

BUENAS PRÁCTICAS PARA EL USO DE REDES SOCIALES



MSC. DRA. PATRICIA ALONSO GALBÁN

<https://linktr.ee/palonsogalban>

CNICM-INFOMED



1

Tema 1.

Más que conectados:
pensar las redes para
construir conocimiento



2

Tema 2.

Redes sociales en la era
digital: espacios de
comunicación, aprendizaje
y colaboración. Redes
sociales horizontales



3

Tema 3.

Redes sociales verticales
académicas



4

Tema 4.

Redes Sociales de Infomed

CONTENIDOS

OBJETIVOS

- Clasificar las redes sociales mediante el estudio de sus características y principales diferencias.
- Explicar las posibilidades que ofrecen las redes sociales para la gestión de información, la comunicación y el aprendizaje en red, mediante el estudio de sus características y aplicabilidad.



CONTENIDO

- Redes sociales: elementos conceptuales, surgimiento, características y clasificación.
- Las redes sociales en la gestión de la información, la comunicación y el aprendizaje en red.





INTERNET HOY

- Naturaleza global
- Interactividad
- Accesibilidad
- Anonimato
- Facilidad de la republicación
- Potencial para cambiar el equilibrio de poder
- Importancia de los intermediarios



INTERNET HOY

- Dependencia de hipervínculos /hipertexto
- Impacto a largo plazo - el uso de archivos permanentes
- Carácter multimedia
- Indeterminación temporal
- Centralidad de la información
- Uso social universal: Capacidad de crear espacios y redes sociales que permiten la creación y fortalecimiento de valores, consenso y cultura.
- Brecha digital (de acceso, de uso y calidad de uso)

OCT
2025

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



GLOBAL OVERVIEW

TOTAL
POPULATION



we
are
social

8.25
BILLION

URBANISATION

58.4%

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



Meltwater

5.78
BILLION

vs. POPULATION

70.1%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



KEPIOS

6.04
BILLION

vs. POPULATION

73.2%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



5.66
BILLION

vs. POPULATION

68.7%

OCT
2025

DIGITAL GROWTH

CHANGE IN THE REPORTED USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES OVER TIME

NOTE: BASE REVISIONS MAY DISTORT TRENDS OVER TIME



GLOBAL OVERVIEW

TOTAL
POPULATION



+0.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+69 MILLION

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



+1.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+108 MILLION

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



+5.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+294 MILLION

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



+4.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+259 MILLION

OCT
2025

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

HEADLINES FOR SOCIAL MEDIA ADOPTION AND USE (NOTE: USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



GLOBAL OVERVIEW

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



5.66
BILLION

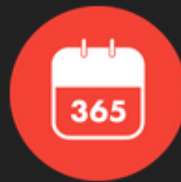
QUARTER-ON-QUARTER CHANGE IN SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



+1.1%
+62 MILLION

we are social

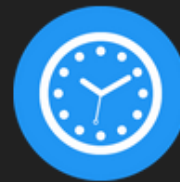
YEAR-ON-YEAR CHANGE IN SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



+4.8%
+259 MILLION



WEEKLY TIME SPENT USING SOCIAL PLATFORMS (INC. VIDEO)



18H 36M

GWI.

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL PLATFORMS USED EACH MONTH



6.75
YOY: -0.2% (-0.02)

SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES vs. TOTAL POPULATION



68.7%

SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES AGED 18+ vs. POPULATION AGED 18+



92.6%



SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES vs. INDIVIDUALS USING THE INTERNET



93.8%



FEMALE SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



we are social

45.6%

MALE SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



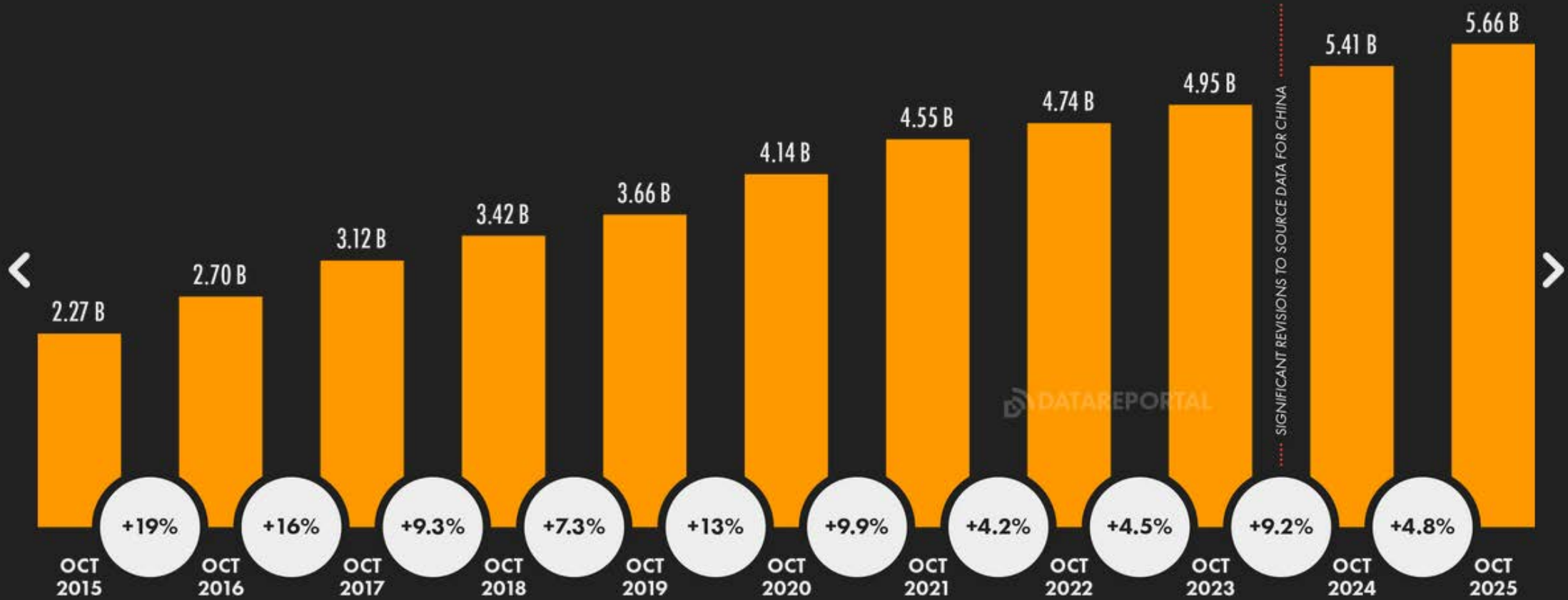
54.4%

OCT
2025

SOCIAL MEDIA USE OVER TIME (YOY)

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES, AND ANNUAL RATE OF CHANGE (NOTE: USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)

NOTE: SIGNIFICANT CHANGES IN THE REPORTING OF DIGITAL ADOPTION AND USE IN CHINA IN JULY 2024 MAY INFLATE VALUES FOR CHANGE OVER TIME



SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND ANNOUNCEMENTS; CNNIC; BETA RESEARCH CENTER; MEDIASCOPE; OGDH; ARAB SOCIAL MEDIA REPORT; TECHRASA; CAFEBAZAAR. NOTE: WHERE LETTERS ARE SHOWN NEXT TO FIGURES ABOVE BARS, "K" DENOTES THOUSANDS (E.G. "123 K" = 123,000), "M" DENOTES MILLIONS (E.G. "1.23 M" = 1,230,000), AND "B" DENOTES BILLIONS (E.G. "1.23 B" = 1,230,000,000). WHERE NO LETTER IS PRESENT, VALUES ARE SHOWN AS IS. ADVISORY: SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. COMPARABILITY: REVISIONS TO FIGURES FOR DIGITAL ADOPTION AND USE IN CHINA DURING Q3 2024 MAY INFLATE VALUES FOR CHANGE OVER TIME. SOURCE AND METHODOLOGY CHANGES, BASE REVISIONS. SEE NOTES ON DATA.

OCT
2025

CUBA

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



CUBA

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MAY DISTORT VALUES FOR CHANGE OVER TIME. FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT DIRECTLY COMPARABLE** WITH VALUES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

TOTAL
POPULATION



10.9
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-0.4%
-43 THOUSAND

URBANISATION

77.8%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



8.14
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+3.6%
+280 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

74.5%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



7.79
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-0.4%
-31 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

71.3%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



6.56
MILLION

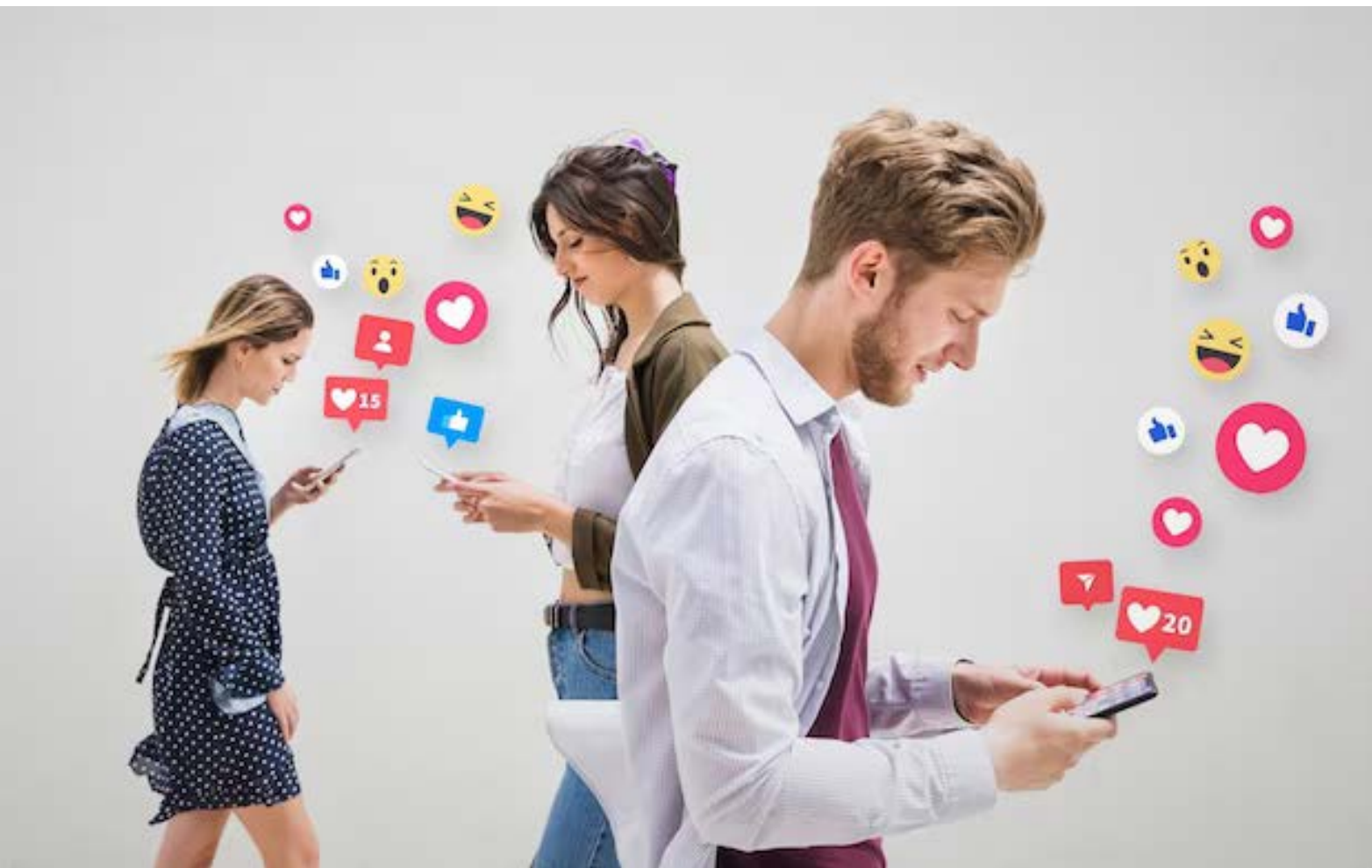
YEAR-ON-YEAR CHANGE

-0.2%
-16 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

60.1%

SOURCES: UNITED NATIONS; GOVERNMENT AUTHORITIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; EUROSTAT; CNNIC; PLATFORM RESOURCES; OCDH; BETA RESEARCH CENTER; KEPIOS ANALYSIS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY **NOT** REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** SOURCE CHANGES AND BASE REVISIONS. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. GLOBAL DATASETS MAY USE DIFFERENT SOURCES vs. LOCAL AND REGIONAL DATA, SO SUMS MAY NOT CORRELATE. **IMPORTANT:** NEGATIVE VALUES MAY INDICATE SOURCE CORRECTIONS, AND **MAY NOT** REPRESENT DECREASES IN ACTUAL ADOPTION OR USE. WHERE YEAR-ON-YEAR CHANGE IS "[N/A]", COMPARISONS WITH HISTORICAL DATA WILL PRODUCE **INACCURATE RESULTS**. SEE **NOTES ON DATA**.



REALIDADES IMPORTANTES

Las redes sociales han irrumpido en la vida de millones de personas sin importar su edad, sexo, condición social, religión o preferencia política.

Su uso puede reportar grandes beneficios o también ser contraproducente, en función de la utilización que se haga de ellas.



REALIDADES IMPORTANTES

El crecimiento del uso de las redes sociales es exponencial.

Las personas pasan como promedio 2 hr y 29 min al día en redes sociales.

REDES SOCIALES DE INTERNET

- Son comunidades virtuales.
- Agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes.
- Incluyen todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la formación de comunidades e instancias de intercambio social.





REDES SOCIALES DE INTERNET

- En 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea cuando el término se empleaba para describir las relaciones en las comunidades virtuales, y se hizo popular en 2003 con la llegada de sitios tales como MySpace o Xing.

Surge **Classmates.com**, dedicada a refrescar los vínculos con antiguas amistades de la escuela. Se crea el famoso servicio **Geocities** por la compañía Beverly Hills, comprado posteriormente por Yahoo en 1999 y clausurado en el 2009.

1995

Se crea **SixDegrees.com**, toma su nombre de la famosa teoría.

1997

Surge **Open Diary**, la primera comunidad de blogging

1998

Nace **LiveJournal** y surge el servicio de blogging **Blogger**, adquirido por Google en el 2003

1999

Surge **Fotolog** y **Friendster**

2002

2003

Nacen varios sitios como **MySpace**, **Xing**, **hi5** y **LinkedIn** orientado a los negocios profesionales

2004

En enero Google lanzó **Orkut** y en febrero surge tres grandes: **Flickr**, **Badoo** y **Facebook**, posteriormente **Tagged**

2005

Yahoo lanzó **Yahoo! 360°** y surge **Bebo**

2006

Es lanzado **Twitter** y **Tuenti**

2011

Nace **Google plus**, después bautizado como **Google+** y en el mismo año **Pinterest**

CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES POR SU PÚBLICO, OBJETIVOS Y TEMÁTICAS



Redes Sociales Horizontales

- Buscan proveer herramientas para la interrelación en general, su temática no está definida y es dirigida a todo tipo de usuario, permiten la entrada y participación libre y genérica, sin un fin definido



Redes Sociales Verticales

- Existe un eje temático para un colectivo concreto, en el que se relacionan personas con la misma actividad o hobbies



¿QUÉ HAN LOGRADO LAS REDES SOCIALES EN INTERNET?

Han concentrado en un solo website, las herramientas que antes estaban dispersas: desde el correo electrónico, pasando por los blogs, las webs de consulta, el chat, los mensajes SMS, hasta la oportunidad de compartir videos e imágenes fácilmente.

ASPECTOS POSITIVOS DE LAS REDES SOCIALES

- Facilitan la comunicación y la comprensión entre las personas.
- Permiten encontrar nuevas amistades, crear comunidades y redes.
- Buscar información y noticias.
- Las familias pueden estar en contacto con mayor facilidad.
- Los investigadores y estudiantes tienen un mejor acceso a las fuentes del conocimiento.
- De favorece el aprendizaje y se contribuye al desarrollo social.



PELIGROS DE LAS REDES SOCIALES



- Tener muchos amigos en internet y olvidarse de las personas que nos rodean: la obsesión por las “amistades digitales”
- Se corre el riesgo de perder la privacidad más elemental.
- Piratería “autorizada”. En la práctica se pierde la autoría original.
- Pérdida de control sobre nuestro tiempo.
- La pornografía con todas sus secuelas.



RETOS DE LAS REDES SOCIALES

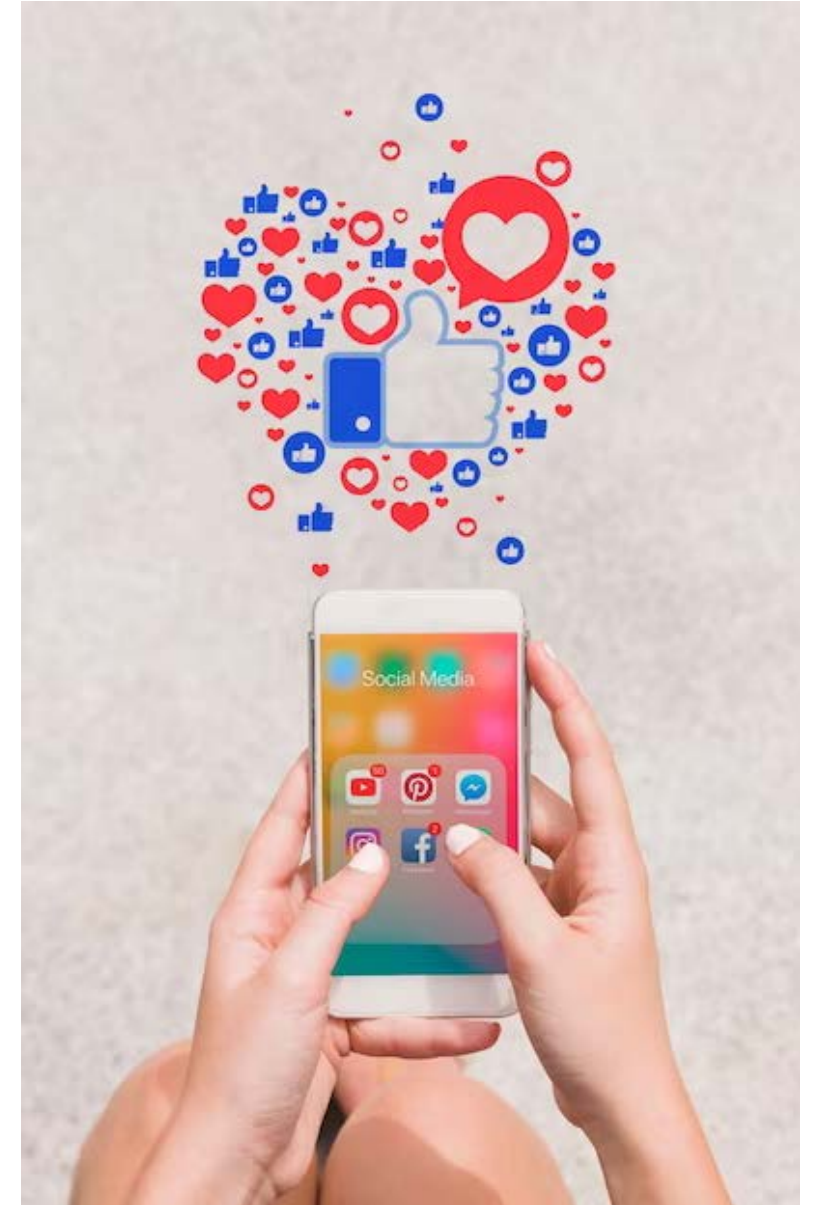
Una educación adecuada dentro de la familia y en todos los ámbitos.

Discernir entre una relación digital superficial y una verdadera amistad.

Saber que puedo encontrar amigos en Red, pero no olvido a los de clase, barrio, deporte, etc.

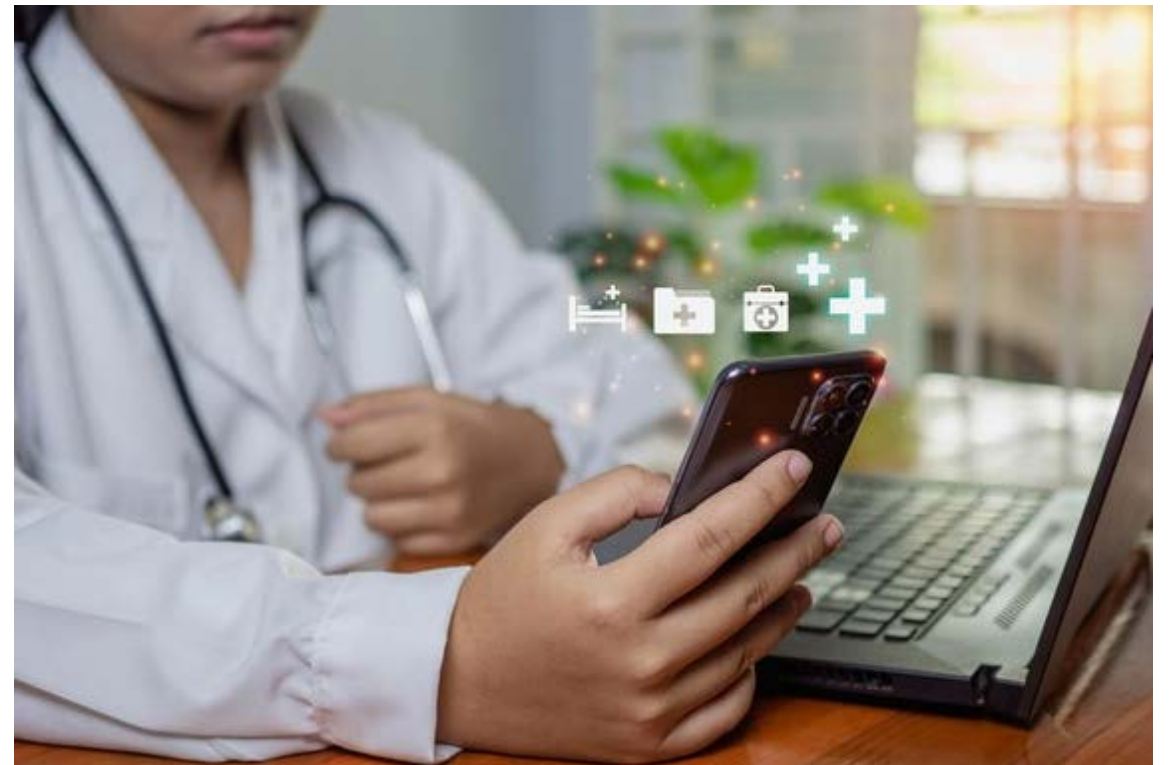
Asumir la responsabilidad de nuestros actos.

Mantener el control sobre la información que damos y con quién nos relacionamos.



BENEFICIOS DEL EMPLEO DE LAS REDES SOCIALES EN SALUD

- Favorecen la publicación de información, el aprendizaje autónomo, el trabajo en equipo, la comunicación, la retro-alimentación, el acceso a otras redes afines y el contacto con diferentes expertos.
- Facilidad de comunicación y comprensión entre las personas.
- Creación de comunidades.





BENEFICIOS DEL EMPLEO DE LAS REDES SOCIALES EN SALUD

- Permiten detectar patrones y comportamientos asociados a la búsqueda y suministro de información sobre salud.
- Facilitan la búsqueda de información y el acceso a mejores fuentes del conocimiento.
- Potencian el aprendizaje en red.

[HTTP://WWW.FACEBOOK.COM](http://www.facebook.com)



- Creada por Mark Zuckerberg y fundado junto a Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard.
- Su propósito era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet.

HTTP://X.COM



- Se denominó Twitter desde su fundación hasta julio de 2023.
- Oficialmente conocida como X, (estilizado como \mathbb{X}) es una aplicación de microblogueo que pertenece a la empresa X Corp.
- La red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres, llamados tuits, que se muestran en la página principal del usuario.
- Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios.
- Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a seguidores.

[HTTP://WWW.YOUTUBE.COM](http://www.youtube.com)



- Es un sitio web dedicado a compartir videos. Presenta una variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs y YouTube Gaming.
- Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005 y, en octubre de 2006, adquirido por Google Inc. a cambio de 1 650 millones de dólares: ahora opera como una de sus filiales. Es el sitio web de su tipo más utilizado en internet.

[HTTP://WWW.PINTEREST.COM](http://www.pinterest.com)



- Es una plataforma para compartir imágenes.
- Su nombre se deriva de la suma de las palabras en inglés: "pin" e "interest" (Pin 'Alfiler, Tachuela, Puntilla'. Interest 'interesarse, estar interesado, estar curioso') y su funcionalidad sigue la metáfora de tableros o murales en los que se fijan con pines las fotos y temas que interesan.
- La misión de Pinterest es conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes.
- Fundada por Ben Silbermann, Paul Sciarra, y Evan Sharp.

[HTTP://WWW.INSTAGRAM.COM](http://www.instagram.com)



- Es una red social y aplicación para subir fotos y videos.
- Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras.
- Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid, contrastando con la relación de aspecto 16:9 y 4:3 que actualmente usan la mayoría de las cámaras de teléfonos móviles.
- Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, Instagram fue lanzada en octubre de 2010.

[HTTP://WWW.FLICKR.COM](http://www.flickr.com)



- Flickr (pronunciado /flicker/) es un sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías o videos en línea, a través de Internet.
- Cuenta con una comunidad de usuarios que comparten fotografías y videos creados por ellos mismos, y que se rige por normas de comportamiento y condiciones de uso que favorecen la buena gestión de los contenidos.
- La popularidad de Flickr se debe fundamentalmente a la capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten a los autores etiquetar sus fotografías, explorar y comentar las imágenes de otros usuarios.

[HTTP://WWW.RESEARCHGATE.NET](http://www.researchgate.net)



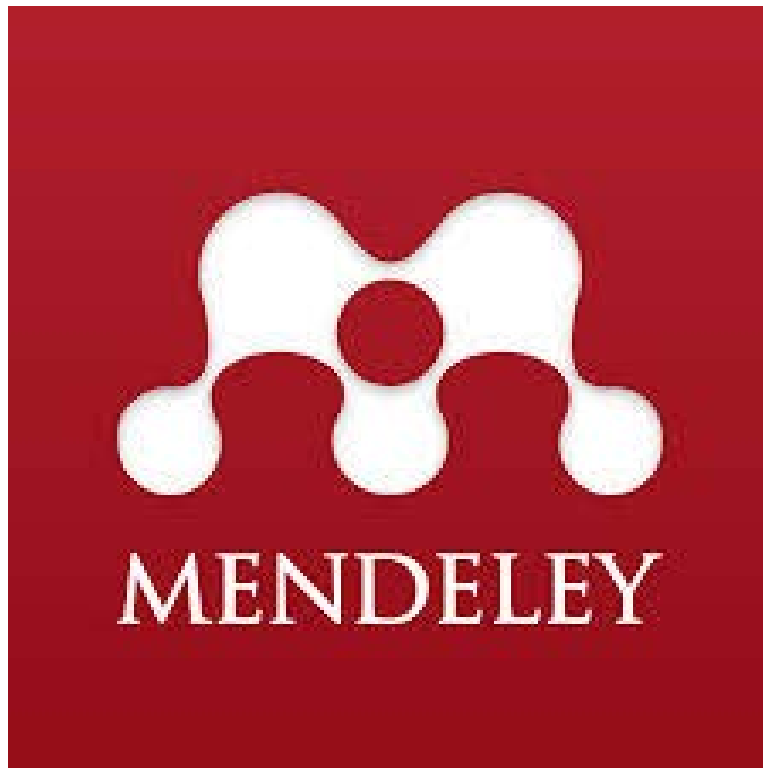
- Es una red social en Internet y una herramienta de colaboración dirigida a personas que hacen ciencia de cualquier disciplina.
- La plataforma ofrece acceso gratuito a las aplicaciones Web 2.0 más modernas, por ejemplo una búsqueda semántica de artículos de revistas científicas en una base de datos con más de 35 millones de registros, foros, grupos de discusión.
- En 2009, ResearchGate también entró en la escena del acceso libre a la información al desarrollar una herramienta de ayuda a quienes trabajan en investigación para cargar sus publicaciones, respetando en todo momento los derechos de autor. Así, cualquier integrante puede leer y descargar publicaciones gratuitas.

[HTTP://WWW.ACADEMIA.EDU](http://www.academia.edu)



- Es una red social 2.0 para investigadores que cuenta con un directorio de 12500 publicaciones científicas de todo el mundo, facilitando la tarea de los que buscan artículos para sus trabajos. Lanzado en septiembre de 2008, se convirtió en uno de los mayores sitios de redes sociales para universitarios en el año 2010.
- Permite publicar el texto completo de artículos, conferencias, libros, charlas y otros recursos de investigación, con la misma idea que la de cualquier red social: encontrar nuevos colegas y fortalecer nuestros contactos y colaboraciones.
- Utiliza para ello el mismo sistema que cualquier otra red a través de seguidores y seguidos. Incrementa la visibilidad de los documentos de investigación.

[HTTP://WWW.MENDELEY.COM](http://www.mendeley.com)



- Es una aplicación web y de escritorio, propietaria y gratuita. Permite gestionar y compartir referencias bibliográficas y documentos de investigación, encontrar nuevas referencias y documentos y colaborar en línea.
- Ambas aplicaciones son la base sobre la cual se ha creado y desarrollado una red social en línea de investigadores, similar a para identificar, capturar, etiquetar, clasificar y referenciar artículos científicos y académicos. Su comunidad está formada por 3 millones de usuarios y dispone de una base de datos con más de 100 millones de referencias.

[HTTP://WWW.LINKEDIN.COM](http://www.linkedin.com)



- Es una comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y el empleo.
- Los usuarios pueden subir su curriculum vitae o diseñar su propio perfil con el fin de mostrar experiencias de trabajo y habilidades profesionales.
- Se puede utilizar para encontrar puestos de trabajo y oportunidades de negocio recomendados por alguien de la red de contactos.
- Los empleadores pueden enumerar puestos de trabajo y la búsqueda de posibles candidatos.
- Los usuarios pueden seguir diferentes empresas y pueden recibir una notificación acerca de la posibles fusiones y ofertas disponibles.
- Los usuarios pueden guardar trabajos que les gustaría solicitar.

[HTTP://WWW.ORCID.ORG](http://www.orcid.org)



- ORCID proporciona un identificador digital persistente que lo distingue a usted de todos los otros investigadores y, por medio de la integración en flujos de trabajo de investigación clave, como presentación de manuscritos y subvenciones, acepta enlaces automatizados entre usted y sus actividades profesionales, garantizando que su trabajo sea reconocido.
- Es un código alfanumérico, no comercial, que identifica de manera única a científicos y otros autores académicos.
- La organización ORCID ofrece un registro abierto e independiente, el cual pretende ser el estándar *de facto* para la identificación de colaboradores en investigación y publicaciones académicas. El 16 de octubre de 2012, ORCID lanzó sus servicios de registro y empezó emitir sus identificadores de usuario.

CONSTRUIR REDES DE CONOCIMIENTO EN SALUD ES MÁS QUE UNIR EQUIPOS Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS; ES, ANTE TODO, INTERACTUAR Y COMUNICARSE, CON EL OBJETIVO COMÚN DE ALCANZAR NUEVOS CONOCIMIENTOS Y VALORES HUMANOS.

