



**Universidad Pontificia de Salamanca**  
Campus de Madrid

**Doctorado en Ingeniería Informática**  
**Sociedad de la información y el conocimiento**

Faculta de informática

**Dr. Luis Joyanes Aquilar**  
Responsabilidad Social y Corporativa el enfoque Empresarial y  
Tecnológico

**“Innovaciones Tecnológicas en**  
**Redes Sociales Virtuales”**

---

**Luis Eduardo Bayonet Robles, MTE**

*Matricula 069120*

*Santo Domingo, República Dominicana*

---

24 de Septiembre del 2007

# Tabla de Contenido

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>CONCEPTO DE REDES SOCIALES.....</b>	<b>4</b>
<i>HISTORIA DEL ORIGEN .....</i>	<i>5</i>
<i>TIPOS EXISTENTES .....</i>	<i>7</i>
<i>WEBSITE DE REDES SOCIALES.....</i>	<i>9</i>
<i>ASOCIACIONES DE PROFESIONALES Y PERIÓDICOS.....</i>	<i>9</i>
<i>SOFTWARE ANALÍTICO DE REDES SOCIALES.....</i>	<i>10</i>
<b>INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN REDES SOCIALES .....</b>	<b>11</b>
<i>EL SISTEMA OPERATIVO SOCIAL.....</i>	<i>11</i>
<i>LA TERCERA GENERACIÓN DE LA WEB SE APROXIMA.....</i>	<i>12</i>
<i>UNA WEB MÁS INTELIGENTE .....</i>	<i>13</i>
<i>TECNOLOGÍAS EMERGENTES.....</i>	<i>15</i>
Redes Sociales punto a punto .....	15
Presencia Virtual.....	16
RSS, agrega contenido y promoción.....	16
VOIP para las Redes Sociales.....	17
El futuro de las Redes Sociales – Comunicaciones .....	17
<i>EMPRESAS QUE DESARROLLAN ENTORNOS DE REDES SOCIALES.....</i>	<i>18</i>
<b>CONCLUSIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>INTERNETGRAFÍA .....</b>	<b>21</b>

# Introducción

En la actualidad estamos presenciando una interesante convergencia de varias tendencias tecnológicas que se están desarrollando dentro del panorama que una vez definió lo que hoy conocemos como Web.

Este sistema que a su vez ha creado un espacio virtual de información y otros aspectos que van mucho más allá de la simple estructura, se ha ampliado a nuevos conceptos más abarcadores y menos restrictivos.

Las Redes Sociales están centradas en las relaciones de los individuos sin importar los factores de la edad, raza o nivel de educación. La característica en la difusión de la información puede alcanzar más importancia que las características de los individuos, trayendo hacia su mismo centro niveles altos de integración.

La idea de los websites de Redes Sociales ha estado circundando por los sistemas de información desde hace tiempo, llevando sus posibilidades de unión social a otras plataformas y ofreciendo un uso dinámico y enriquecedor. Compañías como Facebook, Plaxo, LinkedIn, Myspace y otros, están siendo abrazadas por todos los servicios de Redes Sociales.

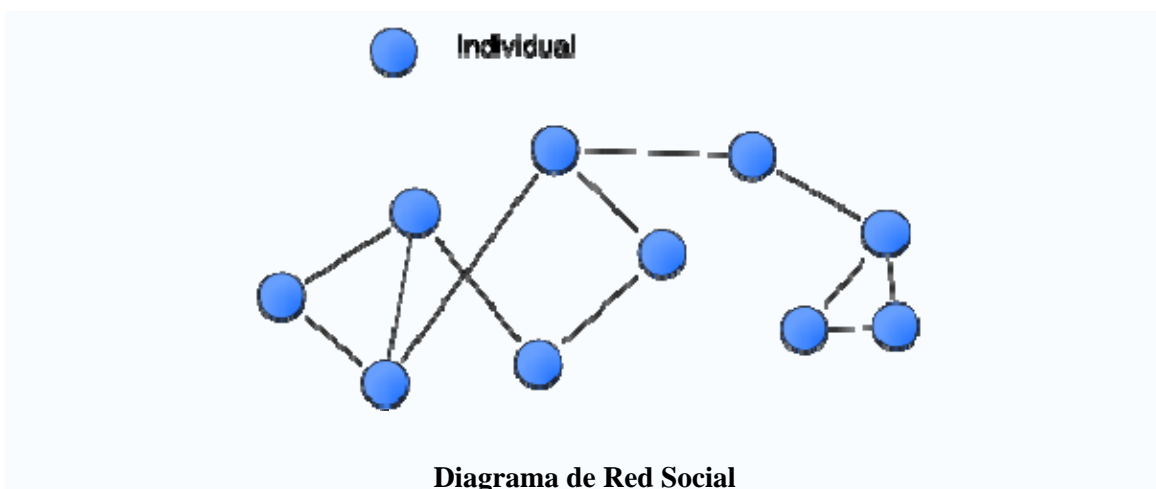
Si miramos su futuro con conciencia y lo que se puede sacar de su actividad, parece que está destinada a convertirse en el “Sistema Operativo Social” de la Web, puesto que se observa como una nueva fase de la evolución y se está viendo como un sistema operativo social que prevé la gerencia y la facilitación sistemáticas de relaciones y de interacciones sociales humanas.

Esta misma evolución ha generado discusiones entorno a su bautizo y reconocimiento mundial dentro de la industria del Internet. Mientras unos plantean que no hay diferencia en cuanto a los rigores que conlleva su aplicación, otros coinciden en que existe una nueva fase de evolución y por ende posee un enfoque diferente.

Mientras las innovaciones y prácticas de la Web como la conocemos hoy en día, continúan evolucionando, siempre existirá un paso hacia adelante y no definitivo de su progreso. La folksonomía, el social bookmarking y otras más, siempre serán medios que estarán en constante crecimiento y en una tendencia hacia la conexión entre todas las comunidades sociales existentes en el planeta.

## Concepto de Redes Sociales

Una red social es una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos<sup>1</sup> en el cual los nodos representan individuos (a veces denominados *actores*) y las aristas relaciones entre ellos. Una red social es un mapa que describe las relaciones sociales entre individuos, considerando desde contactos entre simples conocidos hasta íntimos lazos familiares, ha emergido como una técnica clave en campos como la sociología, la antropología, geografía, psicología social, estudio de las comunicaciones, ciencia de la información, economía y la gestión de organizaciones e instituciones. Diferentes trabajos de investigación han comprobado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde el familiar hasta el de organizaciones internacionales, y juegan un papel clave a la hora de conocer cómo se resuelven los problemas, cómo se distribuye la información, cómo funcionan las organizaciones o instituciones, e incluso cual es el estatus de un individuo (posición, poder, etc.) dentro de una red y cual será el grado de éxito que puede alcanzar. Las relaciones pueden ser de distinto tipo como: valores, visiones, intercambios de ideas, financieros, amistad, transmisiones de enfermedades (epidemiología), o rutas aéreas.



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.

---

<sup>1</sup> En matemáticas y ciencias de la computación, un grafo es el objeto básico de estudio de la teoría de los grafos (<http://es.wikipedia.org/wiki/Grafos>). Un grafo es un conjunto de objetos llamados vértices o nodos unidos por enlaces llamados aristas (<http://es.wikipedia.org/wiki/Grafo>).

El análisis de redes sociales ha irrumpido en muchas ciencias sociales en los últimos veinte años como una nueva herramienta de análisis de realidad social. Al centrarse en las relaciones de los individuos (o grupos de individuos) y no en las características de los mismos (raza, edad, ingresos, educación,...) ha sido capaz de abordar algunos temas con un éxito insospechado. La difusión de información o el contagio de enfermedades son dos ejemplos de asuntos en los que la estructura de las relaciones puede llegar a ser más relevante que las características de los individuos, o por lo menos, información clave para conocer los procesos.

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.

## ***Historia del Origen***

Los precursores de las redes sociales a finales del 1800 incluyen a Émile Durkheim y a Ferdinand Tönnies. Tönnies discutió que los grupos sociales pueden existir como lazos sociales personales y lazos sociales directos en cualquier acoplamiento que compartan valores y creencia. Durkheim dio una explicación no-individualista de los hechos sociales argumentando que los fenómenos sociales cuando interactúan los individuos que obran recíprocamente, constituyen una realidad que se puede explicar no más en términos de características de agentes individuales. Él distinguió entre una sociedad tradicional - la “solidaridad mecánica” - que prevalece si son las diferencias individuales están minimizadas, y la sociedad moderna - la “solidaridad orgánica” - que desarrolla fuera de las diferencias de los individuos resultados de cooperación.

Georg Simmel, escribiendo a final del vigésimo siglo, era el primer erudito en pensar directamente en términos de redes sociales. Sus ensayos señalan a la interacción del tamaño de la red en la naturaleza y a la probabilidad de interacción de manera ramificada.

En las primeras décadas del vigésimo siglo, tres tradiciones principales en redes sociales aparecieron. En los años 30, una tradición trabajó en el análisis sociométrico de los pequeños grupos, J.L. Moreno tomaba el liderazgo en estudiar las salas de clase y grupos de trabajo. Un grupo de Harvard con W. Lloyd Warner y Elton Mayo exploró las relaciones interpersonales en el trabajo. En el 1950s-1960s, los antropólogos se encontraban centrados alrededor de la universidad de Manchester, tal como Gluckmann Radcliffe-Marrón, tal como A.R., J. Clyde Mitchell y Elizabeth Bott investigaron redes comunitarias en África meridional, la India y el Reino Unido.

En los años 60, Harrison White en la universidad de Harvard pudo combinar las diversas pistas y tradiciones. Mark Granovetter <sup>2</sup> y Barry Wellman <sup>3</sup> son ex-estudiantes de White que han elaborado y popularizado las redes sociales.

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. La teoría fue inicialmente propuesta en 1929 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en una corta historia llamada “Chains”. El concepto está basado en la idea que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de enlaces en la cadena, y sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.

Recogida también en el libro “Six Degrees: The Science of a Connected Age” del sociólogo Duncan Watts, y que asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan solo diez “saltos”.

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

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram ideó una nueva manera de probar la teoría, que él llamó “el problema del pequeño mundo”. Al azar seleccionó varias personas del medio oeste estadounidense para que enviaran tarjetas postales a un extraño situado en Massachusetts, situado a varios miles de millas de distancia. Los remitentes conocían el nombre del destinatario, su ocupación y la localización aproximada. Se les indicó que enviaran el paquete a una persona que ellos conocieran directamente y que pensarán que fuera la que más probabilidades tendría, de todos sus amigos, de conocer directamente al destinatario. Esta persona tendría que hacer lo mismo y así sucesivamente hasta que el paquete fuera entregado personalmente a su destinatario final.

Aunque los participantes esperaban que la cadena incluyera al menos cientos de intermediarios, la entrega de cada paquete solamente llevó, como promedio, entre cinco y siete intermediarios. Los descubrimientos de Milgram fueron publicados en “Psychology Today” e inspiraron la frase “*Seis grados de separación*”

De hecho, existe una patente en EEUU conocida como “Six Degrees Patent - Seis grados de separación”<sup>4</sup> por la que ya han pagado Tribe y LinkedIn. Hay otras muchas patentes

---

<sup>2</sup> Mark Granovetter es un sociólogo americano que ha creado algunas de las teorías más influyentes de la sociología moderna desde los años 70. Él es el más conocido por su trabajo en redes sociales y en la sociología económica, particularmente su teoría en la extensión de la información en una comunidad conocida como “La fuerza de los lazos débiles – The Strength of Weak Ties” (1973). ([http://en.wikipedia.org/wiki/Mark\\_Granovetter](http://en.wikipedia.org/wiki/Mark_Granovetter))

<sup>3</sup> Barry Wellman, profesor del Departamento de Sociología en la universidad de Toronto. Sus campos de investigación son sociología de la comunidad, el Internet, la interacción humano-computadora y estructura social. ([http://en.wikipedia.org/wiki/Barry\\_Wellman](http://en.wikipedia.org/wiki/Barry_Wellman))

que protegen la tecnología para automatizar la creación de redes y las aplicaciones relacionadas con éstas.

.

## ***Tipos existentes***

Para formar parte de las redes sociales los usuarios deben registrarse, casi siempre de manera gratuita, y después rellenar una serie de formularios con sus datos personales, foto, aficiones, etc. Normalmente basta con crear un perfil básico, y a partir de ahí los miembros pueden aportar toda la información sobre sí mismos que deseen para aumentar las posibilidades de encontrar personas afines.

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.

Por tanto, en el plano de la relación, los hay desde los que se mueven con el único interés de 'ligar', semejante a match<sup>5</sup> o meetic<sup>6</sup>, hasta los que tratan de fomentar relaciones profesionales, como eConozco<sup>7</sup>; los que parten de la iniciativa del usuario ("tú eres mi amigo, tú no") y los más analíticos, como Spoke<sup>8</sup>, con software capaz de organizar por su cuenta los contactos del correo electrónico.

Según José Luís Orihuela<sup>9</sup>, las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online ('software social'), operan en tres ámbitos, "las 3Cs", de forma cruzada:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos), como Comunidad de Bitácoras, Educ.ar Weblog, El Weblog de Portal Solidario o Exiliados.
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades), tales como Friendster, LinkedIn, Ryze, Tribe, Spoke o Orkut.
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos), como Bloggers Parliament, Bridges.org, NetAid, Wikipedia o Motivados.org.

---

<sup>4</sup> TECHNOLOGY & MEDIA: PATENTS; Idea for Online Networking Brings Two Entrepreneurs Together (<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9C0DE6D7103AF932A35751C1A9659C8B63>)

<sup>5</sup> <http://ussp.match.com/index.aspx?tcid=1093>

<sup>6</sup> <http://es.meetic.com/>

<sup>7</sup> <https://www.econozco.com/>

<sup>8</sup> <http://www.spoke.com/>

<sup>9</sup> Profesor universitario de la Universidad de Navarra, conferencista y consultor de comunicación (<http://mccd.udc.es/orihuela/jlo/>)

Según la naturaleza de las relaciones, se pueden dividir entre:

a) **diádicas** (sólo indican ausencia o existencia de la relación) o **valoradas** (en la que la cantidad de la relación pueda medirse en términos de orden o de peso como, por ejemplo, número de encuentros sexuales entre dos personas), o bien

b) **transitivas** (la relación en realidad es una unión entre actores que siempre es recíproca. Ejemplo: leemos el mismo blog habitualmente) o **dirigidas** (que el individuo A tenga relación con el individuo B no implica que B tenga esa misma relación con A, como, por ejemplo, prestar dinero).

A diferencia de estas herramientas de análisis, muchas compañías han desarrollado también software dirigido a promover relaciones entre internautas, ya sea con fines laborales, lúdicos o de cualquier tipo.

El origen de las redes sociales para como la conocemos hoy día 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 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de *círculos de amigos* en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como Friendster, Tribe.net, MySpace[1], Ecademy, Xing(openBC), Soflow y LinkedIn. Hay más de 200 sitios de redes sociales, aunque Friendster ha sido uno de los que mejor ha sabido emplear la técnica del *círculo de amigos*. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó Orkut el 22 de enero de 2004. Otros buscadores como KaZaZZ! y Yahoo crearon redes sociales en 2005.

El establecimiento combinado de contactos (*blended networking*) es una aproximación a la red social que combina elementos en línea y del mundo real para crear una mezcla. Una red social de personas es combinada si se establece mediante eventos cara a cara y una comunidad en línea. Los dos elementos de la mezcla se complementan el uno al otro. Vea también computación social.

Las redes sociales continúan avanzando en Internet a pasos agigantados, especialmente dentro de lo que se ha denominado Web 2.0. Y dentro de ellas, cabe destacar un nuevo fenómeno que pretende ayudar al usuario en sus compras en Internet: las Redes Sociales de Compras, como Shoomo. Las Redes Sociales de Compras tratan de convertirse en un lugar de consulta y compra. Un espacio en el que los usuarios pueden consultar todas las dudas que tienen sobre los productos en los que están interesados, leer opiniones y escribirlas, votar a sus productos favoritos, conocer gente con sus mismas aficiones y, por supuesto, comprar ese producto en las tiendas más importantes con un solo clic. Sitios como Shoomo.com son el presente del comercio online y el futuro de las compras sociales.

## **Website de Redes Sociales**

En *The social software weblog* han agrupado 380 sitios web en 10 categorías, estas categorías son: negocios, intereses comunes, citas, cara a cara, amigos, MoSoSo (Mobile Social Software), mascotas, fotos, y Redes Sociales Plus.

<http://socialsoftware.weblogsinc.com/2005/02/14/home-of-the-social-networking-services-meta-list/>

*QuickBase* también ha elaborado un completo cuadro sobre redes sociales en Internet; entre los diferentes intereses que posee la información están los siguientes: análisis, negocio, clasificados, citas, amistad, en persona, empleos, político, compañero de habitación, páginas amarillas.

<https://www.quickbase.com/db/9f72vfgx?a=q&qid=1>

Segun Christopher Allen en su artículo “Too Many Social Network Services”, el considera que el servicio de Redes Sociales perfecto seria:

Aquel que posea múltiples afiliaciones como LinkedIn, pero también permita presentar afiliaciones no profesionales. Permitiría que formara comunidades intencionales como Tribes.Net, pero también me permita hacer un Wiki además de un tablero del mensaje (message board). Permita realizar servicios de reunión/fiestas, invitara como eVite, y características de blogging como LiveJournal. Tendría un sistema del endoso como LinkedIn integrado no sólo con endosos profesionales, pero endosos personales también, y podrías incluso endosar a comunidades intencionales. Me dejaría mejorar el mapa y controlar mi red, ofreciéndole a diversos amigos diversos privilegios, y manejaría el lanzamiento de mi información personal como Ryse.

## **Asociaciones de profesionales y periódicos**

La “International Network for Social Network Análisis<sup>10</sup>” es la asociación profesional de análisis de redes sociales. Inició en 1977 por Barry Wellman en la Universidad de Toronto, ahora tiene más de 1,200 miembros y hasta hace poco tiempo fue dirigida por William Richards (Universidad de Simon Fraser).

---

<sup>10</sup> <http://www.insna.org/>

Hay varios periódicos, tales como: *Social Networks*<sup>11</sup>, *Connections*<sup>12</sup> y *Journal of Social Structure*<sup>13</sup>.

## **Software analítico de Redes Sociales**

Diversas herramientas de Redes Sociales orientadas para trabajos escolares se encuentran accesibles en línea, por ejemplo UCINet<sup>14</sup>, Pajek<sup>15</sup>, o R<sup>16</sup>. Son relativamente fáciles de utilizar presentar imágenes gráficas de redes. Los softwares comerciales se encuentran también disponible. Por ejemplos, InFlow<sup>17</sup> y NetMiner<sup>18</sup>. Un paquete de código abierto para el linux es el Networks Visualizer o SocNetV<sup>19</sup>.

---

<sup>11</sup> [http://www.elsevier.com/wps/find/journaldescription.cws\\_home/505596/description#description](http://www.elsevier.com/wps/find/journaldescription.cws_home/505596/description#description)

<sup>12</sup> <http://www.insna.org/indexConnect.html>

<sup>13</sup> <http://www.cmu.edu/joss/content/articles/volume1/Freeman.html>

<sup>14</sup> <http://www.analytictech.com/ucinet/ucinet.htm>

<sup>15</sup> <http://vlado.fmf.uni-lj.si/pub/networks/pajek/>

<sup>16</sup> <http://www.r-project.org/index.html>

<sup>17</sup> <http://www.orgnet.com/inflow3.html>

<sup>18</sup> [http://www.netminer.com/NetMiner/home\\_01.jsp](http://www.netminer.com/NetMiner/home_01.jsp)

<sup>19</sup> <http://socnetv.sourceforge.net/>

# Innovaciones Tecnológicas en Redes Sociales

## ***El sistema operativo social***

Desde hace un tiempo ha habido varios websites de Redes Sociales que han abierto sus plataformas para desarrolladores externos. Esta tendencia ha sido exhibida primeramente por Facebook, y está siendo abrazada por todos los servicios de Redes Sociales, tales como Plaxo, LinkedIn, Myspace y otros.

Si enfocamos hacia fuera y observamos esta actividad a distancia parece que hay una carrera en convertirse en el “Sistema Operativo Social” de la Web. Un sistema operativo social se pudo definir como sistema que prevé la gerencia y la facilitación sistemáticas de relaciones y de interacciones sociales humanas.

Se listarán algunas de las capacidades dominantes de un “sistema operativo social” ideal como:

- Administración de Identidad
  - Portabilidad de identidad abierta
  - Perfiles personales
  - Control de privacidad
- Administración de Relaciones
  - Directorio y servicios de búsqueda (búsqueda de personas para comunicarse)
  - Control de Spam
  - Conectividad social indirecta vía redes sociales
- Comunicación
  - Comunicación Persona a persona
    - Sincrónico (IM, VOIP)
    - Asincrónico (email, SMS)
  - Comunicación grupal
    - Sincrónico (conferencia)
    - Asincrónico (discusión de grupos)
- Distribución de contenido social
  - Publicación personal (blogging, home pages)
  - Distribución de contenido publico
- Coordinación Social
  - Administración de eventos (invitaciones, RSVP's)
  - Calendario
- Colaboración Social
  - Compartir archivos
  - Colaboración de documentos
  - Filtración colaborativa

- Sistema de recomendación
- Gerencia de conocimiento
- Administración de proyectos
- Flujo de trabajo
- Comercio
  - Publicidad clasificada
  - Subastas
  - Compras

### ***La tercera generación de la Web se aproxima***

La Web está incorporando una nueva fase de la evolución. Ha habido mucha discusión recientemente sobre como llamar esta nueva fase. Algunos preferirían no nombrarlo, mientras que otros sugieren continuar llamándola el “Web 2.0”. Sin embargo, esta nueva fase de la evolución tiene absolutamente un enfoque diferente a la Web 2.0 que ha de venir.

Juan Markoff<sup>20</sup> del *New York Times*, recientemente ha nombrado esta tercera generación de la Web, el “Web 3.0.” Esta sugerencia ha conducido a discusión dentro de la industria del Internet. Los que se unen a este movimiento del Web 2.0 han reaccionado demandando que tal término no está garantizado mientras que otros han respondido positivamente al término, observando que hay de hecho, una diferencia de característica entre la nueva etapa que viene del Web y lo que el Web 2.0 ha venido a representar.

El termino Web 2.0 nunca ha sido bien definido y aun hoy. Sin embargo, la mayoría de la gente en la industria del Web coincide en varios temas importantes, incluyendo AJAX, redes sociales, folksonomía, social bookmarking, y compartir los medios. Mientras que las innovaciones y prácticas del Web 2.0 continuarán evolucionando, no existe un paso final en la evolución de la Web.

Estamos comenzando a presenciar la convergencia de varias tendencias, tecnologías que se encuentran en crecimiento fuera del alcance de lo que realmente significa Web 2.0

---

<sup>20</sup> <http://communication.stanford.edu/faculty/markoff.html>

## ***Una Web más inteligente***

El umbral a la Web de la tercera generación será cruzado en el 2007. En este nuevo enfoque de innovación será realizado de adelante hacia atrás en los niveles de infraestructura para actualizar la Web. Este ciclo continuará por cinco a diez años, y dará lugar a que la Web se conecte de una manera más abierta y más inteligente. Transformará la Web, de ser elementos aislados y depósitos de contenido, a un ambiente más interoperable.

Debido a que el enfoque de la Web de la tercera generación es absolutamente diferente al de Web 2.0, esta nueva generación de Web merece probablemente su propio nombre. En armonía con la convención de nombramiento establecida etiquetando la segunda generación del Web como Web 2.0, esta tercera generación del Web podría ser llamada Web 3.0.

Una línea del tiempo y una definición más exacta pudiera ir como sigue:

Web 1.0. El Web 1.0 era la primera generación del Web. Durante esta fase el enfoque estaba sobre todo en la construcción del Web, haciéndolo accesible, y la comercialización de él por primera vez. Los campos de interés dominantes se centraron en protocolos tales como HTTP, los lenguajes estándares de programación tales como HTML y XML, acceso del Internet a través de los ISPs, los primeros browsers del Web, las plataformas y las herramientas de desarrollo del Web, el concepto de software tales como Java y Javascript, la creación de Web site, la comercialización de los modelos de negocio del Web, y el crecimiento de los portales en el Web.

Web 2.0. Según Wikipedia, el “Web 2.0, una frase acuñada por O’Reilly Media en 2004, refiere a una segunda generación supuesta de Internet – basado en servicio - tal como redes sociales, wikis, herramientas de comunicación, y la folksonomía- que acentúa la colaboración en línea y compartir entre usuarios.” También agregaría a esta definición otra tendencia que ha sido un factor importante en Web 2.0 la aparición del Internet móvil y de los dispositivos móviles (teléfonos con cámara fotográfica) como una nueva plataforma importante que conduce la adopción y el crecimiento de la Web, particularmente fuera de los Estados Unidos.

Web 3.0. Usando el mismo patrón que la definición antedicha de Wikipedia, el Web 3.0 se podía definir como: “Web 3.0, una frase acuñada por John Markoff del periódico New York Times en el 2006, se refiere a una supuesta tercera generación de los servicios del Internet – servicios basados en la colectividad que puede llamarse “Web inteligente” - tales como esos que usan la web semántica, los microformatos, búsqueda de lengua natural (natural language search), data-

mining, aprendizaje de máquina (machine learning, y tecnología de inteligencia artificial - que acentúan la comprensión de la información para proporcionar una experiencia más productiva y más intuitiva par el usuario.”

Existen realmente varias tendencias importantes en la tecnología que se encuentran en un nuevo nivel de madurez, las cuales se refuerzan mutuamente, y conducirán colectivamente al Web a la tercera generación; tendencias de las tecnologías que emergen:

### **Conectividad**

- Adopción de banda ancha
- Acceso móvil del Internet
- Dispositivos móviles

### **Redes de Computadoras**

- Software – servicios de modelos del negocio
- Interoperabilidad de los servicios Web
- Computar distribuido (P2P, grid computing, hospedaje "cloud computing" granja de servidores tales como Amazon S3)

### **Tecnologías Abiertas**

- Open APIs y protocolos
- Formatos de datos abiertos (Open data formats)
- Plataformas de Software de recursos abiertos (Open-source software platforms)
- Datos abiertos (Open data - Open Data License, etc.)

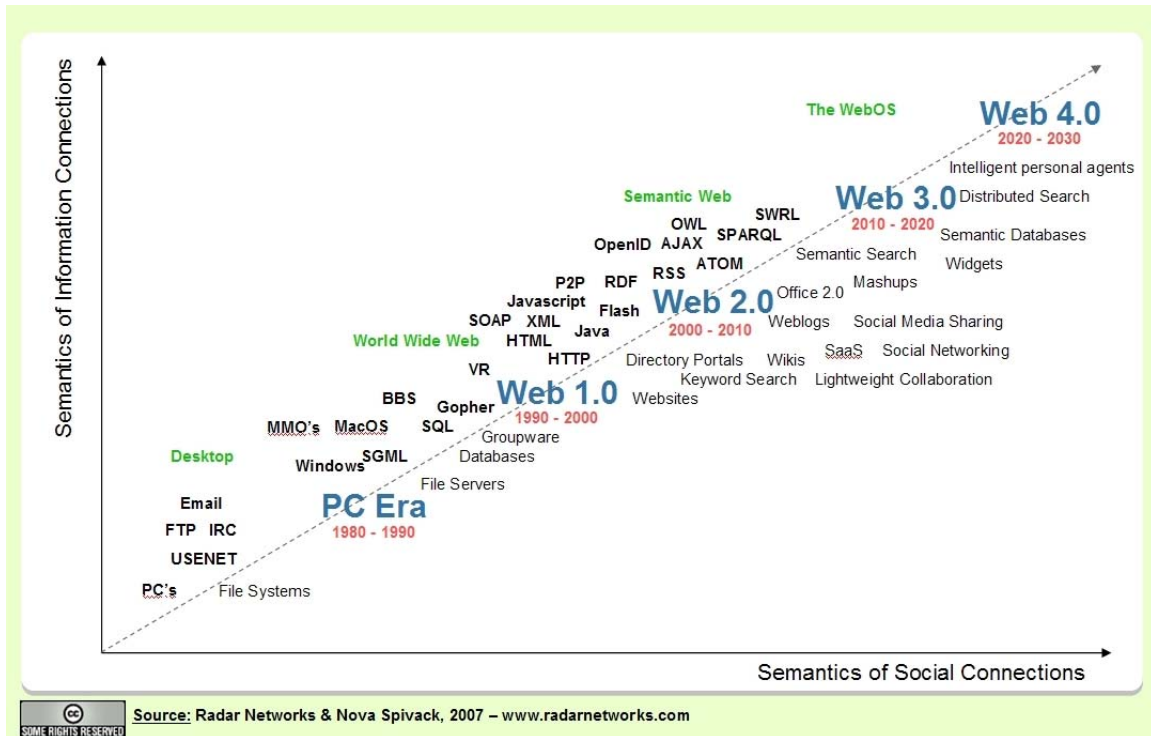
### **Identidades Abiertas**

- Identidad abierta (Open identity - OpenID)
- Recuperación abierta (Open reputation)
- Identidad portable (Portable identity) y datos personales (por ejemplo, la habilidad de utilizar tu cuenta de usuario y histórico de información de un servicio a otro)

### **Web Inteligente**

- Tecnología de Web Semántica (Semantic Web technologies -RDF, OWL, SWRL, SPARQL)
- Bases de datos distribuidas, permitiendo la interoperatividad de las tecnologías de Web Semántica

- Aplicaciones inteligentes (procesos de lenguaje natural, aprendizaje de maquina - machine learning, razonamiento de máquina - machine reasoning, agentes autónomos - autonomous agents)



## Desarrollo del Sistema Operativo de la Web (Web Operating System – WebOS)

### ***Tecnologías Emergentes***

Las capacidades tecnológicas que emergen distribuyen más extensamente el concepto de *hosting* y soportan un mayor ancho de banda en tiempo real.

### Redes Sociales punto a punto

Son aquellas redes sociales híbridas las cuales están basadas en la red; tecnologías de mensajería inmediata, conectividad punto a punto y compartir archivo, redes sociales de punto a punto, generalmente permiten que los usuarios compartan blogs, archivos

(especialmente fotografías) y los mensajes inmediatos. Algunos ejemplos son imeem, SpinXpress, Bouillon, Wirehog, y Souseek. También, Groove, WiredReach y Kerika tienen funcionalidades similares.

### Presencia Virtual

Visto extensamente, la presencia virtual significa estar presente vía las tecnologías intermedias, generalmente radio, teléfono, televisión, o el Internet. Además, puede denotar aspecto físico evidente, tal como voz, cara, y lenguaje corporal.

El término de *presencia virtual* denota presencia en las ubicaciones identificadas por los URLs en el World Wide Web. Se considera a las personas que están navegando un website que se encuentran virtualmente en la ubicación del web. La presencia virtual es un software social en el sentido que las personas se encuentran en la web por casualidad o intencionalmente.

### **RSS, agrega contenido y promoción**

La Red Social de medios (social media network) con capacidad de integrar el servicio de RSS ya es posible actualmente. Prometiendo proporcionar una solución, en un solo lugar, a la promoción de todos tus medios en línea.

Actualmente es posible tener una combinación de: blogs, podcaster, online video, Rss, social bookmarking, redes sociales (social networks) y noticias sociales (social news) en una misma plataforma.

*Genwi*<sup>21</sup> es una combinación ingeniosa de los servicios sociales existentes. Su foco central está en el soporte del establecimiento de una red social dedicado a compartir fácil y promover los medios en línea de RSS.

El punto principal del servicio que ofrecen es proveer una sola localización desde la cual puedas hojear noticias, blogs, podcasts y videos, suscribirte a las que te interesen, y recomendarlo a tus amistades de tu red social, así como a todos los usuarios de Genwi.

Actualmente promete ofrecer los mejores elementos de los Website como Digg, del.icio.us, MySpace y BlogBridge de una sola plataforma.

Contempla los siguientes elementos:

---

<sup>21</sup> <http://www.genwi.com/>

- Las *noticias sociales (social news)*, el usuario las organiza por popularidad tal como lo realiza *Digg*. Este nuevo servicio alinea las noticias, podcasts, videos, entradas de blog y RSS, como los usuarios elijan compartirlos con sus amigos
- El social bookmarking de *del.icio.us* hace fácil compartir rápidamente tus recomendaciones personales del website con el mundo. El nuevo servicio se centra en marcar con etiqueta y compartirlo rápidamente.
- La red social (social networking) de *MySpace*, se popularizó por el hecho de que los usuarios pueden visitar las páginas personalizadas de los demás, enviando mensajes, haciendo amigos y promoviendo música o videos del interés personal. Este nuevo servicio esta centrado con funcionalidades similares.
- Las recomendaciones de RSS de *BlogBridge*, mientras que *BlogBridge* hace fácil conseguir recomendaciones personales de alguno de los mejores RSS en la web, así este nuevo servicio comparte y promueve los RSS de contenido.

## **VOIP para las Redes Sociales**

El *Jangl*<sup>22</sup> es una nueva plataforma para llamar entre las gente que no desean compartir su número telefónico, pero también entre la gente que no conoce el número de uno del otro y que no esta esperando llamada.

Los usuarios de *Jangl* pueden llamar a cualquier persona con la dirección de e-mail. Llenas un formulario en el website de *Jangl* con tu propio número telefónico y cuenta de e-mail, y obtienes un número local para realizar las llamadas. Cuando llamas al número, registrarás cualquier mensaje que desees. Una conexión al mensaje grabado será enviado al e-mail de la persona que estas llamando y de esta manera no revelas tu número telefónico verdadero.

## **El futuro de las Redes Sociales – Comunicaciones**

Hay otro aspecto crítico del establecimiento de una red social, que comienzan a incorporarlo en su próxima etapa de desarrollo evolutivo; es la capa de comunicación.

Una de las innovaciones más grandes de *MySpace* la cual es muy simple, la “pared - wall”. La pared es el área de la mensajería de una página del perfil de usuario, donde

---

<sup>22</sup> <http://www.jangl.com>

cualquier “amigo” del usuario puede fijar comentarios. La pared no es nada más que un tablón de anuncios común. Sin embargo, la previsión del tablón de anuncios permite la comunicación entre las personas de la red social, centrada todo en el perfil del individuo.

Las redes sociales, se están convirtiendo rápidamente en los portales de la próxima generación, deben poner alta prioridad estratégica en su funcionalidad de las comunicaciones si desean continuar con un tráfico de crecimiento y la retención de los usuarios. Es por lo cual MySpace ha agregado los servicios de e-mail, mensajería instantánea, servicios de blogs, como empleos, video, libros y tienda de música.

En una nueva fase de MySpace esta experimentando con un servicio de anuncios personalizados. La empresa “Fox Interactive Media” ha diseñado un algoritmo que analiza el perfil de los usuarios clasificándolos en 10 categorías que representan los intereses primarios, como deportes, moda, finanzas, video juegos, auto y salud.

El algoritmo hace su análisis en ciertas palabras claves del perfil, a la vez que revisa a que grupo pertenece, quienes son sus amigos, sus edades y sexo y qué anuncios ha respondido en el pasado. El sistema genera un balance de lo que el usuario dice, hace y que dicen que él hace.

## ***Empresas que desarrollan entornos de Redes Sociales***

Existen diversas empresas que se especializan en la creación de Redes Sociales, desde aquellas que te permiten crear tus propios ambientes utilizando los Sistemas Operativos Sociales y las que ofrecen soluciones hechas a las medidas o softwares empaquetados.

El weblog *TechCrunch* se dedica a los nuevos productos y compañías del Internet, y ha creado su evaluación de las empresas que desarrollan ambiente de Redes Sociales.

Según las investigaciones que ellos realizaron en este ámbito, han encontrado que actualmente existe una demanda bastante alta por los servicios de redes sociales, sin importar la orientación de la institución, tales como: empresas medianas, instituciones educacionales y corporaciones. Alguna de estas empresas o instituciones que utilizan estos servicios son: Reuters, Campbells Soup, Harvard Business School, Citrix, Oracle, HP, Microsoft, Fortune, Cingular, Comcast, Land Rover, American Express, ABC News, ESPN, y HotMomsClub.

Mientras que todas estas compañías proporcionan funcionalidad en sus redes social, se distinguen de varias maneras. *AlstraSoft, Blogtronix, Boonex, Broadband Mechanics, DZOIC, phpFox, PHPizabi, Telligent, Web Scribble Solutions, y Webligo* son la minoría

que proporcionan soluciones de *non-hosted*(aunque *Blogtronix* y *Broadbswand Mechanics* proporcionan software como servicio).

Algunas de ellas, tales como *Croad Factory*, *Prospero*, y *Neighborhood America* mayormente se concentran en proporcionar sus servicios a compañías medianas. *Affinity Circles* proporcionan soluciones sociales en áreas específicas tales como redes de alumnos y asociaciones comerciales. *SelectMinds* construye exclusivamente las redes privadas para los empleados de corporaciones.

Algunos proporcionan características únicas no encontradas en el promedio de las redes sociales. *Lverage* y *introNetworks* ambas tienen llamativas características similares de visualización que permiten a su miembros de la red localizar fácilmente a otros miembros que compartan sus gustos e intereses. *DZOIC's Handshakes Professional* permite que los miembros guarden sus búsquedas y sean notificados cuando los nuevos miembros cumplan sus criterios de búsqueda. *ThePort*, que ha estado desde el 1999 esta centrado en crear nichos de comunidades, se distingue por el hecho de integrar sus redes sociales con sus propios servicios de la página de agregación.

La información en el listado fue compilada por la información proporcionada directamente de las compañías hasta Agosto del 2007. Cubre soluciones sociales downloadables y soluciones de redes sociales a requerimiento

Listado de empresas de soluciones de Redes Sociales:

Affinity Circles	Neighborhood America
AltraSoft	Omnifuse
Awareness	Pringo Networks
Blogtronix	Prospero Technologies
BoonEx	SelectMinds
Broadband Mechanics	Small World Labs
Converdge	Social Platform
Crowd Factory	Sparta Social Networks
DZOIC	Telligent Systems
Golightly	ThePort Network, Inc.
introNetworks	VMIX Media
Kwiqq	Web Crossing
Lverage Software	Web Scribble Solutions
Lithium Technologies	Weblogo
LiveWorld	

*Información detallada de las mismas en el siguiente link:*

[http://www.techcrunch.com/wp-content/white\\_label\\_social\\_networking\\_solutions\\_chart2.html](http://www.techcrunch.com/wp-content/white_label_social_networking_solutions_chart2.html)

## Conclusión

La presencia virtual significa estar presente vía las tecnologías intermedias, generalmente radio, teléfono, televisión, o el Internet. La Red Social de medios ha prometido proporcionar una solución, en un mismo punto, con la integración de todos los medios en línea.

Esta manifestación está emparentada a lo que expresó Christopher Allen sobre el servicio de Redes Sociales que tiene que cumplir con ciertos requisitos para hacerla más eficaz. Entre estas citó que posea múltiples afiliaciones, que permita presentar afiliaciones no profesionales, formar comunidades intencionales, realizar servicios de reunión/fiestas, mejorar el mapa y controlar su red, ofreciéndole a diversos amigos diversos privilegios.

No es de dudar que las Redes Sociales están penetrando cada vez dentro de las necesidades del Internet y se están convirtiendo en partes que ayudan al usuario en sus compras por la red. Las Redes Sociales de Compras tratan de convertirse en un lugar de consulta y compra.

Dentro de este espacio el usuario puede consultar hacer consultas, leer opiniones votar a sus productos favoritos, conocer gente con sus mismas aficiones y, una vez que tenga toda la información necesaria, hacer la compra de lugar. De esta manera este fenómeno se convertirá en el futuro de las compras sociales a través de la Red.

Cada vez las demandas por esta tendencia es bastante alta y sin importar la orientación de la institución, ya sean éstas empresas medianas, instituciones educaciones y corporaciones, la facilidad que otorga es una de sus grandes ventajas que la mantendrá en constante evolución.

Esto, por igual, dará lugar a que la Web se conecte de una manera más abierta, plural y reconociendo su efectividad en todos los órdenes de las relaciones humanas, ya sean éstas personales, corporativas o de una amplitud social que permita una mayor integración.

La transformación de la Web, de elementos aislados y depósitos de contenido, a un ambiente más activo e interactivo, es lo que creará nuevos niveles insospechados de respuestas a un asunto básico de toda sociedad: la comunicación.

## Internetgrafía

Orihuela, Jose Luis. “APUNTES SOBRE REDES SOCIALES”. Blog – eCuaderno. 19 de Julio del 2005. Disponible en World Wide Web: < <http://www.ecuaderno.com/2005/07/19/apuntes-sobre-redes-sociales/> >

“RED SOCIAL”, Wikimedia Foundation, Inc.. 20 de Septiembre del 2007. Disponible en World Wide Web: < [http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social) >

“¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES VIRTUALES?”. Universidad de de Santiago de Compostela (Departamento de Electrónica y Computación), Chile. Disponible en World Wide Web: < <http://www-gsi.dec.usc.es/nti05/nti05/socialNetworks.html> >

“REDES SOCIALES EN INTERNET”. Fundación Eroski, 19 de julio de 2004. Disponible en World Wide Web: < <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2004/07/19/106015.php> >

Allen , Christopher. “TOO MANY SOCIAL NETWORK SERVICES”. Blog - Life With Alacrity, 30 de Junio de 2004. Disponible en World Wide Web: < [http://www.lifewithalacrity.com/2004/01/too\\_many\\_social.html](http://www.lifewithalacrity.com/2004/01/too_many_social.html) >

Good, Robin. “SOCIAL MEDIA NETWORKING MEETS RSS CONTENT AGGREGATION AND PROMOTION: GENWI”. Master New Media. 20 de Marzo del 2007. Disponible en World Wide Web: < [http://www.masternewmedia.org/news/2007/03/20/social\\_media\\_networking\\_meets\\_rss.htm](http://www.masternewmedia.org/news/2007/03/20/social_media_networking_meets_rss.htm) >

Fogliata, Tiziano. “VOIP FOR SOCIAL NETWORKS”. Blog – Tiziano, 23 de Mayo del 2007. Disponible en World Wide Web: < <http://tiziano.wordpress.com/2007/05/23/voip-for-social-networks/> >

Hendrickson, Mark. “34 MORE WAYS TO BUILD YOUR OWN SOCIAL NETWORK”. Weblog - TechCrunch 14 de Agosto del 2007. Disponible en World Wide Web: < <http://www.techcrunch.com/2007/08/14/34-more-ways-to-build-your-own-social-network/> >

Spivack, Nova. “THE SEMANTIC WEB, COLLECTIVE INTELLIGENCE AND HYPERDATA”. 18 de Septiembre del 2007. Disponible en World Wide Web: < [http://novaspivack.typepad.com/nova\\_spivacks\\_weblog/social\\_networks/index.html](http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog/social_networks/index.html) >

Spivack, Nova. “THE THIRD-GENERATION WEB IS COMING”. 17 de Diciembre del 2006. Disponible en World Wide Web: < <http://www.kurzweilai.net/meme/frame.html?main=/articles/art0689.html> >

Spivack, Nova. "HOW THE WEBOS EVOLVES?". 9 de Febrero del 2007. Disponible en World Wide Web: <  
[http://novaspivack.typepad.com/nova\\_spivacks\\_weblog/2007/02/steps\\_towards\\_a.html](http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog/2007/02/steps_towards_a.html) >

Young, Robert. "THE FUTURE OF SOCIAL NETWORKS – COMMUNICATION". GigaOmniMedia, Inc. 9 de Octubre del 2006. Disponible en World Wide Web: <  
<http://gigaom.com/2006/10/09/the-future-of-social-networks-communication/> >

Olsen, Stefanie. "SOCIAL NETWORKS--FUTURE PORTAL OR FAD?". CNET News.com, 14 de Junio del 2006. Disponible en World Wide Web: <  
[http://news.com.com/2100-1038\\_3-6083546.html?part=rss&tag=6083546&subj=news](http://news.com.com/2100-1038_3-6083546.html?part=rss&tag=6083546&subj=news) >