

# Índice

<b>Prólogo .....</b>	<b>11</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo I</b>	
<b>OSINT Disciplina de inteligencia .....</b>	<b>15</b>
<b>1. Orígenes.....</b>	<b>15</b>
<b>2. Definición.....</b>	<b>17</b>
<b>3. Retos y oportunidades.....</b>	<b>19</b>
Retos.....	19
Oportunidades .....	20
<b>4. El ciclo de inteligencia.....</b>	<b>22</b>
<b>Capítulo II</b>	
<b>Evaluación y catalogación de la información .....</b>	<b>27</b>
<b>1. Evaluación de la información.....</b>	<b>27</b>
Metodología y organización de la información.....	27
<b>2. ¿Por qué debemos evaluar la información? .....</b>	<b>32</b>
<b>3. Indicadores o criterios para tener en cuenta en la evaluación .....</b>	<b>32</b>
<b>4. Evaluación del contenido .....</b>	<b>34</b>
<b>5. Metodología.....</b>	<b>37</b>
<b>Capítulo III</b>	
<b>Preparación del entorno de investigación.....</b>	<b>41</b>
<b>1. Entorno de trabajo y contramedidas .....</b>	<b>41</b>
Anonimización de la conexión.....	42
Entorno virtualizado.....	43

Borrar cookies .....	47
Crear Avatares .....	48
No navegar con la pantalla maximizada .....	49
No conectarse a servicios usados habitualmente .....	52
Evitar la navegación en sitios Webs locales .....	52
No revelar datos personales .....	52
No usar conexiones que no sean confiables .....	52

## Capítulo IV

### **Inicio de la investigación .....53**

<b>1. Entidades.....53</b>	
Elementos previos .....	55
Personas físicas .....	60
Personas jurídicas.....	150
Números de teléfonos.....	176
Vehículos.....	183
Puntos de acceso .....	190
Bitcoin .....	191
Alertas .....	193

## Capítulo V

### **Investigación en Redes Sociales .....195**

<b>1. Acerca de las Redes Sociales.....195</b>	
<b>2. Relevancia de las Redes Sociales Virtuales .....196</b>	
<b>3. Twitter.....198</b>	
Búsqueda avanzada en Twitter .....	199
Twint .....	204
Treeverse .....	216
Birdwatcher .....	220
DMI-TCAT.....	224
Tinfoleak .....	231
Otras herramientas .....	239
<b>4. Análisis de LinkedIn.....240</b>	
Operadores de búsqueda de LinkedIn .....	240
Prowl .....	249
CrossLinked .....	259
Raven.....	263
ScrapedIn LinkedIn Crawler.....	268
Otras herramientas .....	270

<b>5. Análisis de Facebook</b> .....	<b>271</b>
DumpItBlue.....	271
fb-sleep-stats .....	276
AFS Prime (Advanced Facebook Search).....	280
Sowdust.....	284
Ultimate-Facebook-Scraper .....	287
Otras herramientas .....	291
<b>6. Análisis de Instagram</b> .....	<b>291</b>
Osintgram.....	292
Web scraping.....	294
Instagram-crawler .....	297
Instaloader .....	301
InstaLocTrack.....	304
Otras herramientas .....	308
TikTok .....	308
<b>Capítulo VI</b>	
<b>Análisis de la información obtenida</b> .....	<b>311</b>
<b>1. Técnicas de análisis</b> .....	<b>311</b>
Análisis de redes sociales (ARS) .....	312
<b>Capítulo VII</b>	
<b>Presentación de la información: Informe</b> .....	<b>351</b>
<b>1. Características del informe</b> .....	<b>351</b>
Antecedentes .....	353
Síntesis y elementos básicos de información.....	353
<b>Índice alfabético</b> .....	<b>357</b>
<b>Índice de imágenes</b> .....	<b>359</b>

