

Capítulo XI

El futuro de las redes sociales en Cuenca

Fabrizio Sánchez-García
Nicolás Moscoso-Loaiza

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

SÁNCHEZ-GARCÍA, F., and MOSCOSO-LOAIZA, N. El futuro de las redes sociales en Cuenca. In: TORRES-TOUKOUMIDIS, Á., and DE SANTIS-PIRAS, A., coord. *Los morlacos y las redes sociales* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2020, pp. 201-211. ISBN: 978-9978-10-534-4. <http://doi.org/10.7476/9789978105771.0012>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

CAPÍTULO XI

El futuro de las redes sociales en Cuenca

Fabrizio Sánchez-García
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0001-8891-1009>

Nicolás Moscoso-Loaiza
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
<https://orcid.org/0000-0002-9440-2486>

Resumen

En esta investigación se va a analizar el impacto que tendrán las redes sociales dentro de Cuenca-Ecuador, siendo así, uno de los temas de estudio la aceptación que tuviera el turismo mediante las redes sociales, también se analizó como creen los expertos que la publicidad se pudiera dar en estas y si esto ayudará a que las empresas y los emprendimientos logren maximizar su marca; este estudio se realizó a 15 expertos dentro de las redes sociales para saber las opiniones que tengan sobre el tema, siendo los expertos estudiantes de los últimos años de las carreras de Comunicación

y de Informática, quienes son los que están más cerca trabajando con redes sociales y que pueden darnos una retroalimentación más nueva sobre el tema.

Palabras clave: Informática, medios sociales, medios de comunicación de masas, medios de información, ciudad, sociedad futura.

Abstract

This research will analyze the impact that social networks will have within the city of Cuenca-Ecuador, being one of the topics of study the acceptance that tourism had through social networks, also analyzed as experts believe that advertising could be given in these and if this would help companies and enterprises to maximize their brand; This study was conducted to 15 experts within the social networks to know their opinions on the subject, being the experts students of the last years of the careers of Communication and Computer Science, who are those who are closer working with social networks and can give us newer feedback on the subject.

Keywords: Computing, social media, mass media, Future society, information media, city, future society.

Estamos ante una sociedad en la cual, las redes sociales han estado presentes en todo momento en el actuar y que en el futuro serán las que nos sigan ayudando en todo lo que se irá necesitando en nuestro día a día. Se tendría que seguir esperando que estas nos den un mejor soporte para cualquiera problema que se vaya generando, y Cuenca

se adapte de una manera relativamente rápida a esta nueva tecnología haciendo uso de ella en las diferentes necesidades que la población vaya requiriendo, por ejemplo, los políticos se dan a conocer mediante videos y publicidades; a su vez lo cultural no se queda atrás, pues esto va creando contenido para que todo interesado en conocer algo nuevo de la cultura de Cuenca pueda hacerlo a través de la red social mediante pequeños videos y publicaciones que tienen alguna cita informativa; como también ofrecer una mejor información a la ciudad a través de videos en vivo, dando noticias al instante de la ciudad de Cuenca.

Esto también ayuda a personas de todas las edades a tener un mejor manejo de estas porque cada vez son más usuarios de diferentes edades que utilizan las redes sociales, y esto crea un beneficio en todo ámbito; en lo económico es crear nuevas oportunidades de empleo y más repercusión a empresas pequeñas, esto ocasiona que cada vez la sociedad vaya evolucionando de una manera mejor con la ayuda de estas.

Esta herramienta ha hecho que haya un cambio de cultura muy grande dentro de la ciudad y se adapten culturas de diferentes sociedades, ampliando el conocimiento de los ciudadanos, pero también tiene sus contras y es que con este cambio cultural se va perdiendo las tradiciones de la ciudad por adaptarse a nuevas costumbres.

Últimamente se tiene una peculiar utilización por parte de las autoridades, de las redes sociales como medio no solo para comunicarse con la ciudadanía, sino también

para tomar decisiones directamente, relacionadas con su función pública (Rodríguez-Hauschildt, 2015). Con la situación actual se puede gobernar a través de internet y es una forma más eficaz de tener controladas a las masas, a través de sus dispositivos inteligentes que están conectados a estas redes, se puede saber la ubicación en la que encuentran y así tener una mayor información de cómo la sociedad está actuando, esto facilita a que los diferentes funcionarios públicos no se expongan tanto a esta situación.

El concepto de Red Social (RS) remite cada vez menos a la “red de vecinos que se autoorganizan en un barrio, de trabajadores en un sindicato, etc., y nos remite, cada vez más, a modos de organización mediados por instrumentos/espacios virtuales, lo cual, lejos está de ser un devenir natural” (Sforzin, 2016, p. 1). Una referencia de lo que empieza a pasar en el mundo es que todas las empresas, familiares, negocios entre otros, van siendo cada vez más dependientes de las redes sociales, ya que la comunicación de ahora ha cambiado con respecto a años anteriores, puesto que ahora para comunicarse con un empleado de la empresa ya no se le llama, sino que se le manda un mensaje mediante WhatsApp, que es hoy por hoy una de las más usadas en el mundo.

“Me gusta”, “actualizar el muro”, “tuitear”, “etiquetarme”, “¿tenés Facebook?”, “¿vi tus fotos en el Facebook?”, “te sigo en Twitter”, y muchas otras frases parecidas se han vuelto parte de nuestro vocabulario y accionar cotidiano. Las redes sociales ya trascienden edades, clases sociales, profesio-

nes. Estar en las redes es cada vez más estar pendiente de los demás y en contacto a la distancia (Gutiérrez, 2014).

Una herramienta para la expresión personal, con una capa que permita establecer conexiones con cierto nivel de control, y sin un modelo de negocio que pretenda espiarnos o imponernos una publicidad hipersegmentada en función de nuestra actividad (Dans, 2019).

Las redes sociales y unas pocas compañías digitales están tratando de controlar nuestro estilo de vida digital. Y ante esta situación, los Gobiernos de algunos países (Estados Unidos, Europa, China...) están creando nuevas leyes para gobernar el espacio digital, una situación bastante diferente de la idea original de un Internet sin fronteras. (Celaya et al., 2018)

Las redes sociales han modificado la forma y frecuencia en que los seres humanos se comunican, lo cual también ha originado una forma distinta de participación ciudadana (Ayala, 2014).

Es así cómo las redes sociales han venido transformando el mundo que conocemos, y a pesar de las brechas generacionales, nos han permitido integrarnos a una cadena que es sumamente dinámica y efectiva. “La verdadera revolución está teniendo lugar justo en este momento, y son las redes sociales” afirma Hütt-Herrera (2012, p. 126).

Por su parte, Islas-Torres y Carranza-Alcántar (2011) manifiestan que uno de los ámbitos donde podemos desarrollar el potencial de las redes sociales como parte de la

educación es Facebook, ya que representa un espacio colaborativo, además de que ofrece una fuerte cantidad de recursos para ilustrar aplicaciones, proponer ejercicios de aplicación, optimizar la dinámica de la clase, entre otros, lo que brinda la posibilidad de conectar estudiantes entre sí en redes de aprendizaje

Metodología

Este artículo tiene un enfoque cualitativo-deductivo con un diseño de investigación-acción el cual usará Delphi que son entrevistas a expertos (estudiantes de los últimos años de las carreras de Comunicación e Informática) y observación participativa como técnicas de recolección de datos, con el fin de responder el objetivo general que es comprender cómo las redes sociales serán utilizadas en un futuro cercano ya que estas están en constante cambio, al igual que responder a los objetivos específicos que son: 1) demostrar las herramientas serán funcionales en las futuras redes sociales y las diferentes actualizaciones, 2) determinar si la publicidad implementada en las redes sociales será maximizada y utilizada en el futuro y por último, 3) analizar si el turismo virtual será utilizado dentro de Cuenca.

Las entrevistas se tomaron a la población cuencana con una muestra de 15 expertos, con un muestreo no probabilístico, de tipo bola de nieve y estas entrevistas se realizaron en un tiempo de 3 días a través de Zoom.

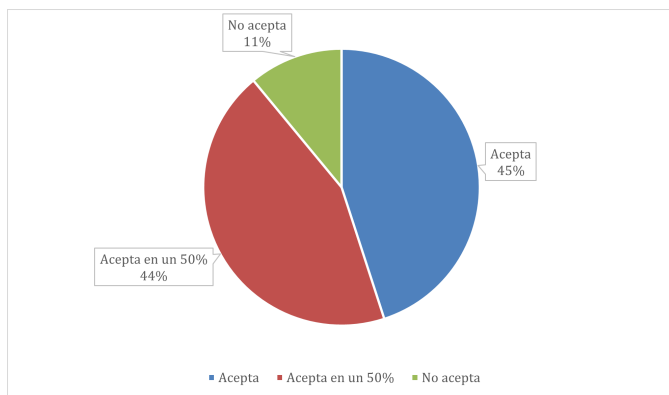
Resultados

Luego de analizar las respuestas de cada entrevista, se llegó al consenso de que todos los entrevistados consideran que en el futuro las redes sociales estarán más que presentes, teniendo así el 100% de aceptación a lo largo del tiempo. Ronnie Urdiales uno de los individuos entrevistados menciona que, de esta forma serán implementadas las redes sociales en el futuro “tendrán identificaciones únicas para cada persona, evitando así las cuentas falsas, estafas, etc.”.

También se conoció que el 100% de los individuos, consideran que mientras el tiempo siga cambiando será más accesible para todas las personas y haya cosas nuevas donde las redes sociales puedan mejorar sus herramientas; de esta forma se puede llegar a decir que los usuarios esperan que las redes sociales estén actualizando sus herramientas constantemente, para que de esta manera nos puedan ir ofreciendo cada vez más y mejores herramientas.

Con respecto al turismo en las redes sociales se analizó que el 45% de los entrevistados están totalmente a favor de este y mencionan que esta implementación es una excelente iniciativa pero en el turismo especialmente por su característica de interacción; mientras que, el 44% restante a pesar de estar a favor con esta iniciativa, mencionan que esta no será tan eficiente dado que, el turismo se caracteriza por la realidad y sobre todo la opción de poder salir a conocer de forma física el lugar y un 11% no está de acuerdo que se haga un turismo mediante redes sociales, debido a que se menciona que nunca se podrá reemplazar el turismo real.

Figura 1
Análisis de aceptación del turismo en redes sociales



Fuente: Elaboración propia

En el ámbito de la publicidad en las redes sociales, el 100% considera que estas se van a maximizar por su uso, de esta forma las empresas, al igual que los emprendimientos deberán acoplarse a este nuevo método, permitiendo que su producto o mercancía llegue a varios destinos y así amplíe su mercado y los permita ser reconocidos, acreditando a esto Diego Orellana menciona que: “la publicidad crecerá, pues es la manera más fácil de llegar a la audiencia de manera personalizada”, quien cree que las publicidades en las redes sociales serán personalizables de acuerdo al contenido que tenga el usuario.

Sebastián Bedoya afirma que las redes sociales: “tiene como aspecto positivo la automatización y como negativo los posibles robos de identidad o información mal

utilizada”; es necesario recalcar que estas opiniones son escasas, puesto que otros entrevistados, sólo especificaron el lado bueno de las redes sociales indicando que estas empiezan poco a poco a tomar fuerza dentro de la sociedad en la que estamos, como es el caso de Diego Orellana, quien opina que: “las redes sociales harán bien, pues estamos en la era de la información y todo se lleva o se llevará de manera digital jugando un papel importante”. No obstante, no pensó en lo que eso conlleva y todo lo malo que pueda pasar como dijo Sebastián Bedoya.

Conclusiones

Se demostró que según los análisis de expertos, las herramientas que se utilizarán en el futuro serán de una gran ayuda para la seguridad de la ciudad y también para la sociedad abriendo nuevas oportunidades en diferentes campos laborales, ayudando con actualizaciones que se espera mejoren a dichas herramientas; también se llegó a la conclusión que la publicidad podrá tener un aumento bastante grande en este medio y que se podrá aprovechar para nuevos emprendimientos y empresas que ya existan y estas busquen la mejor forma de maximizar sus ventas atrayendo al público con publicidades personalizadas para cada uno; y, por último, el turismo mediante las redes sociales servirá más que nada como un pequeño preámbulo donde se muestren las partes más emblemáticas de la ciudad, para que las personas se sientan motivadas a venir a conocer estos lugares en persona y de paso visiten toda la ciudad.

Gracias a esta investigación se pudo concluir que el aumento del uso de las redes sociales servirá en un futuro para poder mejorar ciertos aspectos de la vida cotidiana de los ciudadanos, sin embargo también se verá afectada por casos puntuales que se podrán corregir con el pasar de los años; las limitaciones que se encontró al momento de realizar las entrevistas fue que algunos de los expertos seleccionados tenían poco tiempo para responder las preguntas y no nos pudieron dar las respuestas tan concisas como se esperaba. También el hecho de que se está atravesando una pandemia no se logró hacer entrevistas de manera presencial, que fue también uno de los causantes de que los entrevistados no se sintieran tan cómodos al momento de responder las preguntas; como sugerenciaplanteamos que este estudio se realice de manera cuantitativa para poder tener datos más seguros al momento de llegar a las conclusiones y también podemos sugerir que se realice una investigación más profunda sobre qué tipo de herramientas se considerarían mejores para que las redes sociales sea aún más efectivas.

Bibliografía

- Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (26), 23-48. <https://bit.ly/34JIXLO>
- Celaya, J., Adzic, J., Cencerrado, L.M., Gervás, P., Menéndez, J.M., Neira, E., Yuste, E., Jimeno, D., Rodero, E., Tascón, M., & Rodríguez, N., (2018). *Anuario AC/E de cultura digital 2018: Tendencias digitales para la cultura. El lector en la era digital*. Acción Cultural Española.
- Dans, E. (06, octubre, 2019). Redes sociales y futuro. [Mensaje de un blog]. <https://bit.ly/32y7SPv>

- Gutiérrez, F.G. (2014). La “revolución” de las redes sociales: sociedad, educación y nueva profesión. *Voces en el fénix*, (40), 112-119. <https://bit.ly/32DnOAb>
- Rodríguez-Hauschildt, V.M. (2015). Las redes sociales y su incidencia en la sociedad actual. *Aequitas*, 8(8). <https://bit.ly/34FSLX2>
- Hütt-Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social networks: a new diffusion tool. *Reflexiones*, (91), (121-128). <https://bit.ly/32xqUpq>
- Sforzin, V. (2016). Redes sociales en Latinoamérica. De los usos a las estrategias colectivas. *IX Jornadas de Sociología de la UNLP*, 5 al 7 de diciembre de 2016 Ensenada, Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología.
- Islas-Torres, C., Carranza Alcántar, M. del R. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Apertura*, 3(2) <https://bit.ly/2QFvBHT>