que para el personal relacionado con la seguridad de un país sea una prohibición.
* 3) Si no es utilizada de forma correcta puede convertir en una adicción.
* 4) Gran cantidad de casos de pornografía infantil y pedofilia se han manifestado en las diferentes redes sociales.
* 5) Falta de privacidad, siendo mostrada públicamente información personal.

# El impacto social de las redes sociales

Los avances tecnológicos en el campo de la comunicación siempre han sido objeto de estudio de las ciencias sociales, puesto que las nuevas formas de relación social que generan provocan una transformación en los hábitos y costumbres de la sociedad. Ya en el siglo XIX, la invención del telégrafo y, posteriormente, del teléfono implicaron un cambio en las relaciones personales y comerciales, que contaban con detractores y partidarios de las mismas. Las preocupaciones en contra señalaban al aislamiento social y la falta de intimidad como algunos de los perjuicios de estas innovaciones, y las opiniones a favor abogaban por el aumento de la interacción y conexión entre las personas. Con Internet y la explosión de las redes sociales estos puntos de vista no han cambiado demasiado de los de aquella época. Pero el progreso también evoluciona, y la diferencia obvia es su gran difusión en periodos mucho más cortos, lo que conforma el fondo de las investigaciones sobre el impacto social de las redes sociales.

Tal como lo hacen otras innovaciones tecnológicas, el uso de las redes sociales transforma los estilos de vida, cambia las prácticas y, también, crea nuevo vocabulario, pero todo esto se produce a un ritmo tan acelerado que genera confusión y desconocimiento de la usabilidad y los derechos en torno a su actividad. Muchos de los estudios que se llevan a cabo hoy en día tratan temas relacionados con la identidad, la privacidad o el uso adolescente por estas mismas razones. Una de las problemáticas que señalan los defensores de un uso responsable de las redes sociales es que, a través de ellas, estamos expuestos. Nuestros datos se comparten y navegan por la red y, al mismo tiempo, información de todo tipo irrumpe en nuestros ordenadores sin que podamos discriminar su contenido. Esto es especialmente preocupante en el caso de los menores de edad, cuya privacidad se ve comprometida a las prácticas en la red. Ejemplo de ello son los nuevos episodios de acoso escolar que ponen en el punto de mira el uso indebido de las redes sociales por parte de los menores, y las políticas de privacidad que ofrecen las compañías. Asimismo, las redes sociales se convierten en parte de su aprendizaje social, que si bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente, en muchos casos crea modelos alejados de la realidad generando comportamientos y actitudes que suscitan problemas de autoestima y estrés, entre ellos están los relacionados con el cuidado de la imagen, los prototipos de éxito o la reputación digital.

Otro de los efectos de las redes sociales más estudiado es el poder de manifestación que poseen, en el más amplio sentido de la palabra. La inmediatez de la comunicación, y transmisión de opiniones y contenido las convierte en un potente instrumento social. Los movimientos ciudadanos se organizan a través de las redes sociales originando hechos históricos como la "Primavera árabe". El capital social, analizado en innumerables ocasiones por sociólogos y antropólogos como el valor de la colaboración e intercambio entre grupos, a través de una red de relaciones, que permite el acceso a determinados recursos para el beneficio grupal e individual, cobra un nuevo significado a la luz de las modernas maneras de interrelación que producen las redes sociales. Su funcionalidad y ubicuidad tienen una repercusión compleja en la sociedad, su impacto, tanto global como local, se incrementa y desarrolla a cada minuto con nuevas utilidades que dan lugar a cambios sustanciales para la colectividad y los individuos.

# La seguridad en las redes

Los datos que pueden obtenerse simplemente accediendo al perfil de un usuario de estas redes sociales, que en muchos casos son públicos por defecto, van desde su fecha de nacimiento hasta el cargo que ocupa en la compañía para la que trabaja, pasando en el medio por infinidades de registros que tienen mucho valor en el proceso de “information gathering” previo a un ataque real. Lo que asusta aún mucho más, es darse cuenta que con la capacidad de sumar y correlacionar todos estos ítems, el impacto de un ataque puede llegar incluso hasta el compromiso de varios sistemas de manera trivial (como por ejemplo, una cuenta de mail personal). Se puede afirmar que la información publicada por los usuarios de estos sitios no sólo podría comprometer su privacidad, sino que también existe la posibilidad de que este riesgo traspase a los ambientes de negocios en los que se desenvuelven estos individuos. Hay que tener en cuenta que la actividad online de los empleados fuera del horario laboral también puede, sin parecerlo, crear todo tipo de problemas para el negocio (como la fuga de información, entre otros).

**¿Qué tener en cuenta?**

* + Limitar la información personal que se postea - No publicar información que nos convierta en vulnerables, tal como direcciones o datos sobre compromisos de agenda o rutinas. En el caso en que las conexiones (amigos o contactos) publiquen información acerca de uno, hay que asegurarse que todos los datos combinados no sean mayor a la cantidad de información que estamos dispuestos a compartir con un extraño. También aplica para el caso inverso, cuando publicamos información de nuestras conexiones.
  + Recordar siempre que Internet es un recurso PUBLICO – Publicar sólo información con la que uno se sienta cómodo hacer pública. Esto incluye datos y fotos en el perfil, blogs y otros foros. También, es necesario tener presente que una vez que se ha realizado un post, no hay vuelta atrás o forma alguna de revertirlo. Aun cuando la información sea borrada de un sitio, versiones cacheadas o guardadas puede aún existir.
  + Ser precavido con los extraños – Internet facilita a las personas cambiar sus identidades y disfrazar sus motivos finales de contacto. Considerar limitar las personas a quienes se les permite contactarnos y ver nuestros datos publicados en las redes sociales. Si se interactúa con personas desconocidas, ser cauteloso acerca de la cantidad de información que se revela o si se acuerda encontrarse con esta persona.
  + Ser escéptico – No hay que creer todo lo que se lee online. Las personas podrían postear información falsa o engañosa sobre varios tópicos, incluyendo sus identidades. No necesariamente esto se hace con malas intenciones, podría ser sin intención, una exageración o incluso una broma. Aun así, tomar las precauciones apropiadas y verificar la autenticidad de cualquier información antes de realizar alguna acción.
  + Evaluar las configuraciones – Hacer provecho de las opciones de configuración de seguridad de los sitios. Estas, por defecto en algunos, permiten que cualquier persona acceda de forma completa a un perfil. Es posible personalizar la configuración para restringir el acceso sólo a ciertas personas. Sin embargo, existe el riesgo de que estos datos continúen expuestos, por lo tanto, como se ha dicho, no publicar información que no queramos que el público pueda ver. También, ser cuidadoso al momento de decidir a qué aplicaciones se les permite acceder a nuestro perfil (en el caso de Facebook, por ejemplo) y verificar que datos puede leer.
  + Usar passwords fuertes – Proteger cada cuenta con un password distinto, que sean difíciles de adivinar. Si la contraseña es comprometida, alguien más podría ser capaz de acceder a la cuenta y realizar una impersonalización, por ejemplo.

# Conclusión

Las Redes Sociales son bastante útiles ya que nos permiten ampliar nuestro círculo social y por ende tener la posibilidad de crear nuevas amistades, poseer nuevos contactos y establecer lazos tanto del tipo afectivo como también, para oportunidades laborales.

Por otro lado, al ser parte de estas redes debemos utilizarlas de manera prudente y responsable, puesto que muchas personas tendrán acceso a nuestra información personal, lo que puede provocar una mala utilización de esta, perjudicando nuestra identidad e integridad.

Ante estas razones, solo se debe realizar un llamado a ser parte de este mundo virtual, aprovechando al máximo cada una de sus herramientas, pero enfrentándolas de forma madura y consciente del riesgo al que estamos expuestos, si hacemos una mala utilización de estos servicios.