



**Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Sociales
Posgrado Instituto de Investigación Posgrado e
Interacción Social en Comunicación IpiCOM**



Monografía

Antropología de las Redes Sociales

Autora: Claudia Stefania Gutiérrez Mejía

LA PAZ - BOLIVIA

2022

La pregunta central que ayudó al desarrollo del presente trabajo es: ¿Por qué las redes sociales se volvieron tan indispensables en nuestro diario vivir y cuál es su correcto uso para estas plataformas?

Los objetivos que se plantearon para contestar la pregunta fueron:

Objetivo General

Establecer las ventajas y desventajas que las redes sociales presentan dentro del entorno social y que acciones se deberían tomar para su buen manejo.

Objetivos Específicos

- Definir qué son las redes sociales
- Señalar los tipos de redes sociales que existen y conocer las ventajas y desventajas que estas presentan.
- Identificar por qué estas plataformas hoy en día se volvieron indispensables para las personas.
- Informar sobre el correcto uso de las redes sociales y sus herramientas.

La estructura que conforma la presente monografía se dividirá de la siguiente manera.

- El primer capítulo dará a conocer la evolución, definición, las ventajas y desventajas que las redes sociales presentan, junto a los tipos de redes sociales que hay.
- En el segundo capítulo se expondrá las redes sociales más utilizadas en Bolivia y cuál es el contenido que mayormente se comparte por estas plataformas.
- En el tercer capítulo se afirmará porque las redes sociales se volvieron indispensables para las personas, y a su vez se informará del correcto uso de las redes sociales y las herramientas que tiene cada una

Índice

Introducción	1
1. Redes Sociales	2
1.1. Evolución de la Red Social	2
1.2. ¿Qué son las Redes Sociales?	3
1.3. Tipos de redes sociales.....	5
1.4. Consecuencias, ventajas y desventajas de las redes sociales	6
2. Redes Sociales en Bolivia.....	7
2.1. Redes sociales más utilizadas en Bolivia 2022	7
2.1.1. Facebook en Bolivia 2022.....	11
2.1.2. Instagram en Bolivia 2022	11
2.1.3. LinkedIn en Bolivia 2022.....	12
2.1.4. Twitter en Bolivia 2022	12
2.2. Crecimiento de usuarios en Bolivia 2022	12
3. Manejo de las Redes Sociales.....	13
3.1. Uso de las redes sociales.....	13
Conclusiones	17
Bibliografía	19
Web Grafías.....	20
Anexos.....	21

Introducción

En los últimos tiempos las redes sociales se convirtieron en un factor muy importante en nuestro diario vivir, en estas plataformas se fueron creando grupos o comunidades digitales que tienen los mismos intereses ya sea en lo político, cultural, profesional, hobbies o la compra y venta de diferentes artículos.

Las redes sociales en Bolivia fueron creciendo, según el blog publicado el enero del 2022 de la agencia de marketing digital, actualmente con una población de 11.7 millones de habitantes aproximadamente, solo 8.20 millones de personas son usuarios activos en redes sociales las principales son Facebook, WhatsApp, Youtube, Twitter, Instagram, Telegram, Snapchat y Skype.

Si bien esta incursión en las redes sociales se cuantificó en los últimos años esto implicó grandes avances en diferentes áreas para lograr un mayor acercamiento entre las personas y que la comunicación sea más lineal y directa.

Las empresas e instituciones empezaron a darle una mayor atención a estas plataformas, usándolas como parte de su comunicación para llegar a sus públicos internos y externos, a medida que estas plataformas van evolucionando y creciendo tuvieron que ver la manera de actualizar la forma de transmisión de información, viendo como una parte estratégica la utilización de las redes sociales, ya que a través de estas se puede tener una llegada más rápida y directa hacia los públicos objetivos, también de igual manera la publicidad se puede direccionar y filtrar según intereses, edades, pensamientos, etc.

En este sentido las nuevas tecnologías junto con las redes sociales se posicionan en un lugar donde el uso de las mismas ahora es necesario para poder interactuar con sus públicos y tener una mayor respuesta de ellos acerca de los servicios o productos que las empresas o instituciones ofertan, también estas plataformas sirven de retroalimentación para las compañías y así mejorar sus productos o servicios.

Esta monografía describe los factores principales del uso de las redes sociales en Bolivia, también se ve el impacto que llegan a tener dentro de las organizaciones y cómo influyen en distintas situaciones coyunturales que se van generando en la vida diaria también pretende reflexionar sobre el uso adecuado de la información que se genera en las distintas plataformas.

1. Redes Sociales

Las redes sociales son medios digitales que tomaron un gran protagonismo en los últimos tiempos, se convirtieron en un medio de difusión donde los usuarios pueden intercambiar información. En este sentido primero se dará a conocer las definiciones, las consecuencias ventajas y desventajas que las redes sociales presentan.

1.1. Evolución de la Red Social

Para poder hablar de antropología de las redes sociales tenemos que retroceder en el tiempo y ver en qué momento es que surge la palabra red social y como fue evolucionando en el tiempo.

Clyde Mitchell (1969) recopila y sistematiza diferentes conceptos de las redes sociales planteados por distintos autores donde se puede evidenciar la transformación y modernización que se generaba en las sociedades desde cambios culturales y políticos. John A. Barnes (1954), fue el antropólogo que incorporó la expresión y la perspectiva de “red social” a través de su estudio realizado en una isla al oeste de Noruega, para entender el comportamiento social. De igual manera la antropóloga Elisabeth Boott estudia la vinculación de roles y la variación directa con la red social de la familia, sus trabajos son de los más notables desde la perspectiva de las redes sociales. Adrian Mayer (1966), utilizó la idea de red social de manera diferente, donde la elección de un candidato fue influenciado por un extenso potencial de simpatizantes.

A lo largo del tiempo se puede ver cómo las sociedades se comportan, cada autor desde su punto de análisis ven distintas perspectivas de las redes sociales, y cómo estas fueron evolucionando y transformándose hasta llegar a la era tecnológica.

Para Hugo Brunnetta (2013) la web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas en el usuario final. Antes la web 1.0 era el comercio, mientras que la web 2.0 es la gente.

“La web 2.0 o el blog 2.0 es sólo el espacio de Internet en el que se otorga una especial importancia a lo social. Destacamos el aumento de valor a través de la interacción de los individuos que los visitan y comentan, y en definitiva, colaboran poco a poco en generar una transformación total de la antigua forma en la que entendíamos el periodismo o la comunicación misma”. Caldevilla, 2010

Con las nuevas tecnologías puestas en el mercado las conexiones que se busca tener con el público externo, ahora no solo están pensadas en resolver una necesidad si no que ahora se busca el conectar con las personas, la manera de comunicarnos fue evolucionando y la sociedad fue adaptándose a este cambio.

Para Denis de Moroës (2011) la digitalización permitió el crecimiento exponencial de la oferta de canales, productos, servicios y contenidos, ampliando los patrones de acumulación de capital, medios y tecnologías, esto permitió que se incrementaran el nivel de usuarios en distintas plataformas, al igual que las marcas, inversores, sponsors y capitales publicitarios creciera.

Como Moroës menciona, con la incursión de la digitalización el crecimiento de diferentes plataformas fue cambiando y mejorando con los años, la comunicación se hace más fluida y esto permite que los usuarios y las empresas logren tener mayor relación con sus distintos públicos tomando en cuenta las diferentes herramientas digitales que hoy en día existen.

1.2. ¿Qué son las Redes Sociales?

Para conocer el significado de las redes sociales es necesario aclarar que es un concepto polisémico, y es importante conocer las distintas definiciones que se han ido generando durante estos años para comprenderlo y analizarlo desde un punto de vista propio, por tal motivo se procederá a citar a distintos autores que tienen visiones distintas respecto al tema.

“Las redes sociales son la evolución de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano, que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, que se basan en la creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada”. Fonseca (2014)

La llegada de las redes sociales se fue realizando paulatinamente donde las diferentes aplicaciones y plataformas se fueron creando en medida que la tecnología iba avanzando, los medios tradicionales se fueron adaptando a estas dejando a un lado diferentes formas de mandar la información a los públicos.

Según Boyd y Ellison (2008), las redes sociales se definen como un servicio basado en la internet que permite a los usuarios: construir perfiles públicos y semipúblicos dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y también ver y recorrer su lista de conexiones realizadas por otros dentro del sistema, la cual puede variar de un sitio a otro.

De acuerdo a los autores la conexión entre individuos dentro de estas redes permite crear una articulación entre usuarios con los que comparten intereses comunes como amistad, hobbies, ideas políticas o culturales. Se tiene que tomar en cuenta que las redes sociales son una ventana que se abre al ciberespacio para que se nos vea, se nos conozca e identifique dónde se puede delimitar el acceso con la construcción de perfiles ya sean privados, restringidos para una cierta audiencia o abiertos a todo público.

“Los servicios de redes sociales virtuales ofrecen a los amigos un espacio donde pueden mantener sus relaciones, chatear entre ellos y compartir información. Además, ofrecen la oportunidad de construir nuevas relaciones a través de los amigos existentes. En el primer uso del sistema, los usuarios deben enviar un perfil que contenga información personal como su nombre, fecha de nacimiento y una foto. La información personal se pone a disposición de otros usuarios del sistema, y se utiliza para identificar amigos en la red y para agregar a una lista de contactos. En la mayoría de los sistemas, los usuarios no solo pueden ver a sus amigos, sino también amigos de segundo grado (amigos de sus amigos). Algunas redes siguen el enfoque de “solo invitación”. Por lo tanto, cada persona en el sistema está automáticamente conectado al menos con otra persona”. Kolbitsch y Maurer (2006).

Para ambos autores Kolbitsch y Maurer, las redes sociales son un medio virtual que ofrece a los usuarios poder conectarse en un espacio donde puedan crear nuevas relaciones a través de sus conexiones con sus amigos, son lugares donde las personas pueden compartir su información personal y los sistemas crean una red de enlaces para identificar a personas en la misma red que tengan amigos en común.

Gallego (2010), define red social “como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. (...) la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad”

Estas plataformas se fueron convirtiendo en herramientas comunicacionales, son lugares donde los usuarios pueden tener un contacto más directo con sus amigos o con las empresas. Las redes sociales son un lugar diverso donde pueden encontrar grupos en los cuales pueden colaborar, participar y compartir contenido de una forma fácil y rápida.

Para Trejo (2000), "... la sustitución de los espacios convencionales de relación personal y social por los sitios virtuales que creamos en la red de redes, ya no sólo es una hipótesis futurista: forma parte de nuestras realidades contemporáneas".

A partir de lo enunciado por el autor se puede ver cómo las redes sociales van creando vínculos entre usuarios de distintos lugares del mundo, son espacios donde se rompen fronteras que permiten interactuar a las personas sin importar el idioma y el lugar en donde se encuentran.

Bauman (2016) indica que "las redes sociales no enseñan a dialogar porque es tan fácil evitar la controversia... Mucha gente usa las redes sociales no para unir (...) sino para encerrarse en lo que llamó zonas de confort, donde el único sonido que oyen es el eco de su voz".

Con la aparición de estas plataformas digitales se ve un eminente quiebre del mundo real, donde varios usuarios de estas redes sociales utilizan estos medios para poder escapar de su entorno y mostrar una realidad idónea, dentro de las redes sociales se puede encontrar diferentes personas que las ven como un medio de escape y un lugar donde se encuentran seguros.

1.3. Tipos de redes sociales

Existen distintos tipos de redes sociales, cada red social tiene características específicas según para las que fueron creadas. Corbin (s/f) menciona en su artículo que las redes sociales pueden ser categorizadas de diferentes maneras:

- *Redes sociales horizontales* o genéricas: Son redes que no poseen una temática determinada en ellas interactúan todo tipo de individuos y funcionan como medios de comunicación, información o entretenimiento. Estas plataformas son numerosas y populares como Facebook, Twitter, Google, etc.
- *Redes sociales verticales*: Estas redes sociales están relacionadas con intereses específicos en común, son dirigidas a un público específico. Este tipo de Redes sociales tienen una temática ya determinada.

Se puede decir que las redes sociales son medios que están en constante cambio que siempre van adaptándose a las necesidades que se van generando en el entorno. Son espacios que cuentan con diversos fines que están relacionados como ser grupos de interés, relaciones interpersonales, estudio, redes de contacto profesional, grupos de política, música, entretenimiento, deportes y otras.

1.4. Consecuencias, ventajas y desventajas de las redes sociales

Entre las consecuencias que traen consigo las redes sociales podemos encontrar un “uso inadecuado o excesivo de las mismas, aleja a las personas aunque las una; y uno de los grandes problemas (de las redes) es el aislamiento social” Ruz (2013).

Ruz parte de la idea que la manera de interactuar y comunicarse fue cambiando con el tiempo, donde las personas están más inmersas en las plataformas digitales que en el contacto personal, las redes sociales en vez de acercar a los usuarios las aleja por las distracciones que generan en diferentes entornos como escolares, laborales y espacios de integración.

También dentro de las redes sociales se encuentran varias ventajas y desventajas que son necesarias conocerlas para saber y conocer el comportamiento de los usuarios.

Caldevilla Domínguez (2010) plantea una lista de ventajas y desventajas que existen al usar las redes sociales que son las siguientes:

Ventajas

- Transforman la manera de realizar mercadotecnia
- Se modifica la manera de realizar la redacción y periodismo clásico permitiendo información de manera inmediata.
- Se puede conocer gente que comparte nuestros intereses, colaborar con ellos y compartir información
- Permite aprender y mejorar idiomas de forma gratuita.
- Opción de incrustar todo tipo de contenidos.
- La tecnología ha avanzado precisamente por redes sociales
- Han surgido grupos de cooperación y manifestaciones a nivel mundial.
- Las redes sociales son una plataforma idílica para el ocio. Posibilitan desarrollar aficiones y formar parte de diversas comunidades. Permiten acudir a eventos y participar en actos y conferencias.
- Interactividad. Permite una retroalimentación informativa casi instantánea.

Las redes sociales son plataformas que funcionan en tiempo real, donde los usuarios pueden interactuar de una manera inmediata, con la llegada de estas se rompieron barreras culturales, se acortan distancias y son redes masivas.

Desventajas

- Dispersión de la atención. Los usuarios pueden tener abierta la página en el navegador y estar haciendo más cosas a la vez o tener varias conversaciones simultáneas.
- Reducción de la productividad.
- Suplantación de la identidad.
- Expropiación de material colgado por la falta de seguridad o de privacidad de los usuarios.
- Individualismo. Posible tendencia al aislacionismo real frente a la sociabilidad en la red.
- Adicción a las redes sociales y búsqueda infinita de contactos.
- Laxitud del lenguaje. ¿Decadencia o evolución?
- Socialización también de grupos y personas con intenciones delictivas, chantajistas, extorsionadoras o terroristas. Surgen nuevos delitos informáticos y nuevas formas de asociación.

Para el autor Caldevilla Domínguez (2010), esta nueva forma de comunicación trae consigo distintas desventajas que los usuarios tienen que aprender a identificar, Al no conocer el correcto uso de las redes sociales los usuarios pueden ser expuestos a diferentes crímenes que podrían afectar en su vida diaria, hoy en día se ve casos más seguidos de robo de información, extorsiones, suplantación de identidad y acoso, estos casos a veces son realizados de perfiles falsos ya que la creación de los mismos se realizan de una forma rápida y sin comprobación de información verídica.

2. Redes Sociales en Bolivia

En este segundo capítulo de la monografía se analizara cuáles son las redes mayormente utilizadas en Bolivia y cuál es el tipo de contenido que se generan en esas plataformas.

2.1. Redes sociales más utilizadas en Bolivia 2022

Los medios digitales en los últimos años se fueron consolidando fundamentales de la comunicación y el intercambio de la información. Las Redes sociales se consolidaron en Bolivia como parte de la nueva cultura digital, según Forbes Bolivia.

El informe mundial digital 2022, elaborado por Data Reportal, señala que en febrero, Bolivia cuenta con una población de 11.9 millones de habitantes evidenciado un crecimiento del 1.4% a comparación del 2021. A principios del 2022, en Bolivia había 6.57 millones de usuarios de internet situando el 55.1% de la población total identificando un crecimiento de 1.4% entre el 2021 y el 2022.

Hasta febrero de 2022 se registró 8.45 millones de usuarios activos en redes sociales, es decir un 70.8% de la población total, entre el año 2021 a enero 2022 se proyectó un crecimiento en un 3%. Datos de GSMA Intelligence muestran que había 13.35 millones de conexiones móviles en Bolivia a principios de 2022 presentando un incremento del 4.7% entre el año pasado.



Fuente: Global Digital 2021 -2022 We Are Social y Hootsuite- Sprout Social- Statista

Entre las principales redes sociales más utilizadas entre los bolivianos están:

- Facebook cuenta con 7.70 millones de usuarios en el país. De este público, 47.4% son mujeres y 52.6% hombres. El 98.8% de este público utiliza Facebook desde su teléfono móvil, solo un 1.2% desde su laptop o computadora y un 17% accede a Facebook desde el celular y la computadora a la vez.
- Whatsapp es una aplicación de mensajería instantánea y cuenta con el 91% de la población boliviana.
- YouTube se encuentra en el tercer puesto con el 40% de la población.

- Twitter con 318 mil usuarios que representa el 17%, donde el 34.6% es mujer y 65.4% es hombre.
- Instagram con 1.5 millones de usuarios, donde el 53% del público es mujer y 47% es hombre.
- LinkedIn cuenta con 1.10 millones de bolivianos en la plataforma. De estos usuarios, 38.8% son mujeres y 61.5% son hombres.
- Telegram es utilizado por el 8% de la población, seguido por Snapchat con el 6% y cerrando con Skype con el 4%.
- TikTok, según el estudio, en el informe mundial, señala que no se puede extraer datos de los usuarios de esta red por sus restricciones.

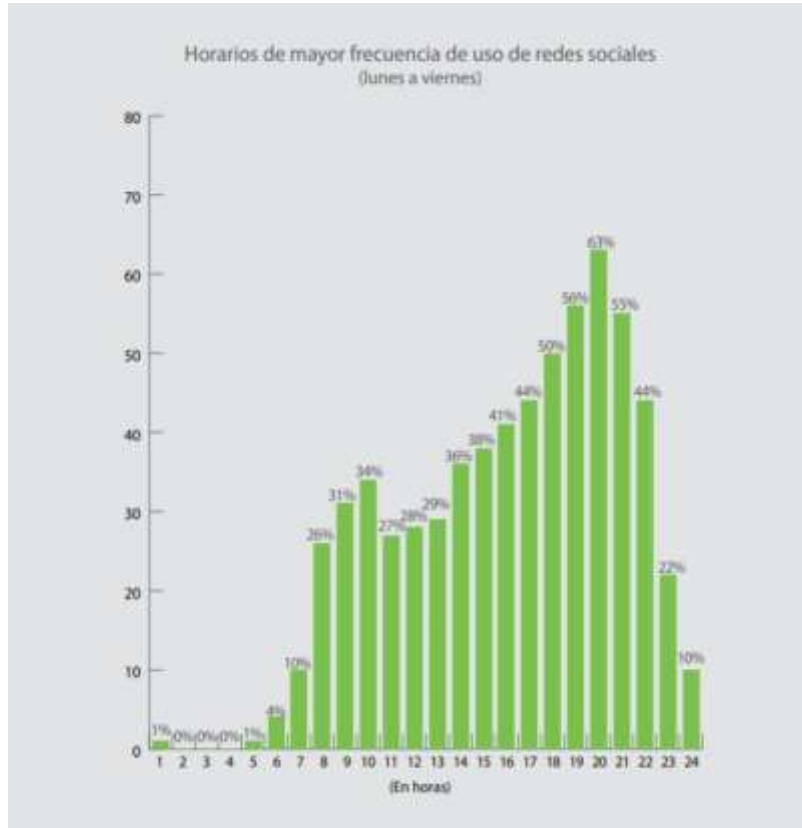
Como se mencionó en el artículo publicado por el portal la Brújula Digital 2020, “el acápite sobre qué hacen los bolivianos en Internet, particularmente a la hora de hacer búsquedas en Google o en YouTube. No es de sorprenderse, pero la tendencia es el ocio”.

El Informe Mundial Digital 2020, elaborado por Data Reportal, señala que en marzo, “producto de la cuarentena que hubo en distintos países, el número de usuarios en redes sociales se disparó, sobre todo en personas entre los 16 y 24 años de edad”. En Bolivia este grupo es el que más ha estado utilizando el internet para la educación virtual.

Red plan 2021, a través de su artículo publicado, evidencio las actividades más frecuentes que los usuarios bolivianos realizan en las diferentes redes sociales. Con un 97% está el conectarse con amigos y familiares, un 52% está el compartir y ver fotos y vídeos, con un 50% la gente ingresa a las plataformas para informarse, un 45% comparte contenido en las redes sociales, el 39% las utiliza para conocer gente, el 18% de las personas conectadas utiliza estos espacios para informarse de la actividad política, un 9% las utiliza para seguir cuentas o páginas de su interés, el 6% de la población realiza negocios a través de estos medios, el 4% de los usuarios participan en debates y temas de discusión, igualmente un 4% de las personas utilizan estos medios para la compra y venta de productos, un 3% para apoyar a causas sociales y un 1% a otras actividades.

Según el reporte elaborado por We Are Social y Hootsuite, un 62.6% de las conexiones o tráfico en web en Bolivia fue mediante teléfonos móviles, un 35.9% fue por medio de laptops y computadoras de escritorio, un 1.5% fue por tablets y un 0.04% de las conexiones se realizan por otros dispositivos.

La Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación – AGETIC, mostró un estimado de los horarios donde la mayoría de los usuarios bolivianos se conectan más a las redes sociales.



Fuente: AGETIC

La influencia es la acción de influir en una opinión, una decisión o en la manera de pensar de las personas, se puede evidenciar según el informe global de la situación social media de We are Social y Hootsuite, que las influencias dentro de la población boliviana al momento de emitir una opinión dentro de las redes sociales viene en un 77% de los amigos, un 61% de la familia, los compañeros de estudio o trabajo tienen una influencia del 39%, el público en general con un 33%, el gobierno con un 5%, los periodistas del 3% y las organizaciones políticas del 1%.

Como se vio en el primer capítulo, las redes sociales tienden a homogeneizar los pensamientos a partir de códigos que simplifican la comunicación. Se puede ver que la información que se presenta por las redes sociales es cambiante y en los últimos tiempos se fue magnificando donde los usuarios pueden utilizar estas plataformas libremente para expresarse, compartir información o dar su opinión personal.

2.1.1. Facebook en Bolivia 2022

Facebook fue creado en febrero del 2004 por Mark Zuckerberg, es una plataforma en línea a la cual se puede acceder desde cualquier dispositivo que tenga internet. Los usuarios pueden crear perfiles personales, crear grupos de interés y crear páginas de empresas o instituciones para tener un contacto más directo con sus clientes.

En esta plataforma se puede interactuar por mensajes, publicar historias compartir fotos, videos o enlaces con información que re-direccione a una página web o algún número de contacto y se puede recibir notificaciones de la actividad de otros usuarios. Al mismo tiempo la aplicación proporciona la opción de reportar o bloquear a personas o amistades no deseadas.

Según el boletín publicado en la Universidad de San Martín de Porres (año), en la actualidad Facebook, es el portal más representativo y usado a nivel mundial donde se entrelazan distintas redes sociales.

El 98.8% de este público utiliza Facebook desde su teléfono móvil, solo un 1.2% desde su laptop o computadora y un 17% accede a Facebook desde el celular y la computadora a la vez. Según los datos publicados en los recursos de Meta indican que Facebook tenía 7,65 millones de usuarios en Bolivia hasta principios del año 2022, lo que significa que el alcance de los anuncios que se realizan por esta plataforma son equivalentes al 64.7% de la población.; también es necesario destacar que un 86.3% de la audiencia elegible en Bolivia utiliza Facebook.

2.1.2. Instagram en Bolivia 2022

Instagram es una aplicación creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, fue lanzada el 6 de octubre de 2010. Esta red social permite a las personas publicar fotografías, videos, reels, pueden crear historias con una duración de permanencia de 24 horas, permite guardar perfiles, realizar videos en directo y hacer video llamadas, actualmente esta aplicación le pertenece a la compañía Meta.

Según datos de DataReportal en enero de 2020 Instagram era la sexta red social más utilizada a nivel mundial, con alrededor de 1000 millones de usuarios activos mensuales, En Bolivia esta aplicación se encuentra en cuarta posición de las redes más utilizadas con 1.85 millones de usuarios, donde el 53,6% son mujeres y un 46,4% es hombre.

Según las cifras publicadas en las herramientas de Meta, la cifra de alcance de anuncios en Instagram en Bolivia era equivalente al 15,5% de la población total a principios de año, lo que es un 20,9% de la audiencia “elegible.

2.1.3. LinkedIn en Bolivia 2022

LinkedIn es la red profesional más grande del mundo en Internet. Esta web es la que conecta a empresas con empleados, a través de esta red se puede encontrar pasantías, trabajo y fortalecer las relaciones profesionales, también es una plataforma que ofrece cursos tanto virtuales como gratuitos para crecer en las distintas áreas.

Según un artículo de Bolivia Emprende, LinkedIn es una aplicación que abre muchas oportunidades de crecimiento porque hace posible que se puedan generar un ambiente de networking y promocionar el producto o servicio que una empresa ofrece. Además, hace posible que las empresas o emprendimientos encuentren el talento que requieren dentro de sus negocios.

En Bolivia hasta principios de 2022 esta plataforma contaba con 1,20 millones de usuarios donde el 40% son mujeres, mientras que el 60% son hombres, sin embargo las herramientas publicitarias de LinkedIn publican datos de alcance de audiencia basados en el total de personas registradas y no en usuarios activos, Data Reportal menciona que las cifras publicitarias en esta aplicación son el 10,1% de la población boliviana.

2.1.4. Twitter en Bolivia 2022

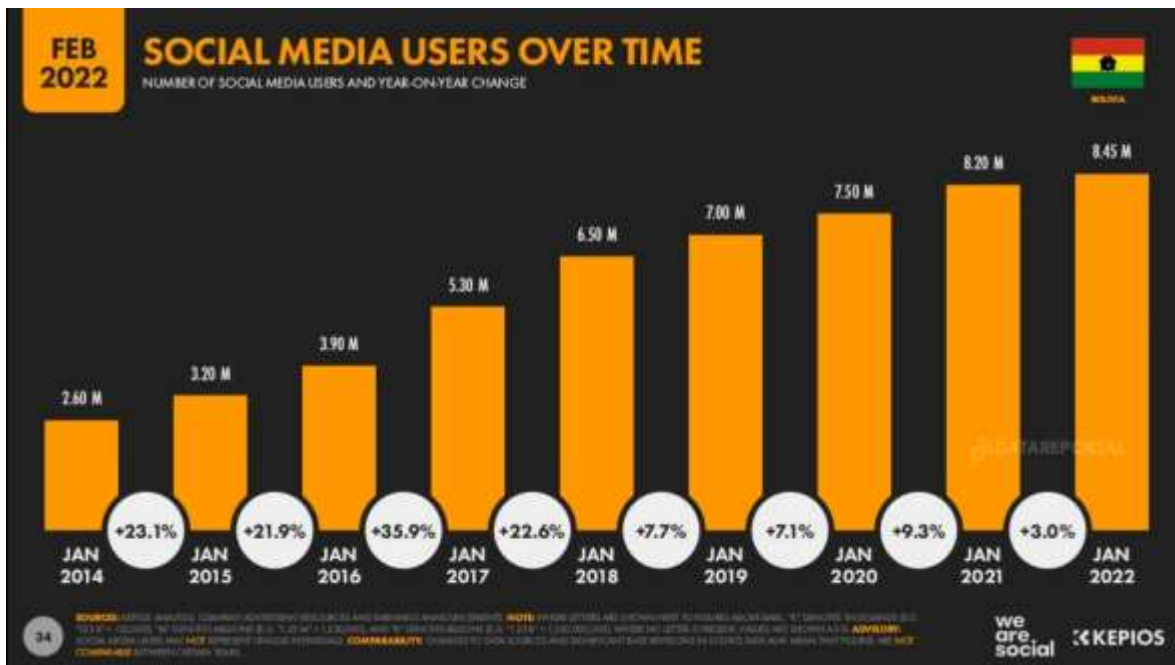
Twitter es una aplicación que permite enviar mensajes de texto plano con un máximo de 280 caracteres, que son llamados tweets, fue creada por Jack Dorsey en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundial y se estima que tiene más de 300 millones de usuarios.

Según las cifras publicadas en los recursos publicitarios de Twitter hasta principios de 2022 contaba con 416,9 mil usuarios en Bolivia, esta cifra significa que el alcance de los anuncios era un 3,5% de la población total.

2.2. Crecimiento de usuarios en Bolivia 2022

El reporte de Digital 2022 Bolivia February 2022 V01, da a conocer que la población boliviana creció en un 1,4% en el último año, mientras las conexiones móviles han crecido un 4,7% se sumaron 250 mil nuevos usuarios a las redes sociales.

Las cifras de crecimiento de los usuarios en las redes sociales desde el 2018 que llegó a los 6.50 millones de personas conectadas, para el 2019 se alcanzó los 7 millones incrementando la cifra a un 7.7%, en el año 2020 se llegó alcanzar un porcentaje del 7,1% que representa 7,50 millones de usuarios conectados, para el 2021 la cifra alcanzó los 8,20 millones incrementando a un 9,3% y para el 2022 se prevé que esta cifra suba un 3% y llegará a los 8,5 millones de usuarios.



Fuente: Global Digital 2021 -2022 We Are Social y Hootsuite- Sprout Social- Statista

3. Manejo de las Redes Sociales

En este capítulo final de la monografía se mencionan los usos adecuados de las redes sociales y cómo disminuir los índices de vulnerabilidad que existen en estas plataformas, también se plantean las ventajas y herramientas que tiene cada aplicación.

3.1. Uso de las redes sociales

Según Del Moral (2005) existen cuatro empleos generales que fomentan el uso de las redes sociales:

- Mantenimiento de amistades: seguir en contacto con amigos, colegas, ex compañeros de trabajo, conocidos, etc., quienes, de no ser por estos servicios, irían perdiendo relación.

- Creación de amistades: Si bien las redes mantienen el contacto entre personas que se conocen, cada una de las personas que participa, relaciona de una forma u otra, a su contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse.
- Entretenimiento: existe un perfil de usuarios que las usa como portal del entretenimiento (juegos, explorar las actualizaciones del estado de otros usuarios, mirar las vidas ajenas, etc).
- Gestión interna de organizaciones empresariales: uso está circunscrito a empresas dentro de cuya estructura se crean redes privadas para la realización de trámites, comunicaciones, contactos con otros profesionales del sector tanto laboral como profesional.

Es así como mencionaba Del Moral, las redes sociales permiten que las personas estén en mayor contacto, son lugares donde se generan intercambio de información y los usuarios logran interactuar de manera más rápida entre ellos compartiendo sus puntos de vista, fotografías, experiencias, emociones, etc.; donde las barreras físicas se rompieron y la forma de comunicación se volvió global.

En el artículo publicado por Forbes Bolivia, mencionan que las redes sociales no son ni buenas ni malas en sí mismas, son un medio y depende cómo se las utiliza para definir su carácter e impacto que tendrá en la sociedad. El pensar y actuar sobre las redes sociales es fundamental para definir el perfil de convivencia entre seres humanos cada vez más diversos y complejos.

Las redes sociales son consideradas un medio de difusión donde los usuarios son los encargados de escoger que tipo de información comparten, los grupos de intereses que les gustan y con qué personas estar en contacto. Al vivir en un mundo variado dentro de estas plataformas las personas pueden crear comunidades digitales que comparten ideas similares a las de ellos.

Para Peralta (2018), las redes sociales se han constituido en herramientas de comunicación que coadyuvan a la democracia mediante la facilitación del ejercicio de la libertad de expresión individual y colectiva en los espacios públicos virtuales para cuestionar la dominación política.

En este sentido se puede evidenciar que estas plataformas digitales se están utilizando en campañas políticas para poder influenciar en opiniones y/o decisiones dentro de un grupo de personas, estas redes también son utilizadas para que los individuos puedan cuestionarse y para plantear sus puntos de vista si no están de acuerdo, son lugares donde la libertad de expresión no se encuentra delimitada.

Valdés (2011), alude que la acción colectiva no necesariamente busca el ejercicio del poder de una institución política; más bien, su poder radica en la capacidad de resistir, oponer y manifestarse. Aquí, la información es el recurso elemental para las movilizaciones, lo que se encuentra en Internet y se constituye en un arma que los gobiernos saben que es incontrolable y peligrosa para sus intereses, si no hacen algo para tenerla bajo control.

En Bolivia se pudo evidenciar el poder e influencia que tienen las redes sociales, en los conflictos generados en el año 2019 después de las elecciones presidenciales, donde las redes sociales fueron una de las principales herramientas para sacar al gobierno actual de ese momento. Distintas plataformas sirvieron de medio para la transmisión de información que se generaba y podía ser difundida en tiempo real.

Bernete (2010) indica que en las redes se comparten muchos datos personales (intereses, gustos, fotos, videos, etc.). En la página de inicio, cada usuario hace su performance, su construcción pública del yo, siendo este perfil “un conjunto de datos de diversa naturaleza, un collage de texto e imágenes que componen un reflejo de sí mismo, pero maleable, cambiante, flexible”.

Al exponer los datos personales sin restricción alguna las personas están expuestas a riesgos tanto dentro y fuera de estas redes, ya que al momento de aceptar los términos y condiciones de cada red se da permiso de que estas plataformas puedan utilizar estos datos según les convenga.

En una noticia publicada por el periódico Página Siete, que titula Google, Facebook y redes sociales convierten al usuario en producto, se puede evidenciar cómo las distintas plataformas utilizan la información entregada por los usuarios para monetizar distintos servicios, siendo la “publicidad la más baja en escala de prescripción es decir que tiene la capacidad de modificar el comportamiento de otro y poniendo la recomendación en lo más alto, ya que es un factor que más influencia en el comportamientos”, analiza Arthur Kannas, de la agencia de comunicación y marketing interactivo Heaven.

De esta manera se observa cómo el comportamiento de los usuarios se va modificando según lo que las redes sociales les van mostrando y sugiriendo, también se ve como la manera de realizar anuncios publicitarios fue cambiando y estos ya son direccionados específicamente hacia el público que se quiera llegar.

Según un informe de la Fundación Internet Bolivia evidencia la falta de una ley de protección de datos personales impide que el tratamiento de datos personales se realice respetando plenamente los estándares de protección de datos personales. No tenemos obligaciones establecidas para instituciones públicas y privadas que traten datos personales o derechos específicos determinados para los titulares de datos personales.

Actualmente en Bolivia no existe una normativa especializada al correcto uso y de los servicios de las redes sociales, esto dificulta mucho cuando se presentan denuncias de suplantación de identidad, extorsión y robo de información hay una falta de infraestructura y políticas digitales, donde los funcionarios y la población no cuentan con información del correcto uso de estos instrumentos y se exponen a distintos peligros que se vienen dando en el entorno digital.

En una noticia publicada por el periódico La Razón titulada Informe devela el mundo de los ciberdelitos, informa que la Fuerza Especial de Lucha Contra el Crimen (FELCC), el Ministerio Público y una empresa investigadora revelan casos en los que se usa la red de internet para hostigar, agredir, amenazar y extorsionar a varios usuarios donde algunos casos pasan a trasladarse a la vida real.

Los usuarios en nuestro país no conocen los riesgos y vulneraciones a los que se exponen al dar su información por las redes sociales

Para Torres y Carranzas (2011), las herramientas de la Web 2.0 pueden ser aprovechadas con una ventaja competitiva para trabajar en forma colaborativa, ya que son plataformas gratuitas y accesibles, que favorecen la motivación y el interés de los estudiantes al momento de buscar estrategias que beneficien su aprendizaje.

La pandemia de la Covid-19 determinó una digitalización forzada no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial, donde muchas de las actividades y servicios que se prestaban o atendían de forma física se transformaron en digitales. Las instituciones educativas y también las organizaciones tuvieron que adaptarse a las nuevas tecnologías.

En una noticia publicada por la Fundación Internet Bolivia, se menciona que en Bolivia se busca un fortalecimiento del gobierno electrónico y la ciudadanía digital para mejorar la eficiencia de los servicios públicos, optimizar los recursos y facilitar la burocracia a la ciudadanía. Este camino inició ya hace algunos años y se fue consolidando con la creación de la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación- AGETIC (2015), los Planes de Implementación de Gobierno Electrónico, la Ley de Ciudadanía Digital (2018), entre otras acciones.

Contar con una ley de protección de datos personales es importante porque:

- Es una cuestión de derechos humanos que garantizará plenamente lo establecido en la Constitución, permitiendo que los datos personales sean protegidos tanto por las instituciones públicas como las privadas, y tanto en un ámbito físico como digital.
- Es un habilitante para avanzar en la transformación digital, gobierno electrónico y ciudadanía digital, porque el fortalecimiento de dichos aspectos permite contar con instituciones públicas más eficientes, donde la burocracia se transforme y la población pueda optimizar su tiempo cuando trate de servicios públicos. Todos estos aspectos necesitan de marcos claros de regulación que permitan al mismo tiempo el perfeccionamiento de la función pública y la garantía de los derechos.
- Fortalece la economía digital, debido a que las empresas se enfrentan a nuevos desafíos para transformarse utilizando las tecnologías de la información y la comunicación pero también necesitan un marco de regulación para poder potenciar los negocios basados en datos y garantizar los derechos de las personas.
- Permitirá una regulación clara y sólida a nivel legal, que se constituye en el mecanismo a través del cual se deben establecer los derechos y obligaciones.

Con todo lo expuesto anteriormente, se debe ser consciente del manejo de las redes sociales y sobre todo la información que es pública para todos, la regulación para una ley que proteja los datos personales en Bolivia es de vital importancia y al momento de contar con ella, es necesaria la difusión de esta información para que los usuarios se hagan responsables al usar sus datos personales.

Conclusiones

El uso de internet y las nuevas Tecnologías de Información en Comunicación (TIC), han facilitado el acceso a plataformas y redes sociales, que con el pasar del tiempo se volvieron medios digitales de interacción continua tanto a nivel educacional, como profesional.

Las redes sociales fueron evolucionando con el tiempo, existen plataformas digitales que se las califica como verticales y horizontales, cada red social esta direccionada a temas de interés específicos, como escuchar música, ver videos, compartir fotos, crear y editar contenido, crear redes de contacto con profesionales, compartir opiniones y pensamientos.

Dentro de las redes sociales también se puede encontrar una dialéctica de ser real y ser ideal donde los usuarios dentro de estas plataformas muestran una versión de ellos que buscan la aceptación de otras personas, estas redes también se pueden considerar un escape del mundo donde algunas personas las utilizan para refugiarse de su realidad.

Las redes sociales son lugares donde las personas y las empresas pueden interactuar con distintas personas y en tiempo real, también se pueden tener una respuesta más rápida y tener un feedback de los servicios o productos que las empresas ofertan.

De igual manera con la llegada de las tecnologías se evidencio que existe una ausencia en la educación virtual, donde el uso de los datos personales en páginas web y redes sociales no está restringido, estos pueden ser utilizados según las plataformas lo deseen.

Bibliografía

Bauman, Z.; Bordoni, C. (2016). *Estado de Crisis*. Traducción de Albino Santos Mosquera. Paidós. Barcelona.

Bernete, F. (2010). "Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de los jóvenes". Revista de estudios de juventud.

Boyd, d. m. & Ellison, n. B. (2008). social network sites: definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication.

Caldevilla Domínguez, D. (2010). *Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 33

De Moraes, D. (2011). La cruzada de los medios en America Latina: gobiernos progresistas y políticos de comunicación, 1° ed. - Buenos Aires, Paidós.

Del Moral, J.A. (2005). *Redes Sociales ¿Moda o nuevo paradigma?*, Madrid, Asociación de usuarios de Internet.

Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la información y de la comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: EDITEX.

Kolbitsch, J. & Maurer, H. (2006). *The transformation of the Web: How emerging communities shape the information we consume*. Journal of Universal Computer Science.

Imaña, T. (2008). *Tejiendo la telaraña de las redes sociales*. Razón y Palabra.

Islas Torres, Claudia; Carranza Alcántar, María del Rocío (2011), *Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?* Apertura, Universidad de Guadalajara Guadalajara, México

J. Clyde Mitchell (1969), "The Concept and Use of Social Networks", en J. Clyde Mitchell (ed.), *Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns*, Manchester, University of Manchester – Institute for African Studies University of Zambia.

Peralta B. José Orlando (2017), *Redes sociales como vías para la libertad de expresión/* Universidad Autónoma Gabriel René, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras (UAGRM).

Ruz, R. (2013). "Eres lo que publicas".

Trejo, D. R., Finquelievich, S. (2000). *Internet y sociedad urbana. Cuando el ciberespacio y la calle se complementan*. Ediciones La Crujía en Buenos Aires.

Valdés, B. (2011). *Conceptualizar el papel de las redes sociales en Internet en movimientos sociales y acciones colectivas*. Propuesta aplicada a lo digital. Razón y Palabra.

Web Grafías

Céspedes, S. D. (2022). Desafíos en la era digital y de los datos: La necesidad de una ley de protección de datos personales en Bolivia. Fundación InternetBolivia.org. Recuperado de <https://internetbolivia.org/noticias/desafios-en-la-era-digital-y-de-los-datos-la-necesidad-de-una-ley-de-proteccion-de-datos-personales-en-bolivia/>

Corbin, J. A. (s/f). Los 10 tipos de Redes Sociales y sus características. Psicología y mente. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-redes-sociales>

Google, Facebook y redes sociales convierten al usuario en producto. (21 de octubre 2013). Página Siete. Recuperado de <https://www.paginasiete.bo/1024/2013/10/21/google-facebook-redes-sociales-convierten-usuario-producto-3794.html>

El 65% de los bolivianos usan las redes sociales, ¿qué hacen y qué riesgos corren? (03 de junio 2020). Brújula Digital. Recuperado de <https://www.brujuladigital.net/empresa-y-negocios/el-65-de-los-bolivianos-usan-las-redes-sociales-que-hacen-y-que-riesgos-corren>

El uso excesivo de redes sociales aleja a personas. (10 octubre de 2013). Página Siete. Recuperado de <https://www.paginasiete.bo/miradas/2013/10/11/excesivo-redes-sociales-aleja-personas-2800.html>

Hall S. (2022). El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile. Recuperado de <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

Informe devela el mundo de los cibercriminales. (6 de mayo de 2012). *La Razón*. Recuperado de <https://www.la-razon.com/nacional/2012/05/06/informe-devela-el-mundo-de-los-cibercriminales/>

Kemp, S. (2022), *Digital 2022 Bolivia*. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2022-bolivia?rq=bolivia>

La influencia de las redes sociales. (29 de febrero 2016). Opinión. Recuperado de <https://www.opinion.com.bo/articulo/opini-oacute-n/influencia-redes-sociales/20160229200100544375.html>

Morales P. Carlos (s/f), *Se dispara el uso de las redes en Bolivia*. Recuperado de <http://www.forbesbolivia.com/article/rsss-bol.html>

¿Por qué es necesario que una empresa o emprendimiento tenga LinkedIn y cómo crear la cuenta de tu empresa?. (21 de junio 2021). Bolivia Emprende.

Recuperado de <https://boliviaemprende.com/tips/por-que-es-necesario-que-una-empresa-o-emprendimiento-tenga-linkedin-y-como-crear-la-cuenta-de-tu-empresa>

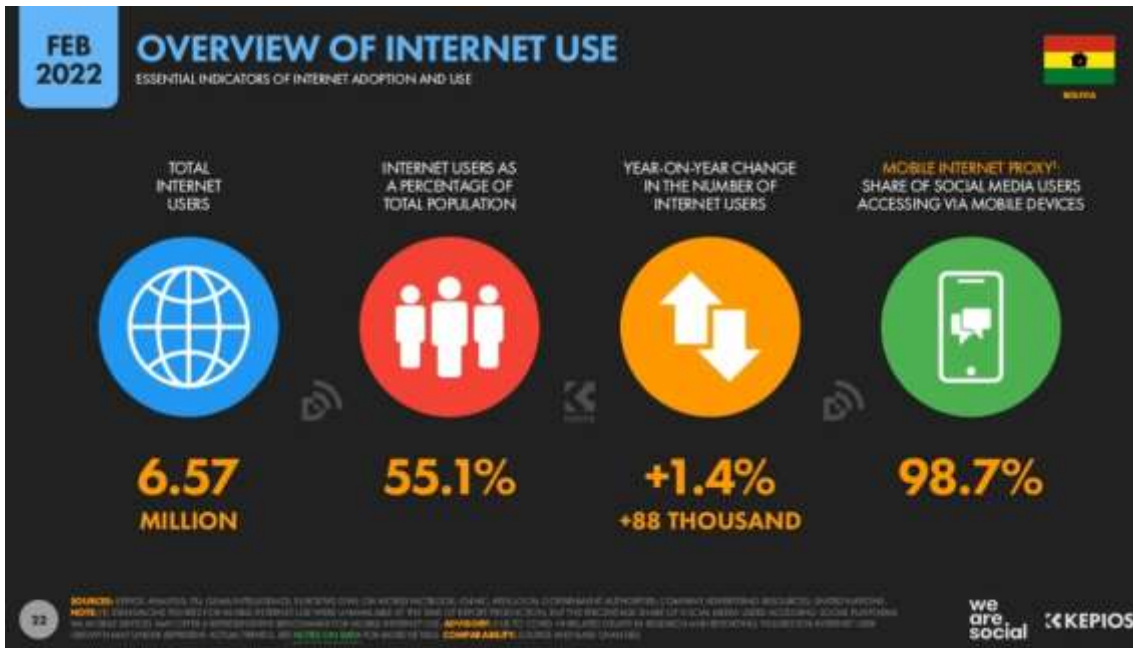
Anexos

Crecimiento Digital



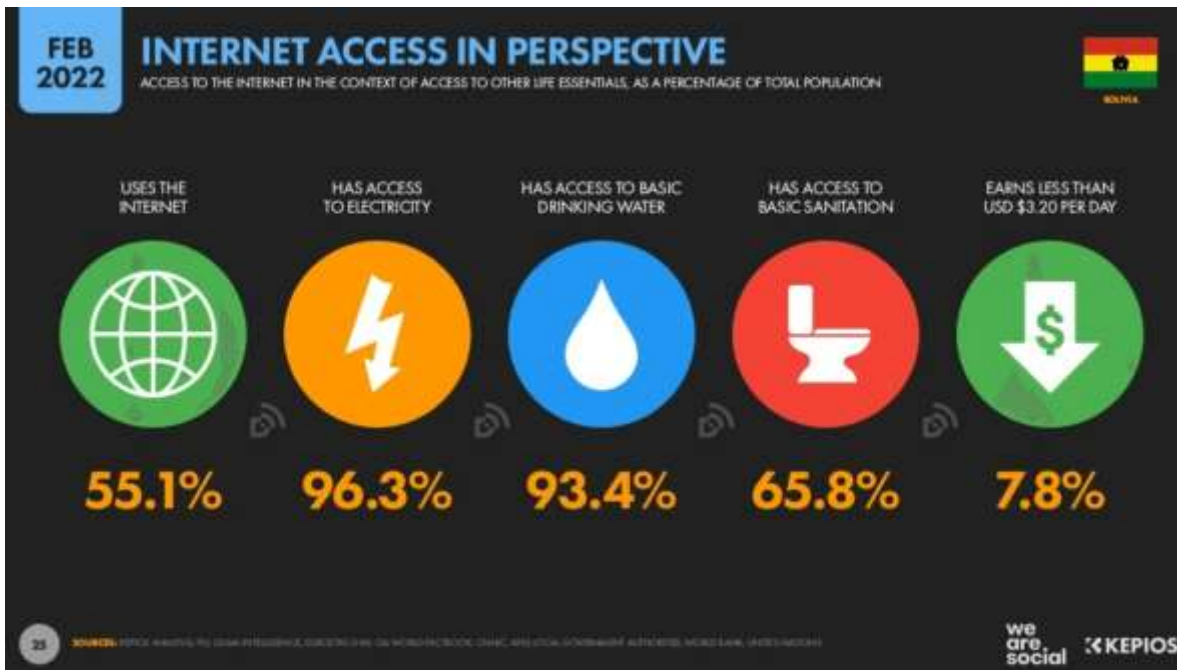
Fuente: Global Digital 2021 -2022 We Are Social y Hootsuite- Sprout Social- Statista

Uso del Internet



Fuente: Global Digital 2021 -2022 We Are Social y Hootsuite- Sprout Social- Statista

Acceso a Internet



Fuente: Global Digital 2021 -2022 We Are Social y Hootsuite- Sprout Social- Statista

Tráfico web referido por redes sociales



Fuente: Global Digital 2021 -2022 We Are Social y Hootsuite- Sprout Social- Statista

Infografía

