



Capítulo

8

**Redes
sociales**

hat
ideweb
ork
email



CAPÍTULO 8 - REDES SOCIALES

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.

Historia

Desde su ingreso, los sitios de redes sociales (SRS) tales como MySpace, Facebook, Cyworld, Twitter y Bebo han atraído a millones de usuarios, muchos de los cuales han integrado estos sitios en sus prácticas diarias. El primer sitio de redes sociales reconocibles puesto en marcha en 1997 - SixDegrees.com permitía a los usuarios crear perfiles, lista de amigos y amigos de sus amigos. De 1997 a 2001, AsianAvenue, Blackplanet y MiGente permitían a los usuarios crear relaciones personales y profesionales, creando perfiles que permitían a los usuarios identificar amigos en sus redes sin pedir la aprobación de esas conexiones. Figura 1 en el apéndice se describe el importante lanzamiento y re-lanzamiento de las fechas clave SRS dentro de la industria.

Desde entonces diversas redes se han creado unas permanecen y otras han desaparecido, según la zona geográfica el líder puede ir cambiando, pero a la fecha (2009) los principales competidores a nivel mundial son: MySpace, Facebook, Twitter.

Ryze.com se inició en 2001 para ayudar a las personas aprovechar sus objetivos empresariales y profesionales mediante la creación de redes profesionales. Su premisa fue proporcionar una red de apoyo para los consumidores en un entorno profesional que les permita la búsqueda de puestos de trabajo, hacer las conexiones de empresas, y potenciar las comunidades virtuales para las necesidades de las empresas en general. LinkedIn también fue creado para capturar este segmento de mercado y ha evolucionado hasta ser el estándar de la industria profesional para la creación de redes con muchas de las características de redes sociales adoptadas en el sitio.

MySpace se instaló en 2003 y se ha diferenciado de otros sitios por que permite a los usuarios personalizar sus páginas. Los adolescentes fueron los primeros en adoptarlo y MySpace floreció a través de la atracción de este grupo demográfico. MySpace incluso ha modificado su política de usuario para permitir a los menores de edad crear sus propios perfiles a raíz de la demanda en el segmento de mercado. Conforme el sitio ha crecido, tres poblaciones se empezaron a formar: los músicos / artistas, jóvenes, y adultos en su etapa posterior a la universidad.

Facebook fue creado originalmente para apoyar a las redes universitarias, en 2004 los usuarios del sitio estaban obligados a proporcionar las direcciones de correo electrónico asociada con las instituciones educativas. Este requisito lo llevo a ser un modelo de acceso relativamente cerrado y por lo que los usuarios tenían la percepción de la web como un sitio íntimo y privado de una comunidad demográfica cerrada. Facebook posteriormente se ha ampliado para incluir a los estudiantes de secundaria, profesionales, y finalmente todos los usuarios potenciales de Internet. A diferencia de otros SRS, en Facebook los usuarios sólo pueden hacer públicos sus perfiles a otros usuarios del sitio. Otra característica que distingue a Facebook es la capacidad para desarrolladores externos de crear aplicaciones lo que permite a los usuarios personalizar sus perfiles y realizar otras tareas, tales como comparar las preferencias de las películas. (Boyd y Ellison, 2007).

Tecnologías actuales

Una revisión de los sitios de redes sociales hace evidente que sus fundamentos tecnológicos están basados en la consolidación de aplicaciones de uso común en un único sitio. Se emplean las tecnologías estándares, como el correo electrónico y sus protocolos; http para facilitar las operaciones de subir o bajar información ya sea fotos o información sobre el perfil; la mensajería instantánea y los otros protocolos de uso común que se pueden encontrar a lo largo de muchas páginas web. Las características de las salas de chat también están disponibles y permiten a los usuarios conectarse instantáneamente en modalidad de uno-a-uno o en pequeños grupos en función de la oferta del sitio. Los principales proveedores de SRS están construidos sobre plataformas que apoyan las necesidades de los consumidores con diferentes herramientas para facilitar el intercambio de información. Estas tecnologías se encuentran en una etapa de madurez, se usan de forma generalizada por lo que son consideradas un componente integral de muchos de los principales sitios. El reciente despliegue de la nube de computación y las ofertas de almacenamiento han permitido a los proveedores ofrecer los servicios para satisfacer su creciente demanda. Los dispositivos móviles se están convirtiendo en una fuente primaria de acceso significativo los consumidores de estas redes sociales. Esto ha sido fundamental en el cumplimiento de los requisitos de conectividad que impulsa muchas de las características de redes sociales. Como se trata de mercados maduros probablemente habrá innovaciones que seguirán impulsando las nuevas características y capacidades que se adapten a la satisfacción de necesidades de este mercado demográfico. Para los SRS no existen normas específicas para el despliegue de la tecnología de cada sitio. Sin embargo, como todos ellos son ofrecidos a través de Internet utilizando navegadores Web, deben atenerse a las normas comunes que son impulsadas por la aplicación y el diseño funcional de las necesidades. Por lo tanto, las normas son inducidas más por el mercado y menos por un consejo de administración o por reglamentos oficiales. A medida que los nuevos navegadores y plataformas se han desplegado los proveedores están obligados a adaptar e integrar y a permitir que sus sitios sigan siendo utilizables por nuevos consumidores.



Herramientas de comunicación

El plan de negocio para las SRS es el de conjuntar al mayor número de miembros posibles, esto lo han logrado ofreciendo diversas herramientas que garantizan la fidelidad de los usuarios, dentro de estas herramientas se encuentran: búsqueda de contactos, mensajería instantánea, correo electrónico, diseminación de información personal, compartir fotos, videos y mensajería instantánea en mensajes de texto. Todas estas herramientas están en constante mejora para satisfacer el cambio de las necesidades en los clientes. En la actualidad con le herramienta de búsqueda de contactos, cualquier usuario puede construir de una forma muy rápida su red social, esto generando búsquedas por alguno de los siguientes atributos: correo electrónico, nombre, localización geográfica, historial académico o incluso algunas otras redes sociales o intereses en específico. Otro método de comunicación en las SRS es la mensajería instantánea, la cual se ha convertido en la manera mas rápida, fácil y económica de comunicarse dentro de ellas. Esta herramienta ha tenido un gran éxito gracias a que no es necesario instalar complementos para lograr la comunicación, todos los contactos se ven de una forma natural y compartir mensajes. Adicionalmente, muchos de los sitios permiten crear salas de conversaciones para invitar a contactos a participar en ciertos temas de interés. Una herramienta más que permiten las SRS es el correo electrónico, el cual viene incluido con el uso de la red y resulta de mucha conveniencia debido a que los usuarios pueden hacer todo en un solo sitio.

Diseminación de información

Una de las funciones primordiales de las SRS es la diseminación de la información de los usuarios, debido a esto la seguridad de la información personal se ha vuelto un asunto de prioridad para varias SRS. Un ejemplo es Facebook en donde sentencia como sigue “No se podrá reclamar ningún derecho de contenido original que los usuarios suban a la red, una vez que los usuarios hayan cerrados sus cuentas” . Este ha causado controversia entre los usuarios que son dueños de la información debido a que el proveedor determina que este tiene algún grado de pertenencia. El proveedor Facebook, se adelanto diciendo que no estaría reclamando ningún grado de pertenencia sino que solo era para garantizar que el material que se subiera sea conforme a los comportamientos establecidos como correctos. Otra funcionalidad dentro de las SRS es el intercambio de información para compartir fotografías, la cual podría ser la funcionalidad más popular actualmente. Hasta hace pocos años, un individuo o una familia que quisiera compartir información en línea, tendría que haber comprado su dominio e incluso diseñar su propia pagina web, en la actualidad este tipo de usuarios, simplemente se deben suscribir a algún sitio de comunidad y comenzar a compartir cualquier información. El etiquetar fotos es una función más de estas SRS lo cual se hace subiendo las fotos y colocándoles el nombre de la personas en cuestión.

Otra funcionalidad mas es el hecho de poder compartir audio y video, lo cual permite al cliente el personalizar su página y estructurarla de una manera personal, algunos clientes crean listas de reproducción dentro de sus sitios personales, y algunos músicos incluso pueden crear sus propias melodías para sus visitantes. Otra funcionalidad que ha tomado gran auge es la de mensajes de texto cortos en tiempo real, como es el caso de Twitter, en la que algunos proveedores de SRS han agregado la compatibilidad. De esta manera se seguirán añadiendo diferentes funcionalidades a las SRS como lo que ha anunciado Facebook en el mes de junio del 2009 "Se anuncia la integración con Xbox Live en la próxima Expo en Los Ángeles,. Ahora los usuarios podrán actualizar su estado, así como comentar fotos y jugar con diferentes amigos en línea con Xbox live".

Software para el análisis de redes sociales

El uso de las ideas y herramientas de la rama de las matemáticas conocida como "teoría de grafos" ha ayudado a desarrollar una gran cantidad de herramientas y software de análisis. A diferencia de estas herramientas de análisis, muchas compañías han desarrollado también software dirigido a promover relaciones entre internautas, ya sea con fines laborales, lúdicos o de cualquier tipo.

Redes sociales en Internet

El software germinal de las redes sociales parte de la teoría de los Seis grados de separación, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. De hecho, existe una patente en EEUU conocida como six degrees patent por la que ya han pagado Tribe y LinkedIn. Hay otras muchas patentes que protegen la tecnología para automatizar la creación de redes y las aplicaciones relacionadas con éstas.

En The social software weblog han agrupado 120 sitios web en 10 categorías y QuickBase también ha elaborado un completo cuadro sobre redes sociales en Internet.

El origen de las redes sociales se remonta, al menos, a 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com. Con esta red social se pretende que la gente pueda recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, etcétera.

what
ideweb
ork
email



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

En estas comunidades, un número inicial de participantes envían mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos participantes repiten el proceso, creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen características como actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea. Las redes sociales también pueden crearse en torno a las relaciones comerciales.

Las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online ('software social'), operan en tres ámbitos, "las 3Cs", de forma cruzada:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos).

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

Las redes sociales continúan avanzando en Internet a pasos agigantados, especialmente dentro de lo que se ha denominado Web 2.0 y Web 3.0, y dentro de ellas, cabe destacar un nuevo fenómeno que pretende ayudar al usuario en sus compras en Internet: las redes sociales de compras. Las redes sociales de compras tratan de convertirse en un lugar de consulta y compra. Un espacio en el que los usuarios pueden consultar todas las dudas que tienen sobre los productos en los que están interesados, leer opiniones y escribirlas, votar a sus productos favoritos, conocer gente con sus mismas aficiones y, por supuesto, comprar ese producto en las tiendas más importantes con un solo clic. Esta tendencia tiene nombre, se llama Shopping 2.0.

Las redes sociales más importantes



Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Ha recibido mucha atención en la blogosfera y en los medios de comunicación al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social. A pesar de ello, existe la preocupación acerca de su posible modelo de negocio, dado que los resultados en publicidad se han revelado como muy pobres.

A principios de 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español para impulsar su expansión fuera de Estados Unidos, ya que sus usuarios se concentran en Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. El creador de Facebook es Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard. La compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California.

La idea de crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva. Ya David Bohnett, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Geocities tuvo éxito en los 1990, en 1998 fue el tercer sitio más visto en la Web, pero no logró consolidarse después de que fuera adquirido por Yahoo!.

Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, por lo que se enfrenta a grandes desafíos para lograr crecer y desarrollarse. Una de las estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores.

La fortaleza de Facebook radica en la red social de 250 millones de usuarios que ha creado, basada en conexiones de gente real. Actualmente, se ha puesto en marcha Facebook en español, extendiéndose a los países de Latinoamérica. Casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales.



Expansión

Facebook comenzó a permitir que los estudiantes de universidades agregasen a estudiantes, cuyas escuelas no estaban incluidas en el sitio, debido a las peticiones de los usuarios. En marzo de 2006, Business-Week divulgó que una adquisición potencial del sitio estaba bajo negociación. Facebook declinó una oferta de \$750 millones.

En mayo de 2006, la red de Facebook se extendió con éxito en la India, con apoyo de institutos de tecnología de aquel país.

En junio de 2006, hubo un acuerdo con iTunes Store para que iTunes conociera los gustos musicales de los usuarios y ofrecer así un enlace de descarga en su propio sitio.

En agosto de 2006, Facebook agregó universidades en Alemania e Israel a su red. También introdujo la importación de blogs de Xanga, LiveJournal o Blogger.

Desde septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet, a pesar de protestas de gran parte de sus usuarios, ya que perdería la base estudiantil sobre la cual se había mantenido.

En julio de 2007, Facebook anunció su primera adquisición, Parakey, Inc. de Blake Ross y de Joe Hewitt. En agosto del mismo año se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek; además de una integración con YouTube.

A fines de octubre de 2007 la red de redes vendió una parte, el 1,6%, a Microsoft a cambio de \$240 millones de dólares, con la condición de que Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios, según los datos del usuario y del perfil de este. Esta adquisición valoró Facebook en quince mil millones de dólares, aunque el consenso de los analistas fuera que esta cifra superaba el valor real de la empresa - para Microsoft no se trataba sólo de una inversión financiera, sino también de un avance estratégico en Internet.

La más reciente inyección de capital a Facebook -27,5 millones de dólares- fue liderada por Greylock Venture Capital (fondo de inversión con fuerte vínculo con la CIA). Uno de los socios de Greylock es Howard Cox, -según el diario The Guardian-, pertenece al fondo de inversión en capital de riesgo de la CIA.[2]

En julio de 2009 Mark Zuckerberg, fundador de la empresa hizo público que había alcanzado los 250 millones de usuarios.[3]

Servicios que ofrece

- **Amigos:** es una forma de localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes, el servicio de facebook te ayuda a buscarlos y también te sugiere otros.
- **Grupos y Páginas:** es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes... En cuanto a las páginas, estas también se crean con fines específicos, solo que en estas no hay foros de discusión y están encaminadas hacia marcas o personajes específicos, mas no hacia ningún tipo de convocatoria.

Además, los grupos también tienen su normativa, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias o que inciten al odio y falten al respeto y la honra de las personas. Si bien esto no se cumple en muchas ocasiones, existe la opción de denunciar y reportar los grupos que vayan contra esta regla, por lo cual Facebook incluye un link en cada grupo el cual se dirige hacia un cuadro de reclamos y quejas.

- **Muro:** el muro (wall) es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados, muro te permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logo tipos en tu publicación.
- **Fotos:** Según Facebook hay:
 - o 5.000 millones de fotos de usuario.
 - o 160 terabytes de almacenaje.
- **Regalos:** los regalos o gift son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhibe a otros usuarios.

Una opción "anónima" está también disponible, por la cual cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario verá el mensaje.

Algunos regalos son gratuitos y el resto cuestan un dólar, (es necesario un número de tarjeta de crédito o cuenta Paypal).



- Juegos: la mayoría de aplicaciones encontradas en facebook se relacionan con juegos de rol, trivias (p. ej. geografía), y pruebas de habilidades (digitación, memoria). Entre los más célebres se encuentran los juegos de Playfish y los juegos de Zynga Games

Recepción

Facebook tiene más de 250 millones de usuarios activos alrededor de todo el mundo. De acuerdo a Alexa.com, la página subió del lugar número 60 de las más visitadas al número 7 en un año. Actualmente se encuentra en la posición 4. Quantcast la pone en el lugar número 16, y Compete.com en el 20. La página es la más popular para subir fotos, con estadísticas de más de 14 millones de fotos subidas a diario. El 3 de noviembre del 2007, había siete mil (7.000) aplicaciones creadas, cien creadas cada día.

Como crear una cuenta de Facebook

Si deseas formar parte de una de las redes sociales más populares de habla hispana, como es Facebook, entonces lo único que tienes que hacer es seguir estos pasos:

- Vas a la página de Facebook - www.facebook.com



- Rellenas los campos en la zona para registrarse y si estás de acuerdo con las condiciones de uso del servicio pinchas el botón Regístrate
- Ingresas tu nombre y apellidos (no es necesario que ingreses los dos apellidos para proteger tu privacidad)

- Ingresas un correo electrónico
- Ingresas una contraseña para tu cuenta de Facebook, ésta no debe ser necesariamente la misma de tu correo y por cuestiones de seguridad lo recomendable es que sea una distinta.
- Seleccionas el sexo y la fecha de nacimiento
- Te aparecerá una nueva ventana, aquí escribes los caracteres de seguridad que aparecen y luego pinchas el botón Regístrate.



- Te aparecerá otra ventana diciéndote que debes confirmar tu dirección de correo electrónico para activar tu cuenta en Facebook.





- Abre otra ventana, accede a tu correo y busca el mensaje que has recibido de Facebook, luego haz clic en el enlace para activar tu cuenta.



- Finalmente accederás a la página de Inicio de tu cuenta en Facebook



Fotolog



http://
red
worldw
netw

Fotolog.com, iniciado como Fotolog.net, es el sitio web de publicación de fotografías más grande del mundo incluso superando a Flickr. Dedicado a blogs fotográficos, conocidos genéricamente como fotologs. Recientemente, Fotolog.com ha surgido con su nuevo eslogan: Share your world with the world (en español: "Comparte tu mundo con el mundo"). En septiembre de 2008, Chile es el país con más cuentas creadas en Fotolog.com, con un total aproximado de 4,8 millones.

Creado en mayo de 2002 como Fotolog.net, actualmente tiene más de 20 millones de usuarios. Sus creadores son Scott Heiferman, Adam Seifer y una tercera persona conocida sólo como Spike. En diciembre de 2005 el sitio cambió su nombre a Fotolog.com.

Últimamente se están eliminando fotolog que están inactivos por un tiempo no especificado, eliminando sin previo aviso todo el archivo de fotografías, la razón es recuperar espacio en los servidores. Se penaliza a todo tipo de usuario, ya sea Miembro Común o Gold Camera (paga para tener ciertos privilegios). Argumentan que no publicar es no respetar las reglas de Fotolog.com; esto está provocando el éxodo masivo de muchos "floggers" a otras comunidades o weblogs menos restrictivos y que respeten la libertad y creatividad de sus miembros. También se ha dado el caso de que las personas que mencionan la palabra Creative Commons son expulsadas, pese a que Fotolog.com mantiene una política de copyright, a diferencia de Blogger o Flickr, que adoptan las Creative Commons como algo opcional para sus usuarios, pero últimamente ha tomado fuerza. Recientemente, se le agregó una interfaz en español y diversos idiomas más.

Usuarios

En Fotolog.com no se puede asegurar la predominancia de un solo "estilo" o "tipo de usuario", puesto que éstos son muy diversos y distintos entre sí; además, un mismo usuario puede subir fotos de distintos "estilos" dependiendo de este, por lo que hace más complicado especificar un estilo determinado de usuario.

Sin embargo, a lo que sí se le puede apreciar como "estilo" o "tipo" son a las fotos de usuarios. De estas, por un lado, las predominantes son las "Fotos Personales" de los propios usuarios (solos o acompañados, dentro de una habitación o en un paisaje, etc.), por sobre las fotos sin los usuarios; y por otro lado, predominan las "Fotos de los Gustos Personales", por sobre otro tipo de fotos. Entre las "Fotos de los Gustos Personales", las predominantes son: los gustos de la moda, los gustos deportivos, y los gustos musicales.

Durante el 2007 en Latinoamérica, Fotolog.com ha sido catalogada como "la página de las tribus urbanas". Esto se debe al notorio crecimiento de usuarios con fotos relacionadas a estas.



MySpace (MySpace.com) es un sitio web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos, vídeos y música, además de una red interna de mensajería que permite comunicarse a unos usuarios con otros y un buscador interno. Fue creado por Tom Anderson y en la actualidad es propiedad de News Corporation, cuenta con 300 empleados, con 200.623.371 usuarios (en septiembre de 2007) y su velocidad de crecimiento es de unos 230.000 usuarios al día. Su sede central se encuentra en Santa Mónica, California, Estados Unidos y además tiene otra sede y servidor en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos. Según el sitio web Alexa dedicado a medir el tráfico de Internet, MySpace es el onceavo sitio más visitado de toda la red[1] y el cuarto sitio más visitado de la red de lengua inglesa; aunque por otro lado, este sitio es poco frecuentado en Europa.

MySpace comenzó a expandirse, extenderse y ganar popularidad además de usuarios lentamente, hasta llegar al punto de convertirse en algo fuera de lo común y en una revolución social, especialmente en Estados Unidos donde MySpace es el sitio web más visitado tras Yahoo!, MSN, Google y YouTube y hasta el punto en el que la mayoría de la población del país conoce el servicio y es muy habitual, especialmente entre jóvenes y adolescentes estadounidenses, ser usuario de MySpace. En la actualidad el servicio se está extendiendo mundialmente y ganando usuarios de otros países.

Entre sus posibilidades, MySpace ofrece perfiles especiales para músicos y sus usuarios usan el servicio con diversos y diferentes fines, entre ellos el comunicarse con amigos o familiares, el conocer gente, por motivos de trabajo, como ha servido para que grupos musicales se den a conocer, así todos tienen un perfil en la página, siendo a veces más visitada que la verdadera página oficial. En Latinoamérica y España la barrera del idioma ha impedido hasta ahora que se extienda su uso, aunque ya existe una versión beta del web en castellano.

En mayo de 2007, myspace compra el sitio photobucket. En abril de 2008, se lanza un servicio de música streaming por suscripción.

Características de MySpace

Boletines

Boletines son recados que son apostados en un "cuadro de boletines" para cualquier amigo del usuario de MySpace ver. Son eliminados después de diez días. Boletines pueden ser usados para contactos entre todos los amigos de la lista sin precisar mandar mensajes individualmente.

Grupos

El MySpace tiene una característica que permite que un grupo de usuarios comparta una misma página y cuadro de mensajes. Los grupos pueden ser creados por cualquier usuario, y el moderador del grupo puede elegir si cualquier es aprobado directamente o se precisa algún requisito para pertenecer al grupo.

MySpaceIM

Es una mensajería instantánea que usa una cuenta de MySpace como un nombre en la tela. El usuario entra en él usando el mismo e-mail asociado con su cuenta. Al contrario de las otras partes del MySpace, MySpaceIM es independiente del Microsoft Windows. Los usuarios pueden usar MySpaceIM como notificación instantánea de nuevos mensajes, solicitudes de amigos, y comentarios.

MySpaceTV

Es un servicio parecido al de compartimiento de videos YouTube. Fue creado en 2007 y está en fase de desarrollo (beta).

Aplicaciones

En 2008, MySpace introdujo un API donde los usuarios pueden crear aplicativos para otros usuarios para apostar en sus perfiles. Los aplicativos son parecidos con los aplicativos del Facebook. En Mayo de 2008, MySpace adicionó algunas opciones de seguridad considerando la interacción con fotos y otras funcionalidades.

MySpace Mobile

Hay una gran variedad de medios a los que los usuarios pueden acceder al contenido de MySpace en su teléfono celular.

MySpace News

Es un servicio que permite que tú mandes feeds RSS o recibas noticias. También permite a los usuarios ordenar cada materia por votación. Cuanto más votos recibe una materia, más alta en prioridad de la página se situará.



Como crear una cuenta de Fotolog

1. Entramos a fotolog.com
2. Vamos a donde dice "crear un cuenta"
3. Y al paso siguiente nos pondrá esto

Crear una cuenta - Fotolog - Mozilla Firefox

Nombre de usuario

Contraseña

Repite la Contraseña

Dirección de Correo electrónico

Repite la dirección de correo electrónico

País

Estado/Provincia

Ciudad

Género Femenino Masculino

Fecha de nacimiento Mes Día Año

Introduce las letras que ves en el cuadro de arriba

Condiciones de Uso He leído y acepto las [Condiciones de Uso](#) y la [Política de Confidencialidad](#).

Nota: las cuentas con contenido inadecuado podrán ser eliminadas sin previo aviso.

4. En nombre de usuario colocamos el nombre de nuestro fotolog
5. Hacemos click en "check availability" (es posible que en este paso no nos permitan o no acepten el nombre que elijamos, esto se debe a que puede que el nombre ya este registrado, por lo que debemos buscar otro hasta que se acepte)
6. Pensamos una contraseña y la repetimos para que pueda ser confirmada.
7. En correo electrónico ponemos nuestro correo _____@hotmail.com (Debemos poner direcciones reales, ya que nos llegaran todas las novedades de la cuenta creada)
8. Luego repetimos correo.
9. Elegimos país, estado y provincia.
10. Género: optar entre masculino o femenino
11. Luego en día, mes y año colocamos nuestra fecha de nacimiento
12. Luego introducimos el código del cuadrado oprimimos en aceptar condiciones de uso.



Luego nos aparecerá esta pantalla y nos enviarán un correo a la dirección que hemos señalado. Esto se hace para confirmar la cuenta de correo que seleccionamos para recibir la información, pero primero debemos confirmarla haciendo clic en el link del mail de bienvenida que nos envía fotolog. De ahí en más solo resta comenzar a subir las fotos y darle vida a nuestro fotolog.

My Space



what
io
or
email



MySpace Classifieds

Es la sección de clasificados del MySpace, que fue creado en agosto de 2006 y creció un 33% en un año desde su origen.

MySpace Karaoke

Lanzado en 29 de abril de 2008, ksolo.myspace.com es la combinación de MySpace y kSolo, que permite al usuario cargar grabaciones de audio de ellos mismos cantando para sus páginas de perfil. Sus amigos pueden evaluar su rendimiento.

MySpace Polls

MySpace Polls es un servicio en MySpace desde el 2008 para que los usuarios puedan incluir encuestas en sus perfiles y compartir con otros usuarios.

Otros Servicios

MySpace Sports (Deportes), MySpace Books (Libros), MySpace Horoscopes (Horóscopos), MySpace Jobs (Empleos), y MySpace Movies (Películas).

Contenido de un perfil

Humor

Son emoticones que muestran cual es el estado emocional de la persona en aquel momento. Fue creado en julio de 2007.

Secciones

Los perfiles [que] contienen dos secciones principales como: "Acerca de mí" y "Quién me gustaría conocer". También contiene una sección de "Intereses" y otra de "Detalles del Estilo de Vida". El blog tiene campos como: Título, Entrada, Ánimo, Categoría y Escuchando Ahora (es decir, la canción que se estaba escuchando cuando se realizó la entrada). Y también tiene la opción de compartir y bajar fotos, donde eliges una foto o imagen principal que será mostrada en su página inicial, en la página de búsqueda de perfil y al lado de sus comentarios y mensajes. Los videos también pueden ser usados para ser vistos en su perfil o bajarlos. En la Sección de Detalles el usuario da a conocer su estilo de vida como su sexo (masculino o femenino), religión, orientación sexual.

Comentarios

Debajo la Lista de Amigos del usuario (mostrada a modo de lista, donde el usuario elige a sus amigos principales) hay una sección de "Comentarios", donde se dejan recados o mensajes los cuales puede ser leídos por todos aquellos que visiten el Perfil. Aunque también existe la opción de sólo admitir los mensajes que el usuario apruebe. Cuando el Usuario elimine su cuenta todos sus comentarios en otros perfiles serán eliminados y aparecerá la leyenda de "El usuario no existe". Se recomienda y solo como comentario, verificar los niveles de seguridad para evitar Spam en los distintos bloques de MySpace, esto puede afectar la recepción de correos y/o mensajes de usuarios que no se agreguen, así como el envío de peticiones a usuarios con contenido no apropiado, la confirmación y el envío de aplicaciones para agregar a su espacio.

Personalización (HTML)

MySpace permite a los usuarios a personalizar sus perfiles a través de códigos HTML (pero no JavaScript) en las áreas "Acerca de Mí", "Quién me Gustaría Conocer" e "Intereses". Vídeos y contenido en flash también puede ser incluido.

Música

Los perfiles de MySpace para cantantes son diferentes de perfiles normales donde los artistas pueden subir seis pistas musicales en formato MP3 las cuales pueden ser agregadas al perfil del Usuario como música de fondo. El usuario que las suba o use como fondo musical en su Perfil debe de tener en cuenta los Derechos de Autor para su uso (ser su propio trabajo, tener permiso, etc.). Los nuevos cantantes o músicos pueden inscribirse para promover y vender su música, que es una práctica bastante popular entre los usuarios de MySpace. Permite a los usuarios exhibir sus canciones. No importa si el artista ya es famoso o no; artistas y aspirantes pueden cargar sus canciones para el MySpace y tener acceso a millones de personas en un día básico. La disponibilidad de la música en este sitio continúa desarrollando en la fundación de jóvenes talentos.

Tras meses de especulaciones, en septiembre de 2008 MySpace logra un acuerdo con las compañías discográficas Sony BMG Music Entertainment, Universal Music Group, Warner Music Group y EMI y lanza su alternativa[4] a los iTunes. El servicio de descarga de música solo está disponible en los EE.UU. por el momento. Las canciones en formato MP3 se venderán en Amazon.com a partir de 79 centavos de dólar por título. De este modo MySpace Music se convierte en el principal catálogo de música del mundo y un serio competidor para iTunes.



MySpace en América Latina

En febrero del 2007, MySpace anunció que lanzaría una versión hispana para toda Latinoamérica, decisión que se concretaría pocos meses adelante.[8] La base operativa se encuentra en Palermo, Buenos Aires y desde allí se comandan las acciones del negocio para los diversos países de la región.[9] Actualmente la web se encuentra en fase BETA; sin embargo, MySpace Argentina, MySpace Brasil y MySpace México se encuentran actualmente en su versión completa y no de prueba.[10]

Como crear una cuenta de Myspace

1. Tecleamos en nuestro navegador favorito la dirección <http://www.myspace.com> y automáticamente seremos redireccionados a la versión en español de MySpace.com



2. En la parte superior de la pantalla hacemos clic en la opción “Registrarse” puesto que queremos crear una cuenta nueva.



3. A continuación debemos rellenar el formulario de rigor con nuestros datos personales y cuando hayamos finalizado hacemos clic en el botón REGISTRAR que aparece debajo del formulario. De este paso solo destacar que la contraseña ha de contener al menos un número o un signo de puntuación para que sea válida.

Idioma y sitio preferidos:

Permitir que otros vean cuando es mi cumpleaños

España

Al activar la casilla, confirmas que sabes que MySpace.com es un sitio Web mantenido por MySpace en EE.UU. Asimismo, consientes en que se transfieran tus datos personales a EE.UU., donde estarán sujetos a las leyes de EE.UU. y donde el nivel de protección de datos es diferente al de tu país.

REGISTRATE

4. El cuarto paso consiste en validar la cuenta, para lo cual habremos de teclear el código captcha que aparece en pantalla y dar en el botón que he marcado con el rectángulo rojo. Si todo fue bien, recibiremos un correo electrónico en la dirección que proporcionamos en el paso 3. Dicho correo contiene un enlace que tendremos que pinchar para poder finalizar el proceso de validación.

Introduce el texto de la imagen en el siguiente campo.
No importan las mayúsculas y minúsculas.
No pongas espacios entre números y letras.



Continúa en Mi cuenta

5. Ahora nos proponen subir algunas fotos en nuestro nuevo perfil. Es un paso opcional porque se puede completar mas tarde.



Si no ves el formulario "Cargar foto" a continuación, haz clic en [aquí](#)

[Omitir de momento](#)

6. También nos proponen mandar invitaciones a direcciones de correo electrónico de familiares y amigos para darles a conocer nuestro nuevo espacio, pero yo este paso le he omitido porque también es opcional.

7. Aquí hemos de escoger la dirección de nuestro espacio así que hacemos clic donde dice "Elige tu URL de MySpace". Escoge bien la dirección porque si luego no te gusta, no podrás cambiarla. Tras asignar esta dirección, nos volverá a pedir confirmación de nuestro nombre y habremos finalizado la creación de nuestra cuenta.

TWITTER



twitter



http://
red
worldw
netw

Twitter (gorjear, parlotear) es un servicio gratuito de microblogging, que hace las veces de red social y que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas "tweets", de una longitud máxima de 140 caracteres. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter, como vía SMS (short message service) desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea, o incluso desde cualquier aplicación de terceros, como puede ser Twitterrific, Tweetie, Facebook, Twinkle, Tweet-board o TweetDeck-en inglés.

Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. A estos usuarios se les puede restringir el envío de estos mensajes sólo a miembros de su círculo de amigos o permitir su acceso a todos los usuarios, que es la opción por defecto.

Los usuarios pueden recibir las actualizaciones desde la página de Twitter, vía mensajería instantánea, SMS, RSS y correo electrónico. La recepción de actualizaciones vía SMS no está disponible en todos los países y para solicitar el servicio es necesario enviar un código de confirmación a un número extranjero.

Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de Obvious, LLC, un pequeño start-up de San Francisco, durante marzo de 2006. Al principio fue usado internamente por la compañía hasta que fue oficialmente lanzado al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente comenzó a ganar adeptos y en marzo de 2007 ganó el premio South by Southwest Web Award en la categoría de blog.

Jack Dorsey, es el padre de esta aplicación web y actual CEO de Twitter, Inc, empresa que surgió a raíz de Obvious, LLC y el éxito cosechado por Twitter. Actualmente el equipo de Twitter está compuesto por 18 personas.

Tecnología

Twitter está escrito en Ruby on Rails ROR y además dispone de una API abierta para todo tipo de desarrolladores, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles. Según Biz Stone Más del 50% de nuestro tráfico llega a través de nuestro API. Aún así, debido a sus problemas técnicos y de escalabilidad, es posible que Twitter abandone Ruby on Rails como su framework de desarrollo para comenzar uno nuevo basado en PHP o Java. Evan Williams, sin embargo, pronto desmintió esta información en un Tweet que envió el 1 de Mayo de 2008. Uno de los problemas más importantes del servicio surgió durante la Macworld Conference & Expo de 2008, donde miles de medios aprovecharon este sistema de microblogging para dar a conocer a todo el mundo lo que allí estaba sucediendo, quedando este fuera de línea.



Usos

Aunque se duda de su finalidad y de la utilidad de Twitter, su creciente número de seguidores han demostrado que Twitter es uno de los líderes en el sector del microblogging, entre otros servicios como Jaiku, que dispone del apoyo de Google. En 2009 Google decide liberar el código de Jaiku, dejando el desarrollo en manos del mundo open-source.

Dentro de los usos más conocidos tenemos: el seguimiento de eventos en directo, la retransmisión de charlas y ponencias a las que poca gente tiene acceso, el intercambio de opiniones durante un evento en el que la gente asiste como público (ej. En el Foro de Internet 2008 se cruzaron muchas opiniones a través de Twitter) o incluso comentarios sobre películas o debates retransmitidos por la televisión (ej. El debate de Zapatero y Rajoy durante las elecciones generales de España 2008, se siguió muy de cerca con intercambio de opiniones a través de Twitter)

Aunque también disponemos de otros casos extremos, donde los habitantes de Edmon, Oklahoma (EE.UU.) se coordinaron y daban localización exacta del tornado que azotó dicha localidad el 31 de marzo de 2008, mediante esta aplicación web.

También se está empezando a utilizar Twitter para realizar entrevistas. En inglés, se han dado entrevistas en este formato incluso con John McCain. En español, Diariomedico.com realiza 'twitterviews' en inglés y castellano desde diciembre de 2008, de las que posteriormente publica un resumen (siempre en castellano). El diario Público se hizo eco en mayo de 2009 de una iniciativa similar aunque el autor en este caso las denomina 'twittervistas'.

Perfil de la empresa y sus accionistas.

La compañía fundada en julio de 2006 por Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams ha levantado 35 millones de dólares entre varios inversores, en su mayoría procedentes del capital riesgo. La nueva inyección de capital se suma a los 5 millones de dólares que levantó en 2006 o los 15 millones de julio de 2007, con que eleva hasta los 55 millones de dólares los fondos recibidos desde su fundación. Algunas de las entidades fundacionales de la compañía y ha sido liderada por Benchmark Capital e Institutional Venture Partners, aunque también ha vuelto a reunir a Spark Capital Union, Square Ventures, Charles River Ventures y Digital Garage han repetido en esta nueva ronda de financiación que permitirá afrontar la etapa de explosivo crecimiento de la empresa.

Sociedad

Muchos usuarios de Twitter han creado pequeñas comunidades en torno a este sistema de nanoblogging, que han llegado a materializarse en el mundo real, como es el caso de los Twittdays o Cava&Twitts. Usuarios de una localidad o ciudad como puede ser Buenos Aires con el TwittBaires o Guadalajara con el TwittGDL, realizan reuniones cada cierto tiempo, donde además de conocerse, intercambian opiniones, aficiones y muchas otras cosas más. Actualmente también se realiza algún que otro evento que no solo conlleva socializar, sino también el hecho de fomentar, comunicar y difundir su uso, como la más importante, Cava&Twitts, que reúne en cada una de sus ediciones a más de 200 personas.

Servicios y aplicaciones relacionadas

Hay muchos servicios y aplicaciones que trabajan con Twitter. Muchos están diseñados para permitir el acceso fácilmente a Twitter desde dispositivos específicos, tales como iPhone o BlackBerry, mientras que otros están diseñados para hacer fácil a los usuarios acceder y actualizar su cuenta Twitter.

Como crear una cuenta en Twitter

1. Ingresar a www.twitter.com y hacer clic en el botón verde "Sign up now".



what
ideweb
ork
email



2. Rellenar el formulario con los siguientes datos:

twitter

Join the Conversation

Already use Twitter on your phone? Finish setup here.

Full name: ✓ OK

Username: ✓ OK

Password: ✓ Strong

Email: ✓ OK

I want the inside scoop—please send me email updates!

Type the words above: ✓ OK

Full name: tu nombre real.

Username: nombre de usuario de no más de 15 letras y sin espacios, twitter chequea automáticamente si el nombre está disponible.

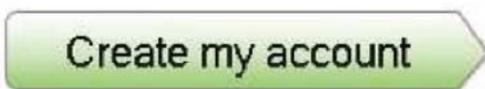
Password: contraseña

Email: tu mail real

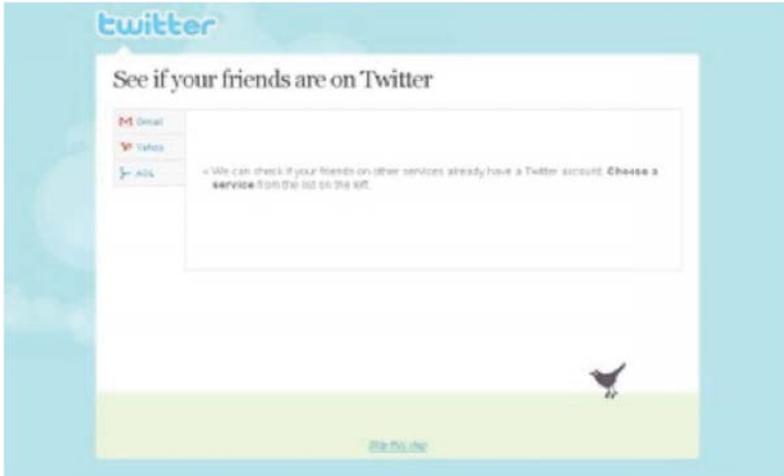
Marca el cuadro "I want the inside scoop—please send me email updates!"

- si quieres recibir avisos de actualizaciones en tu mail.

3. Escribe las palabras de la verificación y pulsa el botón verde "Create my account"



4. La próxima página "See if your friends are on Twitter" te permite chequear si alguno de tus contactos de gmail, aol o yahoo son usuarios de twitter.



5. Para saltar este paso haz clic en "Skip this step".

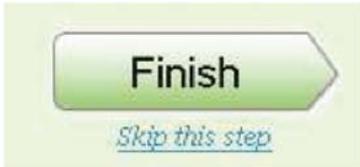


6. Luego te sugerirá seguir a algunas personas...





7. Para aceptarlas presiona Finish o Skip this step para continuar sin agregarlas.



Windows Live Spaces



Windows Live Spaces™

Windows Live Spaces, es uno de los servicios que ofrece Windows Live como plataforma para blogs. El sitio fue publicado a principios del 2004 bajo el nombre de MSN Spaces para competir con otros sitios. Desde agosto de 2007 Windows Live Spaces recibe 27 millones de visitantes al mes, ubicándolo en el segundo puesto en el ranking de redes sociales.

Funcionalidad básica

Funcionalidad básica, o Windows Live Spaces incluye:

- Blogs - incluida la compatibilidad con comentarios, trackbacks y RSS
- Fotos - incluida la compatibilidad de agrupación por álbum, comentarios y RSS
- Listas - incluidas las listas de música, listas de Movie, listas de libro y soporte para RSS
- amigos - incluyendo las etiquetas y notas sobre amigos y soporte para RSS
- perfil - incluyendo información básica, información personal (llevamos a no pública), trabajo info y la información social
- libro - para los visitantes a hacer comentarios sobre el espacio

Gadgets

Varios "gadgets" están disponibles para los usuarios de Windows Live Spaces que permite una mayor personalización de espacio. "Windows Media Player" gadget ofrece a los usuarios la posibilidad de jugar y mostrar la música y videos sobre su área de Windows Live. El gadget "Tweak UI", proporciona a los usuarios la flexibilidad para modificar el estilo, color y transparencia de determinados aspectos de un área de Windows Live, mientras que el gadget "Custom HTML" concede a los usuarios la posibilidad de llamar a una pequeña cantidad de escrito a mano código HTML (una característica que a menudo se utiliza para mostrar los banners y otros gráficos).

Tarjetas de contacto

Tarjetas de contactos se pueden ver en Windows Live Messenger, Hotmail y en profile. Contact un miembro mantenimiento, que resumir adiciones recientes a un área de Windows Live para un usuario en particular, están integrados con Windows Live Messenger, MSN Web Messenger y contactos de Hotmail. Clic sobre el icono de un usuario en su lista de amigos, aparecerá su ficha de contacto que muestra las miniaturas de sus fotos recientes, un resumen de sus recientes entradas de blog y una breve lista de recientes canciones de su lista de reproducción. Las tarjetas de contactos no todavía no se han actualizado a los nuevos usados en Messenger 8.1

MSN Spaces a Windows Live Spaces

MSN Spaces fue una Social Networking de Microsoft. El sitio se lanzó en principios de diciembre de 2004 con el objetivo de permitir a sus usuarios de llegar a otras personas mediante la publicación sus pensamientos, fotos e intereses de una manera fácil y atractiva. Con este objetivo, MSN Spaces encuentra compitiendo con servicios similares, como MySpace y de Yahoo! 360°. Así como permitir a los usuarios compartir sus pensamientos, fotos y sus intereses, los usuarios de MSN Spaces recibieron más de 100 temas variados y varios diseños de página diferentes para elegir al diseñar su espacio de MSN. Los usuarios también tuvieron la opción para establecer los derechos de acceso para los visitantes a su espacio de MSN basado en la relación entre ellos (por ejemplo, amigos, familia etc.). Los visitantes también se concedieron cuando 'sus contactos han actualizado su espacio de MSN. El 1 de agosto de 2006, MSN Spaces se convirtió en parte de la plataforma de servicios de Windows Live, donde ahora es renombrado como Windows Live Spaces.

Restricciones

Se ha mencionado que Windows Live Spaces censura las palabras que un usuario puede elegir cuando su espacio, que prohíbe, por ejemplo, la ramera de palabra o las llamada "siete sucio palabras" de nomenclatura. Por otra parte, Microsoft ha recibido críticas para censurar las palabras "democracia" y "libertad" en virtud de su portal de China.



A pesar de ser una herramienta de comunicación y útiles de mensajería, Windows Live Spaces ha sido criticado como no tan poderoso como algunos de sus alternativas. Uno de TI revista recomienda el uso de Windows SharePoint Services, o un Wiki, en lugar de Windows Live Spaces

Características

Dentro de sus características se encuentra la posibilidad de agregar pequeñas aplicaciones, llamadas gadgets, que permiten que el spaces sea más atractivo al usuario. Además ofrece la posibilidad de incorporar listas de películas, de música o personalizadas; la creación de un perfil.

Youtube



Si bien YouTube no es considerado formalmente como una red social como las anteriormente descritas, tiene más en común de lo que uno cree. YouTube es un sitio web de alojamiento de videos en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos. Tres antiguos empleados de PayPal crearon YouTube en febrero de 2005. En noviembre de 2006, YouTube, LLC fue comprado por Google Inc. por 1.650 millones de dólares, y ahora opera como una filial de Google.



El proceso de creación de una cuenta de Windows Live Spaces es el mismo de Hotmail, ya que pertenece a la misma empresa y se maneja con los mismos nombres de usuarios o su dirección de Hotmail o msn.



YouTube usa un reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. YouTube aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs (a pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con copyright, este material existe en abundancia). Los enlaces a vídeos de YouTube pueden ser también puestos en blogs y sitios web personales usando APIs o incrustando cierto código HTML.

YouTube Inc. fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, en febrero de 2005 en San Bruno, California. Todos ellos se conocieron cuando trabajaban en PayPal, Chen y Karim como ingenieros, y Chad como diseñador. De acuerdo con Hurley y Chen, la idea de YouTube surgió ante las dificultades que experimentaron al tratar de compartir videos tomados durante una fiesta en San Francisco. Esta historia ha sido considerada una versión muy simplificada, y Chen ha reconocido que esta idea se puede haber promovido por la necesidad de presentar una historia sencilla al mercado. Karim ha declarado que la fiesta nunca ocurrió, y que la idea de compartir videos en la Internet fue suya. Sus compañeros han declarado que la fiesta sí ocurrió, y que la idea original de Karim era crear una página de citas, donde las personas pudiesen calificarse con base en sus videos. Karim reconoce haber sido influenciado por un sitio de citas llamado HotorNot.com (¿Sexy o no?), donde los usuarios podían cargar fotos suyas, que luego eran calificadas por otros usuarios.

El dominio fue activado el 15 de febrero de 2005, y el 23 de abril fue cargado el primer video, Me at the Zoo (Yo en el Zoológico). En la primavera YouTube entró en línea, sin embargo, los creadores se percataron rápidamente que los usuarios cargaban toda clase de videos, dejando atrás la idea original. El tráfico se disparó cuando la gente empezó a colocar enlaces de YouTube en sus páginas de MySpace. El rápido crecimiento del sitio atrajo a Time Warner y Sequoia Capital, que invirtieron en el mismo. Luego de que, en octubre de 2005, la empresa Nike colocara una propaganda protagonizada por Ronaldinho, grandes compañías empezaron a sentirse atraídas por YouTube. Sólo en 2005, Sequoia tuvo que invertir 8.5 millones de dólares estadounidenses en el sitio.

En diciembre de 2005, las páginas de YouTube eran visitadas unas 50 millones de veces al día. Sin embargo, luego de que el video musical Lazy Sunday, transmitido originalmente en el show Saturday Night Live, fuera cargado a YouTube, las visitas se dispararon de nuevo hasta alcanzar las 250 millones de visualizaciones diarias. Para mayo de 2006, de acuerdo a Alexa.com, YouTube alcanzó las dos mil millones de visualizaciones por día, y para mediados de agosto había alcanzado la marca de siete mil millones en diversas oportunidades; además se había convertido en el décimo sitio más visitado en Estados Unidos. En aquel momento, el New York Post estimó que YouTube debía valer entre 600 millones y 1.000 millones de dólares estadounidenses. MySpace.com y Google lanzaron sus propias versiones de YouTube, sin éxito.



Para octubre de 2006, las oficinas de YouTube permanecían en el condado de San Mateo, ubicadas en el segundo piso de un edificio, y contaba con unos 60 empleados. Un ejecutivo de Universal Music Group había anunciado hace poco que YouTube les debía "decenas de millones de dólares", por violación de derechos de autor. Mark Cuban, cofundador de Broadcast.com, un servicio de radio por Internet comprado por Yahoo en 1999, había declarado un mes antes que sólo un "tonto" compraría YouTube por los potenciales problemas legales que enfrentaría. No obstante, los propietarios del sitio ya se habían comprometido con Warner Music para mejorar el servicio, de manera tal que pudiesen detectar más rápidamente cuando un video de su propiedad era cargado al sitio. No obstante, a inicios de ese mes se publicó un reporte en el Wall Street Journal que indicaba que Google iba a comprar YouTube por mil seiscientos millones de dólares. Dicha información inicialmente fue negada por YouTube y Google, que las calificaron como rumores.

Ese mismo mes, Google compró a YouTube por 1.650 millones de dólares en acciones. Para el momento de la compra, 100 millones de videos en YouTube eran visualizados, y 65 mil nuevos videos era añadidos diariamente. Además, unas 72 millones de personas la visitaban por mes. Hurley y Chen retuvieron sus cargos, al igual que los 67 empleados que en ese momento laboraban en la empresa. En los días anteriores, YouTube había firmado dos acuerdos con Universal Music Group y la CBS; y Google había firmado acuerdos con Sony BMG y Warner Music para la distribución de videos musicales.

Para junio de 2008, el 38% de los videos visualizados en el Internet provenían de YouTube; el competidor más cercano sólo llegaba representar el 4%. Aunque Google no reveló las cifras, se estimó que el sitio generó 200 millones de dólares estadounidenses ese año. En ese mes, un anuncio en la página de inicio de YouTube costaba 175 mil dólares diariamente, y el cliente debía comprometerse a gastar 50 mil dólares adicionales en anuncios en Google u otras páginas de YouTube. Sin embargo, debido a que el contenido de la vasta mayoría de los videos en YouTube no atraía a los anunciantes, los precios de los anuncios colapsaron. YouTube procedió a presionar a los estudios de cine y televisión para que produjeran contenido audiovisual de calidad, y les ofreció canales destacados, donde podían presentar anuncios de estrenos de películas y cortos de televisión. También llegó a colocar anuncios antes del inicio de un video, pero, luego descubrieron que el 70% de los usuarios abandonaba el sitio antes de que este terminase.

La relación de YouTube con las empresas productoras de televisión y cine ha sido mixta. Viacom continúa la demanda contra YouTube por mil millones de dólares, iniciada en marzo de 2007, por supuesta violación masiva de derechos de autor.¹² Por otro lado, Disney firmó a finales de marzo de 2009 un acuerdo con YouTube, autorizando la transmisión de videos cortos de la ABC y ESPN. Disney podrá presentar anuncios en YouTube gracias a este trato. En abril de 2009, Google anunció que YouTube firmó alianzas con algunos estudios de Hollywood para que el sitio pudiese mostrar programas de televisión y películas completas.

En la actualidad, Google todavía no ha logrado convertir efectivamente el alto tráfico de YouTube en ganancias; la empresa ha reconocido esto, pero se ha negado a proporcionar las cifras. De acuerdo a un artículo de la Revista Forbes, YouTube generará \$ 240 millones en el 2009, quedando muy por debajo de los \$710 millones en costos operativos del sitio. Según un analista de la Credit Suisse, YouTube presentará pérdidas por 470 millones de dólares estadounidenses este año; sin embargo, otras empresas estiman las pérdidas en 174.2 millones.

Características y críticas

Sobre la búsqueda de vídeos y vista de alta resolución

YouTube mantiene una logística que permite localizar cualquier vídeo por medio de las etiquetas de metadata, títulos y descripciones que los usuarios asignan a sus vídeos, pero cuyo uso está restringido únicamente a los vídeos alojados en YouTube. Sin embargo, a raíz de la compra de YouTube por parte de Google, Google Video empezó a agregar a sus búsquedas los contenidos de YouTube.

En junio de 2007 se dio un importante paso hacia la internacionalización del sitio, al traducir su interfaz a diversos idiomas, entre ellos el español.

Calidad de vídeo

Como en Google Vídeo y otros sitios de vídeos, hay quejas acerca de la calidad, siendo que los videos se pixelan (aparecen cuadros de color uniforme de mayor tamaño, en forma de mosaico), en gran medida, debido al equilibrio entre calidad de imagen y velocidad de transmisión en la red. Otro problema es que en bastantes clips, el audio y el video no están sincronizados; aunque esto depende del formato del archivo original. En general, todos los vídeos deben ocupar un espacio en disco no mayor a los 1.024 Mb y deben tener una duración menor o igual a 10 minutos, con una tolerancia extra de 58 segundos de grabación. La totalidad de los vídeos, son convertidos a resoluciones de 320×240 y 480×360, y a 30 fotogramas por segundo, aunque los videos alojados antes de marzo de 2008 solo están disponibles en la resolución más baja. A pesar de que todos los videos se muestran predeterminadamente en la resolución menor, los usuarios registrados pueden reproducirlos en calidad alta ajustando sus preferencias.

No todos los vídeos de YouTube han sido optimizados o convertidos a un formato de alta resolución; sin embargo hay un pequeño porcentaje que sí lo está y para visualizarlos se debe agregar el parámetro "&fmt=6" al final de la dirección URL. El video seguiría siendo un vídeo en formato *.FLV pero con calidad superior, siempre y cuando exista dicha versión, de lo contrario solamente se visualizará la versión normal. Como método alternativo, puede agregarse "&fmt=18", parámetro que está disponible para casi todos los vídeos (en formato *.MP4).



Actualmente, YouTube está probando con una nueva calidad, en HD 720p, que puede ser accedida agregando el parámetro "&fmt=22" a la dirección web del video. Al igual que el formato de alta resolución, el formato HD solamente se visualizará si existe la versión.

El 25 de noviembre de 2008, YouTube cambió la relación de aspecto de su reproductor de video, de 4:3 a 16:9, siguiendo el estándar de los televisores LCD y de plasma, y también en concordancia con las intenciones de la empresa de transmitir películas completas en el futuro. Este cambio de aspecto es para todos los videos, por lo que los que están en formato 4:3 se ven con franjas negras a los lados.

Restricción de copias

Para evitar copias de los archivos de video, éstos están distribuidos en formato flash (.FLV) propiedad de la empresa Adobe Flash, que impide a los usuarios hacer copias digitales fácilmente. Aun así, diversos programadores han elaborado herramientas que permiten, sin permiso de YouTube, la descarga de los videos alojados en el sitio.

Copyright

YouTube ha cambiado profundamente la definición de derechos de autor en videos, ya que antes del 2005 sólo se aplicaban a música compartida por P2P. Gran parte de los vídeos que los usuarios publican en YouTube tienen música o imágenes con copyright, pero la compañía sólo los retira si es requerido por el propietario de los derechos de autor. Al retirarse los videos la cuenta del usuario que los publicó es suspendida luego de recibir, cuando menos, tres advertencias. Adicionalmente, las productoras de música pueden solicitar la anulación de las pistas de audio de los videos que incluyen bandas sonoras o música que no fue licenciada para su inclusión, quedando totalmente sin sonido.

YouTube como plataforma publicitaria

Desde mayo de 2007, en YouTube empezaron a aparecer anuncios publicitarios bajo el nombre de usuario del producto que anuncia la campaña, sin embargo, el rechazo ha hecho que dicha campaña no tenga éxito, por lo que a ningún anunciante le ha generado ingresos.

Como complemento de la televisión

Algunos canales estadounidenses han creado "webisodes", breves capítulos de cinco minutos de duración cuya trama está relacionada con la serie original de la cual se derivan, que son distribuidos exclusivamente en Internet. Estos episodios surgieron como un método alternativo tras la huelga de los guionistas para llegar a una audiencia verdaderamente global. Un ejemplo de estos cortos es "Qué vida más triste", el cual será transmitido por el canal de España LaSexta. Además se ha comprobado que YouTube no le roba audiencia a la televisión, de hecho la estimula, ya que aunque un programa no tenga éxito en su país de origen, es posible que en YouTube sí lo tenga, al atraer más público del esperado. Esto ha sucedido con el programa español Muchachada Nui, que ya es ampliamente conocido en Latinoamérica.

Impacto en la cultura popular y sociedad

YouTube ha tenido un gran impacto en la cultura popular, prueba de ello es haber obtenido el premio al "Invento del año" otorgado por la revista Time, en noviembre del 2006. El sitio se convirtió en un medio de difusión tan popular para la difusión de fenómenos de internet de todo tipo, que incluso ha sido utilizado por importantes personalidades como Tony Blair, quien publicó allí su mensaje de felicitación al presidente de Francia Nicolas Sarkozy cuando este resultó electo.

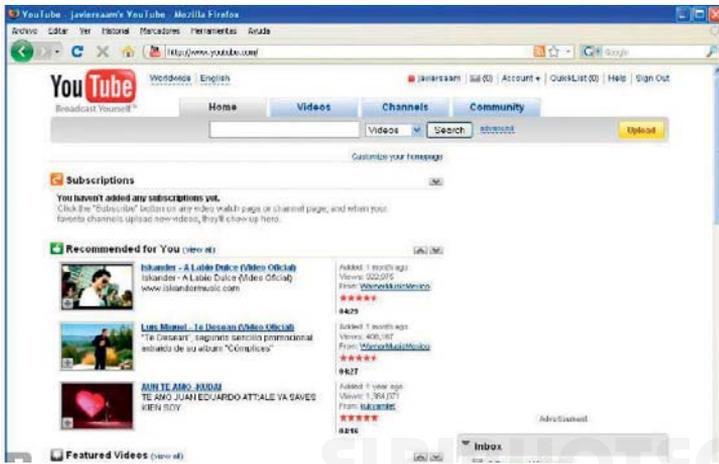
El sitio es también un medio de promoción para artistas y políticos en campaña electoral que cuentan con un espacio o canal (channel) propio; tal es el caso de Citizen Tube, un espacio donde los políticos en campaña para las elecciones de Estados Unidos exponen en blogs de video sus propuestas y comentarios. De igual manera la Comisión Europea puso en marcha un espacio dentro de YouTube para comunicarse con los ciudadanos. El servicio de YouTube tiene una herramienta de denuncia por infracciones que incumplan las condiciones de uso. Entre estas destaca la prohibición de alojar material que promueva el "odio racial" y el "discurso de incitación al odio". De esta manera, los usuarios pueden enviar una solicitud de revisión al video en cuestión, así como críticas y comentarios del mismo, para que sean evaluados, y de proceder, sean retirados.



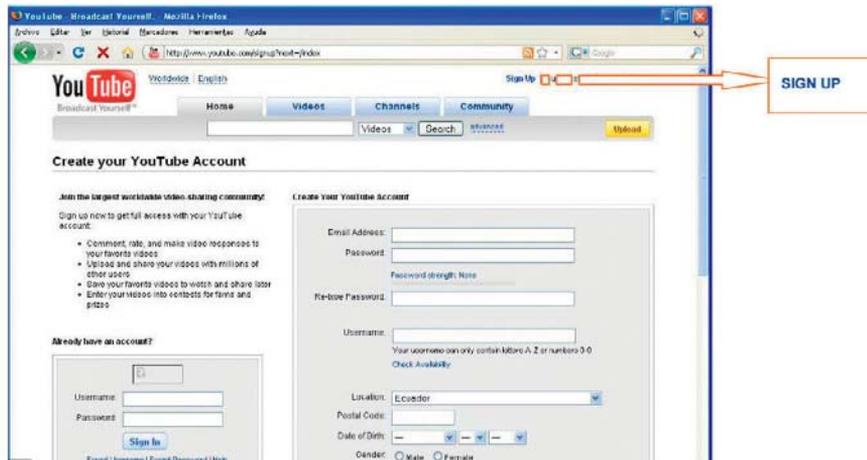


Cómo crear una cuenta en youtube

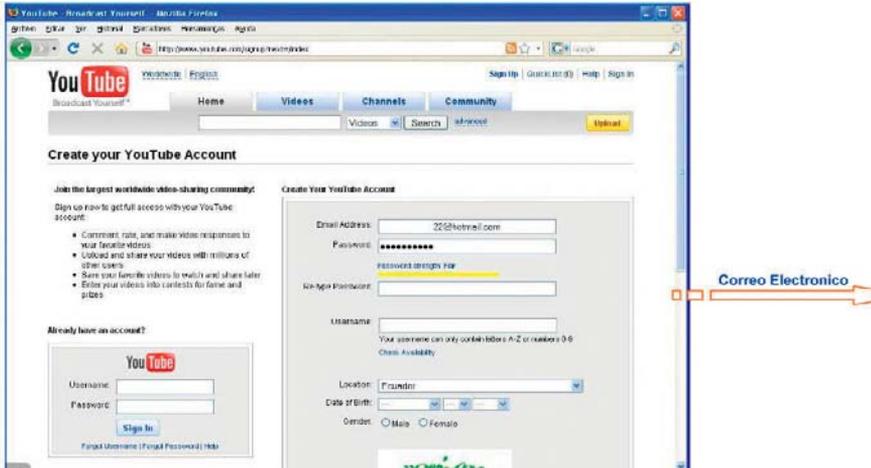
1. Ingresamos a www.youtube.com



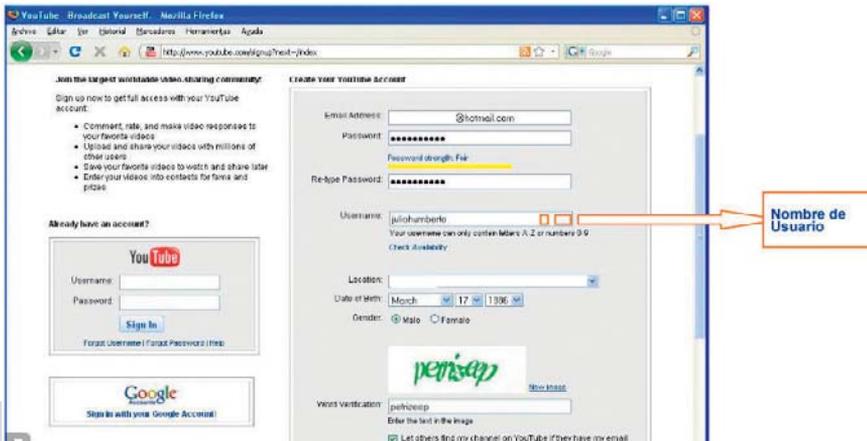
2. Para crear una cuenta damos clic en el botón de SIGN UP.



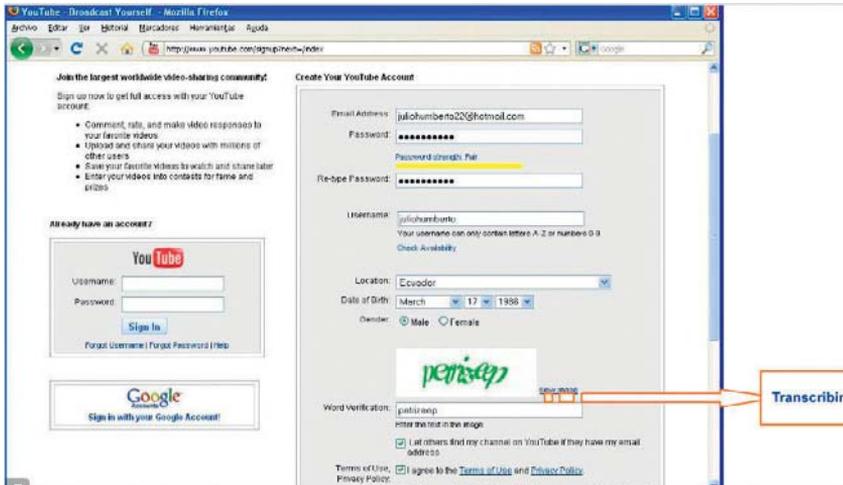
3. Ingresaremos nuestro correo electrónico y la contraseña. (La contraseña debemos repetirla en el campo que está debajo de la contraseña inicial para confirmarla).



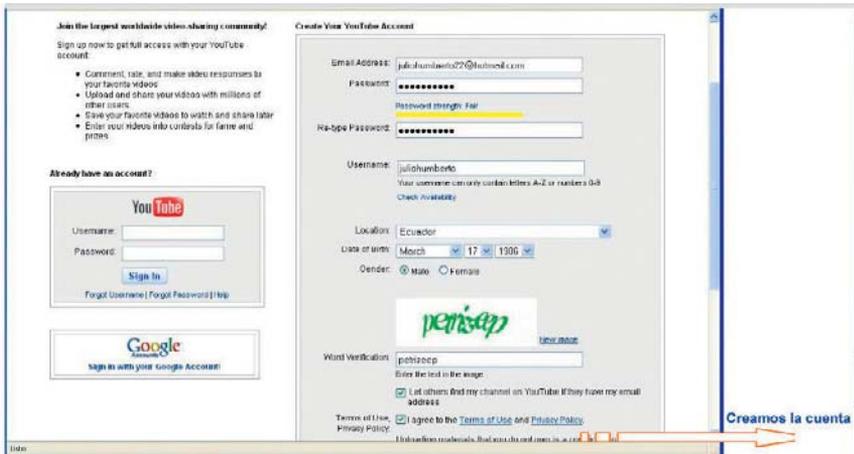
4. Luego confirmamos el nombre de usuario con el cual nos identificaremos dentro de la comunidad de youtube. Luego elegimos en los campos siguientes lo relacionado a nuestro país de residencia, fecha de nacimiento y nuestro género.



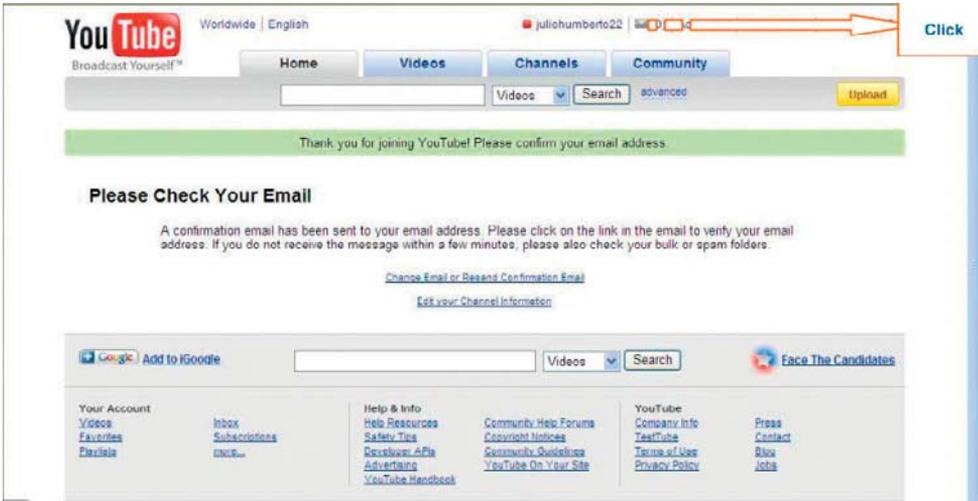
5. Ahora ingresaremos el código de identificación transcribiéndolo en el campo que se encuentra por debajo del mismo.



6. Aceptamos los términos de uso y creamos la cuenta.



7. Una vez que creamos la cuenta aparecerá esta pantalla. Para poder ingresar debemos hacer clic en el donde figura nuestro nombre de usuario.



8. Al entrar a nuestra cuenta aparecerá la siguiente pantalla y esto significará que ya podemos comenzar a usar los servicios de Youtube.

