

Los orígenes de Internet se remontan a más de veinticinco años atrás, como un proyecto de investigación, dentro de un ámbito militar en el año 1969 en plena guerra fría. A partir de esta gran invención ha dado lugar para la creación de estas redes sociales cuyos orígenes se remontan a 1995 cuando Randy Conrad crea la página social *classmates.com* dando así origen a una nueva era del uso del Internet, pero empieza hacerse popular en el 2002 cuando 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. Facebook es un sitio web 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.

En noviembre de 2008 ha llegado a tener la mayor cantidad de usuarios registrados en comparación con otros sitios web orientados a estudiantes de nivel superior, teniendo más de 200 millones de usuarios activos en todo el mundo. 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.

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 séptimo sitio más visitado de toda la red y el cuarto sitio más visitado de la red de lengua inglesa; aunque por otro lado, este sitio es poco frecuentado en Europa.

Hi5 es una red social basada en un sitio web lanzada en 2003 y fundada por Ramun Yalamanchis, actual director general de la empresa *Hi5 Networks*. El número de usuarios ha crecido rápidamente y al finalizar el año 2007 tenía más de 70 millones de usuarios registrados, la mayoría de ellas en América Latina; además, es uno de los 20 sitios web más visitados del mundo.

El sitio hi5 es famoso por su interactividad, pues hace de una simple cuenta de usuarios una especie de tarjeta de presentación virtual; la cual está presente en 23 idiomas populares.

En 1996 cuatro jóvenes israelitas, Yair Goldfinger, Arik Vardi, Sefi Vigiser y Ammon Ami, pasaron a la historia de Internet como los creadores de I seek you (te busco) o mundialmente conocido como ICQ. Un nuevo sistema de comunicación instantánea entre navegantes de la Red que en los primeros seis meses de vida ya contaba con más de un millón de usuarios y un año después esa cifra se multiplicaba por diez. Este programa, que combinaba el e-mail y el chat, permitía comunicarse con otra persona que también lo tuviese instalado en su ordenador desde cualquier parte del mundo. Pero la gigante de las comunicaciones American Online (AOL) compró la compañía creadora Mirabilis por 287 millones de dólares. Las empresas rivales no se quisieron quedar atrás y empezaron a salir diversos softwares con unas funciones similares al ICQ: AOL Instant Messenger, Yahoo! Messenger, IRC, Instanterra y MSN Messenger. Este último respaldado por Microsoft. Todos ellos se presentan como alternativas al ICQ. El gran inconveniente de estos programas reside en que entre ellos son incompatibles, es decir, alguien con MSN Messenger no puede hablar con otra persona que tenga el ICQ.

Existen algunas investigaciones realizadas en años anteriores que han abordado aspectos sobre las redes sociales:

- Ofcom (la agencia reguladora de las comunicaciones en el Reino Unido) ha publicado los resultados de una investigación cualitativa y cuantitativa sobre el uso de redes sociales como MySpace, Facebook o Bebo. Esta investi-

gación confirma algunos datos ya conocidos, por ejemplo respecto a grupos de edad: la mayoría de los usuarios de redes sociales están entre los adolescentes y los jóvenes, aproximadamente hasta los 24 años.

Resulta quizá más interesante la clasificación de los usuarios en una serie de grupos:

- 1) Socializadores alfa (minoritarios): personas que usan los sitios sociales intensa y brevemente para conocer a otra gente y divertirse.
- 2) Buscadores de atención: personas que crean sus perfiles, publican fotos, etc. en busca de atención y comentarios de los demás.
- 3) Seguidores (mayoría): personas que se conectan a las redes sociales para seguir la actividad de sus conocidos.
- 4) Fieles (mayoría): personas que usan las redes sociales para reavivar viejas amistades (a menudo del colegio o de la universidad).
- 5) Funcionales (minoritarios): gente que usa las redes sociales más ocasionalmente, para propósitos más concretos y particulares, p. e. seguir a un grupo musical.

En cuanto a los no usuarios, entrarían en uno de los grupos siguientes según sus motivos:

- 1) Preocupación por la seguridad: personas a las que no les gusta publicar información personal.
- 2) Inexperiencia técnica: les falta confianza en el uso de los ordenadores y la Internet.
- 3) Rechazo intelectual: no les interesan las redes sociales y las ven como una pérdida de tiempo.

### **LA SEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE LOS USUARIOS**

La seguridad y la privacidad, sin embargo, no parecen preocupar demasiado a los que sí son usuarios de las redes, según los datos de este estudio. Cerca de la mitad dejan su perfil abierto a todos los usuarios que lo quieren ver.

to para todo el mundo. Una cuarta parte han publicado datos sensibles (su número de teléfono personal, su dirección postal, etc.). También es relativamente frecuente publicar fotos que pueden dañar la reputación de uno o aceptar como «amigos» a desconocidos.

La información cosechada en esas webs es útil no sólo para los ladrones de identidad, sino también para quienes trabajan en marketing y otros negocios igualmente honestos. A veces, la información puede ser usada para cazar delincuentes, según muestra la investigación llevada a cabo por [Shawndra Hill](#), profesora de Gestión de Operaciones y de la Información de Wharton, junto con Deepak K. Agarwal, Robert Bell y Chris Volinsky, investigadores de AT&T. Hill dice que el patrón de comportamiento en varias redes puede revelar características esenciales del usuario semejantes a huellas dactilares — o quizás *huellas dactilares de amigos*, — que podrán ser usadas para solucionar una serie de dificultades propias de los negocios, del marketing dirigido a la publicidad o a la detección de fraudes.



### **BIBLIOGRAFÍA**

Valdez, Natalia (2009). *Influencia de las redes sociales en la población adolescente de El Salvador*. San Salvador, El Salvador.

## **AÑO XV, NÚMERO 152 OCT009 BOLETÍN INFORMATIVO**

Publicación que difunde temas relacionados con la Doctrina y la Educación Militar

### **COMANDO DE DOCTRINA Y EDUCACIÓN MILITAR (CODEM)**



## **EL USO DE LAS REDES SOCIALES Y LA REVA- LORIZACIÓN DE LA- PRIVACIDAD PERSONAL**

San Salvador, El Salvador  
CENTROAMÉRICA