

**Mapeo sistemático de la evolución y usos de
las redes sociales en el mundo digitalizado**

**Systematic mapping of the evolution and uses
of social networks in the digitalized world**

Javier Guaña-Moya ¹

**Instituto Superior Universitario Japón - Ecuador
egwana@itsjapon.edu.ec**

Adriana de Los Ángeles Avalos-Guijarro ²

**Instituto Superior Tecnológico Cordillera - Ecuador
adryavalosg13@gmail.com**

Roberto Asdrúbal Segura-Flores ³

**Instituto Superior Tecnológico Tungurahua - Ecuador
rsegura@institutos.gob.ec**

doi.org/10.33386/593dp.2024.6.2597

V9-N6 (nov-dic) 2024, pp 169-182 | Recibido: 17 de julio del 2024 - Aceptado: 11 de agosto del 2024 (2 ronda rev.)

1 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4296-0299>

2 ORCID: <http://orcid.org/0009-0003-8963-3890>

3 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1325-327X>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

Las redes sociales han transformado significativamente la comunicación y la distribución de información en la era digital, facilitando la interacción rápida y accesible. Este estudio tiene como objetivo mapear sistemáticamente la evolución y los usos de las redes sociales, analizando su impacto en la sociedad actual, con un enfoque en sus orígenes, desarrollo y aplicaciones en diversas actividades humanas. Se adoptó una metodología cualitativa que incluyó una revisión sistemática de la literatura, que abarcó la planificación, búsqueda y análisis de estudios relevantes. Los hallazgos destacan una evolución de plataformas simples a ecosistemas digitales complejos, que han pasado de herramientas de comunicación a plataformas multifuncionales integrando entretenimiento y comercio electrónico. La personalización mediante algoritmos ha cambiado la experiencia del usuario, creando burbujas informativas mientras facilita la relevancia del contenido. Las redes sociales han influido en la formación de opiniones y movimientos sociales, aunque enfrentan desafíos como la proliferación de noticias falsas y problemas de privacidad y seguridad. Las tendencias futuras sugieren un mayor papel de tecnologías emergentes como la realidad virtual, la inteligencia artificial y la blockchain, que podrían redefinir las interacciones en línea y la globalización cultural.

Palabras claves: redes sociales; digitalización; tecnología de la información y comunicación; tecnología.

ABSTRACT

Social media has significantly transformed the way information is communicated and distributed in the digital age, making it easier to interact quickly and easily. This study aims to systematically map the evolution and uses of social networks, analyzing their impact on today's society, focusing on their origins, development and applications in various human activities. A qualitative methodology was adopted which included a systematic review of the literature, which covered planning, searching and analysis of relevant studies. The findings highlight an evolution from simple platforms to complex digital ecosystems, which have moved from communication tools to multifunctional platforms integrating entertainment and e-commerce. Algorithm-based personalization has changed the user experience, creating information bubbles while making content more relevant. Social media has influenced the formation of social movements and opinions, but it faces challenges such as the proliferation of fake news and privacy and security issues. Future trends suggest a greater role for emerging technologies such as virtual reality, artificial intelligence and blockchain, which could redefine online interactions and cultural globalization.

Keywords: social networks; digitisation; information and communication technology; technology.

INTRODUCCIÓN

El rápido desarrollo y la constante evolución de la tecnología de las redes de comunicación modernas y la tecnología de la información han originado cambios revolucionarios en diversas industrias, campos y facetas de la sociedad en todo el mundo. Actualmente, la Web a través de Internet y el avance tecnológico se han convertido en una infraestructura de red crítica y una plataforma de conocimiento para todas las entidades participantes en el proceso de globalización, con el fin de intercambiar, compartir y contribuir con una gran cantidad de datos, información, conocimiento y sabiduría. Este ecosistema de redes sociales se centra en la organización social, los medios de contenido y las partes interesadas, así como en su amplitud, diversidad e inteligencia, facilitando, gracias a estas características, el surgimiento de nuevas formas de organización y redes sociales virtuales (Herrera, 2012).

En los últimos años, el uso de las redes sociales ha crecido rápidamente, con plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok convirtiéndose en la forma preferida de comunicación para muchas personas. La importancia de estos sitios web radica en el hecho de que los usuarios dedican una gran cantidad de tiempo a actualizar información, interactuar con otros usuarios y navegar por los perfiles de otros miembros (Zhang & Gupta, 2018).

Esta marcada influencia de las redes sociales en la era digital motivó el desarrollo del presente estudio con el objetivo de analizar su influencia en la sociedad actual, considerando el creciente protagonismo que han adquirido dentro de la era digital. Se destacan datos respecto a los orígenes, desarrollo y principales usos dentro de las diversas actividades humanas, como herramienta vital para el manejo de la información y la comunicación.

METODOLOGÍA

Este estudio se basa en un enfoque metodológico cualitativo, que proporciona una comprensión profunda y detallada de los

fenómenos relacionados con las redes sociales y su evolución en el contexto digital (Ñaupas et al., 2023).

Se llevó a cabo una revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices establecidas por Kitchenham et al. (2009). Este enfoque permite recopilar, evaluar e interpretar toda la investigación relevante disponible sobre el tema específico de las redes sociales.

Método utilizado: La metodología empleada incluye las siguientes etapas:

Planificación de la revisión: Definición de las preguntas de investigación y establecimiento de criterios de inclusión y exclusión para la selección de estudios relevantes.

Realización de la revisión: Búsqueda y selección de estudios en bases de datos digitales como ACM Digital Library, IEEE eXplorer, Science Direct Elsevier, Scopus y Springer Link, así como páginas web especializadas.

Análisis de resultados: Evaluación del contenido y conclusiones de los estudios seleccionados para responder a las preguntas de investigación planteadas.

Esta metodología permite obtener una visión integral y fundamentada sobre la evolución y usos de las redes sociales en la era digital (Kitchenham et al., 2009).

Planificación de la revisión

La finalidad fundamental de la investigación es obtener información importante acerca de las redes sociales, considerando el creciente protagonismo que han adquirido dentro de la era digital, destacando datos respecto a sus orígenes, desarrollo y principales usos dentro de las diversas actividades humanas, como herramienta vital para el manejo de la información y la comunicación.

El desarrollo del estudio se fundamentó en las siguientes preguntas de investigación:

P1: ¿Qué se conoce como red social?

P2: ¿Cómo han evolucionado las redes sociales?

P3: ¿Cuáles son los usos de las redes sociales en la era digital?

Se emplearon bases de datos digitales, tal como ACM Digital Library, IEEE eXplorer, Science Direct Elsevier, Scopus y Springer Link y páginas WEB especializadas, todas con temas referentes a las redes sociales, análisis del impacto en la era digital, inicios, evolución y expectativas dentro de la era digital, identificando entre las fuentes de información revistas académicas y publicaciones técnicas, comprendidas entre los años 2010 y 2022.

Se basó la estrategia de búsqueda en aspectos relacionados con las preguntas de investigación, empleando como parámetro las siguientes palabras claves: “redes sociales”, “era digital”, “manejo digital de la información”, “evolución de las redes sociales”, “influencia de las redes sociales”, “usos y aplicaciones de las redes sociales”, incluyendo las traducciones en inglés. Posteriormente para refinar la selección se aplicaron los siguientes criterios.

Tabla 1.
Criterios de selección

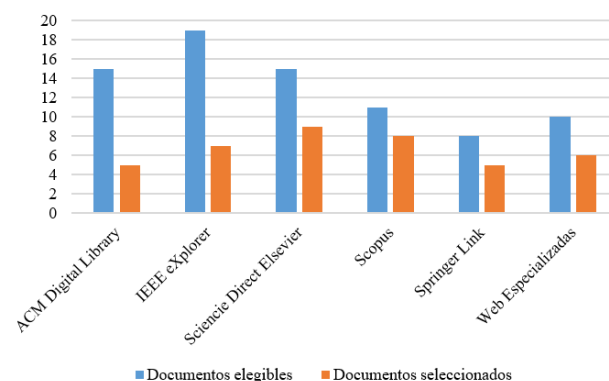
Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Artículos que abordan temas acerca del uso de las redes sociales en la era digital, inicios, evolución y expectativas.	Información publicada en sitios web generales.
Artículos con investigaciones, cifras y datos estadísticos de la influencia de las redes sociales en la era digital.	Documentos con aportes irrelevantes.
Documentos con información acerca de las redes sociales más actuales, principales usos y categorización de usuarios.	Información de blogs.

Realización de la revisión

Para el desarrollo de esta etapa se seleccionaron los documentos obtenidos en base a las cadenas de búsqueda y criterios de selección, revisando en cada uno el contenido y conclusiones, lo que permitió determinar el aporte a las preguntas planteadas.

Como resultado de la búsqueda se identificaron 78 documentos, de los cuales se seleccionaron 40 que cumplieron con los criterios establecidos.

Figura 1.
Documentos analizados para la revisión sistemática



Antes de desarrollar el tema, es importante definir claramente qué son las redes sociales, lo cual se explicará al responder a la siguiente pregunta:

P1: ¿Qué se conoce como red social?

En un sentido amplio, se pueden considerar las redes sociales como cualquier servicio en línea a través del cual los usuarios pueden crear y compartir una variedad de contenido. Sin embargo, desde los inicios se han ofrecido varias definiciones de las redes sociales, tanto dentro de la disciplina de la comunicación como en disciplinas relacionadas, tales como relaciones públicas, ciencia de la información y medios de comunicación (Bolton et al., 2013).

La definición amplia de redes sociales como cualquier servicio en línea que permite la creación y compartición de contenido subraya la versatilidad y omnipresencia de estas plataformas en la vida moderna. La referencia a múltiples disciplinas destaca la multifacética naturaleza de las redes sociales, lo que puede complicar la creación de una definición unificada pero también muestra su relevancia en diversos campos de estudio.

Estas definiciones generalmente convergen en torno a la noción de que las redes

sociales se refieren a tecnologías digitales que enfatizan el contenido o la interacción generados por el usuario y, a menudo, se hace referencia a las redes sociales por las características del canal, ya sea identificando la direccionalidad de los mensajes o utilizando herramientas específicas como Facebook o Twitter para ejemplificar los modos de interacción (Howard & Parks, 2012; Kaplan & Haenlein, 2010; Kent, 2010; Terry, 2009).

La convergencia de definiciones en torno al contenido generado por el usuario y la interacción subraya la esencia participativa y colaborativa de las redes sociales. Las referencias a herramientas específicas como Facebook y Twitter ejemplifican cómo estas plataformas han moldeado las expectativas y comportamientos de los usuarios, estableciendo estándares para la comunicación digital.

Hasta hace pocos años, a pesar de existir una variedad de definiciones, seguía faltando una definición formal, concisa y mutuamente acordada de las redes sociales, en particular en todas las disciplinas. De hecho, las definiciones existentes de redes sociales varían ampliamente en complejidad, enfoque y aplicabilidad fuera de la disciplina de origen (Effing et al., 2011; Kaplan & Haenlein, 2010; Xiang & Gretzel, 2010).

La ausencia de una definición formal y acordada refleja la naturaleza dinámica y en evolución de las redes sociales. Las variaciones en las definiciones según la disciplina indican que las redes sociales son fenómenos complejos que no pueden ser encapsulados fácilmente por una sola perspectiva. Esto sugiere la necesidad de un enfoque interdisciplinario para comprender plenamente su impacto y aplicaciones.

Para precisar una definición es necesario delimitar inicialmente entre un medio social y un medio que facilita la sociabilidad. Por tanto, en lugar de abordar un medio que puede usarse para la comunicación socioemocional, se distinguen las redes sociales como un subconjunto distinto de herramientas de medios que comparten rasgos y características comunes, donde las

posibilidades de que individuos y grupos dispares contribuyan a la creación del contenido que consumen proporcionan un valor intrínseco mucho mayor que lo que proporciona cada característica individual del sitio (Carr & Hayes, 2015).

La distinción entre medios sociales y medios que facilitan la sociabilidad es crucial para una comprensión más matizada de las redes sociales. Al destacar la contribución de individuos y grupos a la creación de contenido, esta definición resalta el valor intrínseco de la participación colectiva y la co-creación, elementos esenciales que diferencian a las redes sociales de otros medios de comunicación.

En base a lo anterior, se pueden definir a las redes sociales de forma precisa, compleja y técnica, como canales persistentes, libres de restricciones y basados en Internet, de comunicación personal masiva que facilitan las percepciones de las interacciones entre los usuarios, obteniendo valor principalmente del contenido generado por los mismos. Por otra parte, una definición más detallada y accesible indica que las redes sociales son canales basados en Internet que permiten a los usuarios interactuar de manera oportunista y auto presentarse selectivamente, ya sea en tiempo real o de forma asincrónica, con audiencias amplias y reducidas, que obtienen valor del contenido generado por el usuario y la percepción de la interacción con los demás (Carr & Hayes, 2015).

Las definiciones precisas y accesibles proporcionadas por (Carr & Hayes, 2015) ofrecen una comprensión integral de las redes sociales, destacando tanto su capacidad para facilitar la comunicación masiva como su flexibilidad para permitir interacciones oportunistas y auto-presentaciones selectivas. Estas definiciones capturan la dualidad de las redes sociales como plataformas tanto para la comunicación pública como para la interacción personal.

P2: ¿Cómo han evolucionado las redes sociales?

En primer lugar, la aparición de Internet originó un cambio significativo en la forma de comunicarse y relacionarse, considerando que la mayoría de las ideas de investigación y negocios surgen del reconocimiento de un problema que podría satisfacer y suplir las necesidades de una población, sociedad u organización poderosa en particular (Ahmadfaizar, 2018).

Por lo tanto, Ahmadfaizar (2018) subraya la capacidad transformadora de Internet en la comunicación y las relaciones sociales. Este cambio facilitó nuevas formas de interacción y el desarrollo de soluciones innovadoras para problemas sociales y empresariales, destacando la importancia de la adaptabilidad y la innovación en la era digital.

Adicionalmente, en el caso de Internet, lo que se necesitaba era un medio de intercomunicación más flexible e interconectado, apoyándose en la accesibilidad que marca la ley de la oferta y la demanda en el contexto posterior a la Segunda Guerra Mundial. Aunque las computadoras ya existían, estas no estaban interconectadas, resultando ser máquinas básicas en comparación con las computadoras actuales (Molina, 2022; Huerta, 2022).

Como resultado, Molina (2022) y Huerta (2022) destacan la evolución de la tecnología informática desde máquinas aisladas hasta sistemas interconectados. Este desarrollo fue crucial para el surgimiento de Internet y, posteriormente, de las redes sociales, permitiendo una comunicación más eficiente y accesible.

Por otro lado, en 1969, el Departamento de Defensa del gobierno de EE. UU. creó la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET), representada por un conjunto de computadoras y protocolos informáticos, constituyendo una especie de lenguaje para las máquinas. La finalidad era conectar no solo las computadoras del establecimiento de defensa en un sistema distribuido, sino también computadoras de otros departamentos, centros de investigación y universidades, logrando así que varias computadoras se conectaran entre sí en una sola red (Molina, 2022).

A partir de esto, la creación de ARPANET, como se describe en Molina (2022), fue un hito fundamental en la historia de Internet. Esta red no solo facilitó la comunicación entre instituciones académicas y gubernamentales, sino que también sentó las bases para el desarrollo de redes más amplias y accesibles.

No obstante, ARPANET no era útil ni accesible para toda la población, ni siquiera para la mayoría de universidades, instituciones federales y/o empresas. Esto se debía a que las empresas de computación producían y comercializaban computadoras que solo servían como lectores y almacenaban algunos datos de entrada limitados. El principal grupo interesado en un sistema más interconectado eran los científicos que deseaban intercambiar información relacionada con el progreso de la investigación y el desarrollo (Ruiz, 2023).

En vista de lo anterior, Ruiz (2023) señala las limitaciones iniciales de ARPANET, destacando que su uso estaba restringido a un grupo selecto de científicos y académicos. Esta exclusividad subraya la necesidad de desarrollar tecnologías más accesibles y democratizadas para que una mayor parte de la población pudiera beneficiarse de las ventajas de la interconexión.

También, el correo electrónico, desarrollado en la década de 1960, también es considerado un desarrollo vital. Inicialmente fue creado como una técnica para intercambiar mensajes entre una computadora y otra; sin embargo, ambas computadoras eran necesarias para realizar conexiones en línea (Edosomwan et al., 2011).

En consecuencia, Edosomwan et al. (2011) destacan la importancia del correo electrónico como precursor de las redes sociales. Aunque inicialmente limitado, este sistema de comunicación allanó el camino para el desarrollo de tecnologías más avanzadas y accesibles, facilitando la comunicación digital.

A lo largo de los años, la innovadora ARPANET continuó su desarrollo durante los años 70 y, de manera paralela, los científicos

Robert Kahn y Vinton Cerf crearon el Protocolo de Control de Transmisión y el Protocolo de Internet, o TCP/IP. Este modelo de comunicación establece pautas sobre cómo se pueden transferir datos entre varias redes. A mediados de la década de 1980, ARPANET adoptó TCP/IP y, a partir de ahí, los investigadores comenzaron a construir Internet, que se conocería como la red de redes, permitiendo que los institutos y universidades más importantes dentro de los EE. UU. y algunos en el extranjero finalmente se conectaran y comunicaran a través de Internet. Sin embargo, el primer Internet no era accesible y su uso requería un alto nivel de conocimiento técnico (Benito-Osorio et al., 2013).

En efecto, Benito-Osorio et al. (2013) subrayan la importancia del desarrollo de TCP/IP en la evolución de Internet. Este avance permitió la interconexión de redes diversas, transformando Internet en una herramienta global. No obstante, la accesibilidad seguía siendo un desafío, lo que limitaba su uso a aquellos con conocimientos técnicos avanzados.

Más adelante, entre 1989 y 1990, el británico Tim Berners-Lee transformó Internet en un instrumento más accesible y colaborativo, tomando en cuenta el evidente interés creciente en la necesidad de acceder a la información en las computadoras y/o comunicarse efectivamente con otros a través de las computadoras (Ruiz, 2023). Este objetivo fue logrado al crear la revolucionaria World Wide Web (www) o simplemente la web, que es un elemento de Internet definido como un sistema tecnosocial que permite que los humanos interactúen en base a redes tecnológicas. Es decir, creó la forma estándar de acceder y transmitir datos en línea en forma de sitios web e hipervínculos, siendo un sistema diseñado para operar y cooperar con las personas para mejorar la cognición, la comunicación y la colaboración entre los individuos (Ilbay, 2022; Castro et al., 2022).

De este modo, la creación de la World Wide Web por Tim Berners-Lee, como se describe en Ruiz (2023), Ilbay (2022) y Castro et al. (2022), marcó un punto de inflexión en la accesibilidad de Internet. Esta innovación permitió que un

mayor número de personas pudiera beneficiarse de las capacidades de Internet, facilitando la comunicación y la colaboración a nivel global.

A continuación, SixDegrees.com, considerado el primer sitio web moderno de redes sociales, permitía a los usuarios interactuar con diferentes contactos a través de perfiles, mensajes y listas de amigos. A pesar de cerrar en 2001, contaba con millones de usuarios, siendo pionera en iniciar una tendencia de redes sociales (Hines, 2022).

En consecuencia, Hines (2022) destaca la importancia de SixDegrees.com como precursor de las redes sociales modernas. Aunque su existencia fue breve, su impacto fue significativo al establecer un modelo para la interacción social en línea que sería seguido y refinado por plataformas posteriores.

Por otra parte, no fue sino hasta la creación de sitios de redes sociales como Facebook, Myspace y Friendster a principios de la década de 2000, que surgieron formalmente las redes sociales y se crearon las comunidades en línea. Estas abarcaban servicios generados por usuarios, tales como blogs, sitios de redes sociales, sitios de revisión/calificación en línea, mundos de juegos virtuales, sitios para compartir videos y comunidades en línea, mediante los cuales los consumidores producen, diseñan, publican o editan contenido (Bolton et al., 2013; Krishnamurthy & Dou, 2008; Malesky & Peters, 2012; Shim & Ahn, 2011).

Así pues, la consolidación de las redes sociales con la aparición de plataformas como Facebook, Myspace y Friendster, como se menciona en Bolton et al. (2013), Krishnamurthy y Dou (2008), Malesky y Peters (2012), y Shim y Ahn (2011), marcó el inicio de una nueva era en la comunicación digital. Estas plataformas permitieron una interacción más rica y diversa, facilitando la creación y compartición de contenido por parte de los usuarios.

Finalmente, es evidente que la evolución de la comunicación digital mediada por computadora ha cambiado la forma en que las

personas interactúan, y esto se debe, en parte, al tremendo aumento en la cantidad y disponibilidad de sitios de redes sociales (Anderson et al., 2012). Si se toma Facebook como ejemplo, esta red social tuvo un aumento del 12% en el número de usuarios entre 2019 y 2020, superando los 2700 millones de usuarios activos mensuales, lo cual la convierte en la red social más grande del mundo (Kettemann & Schulz, 2020). Además, más del 43% de los 10,000 sitios web más importantes del mundo tienen enlaces a Facebook (Azak et al., 2020; Mangal & Gadh, 2013).

En compendio, Anderson et al. (2012), Kettemann y Schulz (2020), y Azak et al. (2020) muestran cómo la proliferación de redes sociales ha transformado la interacción humana. Facebook, en particular, ejemplifica el impacto masivo de estas plataformas, no solo en términos de usuarios, sino también en la integración con otros sitios web, subrayando su influencia omnipresente en la cultura digital.

Adicionalmente, solo las cifras de Facebook son asombrosas y, dados otros sitios populares como Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, foros de chat, sitios de citas y blogs en línea, es imposible saber la cantidad exacta de sitios de redes sociales disponibles. Lo que sí es claro es que estas están dominando la cultura popular (Bolton et al., 2013).

Por lo tanto, Bolton et al. (2013) enfatizan la omnipresencia de las redes sociales en la cultura popular. La diversidad y la cantidad de plataformas disponibles reflejan la creciente importancia de las redes sociales en la vida cotidiana y su capacidad para influir en diversas esferas de la sociedad.

P3: ¿Cuáles son los usos de las redes sociales en la era digital?

Investigaciones sobre las redes sociales clasifican de manera amplia los usos del consumidor como actividades de publicación y de consumo, sugiriendo que la mayoría de los usuarios consumen en lugar de contribuir a las redes sociales (Shao, 2009).

Primeramente, Shao (2009) destaca que la mayoría de los usuarios de redes sociales prefieren consumir contenido en lugar de crear y compartir. Esta tendencia sugiere que las plataformas deben enfocarse en mejorar la experiencia de consumo de contenido para retener a la mayoría de sus usuarios.

Como dato curioso, se conoce que alrededor del 53% de los usuarios activos de las redes sociales siguen una marca en lugar de contribuir activamente con contenido sobre la misma, mientras que una minoría de usuarios suele dar cuenta de una gran proporción del contenido generado; sin embargo, con el tiempo, algunos consumidores menos activos se vuelven activos (Bughin, 2007; Hanna et al., 2011).

Además, Bughin (2007) y Hanna et al. (2011) revelan que, aunque inicialmente muchos usuarios se limitan a seguir marcas, con el tiempo, algunos se convierten en creadores activos de contenido. Esto indica que las estrategias de marketing en redes sociales deben considerar tanto a los consumidores pasivos como a los potenciales creadores de contenido.

También se ha señalado que algunas actividades de las redes sociales, que son conceptualmente distintas, pueden ser difíciles de diferenciar, debido a las interdependencias a medida que se desarrollan con el tiempo. En una encuesta de diez mercados globales, las redes sociales y los blogs son los principales destinos en línea en cada país, representando la mayor parte del tiempo en línea y llegan a más del 60% de los usuarios activos de Internet, comportamiento de uso de las redes sociales que se desarrolla y transforma a un ritmo acelerado (Bolton et al., 2013; Shao, 2009).

Por otro lado, Bolton et al. (2013) y Shao (2009) subrayan la dificultad de categorizar las actividades en redes sociales debido a su naturaleza interdependiente y en evolución. La popularidad de las redes sociales y los blogs como destinos en línea principales resalta la necesidad de adaptarse a las tendencias cambiantes y de comprender mejor cómo los usuarios interactúan con estas plataformas.

Actualmente, muchos de los usuarios de las redes sociales han crecido usando computadoras, abarcando muchos aspectos de sus vidas, particularmente la comunicación. Generalmente, estos nativos digitales son estudiantes o recién ingresados al mercado laboral y, a menudo, son descritos como expertos en tecnología y visualmente más sofisticados que cualquier generación anterior. La necesidad de interactuar con los demás es una razón clave para el uso de las redes sociales. Los usuarios de redes sociales de 18 a 34 años son más propensos que los grupos de mayor edad a preferir las redes sociales para interactuar con conocidos, amigos y familiares; también es más probable que valoren las opiniones de los demás en las redes sociales y se sientan importantes cuando brindan comentarios sobre las marcas o los productos que usan (Palfrey & Gasser, 2010).

En consecuencia, Palfrey y Gasser (2010) describen a los nativos digitales como una generación altamente conectada y tecnológicamente sofisticada. Este grupo no solo utiliza las redes sociales para la comunicación, sino que también valora las opiniones de otros usuarios, lo que sugiere que las marcas deben enfocarse en la interacción y la retroalimentación para captar la atención de este segmento demográfico.

Existe un acuerdo general sobre el uso frecuente de las redes sociales por parte de las actuales generaciones, contribuyendo activamente con contenido, creando y mezclando, es decir, combinando contenido de múltiples fuentes, gravitando hacia los sitios de redes sociales donde pueden participar y con preferencia a mantenerse conectados y realizar múltiples tareas a través de la tecnología. Por otro lado, usuarios de todas las generaciones pasan una cantidad considerable de tiempo simplemente consumiendo contenido, usando las redes sociales para propósitos similares, tal como obtener información, ocio o entretenimiento, socializar, experimentar un sentido de comunidad y para permanecer en contacto con otros usuarios de confianza (Park et al., 2009; Pempek et al., 2009; Rawlins et al., 2008).

Igualmente, Park et al. (2009), Pempek et al. (2009), y Rawlins et al. (2008) destacan que, aunque las generaciones más jóvenes son más propensas a crear y mezclar contenido, usuarios de todas las edades utilizan las redes sociales para una variedad de propósitos, desde el entretenimiento hasta la socialización. Esto subraya la versatilidad de las redes sociales y su capacidad para satisfacer diversas necesidades.

Estudios recientes señalan que actualmente no existe un usuario típico de las redes sociales, lo cual debilita la idea popular de que los principales usuarios de las redes sociales en línea son estudiantes de secundaria y universitarios (Landman et al., 2010). Sin embargo, según una encuesta realizada en 2019 (Pennington, 2021), el 85% de los adolescentes de 13 a 17 años usan las redes sociales y el 95% de los adolescentes tienen un teléfono inteligente. Si bien la cantidad de usuarios adolescentes de las redes sociales es significativa, es importante destacar un aumento en los usuarios que se encuentran en un grupo de edad diferente, encontrando también que el 73% de los usuarios de Internet mayores de 18 años participan en las redes sociales. Aunque inicialmente muchas redes sociales en línea crecieron en popularidad entre adolescentes y adultos jóvenes, el uso continúa aumentando también en otros grupos de edad, dejando en claro que el uso de las redes sociales no es específico de un determinado grupo etario, sino una herramienta aplicable a todos los individuos independientemente de la edad (Auxier & Anderson, 2021; Jordán-Conde et al., 2014; Spies Shapiro & Margolin, 2014).

De hecho, Landman et al. (2010), Pennington (2021), Auxier y Anderson (2021), Jordán-Conde et al. (2014), y Spies Shapiro y Margolin (2014) demuestran que el uso de las redes sociales se ha democratizado, abarcando todas las edades. Esto indica que las estrategias de redes sociales deben ser inclusivas y considerar las necesidades y preferencias de una audiencia diversa.

En términos generales, además de la edad, destacan puntos en común entre otras características de los usuarios. Por ejemplo,

respecto al género, las mujeres tienden a usar más las redes sociales que los hombres; sin embargo, la cantidad de hombres que usan sitios de redes sociales sigue siendo significativamente alta (Pennington, 2021). En la categoría de raza y etnia, todas las poblaciones tienen altas tasas de uso de redes sociales, destacando el número de usuarios de redes sociales entre blancos, hispanos y negros. Igual resultado se observa al analizar nivel educativo, estatus socioeconómico y urbanidad, lo que permite concluir que los usuarios de las redes sociales son universales y no específicos de un grupo o población (Twenge et al., 2019).

En síntesis, Pennington (2021) y Twenge et al. (2019) revelan que el uso de las redes sociales es universal, cruzando barreras de género, raza, etnia, nivel educativo y estatus socioeconómico. Esto sugiere que las redes sociales tienen un alcance inclusivo, lo que las convierte en una herramienta poderosa para la comunicación y el marketing a nivel global.

Al examinar las redes sociales en diferentes disciplinas, se destaca el uso comercial. En el área de negocios, el uso de las redes sociales ha aumentado los ingresos, la satisfacción del consumidor y brinda mayores oportunidades de marketing a un costo monetario mínimo. Además, cerca de la mitad de los empleadores utilizan las redes sociales para evaluar a los posibles candidatos y uno de cada diez solicitantes de empleo de entre 16 y 34 años ha sido rechazado debido a sus perfiles en las redes sociales. Por lo tanto, muchas empresas ahora están comenzando a crear políticas de uso de redes sociales dentro de las organizaciones (Méndez-Díaz et al., 2022; Soelaiman & Ekawati, 2022; Jiménez et al., 2020).

Por consiguiente, Méndez-Díaz et al. (2022), Soelaiman y Ekawati (2022), y Jiménez et al. (2020) destacan el impacto significativo de las redes sociales en el ámbito comercial. Las redes sociales no solo mejoran los ingresos y la satisfacción del consumidor, sino que también se utilizan para la evaluación de candidatos, lo que subraya la necesidad de políticas claras de uso de redes sociales en las empresas.

Otro uso importante de las redes sociales es en el área educativa. Los estudiantes utilizan principalmente las redes sociales como canal de comunicación personal, para el entretenimiento y para organizar trabajos de clase, constituyendo estas una herramienta inmejorable para compartir lo que les interesa, incluyendo aquí el ocio. También son utilizadas para escuchar música, seguir la moda, la fotografía, el cine, el arte, los libros, descubrir destinos turísticos y organizar viajes (Jiménez et al., 2020).

En efecto, Jiménez et al. (2020) muestran cómo las redes sociales se han integrado en la vida educativa y personal de los estudiantes. Estas plataformas no solo facilitan la comunicación y la organización de tareas académicas, sino que también sirven como una fuente de entretenimiento y exploración de intereses personales.

Por otra parte, la pandemia por COVID-19 representó un incremento acelerado y no planificado en el uso de las redes sociales. Algunos estudios señalan que las características más valoradas por los usuarios, especialmente los más jóvenes, en el empleo de las redes sociales son la inmediatez, rapidez, interconexión y facilidad en el uso. La red más utilizada fue WhatsApp, seguida de Instagram, Facebook y YouTube, las cuales eran utilizadas entre tres y cuatro horas al día (Jiménez et al., 2020).

Finalmente, Jiménez et al. (2020) destacan el impacto de la pandemia de COVID-19 en el uso de las redes sociales. La necesidad de comunicación rápida y eficiente durante el confinamiento llevó a un aumento significativo en el uso de plataformas como WhatsApp, Instagram, Facebook y YouTube, subrayando la importancia de estas herramientas en tiempos de crisis.

CONCLUSIONES

Las redes sociales han experimentado una evolución significativa desde su surgimiento a principios de la década de 2000, pasando de plataformas simples a ecosistemas digitales complejos y multifuncionales. La rapidez

de la evolución tecnológica ha influido en la diversificación de las redes sociales, que han transitado de plataformas centradas en texto a la inclusión de multimedia, realidad aumentada y realidad virtual.

En cuanto a los usos y funcionalidades actuales, las redes sociales han dejado de ser simplemente herramientas de comunicación para convertirse en plataformas integrales que abarcan desde el entretenimiento hasta el comercio electrónico. La personalización de contenidos mediante algoritmos de inteligencia artificial ha transformado la experiencia del usuario, generando burbujas informativas, pero también facilitando la relevancia y la participación.

En el impacto en la sociedad, las redes sociales han desempeñado un papel fundamental en la formación de opiniones públicas y movimientos sociales, demostrando su capacidad para catalizar el cambio social. Además, se han vuelto herramientas esenciales para la construcción de identidades digitales, afectando la autoestima y la salud mental de los usuarios.

Los desafíos y problemáticas son puntos importantes debido a la proliferación de noticias falsas y la manipulación de la información. Estos factores plantean desafíos críticos para la confiabilidad de las plataformas. La privacidad y la seguridad de los datos se han convertido en preocupaciones centrales, generando debates sobre la regulación y la ética en el uso de la información personal.

En cuanto a las tendencias futuras, la realidad virtual y aumentada probablemente desempeñarán un papel más destacado en las redes sociales, ofreciendo experiencias más inmersivas. La integración de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la blockchain podría cambiar aún más la dinámica de las interacciones en línea. Mientras tanto, la adopción masiva de las redes sociales ha llevado a una globalización sin precedentes de la cultura, pero también ha destacado la importancia de preservar la diversidad cultural en un entorno digital homogeneizado.

REFERENCIAS

- Ahmadfaizar. (2018, August 13). Evolution of The Web: Web 1.0, web 2.0, web 3.0, web 4.0, web 5.0 and beyond. Evolution of The Web. <http://ahmadfaizar.blogspot.com/2018/08/evolution-of-web-web-10-web-20-web-30.html>
- Ahmadfaizar. (2018, August 13). Evolution of The Web: Web 1.0, web 2.0, web 3.0, web 4.0, web 5.0 and beyond. *Evolution of The Web*. <http://ahmadfaizar.blogspot.com/2018/08/evolution-of-web-web-10-web-20-web-30.html>
- Altamirano-Pazmiño, M., et al. (2022). Uso de las herramientas digitales en la educación virtual en Ecuador. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, E54, 194-202.
- Anderson, B., Fagan, P., Woodnutt, T., & Chamorro-Premuzic, T. (2012). Facebook psychology: Popular questions answered by research. *Psychology of Popular Media Culture*, 1(1), 23-37. <https://doi.org/10.1037/a0026452>
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social Media Use in 2021. *Pew Research Center*. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2021/04/PI_2021.04.07_Social-Media-Use_FINAL.pdf
- Azak, A., Sulak, S. A., & Güner, H. E. (2020). Analysis of University Students' Views and Usage Levels of Web 2.0 Tools in Terms of Various Variables. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(6), 609-623. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i6/7336>
- Benito-Osorio, D., Peris-Ortiz, M., Armengot, C. R., & Colino, A. (2013). Web 5.0: The future of emotional competences in higher education. *Global Business Perspectives*, 1(3), 274-287. <https://doi.org/10.1007/s40196-013-0016-5>
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., ... & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their

- use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267. <https://doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Bughin, J. (2007). How companies can make the most of user-generated content. *The McKinsey Quarterly*. <http://www0.cs.ucl.ac.uk/staff/d.quercia/others/ugc.pdf>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- De Castro, C. A., O'Reilly, I., & Carthy, A. (2022). The Evolution of the Internet and Social Media: A Literature Review. *International Journal of Emerging Electronics and Engineering*, 12(1), 30-41. <https://doi.org/10.17706/ijeeee.2022.12.1.30-41>
- Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(1), 79-91.
- Effing, R., van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2011). Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems? In *Electronic Participation* (pp. 25-35). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-23333-3_3
- Guaña-Moya, J., et al. (2022). Impact of ICTs on academic development and the creation of educational public policies in times of pandemic. En *17th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*. IEEE. <https://doi.org/10.1109/CISTI52337.2022.00000>
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265-273. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.007>
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión [Social networks: a new diffusion tool]. *Reflexiones*, 91(2), 121-128.
- Hines, K. (2022, September 2). The History Of Social Media. *Search Engine Journal*. <https://www.searchenginejournal.com/social-media-history/462643/>
- Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359-362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- Huerta, A. E. (2022). El impacto de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo: Caso de estudio en educación secundaria. *Revista Ingenio Global*, 1(1), 15-25.
- Ilbay, E. L. (2022). Estrategias para promover la alfabetización mediática en la era digital. *Bastcorp International Journal*, 1(1), 14-22.
- Jiménez, R. G.-A., Bravo, C. B., & Ilardia, I. M. P. (2020). Uso de las redes sociales entre los jóvenes y ciudadanía digital: análisis tras la COVID-19. *REIDICS. Revista de Investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales*, 7(Art. 7). <https://doi.org/10.17398/2531-0968.07.64>
- Jordán-Conde, Z., Mennecke, B., & Townsend, A. (2014). Late adolescent identity definition and intimate disclosure on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 33, 356-366. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.015>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kettemann, M. C., & Schulz, W. (2020). Setting Rules for 2.7 billion: A (First) Look into Facebook's Norm-Making System; Results of a Pilot Study. *Working Papers of the Hans-Bredow-Institut | Works in Progress*. <https://doi.org/10.21241/SSOAR.71724>
- Kitchenham, B., Pearl Brereton, O., Budgen, D., Turner, M., Bailey, J., & Linkman, S. (2009). Systematic literature reviews in software engineering – A systematic

- literature review. *Information and Software Technology*, 51(1), 7-15. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2008.09.009>
- Krishnamurthy, S., & Dou, W. (2008). Note from Special Issue Editors. *Journal of Interactive Advertising*, 8(1), 1-4. <https://doi.org/10.1080/15252019.2008.10722137>
- Landman, M. P., Shelton, J., Kauffmann, R. M., & Dattilo, J. B. (2010). Guidelines for maintaining a professional compass in the era of social networking. *Journal of Surgical Education*, 67(6), 381-386. <https://doi.org/10.1016/j.jsurg.2010.07.006>
- Malesky, L. A., & Peters, C. (2012). Defining appropriate professional behavior for faculty and university students on social networking websites. *Higher Education*, 63(1), 135-151. <https://doi.org/10.1007/s10734-011-9452-7>
- Mangal, V., & Gadh, V. (2013). Systems Theory and Social Networking: Investigation of Systems Theory principles in Web 2.0 Social Network Systems. *International Journal of Business and Commerce*, 3(1), 117-135.
- Méndez-Díaz, N., Akabr, G., & Parker-Barnes, L. (2022). The Evolution of Social Media and the Impact on Modern Therapeutic Relationships. *The Family Journal*, 30(1), 59-66. <https://doi.org/10.1177/10664807211052495>
- Molina, S. P. (2022). Estrategias de marketing en redes sociales: Influencia en el comportamiento del consumidor. *Revista Científica Kosmos*, 1(1), 4-14.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2010). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.
- Park, N., Kee, K., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook Groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(6), 729-733. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0003>
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>
- Pennington, N. (2021). Quitting social media: A qualitative exploration of communication outcomes. *Qualitative Research Reports in Communication*, 22(1), 30-38. <https://doi.org/10.1080/17459435.2020.1817140>
- Rawlins, J. M., Simeon, D. T., Ramdath, D. D., & Chadee, D. D. (2008). The elderly in Trinidad: Health, social and economic status and issues of loneliness. *West Indian Medical Journal*, 57(6), 589-595.
- Ruiz, F. C. (2023). Herramientas digitales para fomentar la alfabetización mediática en la era digital. *Revista Ingenio Global*, 2(1), 35-45.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25. <https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Shim, J., & Ahn, K. (2011). Social Networking Service: Motivation, Pleasure, and Behavioral Intention to Use. *Journal of Computer Information Systems*, 51(1), 92-101.
- Soelaiman, L., & Ekawati, S. (2022). The Role of Social Media in Enhancing Business Performance. En *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 400-404. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.060>
- Spies Shapiro, L. A., & Margolin, G. (2014). Growing up wired: Social networking sites and adolescent psychosocial development. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 17(1), 1-18. <https://doi.org/10.1007/s10567-013-0135-1>
- Terry, M. (2009). Twittering Healthcare: Social Media and Medicine. *Telemedicine and e-Health*, 15(6), 507-510. <https://doi.org/10.1089/tmj.2009.9955>

- Twenge, J. M., Martin, G. N., & Spitzberg, B. H. (2019). Trends in U.S. adolescents' media use, 1976–2016: The rise of digital media, the decline of TV, and the (near) demise of print. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 329-345. <https://doi.org/10.1037/ppm0000203>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>
- Zhang, Z., & Gupta, B. B. (2018). Social media security and trustworthiness: Overview and new direction. *Future Generation Computer Systems*, 86, 914-925. <https://doi.org/10.1016/j.future.2016.10.007>
- Ñaupas** Paitán, H., Mejía Mejía, E., Trujillo Román, I. R., & Romero Delgado, H. E. (2023). *Metodología de la investigación total. Cuantitativa – Cualitativa y redacción de tesis (6ª ed.)*. Ediciones de la U.