



TRABAJOS FINALES DE MAESTRÍA

Internet, hábitos y frecuencia de uso de sus redes sociales

Propuesta de artículo presentado como requisito parcial para optar al título de:

Magíster en Marketing y Comunicación

Por el estudiante:

Daniel Chambers K.

Bajo la dirección de:

Ing. Juan Diego Villacreses, MBA.

Universidad Espíritu Santo
Facultad de Postgrados
Guayaquil - Ecuador
Octubre-2015

Internet, hábitos y frecuencia de uso de sus redes sociales

Internet, habits and frequency of use of their social networks

Daniel CHAMBERS K ¹
Juan Diego VILLACRESES ²

RESUMEN

Este trabajo de investigación describe los antecedentes que propiciaron la creación de las redes sociales para determinar de qué manera ha influido en las relaciones entre individuos en los últimos años. A través de este análisis se entendió por qué los usuarios se sienten atraídos por una red social y los factores que motivan a escoger una de ellas como la de su preferencia. Para elaborar este trabajo se empleó la investigación documental, se revisaron fuentes bibliográficas relacionadas con la historia de Internet para comprender las razones que estimularon su origen, sus objetivos iniciales y la importancia de estos recursos en diferentes periodos de la evolución de la sociedad. Finalmente, se logró categorizar los tipos de redes sociales mediante una clasificación generalizada, para entender la naturaleza de cada una de ellas y las maneras en las cuales se pueden seguir explotando sus propiedades, en vista de la frecuencia de los usuarios, así como sus aspectos negativos y positivos. Pese a los beneficios que presentan las redes sociales para mejorar la interacción entre personas y acercar a las empresas a su público objetivo, entre otros, la mayor amenaza en la comunidad virtual son el acoso y la pérdida de privacidad que puede resultar debido a un manejo inadecuado. La información recopilada indica que los grupos más vulnerables son los niños y adultos mayores, por lo que ellos deben ser educados constantemente en los peligros y en los usos óptimos de estas herramientas en lenguajes sencillos para sus edades y destrezas mentales.

ABSTRACT

This research describes the background that led to the creation of social networks to determine how it has influenced the relationships between individuals in recent years. Through this analysis it was well understood why users are attracted to a social network and the factors that motivate to choose one of them as his preference. To develop this work, a documentary research was used, literature sources related to the history of the Internet to understand the reasons that stimulated their origin, their initial objectives and the importance of these resources in different periods of the evolution of society were reviewed. Finally, it was possible to categorize the types of social networks by a general classification, to understand the nature of each and the ways in which they can continue to exploit their properties in view of the frequency of users and their aspects negative and positive. Despite the benefits presented by social networks to improve the interaction between people and bring companies to their target audience, among others, the greatest threats in the virtual community are harassment and loss of privacy that may be due to management inadequate. The information gathered indicates that the most vulnerable are children and older adults, so they should be continually educated in the dangers and the optimal use of these tools in simple language to their age and mental skills.

¹ Licenciado en Publicidad, Universidad Laica Vicente Rocafuerte – Ecuador.

² MBA. Tutor, Universidad Espíritu Santo. Ecuador.

INTRODUCCIÓN

La creación del internet ha sido una revolución en el mundo de la informática y las comunicaciones. Una de las principales invenciones desarrolladas gracias a su manejo son las redes sociales, medios importantes de comunicación hoy en día, las cuales influyen en la forma de relación de las personas en los últimos años (Leiner & Cerf, 1999).

Por ello es necesario estudiar la evolución e historia del internet y las facilidades que ofrece para potencializar sus beneficios y seguir incorporando nuevas herramientas que permitan mejorar sus propiedades, especialmente las correspondientes a las relaciones humanas.

Esto es porque actualmente, como se va a analizar en este documento, millones de personas vinculan esta herramienta a más de una faceta de su vida diaria, no sólo en el aspecto social, sino laboral, académico, de ocio, y más. Y la mayoría de estas acciones se realizan por medio de redes sociales, dado que al momento es la única vía para conectar sus actividades con una comunidad, con distintos objetivos (Castellis, 2000).

Por lo anteriormente mencionado, es importante también estudiar el manejo de las redes sociales ya que al ser la principal fuente de información entre individuos, grupos y organizaciones, la sociedad se encuentra en ciertos casos con un exceso de contenidos donde no todo es relevante y contrastado. Así que desde la sociedad deben surgir mecanismos que controlen este tipo de situaciones.

Esto solo será posible cuando las personas aprendan a diferenciar los usos y ventajas que pueden obtener en la mayoría de los aspectos de su vida gracias al manejo adecuado de estas herramientas. Por lo tanto, es vital conocer el rol de cada red social, por medio de una clasificación general, para reflexionar los fines que los individuos aspiran a conseguir con ellas; y el perfil de usuario en las redes, para conocer qué quieren ellos encontrar en sus comunidades virtuales, para entonces generar contenidos que si serán dirigidos por un público, evitando así la superabundancia de información.

Finalmente, es imperioso determinar los impactos negativos de las redes sociales porque cada vez más personas, especialmente los grupos considerados vulnerables como niños, adolescentes y de la tercera edad, pasan más tiempo conectados ellas, según los datos presentados en este análisis sobre usuarios, edades y preferencias con la información obtenida de los informes Global Index Web 2015 y Tecnologías de Información y Telecomunicaciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Todo esto, en contraste además con los datos de frecuencia y uso que proporcionaron en conjunto Boyd & Ellison y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Al difundir los efectos perjudiciales de estas herramientas, de acuerdo a Porrúa, Arab y Díaz como la pérdida de la privacidad y el acoso, la sociedad podrá proteger a sus individuos, buscando soluciones desde las esferas civiles, legales y administrativas.

REVISIÓN LITERARIA

Historia y desarrollo del internet y redes sociales

Las bases de lo que en la actualidad se conoce como internet, fueron creadas a principios de los años 50. Se desarrolló una red de ordenadores³ conectados para el intercambio de información, y se comprendió la necesidad de creación de una red mundial.

Al ser nombrado como jefe de la división DARPA (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa), Licklider en 1960 dejó instaurado un sistema de tres terminales que permitieron la comunicación entre tres centros de estudios de los Estados Unidos. Estos centros fueron el System Development Corporation en Santa Mónica, el proyecto Genie de la Universidad de California y el proyecto Multics en el Instituto Tecnológico de Massachusetts. Este sistema fue asumido luego por Robert Taylor en 1965, quién seguiría los pasos de su colaborador Licklider y crearía lo que se conoce como el antecesor del internet, el ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) (Ramón, Matínez, & Ortega, 2001).

La primera conexión de ARPANET se estableció el 21 de noviembre de 1969, entre la Universidad de California, Los Ángeles y el Instituto de Investigaciones de Stanford, convirtiéndose así en el núcleo de lo que posteriormente sería Internet, y también en una herramienta importante en el desarrollo de la tecnología del momento. A partir de estas investigaciones, se fueron creando modelos de sistema que permitían la conexión entre ordenadores de diversos lugares. De ahí nació el X.25, un sistema que a diferencia del ARPANET podía ser usado de manera pública y sin restricciones, y el IPSS (International Packet Switched Service), el cual permitió la conexión de una red entre Europa y Estados Unidos hasta Canadá, Hong Kong y Australia (Hauben, 1998).

Debido a que en esa época había muchos métodos de conexión, fue necesaria la creación de un sistema para unificarlos y se creó el protocolo TCP/IP (protocolo de control de transmisión/protocolo de internet), el cual fue el único aprobado por el ARPANET y sustituyó al protocolo anterior denominado NCP (protocolo de control de red). Posteriormente, se creó la NSFNet (Fundación Nacional de los Sistemas de Red), la cual fue la primera red de banda ancha diseñada para conectar y proveer acceso a una cantidad de supercomputadoras (Tanenbaum, 1996).

³ Ordenador: Es una máquina programable, con un sistema de instrucciones bien definidos (Más adelante, 2014)

Finalmente, ARPANET se fusionó con NSFNet, lo cual originó el actual internet, que fue denominado como cualquier red que usase el protocolo TCP/IP (Tanenbaum, 1996).

A partir de la creación de una red que permitió la conexión de múltiples ordenadores de forma simultánea, se fueron creando programas y aplicaciones tales como la gran red mundial (WWW: World Wide Web), la cual permitió la navegación en páginas de internet y la posterior creación de los buscadores.

Además internet integró un elemento novedoso, el correo electrónico, un centro de buzón de correo virtual que le permitió al usuario, enviar y recibir información, el cual era un elemento claro en la red, ya que originó la comunicación entre personas sin necesidad de enviar contenidos de forma física y sobre todo, a pesar de las grandes distancias (Ballina, 2008).

El acceso a internet no estaba limitado a un correo electrónico, sino también se podía acceder a sitios que poseían información sobre organizaciones o de cualquier otra índole. A pesar de que al principio, la muestra de información era rudimentaria, con el tiempo fue mejorando su visualización y su orden. Poco a poco los sitios de internet se convirtieron en páginas llamativas que tenían el principal objetivo de utilizarse como técnicas de comercialización. Pero para que esta innovación ocurriera, primero los usuarios debieron involucrarse más y así lograron la diversificación de la red (Araujo, 2009).

Actualmente, la innovación del internet ocurre a cada minuto. Empezó siendo una conexión que realmente tomaba mucho tiempo en cargar o ubicar el destino, a un sistema con acceso de alta velocidad. La conexión telefónica fue el inicio de la conexión a la red y en la actualidad el uso de networking⁴ se lo realiza principalmente vía cable y ADLS⁵, por sus siglas en inglés, haciendo así que los usuarios tengan acceso a videos, televisión e incluso realizar llamadas en cuestión de segundos (Araujo, 2009).

Luego vino la posterior creación de mejores equipos de cómputo, veloces y capaces de ingresar a la web rápidamente. También se unió la aparición de programas de diseño, que permitían la creación de páginas web con una apariencia atractiva y novedosa, donde en muchos casos era posible incluir videos, fotografías y texto (Arranz, 2011).

El principal objetivo de quienes crearon el internet fue alcanzado: Permitir un nuevo espacio en las relaciones humanas y conectar a las personas sin necesidad de que estén juntas físicamente. Con la creación del internet se logró potenciar las interacciones humanas en diversas áreas de la sociedad, es decir, a nivel económico, político, social, académico, entre otros (Castellis, 2000).

En el aspecto económico, todos los sectores utilizan el internet como medio de difusión de sus productos y servicios. La implementación de las compras online

desarrolló un avance en el comercio y aceleró las transacciones. A nivel académico permitió la facilitación de estudiar mediante libros electrónicos y la creación de los buscadores. A nivel social, las interacciones entre personas se vieron beneficiadas, en especial para aquellas personas que viven en diferentes países con muchos kilómetros de distancia, posibilitando así el acercamiento de las personas (Araujo, 2009).

Es a nivel social que surge la creación de las denominadas redes sociales, las cuales son aplicaciones que permiten la comunicación a través de diferentes formas, con personas de todo el mundo. Dentro de las formas de comunicación están las fotos, videos, mensajes, notas de voz, entre otros (Cascales, 2011).

Las redes sociales son estructuras que derivan de la web 2.0, sistema que se plantea desde la interacción. En ese sentido, las redes sociales conforman comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes (Estudios de tecnología y comunicaciones, 2013).

En la Web 2.0 está el contenido que lo puede gestionar tanto alguien que crea la web como los usuarios, a los que se abre la posibilidad de participar en la creación y organización de los contenidos de la misma, e incluso compartir con otros dicha información y realizar cambios con respecto de ella. Este es el caso de las redes sociales, la cuales pueden ser modificadas de acuerdo al gusto y opinión del usuario (Castañeda & Gutiérrez, 2010).

Con la web 2.0, las redes sociales se han ido desarrollando en la medida en la que sirven para sugerir amistades, páginas y publicidades de acuerdo a diferentes gustos. El primer antecedente que tuvieron las redes sociales fue el correo electrónico que se envió por primera vez a nivel mundial en 1971 (Cascales, 2011).

Posteriormente se generaron iniciativas de redes sociales como GeoCities, fundada en 1994. Esta plataforma planteó como modo de interacción la creación de páginas web desde los usuarios. De esta forma, era posible alojarlas en categorías, de acuerdo a su contenido (Adler-Lomnitz, 2012).

Luego aparecieron iniciativas como AOL Instant Messenger, MySpace, las cuales tuvieron una gran aceptación en el público y comenzaron a generar ciertas tendencias, debido a que en ellas se podían publicar fotos, comentarios o mantener conversaciones en línea. Sin embargo, con estas apariciones no se determinó la presencia de ciertos grupos de edad ni son propuestas que se enmarcaron en algún sector determinado. Esto sí pasó con la aparición de Facebook, la red social que apareció en el año 2004 con el propósito de conectar a estudiantes universitarios, pues se elaboró y salió a la luz desde una clase de Harvard, donde más de 19.500 estudiantes se suscribieron durante solo su primer mes de funcionamiento (Cascales, 2011).

⁴ Networking: método de trabajo donde los socios son personas conocidas o relacionadas al entorno del líder o jefe.

⁵ ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line): Tecnología para acceso a internet de banda ancha.

En 2006 se creó el microblogging Twitter, el cual consiste en la publicación de frases o comentarios con un número limitado de caracteres, donde las personas expresan sentimientos, opiniones o comparten momentos de su vida. En 2008 Facebook sobrepasó a MySpace en número de usuarios (Cascales, 2011).

Actualmente, entre las redes sociales que se sostienen con gran número de usuarios figuran: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram. Una característica de cada una de estas redes es que las actividades que se realizan son variadas, como publicación de fotos, videos, creación de redes de trabajo o grupos empresariales, así como para uso de publicidad de negocios o microempresas (Boyd & Ellison, 2010).

Los usuarios de las redes sociales Facebook y Twitter, registraron un crecimiento. En el caso de Facebook, la red pasó de tener 800 mil usuarios en 2011 a 7 millones en enero de 2014 (Espinosa, 2014).

Twitter, en cambio, sobrepasó el millón de usuarios hasta inicios de 2014 cuando en 2012 el número de usuarios que se registraba era superior a los 200 mil (Parrella, 2013).

Un estudio a nivel mundial de Pew Research (2013) reveló que 39 millones de usuarios de las redes sociales son mayores a los 65 años. Entre las principales redes que se registran en el uso de las personas de este rango de edad, está Facebook, Twitter y Skype.

En España, la empresa ComScore, líder en la medición de usuarios digitales, publicó en 2011 un estudio en el que se revela que el segmento de más crecimiento dentro de las redes sociales es el de las personas de más de 50 años. Pasando del 22% al 46% de 2010 a 2011 (Puro Marketing, 2011).

La tendencia del uso de las redes sociales, es mejorar y efectivizar el panorama de comunicación de sus usuarios en términos de rapidez y accesibilidad a nuevos formatos (Costales, 2013).

Redes sociales

Existen varias definiciones de las redes sociales. Sin embargo en gran parte de los conceptos revisados se parte de la vinculación entre la comunicación y la interacción, características propias de la web 2.0

Una de las definiciones más amplias sobre las redes sociales, expuestas por Boyd & Ellison (2010) señala que “son servicios dentro de la web que permiten al usuario construir un perfil dentro de un sistema limitado; articular una lista de otros usuarios para compartir una conexión y visualizar y rastrear su lista de contactos” (págs. 22-23).

También se puede definir a las redes o medios de comunicación social a aquellas herramientas que tienen como objetivo que sus usuarios publiquen y compartan un determinado elemento de comunicación concreto y que se estructuren en torno a esos elementos (Castañeda & Gutiérrez, 2010).

Entre otras definiciones encontramos que el Instituto Nacional de Tecnología y Telecomunicaciones (2010) lo define como un tipo de servicio prestado a través de Internet que permite a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado.

Tipos de redes sociales

Existen diversas clasificaciones de redes sociales. El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones de España en su estudio: Las redes sociales en internet (2011) las clasifica en directas e indirectas. Mientras que otros estudios las clasifican en generalistas u horizontales; profesionales o verticales; de geolocalización; temáticas o especializadas.

Redes sociales directas

Son aquellas plataformas virtuales en las cuales los usuarios comparten cierto tipo de información, con la posibilidad de controlarla y estar en igualdad de condiciones al resto de usuarios. Dentro de esta categorización, también se encuentran aquellas redes sociales que son para ocio y las de uso profesional (The Interactive Advertising Bureau, 2013).

En la tabla 1 se puede observar que entre las redes que se definen en la categoría de directas para ocio se encuentran Facebook, Twitter, Google Plus. Dentro de otras definiciones sobre las categorías de redes sociales estas entrarían en el perfil de generalistas u horizontales, dado que según la definición de Castro (2014) experto en internet básico “estas son para estar en contacto con familiares, amigos u otro tipo de relaciones a nivel personal”.

En cambio en las redes de uso profesional se encuentran plataformas como LinkedIn o Multitrabajos. Estas se caracterizan porque el usuario busca principalmente promocionarse a nivel profesional, estar al día en su campo o especialidad e incrementar su agenda de contactos profesional (Ontsi, 2011).

Según el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y Redes Sociales de Internet (2011) dentro de la clasificación de redes sociales directas también existen otros subgrupos. Estos son:

- Según modo de funcionamiento:
 - Redes sociales de contenidos
 - Redes sociales basadas en perfiles profesionales y personales
 - Redes sociales de microblogging
- Según grado de apertura:
 - Públicas
 - Privadas
- Según nivel de integración
 - Vertical
 - Horizontal

Tabla 1: Clasificación de redes sociales según las más usadas

RED SOCIAL	RANKING MUNDIAL	TIPO DE RED
Facebook	1	Directa de ocio
Youtube	2	Directa de contenido
Qq	3	Directa de integración vertical
Qzone	4	Directa de contenido
Wechat	5	Directa de integración vertical
Twitter	6	Directa de contenido
Whatsapp	7	Directa de integración vertical
Sinaweibo	8	Directa de contenido
Hi5	9	Directa de ocio
Tagged	10	Directa de contenido

Fuente: La Web de Empresa 2.0 (2014)

Redes sociales indirectas

Las redes sociales indirectas, en cambio incluyen en sus plataformas a 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 (Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y las Redes Sociales de Internet, 2011).

Según el Observatorio Nacional De Telecomunicaciones y las redes sociales en internet (2011) este tipo de redes integran parte de la web 1.0, y las precursoras de las actuales redes sociales. Entre ellas están los blogs, foros, etc.

A partir de esta clasificación la tendencia de uso de las redes sociales está repartida. La primera es la red social directa de Facebook. Esta herramienta, además puede plantearse tanto de ocio como de trabajo, pues hay distintas empresas que han involucrado esfuerzos para promocionarse a través de ella. En segundo lugar aparece YouTube, una red social directa de contenido. Le sigue QQ, una red social china cuyo uso es similar al de la mensajería instantánea pero con el uso de la red (Duarte & Gamboa, 2013).

De la clasificación de las redes a la de los usuarios

Es importante considerar la clasificación que se ha hecho de las redes sociales según el tipo de interés con la que se convoca a los usuarios, pues también es una forma de determinar cuáles son las redes sociales que usan ciertos grupos, los cuales pueden ser segmentados por sus edades (Ontsi, 2011).

La empresa de estudios estadísticos Flowtown (Bitelia, 2010) determinó en un estudio para América que la población de usuarios de redes sociales que más ha crecido en los últimos años es la mayor a 55 años. Los usuarios de más de 40 años se presentan como usuarios mayoritarios de redes como LinkedIn, donde el principal objetivo es establecer vínculos laborales.

Según este estudio, como muestra la figura 1, en redes sociales como Twitter, los usuarios que más utilizan esta red son aquellos que están entre las edades de 18 a 29 años. Mientras que Los grupos de personas adultas ya están acostumbrados a actividades como enviar correos electrónicos (el 55% de las personas mayores de 65 años lo hacen con frecuencia) o leer noticias (el 42% de los adultos entre 50 y 64 años lo hace periódicamente) (Bitelia, 2010).

En este estudio más del 65% de los usuarios de la red social Facebook tienen menos de 35 años, tendencia que se repite en la red social microblogging Twitter (Bitelia, 2010).

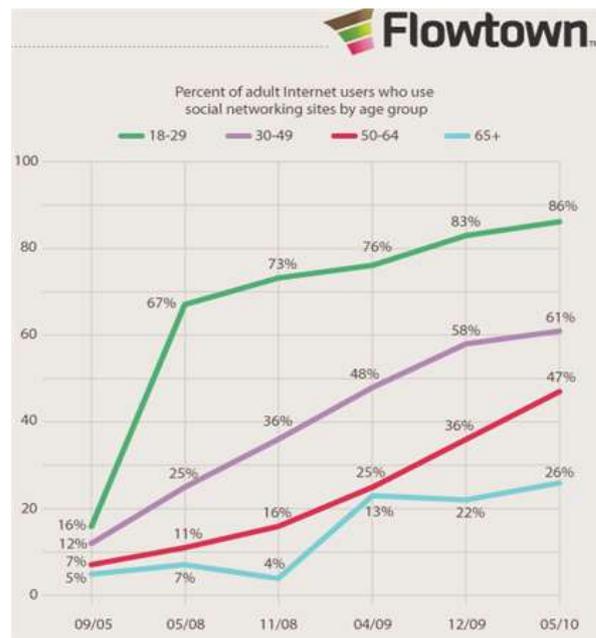


Figura 1: Estudio Flowtown en América

Fuente: (Bitelia, 2010)

Como se presenta en la figura 2, el estudio trabajado por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones (2011), en España, determina que la tendencia de usuarios que copan redes sociales como Facebook tienen una importante cantidad de usuarios mayores a 36 años. En este estudio la edad promedio de los usuarios es de 19 a 25 años. Además, determina que los usuarios mayores a 36 años, en un 56%, tienen una única red social, y no varías como ocurre con la población de menor edad.

Al igual que en el estudio de la empresa Flowtown, las personas mayores a 36 años tienen una mayor participación en redes sociales como LinkedIn. Según este estudio los usuarios de redes sociales comprendidos entre los 35 a 54 años suelen consultar las redes sociales de forma más habitual varias veces por semana que los usuarios más jóvenes (Bitelia, 2010).

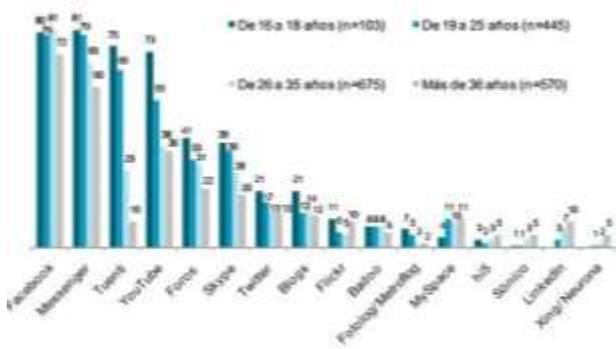


Figura 2: Estudio Redes sociales por edades en España
Fuente: Observatorio Nacional de Telecomunicaciones (2011)

Acceso a las redes sociales

Uno de los factores que motiva el crecimiento de usuarios en las redes sociales es el acceso a internet y dispositivos móviles. En enero del 2015, se determinó que el 42% de la población mundial tenía acceso a internet, lo cual fue un incremento significativo con respecto al año anterior donde solo constaba que el 35% de la población tenía acceso. De los más de 7.210 millones de habitantes del planeta, 3.010 millones tienen acceso a internet y 2.078 millones usan regularmente las redes sociales. Además de los 3.649 millones de personas que tienen un teléfono móvil, aproximadamente 1.685 millones usan dichas redes a través de un móvil (Kemp, 2015).

El estudio conducido por Global Web Index (2015) destacó que las personas a nivel mundial pasan un aproximado de 2 horas 25 minutos por día en redes sociales y blogs, pero los argentinos y filipenses pasan más de 4 horas al día.

La red social más conocida a nivel mundial, indicado en la figura 3, con el 85% de los usuarios es Facebook, con 1.366 millones de usuarios a nivel mundial. A esto le siguen QQ, YouTube y Qzone (Kemp, 2015).

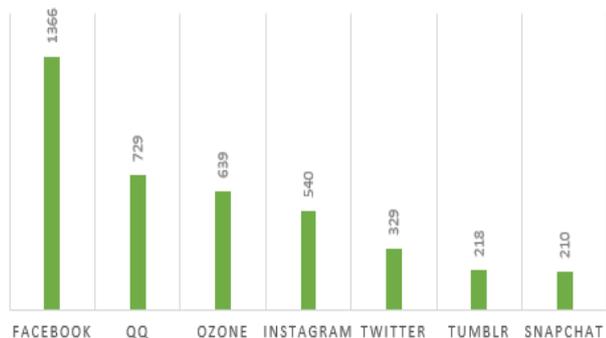


Figura 3. Usuarios de Redes Sociales a nivel mundial
Fuente: (Kemp, 2015)

En Ecuador el 78,8% de los hogares posee telefonía celular, 8,9 puntos más que lo registrado en el 2008. De ese porcentaje, es decir aproximadamente 8.5 millones de usuarios, Facebook tiene 8.1 millones de personas

registradas hasta enero del 2015. Luego se encuentra Twitter con un promedio de 2 millones de usuarios y en tercer lugar esta LinkedIn con 1'251.148 usuarios (Ranking Alexa, 2015). En ese mismo periodo la tenencia de telefonía fija subió 2,8 puntos (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

Impacto de las redes sociales en la sociedad mundial

Las Redes Sociales tienen un gran número de beneficios que han incitado al mundo a permanecer conectado, entablar nuevas amistades e incluso brindar oportunidades de empleo. Por dicho número de beneficios que estos sistemas presentan, han generado un impacto en la sociedad muy grande.

El impacto más grande se ha visto es que no existe ningún tipo de limitación en el uso de las redes sociales. No importa la edad de la persona, las condiciones sociales o económicas ni mucho menos los niveles culturales o el país donde se habita (Ponce, 2012).

El 99% de jóvenes y adultos que utilizan el internet, lo hacen principalmente para conectarse, mantener comunicación con otras personas, a pesar de que no sean conocidos, mediante el uso de estas redes sociales. Otro uso de las mismas, es establecer relaciones a distancia y mantener contacto con familiares o amigos que viven en diferentes lugares del mundo (Duarte & Gamboa, 2013).

Dentro del ámbito económico, las redes sociales están mejorando muchas empresas, incrementando el posicionamiento de las mismas, la imagen de marca, la comunicación empresarial, la creatividad y participación y sobre todo el marketing y la publicidad que pueden ofrecer (Porrúa, 2010).

En el campo de la comunicación, se han visto beneficiados periódicos y noticieros que ahora pueden enviar información por medio de estas redes sociales mucho antes de la publicación de las mismas. Esta inmediatez de comunicación y transmisión de opiniones y contenido de forma tan rápida, las convierten en un potente instrumento social, y de ahí parte el gran impacto que está generando en la actualidad (Ponce, 2012).

Aspectos negativos de las redes sociales

A pesar de la gran cantidad de beneficios que las redes sociales han traído a la sociedad, el uso de las mismas, es un arma de doble filo, donde muchas personas van a encontrar dificultades y tal como se muestra en la Figura 4 presenta aspectos negativos y positivos.

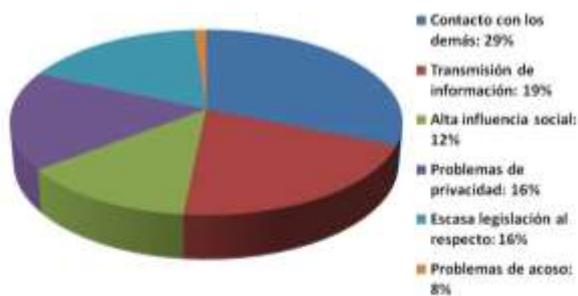


Figura 4. Aspectos positivos y negativos del uso de redes sociales
Fuente: (Porrúa, 2010)

Debido a que la mayor parte de estos sistemas son de acceso público, la privacidad de una persona se puede ver comprometida. Es decir, cualquier usuario podría tener acceso a información personal de otra persona. Sobre todo porque en muchas ocasiones no existe un adecuado control de los datos que se publican, por lo que todo esto puede pasar a ser propiedad de las redes sociales. La información y el dinero de los usuarios son el objetivo de los atacantes, por lo que a mayor cantidad de usuarios, más atractivo se vuelve un sitio web para el atacante. Por lo tanto, más allá de todas sus ventajas, la navegación por los sitios web de redes sociales, implica exponerse a una serie de amenazas informáticas (Eset Latinoamérica, 2011).

Pero no solo esta falta de privacidad es preocupante, sino también los jóvenes que se exponen al grooming. Esto es conocido como el conjunto de estrategias que desarrolla una persona adulta para ganarse la confianza de un joven y luego abusar de ella. Todo esto lo logra mediante una falsa amistad, engaño o chantaje (Arab & Díaz, 2015).

Una tendencia actual, generada a partir de la creación de las redes sociales, es el cyberbullying, el cual consiste en un tipo de violencia virtual. Generalmente, se realiza mediante la publicación de imágenes no autorizadas de un determinado usuario, por parte de otro que quiera hacerle daño. Así también se pueden publicar datos privados o cualquier información falsa, con la finalidad de agredir a un usuario específico. En este punto, se puede nombrar la creación de perfiles falsos para la publicación de información incorrecta (Arab & Díaz, 2015).

El uso continuo de estas redes sociales, genera cierto grado de adicción o también denominada ciberadicción, el cual se define como un patrón de comportamiento donde se ha perdido el control del uso del internet. Esta conducta puede llevar al aislamiento y al descuido de las relaciones sociales físicas, de actividades académicas u ocupacionales, de las actividades recreativas e incluso de la salud o higiene personal (Arab & Díaz, 2015).

Usuarios, edades, preferencias

No todas las redes sociales tienen los mismos usuarios. Ciertas redes están destinadas a gente más joven y otras

para gente de mayor edad. En todo el mundo, el grupo de edad comprendido entre los 16 y 34 años son los que más usan las redes sociales, y se genera un declive a partir de las personas con 46 años en adelante. También para cada cierta red social existe un rango de edad determinado. Según un estudio dirigido por Global Index web (2015), el 32, 3% de los usuarios de Facebook tienen entre 25 y 34 años, el 30,8% de los usuarios de Google+ tienen la misma edad que la red anterior, el 42,8% de los usuarios de Instagram tienen entre 16 y 24 años y el 36,7% de los usuarios de Twitter tienen entre 25 y 34 años.

Así también entre los 16 y 24 años la red más usada es Tumblr, entre los 25 y 34 años Instagram, entre 35 y 44 años LinkedIn, así como también entre los 55 y 64 años y finalmente las personas que más usan Facebook son las que tienen entre 45 y 54 años de edad (Global Web Index, 2015).

En Ecuador, según el estudio del INEC (2011) el grupo etario con mayor uso de Internet es la población que se encuentra entre 16 y 24 años con el 59,4%, seguido de las personas de 25 a 34 años con el 39,6%. Los que menos utilizan son las personas de 65 a 74 años con el 3,3%.

Un aspecto muy importante es destacar que hasta el año 2010 la cantidad de usuarios masculinos de redes sociales era muy superior al femenino, tal como se aprecia en la Figura 5. Así también se puede observar en la Figura 6 que la distribución de los usuarios de acuerdo a la edad, es equitativa para todos los grupos etarios igualándose incluso en quienes tienen entre 18 y 30 y aquellos entre 31 a 39 años.

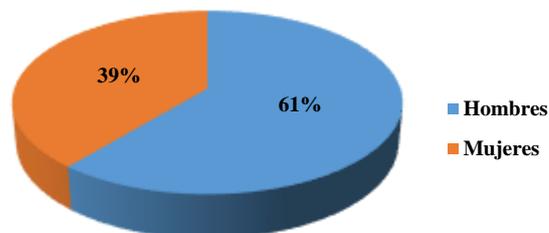


Figura 5. Usuarios mundiales de redes sociales por sexo hasta el 2011
Fuente: (Boyd & Ellison, 2010)

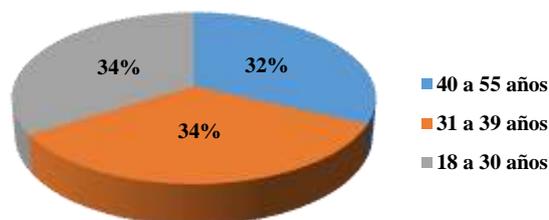


Figura 6. Usuarios mundiales de redes sociales por edad hasta el 2011
Fuente: (Boyd & Ellison, 2010)

Frecuencias y hábitos de uso

Como se indica en las figuras 7 y 8, del total de personas que acceden a las redes sociales, un 96% de los mismos siguen prefiriendo Facebook como la red social de mayor uso. Ingresando a esta los 7 días de la semana y con un promedio de 4h31m al día. A este porcentaje le sigue el uso de Twitter e Instagram con 4.9 y 4.8 días a la semana, respectivamente. Los usuarios pasan en Twitter e Instagram un aproximado de 3 horas días diarias (Boyd & Ellison, 2010).



Figura 7. Frecuencia de uso de días por semana de redes sociales a nivel mundial
Fuente: (Boyd & Ellison, 2010)



Figura 8. Frecuencia por uso de tiempo
Fuente: (Boyd & Ellison, 2010)

En la figura 9, con respecto a las preferencias de uso, los usuarios aún siguen eligiendo las redes sociales como medio de comunicación con sus familiares o amigos. La mayoría de las personas que acceden a estas redes, prefieren ingresar para ver lo que están haciendo sus contactos, es decir sus estados en caso de Facebook, sus tweets en caso de Twitter y sus fotos del momento en caso de Instagram. Luego de estas preferencias se encuentra el entretenimiento, como escuchar música o ver videos. Son muy pocas las personas que ingresan con fines informativos o educativos (Boyd & Ellison, 2010).

En América Latina la red social más utilizada al igual que en la mayor parte del mundo, es Facebook. Sin

embargo, a diferencia de países europeos, su utilidad es principalmente para promoción de empresas o productos. Para el 2012 un 65% de empresas latinoamericanas usaban Facebook como herramienta de difusión de sus servicios y productos. Twitter, está en segundo lugar, siendo Argentina el país que más usa esta aplicación (Schwartzman, 2015).

En un estudio realizado por la comisión económica de América Latina y el Caribe (2015) la red social más utilizada en este continente es Facebook con 145 millones de visitas diarios y que el mayor porcentaje de usuarios de redes sociales se encuentran en México, Argentina, Perú y Chile, quienes utilizan principalmente dichas redes para comunicación y para ver lo que otros usuarios están haciendo.

En América Latina los visitantes de redes sociales destinan un mínimo de 17 minutos al día para conectarse, hasta llegar a una cantidad de 10 horas por día y que el mercado se mueve mucho más por este medio. Los usuarios de redes sociales crecieron un 12% en tan solo un año, comparando el 2013 con el 2014, donde la cifra era de 147 millones de visitantes de redes sociales (CEPAL, 2015).

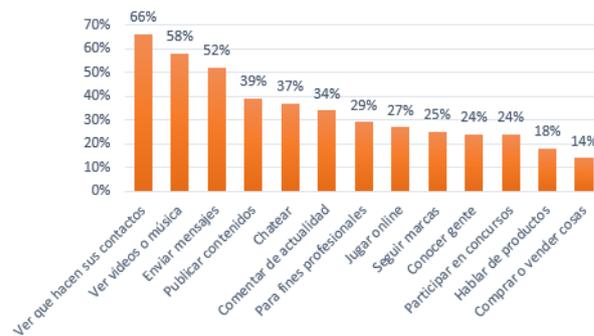


Figura 9. Actividades realizadas en las redes sociales
Fuente: (Boyd & Ellison, 2010)

Tendencias y características de la generación en estudio

El uso del internet no está limitado a los jóvenes o a los adultos. Las personas mayores de 40 años también hacen uso de esta herramienta y en la actualidad, también buscan maneras de mantenerse comunicados mediante las redes sociales (Vilte & Saldaño, 2010).

Las personas mayores necesitan aplicaciones que sean fáciles de utilizar y que al mismo tiempo les pueda proveer una forma de diversión y de comunicación con sus seres queridos. Dicha aplicación debe tener diseños llamativos y con letras e imágenes que permitan ser visualizadas adecuadamente, sobre todo teniendo en cuenta los problemas de visión que muchas de las personas mayores atraviesan. Además debe ser fácil para que puedan aprender y brindar la satisfacción que ellos quieren (Adler-Lomnitz, 2012).

En América el uso de internet por personas mayores de 45 años es del 53%, aunque el porcentaje se reduce

considerablemente entre las personas de más de 75 años. Dentro de estas personas que usan internet, hasta el 2009 solo un 13% ingresaba a redes sociales, pero entre ese año y el 2012 la cifra aumenta en un 150%, es decir llegó a un 33% de usuarios de redes sociales de edad superior a 45 años. En febrero del 2012 un tercio de los mayores de 65 años son usuarios de redes sociales como Facebook (Mapfre, 2013).

En el estudio realizado en Argentina por Vilte & Saldaño (2010) se logró determinar con una población de 52 personas entre 61 y 87 años de edad, cuál es la frecuencia de uso de redes sociales y cuáles son los motivos que llevan a estas personas a usarlas. El 54% de los encuestados ingresa todos los días a redes sociales y un 38% más de una vez a la semana. Estas cifras demuestran la alta demanda de uso que tienen las redes sociales entre las personas mayores de 60 años. Entre los motivos de uso constaba la necesidad de mantenerse comunicados con personas que no vivían en el mismo lugar, por trabajo o simplemente por recreación. Generalmente los adultos comienzan a usar este tipo de tecnología por inventivo de algún familiar de menor edad y en menor caso por amistades o por algún curso de capacitación.

En todo el mundo, las personas mayores usan las redes sociales para comunicarse con familiares y amigos y en ciertos casos para contactos profesionales. Sin embargo, en muchos casos estas personas encuentran ciertas dificultades en el manejo de este sistema, como dificultad en el aprendizaje, problemas con la conexión, numerosas opciones en una pantalla, por lo que el uso de estas redes sociales entre los adultos mayores es aún limitado (Vilte & Saldaño, 2010).

Aquellas personas mayores de 40 años que pueden utilizar las redes sociales dicen tener mayor confianza en sí mismos, debido a que se sienten útiles y en capacidad de estar al nivel de personas jóvenes y de sus capacidades. Aquellas personas expresan como emociones que se sienten en control de ellos mismos, que se sienten respetados y aceptados, con poder o líderes o que simplemente se sienten exitosos o con estatus (Ontsi, 2011).

En Ecuador a partir del 2008, se realizaron campañas para la inclusión de los adultos mayores a la sociedad ecuatoriana. Entre las campañas de inclusión, se incentivó el uso del internet y se capacitó para que los adultos mayores aprendan clases de comunicación electrónica, uso de internet y uso de redes sociales como Facebook. Todas estas actividades se podían realizar en la Universidad del Adulto Mayor con sede en Quito (Cabezas, 2013).

CONCLUSIONES

Con la ejecución del presente análisis se cumplió el principal objetivo del trabajo: conocer cómo ha

evolucionado el manejo de las redes sociales desde su invención hasta la actualidad.

Se identificó que 2.078 millones de personas en el mundo tienen acceso a las redes sociales y que la red social con mayor uso es Facebook, con un 96% de los usuarios, con un promedio de 4 horas y 30 minutos de navegación en el día, según los datos de Kemp (2015). Esto significa que la mayoría de las estrategias de comunicación, marketing y publicidad en el plano digital se dirigirán a los usuarios de esta red.

La creación de redes sociales ha generado efectos positivos para muchos campos en la sociedad, es decir, no solo para relaciones interpersonales, sino también a nivel económico, político e incluso religioso, como afirmó Castellis (2001).

Por lo tanto mediante las redes sociales se le ha otorgado un uso provechoso al internet. Las personas de todas las edades se han visto beneficiadas con estos recursos, debido a que en muchas ocasiones facilitan la comunicación y la difusión de mensajes, como se ha podido analizar en el presente trabajo.

No obstante, como indica Arab & Díaz (2015) la existencia de técnicas para amenazar la privacidad de una persona, como el malware, y el cyberbullying genera dificultades en los usuarios, especialmente a aquellos que no usan adecuadamente una red social.

Los grupos más vulnerables a estos ataques por medio de las redes sociales son los niños y los adultos mayores, quienes al no conocer adecuadamente el manejo de estas aplicaciones, son blanco fácil para abusos.

Por otro lado, el porcentaje de mayor uso de redes sociales, según Bitelia (2015) sigue siendo encabezado por los jóvenes y adultos menores a 35 años. Sin embargo la cantidad de niños y adultos mayores sigue creciendo en la comunidad virtual, debido a la mayor facilidad de manejo que presentan las nuevas redes y la sensación de autonomía al ser capaces de usar una herramienta para recreación y al mismo tiempo comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Adler-Lomnitz, L. (2012). *Redes sociales, cultura y poder*. México: Flacso. Recuperado el 2014

Arab, E., & Díaz, A. (2015). *Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos*. Los Condes: Elsevier.

Araujo, G. (2009). *Breve Historia y Origen del Internet*. Obtenido de Academia Edu: http://www.academia.edu/5489717/BREVE_HISTORIA_Y_ORIGEN_DEL_INTERNET_Errata_El_proyecto_de_ley_SOPA_no_fue_a_probado_-_p%C3%A1gina_10_

- Arranz, J. (2011). Internet y la Web 2.0. *Jornadas de Informática de Álava*.
- Ballina, G. (2008). *La evolución de internet como medio de comunicación masivo*. Guatemala: Universidad de San Carlos.
- Bitelia. (9 de Septiembre de 2010). *¿Qué edad tienen los usuarios de las redes sociales?* Obtenido de Hipertextual: <http://bitelia.com/2010/09/que-edad-tienen-los-usuarios-de-las-redes-sociales>
- Boyd, D., & Ellison, N. (2010). *Social Network Sites*. Washington.
- Cabezas, V. (3 de Abril de 2013). Universidad del Adulto mayor abre inscripciones en Quito. *PP El Verdadero*.
- Calvo, M., & Rojas, C. (2013). *Networking: Uso práctico de las redes sociales*. Madrid: Esic Editorial.
- Cascales, A. (2011). Las redes sociales en internet. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*.
- Castañeda, L., & Gutiérrez, I. (2010). *Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas*. Sevilla: MAD Eduforma. Obtenido de http://mc142.uib.es:8080/rid=1MX54C554-WJ3R5J-2WQ/Redes_sociales%20y%20otros%20tejidos%20online.pdf
- Castellis, M. (2000). Internet y la Sociedad Red. *Universitat de Catalunya: Sociedad de la Información y el Conocimiento*.
- Castro, L. (2014). *¿Qué es una red social?* Obtenido de About: <http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>
- CEPAL. (2015). *Uso de redes sociales en latinoamérica y el caribe*. América Latina: Comisión Económica de América Latina y el Caribe.
- Costales, J. (2013). *Web 2.0 y medios de comunicación en Ecuador*. Recuperado el 23 de julio de 2014, de Ciespal: <http://www.ciespal.net/>
- Diario de Mercadeo. (30 de Julio de 2013). *Adultos mayores, un target que sí se conecta a internet*. Obtenido de Informercadeo: <http://infomercadeo.com/2013/07/30/adultos-mayores-un-target-que-si-se-conecta-a-internet/>
- Duarte, V., & Gamboa, A. (2013). *Impacto de las Redes Sociales en la Actualidad*. Bucaramanga: FITEC.
- Elias, A. (2013). *La comunicación en una empresa*. Obtenido de Crece negocios: <http://www.crecenegocios.com/la-comunicacion-en-una-empresa/>
- Eset Latinoamérica. (2011). *Guía de Seguridad en Redes Sociales*. Buenos Aires: Eset.
- Espinosa, C. (2014). *Cobertura Digital*. Quito.
- Estudios de tecnología y comunicaciones. (2013). *Redes sociales en el mundo*.
- Fall, K., & Stevens, R. (2012). *TCP/IP Illustrated*. New Jersey: Pearson Education.
- Global Web Index. (2015). *WeAreSocial's new Digital, Social and Mobile in 2015 Report*. Obtenido de Global Web Index: <https://www.globalwebindex.net/>
- Hauben, R. (1998). *From the ARPANET to the Internet*.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Equipamiento del Hogar*. Quito: INEC.
- Instituto Nacional de Tecnología de la comunicación. (2010). *Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online*. España.
- Kemp, S. (2015). *Digital, Social & Mobile Worldwide in 2015*. Obtenido de We are social: <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>
- Kowalski, R., & Limber, S. (2012). *Cyberbullying: Bullying in the digital age*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Latitud Web. (2013). *Las TIC*. Obtenido de Servicios Tic: <http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html>
- Leiner, B., & Cerf, V. (1999). *Una breve historia del Internet*. Cuadernos Novática.
- Licklider, J. (1960). Man-Computer Symbiosis. *IRE Transactions on Human Factors in Electronics*, 4-11.
- Mapfre. (2013). *A fondo: Las personas mayores y las redes sociales*. Madrid: Mapfre.
- Marketing Directo. (31 de Enero de 2011). *Breve historia de las redes sociales*. Obtenido de Marketing Directo: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>
- Más adelante. (2014). *¿Qué es un ordenador? - Definición de ordenador*. Obtenido de Más

- adelante: <https://www.masadelante.com/faqs/ordenador>
- ositorio/1000/1170/html/Unidad1/archivos/pdf/unidad1.pdf
- Nieto, A. (Julio de 2014). *Las 30 Redes Sociales más Utilizadas*. Obtenido de Web Empresa 2.0: <http://www.webempresa20.com/blog/las-30-redes-sociales-mas-utilizadas.html>
- Vilte, D., & Saldaño, V. (2010). *Evaluación del uso de redes sociales en la tercera edad*. Neuquén: Universidad Nacional de la Patagonia Austral.
- Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y las Redes Sociales de Internet. (2011). *Las redes sociales en internet*. Madrid: Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
- Ontsi. (2011). *Las redes sociales en internet*. Madrid: Observatorio nacional de telecomunicaciones.
- Parrella, J. (15 de Junio de 2013). *Twitter en Ecuador*. Obtenido de Bureado: <http://bureado.com/2013/06/15/twitter-en-ecuador-junio-2013/>
- Ponce, I. (2012). *El impacto social de las redes sociales*. España.
- Porrúa, M. (2010). *El impacto de las redes sociales*. Dintel.
- Puro Marketing. (2011). *Las redes sociales alcanzan al 95,7% del total de usuarios de internet en España*. Obtenido de Puro Marketing: <http://www.puromarketing.com/16/9771/redes-sociales-alcanzan-total-usuarios-internet.html>
- Ramón, J., Matínez, Á., & Ortega, L. (2001). *Las ciencias sociales en Internet*. Mérida: Rejas.
- Ranking Alexa. (2015). *Uso de Redes Sociales en Ecuador*. Obtenido de Alexa: <http://www.alexa.com/>
- Rivero, M. (1 de Noviembre de 2013). *Virus en Internet*. Obtenido de InfoSpywere: <https://www.infospynware.com/articulos/que-son-los-malwares/>
- Schwartzman, E. (25 de Marzo de 2015). *Redes sociales en América Latina y Caribe en el sector privado*. Obtenido de Blog Post: <http://blogs.iadb.org/sectorprivado/2015/03/25/redes-sociales-en-america-latina-y-el-caribe-del-sector-privado/>
- Tanenbaum, A. (1996). *Computer Networks*. Boston: Prentice Hall.
- The Interactive Advertising Bureau. (2013). *Estudio anual Redes Sociales*. Madrid: IAB.
- Universidad Nacional de Tres Febrero. (2013). *Teoría de la comunicación*. Obtenido de Untref Virtual: <http://loginbp.untrefvirtual.edu.ar/archivos/rep>