

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio Politécnico

Análisis de redes sociales: Riesgos y beneficios.

Francisco Daniel Endara Daza

Ing. Fausto Pasmay., Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de Ingeniería
en Sistemas

Quito, Noviembre 2012

**Universidad San Francisco de Quito
Colegio Politécnico**

HOJA DE APROBACION DE TESIS

Análisis de Redes Sociales: Riesgos y Beneficios

Francisco Daniel Endara Daza

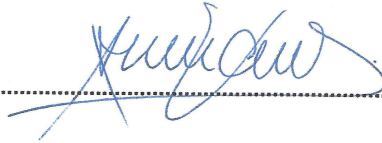
Fausto Pasmay, MSc
Director de Tesis



Luis Miguel Prócel, MSc
Miembro del Comité de Tesis



Kimena Córdoba, PhD
Decana de la Escuela de Ingeniería
Colegio Politécnico



Quito, noviembre 2012

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: 

Nombre: Francisco Daniel Endara Daza.

C. I.: 1716663701

Fecha: Noviembre 2012

Esta tesis la dedico a mi madre por su apoyo, abnegación y cariño.

Resumen.

Las redes sociales hoy en día han experimentado un boom en cuanto a su crecimiento, beneficios económicos para sus creadores, utilidad y como medio de comunicación para los usuarios. Entre las más conocidas en Latinoamérica se encuentran Hi5 y Facebook¹, siendo esta última la que mayor éxito ha logrado a nivel mundial, en cuanto a su crecimiento no solo económico sino por el número de usuarios que ha logrado aglutinar (alrededor de doscientos millones).

La ventaja que brindan dichas redes es indiscutible, pues aumenta la facilidad para encontrar y relacionarse con otras personas vía Web, permite la difusión rápida de contenidos según el interés de cada grupo de usuarios.

A continuación haremos un breve recorrido por el mundo de las redes sociales, empezando por conocer su historia, su potencial económico sus oportunidades y ventajas; riesgos y beneficios. Se presentará una información general respecto al mundo de las redes sociales, comprenderemos su funcionamiento para sacarle un mayor provecho a las capacidades de comunicación que ofrecen, entenderemos como mejorar la seguridad de los usuarios así como también las soluciones ante los riesgos que puedan derivarse de la aplicación de la Web a las relaciones sociales.

Diseñaremos además un modelo de ejemplo de una red social, con características básicas, dirigido a estudiantes adolescentes y universitarios, con el fin de explorar directamente en las mencionadas redes, así como observar el potencial de crecimiento a futuro de las mismas.

Abstract.

Social networks today have experienced a boom in their growth, economic benefits for their creators, utility and as a means of communication for users. Among the best known in Latin America include Hi5 and Facebook, the latter being the most successful has been achieved globally, in terms of not only economic growth but by the number of users who have succeeded in bringing together (about two hundred million).

The advantage offered by these networks is undeniable, it increases the ease of finding and interacting with others via the Web, allows the rapid dissemination of content in the interest of each user group. What follows is a brief overview of the social networking world, beginning to know its history, its economic potential opportunities and benefits, risks and benefits. It will present an overview about the social networking world, understand its operation to get more out of the communication capabilities offered, understand and improve the safety of users as well as solutions to the risks arising from the Web application to social relations.

Also will design a model example of a social network, with basic features, aimed at teenagers and college students, in order to explore directly with the aforementioned network and see the potential for future growth of the same.

Tabla de Contenido.

Índice de Figuras.....	9
Índice de Tablas.....	9
1. Redes Sociales. Introducción.....	11
1.1 Definiciones de red social. ¿Qué es una red social?	11
1.2 Evolución Histórica de las redes sociales.....	12
1.3 Datos de algunas redes sociales en Internet.....	14
1.4 Perfil de Usuario.....	18
1.5 Características comunes en las redes sociales en Internet	22
1.6 Conceptos detrás de las redes sociales en Internet.....	24
1.7 El Caso de Facebook	26
1.5.1 Población ecuatoriana que usa Facebook.....	27
CAPÍTULO 2. Riesgos de las Redes Sociales.....	29
2.1 Dependencia	30
2.2 Acoso.....	32
2.3 Abuso de menores	34
2.4 Juicios, despidos, divorcios	36
2.5 Influencias Político Sociales.....	39
2.6 Las redes sociales como instrumentos de información y previsión de eventos	42
CAPÍTULO 3: Proyecciones	45
3.1 Proyección Económica	45
3.2 Proyección empresarial.....	52
3.3 Proyección en la política.....	54
3.4 Proyección en lo social	56
CAPÍTULO 4. Conclusiones.....	57
4.1 Análisis y conclusiones de la Red Social Colegius.com.....	57
4.1.1 Crecimiento Colegius.com	57
4.2 Ingresos económicos en la red social colegius.com.....	58
4.3 Alcance de los anuncios	59
4.3.1 Receptividad de un anuncio de clases para estudiantes	59
4.4 Publicidad e ingresos en Colegius.com.....	60
4.5 Conclusiones Generales	61
ANEXO 1: Presentación de un modelo de red social	66
A.1 Colegius.com.....	67
A.1.1 Casos de Uso de la Red Social basada en la Web.....	68
B. Descripción del Prototipo.	69
B.1 Diseño de la interfaz.....	69
B.1.1 Descripción de componentes	69
B.2 Detalles Técnicos	71
ANEXO 2: Manual de usuario	77
BIBLIOGRAFÍA:.....	82

Índice de Figuras.

Fig. No. 1. Usuarios de redes sociales.....	15
Fig. No. 2. Ejemplo de Perfil de Ejemplo de perfil de Facebook Junio 2012	19
Fig. No. 3. Ejemplo de Perfil en Google+ . Junio 2012.....	20
Fig. No. 4. Ejemplo de listas o “círculos” de amigos en Google+. Junio 2012	21
Fig. No. 5. Ejemplo de listas de amigos en Facebook. Junio 2012	21
Fig. No. 6. Características Comunes en la mayoría de de una redes sociales.....	23
Arriba: Facebook, en medio: Hi5, abajo Google+. Junio 2012.....	23
Fig. No. 7. Gráfico de Ventana de Hari	25
Fig. No.8 Usuarios de Facebook en Ecuador, menores a 36 años. Datos obtenidos de Facebook.com. Junio 2012	27
Tabla No.1: Número total de usuarios ecuatorianos de Facebook, menores a 36 años.....	28
Tabla No. 2: Número total de usuarios ecuatorianos de Facebook, entre los 13 a 18 años.	28
Tabla No.3 Datos de cyber acoso en algunos países.	34
Fig. No. 9 Ejemplo de cómo denunciar contenido inapropiado en Facebook. Mayo 2012	36
Tabla No 5.. Comparativa de Fans en páginas de algunas compañías	46
Tabla No.6. Comparativa de crecimiento de los primeros 50 millones de usuarios de redes sociales	47
Tabla No.7. Porcentaje proyectado del total de ingresos en redes sociales por publicidad para Facebook	47
Tabla No.8 Porcentaje proyectado del total de ingresos en redes sociales por publicidad para Twitter	47
Fig. No 10. Evolución de las acciones de Groupon en la bolsa. Último año.....	49
Fig. No. 11. Evolución de Zynga en la bolsa.	49
Fig. No. 12. Evolución de acciones de Facebook en la bolsa.....	50
Fig. No. 13. Evolución de LinkedIn en la bolsa.....	51
<i>Fig No 14 Anuncios publicitados para estudiantes que necesitan ayuda en sus materias.....</i>	<i>59</i>
<i>Fig. No. A1 Diagrama de Casos de Uso</i>	<i>68</i>
<i>Fig. No 1 Subir una foto de perfil a Colegius.com</i>	<i>78</i>
<i>Fig. No. 33 Editar perfil de Usuario Colegius.com.....</i>	<i>79</i>
<i>Fig. No. 2 Opciones de Amistad en Colegius.com</i>	<i>79</i>
<i>Fig. No. 3 Enviar un mail en Colegius.com</i>	<i>80</i>
<i>Fig. No. 4 Enviar y recibir mails en Colegius.com</i>	<i>81</i>

Índice de Tablas

Tabla No.1: Número total de usuarios ecuatorianos de Facebook, menores a 36 años.....	28
Tabla No. 2: Número total de usuarios ecuatorianos de Facebook, entre los 13 a 18 años.	28
Tabla No.3 Datos de cyber acoso en algunos países.	34
Tabla No 5.. Comparativa de Fans en páginas de algunas compañías	46

Tabla No.6. Comparativa de crecimiento de los primeros 50 millones de usuarios de redes sociales	47
Tabla No.7. Porcentaje proyectado del total de ingresos en redes sociales por publicidad para Facebook	47
Tabla No.8 Porcentaje proyectado del total de ingresos en redes sociales por publicidad para Twitter	47

1. Redes Sociales. Introducción.

1.1 Definiciones de red social. ¿Qué es una red social?

Una red social es una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas relaciones entre ellos. “Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.”²

En el mismo sentido, una red social en Internet sería un espacio en el que se genera cualquier tipo de interacción social mediante identidades digitales conocidas como usuarios.³

En una red social basada en Internet, los nodos representan a los individuos que están interconectados vía Web. Los individuos en esta red social basada en Internet pueden básicamente:

- 1) Construir un perfil público o semi público.
- 2) Construir una lista de usuarios de la red con quienes tienen alguna relación.
- 3) Ver y navegar a través de la lista de usuarios que se encuentran dentro de la red, entendiéndose que la naturaleza y nomenclatura de las conexiones puede variar de una red a otra.⁴

Actualmente son cada vez más el número de redes que integran comunicación por móvil y el compartir fotos, música y video.

El ánimo inicial de cada usuario en estas redes es establecer contacto con gente conocida, amigos, familiares, ex compañeros y compañeros de trabajo, de

actividades o allegada a ellos. Sin embargo este alcance puede irse extendiendo a establecer conexiones con los amigos de los amigos y desconocidos ya sea por el simple gusto de un perfil de usuario o de tener y compartir intereses afines (racial, sexual, religioso, político, identidad nacional, beneficencia, arte, asistencia a espectáculos, diversión, viajes y turismo, etc.).

Se puede entender a las redes sociales en Internet como un grupo de medios de comunicación que permiten la participación de los distintos usuarios interesados respecto de las publicaciones que se realizan, lo que a su vez desemboca en una conversación bidireccional entre ellos. Así mismo estas redes permiten la creación de comunidades donde los usuarios de temas afines comparten sus intereses.⁵

1.2 Evolución Histórica de las redes sociales.

El punto inicial de desarrollo de las redes sociales en Internet está basado en la teoría de seis grados de separación, que fue propuesta en 1929 por Frigyes Karinthy escritor húngaro. Esta teoría indica que toda persona en el planeta se encontraría conectada con otra solamente a una distancia de seis personas.⁶

Uno de los sitios en Internet que dio inicio a las redes sociales fue classmates.com de Randy Conrado en el año 1995 con la idea de poner en contacto a las personas que habían sido compañeros en el colegio, escuela o universidad de manera que incluso se pudiese buscar y re-encontrar a compañeros que se habían separado por muchos años.⁷

Inicialmente classmates.com era mas bien un listado, o un directorio de estudiantes afiliados. Por su parte AIM, por ejemplo, también permitía colocar un listado de amigos del usuario, sin que los amigos de los amigos sean accesibles. Normalmente los sitios de Internet para búsqueda de pareja, o de citas ya permitían colocar un resumen de las características de la persona a manera de perfil, lo mismo ocurría para el caso de sitios de comunidades de intereses afines.

Sin embargo hasta el año 1997 con el aparecimiento de sixdegrees.com es que se unen todas éstas características, lo cual atrajo a millones de usuarios, sin embargo al no ser manejado de manera comercial tuvo que cerrar sus actividades ya para el año 2.000. Para el año 2001 empezaron a surgir algunas variantes en lo que a redes sociales respecta. Es así que aparecen redes orientadas a los negocios y al mundo de profesionales, como son: LinkedIn y Friendster.

De esta manera empezaron a aparecer distintos sitios en Internet que empiezan a establecer el concepto de “red de amigos”, entre los cuales tenemos: Friendster, Soflow, Tribe.net, MySpace, Ecademy. Así también aparecieron redes como: LinkedIn, Visible Path, and Xing, dedicadas a profesionales de negocios.⁸

Para el caso de MySpace es interesante notar que acaparó con la atención de un número bastante importante de adolescentes⁹ que se unieron a su red para el año 2004. Esto atrajo la atención de muchos medios hacia el fenómeno de las

redes sociales, e incluso, según la BBC, permitió a MySpace ser vendida por un valor de 580 millones de dólares a la empresa News Corporation en el año 2005.¹⁰

Para el año 2004 Google Lanza la red social denominada Orkut que se vuelve sumamente popular en Brasil de donde provienen el 70% de sus usuarios ¹¹.

El concepto de adhesión a cada red social está basado en el hecho de que cada usuario enviaría una invitación a cada uno de sus contactos de email y éstos a su vez repiten este proceso, experimentando un proceso de crecimiento exponencial.

1.3 Datos de algunas redes sociales en Internet.

Muchas redes sociales empezaron sin la intención de serlo, es decir, evolucionaron con el tiempo. Así por ejemplo tenemos al foro de discusión coreano Cyworld.com ¹² en donde los miembros entablan relaciones usando tableros de anuncios, galerías de fotos o video. Los miembros de esta red social poseen pequeños espacios virtuales parecidos a un departamento, que lo pueden decorar. CyWorld pueden comprar bienes y aplicaciones virtuales. Para el año 2007,, Cyworld contaba con 21 millones de usuarios. Para el año 2009 cuenta con 7 millones de suscriptores chinos y 450 mil suscriptores vietnamitas.

13

Otro ejemplo lo tenemos en Skyblog¹⁴ un servicio de blogs francés que fue agregando características de red social llamándose luego Skyrock.com. De

forma similar ocurrió con sitios de comunidades étnicas como BlackPlanet y MiGente.¹⁵

Para marzo del 2010 se contabilizaba alrededor de 940 millones de usuarios de las redes sociales¹⁶ donde el 80% de esos usuarios son de Facebook y se prevee un crecimiento de dos mil millones de usuarios para el año 2016¹⁷.

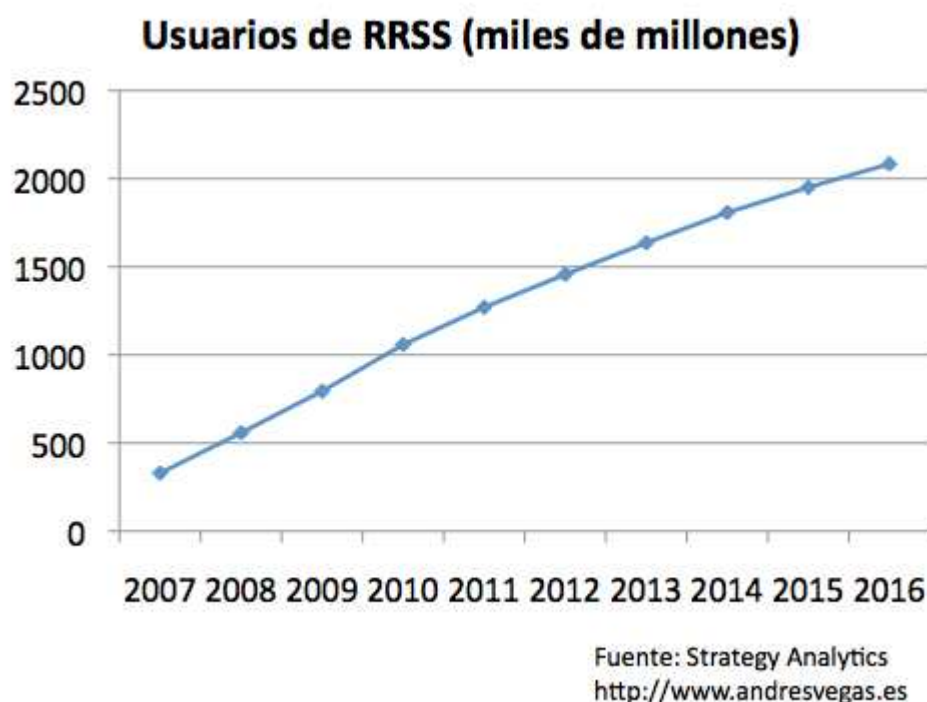


Fig. No. 1. Usuarios de redes sociales¹⁸

Las estadísticas demuestran el crecimiento de las redes sociales de Internet. Así por ejemplo en España el 75% de los usuarios de Internet usan redes sociales. Francia y Alemania ocupan el tercero y cuarto puesto en cuanto a uso de estas redes, seguido por España en el quinto puesto.¹⁹

Pero no solo existen redes sociales para personas. También existen redes sociales para animales donde son sus propietarios quienes manejan el perfil de su mascota. Por ejemplo la red social para perros dogster.com, con un total de 358.735 miembros; o de gatos, catster.com, con un total de miembros (gatos) 15.278, de los cuales 1598 están buscando ser adoptados hasta enero 2008 (últimos datos conocidos).²⁰ Para el año 2010 Catster y Dogster tenían más de un millón de usuarios registrados.²¹

Otras redes sociales como LinkedIn que es una comunidad para buscar relaciones de trabajo y/o negocios tiene aproximadamente 150 millones de usuarios. Twitter, una red de microblogging cuenta con 500 millones de usuarios registrados, en donde una persona puede “seguir” los “tuits” que le interesan, pudiendo ser de noticias, farándula, chistes y una infinidad de temas más. En China, la red social con más usuarios es Qzone, con 500 millones de usuarios aproximadamente.²²

Así mismo, la recientemente lanzada red social de Google: Google+, la cual habría superado los 100 millones de usuarios.²³

Recientemente, en Ecuador se ha lanzado Waze, que si bien es cierto es una aplicación de posicionamiento y permite conocer el estado de tráfico en cada ciudad. Esta aplicación permite una interacción entre usuarios, en el sentido de que se puede compartir el estado de las vías de cada ciudad, creándose pequeñas comunidades que notifican y comparten estados sobre las rutas

recorridas. Waze, para el año 2010 contaba con 150 mil usuarios en América Latina y 1.5 millones a nivel mundial.²⁴

A las redes sociales ya existentes se siguen sumando nuevas redes con propósitos o temas definidos algunos ejemplos de esto son:

Matchdream: Se la puede definir como un diario de sueños donde los usuarios comparten sus sueños y buscan proporcionarles un significado según la opinión de otros usuarios o según el diccionario proporcionado en la red.

Mymicrobes: Es un proyecto elaborado por la Unión Europea que conecta a gente que sufre bacterias intestinales. En esta red social se proporcionan remedios, consejos, dietas o experiencias.

Path: Esta red social permite solo agregar a un máximo de 150 amigos, con el fin de que se establezca en la red de cada usuario únicamente contacto con sus relaciones más cercanas.

Intellect Connect: Esta red social busca concentrar sus usuarios en base a temas de debate, filosóficas o intelectuales, carece de lo que se pudiera considerar “superficialidad” en Facebook como juegos y otras aplicaciones.

Vampirefreaks: Una red social cuyo target son las personas que gustan de vampiros, góticos o emos, al momento cuenta con más de millón y medio de usuarios.

Line for Heaven: En esta red social puede entrar cualquier persona que tenga interés especial en la religión. Aquí se puede confesar los pecados, escribir sobre

las buenas obras realizadas a la vez que los otros usuarios podrán enviar sus bendiciones o desear buen karma, todo con el fin de acercarse más a Dios.

Red Karaoke: Aquí los usuarios, amantes del karaoke, pueden subir sus videos para que sean puntuados y comentados por el resto de la comunidad.

1.4 Perfil de Usuario

Las redes sociales constan de distintas características acorde al diseño y motivo por el cual fueron diseñadas. Sin embargo, su estructura principal está dada en base del perfil de usuario que muestra principalmente un listado de amigos que también están registrados en la red social, con un link al respectivo perfil.

Parte de este perfil está dado por una serie de datos que el usuario va colocando en el proceso de registrarse en la red. Los datos solicitados más usuales son: nombre, edad, o fecha de nacimiento, país y ciudad de localización, sexo, estado civil, color de ojos, cabello, estatura, teléfonos, email. Incluso es normal que estos sitios animen al usuario a subir una o varias fotos. Seguido de lo cual también pueden solicitarse datos como intereses: música, películas, libros favoritos, características de la personalidad, lugares y comidas preferidas, etc. Todo esto dependiendo de la red social.

Por ejemplo el perfil de Facebook (Ver figura siguiente) muestra datos como la fecha de nacimiento, la ciudad de residencia, películas favoritas, estado civil, mail.

The image shows a screenshot of a Facebook profile for Paulina Anda Granda. The profile includes a cover photo of her in a white dress, a profile picture, and a bio. The bio states she is a designer at Makiatto By Paulina, studied at the Istituto di Moda Burgo in Milan, Italy, lives in Quito, and has a relationship with Pablo Silva Puer... She was born on November 10, 1976. The 'Formación y empleo' section lists her work at Makiatto By Paulina (Designer in Quito) and her education at the Istituto di Moda Burgo Milan (Designer of Footwear) and Universidad Internacional del Ecuador (Marketing and Management, Quito). Other institutions listed include English College in Talagante, Chile.

Paulina Anda Granda
 Diseñadora en Makiatto By Paulina · Estudió en Instituto di Moda Burgo Milan italia · Vive en Quito · Tiene una relación con Pablo Silva Puer... · De Quito · Nació el 10 de noviembre de 1976

Formación y empleo

Empresas

- Makiatto By Paulina**
Diseñadora · Quito

Centro de estudios de postgrado

- Instituto di Moda Burgo Milan italia**
Designer Di Calzature

Universidad

- Universidad Internacional del Ecuador**
Promoción del 2000 · Marketing and Management · Quito

Instituto

- English College**
Talagante, Region Metropolitana, Chile

Amigos (5246)

- Makiatto Rio Coca

Fig. No. 2. Ejemplo de Perfil de Ejemplo de perfil de Facebook Junio 2012

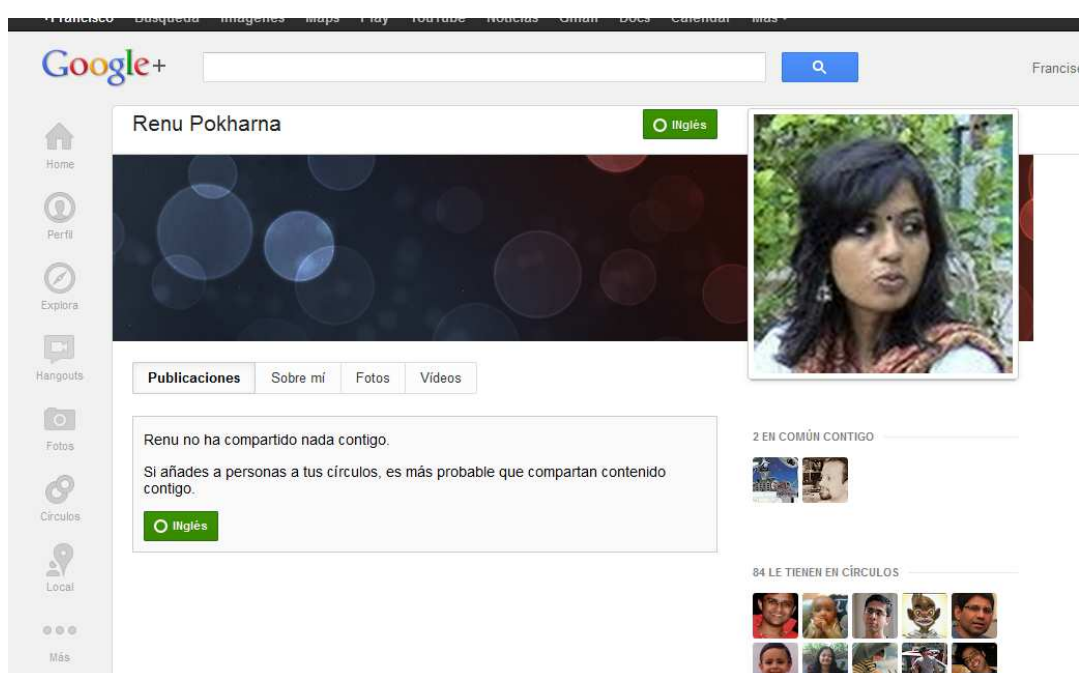


Fig. No. 3. Ejemplo de Perfil en Google+ . Junio 2012

Así mismo Facebook permite clasificar a cada amigo dentro de una lista predeterminada como puede ser: Mejores amigos, conocidos, por ciudad, o incluso si uno no está satisfecho con las listas predeterminadas puede crear una. Igual situación sucede en Google más donde las listas de amigos se llaman círculos, tal como se muestra en las figuras siguientes:

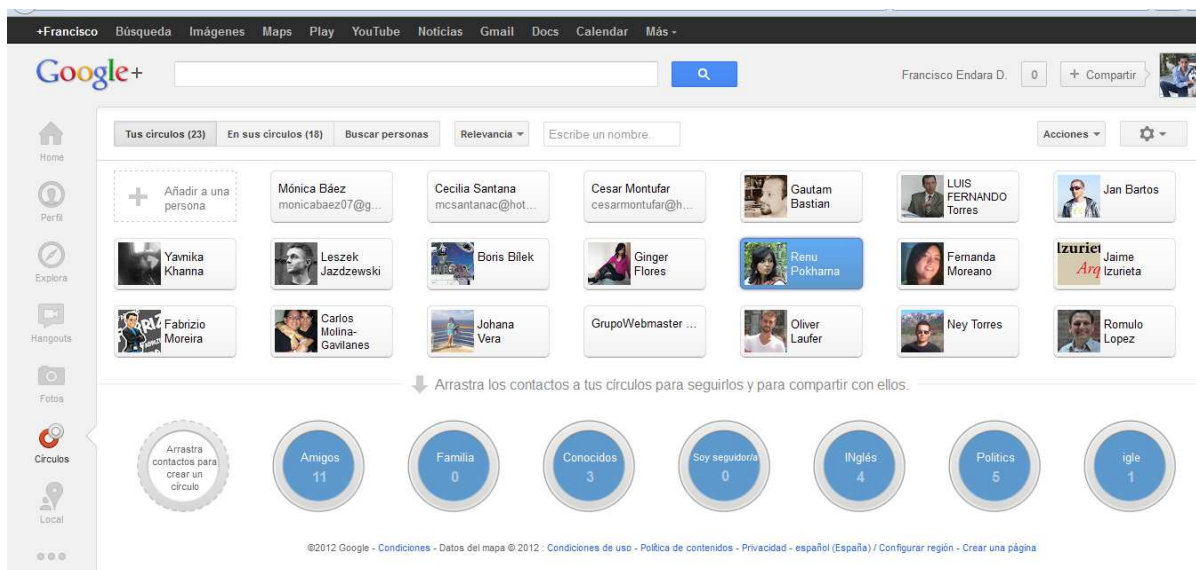


Fig. No. 4. Ejemplo de listas o “círculos” de amigos en Google+. Junio 2012



Fig. No. 5. Ejemplo de listas de amigos en Facebook. Junio 2012

1.5 Características comunes en las redes sociales en Internet

Cada red tiene sus características específicas, las cuales variarán en la medida de los objetivos que se hayan propuesto sus creadores para atraer usuarios. Por lo general constarán de un menú con secciones como: amigos, fotos, información; además de una sección de anuncios y una sección donde se muestren los amigos de cada usuario, como se observa en la figura No. 6. Dependiendo de la red social, también se brinda la facilidad al usuario para colocar contenido multimedia como videos y música, sean éstos propios o de artistas reconocidos.

Redes como Facebook permiten limitar el acceso al perfil de cada usuario, ya sea a solo amigos, a los amigos de los amigos en la red.

Otra característica, en la mayoría de estas redes, es la posibilidad de enviar mensajes privados a otros usuarios de la misma red de la igual manera como se envía un email, es así el caso para Facebook, Twitter, o Hi5 que tienen su propia sección de envío y recepción de mensajes internos. Incluso, para el caso de Facebook se habilitó recientemente el que cada usuario pueda tener su propia cuenta usuario@facebook.com, previo disponibilidad.

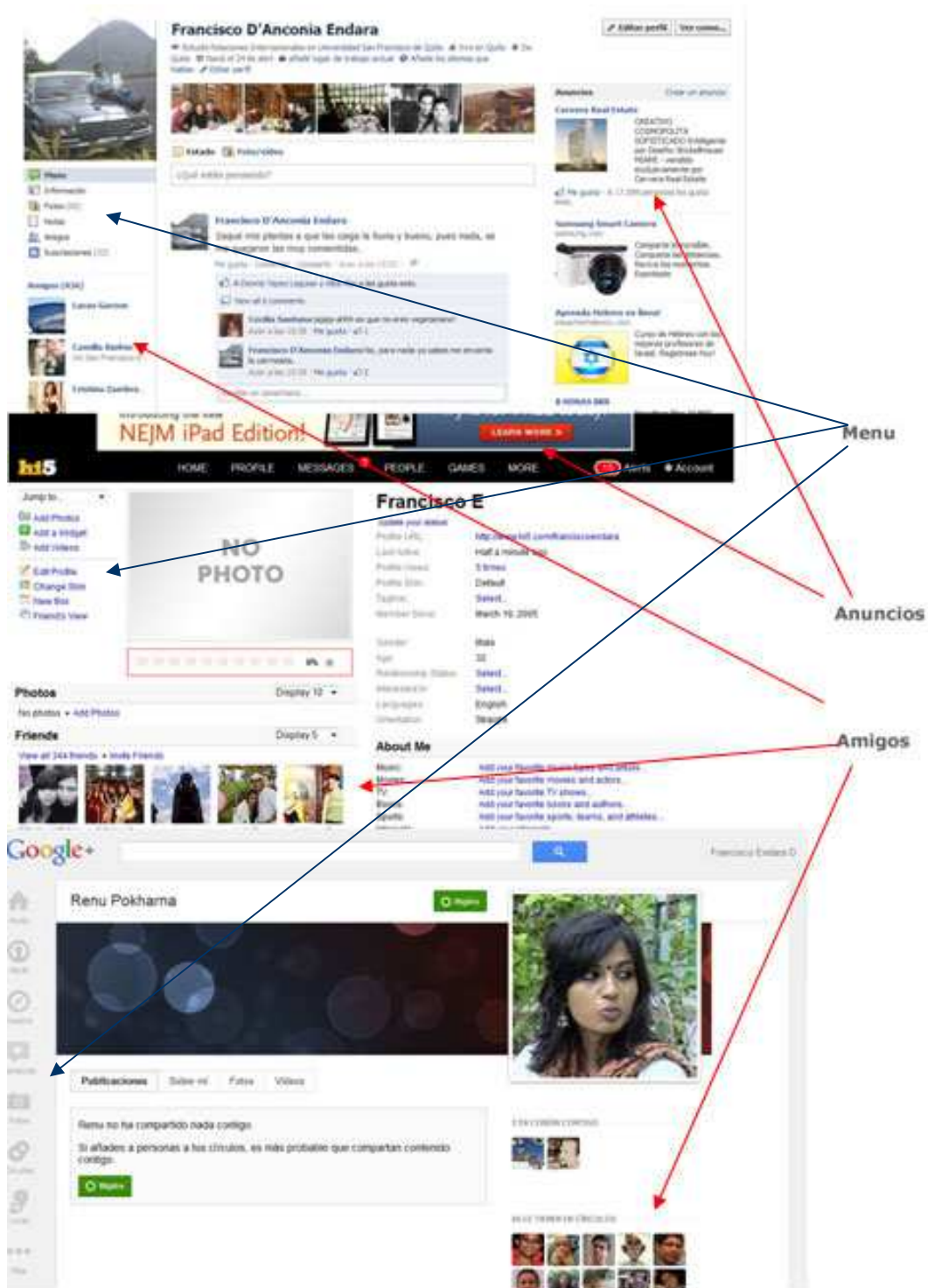


Fig. No. 6. Características Comunes en la mayoría de de una redes sociales.
Arriba: Facebook, en medio: Hi5, abajo Google+. Junio 2012.

1.6 Conceptos detrás de las redes sociales en Internet

- **Inteligencia colectiva:** Se hace referencia a la “inteligencia colectiva” como aquella inteligencia que se encuentra distribuída en los diferentes nodos de una red y por lo tanto no reside en un único nodo, entendiéndose esto también como la fuerza que adquiere un grupo frente a la de un solo individuo. Sin embargo este efecto puede ser beneficioso como destructivo pues si es gracias a las TIC's q que se puede almacenar y buscar información de los distintos nodos de una forma más rápida, así mismo en el caso de una crisis una determinada situación puede empeorar.²⁵
- **Número de Dunbar:** El número de Dunbar nace de un antropólogo británico, especializado en el comportamiento de los primates. En 1992, Robin Dunbar, llegó a la conclusión de que el poder cognitivo del cerebro de un individuo limita el tamaño de la red social que puede llegar a establecer. De esta manera, Dunbar sugirió que el ser humano puede mantener redes estables de alrededor de 148 contactos, el cual redondeado a 150, es conocido como el número de Dunbar. En esta misma línea, el investigador del MIT, Cameron Marlon, indica que el número medio de contactos en sitios como Facebook es de 120, en donde las mujeres tienden a tener más contactos que los hombres y más aún, el número de contactos con los que realmente se interactúa llega a ser siete en el caso de los hombres y 10 en el caso de las mujeres.²⁶

- Ventana de JHari: Es un modelo expuesto por dos investigadores estadounidenses en 1995, Joseph Luft y Harry Ingham, que pretende demostrar como nos interrelacionamos con los demás, dando como resultado cuánto nos exponemos a los demás y como y cuánto nos conocemos a nosotros mismos.

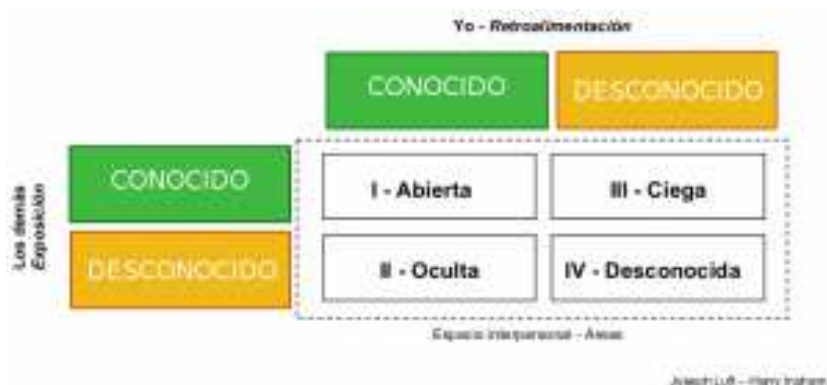


Fig. No. 7. Gráfico de Ventana de Hari

Cristal abierto: lo que yo conozco de mí mismo y que además sabe el resto del mundo. Aquello que hacemos público.

Cristal oculto: lo que cada persona sabe de sí misma pero no comparte con los demás.

Cristal ciego: todo aquello que los demás ven en nosotros y nosotros no detectamos (la impresión que causamos en los demás).

Cristal desconocido: lo que no sabemos nosotros ni los demás ²⁷.

1.7 El Caso de Facebook

Fue creado como iniciativa de un estudiante universitario llamado Mark Zuckerberg, en el año 2004²⁸. Esta red ha llegado a alcanzar los cincuenta millones de usuarios en Internet para el año 2007. Para julio del 2010 ya contaba con 500 millones de usuarios y traducción 70 idiomas; para Junio del 2011 se contabilizaba 700 millones de usuarios usando esta red social²⁹.

La estrategia que usó Facebook es permitir que muchos desarrolladores colocaran sus aplicaciones en el Facebook de manera que cada uno se quedase con las ganancias obtenidas por publicidad en su respectiva aplicación.

Unido a esto está el concepto de “boca a boca”, es decir cada usuario tiene un panel de notificaciones en el que puede ver “lo que han estado haciendo sus contactos”, si asistieron a un determinado evento, si se unieron a un determinado grupo, si hicieron alguna donación, si aceptaron alguna aplicación en su perfil, de manera que otros usuarios al ver actividades que les causen interés puedan adherirse también. Unido a esto está el hecho de que cuando un usuario añade una aplicación, es motivado a invitar a sus contactos a agregar esta aplicación, ya sea para obtener más puntos en dicha aplicación o para poder ver o acceder a determinadas características especiales de la aplicación.

La influencia y crecimiento de Facebook fue realmente rápido. Luego de diez días de haber sido lanzado al Internet, las aplicaciones, se multiplicaron de 85 a 300.

“Ecuador tenía en Facebook más de 170 mil usuarios (marzo 2009). Más del 40%, 76 mil están, entre los 18 y 25 años y más de 40 mil entre los 26 y 34. Entre 13 y 17 años tenemos la cifra de 20 mil. Sólo sumando usuarios entre 18 y 34 son más de 100 mil.”³⁰

Para junio del 2012 se contabilizan alrededor de 4 millones de cuentas pertenecientes a personas que viven en Ecuador, con una edad menor o igual a 36 años. Esto se observa según los propios datos proporcionados por Facebook:



Fig. No.8 Usuarios de Facebook en Ecuador, menores a 36 años. Datos obtenidos de Facebook.com. Junio 2012 ³¹

1.5.1 Población ecuatoriana que usa Facebook.

De acuerdo a los propios datos proporcionados por Facebook en una consulta realizada en Junio del 2012 ³², esta red social tendría más de 4 millones de usuarios de Ecuador, de entre los cuales más de un millón cien mil estarían localizados en Quito y un millón doscientos mil en Guayaquil.

En cuanto a edades, tenemos que las ciudades de Quito como Guayaquil registran más del millón de usuarios cada una tal como se muestra en la siguiente tabla:

Ciudad	# total de usuarios
Quito	1'164.400
Guayaquil	1'201.260
Cuenca	221.000
Loja	52.940
Manta	60.580

Tabla No.1: Número total de usuarios ecuatorianos de Facebook, menores a 36 años.

Así mismo se pueden segmentar los usuarios según el target de edad que se necesite por ciudad, aquí un ejemplo:

Ciudad	# total de usuarios
Quito	603.480
Guayaquil	639.200
Cuenca	128.200
Manta	36.980

Tabla No. 2: Número total de usuarios ecuatorianos de Facebook, entre los 13 a 18 años.³³

De acuerdo a los datos anteriormente indicados, vemos que la mayor cantidad de personas que usan Facebook viven en las ciudades de Quito y Guayaquil. De allí se deriva la importancia de establecer un modelo experimental de una red social que tenga como alcance a personas jóvenes, estudiantes de colegios.

De lo anteriormente anotado, se desprende entonces, que las redes sociales han empezado a formar parte importante en la vida de millones de personas en Ecuador, América Latina y el mundo. El crecimiento experimentado por dichas redes, así como la diversidad de las mismas hace que este sea un campo de estudio en el que existan muchas interrogantes y temas por analizar.

Es así que el objetivo fundamental de esta tesis será conocer riesgos a los que nos vemos enfrentados con el advenimiento de las mismas, todo esto con el fin de poder realizar proyecciones a futuro que nos permitan entender los alcances tanto económicos como sociales de dichas redes.

CAPÍTULO 2. Riesgos de las Redes Sociales.

La preocupación de los padres por sus hijos adolescentes es un tema recurrente hoy en día desde el nacimiento de las redes sociales de Internet. “¿Con quién se relaciona mi hijo? ¿A quién puede llegar a conocer? ¿Qué nivel de seguridad hay en esos contactos? ¿Qué objetivos tienen quienes participan de esos foros sociales? Son algunas de las cuestiones que despiertan el interés de unos padres que, en muchos casos, jamás han accedido a una de esas redes”³⁴

Ante esta realidad empresas como Symantec han desarrollado programas capaces de detectar cada vez que se crea un perfil en alguna página de Internet. Es así que el número de suscriptores al Norton Online Family³⁵ superaron el millón de personas en el 2011. En el mismo sentido, la aplicación uknowkids.com permite a los padres monitorear perfiles de Facebook, tweets y mensajes de texto, además de “traducir” las siglas y frases que son usadas por los adolescentes cuando acortan sus textos para acortar caracteres.³⁶

Para el caso de Norton Online Family es un software que el padre o madre de familia puedes instalar en el computador personal de cada uno de sus hijos, o si existe un solo ordenador en casa se puede crear una cuenta de acceso para cada hijo. Norton Online permite conocer las actividades de cada uno de los niños en Internet, sea redes sociales u otras páginas que visitan.³⁷ Para el 2012 el Norton Online family crea un informe en el que se demuestra que existe un importante incremento de cyberbaiting (Cyber humillación) y en muchos casos gastos excesivos de tarjetas de crédito o débito que son usadas sin el consentimiento de los padres. Las encuestas online se realizaron entre el 6 de febrero al 14 de marzo del 2011 a 12.704 adultos.³⁸

2.1 Dependencia

Junto al desarrollo de las redes sociales en Internet que suelen comenzar como un lugar de entretenimiento virtual o una fuente de comunicación, se encuentran nuevos problemas, uno de ellos es la dependencia que ciertas personas puedan en general, desarrollar hacia estas redes.

Según una encuesta realizada en España, el 35% de los encuestados admitieron que no pueden pasar un día sin visitar a su red social favorita, situándose por encima de la media europea que es el 23%. De igual manera, un 43% de los encuestados admitió no poder pasar más de un día sin revisar su correo electrónico, siendo la media europea el 38%.³⁹ En Argentina se menciona que el fanatismo por el uso de las redes sociales “se está convirtiendo en un tema de crecientes consultas en centro de tratamiento de adicciones”.⁴⁰

En Estados Unidos, un caso que alarmó a la población de Jackson Ville, en el año 2010 fue el de Alexandra Tobías de veinte y dos años de edad quien sacudió a su bebé de forma violenta hasta que le causó la muerte. Tobías se encontraba en Facebook jugando una aplicación denominada FarmVille cuando su bebé empezó a llorar. Ella alegó que el llanto de su bebé le distrajo de su juego y no sabía como hacer para que su bebé se calmara.^{41 42}

En muchos casos las redes sociales se transforman en adicción, al ser el usuario el centro de la atención de sus amigos y en general de quienes interactúan con él en dichas redes, desarrollando el narcisismo interno de muchas personas.⁴³

Entre los síntomas principales para reconocer si una persona ha desarrollado algún tipo de adicción hacia las redes sociales de Internet se tiene la desesperación por no poder ingresar al Internet en caso de olvidarse el teléfono inteligente, o no tener a la mano un computadora; revisar varias veces los status de su red social favorita; el desconectarse continuamente de la realidad por estar escribiendo en el teléfono.^{44 45 46}

Sin embargo, la adicción a las redes sociales en Internet formaría parte también de un problema más generalizado, en donde la adicción sería básicamente al Internet, a sus aplicaciones de juegos o prestaciones para el trabajo (ludopatía, workaholic), así como la compulsión por visitar sitios de pornografía, de buscar relaciones, realizar nueva compras o un continuo afán por descargar todo tipo de información (música, fotos, etc).⁴⁷

En un experimento llevado a cabo por la Universidad de Maryland, en el año 2011, el 20% del millar de universitarios de 37 países que participaron, admitió haber experimentado sentimientos de desesperación, vacío o ansiedad tras haber sido sometidos a 24 horas sin ningún medio de comunicación. Así mismo, se analizó los hábitos en Facebook de 300 personas entre los 18 a 65 años, entre quines encontraron “ansias de protagonismo y la voluntad de aprovecharse de los demás”, dos características propias del narcisismo patológico.⁴⁸

Por su lado en México, la licenciada en psicología educativa Bertha Alicia Ahumada aduce que "Facebook no causa obsesión, si no que uno ya tiene una obsesión; y nadie está exento, pues todos tenemos momentos críticos en los que podemos caer en una obsesión"⁴⁹

2.2 Acoso

En el Internet en general, cuando se usan los servicios de email, mensajes de texto, blogs, redes sociales para difamar, o realizar ataques a un individuo o grupo se conoce como cyber acoso o cyberbullying. Es así que el Cyber acoso ocasiona un daño recurrente, causando angustia emocional y preocupación en la persona objeto del ataque.⁵⁰

En algunos casos el Cyber acoso puede surgir en grupos de adolescentes quienes mediante la presión de “amigos” aceptan tomarse fotos desnudos o semi desnudos las mismas que luego son enviadas via mail o redes sociales,

terminando en insultos, desprecios y humillaciones en dichas redes. Al respecto, en una encuesta realizada por la Alianza por la Seguridad en Internet (ASI) a 10 mil estudiantes entre los 12 a 16 años, se encontró que casi el 8% de los encuestados ha enviado imágenes de desnudos y semidesnudos propias.⁵¹ Estas situaciones convierten a cualquiera de los implicados en posibles blancos de ataques hacia su imagen e integridad por parte de terceros al ver publicadas su fotos en Internet.

Según un estudio elaborado en 25 países a 7600 estudiantes entre los 8 y 17 años y publicado por Microsoft España se revela que al menos un 19% de los encuestados admite haber acosado a alguien más usando el Internet. Mientras que un 13% de los jóvenes españoles encuestados admitió haber sido objeto de burlas y un 19% haber sido insultado.⁵²

Fecha del estudio	País/Ciudad de estudio	Información
2011	Chile	El 87,8% de los estudiantes chilenos entre 12 a 17 ha sido víctima de cyberbullying por Internet o vía celular. ⁵³
2011	Argentina, Mendoza.	19% de los menores de entre 9 y 17 años de la ciudad de Mendoza en Argentina sufrieron bullying por Internet o por celular, en forma de insultos, burlas o amenazas. 11% reconoce haber ejercido cyberbullying sobre otros. ⁵⁴
2010	EEUU	6% de encuestados dijeron haber sufrido cyberbullying en el año 2000. En el 2005 esa cifra subió al 9%. En el 2010 la cifra subió al 11% Incremento del 80% en diez años. ⁵⁵
2011	Portugal	16% de adolescentes sufre de cyberbullying. ^{56 57}
2012	España	El 11.6% de adolescentes españoles entre 12 a 18 años ha sido víctima

		de algún tipo de cyberbullying, esto según el estudio “Juventud y Violencia” de la fundación Pfizer. ⁵⁸
2009	México DF.	90% de estudiantes menores de edad ha sido testigo, actor o víctima de cyberbullying. ⁵⁹
2008	Reino Unido / Manchester	“Un estudio realizado en 100 centros educativos del área de Manchester revela que al día se producen entre 50 y 100 casos de mal uso de los ordenadores escolares. En el 70% de las ocasiones se trata de de ciber acoso o cyberbullying.” ⁶⁰

Tabla No.3 Datos de cyber acoso en algunos países.

2.3 Abuso de menores

Según la Comisión europea se estima que al día circulan cerca de 200 imágenes de pornografía infantil⁶¹ Según el presidente de la organización Protégeles asegura que en su organización se recibe alrededor de 3.000 denuncias mensuales relacionadas con acoso sexual a menores, pornografía infantil, entre otros relacionados a delitos sexuales en las redes sociales.⁶²

El método de extorsión a menores de edad con fines de obtener imágenes de desnudos o de contenido sexual recibe el nombre de grooming. Este es un proceso mediante el cual el atacante inicia creando un perfil falso, usualmente en redes sociales que es donde se agrupan la mayor cantidad de jóvenes. Luego de establecer algún tipo de vínculo emocional y ganarse la confianza del joven o menor de edad le solicita algún tipo de imagen suya con contenido sexual o desnudos. Luego de esto el atacante amenaza al menor con difundir esa imagen a sus amigos si no le otorga más imágenes⁶³.

Según estudios, casi un 15% de los menores que acceden a Internet, entre los 10 y 17 años recibe algún tipo de propuesta sexual.⁶⁴

Por otro lado, la Red social MySpace se vio afectada por una serie de problemas relacionados a contactos con fines sexuales por parte de gente adulta con menores de edad⁶⁵, extendiéndose rápidamente las noticias y el temor frente a posibles casos de abusos sexuales usando esta red social para contactar a posibles víctimas⁶⁶.

El “Center for Missing and Exploited Children” informaba de la existencia de más de 2.600 incidentes de adultos utilizando Internet para aproximarse online a menores con el fin de realizar algún tipo de actividad sexual⁶⁷. En marzo, fiscales federales del estado de Connecticut acusaron a dos hombres de emplear MySpace para contactar con jóvenes con los que posteriormente habían tenido contactos sexuales⁶⁸. Tras las vistas en el Congreso sobre los predadores sexuales online, MySpace contrató a un experto en seguridad para mejorar la protección del sitio para los usuarios menores de edad⁶⁹.

Los programadores de redes sociales últimamente han empezado a tomar en cuenta ciertas seguridades extra como son:

- Denunciar un perfil inadecuado (con contenido pornográfico, o imágenes inapropiadas), esto específicamente para el caso de Facebook (fig. 24).

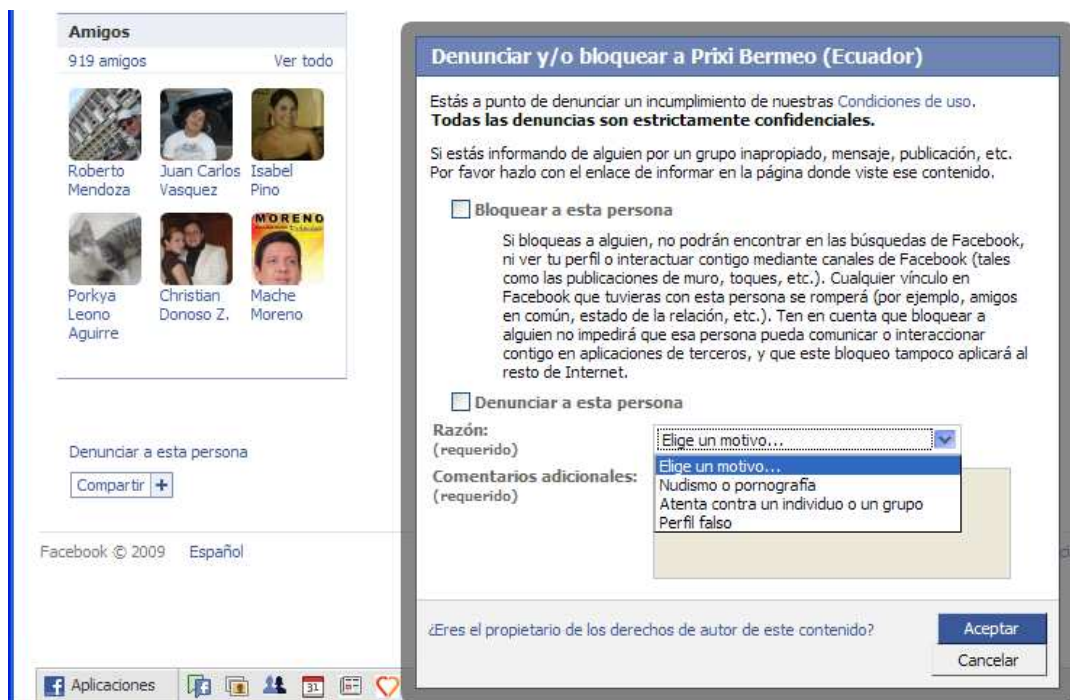


Fig. No. 9 Ejemplo de cómo denunciar contenido inapropiado en Facebook. Mayo 2012

2.4 Juicios, despidos, divorcios

Uno de los problemas obvios que se desprende del uso de las Redes Sociales de Internet es el relacionado a la privacidad. Ya sea por imprudencia o exceso de exhibicionismo las personas pueden colocar mensajes, fotos, o videos que pueden resultar perjudiciales para terceros, desembocando en despidos laborales o juicios.

Un caso de tantos casos fue el del inglés Samuel Crisp quien luego de ironizar sobre el lanzamiento de canciones de los Beatles en itunes y quejarse del funcionamiento de su iPhone, fuera despedido de la tienda de Apple en la que trabajaba (Apple Store de White City, Gran Bretaña). Esto sucedió debido a que

a pesar de que solo los amigos de Crisp podían ver sus mensajes, uno de ellos, no dudó en contar al jefe de Crisp las opiniones vertidas en su Facebook.⁷⁰

Por otro lado en México la Ley federal de trabajo permite el despido de una persona por realizar comentarios que puedan ser considerados una falta hacia la empresa en la cual trabaja. Así mismo el hecho de ingresar a una red social en horario de trabajo puede ser considerado como un “uso indebido de las herramienta del trabajo” considerándose esto como una causal para ser despedido.⁷¹

No son pocos los casos de empresas que han despedido a sus empleados luego de hacer comentarios en una red social como Facebook. Por ejemplo la empresa Virgin Atlantic despidió a 13 de sus trabajadores luego descubrir mensajes en redes sociales criticando a los pasajeros. Así mismo, un grupo de empleados de las tiendas Marks & Spencer fue despedido luego de haber creado un grupo en Facebook en el que se criticaba a los clientes y se los describía entre otras cosas como “locos” o “idiotas”.⁷²

Algo que es común en muchos países, el que un empleador busque datos de un aspirante para un puesto de trabajo, para conocer entre otras cosas: sus creencias religiosas, su orientación sexual o política está prohibido en países como Alemania.⁷³

En Turquía, el comentarista deportivo Ergun Babaha fue despedido luego de escribir un tuit que decía: “América se puede meter su copa [por donde le

quepa]”, a lo que minutos después su jefe escribió en el mismo Twitter: “Por la presente, declaro que será un amargo recuerdo en TZ” (TZ es el nombre del diario), haciendo alusión al despido del columnista. ⁷⁴

En Michigan, en el Frank Squires Elementary School, una profesora, Kimberly Hester, fue suspendida por negarse a dar su contraseña de Facebook al director del centro educativo tras haber publicado en su perfil personal la foto de un compañero de trabajo. Esta situación motivó a senadores republicanos para iniciar el tratamiento de una ley que prohíba a los jefes pidan información personal de las cuentas de las redes sociales de sus empleados, iniciativa que fue rechazada luego por la Cámara de Representantes. Ante esta situación el departamento de seguridad de Facebook envió un comunicado indicando que ningún usuario debe proporcionar sus contraseñas a tercero. ⁷⁵

Las redes sociales en Internet también han sido un elemento donde las personas han sido perseguidas por sus expresiones religiosas. En Indonesia, por ejemplo, un usuario de Facebook escribió “Dios no existe”, luego de lo cual fue golpeado por una multitud furibunda y encarcelado. Similar situación ocurrió en Egipto, donde un estudiante copto cuya casa fue apedreada tras lo cual fue encarcelado luego de supuestamente haber ofendido al profeta Mahoma en su status de Facebook. ⁷⁶

Otros casos se resumen en despidos a personas que faltaron a su trabajo alegando enfermedad o algún tipo de emergencia familiar, siendo esto una

mentira y siendo descubiertos posteriormente al publicar sus fotos en una fiesta.⁷⁷

En cuanto a divorcios, se menciona que Facebook sería la red social que ha contribuido un 20% a los divorcios en Estados Unidos. Según estudios de la Académica americana de Abogados, cuatro de cada cinco abogados han usado como pruebas las publicaciones en las redes sociales. Dos tercios de los abogados encuestados, indicaron que Facebook era su principal sitio de referencia para conseguir pruebas para un divorcio, mientras que Twitter contribuyó con un 5% y MySpace con un 14% de las pruebas para los abogados.⁷⁸ Así mismo, en un caso judicial por la custodia de un niño una mujer perdió la custodia de su hijo tras haber mentido a la corte, mencionando que se encontraba comprometida, sin embargo en su pagina de Facebook indicó que “había terminado con su novio y estaba buscando un hombre rico”.⁷⁹

En el Reino Unido, un 33% de las peticiones de divorcio estarían relacionadas con Facebook.⁸⁰ En un estudio realizado por *Cyberpsychology and Behaviour Journal* se indica que en el mundo se han realizado 28 millones de divorcios en el último año, todos causados por las redes sociales.⁸¹

2.5 Influencias Político Sociales

En los años 2010 a 2011, las redes sociales en Internet protagonizaron un papel importante en las revoluciones y protestas contra regímenes autoritarios en países árabes y del norte de África, en lo que se conoce como la Primavera Árabe, en países como Egipto, Túnez, Bahrein, Siria, Marruecos. No solo que

permitieron a miles de personas organizarse, sino también mantener a periodistas de todas las partes del mundo informados.

El papel fundamental de las redes ha consistido básicamente en organizar manifestaciones, coordinar, denunciar los abusos, no solo de manera escrita sino también reportar sucesos usando la tecnología del video a través de los teléfonos móviles como fue el caso de la muerte de Gadafi.

Según el diario canadiense Globe and Mail Los nombres que mas resonaron fueron los de los tuiteros:

Nombre	Edad	Ocupación	Residencia	#de Followers
Ahmed Al Omran	27 años	Blogger y periodista multimedia	Blogger y periodista multimedia	16,323
Nora Shalaby	32 años	Arqueóloga	El Cairo, Egipto	19,191
Alya el-Hosseiny (primera en usar el hashtag #jan25)	22 años	Estudiante de literatura francesa en la Universidad de El Cairo	El Cairo, Egipto	1,559
Mohammed Maree	25 años	Activista de derechos humanos	Activista de derechos humanos	9,836
Sarah Abdurrahman	28 años	Productora de radio	Nueva York, EE.UU.	8,892

Tabla No. 4. Cinco de los tuiteros más influyentes en la Primavera Árabe ⁸²

En una entrevista realizada a la periodista de la CNN, Octavia Nasr, se pone de manifiesto la importancia de redes sociales en Internet : “Creo que las redes sociales dieron un gran impulso a la primavera árabe. Proporcionaron a personas que antes no tenían esa posibilidad un megáfono que les permitió atravesar fronteras y continentes. Las redes sociales funcionaron como una plataforma a través de la cual el activismo prosperó, se compartieron ideas junto con noticias, actualizaciones y videos, elementos que habían sido ignorados por completo por los medios de comunicación occidentales en los años anteriores de activismo y [con] los medios de comunicación árabes totalmente sofocados. Los levantamientos no nacieron en 2010 o 2011; fueron gestándose durante años. Las redes sociales y el periodismo ciudadano los empujó hacia el frente y han hecho casi imposible que los grandes medios de comunicación los ignoren.”⁸³

En el año 2011 el Reino Unido experimentó una serie de revueltas callejeras y saqueos, que iniciaron a causa del fallecimiento a manos de la policía londinenses, de un joven de 29 años de edad en el barrio de Tottenham. Las protestas y saqueos luego se extendieron a localidades como Birmingham, Manchester, Liverpool, Nottingham y Bristol.⁸⁴ En el desarrollo de estas protestas, en Escocia, fueron detenidos dos jóvenes tras convocar a protestas usando Facebook.⁸⁵ Ante esta situación el gobierno planteó la posibilidad de limitar el acceso de los ciudadanos a las redes sociales por Internet con el fin de “prevenir futuros disturbios”. Se analizó las consecuencias de prohibir el acceso a sitios como Facebook o Twitter, sin embargo, se consideró también

la posibilidad, o dificultad mas bien, que causaría evitar que la gente se comunique usando el chat de BlackBerry, llegándose a la conclusión que en lugar de prohibir el acceso a dichas redes, lo adecuado sería realizar campañas preventivas usando justamente la capacidad viral de comunicación de las mismas.⁸⁶

Es así, que con la información anteriormente señalada, hemos visto los posibles riesgos a los que se enfrentan las personas al mal utilizar una herramienta que puede ser útil como medio de comunicación. Sin duda, pueden existir algunos riesgos no revelados todavía pero eso corresponderá al futuro, al desarrollo y al avance de las mismas redes sociales pues si bien existen riesgos, como en toda actividad humana, son muchos los beneficios que se pueden derivar de las redes sociales por Internet .

2.6 Las redes sociales como instrumentos de información y previsión de eventos

En un mundo donde la complejidad en el manejo de los sistemas políticos económicos y demás se vuelve necesario y hasta indispensable el uso de cualquier herramienta que permita preveer o predecir en alguna manera eventos importantes del futuro.

Pero es justamente en las redes sociales donde miles de usuarios comparten sus opiniones, pensamientos, gustos y disgustos convirtiéndose todo esto en una fuente inimaginable de información. Ante esta situación, los gobiernos no han demorado en poner a trabajar sus equipos de información, y como en el caso de

Estados Unidos, a su comunidad de inteligencia mediante el proyecto conocido como (IARPA) Agencia de Investigación y Actividad de Proyectos de Inteligencia Avanzada cuyo fin es el de recolectar datos e información de sitios de Internet y redes sociales como Twitter, Facebook con el fin de predecir eventos “políticos y sociales antes de que ocurran”⁸⁷.

Otro caso conocido del uso de redes sociales con el fin de predecir eventos futuros es el del epidemiólogo quien como parte de la escuela de medicina de la Universidad de Harvard “trabaja con un grupo que analiza fuentes de noticias internacionales, datos del gobierno e información de las redes sociales para proveer alarmas anticipadas en caso de una epidemia.”⁸⁸

Sin embargo, estos modelos de predicción se encontrarían todavía distantes de poder presentar una confiabilidad adecuada. Mas bien, dentro de lo posible, se espera que los niveles de precisión puedan aumentar en el sentido de proteger a poblaciones ante desastres naturales o algún tipo de conflicto o guerra que pueda ser solucionado a tiempo.

Al respecto se menciona que el FBI estaría buscando empresas que puedan proveerle de un servicio que constaría de un software en línea que pueda escanear el Internet y ofrecer algún tipo de alerta ante palabras o frases que puedan ser sospechosas. A pesar de las críticas que esto ha ocasionado en organizaciones como la Electronic Frontier Foundation cuya representante, Jennifer Lynch, ha mencionado que esto atentaría a la libertad de expresión, está claro que son los usuarios los que deciden libremente que información colocan en Internet.⁸⁹

Mazen Nahawi, dueño de SocialEyez, empresa con sede en Dubai menciona que es importante monitorear las redes sociales antes que predecir el futuro, lo cual nos podría dar algunos indicios de posibles escenarios que puedan ocurrir. Nahawi asegura que monitoreando las redes sociales en asuntos políticos del mundo árabe se podía ver que las conversaciones de las personas se ponían cada vez más contrarias al gobierno y si bien no se podía preveer directamente una revolución pero si se podía establecer que vendrían cambios políticos mayores.⁹⁰

En este campo, se menciona que la interpretación de los datos no puede ser 100% automatizado. Hay que saber identificar los contextos en los que se usan determinadas palabras, con el fin de no confundir un sarcasmo o una ironía con una posible amenaza.

CAPÍTULO 3: Proyecciones

3.1 Proyección Económica

A pesar de que son algunas las redes sociales que se han creado, para el año 2012, existe un predominio de Facebook, Twitter y Google +.

En el mediano plazo al menos se observa lo siguiente:

Facebook se proyecta todavía como la red social predominante en el mundo pasando de 845 millones de usuarios en todo el mundo para el año 2011,⁹¹ a 900 millones de usuarios para el 2012⁹², su crecimiento parece irse normalizando se espera que llegue a los mil millones de usuarios para finales del año 2012 - inicios 2013.⁹³

Si bien las cifras de crecimiento de Facebook en países europeos y Estados Unidos parecerían con una tendencia a estancarse, y descontando las aproximadamente 45 millones de cuentas falsas que tendría esta red⁹⁴, Facebook, todavía tiene por conquistar gran parte del 97% de la población de India o el 84% de la población de Brasil que aun no se ha unido a la red social.⁹⁵

No solo en cuanto a crecimiento de usuarios Facebook se mantiene adelante, sino en cuanto a usuarios activos también. Se calcula que el 61% de sus usuarios, es decir, alrededor de 526 millones de personas, visitan su cuenta todos los días⁹⁶.

El problema principal que se cierne sobre Facebook es que aparentemente su crecimiento se estanca al sobrepasar el 45% de la población de un país.⁹⁷

En cuanto al futuro de la presencia de las marcas en Facebook cabe anotar que esta es la red social donde se prioriza la presencia de una marca. Ni Google + ni Twitter hacen por el momento una competencia importante a Facebook en cuanto a presencia de marcas. La proyección del incremento de la presencia de marcas en otras redes sociales sin duda estará determinado por el crecimiento de las mismas. A continuación unos pocos ejemplos comparativos de la presencia de marcas:

Marca/Compañía	Google +	Facebook
Samsung	372,000	6.4 millones
Pepsi	350,000	7.5 millones
Coca-Cola	336,000	39.3 millones
Starbucks	335,000	28.3 millones
Sony	258,000	2.1 millones
Intel	258,000	6.2 millones
eBay	253,000	2.1 millones
Google	193,000	7.6 millones
Amazon	184,000	2.8 millones

Tabla No 5.. Comparativa de Fans en páginas de algunas compañías ⁹⁸.

Mientras que Facebook parecería estancarse luego de haber penetrado en determinados países, redes sociales como Google + continúan su crecimiento, pues luego de su lanzamiento en junio del 2011, para fines de ese año ya tenía 50 millones de usuarios⁹⁹ y se prevé que para finales del 2012 termine con cerca de 200 millones de usuarios¹⁰⁰.

Compañía	Tiempo (días)
LinkedIn	2354
Facebook	1325
Twitter	1096
MySpace	1046
Google +	88

Tabla No.6. Comparativa de crecimiento de los primeros 50 millones de usuarios de redes sociales ¹⁰¹.

En cuanto a ingresos, se prevé para Facebook una reducción en ingresos por publicidad para el año 2014.

2010	2011	2012	2013	2014
59.4	70.9	68.8	65.6	63.5

Tabla No.7. Porcentaje proyectado del total de ingresos en redes sociales por publicidad para Facebook ¹⁰².

Para Twitter, se prevé un incremento en ingresos por publicidad hasta el año 2014.

2010	2011	2012	2013	2014
2.3	5.5	8.3	11.1	12.7

Tabla No.8 Porcentaje proyectado del total de ingresos en redes sociales por publicidad para Twitter ¹⁰³.

Es justamente este boom de los últimos 3 años de las redes sociales lo que hace que sea importante para las empresas no descuidar su presencia en las mismas. También, con el importante crecimiento y proyecciones que se estiman todavía para

las redes sociales, éstas se han vuelto un espacio en el que toda organización política no puede descuidar. Junto a todo esto aparecen ya en varias universidades asignaturas relacionadas con el manejo de redes sociales.¹⁰⁴

La importancia de esto se revela en que habría una economía ligada a las aplicaciones de Facebook que solo en el año (2011) generó más de 182 mil puestos de trabajo según un estudio de la Universidad de Maryland. No solo eso, Facebook se encuentra integrado con más de 2.5 millones de sitios Web y al día se instalan unos 20 millones aplicaciones, mientras que en Europa se habla de que habría generado ingresos por alrededor de 32 billones de Euros, de acuerdo a un estudio de Deloitte LLP ¹⁰⁵.

Por otro lado, existe la expectativa de algunas redes sociales respecto a su desenvolvimiento en la bolsa de valores.

Uno de los primeros ejemplos en entrar a la bolsa fue la empresa Groupon cuya finalidad era vender cupones de descuento en redes sociales. Sin embargo su cotización en bolsa no ha ido muy bien: La siguiente imagen muestra como ha ido bajando el valor por acción a menos de la mitad:



Fig. No 10. Evolución de las acciones de Groupon en la bolsa. Último año.¹⁰⁶

Otro ejemplo de una empresa relacionada a redes sociales que se cotiza en la bolsa es Zynga, empresa dedicada al desarrollo de juegos para las mencionadas redes. Ha perdido más de la mitad de su valor en el último año como se puede apreciar en la siguiente imagen.



Fig. No. 11. Evolución de Zynga en la bolsa.¹⁰⁷

El caso que mantiene la atención de muchas personas es Facebook empresa que ingresó a la bolsa con un IPO (Initial Public Offering) de 38 dólares, luego de encontrar resistencia entre los 42 y 45 dólares las acciones se desplomaron a un valor de 18 dólares aproximadamente.



Fig. No. 12. Evolución de acciones de Facebook en la bolsa.¹⁰⁸

En cuanto al futuro, según los datos que se han observado del desenvolvimiento de las acciones de Facebook en la bolsa se esperaría que exista un incremento de las acciones a un valor de resistencia de 24 dólares. Por encima de los 24 dólares se presenta una nueva resistencia entre los 28 -29 dólares. En el área de los 36 a 38 dólares encontramos una resistencia media, para encontrar finalmente una gran resistencia entre los 40 a 42 dólares.

El mejor ejemplo de desenvolvimiento de una red social en la bolsa ha sido el de LinkedIn que luego de un día cada acción pasó a valer de 45 dólares a 100 dólares y actualmente se cotiza en alrededor de 122 dólares.



Fig. No. 13. Evolución de LinkedIn en la bolsa¹⁰⁹

El éxito de LinkedIn corresponde al aumento de suscriptores Premium, es decir al aumento en cuanto al ingreso de dinero a la compañía vendiendo suscripciones para profesionales o empresas que buscan tanto empleo como empleados respectivamente. Junto a lo cual cabe resaltar el tamaño de Linked In respecto al de Facebook 160 millones de usuarios vs. 900 millones respectivamente (a septiembre 2012) y espera facturar cerca de 900 millones de dólares por la venta de sus servicios.¹¹⁰

3.2 Proyección empresarial

El impacto de las redes sociales en la última década a llevado a grandes empresas a buscar posicionarse en las redes sociales no solo con fines económicos sino también a usar estos medios para buscar empleados. Tal es el caso de Procter & Gamble empresa que ha optado por usar una metodología que aprovecha el concepto de empresa extendida con el fin de localizar y conectar con quienes tengan la capacidad de resolver problemas importantes para ellos. Unido a esto va la idea de crear una red o integrar a los clientes, empleados y la empresa como tal, todo esto con el fin de obtener mayor conocimiento de todos los actores y en consecuencia esto se pueda ver reflejado en una mejora en la productividad, características de un producto o servicio y resolución de problemas, entendiéndose esto como parte del crowdsourcing, siendo algunas empresas las que se han unido a esta nueva forma de procesar información y relaciones en donde constan algunos casos como Dell Idea Storm, MyStarbucksIdea, Pepsi Refresh Project, Innocentive o Lego Design By Me¹¹¹.

Así mismo, se puede observar una tendencia hacia el cambio de la concepción en las relaciones sociales, cuando de por medio las acciones de intercambio se vuelven cada vez menos aisladas, donde los consumidores y actores sociales en general tienen un rol más activo y se crean nuevos vínculos de comunidad.

Es así que conforme avanza el desarrollo empresarial el incremento de su presencia en las redes sociales se dará de manera significativa, especialmente como un apoyo para los países en vías de desarrollo pues la presencia de las redes sociales en

Internet generará para estas empresas un desplazamiento del modelo de negocio tradicional hacia el de red, donde pueda contar con herramientas online y comunidades que permitan esclarecer el interés de los usuarios en sus productos, flexibilizando, optimizando e innovando sus procesos junto a la rapidez de respuesta que esto proporciona.

Así mismo no es poca la infraestructura Web que se ha desarrollado para obtener datos respecto de los consumidores, segmentando por categorías de interés, lo cual sin duda da mayores ventajas a grandes empresas a la hora de ofrecer sus productos. Un ejemplo de esto es el sector de consumo dedicado a la mujer en donde empresas como “AdLINK Group, Blinkx, CNN International, eBay International Advertising, LYCOS Network Europe, Microsoft Advertising, MTV Networks International o Yahoo! Europe, las cuales suman el 79% de la audiencia europea de Internet) ofrece una serie de datos que conviene analizar y sobre los que se debe reflexionar, en cuanto al consumo femenino en la Red de Redes.”¹¹²

Para finalizar, en cuanto a lo anteriormente mencionado, resulta beneficioso para cualquier empresa tomar en cuenta su participación en las redes sociales en Internet. “Una reciente encuesta de McKinsey, realizada entre 3.249 ejecutivos, concluyó que las empresas que utilizan más intensamente la web 2.0 obtienen una mayor cuota de mercado y mayores ingresos.”¹¹³

3.3 Proyección en la política

Al haber penetrado en casi todas las instancias de las relaciones sociales humanas, las redes sociales en Internet no pueden ser ajenas a la política.

Ya para este año, 2012, se empezó a notar claramente lo que se veía venir, un claro ejemplo es México donde los candidatos a la Presidencia, “Josefina Vázquez Mota, Enrique Peña Nieto, Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri, pusieron énfasis en posicionar la imagen de los candidatos en Facebook, Twitter y YouTube”, lo reseña eleconomista.com.mx.¹¹⁴

Candidatos	Facebook	Twitter	Youtube
Arranque de campaña (30 de marzo)			
Josefina Vázquez Mota	1,350,881	376,842	1,051
Enrique Peña Nieto	1,839,197	465,440	2,074
Andrés Manuel López Obrador	151,837	321,928	7,034
Gabriel Quadri	988	14,383	59
Cierre de campaña (27 de junio)			
Josefina Vázquez Mota	1,811,156	931,563	7,527
Enrique Peña Nieto	3,213,243	851,206	8,590
Andrés Manuel López Obrador	544,879	756,859	11,455
Gabriel Quadri	105,553	216,734	182

Tabla No. 9. Seguidores de los candidatos a la presidencia de México en las diferentes redes sociales.¹¹⁵

Así mismo, en Corea del Sur no es despreciable la cantidad de blogueros, pues cuenta con la segunda población más grande de los mismos, luego de China, a la vez que el uso del Twitter en ese país es el doble del promedio mundial, según estudio de la Universidad de Gestión de Singapur y muchos de ellos participan activamente en discusiones de política. Se menciona incluso que activistas en redes sociales habrían ayudado a ganar al alcalde de Seúl el año pasado.¹¹⁶

En Estados Unidos, en el año 2007 se inició lo que se conocería como la primera campaña electoral en redes sociales de Internet. Es entonces cuando se puede decir que Franklin D. Roosevelt llegó a presidente gracias al uso de la radio, John F. Kennedy gracias al uso de la televisión y Barack Obama logró la presidencia con el apoyo y uso de las redes sociales. Obama pidió y contó con el apoyo de Joe Rospars de 25 años de edad cuya empresa Blue State Digital dio el apoyo tecnológico a Obama. También contó con el apoyo de Kevin Malover, fundador de Orbitzv y lo nombró director de tecnologías de Información para su campaña que junto a Chris Hughes uno de los fundadores de Facebook crearon la red social my.barackobama.com gracias a la cual recaudaron más del doble de fondos que su partido, con más de 3.5 millones de donantes, renunciando incluso a los fondos otorgados para campaña por el estado. Obama no descuidó hasta la mas mínima red social, tratando de mantener presencia en la mayoría de sitios Web que le fuese posible.

3.4 Proyección en lo social

Por el momento, 2012, las redes sociales parecen haber llegado para quedarse, no son pocas las aplicaciones que se derivan de ellas ni las facilidades de comunicación que permiten como se ha mencionado con anterioridad.

Personalmente creo que existe una gran oportunidad para las redes sociales por Internet que apunten a determinados sectores, por ejemplo la educación, el espectáculo o los negocios (de ahí el éxito de LinkedIn), entre otros.

Según el fundador de "Social Media Explorer", y autor del libro "No Bullshit Social Media", Jason Falls, en un futuro las redes sociales se irán orientando a nichos de mercado concretos. Según Falls las personas buscan las redes sociales virtuales para incrementar sus relaciones en el mundo real con personas que comparten sus mismos intereses.¹¹⁷

Así mismo, no es despreciable el impacto a futuro que tendrán estas redes sociales en cuanto a generar notoriedad, sea para personas o empresas, hecho del que cada vez es más consciente la población, ante lo cual tanto personas o empresas buscan mostrar su mejor lado en las mencionadas redes.

Según una investigación realizada por Facebook en el año 2011 con sus 721 millones de usuarios con el fin de establecer los eslabones en común entre cada usuario, se demostró que el 99.6% de usuarios se encuentra separado por aproximadamente 5 grados de separación es decir cada persona en esta red

social podría llegar a conocer a cualquier otra a través de aproximadamente 4,75 conexiones.¹¹⁸

Influencia, liderazgo, imagen, imitación son factores notorios que las personas tratan de resaltar en las distintas actividades de las personas en una red social. Sin embargo según un estudio titulado *Tastes, ties and time* de Jason Kauffman, Nicholas Christakis y Marcos González de la Universidad de Harvard, las personas en lo fundamental no han cambiado su comportamiento de la vida real en el Internet, el tímido sigue siendo tímido y el extrovertido procurará y mantendrá más amigos,¹¹⁹ por lo que a futuro nada indica que seguirá siendo así.

CAPÍTULO 4. Conclusiones

4.1 Análisis y conclusiones de la Red Social Colegius.com

4.1.1 Crecimiento Colegius.com

Respecto al crecimiento de usuarios tenemos que en dos días se logró un crecimiento de 168 usuarios. Esta cantidad de usuarios se obtuvo principalmente mediante el envío de mails masivos invitando a unirse a la red.

También se utilizó un anuncio en Facebook, dirigido al grupo de adolescentes entre 16 – 18 años, el día 16 Junio del 2011, en solamente 33 minutos aumentaron 20 usuarios.

4.2 Ingresos económicos en la red social colegius.com

Las distintas redes sociales obtienen sus ingresos, como es sabido de la publicidad en sus páginas. La publicidad puede ser pagada por los usuarios con tarjeta de crédito mientras se escogen los datos del público target del anuncio.

Existen dos formas de cobrar por publicidad:

- CPM. Es el costo por mil impresiones, pudiendo variar el valor que se fije de acuerdo a la competencia de los distintos anuncios por ocupar un espacio en la pantalla del usuario.

- CPC. Conocido como costo por click. Puede variar entre un centavo e ir subiendo de acuerdo a la mayor cantidad de ofertas que reciba la red social por llegar a un determinado target.

En cuanto a la red social colegius.com cabe anotar que el modelo de negocio estaría orientado en el sentido de vender publicidad a los establecimientos educativos que quieran colocar su publicidad en la red, en espacios fijos. Sin embargo, la posibilidad de comprar publicidad y anuncios estará disponible para los usuarios de la red social usando el sitio de pagos PayPal. Los anuncios se desplegarían en el lado derecho de la pantalla, bajo la sección “Menú de Ayuda y consejos de seguridad” (ver Anexo 1. P5.)

4.3 Alcance de los anuncios

Es importante resaltar que el hecho de colocar un anuncio en una red social no garantiza la inmediata aceptación de los usuarios. Esto dependerá de muchos factores como:

- La capacidad que tenga dicha red social de mantener a sus usuarios en línea.
- La colocación en un espacio adecuado y visible de los anuncios.
- El número de usuarios al día/hora que tenga dicha red social.

Por ejemplo, se ha usado el modelo de anuncios de Facebook para analizar la receptividad que podría tener un determinado anuncio, lo cual se analizará en la siguiente sección.

4.3.1 Receptividad de un anuncio de clases para estudiantes

Se elaboró un anuncio que ofrecía clases para estudiantes con problemas en sus materias, con el fin de que esto sirva de prueba respecto la presentación de anuncios en una red social. El anuncio colocado en Facebook fue dirigido para un target de ecuatorianos con edades comprendidas entre los 13 a 30 años.


clases_nivelacion (completado) Editar		Presupuesto diario \$3.00		Del 17/03/2009 al 23/04/2009					
Nombre	Estado	Puja máxima (\$)	Tipo	Imp.	Clicks	CTR (%)	Costo por click promedio (\$)	CPI (\$) Prom	Gastado (\$)
¿Malas notas en el cole? 1	 Terminado	0.05	CPC	1.204.886	605	0.05	0.09	0.05	56.93

Fig No 14 Anuncios publicitados para estudiantes que necesitan ayuda en sus materias.

Este anuncio se publicó desde el 17 de marzo del 2009 al 23 de abril del 2009.

De lo que se puede observar de 1.204.886 impresiones se obtuvo un total de 605 interesados, CTR 0.05%.

Anuncios de esta categoría por lo tanto, pueden generar ingresos de entre 30 y 50 dólares diarios para la red social.

4.4 Publicidad e ingresos en Colegius.com

Del análisis anteriormente presentado se desprende principalmente que el éxito para obtener ingresos en una red social consiste en tener miles de usuarios conectados a dicha red, para que de esta manera haya más impresiones y/o clicks en un anuncio.

Sin embargo, mientras la red social va adquiriendo usuarios, se puede colocar anuncios pagados por un período fijo, siendo las posibilidades de obtener ingresos bastante altas ya que no toda la publicidad siempre va a estar dirigida a un mismo sector si no mas bien cada publicidad se establece en base de un público objetivo, ya sea por edad, intereses, educación, estudios, etc... Justamente esos datos están presentes en los usuarios de la cualquier red social en Internet.

Para el caso de la red social colegius.com se esperarían resultados similares (en cuanto a ingresos) con el paso del tiempo. Dado que es una red social orientada exclusivamente a estudiantes de colegios del Ecuador.

En este sentido, se menciona que la población estudiantil en los niveles de educación básica y bachillerato es de 3'195.382 estudiantes¹²⁰ de esa cifra se esperaría llegar primeramente a un 10% de estudiantes situados en de las principales ciudades del país (por la facilidad de acceso a internet), siendo esto la masa crítica para poder levantar una actividad sostenida en una red social como colegius.com.

4.5 Conclusiones Generales

Por otro lado, si bien es cierto que el ejemplo más claro de una red social ha sido Facebook, y que al momento parece estar experimentando una desaceleración en cuanto a su crecimiento¹²¹ eso no implica que sea al fin de esta red social, al menos en el mediano plazo (3 a 5 años).

Las redes sociales presentan un boom hoy en día en cuanto a comunicación, multimedia y entretenimiento. Así mismo presentan oportunidades y se han convertido en una fuente de información estratégica para compañías como puede ser el caso de telefónicas.¹²² Muchos analistas indican que aún no está claro el modelo de negocio de dichas redes, debido a que no se centran en un modelo específico, si no mas bien, debido a la variedad de contenidos, pueden enfocarse desde distintos puntos de vista para el modelo de negocio. Sin embargo lo que está claro para analistas y profesionales del medio es que la importancia del Internet y en especial de las redes sociales en el ámbito de la publicidad se consolida con el paso del tiempo.¹²³

Para algunos analistas también esto podría constituir una nueva burbuja similar al caso de las .com sucedido hace años atrás, ya que las sociales, como Facebook por ejemplo han adquirido valores de varios cientos de miles de millones de dólares como se indicó al inicio de este trabajo.

Sin embargo, es indudable la capacidad de dichas redes para aglutinar personas en torno a intereses comunes, compartir contenidos de todo tipo y principalmente es indiscutible la ventaja que han presentado para muchas personas el reunirse o encontrar personas con las cuales habían perdido contacto.

En el aspecto económico, redes como Facebook representan un factor de crecimiento para sus propios empleados ya que para el 6 de Agosto del 2008 Facebook declaraba que iba permitir a sus empleados vender el 20% de las acciones de dicha red social, lo que le significaría a cada empleado al menos unos cien mil dólares de ingresos.¹²⁴

Es posible mitigar los riesgos más comunes existentes en dichas redes, brindando al usuario la información adecuada y permitiéndole también escoger la información que se publica o no en su perfil público.

Sin embargo, para los anunciantes, si bien es cierto que los costos por anunciar en una red social son relativamente bajos comparados con otros medios de comunicación –van desde los 3 centavos por click en adelante- pueden llegar a cifras de mínimo cien dólares al día dependiendo el tipo de campaña que se desee realizar. Los ingresos para una red social se vuelven mayormente voluminosos en la medida que obtiene más usuarios.

La ventaja mayoritaria sobre esto radica en que el campo de acción de los anuncios básicamente no se limita al país del anunciante, si no que se puede anunciar en otros países, brindando una flexibilidad inigualable al momento de anunciar en la Web.

Además a todo lo anterior hay que resaltar que la estabilidad de Facebook o de toda red social está básicamente fundamentada en la capacidad de sus creadores de mejorar su plataforma constantemente, de manera que los usuarios siempre se mantengan atraídos por los nuevos cambios y nuevas prestaciones que pueda otorgarles una red, por ejemplo para el caso de las empresas para las que la Red Social se ha convertido en un vínculo con sus clientes. Tal es el caso, por mencionar unos pocos ejemplos, como Mini Usa (MiniCooper), Hewlett Packard, Ernst & Young, del Monte Pet Foods.¹²⁵

Mientras Facebook se estabiliza en cuanto a su crecimiento otras redes como twitter tienen un crecimiento bastante acelerado.

América Latina que es una región con baja penetración del Internet –menos del 35%- será todavía un nicho por explotar para las redes sociales. Así mismo siendo la penetración de los teléfonos móviles apenas un 15% en la región todavía hay mucho potencial por explotar¹²⁶ brindando grandes posibilidades para el desarrollo de comercio electrónico y en especial para las redes sociales cuyos ingresos son mayoritariamente provenientes de la publicidad.

El modelo de negocio de LinkedIn es el mejor ejemplo de lo que una red social rentable puede llegar a ser. No solo se concentra en una interfase Web que conecta a personas, sino que produce ingresos por la venta de suscripciones, generando valor para la empresa. Así mismo, es importante resaltar que el target al que va dirigido una red social es el que le brinda importancia y estabilidad, es decir es preferible crear redes sociales con un tema específico, antes que una gran red dispersa.

En general, las redes sociales han llegado a llenar una necesidad de comunicación de las personas en el mundo entero, por lo mismo al menos en el mediano plazo, seguirán manteniéndose como parte de la vida de millones de personas. Los ingresos que obtengan dependerá de la adaptación a los cambios tecnológicos como por ejemplo el uso de teléfonos inteligentes, tablets y similares, así como la capacidad de sus directivos de mejorar su modelo de negocios de manera que no solo dependan de publicidad, sino de la venta de servicios eficientes para sus usuarios.

Por todo lo anteriormente indicado las redes sociales son sin duda un campo en el cual se prevén grandes inversiones, al menos, en los próximos 3 a 5 años, esto se confirma con los datos de la empresa de investigación IDC que pronostica que el mercado de las plataformas de redes sociales pasará de 630 millones de dólares en el 2011 a 18.600 millones para el 2014¹²⁷. Dependerá entonces, de la capacidad de sus directivos y creadores de software aprovechar este nicho de posibles ganancias.

Así mismo podemos concluir que el acceso a las mencionadas redes sociales en Internet estas han contribuido en varios aspectos a:

- Democratizar la opinión, haciéndola accesible a las grandes masas.
- Democratización de las herramientas de producción.
- Democratización de los contenidos y su distribución.
- Disminución en los costos de crear y transmitir información.

Por otro lado, la interacción social que permiten las redes sociales en Internet es un factor clave que permitirá que se mantenga su crecimiento. Por ejemplo, en situaciones de crisis las personas recurren de manera primaria a las redes sociales pudiendo estar en vivo con sus familiares o consultar a terceros en caso de emergencias, a pesar de las grandes distancias.

ANEXO 1: Presentación de un modelo de red social

Se procedió a desarrollar un modelo de red social con el único fin de obtener datos sobre los siguientes objetivos:

- 1) Acercarnos al mundo de las redes sociales,
- 2) Comprender a breves rasgos su funcionamiento: visitas por día, cantidad de nuevos usuarios por día, métodos de expansión y mercadeo del nombre de la red por Internet.

A.1 Colegius.com

Se desarrolló una red social basada en la Web. Se lo puede encontrar en www.colegius.com . El modelo consta los componentes básicos y característicos de las mismas, se la denominó Colegius.com por estar enfocada específicamente a estudiantes de colegios y universidades. La red consta básicamente de un menú principal con las siguientes funciones:

- Perfil.
 - Cambiar Foto.
 - Editar Perfil.
- Amigos.
 - Invitaciones Entrantes.
 - Buscar Amigos.
- Mensajes.
 - Enviar un mail.
- Ayuda Académica.
- Busca Empleo.
- Eventos.

A.1.1 Casos de Uso de la Red Social basada en la Web.

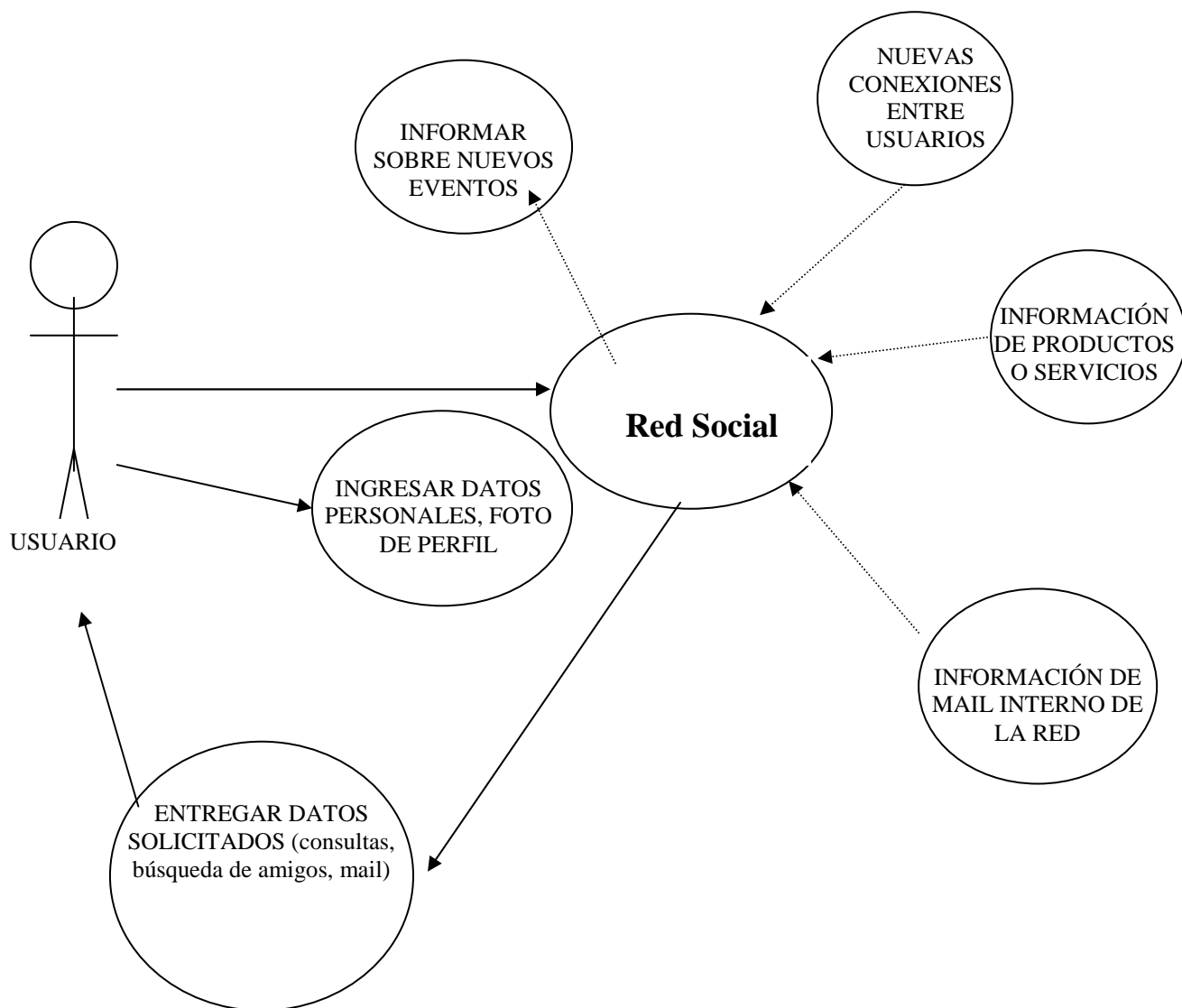


Fig. No. A1 Diagrama de Casos de Uso

B. Descripción del Prototipo.

Este prototipo contará con una interfase que para el usuario debe ser amigable, de fácil manejo y poca complejidad. Esta va a proporcionar las herramientas adecuadas para ingresar, visualizar, modificar los datos.

B.1 Diseño de la interfaz.

La interfaz con el usuario se hará mediante pantallas que muestre las principales opciones de la red social en la parte superior, como muestra la siguiente figura:



Fig. A2. Menú de Colegius.com

B.1.1 Descripción de componentes

B.1.1.2 Colores. Los colores utilizados en la interfaz estarán dados de acuerdo a los siguientes colores: azul claro, anaranjado, blanco y rojo, pues de esta manera se establece un ambiente que va de acuerdo con la imagen que se desea establecer para la red.

B.1.1.3 Espacio de trabajo. La pantalla en la que se desplegara toda la información será de 750 píxeles de ancho x 500 píxeles de largo.

Respecto al tipo de letra que se usara en los menús, tenemos que será Arial, de 10 puntos, color blanco, debido a la facilidad de lectura que presenta este tipo de letra y tamaño al contrastar con el fondo de color plomo.

Los botones de “Aceptar”, “Enviar” y/o “Buscar” serán de 70 píxeles de largo x 30 píxeles de ancho. Utilizaran la tipografía anteriormente desarrollada.

B.1.1.4 Menú Principal: contiene un conjunto de botones que permiten desplegar la totalidad de las pantallas del sistema: Mi perfil, Amigos, Mensajes, Búsqueda de empleo, Eventos, Salir.

Usuario del Sistema: indica el nombre del usuario que está utilizando actualmente la red, el cual ha sido previamente ingresado con una contraseña como requisito para acceder a la red.

B.1.1.5 Área de Trabajo: es el lugar donde se despliegan las pantallas que son activadas a través del Menú Principal.

The screenshot shows the Colegius.com website interface. At the top, there is a navigation bar with the following items: [Mi Perfil](#), [Amigos \(3\)](#), [Mensajes \(4\)](#), [Ayuda Académica](#), [Busca empleo](#), [Anuncios](#), and [Salir](#). Below this is a red header with [Cambiar Foto](#) and [Editar mi Perfil](#). The main content area displays a user profile for 'Angelica' with the following details:

Sexo:	Femenino
Edad:	25
País:	ec
Ciudad:	Quito
F. de nac.:	00/00/0000

Below the profile information, there are sections for 'Mi página Web', 'Mi email', 'Mis teléfonos', 'Colegio', 'Universidad', 'Estado Civil', 'Acerca de mí', 'Mis películas favoritas', 'Mis libros preferidos', 'Política', and 'Religión'. On the right side, there are 'Anuncios' (Fiesta CMUSF, Regalo Cachorros) and a 'Menú de ayuda y consejos de seguridad. Anuncios y publicidad'.

Arrows in the image point to the 'Menú Principal' (navigation bar), the 'Área de Trabajo' (main content area), and the 'Menú de ayuda y consejos de seguridad. Anuncios y publicidad'.

Fig. No. A3 Área de Trabajo Colegius.com

B.2 Detalles Técnicos

- La programación de consulta a la base de datos e ingreso de datos se realizó usando tecnología ASP.
- Las validaciones de los formularios de ingreso de datos se realizan usando JavaScript, así como validación en el lado del servidor.
- Se utiliza una base de datos Access para almacenar los datos del perfil de cada usuario.
- Se utiliza una base de datos Access para almacenar la fotos de perfil de cada usuario.
- Para el envío de e-mails se usa tecnología PHP, con la aplicación Php Mailer, con licencia GNU.

- El envío de email entre los usuarios, así como de alertas se realiza utilizando código PHP que luego será procesado por PHP Mailer:

```
$destinatario = $_GET['destinatario'];
```

```
$remiteante = $_GET['remiteante'];
```

```
$message = $remiteante.' te ha enviado esta invitación para formar parte de su red de amigos <br><br>'. "\n". 'Quieres saber más sobre él o ella?'. "\n\n". 'Ingresa a Colegius.com y descúbrelo.<br><br> Colegius.com es la red para conocer gente de tu edad, de distintos colegios y universidades.<br><br>'. "\n\n". 'Ingresa con tu login y password! en: <a href="http://www.colegius.com">colegius.com</a> '. "\n\n";
```

```
$para = $_GET['mailinvited'];
```

```
error_reporting(E_STRICT);
```

```
date_default_timezone_set('America/Toronto');
```

```
include("../phpmailer/class.phpmailer.php");
```

```
$mail = new PHPMailer();
```

```
$body = $message;
```

```
$body = eregi_replace("[\n]", "", $body);
```

```
$mail->IsSMTP();
```

```
$mail->SMTPAuth = true; // enable SMTP authentication
```

```
// $mail->SMTPSecure = "ssl"; // sets the prefix to the server
```

```
$mail->Host = "mail.colegius.com";
```

```
$mail->Port = 25; // set the SMTP port for the server
```

```
$mail->Username = "alerts@colegius.com"; // username
```

```
$mail->Password = "*****";
```

```
// $mail->AddReplyTo($remiteante2, $remiteante);
```

```
$mail->From = "alerts@colegius.com";  
$mail->FromName = "Colegius";  
$mail->Subject = $destinatario.' tienes una invitación exclusiva para unirte a la red  
de '.$remitente.' Colegius.com!!';  
$mail->AltBody = "To view the message, please use an HTML compatible email  
viewer!"; // optional, comment out and test  
$mail->WordWrap = 50; // set word wrap  
$mail->MsgHTML($body);  
// $mail->AddAttachment("images/phpmailer.gif"); // attachment  
$mail->IsHTML(true); // send as HTML  
$mail->AddAddress($para, $destinatario);  
  
if(!$mail->Send()) {  
    echo $name." Error: " . $mail->ErrorInfo."<br>";  
} else {  
    echo '<b>Mensaje enviado.</b><br>';  
}  
?>
```


- La consulta de los datos de perfil se realiza mediante una consulta a la base de datos:

```
Set con = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
```

```
Con.Open("Provider=Microsoft.Jet.OLEDB.4.0;Data Source=" & _
```

```
Server.MapPath("perfiles.mdb"))
```

```
sql = "SELECT
```

```
perf_nombres,perf_sexo,perf_edad,perf_telf,perf_celular,perf_fnac,perf_estadocivil,p
```

```
erf_colegio,perf_universidad,perf_descripcionpers,perf_email1,perf_web,perf_pelfav,
```

```
perf_librfav,perf_pais,perf_ciudad,perf_politica,perf_religion,foto,id FROM perfil
```

```
WHERE perf_usuario= "&usuario1&"
```

```
set result = Con.Execute(sql)
```

```
row = result.GetRows
```

```
result.Close
```

```
Set result = Nothing
```

```
Con.Close
```

```
Set con = Nothing
```

- La búsqueda de amigos se realiza usando una consulta a la base de datos:

```
Set con = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
```

```
Con.Open "Provider=Microsoft.Jet.OLEDB.4.0; Data Source=" &
```

```
Server.MapPath("perfiles.mdb")&";"
```

```
sql = "SELECT id,perf_usuario,perf_sexo,perf_edad FROM perfil WHERE
```

```
perf_email1 like '%"&email&"%' OR perf_email2 like '%"&email&"%' OR
```

```
perf_apellidos like '%"&email&"%' OR perf_nombres like '%"&email&"%' "
```

```
Set result = con.Execute(sql)
```

```
if result.EOF then
```

```
Response.Write("<span class=""style3"">No hay coincidencias</span></p><br>")
```

```
Response.Write("<a href=""javascript:history.back(1)"">Realizar otra búsqueda</a>")
```

```
else
```

```
Do While Not result.EOF
```

```
Response.Write "<p><b>a href=muestra_amigosquery.asp?id=" &result.Fields("id")
```

```
& " target=search_content "&result.Fields("perf_usuario")&"</a></b><br><font
```

```
color=""#696969"">&#149; " &result.Fields("perf_usuario") & "</font</p>"
```

```
result.MoveNext
```

```
Loop
```

```
End if
```

```
result.Close
```

```
Set result = Nothing
```

```
con.Close
```

```
Set con = Nothing
```

- Cuando se envía una solicitud de amistad se crea una relación entre quien envía la solicitud de amistad y a quien se la solicita. Esa relación se la guarda en la tabla llamada netfriend previo una verificación si no se envió anteriormente una solicitud al mismo usuario.

```

sql = "SELECT nf_id FROM netfriend WHERE nf_inviter= "&userinviter&" AND
nf_invited= "&userinvited&" AND nf_statusaccepted='1' OR nf_invited=
"&userinviter&" AND nf_inviter= "&userinvited&" AND nf_statusaccepted='1' OR
nf_inviter= "&userinviter&" AND nf_invited= "&userinvited&" AND
nf_statusaccepted='0' OR nf_invited= "&userinviter&" AND nf_inviter=
"&userinvited&" AND nf_statusaccepted='0' "
RS.Open sql, oConn,3,1
if RS.EOF then
RS.Close
sql = "INSERT INTO netfriend
(nf_idinviter,nf_inviter,nf_idinvited,nf_invited,nf_statusaccepted)
VALUES("&variableid&","&userinviter&","&variableid2&","&userinvited&','0')
RS.Open sql, oConn

```

ANEXO 2: Manual de usuario

Es importante resaltar que en la sección de ayuda se presentará al usuario un resumen del funcionamiento además de consejos de seguridad que estarán siempre visibles al usuario.

Fig. No 1 Subir una foto de perfil a Colegius.com

Cambiar foto. Esta opción permite agregar/cambiar la foto del perfil del usuario.

Editar mi perfil. En esta opción se podrán editar todos los datos del perfil de usuario.

Fig. No. 33 Editar perfil de Usuario Colegius.com

En esta opción se mostrará un listado de todos los amigos de un usuario, además de que esta sección se presentarán las invitaciones recibidas de otros usuarios y también podrá buscar nuevos amigos

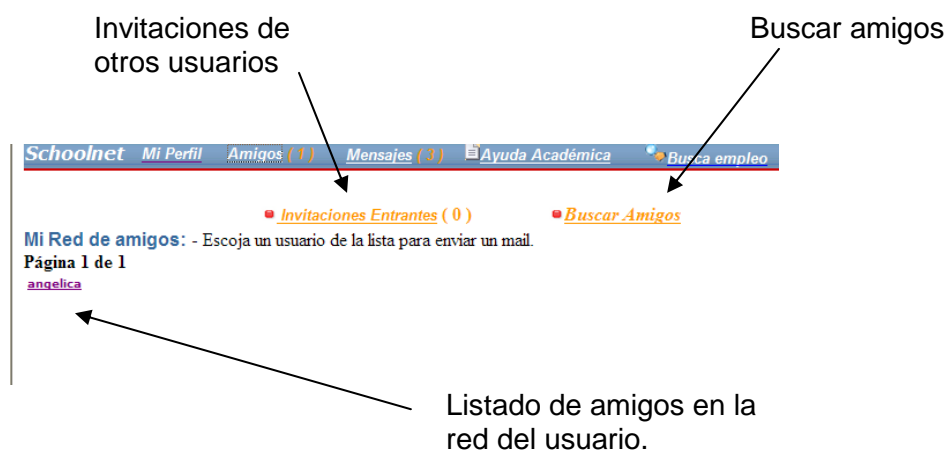


Fig. No. 2 Opciones de Amistad en Colegius.com

Al dar click sobre cualquiera de los alias de los usuarios listados de la red de amigos, se desplegará el perfil de ese usuario seleccionado en la parte de abajo del área de trabajo. En cada perfil se tendrá la opción de enviar un mail al mencionado usuario.

Fig. No. 3 Enviar un mail en Colegius.com

The screenshot displays the 'Mi Red de amigos' section of the Colegius.com website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Schoolnet', 'Mi Perfil', 'Amigos (1)', 'Mensajes (1)', 'Ayuda Académica', and 'Busca'. Below this, there are links for 'Invitaciones Entrantes (0)' and 'Buscar Amigos'. The main content area shows 'Mi Red de amigos: - Escoja un usuario de la lista para enviar un mail.' and 'Página 1 de 1'. A list of users is shown, with 'angelica' selected. An arrow points from the 'angelica' link to the user's profile. The profile includes a photo of Angelica, her name, age (25), sex (F), country (Ecuador), and city (Quito). Below the profile, there is a bio: 'Soy alegre, jovial, me gusta hacer nuevos amigos.' To the right of the profile, there is a 'Mail' icon and a link 'Enviar un e-mail'. An arrow points from this link to an email form. The form has fields for 'De:' (filled with 'angelica'), 'Para:' (filled with 'angelica'), and 'Asunto:'. There is also a large text area for the message and an 'Enviar' button at the bottom. Two text annotations with arrows explain the process: 'Al seleccionar un usuario se presenta el perfil de ese usuario.' and 'Se puede entonces, enviar un mail a ese usuario.'

Schoolnet Mi Perfil Amigos (1) Mensajes (1) Ayuda Académica Busca

Invitaciones Entrantes (0) Buscar Amigos

Mi Red de amigos: - Escoja un usuario de la lista para enviar un mail.
Página 1 de 1

angelica

Angelica
Edad: 25 Sexo: F
País: Ecuador Ciudad: Quito

Soy alegre, jovial, me gusta hacer nuevos amigos.

Mail Enviar un e-mail

De: angelica
Para: angelica
Asunto:

Enviar

Al seleccionar un usuario se presenta el perfil de ese usuario.

Se puede entonces, enviar un mail a ese usuario.

Mensajes: en esta sección cada usuario podrá leer los mails que le han sido enviados por otros usuarios, al dar click sobre el nombre del usuario se desplegará el mensaje en el panel de la parte inferior. Luego de lo cual el usuario tendrá la opción de responder al mail o de eliminarlo.

Además en esta sección se podrá enviar un nuevo mail al dar click en la opción enviar un mail.

Fig. No. 4 Enviar y recibir mails en Colegius.com

Número de Mails que no se han leído.

Enviar un nuevo mail.

Mensajes entrantes.

Panel de lectura de los mails.

Para facilitar tu navegación, da click en cualquier mensaje de arriba y observa su contenido aquí.

⚠ Solo puedes enviar y recibir mails de personas que se encuentren en tu red.

Usuario	Contenido	Fecha	Acción
deber		03/03/2008	
carina	hola	03/03/2008	
giorgio134	donde estás	14/05/2009	
maridelmar	jueves fiesta	14/05/2009	

Mail Schoolnet © Derechos reservados. 2008.

Asunto: jueves fiesta

De: maridelmar

note olvides que la fiesta del curso se realizará mañana ala s10pmen el flash back

Eliminar Responder

De: angelica

Para: maridelmar

Asunto: RE:jueves fiesta

-----Mensaje Original ---
note olvides que la fiesta del curso se

Enviar

BIBLIOGRAFÍA:

- ¹ http://www.comscore.com/esl/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Microsoft_Sites_Ranks_as_Most-Visited_Online_Property_in_Mexico_Facebook.com_Triples_in_Size . Score Media Metrix . Agosto 2010
- ² http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social :Mayo 2010
- ³ <http://www.sociologiyredessociales.com/2010/04/definicion-de-red-social-en-internet-e-identidad-digital/> Abril 1, 2010.
- ⁴ <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- ⁵ Gestión de Comunidades virtuales. Introducción a los Medios Sociales. Martínez Estremera, Juan Ignacio. Aerco – Psm. P. 9.
- ⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social Mayo 2010
- ⁷ <http://fernando-amaro.com/social-media-el-fenomeno-de-las-redes-sociales/> Junio 2010.
- ⁸ Cachia Romina. Los sitios de creación de redes. Aspectos Sociales. Telos, cuadernos de Comunicación e Innovación.
<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo%3D4&rev%3D76.htm>
- ⁹ Flores, Jesús Miguel. Nuevos Modelos de Comunicación, Perfiles y Redes Sociales. P.80. Comunicar Revista científica Latinoamericana. Octubre 2009.
http://dialnet.unirioja.es/servlet/dfichero_articulo?codigo=3056476
- ¹⁰ <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/4695495.stm>, Abril 2009.
- ¹¹ <http://www.taringa.net/posts/info/1565081/La-historia-De-Google-parte-2.html>, Abril 2009
- ¹² en.wikipedia.org/wiki/Cyworld
- ¹³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Cyworld> Marzo 2011
- ¹⁴ en.wikipedia.org/wiki/Skyrock
- ¹⁵ <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- ¹⁶ <http://emiliomarquez.com/2010/03/25/940-millones-de-usuarios-de-redes-sociales-en-todo-el-mundo/> Noviembre 2011
- ¹⁷ <http://www.andresvegas.es/2011/12/social-media/2016-dos-mil-millones-de-usuarios-de-redes-sociales> 10 de Dic 2011.
- ¹⁸ <http://www.andresvegas.es/2011/12/social-media/2016-dos-mil-millones-de-usuarios-de-redes-sociales> 10 Dic 2011
- ¹⁹ <http://www.concepto05.com/2012/01/estadisitica-usuarios-de-redes-sociales-en-espana-2012/> 16 Enero 2012
- ²⁰ www.catster.com . Datos a Enero 10 del 2008.
- ²¹ <http://uofslibrary23things.blogspot.com/2011/04/week-10-things-15-16-social-networking.html> 21 Febrero 2010
- ²² <http://uofslibrary23things.blogspot.com/2011/04/week-10-things-15-16-social-networking.html> 2 Abril, 2012
- ²³ <http://venturebeat.com/2012/04/05/google-plus-100m-users/> 05 Abril 2012
- ²⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Waze> Mayo 2012

-
- ²⁵ <http://adecintel.blogia.com/2012/011301-las-redes-sociales-y-la-inteligencia-colectiva.php> 13 Enero 2012.
- ²⁶ <https://sites.google.com/site/redessocialesvirtuales/home/introduccion-a-la-web-20> Sin fecha de publicación.
Consultado Junio 2012
- ²⁷ <https://sites.google.com/site/redessocialesvirtuales/home/introduccion-a-la-web-20> Sin fecha de publicación.
Consultado Junio 2012
- ²⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook> . Abril 2009.
- ²⁹ <http://www.vuelodigital.com/2011/06/15/facebook-llega-a-los-700-millones-de-usuarios/> .Diciembre 2011.
- ³⁰ http://www.allfacebook.com/facebook-demographic-statistics/?country_id=EC&gender=MF&age=0t0&country_id2=&gender2=MF&age2=0t0&country_id3=&gender3=MF&age3=18t25 . Marzo 2009.
- ³¹ <http://www.facebook.com/ads/manage/> Junio 2012
- ³² <http://www.facebook.com/ads/manage/> Junio 2012
- ³³ <http://www.facebook.com/ads/manage/> Junio 2012
- ³⁴ <http://seguridadredessociales.wordpress.com/2009/04/07/los-menores-han-de-conocer-las-redes-sociales-sus-riesgos-y-ventajas/> Marzo 2009.
- ³⁵ Gharibi,Wajeb. Mirza, Abdulrahman. Security Risks and Modern Cyber Security Technologies for Corporate Networks. International Journal of computer Science and Information Security. Vol 9. Enero 2011.
<http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1105/1105.2002.pdf>
- ³⁶ <http://www.rafaela.com/cms/news/ver/33259/1/los-adultos-se-preocupan-cada-vez-mas-por-la-vida-online-de-sus-hijos-.html> Junio 2012
- ³⁷ <http://www.muyinternet.com/2009/05/26/protege-a-tus-hijos-con-norton-online-family> Mayo 2009
- ³⁸ <http://www.fayerwayer.com/2012/02/el-informe-norton-online-family-identifica-problemas-como-la-ciberhumillacion-y-el-gasto-excesivo-en-compras/> Febrero 2012
- ³⁹ http://www.rrhhpress.com/index.php?option=com_content&view=article&id=15572:el-fenomeno-byod-pone-de-manifiesto-la-dependencia-de-los-trabajadores-de-redes-sociales-como-facebook-y-twitter&catid=80:tecnologia&Itemid=176 Junio 2012
- ⁴⁰ http://www.diariodecuyo.com.ar/home/new_noticia.php?noticia_id=522850. Junio 2012
- ⁴¹ http://articles.nydailynews.com/2010-10-28/news/27079575_1_young-mom-baby-abusive-head-trauma Octubre 2010
- ⁴² <http://bossip.com/301195/epitome-of-a-bad-mother-facebook-addict-retard-murks-infant-smokes-a-bogie-goes-back-to-farmville/> Octubre 2010
- ⁴³ <http://www.abc.es/20120324/medios-redes/abci-redes-sociales-adiccion-201203240908.html> Marzo 2012
- ⁴⁴ <http://www.pcinternity.com/2011/04/10-sintomas-del-adicto-a-las-redes-sociales.html> Abril 2011
- ⁴⁵ <http://www.misapisportuscookies.com/2011/06/adictos-redes-sociales-enfermedad/> Junio 2011

-
- ⁴⁶ <http://cosasandybel.blogspot.com/2012/02/adiccion-las-nuevas-tecnologias.html> Febrero 2012
- ⁴⁷ <http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2010/05/31/facebook-twitter-adicto-expansion-mexico> Junio 2010
- ⁴⁸ <http://www.abc.es/20120324/medios-redes/abci-redes-sociales-adiccion-201203240908.html> Marzo 2012
- ⁴⁹ <http://www.debate.com.mx/eldebate/Articulos/ArticuloGeneral.asp?IdArt=10756718&IdCat=12302> Marzo 2011
- ⁵⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberacoso> Junio 2012
- ⁵¹ <http://istmo.mx/2011/09/sexting-acoso-y-redes-sociales-peligrosa-combinacion/> Julio 2012
- ⁵² <http://www.ciberbullying.com/cyberbullying/2012/06/27/el-81-de-los-menores-espanoles-se-confiesa-preocupado-por-el-ciberbullying/> Junio 2012
- ⁵³ <http://www.riesgosinternet.wordpress.com/2011/12/26/el-ciberbullying-aumenta-en-chile-hasta-casi-el-90-de-los-escolares-adolescentes/> Diciembre 2012
- ⁵⁴ <http://www.diariouno.com.ar/mendoza/De-9.000-nios-y-adolescentes-mendocinos-1.800-fueron-agredidos-por-Internet-o-SMS-20111119-0024.html> Noviembre 2011
- ⁵⁵ <http://www.ciberbullying.com/cyberbullying/2011/12/23/el-ciberbullying-aumenta-en-los-ee-uu-mas-del-80-en-10-anos-segun-una-investigacion/> Diciembre 2011
- ⁵⁶ <http://www.ciberbullying.com/cyberbullying/2011/04/28/casi-el-16-de-los-jovenes-portugueses-sufren-ciberbullying-segun-un-estudio/> Abril 2011
- ⁵⁷ <http://www.tvi24.iol.pt/sociedade/jovens-agridem-se-de-proposito-bullying-ciberbullying-tvi24--/1246546-4071.html> Abril 2011
- ⁵⁸ http://www.fundacionpfizer.org/docs/pdf/Foro_Debate/Informe_FINAL_Violencia_y_Juventud.pdf Junio 2010
- ⁵⁹ <http://stop-ciberbullying.blogspot.com/2009/06/aumentan-los-casos-de-ciberbullying-en.html> Junio 2009
- ⁶⁰ <http://riesgos-internet.blogspot.com/2008/12/el-cyberbulling-es-una-de-los-mayores.html> Diciembre 2008
- ⁶¹ <http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/sociedad/dos-cada-diez-ninos-sufren-abusos-sexuales> Abril 2010
- ⁶² <http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/sociedad/dos-cada-diez-ninos-sufren-abusos-sexuales> Abril 2012
- ⁶³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Grooming> Mayo 2012
- ⁶⁴ <http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/sociedad/dos-cada-diez-ninos-sufren-abusos-sexuales> Abril 2012
- ⁶⁵ http://www.consumeraffairs.com/news04/2007/07/myspace_more.html . Abril 2009.
- ⁶⁶ <http://www.nytimes.com/2006/03/09/fashion/thursdaystyles/09parents.html?pagewanted=all> . Noviembre 2011
- ⁶⁷ <http://www.cbsnews.com/stories/2006/02/06/eveningnews/main1286130.shtml> . Noviembre 2011.
- ⁶⁸ <http://www.cbsnews.com/stories/2006/02/06/eveningnews/main1286130.shtml> . Abril 2009.
- ⁶⁹ <http://www.techdirt.com/articles/20090204/1843083651.shtml> .Abril 2009.
- ⁷⁰ <http://rtnoticias.com/index.php/mundo/ciencia-y-tecnologia/15224-los-problemas-en-lo-que-te-puedes-meter-con-un-simple-mensaje-en-las-redes-sociales> Junio 2012
- ⁷¹ <http://www.informador.com.mx/mexico/2011/277579/6/redes-sociales-posible-causa-de-despidos.htm> Marzo 2011

-
- ⁷² <http://www.lavanguardia.com/internet/20111011/54229795473/cuando-facebook-puede-ser-causa-de-despido.html> Octubre 2011
- ⁷³ <http://www.informador.com.mx/mexico/2011/277579/6/redes-sociales-possible-causa-de-despidos.htm> Marzo 2011
- ⁷⁴ <http://www.abc.es/20120515/medios-redes/abci-twitter-turquia-201205142045.html> Mayo 2012
- ⁷⁵ <http://www.abc.es/20120402/medios-redes/abci-kimberley-hester-facebook-password-201204021138.html> Abril 2012
- ⁷⁶ <http://www.rnw.nl/espanol/article/despido-por-causa-de-twitter-o-facebook> Febrero 2012
- ⁷⁷ <http://www.buscarempleo.es/noticias/despidos-motivados-por-las-%E2%80%9Cverdades%E2%80%9D-en-facebook.html> Abril 2010
- ⁷⁸ <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/03/08/economia/1299618023.html> Marzo 2011
- ⁷⁹ <http://lta.reuters.com/article/internetNews/idLTASIE61918720100210> Febrero 2012
- ⁸⁰ <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/redes-sociales-causan-divorcios> Enero 2012
- ⁸¹ <http://actualidad.rt.com/ciencias/view/24209-Facebook-causa-millones-de-divorcios-en-todo-mundo> Marzo 2011
- ⁸² <http://www.theglobeandmail.com/news/world/five-of-the-arab-springs-most-influential-tweeters-on-the-post-911-world/article2135077/> Septiembre 2011
- ⁸³ <http://ijnet.org/es/blog/octavia-nasr-las-redes-sociales-fueron-un-megafono-para-la-primavera-arabe> . Febrero 2011
- ⁸⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Disturbios_de_Inglaterra_de_2011 Abril 2012
- ⁸⁵ <http://www.eluniversal.com/2011/08/11/intervendran-redes-sociales-en-reino-unido-ante-disturbios.shtml> agosto 2011
- ⁸⁶ http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/08/110811_internet_ingles_disturbios_cameron_twitter_facebook_redes_sociales_fp.shtml Agosto 2011
- ⁸⁷ <http://www.enter.co/negocios/gobierno-de-e-u-busca-predecir-el-futuro-con-ayuda-de-redes-sociales/> Octubre 2011
- ⁸⁸ <http://www.enter.co/negocios/gobierno-de-e-u-busca-predecir-el-futuro-con-ayuda-de-redes-sociales/> Octubre 2011
- ⁸⁹ <http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-fbi-quiere-usar-redes-sociales-predecir-crimenes-delitos-20120127145438.html> Enero 2012
- ⁹⁰ <http://youtu.be/5EbxMPmSubE> Julio 2012
- ⁹¹ <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/02/04/el-impresionante-crecimiento-de-facebook/> Febrero 2011
- ⁹² <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-04-24/facebook-llego-a-900-millones#axzz26MiAp6L9> Abril 2012
- ⁹³ <http://www.redessociales.es/2012/01/13/1-billon-usuarios-facebook-2012-redes-sociales-crecimiento/> enero 2012
- ⁹⁴ <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-04-24/facebook-llego-a-900-millones#axzz26MiAp6L9> Abril 2012
- ⁹⁵ <http://mashable.com/2012/01/12/facebook-1-billion-users/> Enero 2012

-
- ⁹⁶ <http://noticias.univision.com/tecnologia/redes-sociales/article/2012-04-24/facebook-llego-a-900-millones> Abril 2012
- ⁹⁷ <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/06/11/navegante/1339441534.html> Agosto 2012
- ⁹⁸ <http://www.redessociales.es/2012/02/18/facebook-preocuparse-crecimiento-marcas-google-plus-pages/> Febrero 2012
- ⁹⁹ <http://googleplusinicio.com/google-plus-llega-a-50-millones/> Septiembre 2011
- ¹⁰⁰ <http://googleplus.com.es/google-plus-62-millones-de-usuarios-625000-diarios> Diciembre 2011
- ¹⁰¹ <http://googleplusinicio.com/google-plus-llega-a-50-millones/> Septiembre 2011
- ¹⁰² <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1009344> Septiembre 2012
- ¹⁰³ <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1009344> Septiembre 2012
- ¹⁰⁴ <http://www.dosensocial.com/2012/01/01/12-tendencias-redes-sociales-2012/> Enero 2012
- ¹⁰⁵ <http://www.rawstory.com/rs/2012/05/17/facebook-becomes-a-driver-of-economic-growth-studies/> Mayo 2012
- ¹⁰⁶ <http://finance.yahoo.com/q/ta?s=GRPN+Basic+Tech.+Analysis&t=1y> Septiembre 2012
- ¹⁰⁷ <http://finance.yahoo.com/q/ta?s=ZNGA+Basic+Tech.+Analysis&t=1y> Septiembre 2012
- ¹⁰⁸ Imagen tomada de plataforma Etoro. Septiembre 2012
- ¹⁰⁹ <http://finance.yahoo.com/q?s=LNKD&q1=0> Septiembre 2012
- ¹¹⁰ <http://www.puromarketing.com/53/13355/redes-sociales-hunden-bolsa-final-burbuja.html> Junio 2012
- ¹¹¹ Gestión de Comunidades virtuales. Economía Digital. Velilla, Javier. P. 20
- ¹¹² Revista Icono 14. Revista Científica de comunicación y tecnologías emergentes. Vol 8, No.1(2010). Caldevilla Domínguez, David.
- ¹¹³ Gestión de Comunidades virtuales. Economía Digital. Velilla, Javier. P. 22
- ¹¹⁴ <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/29/redes-sociales-otro-escenario-las-campanas> Junio 2012
- ¹¹⁵ <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/06/29/redes-sociales-otro-escenario-las-campanas> Junio 2012
- ¹¹⁶ http://www.elfinanciero.com.mx/index.php?Itemid=26&id=14076&option=com_k2&view=item Noviembre 2012
- ¹¹⁷ http://www.impactousa.com/economia/ci_20341886/internet-cu-l-es-el-futuro-de-las Junio 2012
- ¹¹⁸ Muñoz-Ramos, Martha. Implicaciones Socioeconómicas de las Redes Sociales. Tesis. 2012. Universitat Abat Oliba CEU. P. 2o. <http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/182655/TFC-MU%C3%91OZ-2012.pdf?sequence=1>
- ¹¹⁹ http://elpais.com/diario/2009/03/26/sociedad/1238022001_850215.html Marzo 2009
- ¹²⁰ http://ec.kalipedia.com/geografia-ecuador/tema/geografia-social-cultural/estadisticas-educativas.html?x=20080802klpgeogec_35.Kes&ap=1 Septiembre 2011
- ¹²¹ <http://www.trecebits.com/2012/06/14/facebook-ya-casi-no-crece/> Junio 2012

-
- ¹²² Estudiar el Impacto de las Redes sociales sobre los modelos de negocios en Internet. Péres Estévez Raquel. P.1. Tesis. Universidad Politécnica de Catalunya. Noviembre 2007. <http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/4569/1/memoria.pdf>
- ¹²³ Muñoz-Ramos,Martha. Implicaciones Socioeconómicas de las Redes Sociales. Tesis. 2012. Universitat Abat Oliba CEU. P.12. <http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/182655/TFC-MU%C3%91OZ-2012.pdf?sequence=1>
- ¹²⁵ Muñoz-Ramos,Martha. Implicaciones Socioeconómicas de las Redes Sociales. Tesis. 2012. Universitat Abat Oliba CEU. P.49. <http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/182655/TFC-MU%C3%91OZ-2012.pdf?sequence=1>
- ¹²⁶ <http://www.dinero.com/empresas/articulo/buenas-proyecciones-para-punto-com/160237> Septiembre 2012
- ¹²⁷ <http://www.articuloz.com/informatica-y-tecnologia-articulos/las-redes-sociales-su-relevancia-alcance-y-repercusiones-4483922.html> Marzo 2011

Otras Páginas Consultadas:

www.analytictech.com/networks

www.analytictech.com/borgatti/paperson.htm

http://www.elpais.com/articulo/Pantallas/fenomeno/social/tesis/academica/elpepirtv/20080114elpepirtv_4/Te

s

http://www.economist.com/business/displaystory.cfm?story_id=9990635

<http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=5714>

<http://stat.gamma.rug.nl/ECRP-DANL/default.htm>