



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA



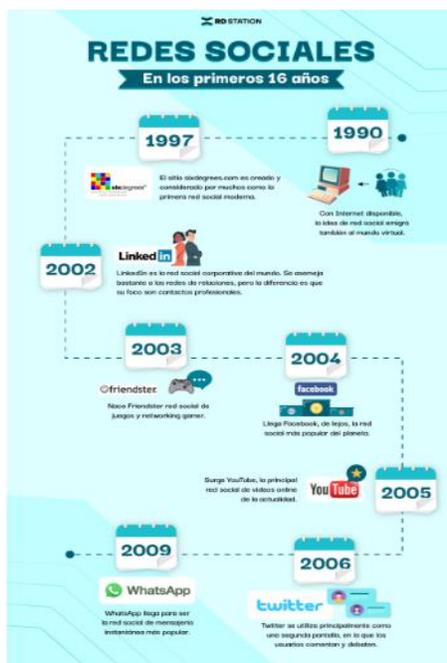
Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975

DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	<ul style="list-style-type: none"> DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales 			
NOMBRE		FECHA		

EXPLORACION DEL CONOCIMIENTO https://www.youtube.com/watch?v=gO7gaol8J18&ab_channel=Psic.AlfredoRuizFuentes

APROPIACION DEL CONOCIMIENTO

LAS REDES SOCIALES



Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. **¿Qué son las redes sociales?**

Las redes sociales, en el mundo virtual, **son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos** – como el profesional, de relación, entre otros – pero siempre **permitiendo el intercambio de información** entre personas y/o empresas.

Cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como **Facebook, Twitter y LinkedIn** o aplicaciones como **TikTok e Instagram**, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, **el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos**, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX.

En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA

Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975



DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	<ul style="list-style-type: none"> DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales 			
NOMBRE		FECHA		

Fue en la década de 1990, con internet disponible, que la idea de red social emigró también al mundo virtual. El sitio SixDegrees.com, creado en 1997, es considerado por muchos como la primera red social moderna, ya que permitía a los usuarios tener un perfil y agregar a otros participantes en un formato parecido a lo que conocemos hoy. El sitio pionero, que en su auge llegó a tener 3,5 millones de miembros, se cerró en 2001, pero ya no era el único.

A principios del milenio, empezaron a surgir páginas dirigidas a la interacción entre usuarios: Friendster, MySpace, Orkut y hi5 son algunos ejemplos de sitios ilustres en el período. Muchas de las **redes sociales más populares hoy en día también surgieron en esa época**, como LinkedIn y Facebook.

Pocas personas imaginaban que las redes sociales tendrían un impacto tan grande como lo poseen hoy. Pero el deseo de conectarse con otras personas desde cualquier lugar del mundo ha hecho que las personas y las organizaciones estén cada vez más inmersas en las **redes sociales**.

No en vano, una encuesta de Statista en español asegura que la expansión de las redes sociales no tiene pausa y que según las últimas previsiones hechas en social media, hay un crecimiento continuo de su uso y el número de usuarios mensuales activos para el 2023 estará **por encima de los 3.50 millones de personas**. A demás, para el mismo año, se prevee un aproximando de 82% de internautas usuarios de social media en el planeta.

❖ Redes sociales y Social Media

Muchas personas creen que las redes sociales y social media son lo mismo y que los términos se pueden utilizar como sinónimos, pero no es cierto. **Social media es el uso de tecnologías para hacer interactivo el diálogo entre personas**, mientras que **red social es una estructura social formada por personas que comparten intereses similares**, como ya detallamos en el ítem anterior.

El principal propósito de las **redes sociales** es el de conectar personas. Completas tu perfil en canales de social media e interactúas con las personas con base en los detalles que leen sobre ti. Se puede decir que las redes sociales son una categoría de social media.

Social media, a su vez, es un término amplio, que abarca diferentes medios, como videos, blogs y las ya mencionadas redes sociales. Para entender el concepto, se puede mirar lo que comprendíamos como medios antes de la existencia de Internet: radio, TV, periódicos, revistas. Cuando los medios de comunicación estuvieron disponibles en Internet, dejaron de ser estáticos, pasando a ofrecer la posibilidad de interactuar con otras personas.

En el corazón de social media están las relaciones, que son comunes en las redes sociales, por lo que puede generar confusión. Social media son lugares en los que se puede transmitir información a otras personas.

Otra manera de diferenciarlas es pensar que social media ayuda a las personas a unirse a través de la tecnología mientras las redes sociales mejoran esa conexión, ya que las personas sólo se interconectan en redes porque tienen intereses comunes.

❖ Ventajas de las redes Sociales

El uso de redes sociales ha sido absorbido por personas en todo el mundo y hoy ya es parte de la rutina. Esto hizo de esos espacios un lugar donde las marcas y empresas también quisieran estar para interactuar con sus prospectos y clientes, trayendo posibilidades muy positivas, como:

- **Compartir la visión de la empresa:** las redes sociales son una especie de escaparate de su empresa; en ellas podrás mostrar la visión del negocio, en lo que cree;
- **La personalización del mensaje y la interacción directa con el cliente:** en las redes sociales, es posible tener una relación mucho más personalizada y directa con cada cliente o posible cliente, ya que puedes entrar en contacto con cada uno, ya sea para resolver problemas o para descubrir nuevas informaciones;
- **Posibilidad de segmentación del público:** al publicar en redes sociales, es posible segmentar tus posts de acuerdo con las características de la audiencia, dirigiendo tus esfuerzos hacia aquellos rangos del público que poseen más afinidad con tu solución;



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA

Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975



DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	<ul style="list-style-type: none"> DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales 			
NOMBRE		FECHA		

- **Poder saber más sobre cada uno de tus clientes:** las personas comparten sus gustos, deseos y otras informaciones que pueden ser valiosas para las empresas a la hora de acercarse a su público objetivo. Mantente atento a lo que es relevante para tu audiencia para conectarse mejor a ella;

❖ Desventajas de las redes sociales

Si bien existe una conciencia de que las redes sociales han traído a nuestras vidas diferentes maneras de interacción y conexión con personas o mercados afines, no se puede desconocer que estas tienen retos y riesgos.

Conforme se mantiene su uso, aparecen más plataformas sociales y las decisiones de compra de productos o servicios se intensifican, estas tienen un peso importante en la personalidad de los usuarios y en su comportamiento cotidiano. Revisemos algunas de las desventajas de las redes sociales (que a nuestro juicio) impactan en los públicos.

1. Menos contacto cercano, más percepción digital.

¿A quién no le pasa que está en medio de una reunión social y pierde rápido contacto con quien está conversando? Es muy común ver que en medio de una conversación o almuerzo familiar que la cercanía y plática es mínima.

A cambio de esto, priorizamos el tiempo de permanencia en el teléfono para recrear una percepción de nuestros amigos o conocidos y concluir su estilo de vida, que es parcial o de banal.

Tener una relación estable se convirtió en un desafío. Muchas discusiones o rupturas se dan porque no viste "like", porque no bloqueaste o porque enviaste un emoji o "me encanta" a quien no debías.

2. Crisis y riesgos de imagen personal o profesional.

Según el Observatorio de RRHH, con ubicación en Chile, se estima que el "50% de los reclutadores consulta el perfil de Instagram de un candidato antes de contratarlo". Además, 1 de cada 5 empresas reconoce haber descartado alguna vez a un candidato por su actividad en las redes sociales.

Si bien las redes sociales no nacieron como una solución para tener una revisión de perfiles profesionales o comerciales, la privacidad de comunicar lo que opinas y la toma de decisiones con base en tu comportamiento digital, tienen una gran influencia para determinar tu participación activa en la empresa.

Esta desventaja tiene sus matices grises. Es claro que salva a la empresa de cualquier malestar corporativo, pero también mitiga la capacidad de libertad de expresión en sus empleados.

3. Ansiedad y desequilibrio emocional

¿Sabías que TikTok se abre ocho veces por día en promedio y los jóvenes están más de tres horas al día conectados? Según Ismael El-Qudsi, CEO en SocialPubli.com, plataforma que conecta a las marcas con influencers, las redes sociales estimulan en nuestro cerebro la dopamina, sustancia que nos hace ser felices, y como consecuencia generan dependencia.

Según documentación, se ha determinado que el cerebro huye del dolor y busca el placer. Placer que encuentra en una foto "perfecta" tras horas de retoque gracias a funcionalidades de filtros como los que hay en Instagram.

Parece ser que en las redes sociales lo que menos importa es la verdad y se prevalece la apariencia. En la rama de la psicología se determina como "deseabilidad social", es decir, la tendencia a comportarnos de acuerdo con determinados patrones sociales que creemos son los correctos.

4. Inseguridad y ciberdelincuencia

Entre tanta información que consumimos, perdemos de vista lo real, activamos nuestra versión emocional y terminamos siendo ingenuos ante cientos de publicaciones que solo buscan sacar provecho o crear "fake news".

Desde sabotaje o piratería informática, pasando por robo de identidad y aumento del ciberacoso a jóvenes o niños, las redes sociales son plaza pública de fragilidad y carta abierta para hacer crímenes tan delicados como grooming o sexting.

VIVENCIANDO VALORES CONSTRUYENDO CALIDAD
Calle 12 # 14-12 Barrio Toledo Plata - Teléfono: 5 875244 - Cúcuta



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA

Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975



DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	<ul style="list-style-type: none"> DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales 			
NOMBRE		FECHA		

❖ Otros puntos destacados

- **Posibilidad de vender por estos canales:** de la misma forma que es posible relacionarse con el público a través de redes sociales, es también posible utilizarlas para vender tus productos o servicios, principalmente si aborδας aquella audiencia que ya tiene una relación contigo y ya se muestra madura para la compra;
- **Crear un entorno controlado por la marca:** independientemente de quién es tu público, este va a estar en alguna red social.
- **Posibilidad de divulgación para empresas con bajo presupuesto:** a diferencia de los medios tradicionales, anunciar en las redes sociales tiene un costo más bajo, además de la ventaja de que en la web es mucho más fácil medir los resultados;
- **Información al instante:** las redes sociales permiten comunicar mensajes urgentes de la marca en un canal oficial. Esto es muy importante en el caso de la gestión de una crisis, por ejemplo, en el que es necesario que la marca se posicione rápidamente, evitando así que tome mayores proporciones.

Cuáles son los tipos de redes sociales

Puedes pensar que las redes sociales son todas iguales, pero no es así. De hecho, por lo general **se dividen en diferentes tipos, de acuerdo con el objetivo de los usuarios** al crear un perfil. Y una misma red social puede ser de más de un tipo. La clasificación más común es:

❖ Red social de relaciones

Puedes estar pensando: «¿Pero el propósito de las redes sociales no es justamente relacionarse?». De hecho, ese es el objetivo de la mayoría de ellas, pero hay algunas que están especialmente enfocadas en eso.

El **caso más conocido es Facebook, cuyo propósito, al menos en su concepción, era el de conectar personas**. Pero podemos citar innumerables otras redes, que también encajan en los otros tipos, como Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.

❖ Red social de entretenimiento

Las redes sociales de entretenimiento **son aquellas en las que el objetivo principal no es relacionarse** con las personas, sino **consumir contenido**.

El ejemplo más icónico es **YouTube**, la mayor plataforma de distribución de videos del mundo, en la que el objetivo es publicar y ver videos. Otro caso es el de **Pinterest**, en el que las personas publican y consumen imágenes.

Y el más reciente, **TikTok**. A través de micro videos o videos muy cortos, esta red de origen oriental (China), ha reinventado la forma en que se produce y consume contenido.

❖ Red social profesional

Son aquellas en que los usuarios **tienen como objetivo crear relaciones profesionales** con otros usuarios, divulgar proyectos y conquistas profesionales, presentar su currículum y habilidades, además de conseguir indicaciones, empleos, etc.

LinkedIn es la red social profesional más conocida y utilizada, pero hay otras que también vienen conquistando espacio, como **Bebee, Bayt, Xing y Viadeo**. Adicionalmente, otras redes que no son exclusivamente profesionales también se han utilizado para este fin, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y Pinterest.

❖ Red social de nicho

Las redes sociales de nicho son aquellas dirigidas a un público específico, ya sea una categoría profesional o personas que tienen un interés específico en común.

VIVENCIANDO VALORES CONSTRUYENDO CALIDAD
Calle 12 # 14-12 Barrio Toledo Plata - Teléfono: 5 875244 - Cúcuta



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA

Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975



DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	<ul style="list-style-type: none"> DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales 			
NOMBRE		FECHA		

Uno de los casos más emblemáticos es el de **TripAdvisor**, donde los usuarios atribuyen notas y comentarios a atracciones relacionadas con el sector gastronómico y turístico.

Otros casos son DeviantArt o Behance, comunidades en la que artistas visuales promueven sus trabajos.

Existe también Goodreads, una red social para lectores, que pueden hacer reseñas de libros y recomendarlos.

Estos son solo algunos de los ejemplos más populares de redes sociales de nicho. El campo es bastante amplio

Las redes sociales más usadas en Latinoamérica

De acuerdo con la investigación de **We Are Social y Hootsuite** al 2022, **Facebook** lidera la lista con el mayor número de usuarios activos en el mundo (**2.910 millones de usuarios**). Enseguida YouTube en el segundo lugar (**2.562 millones de usuarios**) y WhatsApp, que aunque hoy aún no es considerada una red social, se lleva **2.000 millones de usuarios**.

Pero, de acuerdo con el top mundial, ¿qué está pasando en nuestra región?

Statista señala que entre los países con mayor porcentaje de usuarios en las redes sociales se mantiene Brasil, **México** y Argentina. Luego se suma **Colombia**, Chile, Uruguay y Perú. Chile, por ejemplo, **consolida el 83,5%** de sus habitantes, Uruguay por su parte el **83,3%** de la población.

Y si pasamos a las redes sociales más populares, en México por ejemplo, Facebook y WhatsApp son las redes con mayores porcentajes de usuarios, puesto que el 95% de los encuestados afirmó estar suscrito a estas plataformas.

❖ FACEBOOK

FACEBOOK: es, de lejos, la red social más popular del planeta. ¿Quién nunca oyó la broma, principalmente para las relaciones, de «si no está en Facebook es porque no es oficial»? Esta es la red social más versátil y completa. Un lugar para generar negocios, conocer gente, relacionarse con amigos, informarse, divertirse, debatir, entre otras cosas. Para las empresas, es prácticamente imposible no contar con Facebook como aliado en una estrategia de

MARKETING DIGITAL: ya sea para generar negocios, atraer tráfico o relacionarse con los clientes.

- Año de fundación: 2004
- Usuarios en el mundo: 2.910 millones

❖ INSTAGRAM

INSTAGRAM: fue una de las primeras redes sociales exclusivas para acceso móvil. Es cierto que actualmente es posible ver las actualizaciones en desktop, pero el producto está destinado para ser usado en el celular.

Es una red social de compartir fotos y videos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros.

Originalmente, una peculiaridad de Instagram era la limitación de fotos a un formato cuadrado, imitando las fotografías vintage, como las de cámaras Polaroid.

En 2012, la aplicación fue adquirida por Facebook por nada menos que mil millones de dólares. Desde su adquisición, la red social ha cambiado bastante y hoy es posible publicar fotos en diferentes proporciones, videos, Stories, boomerangs y otros formatos de publicación.

Año de fundación: 2010

Usuarios en el mundo: 1.478 millones

❖ LINKEDIN

VIVENCIANDO VALORES CONSTRUYENDO CALIDAD
Calle 12 # 14-12 Barrio Toledo Plata - Teléfono: 5 875244 - Cúcuta



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA



Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975

DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	<ul style="list-style-type: none"> DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales 			
NOMBRE		FECHA		

LinkedIn es la mayor red social corporativa del mundo. Se asemeja bastante a las redes de relaciones, pero la diferencia es que su foco son contactos profesionales — es decir, en lugar de amigos, tenemos conexiones, y en lugar de páginas, tenemos empresas. Es utilizado por muchas empresas para reclutamiento de profesionales, para el intercambio de experiencias profesionales en comunidades y otras actividades relacionadas al mundo corporativo.

- Año de fundación: 2002
- Usuarios en Latinoamérica: + de 66 millones

❖ TWITTER

Es cierto que **Twitter** alcanzó su auge a mediados de 2009 y, desde entonces, está disminuyendo, lo que no quiere decir que todos los públicos dejaron de usar la red social. **No es casualidad que la mayoría de los «memes» que explotan en internet generalmente empiezan en 140 caracteres — actualmente ampliado a 280.**

Hoy, Twitter se utiliza principalmente como una segunda pantalla, en la que los usuarios comentan y debaten lo que están viendo en la televisión, publicando comentarios sobre noticias, *reality shows*, juegos de fútbol y otros programas.

- Año de fundación: 2006
- Usuarios en el mundo: 436 millones

❖ WHATSAPP

WHATSAPP : es la red social de mensajería instantánea más popular. Prácticamente toda la población que tiene un smartphone tiene también el WhatsApp instalado.

En 2017, también **entró en la moda de los Stories e implementó la funcionalidad, que fue bautizada como «Mi estado».**

- Año de fundación: 2009
- Usuarios en el mundo: 2.000 millones

❖ FACEBOOK MESSSENGER

❖ **MESSENGER** es la herramienta de mensajería instantánea de Facebook. **Fue incorporada a Facebook en 2011 y separada de la plataforma en 2016.**

Con la «separación», la descarga de la aplicación Messenger se ha vuelto prácticamente obligatoria para usuarios de la red social vía smartphones, ya que ya no es posible responder mensajes por la aplicación de Facebook.

Además de una aplicación de mensajería, Messenger también tiene una función «Stories» exclusiva. Para las empresas, tiene algunas características interesantes, como bots y respuestas inteligentes.

- Año de fundación: 2011
- Usuarios en el mundo: 988 millones

❖ **YOUTUBE** es la principal red social de videos online de la actualidad, con más de 2.000 millones de usuarios activos en el mundo y más de 500 millones de vídeos visualizados diariamente.

Fue fundado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. El éxito rotundo hizo que la plataforma fuera adquirida por Google al año siguiente, en 2006, por 165 mil millones de dólares.

- Año de fundación: 2005
- Usuarios en el mundo: 2.562 millones

VIVENCIANDO VALORES CONSTRUYENDO CALIDAD
Calle 12 # 14-12 Barrio Toledo Plata - Teléfono: 5 875244 - Cúcuta



INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO TOLEDO PLATA

Creado por Decreto N° 029 de enero 26 de 2005
Aprobado por Resolución n° 003341 de noviembre 17 de 2009
NIT: 807000645-8 DANE 154001008975



DOCENTE	JAVIER BUENAÑO	TECNOLOGIA	GRADO	11
TEMA	LAS REDES SOCIALES		TRIMESTRE	3
DBA Y/O DESEMPEÑOS	• DBA: Determinar las ventajas y desventajas que nos ofrecen las redes sociales			
NOMBRE		FECHA		

- ❖ **SNAPCHAT** es una aplicación para compartir fotos, vídeos y texto para dispositivos móviles. **Se consideró el símbolo de la posmodernidad por su propuesta de contenidos efímeros conocidos como snaps**, que son eliminados unas pocas horas después de la publicación y sólo podrían ser visualizados por los usuarios por el tiempo determinado por el autor. La red **lanzó el concepto de «stories»** – despertando el interés de Mark Zuckerberg, CEO de Facebook, que varias veces intentó adquirir la empresa, pero no obtuvo éxito. Así, el CEO lanzó la funcionalidad en las redes que ya habían sido absorbidas, creando los competidores WhatsApp Status, Facebook Stories e Instagram Stories. A pesar de no ser una red social de nicho, tiene un público bien específico formado por adolescentes hiperconectados.
 - Año de fundación: 2011
 - Usuarios en el mundo: 557 millones
- ❖ **GOOGLE** La red social de Google acabó no popularizándose como era planeado. Por la propuesta que tiene, acabó compitiendo directamente a Facebook. Es difícil encontrar una empresa que tenga más posicionamiento o que genere más tráfico a partir del [Google+](#) que de Facebook, por ejemplo. En los últimos años, ha estado tratando de reinventarse para conquistar más usuarios, haciendo una serie de actualizaciones. La última fue en enero de 2017.
 - Año de fundación: 2011
 - Usuarios en el mundo: 300 millones
- ❖ **PINTEREST** : es una red social de fotos que trae el concepto de «mural de referencias». Ahí es posible crear carpetas para guardar tus inspiraciones y subir imágenes, así como colocar links hacia URL externas. Los temas más populares son moda, maquillaje, bodas, gastronomía y arquitectura, también como hazlo tú mismo, gadgets, viajes y design. Su público es mayoritariamente femenino en todo el mundo. Año de fundación: 2010
Usuarios en el mundo: 444 millones

Exploración del conocimiento

1. Define con sus palabras **REDES SOCIALES?**
2. Describa las diferencias entre **redes sociales y social media**
3. Describa las **ventajas de las redes sociales**
4. Describa las **desventajas de las redes sociales**
5. Describa los tipos de **redes sociales**. Enuncie ejemplo
6. Investigar y elaborar una presentación en Power Point sobre la influencia de las **redes sociales en los niños, niñas y jóvenes adolescentes**

<https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/#linkedin>

FUENTE BIBLIOGRAFICA APRENDIENDO TECNOLOGÍA CON LUIS AMAYA.

<https://sites.google.com/site/luisamayateacher/>