

Índice

| | |
|--|-----------|
| Prólogo de Carlos Fernández Collado | ix |
| Agradecimientos | xii |
| Sobre el autor | xv |
| Introducción | xvii |
| Por qué el tema de este libro. | xvii |
| Vamos por partes | xix |
| Para ir entendiendo el concepto de redes sociales | xx |
| Comunidades Virtuales en Internet presentes en todos los campos | xxii |
| Impacto de la tecnología en los medios | xxiii |
| 1.- Antecedentes de las redes sociales y conformación de comunidades virtuales | 3 |
| 1.1 Representación gráfica de redes sociales | 4 |
| 1.2 Primeros pasos de la tecnología de cómputo | 5 |
| 1.3 Breve historia de internet | 7 |
| 1.4 De las redes sociales a las comunidades virtuales en Internet | 9 |
| 2.- Características de las redes sociales y las comunidades virtuales | 11 |
| 2.1 Qué son las redes sociales y las comunidades virtuales | 12 |
| 2.2 Herramientas para la expresión de las comunidades virtuales | 12 |
| 2.3 Conceptos fundamentales de las redes sociales y las comunidades virtuales en Internet | 17 |
| 2.4 Principios de cibercultura | 17 |
| 3.- La "sociedad de la información" | 18 |
| 3.1 Las ideas y la fuerza, en la nueva revolución mundial | 19 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 3.2 | Definición de Sociedad de Información | 20 |
| 3.3 | Consenso de Washington | 22 |
| 3.4 | Unión Europea | 24 |
| 3.5 | La Cumbre mundial sobre la "sociedad de la información" Ginebra 2003 y Túnez 2005 | 28 |
| 4- | Análisis de las redes sociales y las comunidades virtuales en internet | 29 |
| 4.1 | Un principio fundamental | 29 |
| 4.2 | Primera aproximación a una comunidad | 31 |
| 4.3 | La transformación de una comunidad virtual | 31 |
| 5.- | Principales aspectos a considerar en el desarrollo de comunidades virtuales en internet | 32 |
| 5.1 | Factores de consideración en las comunidades virtuales | 32 |
| 5.2 | Pasos para crear una comunidad virtual: El modelo de Guinalú | 32 |
| 5.3 | Algunos otros aspectos de consideración del modelo | 34 |
| 5.4 | Beneficios de las comunidades virtuales en los negocios | 37 |
| 6- | Comunidades ejemplares creadas por empresas | 38 |
| 6.1 | disney.go.com/dxd/ | 39 |
| 6.2 | goruneasy | 39 |
| 6.3 | marthastewart/community | 40 |
| 6.4 | myStarbucksidea.com | 41 |
| 6.5 | pepsi.youniverse.com/ | 41 |
| 6.6 | think.mtv.com | 42 |
| 6.7 | Toyota.edmunds.com | 43 |
| 7.- | Comunidades especiales | 43 |
| 7.1 | Hackers / Crackers / Phrackers | |
| 8.- | Tipos de comunidades virtuales | 46 |
| 8.1 | Relaciones Personales (<i>Online communities</i>) | 46 |

| | | |
|---|-----------|-----------|
| 8.1.1 Skyrock | 46 | |
| 8.1.2 Facebook | 48 | |
| 8.1.3 Myspace | 52 | |
| 8.2 Oportunidades de Negocio o Empleo (<i>Businnes and career</i>) | 55 | |
| 8.2.1 linkedin | | |
| 8.2.2 xing | 56 | |
| 8.3 Buscando Pareja (<i>Online matchmaking</i>) | 58 | |
| 8.3.1 Match | 58 | |
| 8.3.2 Meetic | 59 | |
| 8.3.3 groupnex | 60 | |
| 8.4 Mantenerse en contacto (<i>alumni networks</i>) | | 61 |
| 8.4.1 friendster | 61 | |
| 8.4.2 Flickr | 62 | |
| 8.4.3 trombi | 65 | |
| 9.- Otras comunidades exitosas | 66 | |
| 9.1 youtube | 66 | |
| 9.2 orkut | 70 | |
| 9.3 hi5 | 71 | |
| 9.4 livejournal.com | | 72 |
| 9.5 bebo.com | 74 | |
| 9.6 bamba.com | 75 | |
| 10.- Comunidades ejemplares en: | | 76 |
| 10.1 India | 76 | |
| 10.2 Japón | 82 | |
| 10.3 España | 83 | |
| 10.4 En el mundo | 86 | |
| 11.- Wikipedia: más allá de una enciclopedia, una comunidad virtual, | | 86 |

| | |
|--|------------|
| 12.- De las redes 2D a las 3D | |
| 12.1 SecondLife | 91 |
| 12.2 Vastpark | 93 |
| 12.3 Hipihi.com | 94 |
| 13.- Cuadro de las redes sociales más importantes | 94 |
| 14.- Conclusiones | 104 |
| 15.- Citas | 106 |