

Las Redes Sociales, peligro e impacto en la Sociedad del Conocimiento.

Pág. 1 - 24

Gladys Correa*

*Universidad de Panamá

Instituto
Centroamericano
de Administración
y Supervisión
de la Educación-
ICASE

Unidad de
Administración

gladysc53@gmail.com

Fecha de
Entrega:
febrero de 2016.

Fecha de
Aceptación:
abril de 2016.

Resumen

Este escrito tiene como objetivo indagar sobre las diferentes redes sociales, su posición y donde han sido utilizadas con mayor asertividad, así como brindar algunas recomendaciones sobre cómo pueden ser utilizadas en el mundo académico. El artículo se fundamenta en una revisión bibliográfica y el análisis exegetico de la información encontrada. Se detectó que estas redes son utilizadas en mayor proporción en el mundo empresarial para realizar transacciones de negocios; para la comunicación social e informar en tiempos reales sucesos y situaciones que se producen en cualquier lugar de la geografía mundial. En el plano educativo, si bien se están utilizando, no han sido exploradas aún en todo su potencial.

Palabras clave:

Redes Sociales, comunicación, WEB 3.0, impacto, era digital.

Abstract

This paper aims to research different social networks, their ranking and where they have been used with greater assertiveness; as well as to provide some recommendations on how they can be used in the academic field. The article is based on a literature review and an exegetical analysis of the information found. It was discovered that these networks are used in greater percentage in the business world for transacting business; in social communication for reporting in real time events and situations that occur anywhere around the world. On the educational level, although they are in use, the same have not still been explored fully.

Keywords:

Social Networks, communication, Web 3.0, impact, digital era.

Introducción

El tema abordado en este estudio tiene como propósito fundamental revisar y analizar la información encontrada sobre redes sociales y ensayar la posibilidad de encauzarla al plano educativo. Para ello se requiere analizar las diversas formas en las que se presentan las diferentes redes sociales, el sitio de ubicación y a qué se ha dedicado con mayor asertividad esa red social para hacer el mejor uso de ellas.

El artículo está estructurado de forma tal que plantea, en primera instancia, una definición sobre redes sociales, luego un recorrido por la evolución y surgimiento de ellas, así como el ranking en que se encuentran ubicadas y posteriormente un análisis de las redes sociales más relevantes, su dedicación y cómo pueden incorporarse a las acciones académicas.

El siglo XX, ha sido el desafío de los grandes descubrimientos ya que hemos comprobado la invasión de la realidad tecnológica. Todo lo relacionado con el hombre se desarrolla a partir de la era digital desde una simple TV hasta un carguero Post Panamá que utiliza las redes sociales como medio de comunicación para informar en que sitio está y cuál es su posición actual.

Mirar hacia el ámbito académico donde la tiza y el pizarrón era el día a día, ahora se puede señalar que es una novedad encontrar una tiza y qué decir de maestros y profesores que utilizan estas herramientas para hacer de la clase una comunicación animada. Es importante resaltar que aunque se vive en la era del conocimiento, donde la información fluye a través de las TIC, todavía en nuestro terruño, se encuentran escuelas ranchos donde la energía eléctrica no ha llegado, el acceso al agua potable es impensable y de hecho hablar del uso de las redes sociales en el ámbito académico es un sueño.

Los cambios en todos los ámbitos son una exigencia ya que la humanidad durante el presente siglo se ha triplicado. Por ello, un porcentaje elevado de las acciones educativas buscan interactuar a través del ciberespacio y cada día los grandes emporios pagan millones y millones para controlar la industria de la tecnología con la finalidad de hacer más fácil el quehacer de la humanidad realizando grandes logros como la biotecnología, la genética y sus aplicaciones en medicina. Por otro lado, en el ámbito de la tecnología, la WWW, el sistema de documentos de hipertexto al que se tiene acceso a través de Internet, también ha evolucionado con el apoyo de

las plataformas de hardware móvil, como celulares, tabletas y portátiles que han activado este nuevo “invento “o logro de la humanidad en la constante búsqueda de nuevas maneras de saciar su infinita curiosidad.

La capacidad del hombre para lograr más y más no se ha dimensionado, los avances tecnológicos han traído grandes beneficios. Hoy la mayoría de los panameños tienen acceso casi a la totalidad de los bienes y servicios tecnológicos que otrora fuera solamente para los ricos ya que se consideraban un lujo. Pero estos avances, también se han convertido en un apoyo, desde la tecnología agrícola vista y vivida en Israel en los años del nuevo siglo que evidencian como el hombre con su ingenio hizo que la tierra diera frutos en zonas desérticas.

Sin embargo, esto ha impuesto nuevos retos, y las redes sociales han sido los nexos para comunicar todos los hallazgos relacionados con las nuevas vacunas para las distintas enfermedades e invitar a la investigación para dar con el control total de las nuevas bacterias que van apareciendo.

La originalidad del hombre está supeditada por las políticas de los estados quienes determinan desde el enfoque de las fuerzas sociales, políticas y económicas, hacia donde se debe poner atención. Las innovaciones tecnológicas dependen de muchos factores internos y externos. Los primeros tal como lo señala Hidalgo, Vizán y Torres (2008).

Son el resultado de actuaciones de la propia empresa y dependen de la capacidad de la dirección para consolidar las dimensiones de calidad y productividad (corto plazo), así como la posibilidad de crear, a menor coste, tecnologías, competencias y aptitudes esenciales que generen productos o servicios innovadores (largo plazo). Los factores externos... se asocian al sector de actividad al que pertenece la empresa, al contexto institucional que la rodea y a las características de la política económica que le afecta. (p.5)

Sin embargo, la Web 2.0 que dio paso al desarrollo de las redes sociales, se ha enfocado al usuario cuyas aplicaciones que generan colaboración, reemplazan las aplicaciones de escritorio.

Esto ha creado un cambio de paradigma sobre la concepción del Internet y su funcionalidad orientando hacia la interacción lo que ha permitido que las grandes corporaciones hagan uso de estas redes para promocionar sus productos y tener un acercamiento más fino con los posibles consumidores Juanrranz (2016).

De igual forma, se puede incursionar y compartir información de interés que permita comunicar, recibir y crear conocimiento como es el caso de la neurociencia en los Estados Unidos, cuyos estudios se originaron en los años 90, a la que se denominó la década del cerebro que precede a la década del comportamiento planteado en su momento por Martín-Rodríguez y Otros (2004). Ahora, a través de las redes sociales se comparte el logro (o la frustración) del espectro político. En este sentido, se puede hablar que las redes sociales han desplazado a los otros medios de comunicación restándole espacio a los medios tradicionales.

Pero el éxito trae riesgos que a menudo menoscaban la imagen ganada. La vulnerabilidad ha sido uno de los puntos más débiles de estos sitios, toda vez que se han visto atacados en múltiples ocasiones por aplicaciones maliciosas y hackers.

Los usuarios esperan que la confidencialidad y privacidad de sus datos personales sean garantizadas plenamente.

Mejorar los niveles de seguridad es uno de los principales retos de las redes sociales, así como la rapidez con la que se produce la información, lo cual constituye uno de los mayores logros. Por ejemplo, a través de las redes sociales se quiso indagar cuando surgió la neurociencia, en segundos surgieron multiplicidad de respuestas lo que permite confirmar que el conocimiento académico puede ser compartido si un buen profesor sabe hacer uso de las redes sociales.

Desde este punto de vista, se puede señalar que gracias a los avances tecnológicos y más allá de los espacios académicos, las redes sociales constituyen un gran potencial para la divulgación del conocimiento y la interacción humana, donde el conocimiento puede ser compartido, lo que implica: ...nuevos roles para profesores y alumnos orientados al trabajo autónomo y colaborativo, crítico y creativo, la expresión personal, investigar y compartir recursos, crear conocimientos y aprender... y es que cuando la WEB inició, nos encontrábamos en un entorno

estático, con páginas en HTML, que sufrían pocas actualizaciones y no tenían interacción con el usuario. (Juanrranz, 2016, p.3b).

Las redes Sociales

Cuando se aborda el tema de las redes sociales se piensa en aplicaciones de la tecnología. El hombre desde sus inicios utilizó para comunicarse una serie de elementos considerados como procesos tecnológicos apropiados, de hecho, se puede decir que la tecnología ha sido una fuerza de toda civilización. Con ella, se han desarrollado todos los aspectos del lenguaje, la industria, las artes, la investigación, el trabajo, la comercialización en el mundo agitado que vivimos.

Discutir sobre la tecnología es pensar en posibilidades que permiten cambiar el mundo, o por lo menos las formas de hacer las cosas. La tecnología intenta esa transformación a fin de encontrar la mejor adaptación a las necesidades. Estos cambios van desde la supervivencia donde el hambre y el peligro son una situación latente en los países emergentes. De igual forma, se puede hablar que estos cambios y estas necesidades van ligadas al desarrollo del conocimiento. Querer cambiar el mundo es algo complicado si se piensa en beneficios y riesgos que afectan a diferentes grupos sociales en distintos momentos y situaciones. Por ello, al momento de crear una nueva tecnología, es de suma importancia pensar en los múltiples efectos que ésta pueda tener a fin de prever todas sus potencialidades.

En ese sentido, las redes sociales, en tanto que nuevas tecnologías, han cobrado vigencia. No obstante, se debe mirar su génesis y considerar que desde los años 90, Tim Berners-Lee, inventor de la World Wide Web, procuró mejorar el trabajo con sus colegas investigadores. Estos procesos iniciales de la Web se caracterizaban por páginas Web personales cuyos contenidos no eran dinámicos sino estáticos y se utilizaba el lenguaje HTML.

Por ello, hay evidencias de que el lenguaje utilizado en sus inicios pertenecía absolutamente a los dueños que tenían el control total de los contenidos que programaban y los usuarios solo eran observadores. Con el correr del tiempo, se habló de un tiempo figurado, considerando que

en tecnología hay avances en cuestión de minutos por el ingenio del hombre, se logra desarrollar nuevos lenguajes como PHP, Javas Scrip, Java, XML, Ajax entre otros.

Siendo estas ideas iniciales la génesis de las redes sociales, (los blogs, los wikis entre otros), considerados como Web 2.0, término acuñado por Tim O ‘Reilly en el año 2004 ha permitido la accesibilidad y participación en las redes, lo que hace que el usuario vaya aportando nuevos contenidos y que pueda incorporar audio, video, imágenes, publicación de libros, procesamiento de información, administración de recursos que van formando parte de la estructura interactiva y dependencia de la red.

¿Qué son las redes sociales en Internet?

Las redes sociales constituyen una estructura que tiene un determinado patrón.

Para el caso que nos ocupa, las redes sociales se podrían definir como estructuras donde las personas mantienen relaciones de todo tipo: académicas (comunidades virtuales de aprendizaje todavía en evolución), amistosas y laborales como expresa Molina (2001), citado por Martínez y Furch (2014).

Retomando dicha definición y observando lo que ocurre a nuestro alrededor bajo la perspectiva de los estudiosos del tema, se puede señalar que este concepto evolucionó y las redes sociales pueden ser páginas donde las personas se anotan para contactarse con personas que tienen alguna afinidad donde se comparten gustos, aficiones, estudios, profesiones, muy en boga ahora dentro del nivel cuaternario de algunas instituciones de alto prestigio.

Por otro lado, Royero (2007) citado por Sánchez M. (2011) define las redes sociales como “el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado “(p.1). Además señala que dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global.

Esto llevó a buscar cuál fue la primera red social que surgió y en esa indagación se encontró con la historia de las redes sociales desde 1997 hasta hoy cuyas ideas focales se plantean en la siguiente tabla.

**Tabla N°1:
Historia de las Redes Sociales**

		Ideas Focales
Año	Red Social	
1997	Sixdegrees	El primer servicio que permitía crear un perfil en la web, agrupar a los contactos directos e intercambiar mensajes con ellos.
1999	LiveJournal.com	Fue uno de los primeros servicios de redes sociales en ofrecer blogs y diarios en línea.
2001	Rycc.com	Nació con ella la primera red social especializada. En la actualidad, agrupa a, por lo menos, 500 mil profesionales.
2002	Friendster	La primera en tener un sistema inteligente capaz de relacionar a los usuarios de la red según sus gustos.
2002	Fotolog	Primera red social encaminada a intercambiar fotografías.
2002	Last FM	Con el objetivo de ser una emisora en línea, pero con el tiempo se convirtió en una red social movida por el interés en la música.
2003	LinkedIn	Red social cuyo fin era, y es, el de propiciar las relaciones empresariales.
	MySpace	La red más grande en aquel momento, que agrupó a más de 250 millones de usuarios.
	MSN Spaces	Llamado hoy día "Windows Liv Spaces", con 100 millones de visitantes únicos al mes.
	Hi5	Tiene 50 millones de cuentas activas.
2004	Flickr	Red social que funciona a través del servicio de compartir fotografías.
	Orkut	Red social de Google con gran popularidad en Brasil y La India.
	Facebook	La sensación del momento. Actualmente cuenta con más de 1.150 millones de usuarios activos al mes. De éstos, 819 millones de usuarios acceden a la plataforma a través de su móvil. 699 millones de los usuarios activos inician sesión todos los días. Según Facebook, en septiembre de 2013 contaba con 18 millones de usuarios activos, en España.

Continúa Tabla N°1:
Historia de las Redes Sociales

Año	Red Social	Ideas Focales
2005	Youtube	En febrero de 2005, se fundó por tres antiguos empleados de PayPal, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, comenzaron con un servicio de alojamiento de videos. En 2006 es adquirido por Google Inc. y la revista Time lo reconoce como invento del año.
	Yahoo 360	La red social de esta empresa que cuenta con servicio de correo, calendario, fotos, eventos, blog y música.
	Bebo	Red muy básica cuyo fin es el de contactar con amigos e intercambiar multimedia.
2006	Twitter	Aumentó su popularidad durante la conferencia del SxSW (South by Southwest) en 2007, en la que los tweeteros se triplicaron de 20k a 60k mensuales. Aumentó su celebridad gracias a un seguimiento por parte de muchos usuarios famosos como Ashton Kutcher o Demi Moore entre otros.
2007	Foursquare	Se fundamenta en el campo de la geolocalización con el fin de añadir lugares mediante un "check-in" por cada lugar en el que te encuentres. Ha alcanzado ya los 30 millones de usuarios en todo el mundo y más de 3 billones de "check-ins" realizados.
2009	Pinterest	Nace con la idea de crear el primer catálogo de moda femenina para iPhone y se ha consolidado como una plataforma para "conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes". En 2011 ya contaba con 10.000 usuarios registrados. En julio de 2013 eran 70 millones.
2010	Instagram	Lanzada en el Apple App Store en 2010. Desde ese año hasta 2012, Instagram pasó de 1 millón de usuarios a 27 millones, llegando en apenas 6 meses a los 100 millones de usuarios registrados
2011	Google+	Aparece en junio de 2011 y hoy día es la segunda red social más popular del mundo después de Facebook, con aproximadamente 343 millones de usuarios activos. Integra los servicios Hangouts, Intereses y Comunidades. Blog Agencia de >Marketing on line 2014, #

Fuente: Elaborado por la autora con base a información de varios autores.

Como puede apreciarse en la tabla N°1, desde el año 1997 a la fecha se ha creado una extensa cantidad de redes sociales orientadas a diversas situaciones. Cabe señalar que en el año 2002 surgió una red que se hizo muy popular cuyo propósito fue ayudar a encontrar amigos de amigos, conocida como Friendster.com., “esta red social se incrementó alcanzando en el año 2003, unos 300 mil usuarios lo que provocó que su débil plataforma colapsara, ya que no contaba con un sistema que tuviese la capacidad de sostener la masiva aceptación dando como resultado que la inscripción fuera aminorando y surgieran nuevas redes como Myspace.com, que fue adquiriendo nuevos usuarios ya que los que habían emigrado de Friendster.com, invitaban a otros a compartir”. (Abrams, 2016, p.7).

Simultáneamente surge otra red denominada Fotolog.net, sitio exclusivo para compartir fotografías que hoy día cuenta con más de 26 millones de usuarios dando así como resultado una cultura cibernética denominada floggers. (Enciclopedia libre, 2016).

Otras de las redes sociales muy conocidas es la denominada LinkedIn.com, donde los usuarios son profesionales que se contactan para fines laborales, aspecto muy de moda hoy en día, que permite indagar y encontrar solución a un problema desde la academia hasta lo legal, favoreciendo diferentes ópticas según el contexto donde nos movemos hablando específicamente del ciberespacio. Por otro lado, en la actualidad es muy importante tener un perfil en LinkedIn sobre todo en el plano profesional, ya que es una de las plataformas más actuales para hacer negocios y alianzas estratégicas.

Sin embargo, estas redes sociales han ido in crescendo y gracias a Mark Zuckerberg se ha generalizado Facebook.com, creada en sus inicios para estudiantes de Harvard, aunque hoy día sus usuarios son diversos, estudiantes, profesionales y amas de casa entre otros, todos tienen acceso a una cuenta de Facebook.com. Es importante resaltar tal como lo plantea Calvo (2009) citado por Arguelles (2016) “Una red social no es lo mismo que una comunidad virtual, ya que en la primera los vínculos entre usuarios son infinitos y no necesariamente tienen un interés común, mientras que la segunda se crea justo por esa razón” (p.6). Solo basta con tener acceso

a Internet y poder conectarse para iniciar su propia red y salir de las fronteras a las que estaba destinada inicialmente Facebook.com.

“En el año 2012 el Ranking de las redes sociales oscilaban en 40 como las más populares. Posteriormente en el año 2014 se realiza un nuevo ranking y se detecta que son 30 redes sociales las consideradas como las más utilizadas “Nieto A. (2012). En la Tabla N°2 se aprecian las redes sociales en el ranking mundial 2014.

Tabla N°2
Red social según posición del ranking mundial establecido 2014

red social/rankin	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
facebook	1																													
YouTube		2																												
QQ			3																											
Qzone				4																										
WeChat					5																									
Twitter						6																								
WhatsApp							7																							
SinaWeibo								8																						
H5									9																					
Tagged										10																				
Google+											11																			
Line												12																		
LinkedIn													13																	
Habbo														14																
Tumblr															15															
Orsbo																16														
Badoo																	17													
Soundhound																		18												
Rennn																			19											
Instagram																				20										
Dailymotion																					21									
Friendster																						22								
Netlog																							23							
VK																								24						
Kik																									25					
Match																										26				
QuePasa																											27			
Rider																												28		
Pinterest																													29	
Reddit																														30

Fuente: Elaborado por la autora con base a información de varios autores.

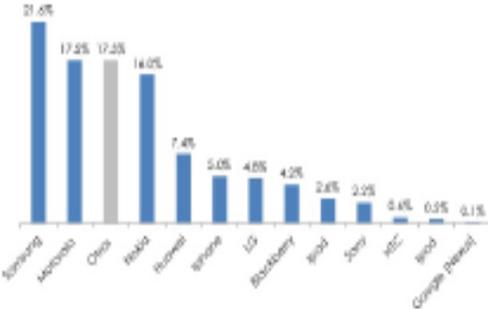
Al analizar la posición de las redes sociales según la cantidad de usuarios, es impactante el crecimiento que estas tienen como el caso de Badoo, la Red de contactos o de otras como Hi5, Habbo o Friendster o el agregador de noticias Tagged poco conocidas en el viejo mundo pero con un sinnúmero de seguidores a la denominada Google+ que no se asemeja al crecimiento de Twitter que ya cuenta con 5000 millones de usuarios. Nieto (2012).

Para Facchin (2015), tener una idea más precisa de la cantidad de usuarios de las diferentes redes sociales y la dedicación de ellas es una actividad de grandes y chicos. Para él, hay más de 120 redes sociales que a su vez clasifica de interés general, de contenido visual o compartir fotografías, de estilos de vida, de redes sociales para el turismo, para los móviles, de videos, de reuniones, negocios, jóvenes y jóvenes adultos y las internacionales, relacionadas con los blogs.

Con base en la revisión efectuada, se presenta la tabla N°3 estructurada a partir del ranking de las redes sociales antes mencionadas. Esta recoge información sobre qué es y en qué consiste cada red social, tipo de red, número de usuarios y enlace a su sitio web que conduce a un manual práctico o curso que logra ayudar el uso eficaz de cada red social, solamente se detallan las seis primeras.

Tabla N°3.

Redes Sociales más utilizadas, enlace al manual práctico o curso de cada red e información focal según posición del ranking mundial establecido en el 2014.

Posición en el Ranking	Red Social	Información focal																												
1	<p>Facebook</p>  <p>N° de usuarios: 1.100 millones Tipo de red: Social Mas info: Guía de Facebook: http://desarrollo.psuv.org.ve/files/2010/07/Manual-de-Usuario-Facebook.pdf</p>	<p>Es la red social más popular en todo el mundo con excepción de China. Es ideal para conectar con clientes potenciales a través de páginas y grupos. Como se observa para el año 2015 la incorporación de los móviles para acceder a facebook se evidencia en el siguiente gráfico.</p> <p>Usuarios en Facebook por Marca de Dispositivo Móvil Enero 2015</p>  <table border="1"> <caption>Usuarios en Facebook por Marca de Dispositivo Móvil Enero 2015</caption> <thead> <tr> <th>Marca de Dispositivo Móvil</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Smartphone</td><td>21.6%</td></tr> <tr><td>Tablets</td><td>17.5%</td></tr> <tr><td>Other</td><td>17.5%</td></tr> <tr><td>Mobile</td><td>14.0%</td></tr> <tr><td>Feature</td><td>7.4%</td></tr> <tr><td>Smart</td><td>5.0%</td></tr> <tr><td>LG</td><td>4.6%</td></tr> <tr><td>BlackBerry</td><td>4.2%</td></tr> <tr><td>Kindle</td><td>2.4%</td></tr> <tr><td>Sony</td><td>2.2%</td></tr> <tr><td>HTC</td><td>0.4%</td></tr> <tr><td>Nokia</td><td>0.3%</td></tr> <tr><td>Google (Pixel)</td><td>0.1%</td></tr> </tbody> </table> <p>Por otro lado, se puede señalar como está ubicado el uso de facebook en un estudio de ranking por países y por género (los tres primeros sitios)</p> <p>https://www.owloo.com/facebook-stats/countries</p> <p> Estados Unidos: 201.000.000 Usuarios: 53,73% Mujeres 45,77% Hombres Crecimiento: 4.000.000.</p> <p> India 155.000.000 Usuarios: 23,87% Mujeres 75,48% Hombres Crecimiento: 12.000.000.</p> <p> Brasil 111.000.000 Usuarios: 54,05% Mujeres 45,95% Hombres Crecimiento: 5.000.000.</p>	Marca de Dispositivo Móvil	Porcentaje	Smartphone	21.6%	Tablets	17.5%	Other	17.5%	Mobile	14.0%	Feature	7.4%	Smart	5.0%	LG	4.6%	BlackBerry	4.2%	Kindle	2.4%	Sony	2.2%	HTC	0.4%	Nokia	0.3%	Google (Pixel)	0.1%
Marca de Dispositivo Móvil	Porcentaje																													
Smartphone	21.6%																													
Tablets	17.5%																													
Other	17.5%																													
Mobile	14.0%																													
Feature	7.4%																													
Smart	5.0%																													
LG	4.6%																													
BlackBerry	4.2%																													
Kindle	2.4%																													
Sony	2.2%																													
HTC	0.4%																													
Nokia	0.3%																													
Google (Pixel)	0.1%																													

Continúa Tabla N°3.

Redes Sociales más utilizadas, enlace al manual práctico o curso de cada red e información focal según posición del ranking mundial establecido en el 2014.

Posición en el Ranking	Red Social	Información focal
3	 <p>N° de usuarios: 815 millones Más info: Chinas's QQ. Presentación de SlideShare: http://es.slideshare.net/shannonmal/chinas-qq?qid=9d9a495b-49e0-4d05-9736-</p>	<p>QQ la "red social" china del famoso "pingüino" es mucho más que un servicio de mensajería. Vendría a ser el equivalente al Messenger, Facebook y Twitter juntos, además de ofrecer otros servicios: puedes enviar un e-mail (QQMail), disponer de un disco duro virtual, escribir un blog (QQZone), un microblog (Tencent Weibo), (QQYinyue), comprar online (Paipai) y jugar en red (QQYouxi). Además, te permite reservar viajes, buscar pareja (QQTongchang) o mantener a una mascota virtual, al estilo del Tamagotchi.</p> <p>De acuerdo con datos de la compañía de origen chino Tencent, la app de su red social llamada QQ alcanzó recientemente los 829 millones de usuarios, con lo que se coloca como la favorita entre los usuarios de dispositivos móviles y solamente Facebook la supera con mil 440 millones de usuarios.</p> <p>Según se puede leer en su descripción en tiendas de aplicaciones, QQ International tiene usuarios registrados en 80 países y ofrece llamadas de video, chats de voz y mensajería de texto enriquecida. Asimismo incluye un traductor y permite compartir fotografías con sus amigos. La mayoría de ciudadanos del país asiático disponen de esta red social, utilizada en los centros educativos ya que es más fácil hacer uso de ella por efectos económicos.</p>
4	 <p>Qzone. N° usuarios: 620 millones. Tipo de red: General Más info: How to use Qzone https://www.youtube.co/watch?v=nGeFOtNOWUM</p>	<p>Es una red social china, creada en 2005. Permite a los usuarios escribir blogs, diarios digitales, enviar y alojar fotos, música etc. La mayoría de sus servicios ofertados no son gratuitos, aunque existe la posibilidad de adquirir un pase denominado diamante canario que permite el acceso a casi la totalidad de sus aplicaciones. Ofrece un chat de mensajería instantánea, que llega a tener al día a 50 millones de usuarios conectados en línea. Es muy popular entre jóvenes adolescentes y en zonas rurales.</p>

Continúa Tabla N°3.

Redes Sociales más utilizadas, enlace al manual práctico o curso de cada red e información focal según posición del ranking mundial establecido en el 2014.

Posición en el Ranking	Red Social	Información focal
5	<p>WeChat</p>  <p>Nº usuarios: 600 millones Tipo de red: Mensajería Más Info: Funcionalidades de WeChat: http://www.expansion.com/2013/04/10/empresas/digitech/1365590782.html</p>	<p>Es un servicio de mensajería chino de texto móvil y servicio de comunicación de mensajes de voz creado por Tencent lanzado en 2011. Es la competencia de WhatsApp.</p> <p>WeChat se diferencia en dos aspectos : más servicios y nuevas funcionalidades así como su descarga y uso en forma fácil. Además de las funciones de mensajería, voz y vídeo, presume de otras funciones como ‘Momentos’, la red social de la aplicación que permite compartir estado, localizaciones, compartir fotos y comentarios, o la nueva versión 4.5, que permite mantener chat en vivo.</p> <p>WeChat tiene más de 1,100 millones de usuarios registrados y 650 millones de usuarios mensuales activos (MAU). Cubre tres principales áreas: Social, Market place (aplicación de aplicaciones) y medio y portal de pago (Wallet) a través de esta aplicación se puede pagar los gastos de casa, agua, luz, enviar dinero y comprar boletos para ir al cine, control de voz a través de un juguete conectado al sistema. La comunicación es bidireccional.</p> <p>El futuro del WeChat tiene tres tendencias: la evolución y madurez del social commerce, la integración del mundo real y la expansión internacional. En el ámbito universitario a través de la fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER) se han hecho estudios para la enseñanza del español como lengua extranjera dando resultados positivos.</p>

Continúa Tabla N°3.

Redes Sociales más utilizadas, enlace al manual práctico o curso de cada red e información focal según posición del ranking mundial establecido en el 2014.

Posición en el Ranking	Red Social	Información focal
6	<p>Twitter</p>  <p>Nº de usuarios: 500 millones Tipo de red: Microblogging Mas info: Curso "Cómo usar Twitter desde el Principio": https://www.udemy.com/como-usar-twitter-desde-el-principio/#/</p>	<p>Twitter ofrece un sencillo servicio que puede ayudar a tu negocio a estar en contacto con seguidores y clientes a través de su servicio de mensajería con un máximo de 140 caracteres por mensaje.</p> <p>En cualquier caso Twitter ofrece mucho más que la posibilidad de envío de mensajes y es la red con mayor número de aplicaciones. Para las empresa, quizá sea la más desaprovechada de las "grades redes populares".</p> <p>En el ámbito universitario hay estudios que establecen la importancia del uso de esta herramienta para las actividades de investigación por medio de crowdsourcing en ciencias, ciencias sociales, historia y literatura, intentando llegar a muchas personas que puedan ayudar recopilando información, haciendo observaciones, realizar análisis de datos, transcripción y documentos. A través del Twitter se puede llegar a las audiencias externas.</p>
7	<p>WhatsApp</p>  <p>Nº usuarios: 400 millones Tipo de red: Mensajería Más info: Qué es y como instalar WhatsApp: http://redessociales.about.com/od/</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. WhatsApp es una aplicación de mensajería que permite enviar y recibir mensajes sin pagar. Además de la mensajería básica, los usuarios de WhatsApp pueden crear grupos, y enviar entre ellos un número ilimitado de imágenes, videos y mensajes de audio. 2. Los móviles y la adaptación de plataformas digitales que ya usan los estudiantes son piezas claves del futuro inmediato de la educación. WhatsApp, por ejemplo, es una herramienta formidable de comunicación, ya que permite el envío de información en varios formatos a decenas de usuarios al mismo tiempo. <p>El uso de whatsApp se evidencia a través del Dr. Joan Francesc Fondevila quien en la 18th International Conference "Materials, methods and technology", llevada a cabo del 26 al 30 de junio de 2016 en Hotel Royal Castle, Elenite Holiday Village, Bulgaria (EU) con la organización, entre otras entidades, de Bulgarian Academy of Sciences e ITMO University. Presentan un estudio que determina mediante la estadística descriptiva e inferencial que las ventajas de la tecnología vinculadas a medios de comunicación social están más allá del posicionamiento simple. Tomando en consideración que el dispositivo más utilizado por el turismo de negocios es el smartphone, el segundo el ordenador portátil y el tercero la tableta, se concluye que la empresa tiene que tomar decisiones para mejorar sus estrategias de comunicación y marketing en la relación con el consumidor. Además, las herramientas más utilizadas para ponerse en contacto con el alojamiento son teléfono y correo electrónico.</p> <p>El estudio corresponde a la tarea de investigación del Grupo de Investigación sobre Periodismo y Marketing Digital y Banda Ancha y del Grupo de Investigación sobre Sistemas Innovadores de Monetización del Periodismo, Marketing y Turismo Digital, del CECABLE, la Universitat Pompeu Fabra, la Escola Universitària Mediterrani de la Universitat de Girona, Blanquerna-Universitat Ramon Llull y Universitat Autònoma de Barcelona.</p>

Fuente: Elaborado por la autora con base en información de Consenza Vincenzo (2013). Mapa de las redes.

Toda esta revolución de la comunicación debe ser analizada por los académicos con la finalidad de buscar las opciones positivas que las redes sociales proporcionan y que muchas veces por el desconocimiento o más bien el temor y toda la maraña negra que se ha tejido sobre ellas, no permite ver más allá de lo que realmente es ventajoso para el desarrollo del conocimiento en esta era digital.

De Haro (2009), quien considera que las redes sociales son ideales para usarlas en el ámbito docente, les atribuye tres ventajas comunes, independientemente de la asignatura correspondiente, del profesorado o del grupo de alumnos:

- Minimizan la necesidad de formación porque todos usan el mismo recurso;
- Favorecen la comunicación con los alumnos de manera bidireccional, ya que profesorado y alumnado se encuentran en un mismo espacio;
- Su carácter generalista permite el uso universal de las mismas. (p.14)

La Inversión en las Redes Sociales y su Impacto

Se observa el crecimiento sin límites que tienen las redes sociales y las múltiples empresas alrededor del mundo que utilizan estas redes ya sea para anunciarse, vender o promocionar hasta un video en You Tube a través de la Web 2.0. Muchos anuncios como: vender a través de Internet, trabajar horas y ganarse un salario extra, dialogar con otra persona haciendo uso del Skype, entre otras cosas ha sido de gran impacto tanto económico, social y educativo que no se ha canalizado adecuadamente.

Esto ha permitido que las compañías dueñas de estos sitios hayan revolucionado su modus operandi para captar mayores usuarios y es así que las propias redes sociales difunden como el empresario Rupert Murdoch paga millones por MySpace y que Microsoft adquiere acciones millonarias en Facebook. (Calixto, 2016).

La pregunta sería ¿cuál es la razón de invertir tantos millones en sitios que aglutinan a través de redes sociales un millar de personas? Se puede pensar en una multiplicidad de respuestas. El ser humano es fácil de dominar a través de los sentidos y el que más utilizan las empresas es el de la vista; tanto es así, que existen muchos estudios psicológicos y de mercado que detectan inmediatamente qué es lo que las personas buscan sin importar el nivel educativo. Estos estudios han llevado a diversas empresas a perfeccionarse para poder clasificar los gustos de acuerdo a los niveles educativos con la finalidad de utilizar cada milésimo de segundo para enviar información a los usuarios y así aglutinar ganancias millonarias. (Infoservic, 2016, Mendoza, I. 2013, Castillo, L. 2004-2005).

El impacto entonces es desde la virtualidad donde la sociedad desea incursionar en diversos escenarios para consumir y como dice el sociólogo polaco Zygmunt (2000), “ser consumido “. (p.48).

Desde otro punto de vista, el impacto que han tenido las redes sociales en el ámbito educativo no se ha dimensionado ya que simplemente se hace análisis de los aspectos tangibles y las redes sociales van encerrando al hombre hasta lograr que se le incorporen, llevando a un porcentaje muy alto a mostrar lo que otros hacen y cómo lo hacen, evidencias de ello es presentado por Gómez (2012) al manifestar que:

...la interacción de los estudiantes con las diversas herramientas de las redes sociales donde se favorecen las publicaciones, el aprendizaje autónomo, el trabajo en equipo, la comunicación, el acceso a otras redes afines y el contacto con otros expertos lo que facilita el aprendizaje constructivista y el aprendizaje colaborativo (p.32).

Este gran impacto debería ser mejor aprovechado por los académicos, los cuales deben apropiarse de estas redes con la finalidad de incorporarlas en su quehacer pedagógico y buscar el mayor beneficio de éstas.

Otro de los grandes impactos es ver cómo los países del medio oriente, utilizan las redes sociales para comunicar al mundo su disconformidad con la sociedad y como van alienando a los fanáticos de diversas religiones para actuar en contra de su propia raza, la humanidad en nombre de lo que piensan es el destino para controlar.

De igual forma, se puede señalar que hoy en día, la llegada de “Internet ha ampliado el espacio de debate y permite la instauración de una ciudadanía aumentada al democratizar el acceso a la información y multiplicar los canales de difusión “. (Fall, 2016, p.8)

En ese sentido, Bajo (2016), quien se dedica a realizar estudios y documentales para la ONU señala que:

La penetración de Internet en el continente se considera moderada (debería ser del 26%, ya que fue del 18% en 2014 y se calcula un aumento anual del 8%), algunos jóvenes africanos y una decena de internautas han conseguido, a través de los nuevos medios de comunicación, atraer a multitudes y movilizar a los jóvenes a fin de lograr la participación ciudadana para influir sobre la vida política (p.12).

Los riesgos ante las redes sociales

Así como los grandes beneficios que proveen las redes sociales, no imaginamos los grandes peligros que acechan a través de éstas por la vulnerabilidad de la información. Uno de los más conocidos es el desenfreno de los jóvenes, la trata de blancas, el secuestro, las amenazas psicológicas, el chantaje, el fraude tecnológico entre otros. Las mujeres y hombres no pueden percibir que hay detrás de un simple hola o detrás de una fotografía. Se pueden dar casos de personas que no se atreven a dar la cara y utilizan fotos de otras personas, al igual que mienten en la información personal y logran a través de las conversaciones captar el interés de la persona que serán víctimas si no se detienen a tiempo.

De igual forma, algunos hasta se convierten en expertos psicólogos y logran realizar estafas a personas que por su inmadurez piensan que lo que les ofrecen es real; este es un trabajo que el estafador (hombre o mujer) logra después de acechar por un buen tiempo a su presa logrando la aceptación de las personas, sin importar la edad.

Para el sociólogo Murphy (2009) los peligros de las redes son muchos, van de la mano del tipo de red social, la condición del usuario y su edad; afirma que el peligro más común es el de una sobre-exposición de la intimidad y el de una excesiva cosificación (producto mostrado).

¿Qué se recomienda?

Lo primero es educar a los niños y jóvenes además de las personas adultas que son susceptibles al engaño y enseñarles que las redes sociales tienen que utilizarse con mucho cuidado. Evitar dar información como: dónde están, cómo se visten, dónde pasan el mayor tiempo del día, cuándo están solos en casa. Es decir evitar dar información personal muy sensible que pueda ser utilizada por personas inescrupulosas que buscan estafar y hacer daño. Pero igual es importante dar cierta información solo a las personas que conoces.

¿Qué sucederá con las redes?

Anunciar el futuro de ellas es muy incierto ya que van con la moda, la comunicación. Si se hiciera un estudio sobre el perfil de las personas que ingresan a las redes, se podría advertir que este es variado con relación a lo que se ofrece a través del ciberespacio, a través de sus monitores, móviles, o tabletas.

Lo interesante de todo esto es estar siempre conectados tal como lo está planteando la Web 3.0, donde lo visual es más importante que el texto. De hecho las redes sociales se irán modernizando de acuerdo a las exigencias de los propios usuarios y la gran cantidad de ofertas que están surgiendo incluye en estos momentos a los diferentes celulares con dispositivos necesarios que les permite acceder a una red.

De hecho se puede mencionar un estudio realizado por el centro tecnológico de Barcelona Digital, por Meso, Dasilva y Mendinguren (2011), donde los expertos identificaron que se debe crear mayor conciencia sobre lo que se baja de las redes sociales.

Es importante señalar que los teléfonos inteligentes acercan cada día más a las redes sociales y para ello según recoge el informe antes citado, la utilización y aplicación de un dispositivo en el móvil puede constituirse en elemento de alarma que puede llegar a comprometer la seguridad de la información que se guarda o se genere. Esta información puede estar en riesgo ya que su apropiación indebida puede comprometer la competitividad de una empresa pensando en que la información de los correos electrónicos, los mensajes, los contactos los proyectos pueden ser afectados.

Conclusiones

Las redes sociales suponen una manera de relacionarse entre los hombres y mujeres y para nadie es extraño dejar mensaje de texto en SMS, chat, email, Facebook o en alguna red a la que este suscrito, lo cual le ha cambiado la forma de comunicarse.

A través de las redes sociales hay información al segundo de lo que ocurre en la tierra, y se comparte entre los amigos y familiares ya que la comunicación corta y precisa llega tan rápido que mantiene al día de acciones y detalles que han revolucionado el mundo.

El uso adecuado de las redes sociales desarrolla el conocimiento pero a su vez pueden llegar a caer en manos de desalmados que buscan siempre a una víctima o incauto que sin pensar dan a conocer aspectos de su vida personal que es aprovechada por los delincuentes informáticos y así lograr que la sociedad vaya negando un adelanto de este siglo que permite evidenciar los logros en todos los ámbitos.

Es necesario educar desde todo ámbito, y en especial desde la familia, la utilización responsable y racional de las redes sociales, para enseñar a saber hacer y ser con estas tecnologías de un modo autónomo y responsable .Las redes sociales deben convertirse en el medio donde el estudiante puede obtener y estar al día con información que sube el profesor, convirtiéndose en vez de un espectador en un ser activo donde lo novedoso es conectarse en

cualquier momento para estar informado de las consignas de aprendizaje coordinadas desde la academia.

En el mundo académico el uso adecuado de las redes permitirá la interacción entre jóvenes y profesores creando círculos de colaboración y de cooperación, lo que lleva a fortalecer la investigación y crear nuevos ambientes de aprendizaje para fortificar las redes de comunicación las cuales sentarán las bases para una universidad abierta, sin muros ni barreras, donde todos puedan dialogar y plantear sus puntos de vista para tomar las mejores decisiones.

Referencias

- Abrams, J. (2016). Friendster. [Online] “Recuperado de: https://www.ecured.cu/EcuRed:Enciclopedia_cubana
- Arguelles, R. (2016). Las redes sociales y su aplicación a la educación. Revista Digital Universitaria, (volumen 14 N°4), 6. Recuperado de: <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num4/art36/art36.pdf>
- Bajo Erro, C. (2016). Ciberactivismo en África: entre el ayer y el mañana. El País Periódico Global, p. 4. Recuperado de: http://elpaís.com/elpaís/2016/02/18/planetafuturo/1455818026_253153.html
- Bauman, Z. (2000). Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Editorial Gedisa. España.
- Calixto, M. (2016). Adquieren acciones millonarias en Facebook. El Economista. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia>
- Castillo, L. (2004-2005). Tema II. Análisis de las necesidades de información de la organización. Biblioteconomía. Recuperado de: <http://www.uv.eas/macros/T.II.pdf>
- Consenza, V. (2013). Imágenes Mapa de las redes sociales más utilizadas. Recuperado de: <http://www.trecebits.com/20140924/las-30-redes-sociales>
- De Haro, J. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. Recuperado de: <http://www.chaval.es/chavales/sites/default/files/editor/05cap-redes-sociales-para-la-educacion.pdf>
- Enciclopedia libre, w. (2016). fotolog. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Fotolog>
- Enciclopedia libre. (2016). linkedIn . Recuperado de: <https://www.linkedin.com>
- Facchin, J. (2015). Practical. –Artículo publicado en el 2013 y actualizado en el 2015–. Practical Ecommerce.
- Fall, CH. (2016). África y las redes sociales. Las nuevas formas de participación ciudadana. África conectada. Recuperado de: <http://elpaís.com/elpaís/2016/02/18/planetafuturo/1455818026253153.html>
- Fundación Wikimedia. (2013). Sir Timothy “Tim “ John Berners-Lee, KBE.

- Gómez, M, Roses, S.& Otros. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. Comunicar, No38, Vol.XIX, 2012, [en línea] Revista Científica de Educomunicación. ISSN: 1134-3478.Año 2012.Pp.131-138. Recuperado de: <http://www.revistacomunicar.com/indexphp?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-16>
- Gómez, R. (2013). Impacto de las redes sociales en el mundo. Recuperado de: <http://redessocialesrgomez.blogspot.com/2013/06/impacto-de-las-redes-sociales-en-el.html>
- Hidalgo, N., A., Vizan, I., & Torres, M. (2008). Los factores clave de la innovación tecnológica claves de la competitividad empresarial. Localización: Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas Dianelt. Infoservi (2016). Análisis de los mercados de consumo y de la conducta del comprador. Recuperado de: <http://www.infoservi.com/index.php./marketing/14>
- Juanrranz, I. (2016). La WEB 2.0 y las redes sociales. Recuperado de: <http://escalameo.com/books /000947196e58d3417cc67>
- Koldo, M. A., Pérez Da Silva, J. A., Mendinguren G., T. (2011). La implementación de las redes sociales en la enseñanza superior universitaria.Tejuelo, N°12 (2001), Recuperado de: <https://www.owloo.com/facebook-stats/countries>
- Martínez, M.E y Furch,F. (2014). Los derechos de autor en la era digital. Revista Cronopio julio 14, Edición 52 Cronopio, Sociedad Cronopio.
- Mendoza, I. (2013). El comportamiento del consumidor: cómo es su perfil. UTEL editorial. Universidad tecnológica Latinoamericana en línea. Recuperado de: <http://www.intel.edu.mx/blog/tu-carrera/perfil-del-consumidor>

- Mollet, A., Moran, D. y Dunleavy P. Curso de formación “Redes Sociales en Educación “Universidad de León. Traducción de Fernando Santamaría y Concepción F. Abaira para curso de formación permanente en ULe@unileon. Conducido por Fernando Santamaría.
- Nieto, A. (2012). Las 30 redes sociales más utilizadas. redes sociales. Recuperado de: <http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>
- Piscitelli, M. (2009). El Impacto y los peligros de las redes sociales. Publicado en la Revista RED, edición: agosto-septiembre 2009.
- Rodríguez, M, Pereira, C N & Otros. (2004). La década del cerebro (1990-2000): algunas aportaciones. Revista española Neuropsicología .Copyright de REN.
- Royero, R. J. (2007). Gestión de sistemas de investigación en América Latina. Revista Iberoamericana de Educación, 11-18. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos19/redesconocimiento/redesconocimiento.shtml>
- Sánchez, M. (2011). Las redes sociales en internet. Recuperado de: <http://www.entorno-empresarial.com/articulo/5158/1387048743>