**ANEXO 4.6. Glosario**

Glosario

Agregador social

Blog

Marcador social

Red hipertextual

Red multimedia

Red social

Red de tiempo real

Web 2.0

**Agregador social**

Tipo de medio social de Internet que se caracteriza por ofrecer un archivo de contenidos multimedia publicados por los propios usuarios. Suelen distinguirse por el formato empleado: de video (Youtube), de presentaciones (Slideshare), de imágenes (Flickr), de documentos (Scribd), de publicaciones (Issu), de enlaces (Delicious), etc.

**Blog**

Tipo de medio social que se caracteriza por facilitar la publicación de espacios personales basados en la actualización periódica, la conexión con las redes sociales y la participación de los usuarios a través de comentarios.

**Marcador social**

Tipo de medio social de Internet que se caracteriza por valorar los artículos o productos a través de las votaciones de sus usuarios. Puede tratarse de noticias, como ocurre en Menéame; de productos de consumo, como en Ciao; o de hoteles, como en Tripadvisor, por citar algunos ejemplos.

**Red hipertextual**

Congrega todos los formatos abiertos de carácter permanente, que se consumen, esencialmente, mediante lectura de hipertextos (contenidos textuales enlazados). Es el entorno al que dan acceso de modo preferente los grandes motores de búsqueda generalista (Google, Bing...). Sobresalen los siguientes formatos abiertos a la participación:

**Blogs**: Sitios web personales basados en la actualización regular de contenidos y la participación de los usuarios.

**Foros**: Espacios privados de intercambio de información y opiniones entre usuarios miembros.

**Marcadores**: Plataformas basadas en la votación de los usuarios a sus contenidos, por ejemplo, de noticias (menéame) o de productos y servicios (ciao).

**Medios**: Publicación online de noticias abiertas a los comentarios de los lectores.

**Red multimedia**

Se caracteriza por la naturaleza de sus contenidos, basados en elementos gráficos y audiovisuales de consumo secuencial (videos, presentaciones, galerías...). Los espacios que canalizan el tráfico en este entorno son agregadores sociales como Youtube (vídeos), Flickr (imágenes) o Slideshare (presentaciones), entre otros.

**Red social**

Se distingue por tratarse de un entorno de comunicación cerrado, basado en las relaciones interpersonales, cuyo principal objetivo es mantener y facilitar el contacto entre individuos con intereses comunes, y no tanto la mera publicación de contenidos. En este entorno, se sitúan servicios como Facebook o Linkedin.

**Red de tiempo real**

Se caracteriza por tratarse de un entorno de comunicación interpersonal, de interacción cerrada y publicación abierta, basada en un intercambio ágil de mensajes cortos y caducos. La aplicación más representativa de este entorno es Twitter.

**Web 2.0**

Este término define a la Web actual, que representan los medios y redes sociales, y se basa en la interacción personal, global y abierta entre los usuarios de Internet. Se distingue de la Web 1.0 en que esta se basaba más en la difusión corporativa de contenidos a través de sitios web cerradas a la participación y conversación con el usuario.