
REDES SOCIALES

El impacto de las redes sociales ha constituido y constituye un boom en las relaciones sociales a nivel personal, grupal o colectivo. Se trata de un impacto social que engloba a todo tipo de usuarios para el mantenimiento de comunicaciones personales, laborales, ocio, y cualquier otra manifestación de información que puedan obtener o intercambiar entre sus usuarios, que resultan necesarias para la supervivencia de la especie, como por el modo de interacción que se establece entre los mismos.

La RAE (Real Academia Española) recoge la acepción de *red social* como: “Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de Internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que esas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo”.

6.1 ATRAPADOS EN LA TELA DE ARAÑA

En la sociedad actual ha surgido la aparición de dos nuevas especies de comunicadores sociales, los tertulianos y los *influencers*. Atrás quedan los intelectuales verdaderos conocedores de temas cuya especialidad compartían en grandes coloquios, expandiendo su conocimientos a curiosos y adictos a su temática.

Hoy en día, cualquier ciudadano sin ninguna preparación intelectual, o cultural, derrocha palabras por segundo sin contenido valorable o científico

obteniendo la curiosidad y seguimiento de numerosos curiosos ávidos de las ideas aleatorias y sin fundamento contrastado, conectando y enlazando sus aparatos tecnológicos para su seguimiento.

Los tertulianos constituyen un grupo de comunicadores que utilizan los medios tradicionales para opinar. Su característica principal consiste en una buena capacidad divulgativa para exponer los temas de la actualidad de una forma sucinta. Pero la realidad, es que los debates, en su gran mayoría, carecen de los tertulianos expertos en la materia y, en consecuencia, la divulgación de su contenido se reduce a chascarrillos al alcance de cualquier indocumentado.

El nuevo boom comunicador es el constituido por los denominados *influencers* o *manipuladores sociales*, que constituyen un grupo más inquietante desde el ámbito de la comunicación. Estos “comunicadores”, sin contenido alguno, ejercen una cierta influencia sobre gran número de usuarios de la población, sin distinción de edad, a pesar de la rumorología general de que solo tienen influencia sobre los adolescentes.

El fenómeno *influencer*, empieza a resultar preocupante desde el punto de vista del impacto que ejerce en la capa de la sociedad, que aún resulta más influenciable, en este caso, en los adolescentes, pudiendo ejercer un control sobre su pensamiento y actitud personal. Estos adolescentes consideran que toda información transmitida por los *influencers* o *manipuladores sociales* a través de las redes sociales es honesta y, en consecuencia, gozan de su confianza. El peligro de esta influencia no es que puedan dirigir a los adolescentes hacia una serie de hábitos en sus costumbres, sino que puedan influir en sus pensamientos, comportamientos, imagen social, o incluso en sus valores.

Las redes sociales están dando lugar a la información distorsionada, carente de fundamento científico, propagando de forma deliberada todo tipo de noticias falsas (*fake news*) y bulos.

Las redes sociales consiguen el estrechamiento del conocimiento del ser humano, al limitar su expansión. Una vez conseguida su atención anulan la capacidad de reflexión de las personas, esto se consigue a través de toda una serie de entretenimientos dirigidos a controlar indirectamente los pensamientos y comportamientos de las personas, a través de la manipulación directa de las emociones.

Las redes sociales no solo han sido concebidas para captar la atención del usuario en cuanto a su tiempo de dedicación, sino que, una vez conseguido el objetivo no las abandones. Es decir, que están diseñadas para que resulten lo más adictivas posibles.

Esta adicción a las redes sociales conlleva una serie de connotaciones negativas como son la reducción de la productividad, insatisfacción personal y un aislamiento social donde la persona se sumerge en un mundo virtual carente de sentimientos y de falta de empatía con otras personas, que le sumerge en una realidad ficticia. Internet viene a significar algo así como “la red (telaraña) global” (Adell y Bellver, 2009). En un principio su cometido inicial fue la distribución de la información, pero no es menos cierto que, el principal cometido de la red es que no escapen sus víctimas una vez atrapadas.

Las redes sociales ejercen un control emocional del sujeto, el cual, una vez atrapado e infectado por las mismas, será el encargado de transferir a su círculo de contactos la citada red, propagando la infección.²⁹³

6.2 LA TECNOCRACIA O EL MUNDO DE LA INCOMUNICACIÓN TRADICIONAL

Las redes sociales están ocasionando una serie de condicionantes sobre el ser humano que tiende a aislar socialmente a las personas del mundo que le rodea, de ese espacio físico que interrelaciona a unos individuos con otros.

El mundo virtual cada vez más extendido y arraigado en el interior del individuo crea una serie de hábitos y costumbres que individualiza a la persona convirtiéndola en un ser autómatas como si fuera una ramificación tecnológica.

Una de las consecuencias que las redes sociales ejercen sobre los seres humanos es que se está perdiendo la capacidad del pensamiento abstracto, es decir, cada vez hay un mayor número de personas incapaces de pensar abstractamente, de tener juicios críticos, lo que conduce a que el ser humano se convierta en un ser deshumanizado.

Se renuncia dando la espalda a la realidad para ser atrapados en el mundo virtual donde la información captada por nuestro interés puede estar distorsionada o falseada, sumergiéndonos en una realidad ficticia, haciendo que el individuo se convierta en un ser irreflexivo, impulsado únicamente por sus emociones. Las redes sociales sirven como medio de comunicación y, para agrupar y crear, comunidades de forma virtual alejando al individuo de todo contacto físico y temporal. No obstante, la realidad es que su función principal consiste en el entretenimiento y la ocupación de un vacío e infelicidad que sumerge al ser humano en una persona alejada socialmente del entorno que la rodea. Ese vacío que soporta el individuo

293 Cfr., BLASCO FONTECILLA, Hilario, El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? tarbiya, 49, Madrid, pp. 98, 102–104.

sirve para que a través de las redes sociales puedan controlar y manipular nuestro comportamiento y dirigirnos en una dirección sujeta y controlada a través de la red.



La tecnocracia supone un gran avance en múltiples facetas para el ser humano desde ámbitos tan dispares como la medicina, economía, deporte, ocio, cultura, locomoción, Inteligencia Artificial, etc. Pero unos sistemas tecnológicos sin control por parte del ser humano pueden desbordarse y salirse de la influencia del individuo, creando situaciones inestables y preocupantes, tanto a nivel individual como social. Por tanto como dice Jesús Díaz (2020): “Si queremos salvar a la humanidad, hay que destruir *Facebook*”.²⁹⁴

6.3 EL FENÓMENO DE LAS REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD

Las redes sociales han sido tratadas desde diferentes campos de estudio como la antropología, matemáticas, sociología, psicología, etc. A partir de la segunda mitad del siglo XX, y con el desarrollo y expansión del mundo tecnológico de las comunicaciones, las redes sociales con el apéndice 2.0, va a convertirse en el principal medio de comunicación a nivel global, formando una cadena humana de conexiones donde la comunicación es transmitida y recibida de forma instantánea.

294 *Ibíd.*, pp. 105 y 106.

En un principio donde el contacto físico era necesario para la búsqueda de apoyo emocional y de ayuda instrumental, va a dar paso en la actualidad, a dejar en el olvido ese contacto físico, en busca de la inmediatez, la novedad, el acaparar el mayor número de seguidores para sus aspiraciones expansivas en la red, y donde la juventud representa el caldo de cultivo para fomentar esta tendencia, dejando atrás la interacción física.

El origen de las redes sociales, tal y como está representada en la actualidad, surge en 1997, con la red *sixdegrees.com*, que posibilitaba a los usuarios crear un perfil y tener una relación de contactos, para en 1998, poder navegar por la red. A partir de este instante el crecimiento ha resultado exponencial, tanto a nivel de usuarios como de redes.

Después de las décadas de 1950-1960, y de pocos estudios realizados sobre las redes sociales, surge a partir de la siguiente década un auge espectacular de los estudios de redes sociales, con el nacimiento de revistas científicas y numerosas investigaciones.

El mayor empuje de las investigaciones en las redes sociales lo va a constituir la aparición de Internet. En 1971, se envía el primer *mail* entre dos ordenadores que se encuentran instalados en una misma sala.

Las redes sociales 2.0 tienen sus inicios con motivo de la crisis informática ocurrida en 2003, donde numerosas empresas que utilizaban las páginas *web* se vieron obligadas a cerrar sus cuentas debido a las faltas de visitas. Es cuando surge la aparición de Marc Pincus, Reid Hoffman y Jonathan Abrams, creando empresas *online*, destinadas a la interacción entre personas, dando una mayor relevancia al usuario y no tanto a la empresa de la época. Este hecho supondrá una recuperación de grandes resultados mediante la economía digital.

El desarrollo tecnológico y, en consecuencia, el industrial, unido a la globalización de los mercados y el auge que va a experimentar Internet como medio de conexión entre numerosos usuarios de cualquier parte del globo terráqueo, va a propiciar la aparición de sitios *web* de uso social, creándose nuevas formas de comunicación de forma instantánea, facilitando el uso y el surgimiento de múltiples *webs* que facilitan el acceso a los usuarios y a la interacción entre los navegantes.²⁹⁵

295 Cfr., PÉREZ-WIESNER, Mateo, POVEDA FERNÁNDEZ-MARTÍN, María, y LÓPEZ-MUÑOZ, Francisco, El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario, Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Camilo José Cela, Madrid, 2014, pp. 93 – 95 y 97.

Al igual que ocurre con otras terminologías, el hecho de poder realizar una aproximación conceptual de las redes sociales surgen numerosas teorías con la finalidad de establecer un concepto fiable y exacto del mismo. No obstante, existe un nexo común al indicar en que el núcleo fundamental para la creación y mantenimiento de las mismas son los usuarios que las componen, sean personas físicas o no, y las relaciones que mantienen, independientemente de sus características individuales.

Entre las definiciones surgidas podemos establecer que la red social: “Es aquella que está formada por actores sociales, los cuales pueden ser de cualquier índole, que mantienen una serie de relaciones sociales instrumentales, personales, físicas, terapéuticas, etc. (Wasserman y Faust, 1994)”. Posteriormente, en 2007, otra establece que: “Las redes sociales son servicios basados en *web* que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, así como articular una lista de conexiones y las realizadas por otros dentro de un sistema (Body y Ellison, 2007)”.

La finalidad de las redes sociales consiste en unir personas atrayendo a todo tipo de perfiles, aunque en la realidad también se encuentran recogidos grupos segmentados por afinidad ideológica, cultural, deportiva, social, edad, aficiones, etc., compartiendo nuevas herramientas de información y comunicación como la conectividad, móvil, blogs, fotos o vídeos, entre otras.

Existe una gran diferencia entre la red social tradicional y la que en la actualidad denominamos red social 2.0, ya que esta última es la creada por Internet, pasando de la red tradicional a la red digital o *Social Netwok* (Caldevilla, 2010). El concepto 2.0, lo que significa y da a entender es que se trata de un uso social de interacción entre usuarios virtuales. Por lo que cada usuario forma parte de un todo y, otra de sus características diferenciadoras, reside en la presencia física de los usuarios. En definitiva, la red social 2.0, se basa en la presentación de un perfil que el usuario elabora libremente.

En cuanto a la estructura de las redes sociales, la relación que mantienen entre sí los miembros de la red constituye el pilar fundamental para su mantenimiento y delimitaciones. El sentimiento de pertenencia de los componentes marca de alguna manera la diferencia entre redes sociales. Este sentimiento está basado en una serie de principios. El principio de *cohesión* —los miembros son similares y sus límites son marcados por las propias relaciones—, principio de *equivalencia* —los miembros equivalentes poseen pautas de relación equivalentes con otros miembros de la misma posición en relación a otros miembros— y *principio de prominencia, de rango y de corretaje* —los lazos relacionales definen el poder o la libertad de actuar de cada miembro—.

En la actualidad, y debido a la expansión creciente de los tipos de redes sociales, nos encontramos con diversas clasificaciones. Así tenemos *las redes horizontales o genéricas* –dirigidas a todo tipo de usuarios y sin una temática fija–, *las redes verticales* –específicas en función de los usuarios y de la actividad–, *las redes sociales directas* –servicios a través de Internet en los que existen una colaboración entre grupos que comparten intereses en común, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, controlando la información que comparten– y *las redes sociales indirectas* –servicios a través de Internet que cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos, existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto– (Body y Ellison, 2007; Clarke y Montesinos, 2014; ONTSI, 2011). A su vez y dentro de estas clasificaciones existen una serie de subtipos basados según la finalidad de la red, del modo de funcionamiento, de su contenido, del perfil personal y/o profesional, de la temática, de música o de contactos, entre otros.

La explosión del uso de las redes sociales en torno a 2008, comienzan a generar un sentimiento de inquietud y dependencia que ejercen sobre el comportamiento de los usuarios, dando lugar un año después a lo que los investigadores comienzan a denominar *periodo de consolidación de las redes sociales*, donde existe un discurso normalizado confirmando de una manera fehaciente que forman parte de nuestra vida personal, social, laboral, académica, de contacto, etc., y de manera muy especial, en la forma de nuestra comunicación con los demás.²⁹⁶

6.4 LOS PERFILES DE LOS ADOLESCENTES EN LAS REDES SOCIALES

Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística en 2013, aseguraba que el 64,1% de los usuarios de Internet había participado en los últimos tres meses en redes sociales de carácter general como *Facebook*, *Twitter* o *Tuenti*, recogiendo el informe que los estudiantes eran los que más participaban con un 94,8% y los jóvenes de dieciséis a veinticuatro años con un 94,5%. Por género, la participación de las mujeres representaba un 65,6%, y los hombres un 62,8%.

La edad de comienzo es cada vez más temprana, ya no se utiliza la red solo para obtener información, sino de participar en ella cambiando todos nuestros hábitos y costumbres en la forma de interactuar y de relacionarse con los demás. La inmediatez, la permanente interactividad y la posibilidad de estar conectado constantemente permitiendo la navegación en múltiples pantallas al mismo tiempo y

296 *Ibidem.*, pp. 98 – 100.

en varias redes sociales intercambiando fotos, vídeos, conversaciones, etc., refuerza el posicionamiento dentro del grupo.²⁹⁷

El reforzamiento de la imagen a través de la red cada vez tiene una mayor participación de adolescentes que comienzan a insertar en una red social como *Instagram*, *You Tube*, *Tik Tok* o *Twitch*, imágenes, vídeos, o comentarios, donde adquirir notoriedad en busca de un seguimiento masivo para poder conseguir la categoría de *influencers* y de esta manera alcanzar la celebridad.²⁹⁸

El hecho de que sean los jóvenes o adolescentes los que mayor uso hacen de las redes sociales, no es un mito, es una realidad, ya que en cierta manera las nuevas generaciones han crecido con esta tecnología, por lo que son considerados como nativos digitales, conocedores de los servicios y utilidades que estas les ofrecen.

Uno de los atractivos que ofrecen las redes sociales y, por lo que capta la atención y seguimiento por parte de la juventud, reside en la inmediatez a las consultas que realizan y al número de servicios que permiten su acceso al instante. También resulta importante la comunicación escrita permitiendo controlar la respuesta que se quiera mandar a cada persona en cada momento. Aspecto que le diferencia del entorno real donde la situación se produce de forma inesperada. Por lo que al interactuar a través de las nuevas tecnologías en las redes sociales permite rememoraciones de las conversaciones mantenidas (Megías y Rodríguez, 2014).

Estas constituyen un factor determinante en las relaciones interpersonales debido a su función en la comunicación, además de permitir estar actualizado y en constante contacto con la realidad social. En base a todas estas consideraciones, las redes sociales para la población joven ha llegado al extremo de que pertenecer a este nuevo modelo socializador se ha convertido en un deber (Díaz, 2011).²⁹⁹

Existe una gran variedad de redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *Tuenti* o *Instagram*, siendo la herramienta más utilizada por los jóvenes, para el envío de fotos o vídeos y mantener una conversación sobre las actividades que han realizado. Dentro del marco de las actividades de las redes sociales constituye una pieza clave en la construcción de la identidad del adolescente, en la búsqueda de nuevas amistades. Es significativa la importancia de interrelacionarse entre unos y

297 *Ibidem.*, p. 107.

298 Cfr., PÉREZ SUÁREZ, Jorge Ramiro, DÍAZ GALÁN, Julio, MUÑOZ ANGUITA, Mario, CORDERO VERDUGO, Raquel Rebeca y SILVA ESQUINAS, Antonio, *Guía de buenas prácticas sobre el uso de las redes sociales*, Universidad Europea, Grupo de Conocimiento-Investigación en Problemáticas Sociales, Edición: Unión de Asociaciones Familiares, Madrid, 2023, p. 14.

299 Cfr., MARTÍN ROSELL, María, *Jóvenes y Redes Sociales*, Universidad de La Laguna, 2015. Disponible en: *Jóvenes y redes sociales.pdf*, p. 11.

otros de forma virtual, como expresión de comportamiento de acuerdo a las normas imperativas impuestas por las redes sociales, pero no es menos cierto que, uno de los aspectos más significativos por ciertos usuarios es la necesidad de atraer la atención del mayor número de seguidores de la red, es decir, una mayor popularidad.

Sin embargo, en ese ranking de popularidad, no siempre es real sino engañoso, porque permite agregar usuarios sin ningún control haciendo creer al adolescente que pertenece a un gran grupo del que forma parte. Sin embargo, el tejido social virtual (*online*) difiere en gran medida del que realmente hay fuera de la red (*offline*). Se estima que el número de contactos que de media se suelen tener en las redes sociales, oscilan entre los 200 y 300 usuarios, con los que únicamente se mantienen relación física en el exterior, rondan los 50 contactos (Bonds y Raacke, 2010; Llorca, Teresa Cabrejas, Bueno y Llorca, 2011).

Los jóvenes al estar más familiarizados con el contacto virtual establecen más amistades por medio de la red, al encontrar en su utilización un anonimato y una mayor disposición a un contacto por la red que, a un trato personal, donde es necesario y requiere un espacio físico para contactar y un tiempo predestinado para la cita. En las redes sociales ambas condiciones dejan paso a la inmediatez y a la intemporalidad.

Un apartado que tiene lugar igualmente en la red es la configuración del tipo de perfil que cada usuario cuelga en las redes sociales, adornándola con imágenes, que pueden resultar ficticias, no sujetas a la realidad física del usuario, y donde su identidad puede ser tergiversada en cuanto a su personalidad real.

Es necesario realizar una matización con referencia a la información que se cuelga en la red, en base al perfil dependiendo del género, pues resultan diferenciadores en cuanto a sus intereses entre hombres y mujeres. Mientras que las mujeres prefieren privatizar su perfil, tergiversando la información faltando a la realidad. Los hombres se ajustan más a la veracidad. En cuanto a los datos relativos a la edad, género, amistad, lugar, sentimientos, etc., es donde los jóvenes se muestran más fieles a la hora de ofrecerlos y compartirlos de forma real (Bonds y Raacke, 2010; Llorca, Teresa Cabrejas, Bueno y Llorca, 2011).

El motivo del uso excesivo por parte de los jóvenes de la tecnología virtual, acarrea una serie de limitaciones e imposiciones que retrotraen otras actividades tradicionales, que pasan a un segundo plano o, en ocasiones, aún peor terminan desapareciendo en el olvido. Las actividades físicas realizadas en espacios abiertos terminan por desaparecer sumiendo a los jóvenes en un estado de descuido hacia otras rutinas cotidianas como la práctica de actividades deportivas, necesarias para no solo la salud física, sino también mental. Además de un menor rendimiento académico motivado por la disminución del tiempo empleado en las materias académicas y,

en una mayor dedicación, a las redes sociales. El número de horas dedicadas a la conexión de las redes termina por condicionar el comportamiento conductual del individuo en su relación, tanto a nivel familiar, social, laboral, académico, etc.

Existen diversos estudios realizados sobre el tiempo dedicado por los jóvenes a las redes sociales. Algunos tratadistas consideran que el tiempo invertido en las redes sociales se sitúa en la franja entre dos o cinco horas diarias (Artemis, *et al.*, 2012; Bonds y Raacke, 2010, Rodríguez y Fernández, 2014). En principio, estos datos fueron para interpretar si existía un abuso o adicción de los jóvenes hacia las redes sociales. Sin embargo, no se pudo llegar a ninguna conclusión definitiva al no poder establecer un criterio unificado por los investigadores con respecto a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC's).

Otros, consideraron que el uso de más de cuatro horas diarias a *Facebook*, debían ser considerados como adictos (Herrera, Pacheco, Palomar y Zavala, 2010). Mientras que (Artemis *et al.*, 2012), lo consideran como abuso y no adicción, tomando como base para el abuso más de dos horas diarias.

Igualmente, realizados estudios psicológicos sobre el uso de las redes sociales en los jóvenes se ha podido determinar que la actividad diaria de más de dos horas de dedicación presenta una mayor vulnerabilidad y unos mayores estados depresivos.

Los jóvenes utilizan las redes sociales con la intención de mejorar sus relaciones, el número de horas y tiempo invertido durante el día, hace que la información resulte sobrepasada con la realidad, por lo que puede provocar situaciones desagradables y confusas por su contenido y, donde en ocasiones, comentarios apresurados que una vez remitidos y debido a la inmediatez del mensaje pueden resultar perjudiciales para el remitente.³⁰⁰

6.5 EL COMPONENTE RELACIONAL, DE ENTRETENIMIENTO Y DE OCIO DE LAS REDES SOCIALES

Las tecnologías y el entorno digital están interrelacionados en la actualidad con el mundo real. El mundo real y el mundo virtual resultan caminos paralelos en sus operaciones diarias desde el teletrabajo, búsqueda de información, compras *online*, relaciones personales, pagos, entretenimiento personal, etc.

300 Op. cit., PÉREZ-WIESNER, Mateo, POVEDA FERNÁNDEZ-MARTÍN, María, y LÓPEZ-MUÑOZ, Francisco, El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario, Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Camilo José Cela, Madrid, 2014, pp. 108–110.

Las redes sociales forman parte indisoluble de nuestras vidas. Los comportamientos personales y sociales han variado de forma sustancial, en parte y en gran medida, por los recursos tecnológicos. El ser humano aparenta una mayor sociabilidad por el constante contacto a través de las redes sociales intercambiando información de todo tipo, cuando en realidad es un individuo aislado y falto de empatía con el resto de la sociedad, al estar sumido y atrapado por las redes sociales que acaparan toda su atención y tiempo.

El impacto que causa en la juventud puede tener connotaciones positivas, sin embargo, no debe olvidarse que detrás de esa atención a la red se esconden empresas que buscan la monetización, la fidelidad y la generación de necesidades. La juventud puede no ser consciente del impacto que pueden causar las redes sociales en su comportamiento diario, desde dirigir y encauzar tus hábitos hasta modificar tus opiniones con respecto a tus gustos o costumbres.

El componente relacional de las redes sociales resulta fundamental para los jóvenes. Estas relaciones pueden tener una triple vertiente: la búsqueda de crear y mantener relaciones afectivas y sexuales, el mantenimiento de redes de apoyo y la relativa al estatus.

Las *relaciones afectivas y sexuales*, consistentes en el uso de las redes sociales para comunicarse entre sí en busca de mantener unas relaciones de amistad o de carácter sexual. En la actualidad, *Instagram* se ha convertido en la red con mayor proyección para los adolescentes a la hora de ligar, mediante la utilización de las *stories* —publicaciones efímeras que desaparecen después de 24 horas—. Estas pueden ser fotos, vídeos, o texto que comparten en plataformas como *Instagram*, *Facebook*, y otras.

Son una forma rápida y sencilla de compartir momentos del día a día con amigos y seguidores. Es una herramienta popular en las redes sociales para compartir contenido de forma rápida y espontánea, con un enfoque en la actualidad y la interacción momentánea, y los *likes* —“like” o “me gusta” es una función incorporada en redes sociales y otras plataformas en línea que permite a los usuarios expresar su aprobación o interés por un contenido específico—, etc. Este mantenimiento o intercambio de contactos relacionales pueden incluso, generalmente en las mujeres, llegar a desembocar en un acoso, recibiendo contenido sexual no deseado.

El mantenimiento de las *redes de apoyo* —familiar, amigos, docente, etc.— Este tipo de relaciones suele resultar, por regla general, más distante e infrecuente ya que las personas adultas tienen un gran desconocimiento de sus dinámicas. La barrera generacional existente con motivo de la era digital resulta complicada de sortear por falta de los conocimientos necesarios por las personas adultas y por la falta de intercambio de comunicación entre ambas partes.

En cuanto a la *relación de estatus*, la idea de contar con un gran número de seguidores en las redes sociales se convierte en una señal de estatus, donde el seguimiento constituye un nivel superior con respecto a los demás usuarios o seguidores pudiendo convertirse en un temor el hecho de dejar de seguir o ser seguidos en las redes sociales.³⁰¹

6.6 EL RIESGO DEL USO ABUSIVO DE LAS REDES SOCIALES

La realidad de las redes sociales es que todo se idealiza en el campo virtual mostrando un panorama perfecto donde se hacen realidad todos sus sueños y anhelos. Sin embargo, la gente del mundo real, la física de nuestro entorno, cuenta con problemas diarios que tiene que ir sorteando a base de esfuerzo y dedicación para avanzar en su día a día. El uso del intercambio de imágenes, fotos o vídeos, pueden terminar con resultar un peligro porque pueden acabar en terceras personas fuera del círculo de confianza y finalizar en un chantaje o *ciberbullying*.



El anonimato de la red faculta al agresor a dar rienda suelta a sus inclinaciones degradadoras hacia los demás, menospreciando todo tipo de aspectos como su raza,

301 Op. cit., PÉREZ SUÁREZ, Jorge Ramiro, DÍAZ GALÁN, Julio, MUÑOZ ANGUITA, Mario, CORDERO VERDUGO, Raquel Rebeca y SILVA ESQUINAS, Antonio, Guía de buenas prácticas sobre el uso de las redes sociales, Universidad Europea, Grupo de Conocimiento-Investigación en Problemáticas Sociales, Edición: Unión de Asociaciones Familiares, Madrid, 2023, pp. 16 – 18.

color, físico, creencias personales, aficiones, orientación sexual, etc. En ocasiones, no existe una intencionalidad maliciosa, pero el hecho de subirlo a la red puede ocasionar que lo que era una apreciación sin relevancia como un comentario sin mayor profundidad termine por derivar en un objeto de burla y escarnio hacia la víctima que pueda producirle una baja autoestima sumiéndole en cualquier proceso depresivo. Las relaciones tradicionales donde las burlas, amenazas, o cualquier otro tipo de vejación, se producía de forma física y temporal, es decir, tenían lugar en el entorno donde te desenvolvías, colegio, deporte, barrio, etc., pero una vez que te salías de ese círculo, por ejemplo, volviendo a tu casa, el problema había desaparecido en ese momento. Sin embargo, la realidad virtual no desaparece sino que incluso puede extenderse sin tu presencia física.

El uso abusivo del *Tik Tok* puede producir el asumir discursos que resultan populistas o alarmistas sobre las realidades sociales, incluyendo bulos, especialmente si proceden de creadores que idolatran y que pueden suponer procesos de una radicalización. Esta tiene muchas manifestaciones asumiendo estereotipos relativos a identidades de género, la migración, desigualdad social o la pobreza.

Otro desencadenante es el distanciamiento familiar donde la brecha generacional se hace patente entre ambas generaciones.

Y, la pérdida de tiempo para la dedicación al estudio, o la distracción o abandono de otras actividades lúdicas de gran relevancia en el ocio tradicional.

La dedicación en exclusiva a las redes sociales comporta un fuerte impacto en la autoimagen o en el hostigamiento que producen algunos de los comentarios que provocan una desestabilización en la víctima, resultando más nocivas las conductas autolíticas.

El comportamiento de pertenencia en las redes sociales de un usuario comporta una serie de condicionantes autoimpuestos que, redundan en la exclusión del grupo, a personas que no cumplen con los cánones establecidos para ser integrantes de este círculo, lo que de algún modo hace que se pierda la verdadera autenticidad de la persona.

La búsqueda de la gloria de forma rápida y carente de valores, puede desembocar en todo tipo de problemas en la salud mental de los jóvenes, ávidos de esa inmediatez en los resultados, pero carente de contenido y llenos de un vacío difícil de rellenar. Este impacto puede provocar, como se viene informando, el tener unos resultados negativos que redunden en perjuicio de la autoimagen, sentimientos de exclusión en base a no poder alcanzar los objetivos marcados o expuestos, o un desencanto vital que sume a la persona en una desesperación y pérdida de autoestima que no pueda controlar.

Como todas las actividades, el recurso de las actividades de las redes sociales no se diferencia de otras en cuanto a su contenido y al tiempo de dedicación a las mismas. En definitiva, no se trata de actividades, buenas o malas, lo serán en el uso y la dependencia que se tenga de ellas. Como ejemplo, se podría citar que es bueno cuando nos encontramos en busca de un trabajo y comenzamos a enviar currículos a las empresas o sitios oficiales con la intención de poder entrar a pertenecer a dichas ocupaciones laborales. En cambio, si ha supuesto un estado de ansiedad o estrés en la persona remitente, al sentirse presionada o agobiada por las expectativas sociales que percibe, entonces, diríamos que no resulta tan buena.

Durante la adolescencia se da prioridad a ser aceptados y valorados en función de cómo queremos que se nos juzgue de acuerdo con los requisitos de pertenencia a ese grupo del que nos sentimos partícipes y del que no queremos ser excluidos. En función de este comportamiento estamos mandando un perfil que puede no ser el real de acuerdo con nuestra personalidad, resultando ficticia dicha imagen alejada de nuestros valores personales y críticos.

Con este comentario no se trata de demonizar las redes sociales sino que va en la dirección de que la pertenecía a un grupo o círculo virtual, carece de valores y de sentido, si no adecua con arreglo a los cánones de nuestra forma de ser y de pensar, es decir, de mantener un criterio valorativo de nuestra pertenencia.

Esta lucha interna que puede producirse en los jóvenes puede provocar estados de ansiedad, estrés y frustración si no logran alcanzar los objetivos que se planteen. Esta insatisfacción o el no poder alcanzar los sueños imaginados, no significa que desemboquen en comportamientos suicidas. Lo que sí provocan son metas inalcanzables y la aparición de la cultura de la perfección, carente de contenido, que afecta a la sociedad y, muy especialmente, a un colectivo como la juventud donde su futuro está por aparecer y desarrollar pero que busca su solución en la inmediatez y carente de esfuerzo en lograr sus metas aún por definir.

Es fundamental, para alejarse de esa realidad ficticia que la juventud comience a alejarse de los discursos estereotipados que les alejan de la realidad, cuando ni siquiera han comenzado a desarrollar un pensamiento crítico.³⁰²

302 Cfr., PÉREZ SUÁREZ, Jorge Ramiro, DÍAZ GALÁN, Julio, MUÑOZ ANGUITA, Mario, CORDERO VERDUGO, Raquel Rebeca y SILVA ESQUINAS, Antonio, Guía de buenas prácticas sobre el uso de las redes sociales, Universidad Europea, Grupo de Conocimiento-Investigación en Problemáticas Sociales, Edición: Unión de Asociaciones Familiares, Madrid, 2023, pp. 32 – 37.

6.7 LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE DIFUSIÓN

Las redes sociales han constituido un hito en materia de difusión masiva debido al impacto y alcance que ha tenido en la sociedad actual. Su comunicación interactiva y dinámica ha supuesto una expansión de las redes sociales alcanzando a todos los ámbitos de la sociedad.

La comunicación siempre ha estado constituida por los mismos elementos: emisor, mensaje y receptor, como esquema básico, aunque siempre existen elementos circundantes que han supuesto un análisis y estudio, tanto desde el ámbito de la semiótica como de las relaciones causa-efecto dentro del marco de las teorías del comportamiento humano, los canales de comunicación y las variables tecnológicas, entre otros factores.

En base a este razonamiento, uno de los elementos constitutivos característicos, en la actualidad, son los nuevos medios, canales y técnicas de comunicación. El proceso de la comunicación en la historia de la humanidad ha tenido distintas fases como medio de propagar la comunicación.

La aparición de la escritura —aproximadamente hace 5.500 años en Mesopotamia, alrededor de 3.500 a.C., aunque igualmente se considera que apareció de forma simultánea en Egipto, marcando la transición de la prehistoria a la historia y permitiendo la conservación y transmisión del conocimiento de manera más eficaz— facilitaron el establecimiento de las primeras relaciones de comunicación de los seres humanos.

Siguiendo un orden cronológico significativo en 1930, se produce otro cambio sustancial en el mundo de la comunicación la aparición del teletipo, que permitirá el intercambio de mensajes de manera remota. Surgiendo nuevos avances tecnológicos como el fax y el teléfono. Sin embargo, el cambio sustancial en el sistema de la comunicación y que tendrá lugar en la década de 1960, con la aparición del desarrollo de la “Red Internacional” o “International Network”, será la aparición de Internet. Un medio que va a permitir potenciar la simultaneidad e inmediatez de la información, pero con la característica principal, de “subir”, sistematizar y clasificar la información en un espacio virtual común.³⁰³

La terminología comienza a ser empleada de forma diferente al referirse a los medios de comunicación como medios de difusión, transformando el medio tradicional en un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Los medios de difusión

303 Cfr., HÜTT HERRERA, Harold, Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión, Reflexiones, volumen, 91, número 2, Universidad de Costa Rica, San José (Costa Rica), 2012, p. 122.

involucran tanto a los medios tradicionales como a los espacios virtuales, dentro de los que se encuentran las redes sociales y los mecanismos de interacción de los grupos de usuarios con la ayuda de la tecnología –blogs, wikis, etc.–. Una regla fundamental en este espacio virtual es que no existen reglas: no hay censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios.³⁰⁴

Desde la aparición de *SixDegrees.com* como la primera red social auténtica, aparecida en 1997, con la mayoría de las características que definen a este tipo de sitios en donde los miembros podían crear perfiles, establecer listas de contactos, y comunicarse a través del sistema de mensajería privada. Más tarde, aparecerían *Linkedin*, *Facebook*, *You Tube*, *Twitter*, *Tuenti*, *Twitch*, *WhatsApp*, *Instagram*, etc., convirtiéndose en una proliferación constante dentro de la red.

Este aumento de las redes sociales ha supuesto un cambio sustancial en la forma de entender la comunicación y que el paradigma de Lasswell haya necesitado de nuevos elementos a añadir como la inmediatez y el controlar o seguir una estrategia a través de las redes, para que las críticas a nuestros perfiles no se conviertan en algo que no podamos controlar, repercutiendo negativamente en el ámbito de la imagen y de la opinión pública.

La fórmula de Lasswell, consiste en un modelo de comunicación que se centra en cinco preguntas clave para analizar cualquier acto comunicativo: “¿Quién, dice qué, por qué canal, a quién y con qué efecto?”. Este modelo, propuesto por Harold Lasswell en 1948, se considera un modelo básico y descriptivo que ayuda a identificar los elementos esenciales de la comunicación, especialmente en el ámbito de la comunicación de masas.

Estos elementos del modelo son:

- ¿Quién? (Emisor/Fuente): se refiere a la persona o entidad que emite el mensaje.
- ¿Dice qué? (Mensaje): es el contenido o la información que se transmite.
- ¿Por qué canal? (Medio): se refiere al medio o canal a través del cual se transmite el mensaje (televisión, radio, Internet, etc.).
- ¿A quién? (Receptor): se refiere a la persona o grupo al que va dirigido el mensaje.
- ¿Con qué efecto?: (Efecto): se refiere al impacto o consecuencias que el mensaje tiene en el receptor.

304 *Ibidem.*, p. 123.

Aunque tiene la consideración de unidireccional su simplicidad y enfoque en los elementos básicos lo hacen útil para comprender los procesos comunicativos.³⁰⁵

La información tradicional de la prensa escrita, radio o televisión, por parte de los periodistas o reporteros desplazados a los espacios físicos donde se producían los acontecimientos a narrar, han quedado relegados por la inmediatez de la noticia a través de las redes sociales donde se produce el hecho narrado con toda serie de detalles sin la necesidad de desplazar a personal cualificado para dar cuenta de los hechos ocurridos.

Las relaciones sociales son inherentes al ser humano, por lo que la interacción entre este y su medio circundante es esencial. Los espacios de *chat*, resultan primordiales para grupos o círculos de acción, constituyéndose en oportunidades para interactuar de forma dinámica, segura y efectiva, donde intercambiar todo tipo de información o experiencias, o simplemente, como medio de expresión.

Internet ha supuesto un cambio en la sociedad y está contribuyendo a la transformación de las empresas en sus operaciones de ventas y servicios. Esto viene fundamentado por las nuevas generaciones de consumidores de identificación a la compañía y la marca por su presencia en la *web* (Celaya, 2008).

La *web* actúa en función de las expectativas crecientes y cambiantes de las personas, realizando una adaptación multipartita, tanto en la redacción como en la presentación de los productos y en la estructura de sus contenidos.

El uso de los recursos tradicionales, como han sido y continúan siendo, en menor medida en cuanto a su demanda, ha supuesto un giro radical en la forma de conseguir información de los acontecimientos diarios que nos interesa. Atrás queda la información clásica (periódicos, revistas, noticias de televisión, radio, etc.) para dejar paso a las redes sociales, donde se recogen todo tipo de información de forma instantánea y actualizándose constantemente. Además de permitir a los jóvenes la consulta de varias vías de comunicación de una forma simultánea (correo electrónico, los mensajes de texto –sms–, redes sociales elegidas, *blogs*, *wikis*, etc.) utilizando un lenguaje basado en abreviaturas o símbolos aceptados y difundidos por la generalidad de los adolescentes.

El uso de las redes sociales, *blogs*, *wikis*, etc., por parte de las sociedades corporativas está suponiendo una mayor productividad, mayor capacidad de

305 Cfr., CLIMENT SANCHÍS, Silvia, La comunicación y las redes sociales, Revista de investigación, Ciencias, editada por Área de Innovación y Desarrollo, S.L., 2012, p. 2.

comunicación de sus productos y que sus procesos de decisión resulten más ágiles y transparentes (Celaya, 2008).

Entre las herramientas utilizadas en el espacio virtual, además de las redes sociales, se encuentran los sitios o páginas *web*. El sitio *web* supone la “imagen virtual” de la empresa, por lo que la exposición y colocación de los contenidos y la adecuada diagramación de su interface, dependerá el éxito de esta herramienta. Para conseguir este resultado será fundamental que la información sea completa, el acceso a los menús de acceso sean fácilmente decodificables y las palabras de referencia sean fáciles de localización a través de los buscadores, incluyendo dentro de estas, el acceso a las redes sociales.

Estas plataformas posibilitan la segmentación del mercado, en función de los perfiles de los usuarios en base a su afinidad de intereses y criterios, permitiendo analizar el comportamiento del usuario, basándose en variables como las compras en línea o la emisión de comentarios específicos. También resultan muy eficientes como servicios de “atención al cliente”, debido a la facilidad de lograr una interacción anacrónica o sincrónica.³⁰⁶

La sociedad actual ya está arraigada en la era global. Las redes sociales no solo afectan a los usuarios que utilizan la red como sistema de comunicación e información, sino que indirectamente tienen repercusión sobre los que configuran, integran y desintegran, la estructura social, la vida pública o privada, de toda la sociedad.

La tecnología de las redes por su capacidad y velocidad de conexión propició la globalización permitiendo la comunicación en tiempo real y en un espacio virtual. Mientras la *web* 1.0, solo eran meros receptores de servicios, con la aparición de la *web* 2.0, comienzan a producir contenidos, participando en el valor del intercambio y colaboran en el desarrollo de la tecnología.

La incorporación de estas nuevas tecnologías exige un replanteamiento conceptual de los términos con los que las teorías de la comunicación analizaban los hechos comunicacionales cuando el objeto de estudio resultaban ser los medios de comunicación de masas.

Surgen planteamientos con respecto a la comunicación, con lo que debe entenderse y diferenciarse entre comunicación interpersonal y comunicación social. La primera, basada en la definición clásica, consiste en aquella en la que emisores y

306 Op. cit., HÜTT HERRERA, Harold, Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión, Reflexiones, volumen, 91, número 2, Universidad de Costa Rica, San José (Costa Rica), 2012, pp. 125 y 126.

receptores son los sujetos de una comunicación caracterizada por su interactividad. Mientras, la comunicación social, es la conocida como comunicación de masas y se caracteriza por ser, principalmente, unidireccional.

La posibilidad de la interconexión a la banda ancha en tiempo real, denominados por algunos usuarios como un “no lugar”, crea la convicción de una mejor comunicación interpersonal, de la existencia de un espacio donde todos tienen voz y, sobre todo, la sensación de que cuanto mayor sean los vínculos comunicativos mejor será la información de la que disponga.

Es cierto, que la tecnología digital facilita la comunicación interpersonal, pero para que este condicionante sea real, no es menos cierto, que requiere de una serie de condiciones sociales, económicas, culturales, etc., de los involucrados debiendo poseer rasgos comunes.³⁰⁷

Una de las controversias existentes y punto de partida de la investigación en este área, es la que opone la “ideología técnica” de la comunicación a la ética de la comunicación. “La ideología técnica es la que identifica información y comunicación. Es creer que la información crea comunicación. Es creer que la banda ancha, como permite transmitir más informaciones, es un factor de comunicación suplementario” (Wolton, D., 2006). Es suponer que la velocidad de la información implica igual velocidad en la comunicación, es decir, igual velocidad en la comprensión del contenido del mensaje.

Toda esta realidad tecnológica producida entre los medios de comunicación de masas y las redes sociales en Internet ha puesto en cuestión la teoría de la comunicación. La comunicación debe entenderse como una práctica y no como una técnica que precisa de un tiempo de adaptación al funcionamiento de las nuevas técnicas.³⁰⁸

6.8 EL USO DE LAS REDES SOCIALES: PRIVACIDAD Y SEGURIDAD

En las redes sociales tiene cabida todo tipo de información en donde se exponen los datos personales y donde se manifiesta de forma pública los rasgos o costumbres pertenecientes a la persona que entra en el espacio virtual volcando sus vivencias, aficiones, experiencias, etc., lo que genera una numerosa información que

307 TORRE, Lidia de la, Las redes sociales: conceptos y teorías, UCA, Pontificia Universidad Católica Argentina, Biblioteca digital de la Universidad Católica Argentina, Consonancias Año, 11, Número 39, 2012. Disponible en: Las redes-sociales conceptos y teorías.pdf, pp. 7 y 8.

308 Ibídem., pp. 9 y 10.

pasa a tener un carácter público conllevando un riesgo para la intimidad, privacidad y seguridad del usuario.

Según INTECO (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, sobre el *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*, 2009, citado en JIMÉNEZ MESA, José, *Riesgos de las redes sociales informáticas. Internet social Network Risks*, Universidad de Málaga, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática, Grado en Ingeniería de Computadores, Departamento Lenguajes y Ciencias de la Computación, Málaga, 2014. Consulta realizada el 2 de junio de 2014), entre las situaciones consideradas de mayor riesgo para los usuarios se podrían citar las siguientes:

La falta de conciencia por parte de los usuarios en relación con sus datos personales al ser expuestos en las redes sociales, sigue siendo una falta de precaución que no está asimilada por parte de los usuarios que no toman las precauciones debidas al dar datos confidenciales que luego pueden ser utilizados por terceras personas con intenciones maliciosas.

Datos que pueden resultar tergiversados y utilizados siendo publicados en la red sin la autorización o conocimiento del usuario, lo que conlleva un riesgo para su persona.

El acto de exponer la información en el espacio virtual convierte la información en pública quedando alojada en la plataforma, en donde aparecen agresores que hacen uso de la misma para provecho propio.³⁰⁹

Es fundamental una toma de conciencia por parte del usuario de la información que se sube a la red creyendo que esta puede tener un tiempo limitado en la plataforma y que su uso puede resultar difícil de obtener y manipular.

La realidad nos dice que la información transmitida y publicada en el espacio virtual va a estar en la plataforma de forma ilimitada y que su visión va a estar al alcance de millones de usuarios. Por tanto, cuanto antes se tomen las medidas necesarias de seguridad con respecto a nuestros datos personales y confidenciales, menor riesgo sufrirán estos de ser utilizados por los atacantes de la red.

309 Cfr., JIMÉNEZ MESA, José, *Riesgos de las redes sociales informáticas. Internet social Network Risks*, Universidad de Málaga, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática, Grado en Ingeniería de Computadores, Departamento Lenguajes y Ciencias de la Computación, Málaga, 2014, p. 33.

Los usuarios han de ser conscientes de los ajustes de privacidad, controlando la información compartida y proteger su identidad en línea. Es fundamental, la utilización de contraseñas seguras evitando el acceso a enlaces sospechosos y estar en constante alerta ante posibles ataques cibernéticos.

Las plataformas de redes sociales han abordado, igualmente, medidas de seguridad para garantizar la privacidad de los usuarios. Entre las medidas adoptadas pueden citarse:

- **Configuraciones de privacidad.** Las plataformas ofrecen configuraciones de privacidad donde los usuarios pueden observar la visibilidad de su perfil, información personal y sus publicaciones.
- **Verificación en dos pasos.** Las plataformas han implementado la opción de verificación en dos pasos, es decir, agrega una capa adicional de seguridad al requerir un código adicional o una confirmación en el inicio de la sesión.
- **Permisos de aplicaciones.** Permiten a los usuarios revisar y gestionar los permisos concedidos a las aplicaciones de terceros.
- **Políticas de privacidad y términos de servicios.** Las plataformas han mejorado la transparencia facilitando políticas de privacidad claras y términos de servicio detallados. Informando al usuario de cómo son utilizados sus datos.
- **Educación y concienciación.** Se han realizado campañas de información para ayudar a los usuarios para proteger su información personal en línea.
- **Reporte y eliminación de contenido inapropiado.** Las plataformas establecen mecanismos para que los usuarios informen de contenido inapropiado como acoso, odio o violaciones de privacidad, adoptando medidas para la eliminación de contenido ofensivo.
- **Privacidad infantil.** Las redes sociales han implementado restricciones de edad y funciones de seguridad específicas para la protección de los menores.³¹⁰

310 Cfr., GIMÉNEZ, Santiago, Redes sociales, estado actual y tendencias 2023, OBS Business School, Universitat de Barcelona, 2023, p. 33.

6.9 TENDENCIAS EN LAS REDES SOCIALES

La constante evolución de las plataformas de redes sociales trata de adaptarse a la demanda cambiante de los usuarios manteniendo un entorno digital en constante desarrollo.

Entre sus tendencias y los cambios recientes en las plataformas de redes sociales se encuentran:

- *Contenido efímero*: las historias efímeras, popularizadas por *Snapchat*, e implementadas posteriormente en *Instagram*, *Facebook* y *WhatsApp*, han cogido popularidad, por su autenticidad y sentido de urgencia.
- *Enfoque en el vídeo*: el vídeo constituye una forma dominante de contenido en las redes sociales. Plataformas como *TikTok* y *YouTube* han revolucionado la comunicación con la creación de contenidos de vídeo.
- *E-commerce integrado*: ampliación de sus funciones de comercio electrónico permitiendo a los usuarios la compra directa desde la plataforma.
- *Mayor énfasis en la privacidad y seguridad*: las plataformas de redes sociales han adoptado medidas para mejorar la protección de privacidad de los usuarios. Controlando el acceso a la información personal y restringir la recopilación de datos.
- *Aumento de la realidad aumentada (AR)*: la integración de filtros AR —son efectos digitales que se superponen a la imagen capturada por la cámara del dispositivo móvil, generalmente, en aplicaciones como *Instagram*, *Facebook* y *Snapchat*. Estos filtros, también conocidos como *filtros de realidad aumentada*, permiten a los usuarios interactuar con elementos virtuales en tiempo real, como superponer animaciones, efectos visuales, o incluso transformar su rostro— permitirá a los usuarios la creación de un contenido más atractivo y envolvente.

Los filtros AR constituyen una forma de realidad aumentada que se aplica a la imagen de la cámara del dispositivo móvil. Utilizando tecnología de reconocimiento facial y otros tipos de reconocimiento para superponer elementos virtuales a la imagen real. Entre sus usos más comunes se pueden destacar:

- *Entretenimiento y redes sociales*: creando contenido divertido e interactivo para las historias y publicaciones.

- *Marketing y publicidad*: las marcas utilizan filtros AR para campañas publicitarias interactivas, permitiendo a los usuarios probar productos virtualmente, experimentar con diferentes estilos o participar en juegos y concursos.
- *Educación y aprendizaje*: también pueden utilizarse como herramienta educativa, permitiendo la visualización de conceptos complejos de manera más clara y atractiva.
- *Pruebas virtuales*: en el comercio minorista pueden permitir a los usuarios probarse ropa o accesorios virtualmente antes de comprar.

En resumen, los filtros AR son una herramienta poderosa para crear experiencias interactivas y atractivas en redes sociales y otras plataformas, ofreciendo una amplia gama de posibilidades creativas y aplicaciones prácticas.

6.9.1 Mayor personalización y algoritmos inteligentes

Las plataformas han adoptado algoritmos inteligentes con la finalidad de mostrar un contenido personalizado y relevante para el usuario. Los algoritmos inteligentes son conjuntos de reglas y procedimientos diseñados para que las máquinas puedan aprender, tomar decisiones y resolver problemas de manera autónoma. Estos procesan grandes cantidades de datos para identificar patrones, hacer predicciones y realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana. Los tipos de algoritmos pueden ser:

- **Algoritmos computacionales**: son aquellos que se ejecutan en una computadora o dispositivo electrónico para resolver problemas matemáticos, lógicos o de procesamiento de datos.
- **Algoritmos no computacionales**: aquellos que no requieren de una máquina para ser resueltos, como seguir una receta de cocina o instrucciones para armar un mueble.
- **Algoritmos cualitativos**: se basan en secuencias lógicas y no involucran cálculos numéricos para su resolución.
- **Algoritmos cuantitativos**: se basan en cálculos matemáticos y operaciones numéricas para obtener una solución.

Existen otro tipo de clasificaciones, según su “estructura” pueden ser: secuenciales, condicionales, iterativos (bucles) y recursivos. Los *secuenciales* ejecutan los pasos en orden, uno tras otro. Los *condicionales* ejecutan ciertas acciones

dependiendo de una condición. Los *iterativos* (bucles) repiten un conjunto de pasos hasta que se cumple una condición. Y, los *recursivos*, se denominan así mismos para resolver subproblemas.

Según su “propósito” están los *De búsqueda* que encuentran un elemento específico dentro de un conjunto de datos. *De ordenamiento* reorganizan los elementos de un conjunto de datos en un orden específico. *De grafos* trabajan con estructuras de datos tipo grafo para representar relaciones entre elementos. *De aprendizaje automático* permiten a las máquinas aprender de los datos y mejorar su rendimiento con el tiempo.

Entre algunos ejemplos de algoritmos encontramos los de *Búsqueda lineal* que consiste en la búsqueda que revisa cada elemento de una lista hasta encontrar el deseado. *Búsqueda binaria* funciona dividiendo repetidamente un conjunto de datos ordenado a la mitad. *Quicksort* y *mergesort* son algoritmos de ordenamiento eficientes que utilizan la estrategia de “divide y vencerás”. *De clasificación* se utilizan para clasificar datos en diferentes categorías, por ejemplo, clasificar correos electrónicos como *spam* o no *spam*. *De regresión* utilizada para predecir valores numéricos basados en datos históricos, por ejemplo, predecir el precio de una casa. *De clustering* agrupan datos similares de clústeres, por ejemplo, agrupar clientes con patrones de compras similares.

6.9.2 Inteligencia Artificial (IA) y chatbots

La aparición de la IA va a suponer una mayor interacción con los usuarios. Los *chatbots* impulsados por la IA ofrecerán respuestas rápidas y personalizadas. La IA supone un campo de la informática que se ocupa de crear sistemas que pueden realizar tareas que normalmente requieren de la inteligencia humana, como aprender, razonar, resolver problemas y la toma de decisiones.

La IA abarca diversas técnicas y tecnologías, como el aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural y la visión por computador. Y los *chatbots*, es un programa informático diseñado para simular una conversación con usuarios humanos, ya sea a través de texto o voz. Se utiliza en diversas aplicaciones, como atención al cliente, asistencia virtual o entretenimiento.

Existen diversos tipos de *chatbots*:

- *Chatbots de texto*: interactúan con los usuarios a través de mensajes de texto.
- *Chatbots de voz*: interactúan con los usuarios a través de comandos de voz.

- *Chatbots de atención al cliente*: ayudan con los usuarios con preguntas, problemas y soporte técnico.
- *Chatbots de ventas*: guían a los usuarios a través del proceso de compra y proporcionan información sobre productos y servicios.
- *Chatbots de marketing*: recopilan información sobre los usuarios y promueven productos y servicios.
- *Chatbots de entretenimiento*: ofrecen juegos, información y otras formas de entretenimiento. En definitiva, estos constituyen una herramienta versátil que puede mejorar la eficiencia, reducir costos, y mejorar la experiencia del cliente en diversas industrias y aplicaciones.

6.9.3 Realidad Virtual (RV) y redes sociales inmersivas

La realidad virtual está cada vez más integrada en las redes sociales, permitiendo a los usuarios sumergirse en entornos virtuales compartidos y experimentar nuevas formas de comunicación.

6.9.4 Mayor enfoque en la autenticidad y la transparencia

La audiencia busca conexiones auténticas lo que ha provocado un mayor enfoque en la construcción de relaciones significativas y en la transparencia en las prácticas de marketing.

6.9.5 Contenido generado por los usuarios

Las plataformas fomentarán la generación de contenido por parte de los usuarios, promoviendo el intercambio de experiencias personales.

6.9.6 Redes sociales de nicho

Junto a las plataformas de redes sociales más grandes, se esperan realizar unas más especializadas y centradas en comunidades específicas.³¹¹

311 Cfr., pp. 16 y 17.

6.10 EL AUGE DE LA UTILIZACIÓN Y EXPANSIÓN DEL TIKTOK

El *TikTok* constituye una red social que se utiliza para compartir vídeos cortos y en formato vertical y que ha experimentado un rápido ascenso convirtiéndose en una de las redes sociales más populares entre la juventud. La plataforma se utiliza para realizar una variedad de vídeos de formato corto y vertical, con gran variedad de géneros, teniendo una duración entre un segundo y diez minutos. Los vídeos cortos no tienen un plazo determinado de reproducción, por lo que una vez que finalizan vuelven a comenzar otra vez en un bucle infinito.

La aplicación móvil de *TikTok* permite a los usuarios la creación de una historia de ellos mismos, creando su propio sonido además de instalar música de fondo. Los usuarios también pueden optar por agregar favoritos o seleccionar “no me interesa” en los vídeos de su página.

TikTok combina el contenido disfrutado por el usuario proporcionando vídeos que también disfrutarían. La aplicación permite a los usuarios configurar sus cuentas como “privadas”, y al descargar la aplicación por primera vez, la cuenta del usuario se convierte en pública de forma predeterminada.

El contenido privado permanece visible para *TikTok*, pero está bloqueado para los usuarios de *TikTok* que el titular de la cuenta no ha autorizado a ver su contenido.

También pueden enviar a sus contactos vídeos, *emojis* y mensajes con mensajería directa.

El *TikTok* presenta como grandes ventajas su gran alcance, facilidad de uso, la creatividad y el descubrimiento de contenido y el conectar con nuevas audiencias. Sin embargo, también tienen una serie de desventajas como el riesgo a la adicción, la exposición a contenido inapropiado, falta de privacidad y la dedicación empleada por el usuario, lo que redundará en un abandono de actividades importantes como el estudio, trabajo o las relaciones personales.

En definitiva, el *TikTok* representa una plataforma versátil con numerosas ventajas en su manejo, pero es importante ser conscientes de que un uso excesivo puede acarrear grandes desventajas de todo tipo desde la falta de sueño, el abandono de las tareas educativas, la interacción con el resto de amigos o compañeros y, lo más preocupante, que se convierta en adictiva.

6.11 LAS REDES SOCIALES EN LA ACTUALIDAD Y SU IMPACTO SOCIOCULTURAL: BENEFICIOS Y PERJUICIOS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES

La conexión social se ha convertido en un factor importante en relación con el bienestar social. Las redes sociales se han convertido en una herramienta de análisis de los individuos y de sus relaciones sociales.

La conectividad de las redes sociales ha desarrollado las relaciones parasociales. La relación parasocial supone la relación entre una persona y otra mediática, a través de la televisión, radio o las redes sociales.

La necesidad de la interacción del ser humano y la inclinación con el resto de congéneres, propicia la aparición de estas nuevas relaciones basadas en la irrupción de las nuevas tecnologías. La aparición de numerosas aplicaciones como *YouTube*, *TikTok*, *Twitch*, entre otras, están convirtiendo estas relaciones en cotidianas dentro del panorama de comunicación de las personas, surgiendo nuevas modalidades de información y comunicación como los *influencers*.

Un elemento que beneficia a los usuarios de las redes sociales es el capital social. Este consiste en que un usuario puede estar perteneciendo a varios grupos sin la necesidad de estar relacionados entre sí. El capital social puede ser real o virtual, en función de los ámbitos en los que la persona se mueva.

El capital social está en función de las inclinaciones que se producen entre los usuarios al intercambiar entre ellos, todo tipo de información, relaciones personales o la posibilidad de organizar actividades en grupo. Esta interacción proporciona al individuo un beneficio personal al sentirse participe de un grupo y donde su participación le proporciona un bienestar emocional y psicológico en su autoestima.

Las redes sociales constituyen una herramienta fundamental para la publicidad. Las redes sociales han ido desplazando a un segundo plano a los medios de comunicación tradicionales al resultar más rápidas e inmediatas en su información.³¹²

312 Cfr., REGUEIRO MARTÍN-ALBO, Carmen, PUYAL GONZÁLEZ, Sandra, SÁNCHEZ RODRIGUEZ, Julia y EXPÓSITO DURÁN, Elena, Redes sociales en la actualidad. Contexto e impacto sociocultural, Interpsiquis 2022, XXIII Congreso Virtual Internacional de Psiquiatría, Psicología y Salud Mental, del 23 de mayo al 3 de junio de 2022, pp. 8 y 9.

6.12 REDES SOCIALES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Los constantes avances tecnológicos y de la informática resultan casi imposibles de predecir cuál será su progreso, y sus múltiples aplicaciones, para las redes sociales en el futuro. Durante estas décadas se ha podido comprobar la influencia que el espacio virtual a través de las redes sociales ha supuesto una invasión en los hábitos y costumbres de la sociedad, tanto en el aspecto personal, educativo, cultural, laboral, social, etc., y de las relaciones interpersonales entre sus individuos.

La sociedad está en constante movimiento y sus recursos se van adaptando a las necesidades que se plantean diariamente. La aparición de las redes sociales ha supuesto el derribo de unas barreras geográficas y temporales en la que la sociedad tradicional se movía amparada en décadas de instauración y desarrollo.

La aparición de las redes sociales ha supuesto un cambio sustancial en el desempeño de la información, comunicación y la predisposición a su uso como fórmula para el desarrollo de la sociedad en ámbitos tan dispares como los políticos, sociológicos o medioambientales, entre otros.

Sin embargo, los avances registrados en todos estos ámbitos, tendrán igualmente una serie de condicionantes negativos como es la falta de privacidad y seguridad en temas concernientes a sus datos personales al resultar más expuestos al robo de identidad y el acoso en línea.

El desarrollo de la realidad virtual abrirá nuevas oportunidades para la interacción social. La aparición de la IA va a suponer un salto exponencial en el desarrollo de las nuevas tecnologías en un campo incipiente con un reto de futuro difícil de cuantificar, en cuanto, a los recursos a aportar y, el riesgo de no saber sus limitaciones.

En resumen, la Inteligencia Artificial es una herramienta poderosa con un gran potencial para transformar muchos aspectos de nuestras vidas. Su desarrollo y aplicación requerirán un enfoque cuidadoso y responsable para poder garantizar que sea utilizado en beneficio de la sociedad.