



Revista Micaela

ISSN: 2955-8646 (en línea) / 2709-8990 (impresa)
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
Vice Rectorado de Investigación – Perú

Vol. 5 Num. 1 (2024) - Publicado: 17/10/24
<https://doi.org/10.57166/micaela.v5.n1.2024>
Páginas: 23- 29
Recibido 01/10/2024 ; Aceptado 17/10/2024

<https://doi.org/10.57166/micaela.v5.n1.2024.136>

Autores:

1. **ORCID iD** <https://orcid.org/0009-0009-1599-5200>
Danuska Juana Leon-Melendez, Ingeniería Informática y Sistemas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac –192204@unamba.edu.pe
2. **ORCID iD** <https://orcid.org/0009-0009-4872-3711>
Ruth Karina Prada-Huamani, Ingeniería Informática y Sistemas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac –192220@unamba.edu.pe
3. **ORCID iD** <https://orcid.org/0000-0002-5205-3660>
Ecler Mamani-Vilca, Universidad Micaela Bastidas de Apurímac, eclervirtual@unamba.edu.pe

Redes sociales utilizadas en el mundo

Social networks used in the world

Danuska Juana Leon-Melendez¹, Ruth Karina Prada-Huamani² y Ecler Mamani-Vilca³

Resumen. Este estudio identifica las redes sociales más utilizadas en diferentes regiones del mundo. Se realizó un análisis comparativo de las plataformas más populares en Asia, África, Europa, América del Norte, América del Sur y Oceanía, utilizando datos confiables. Los resultados muestran que Facebook lidera en todos los continentes, seguido por YouTube, WhatsApp e Instagram. Sin embargo, existen diferencias significativas en la preferencia por otras plataformas en cada continente. En Asia, WeChat lidera con 44,7% de usuarios, seguido por Facebook, YouTube y WhatsApp. En África, Facebook predomina con 62,1%, seguido por YouTube, WhatsApp e Instagram. En Europa, las principales plataformas son Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram. En América del Norte, las más usadas son Facebook, Instagram y Twitter. En América del Sur, Facebook lidera con 73,1%, seguido por WhatsApp e Instagram. En Oceanía, Facebook, YouTube e Instagram son las más populares. En conclusión, Facebook lidera globalmente, pero YouTube, Instagram y WhatsApp también tienen presencia relevante, reflejando diferencias regionales en preferencias y hábitos de uso. La investigación destaca la importancia de adaptar estrategias de marketing digital a las plataformas preferidas en cada región.

Palabras Clave: Redes Sociales, Continentes, Preferencias Digitales.

Abstract. This study identifies the most used social networks in different regions of the world. A comparative analysis of the most popular platforms in Asia, Africa, Europe, North America, South America and Oceania was conducted using reliable data. The results show that Facebook leads in all continents, followed by YouTube, WhatsApp and Instagram. However, there are significant differences in the preference for other platforms on each continent. In Asia, WeChat leads with 44.7% of users, followed by Facebook, YouTube and WhatsApp. In Africa, Facebook dominates with 62.1%, followed by YouTube, WhatsApp and Instagram. In Europe, the main platforms are Facebook, YouTube, WhatsApp and Instagram. In North America, the most used are Facebook, Instagram and Twitter. In South America, Facebook leads with 73.1%, followed by WhatsApp and Instagram. In Oceania, Facebook, YouTube and Instagram are the most popular. In conclusion, Facebook leads globally, but YouTube, Instagram and WhatsApp also have a relevant presence, reflecting regional differences in preferences and usage habits. The research highlights the importance of adapting digital marketing strategies to the preferred platforms in each region.

Keywords: Social Networks, Continents, Digital Preferences.

1 Introducción

En la era digital actual, las redes sociales han revolucionado la forma en que las personas se comunican, interactúan y comparten información. Con la globalización y el acceso creciente a Internet, las redes sociales han pasado de ser una herramienta de comunicación local a una plataforma global que conecta a millones de personas en todo el mundo. El uso de redes sociales ha cambiado la forma en que las personas se relacionan, trabajan, se entretienen y acceden a información. Sin embargo, también plantea desafíos y oportunidades que requieren ser estudiados y comprendidos. Desde el nacimiento de las primeras redes sociales a principios de los años 1997 a estado evolucionando hasta la actualidad [1], con el paso del tiempo, las novedades que se reinventan en las redes sociales son únicas y hacen que cada aplicación se enfoque a una temática diferente, abarcando cada día más y más aspectos sociales [2], estas plataformas han crecido de manera



exponencial, alcanzando millas de millones de usuarios activos en todo el planeta [3]. Según datos recientes, las principales redes sociales cuentan con más de la mitad de la población mundial conectada a internet, marcando un fenómeno global.

Tabla1. Evolución de las redes sociales

Año	Red Social	Descripción
1997	SixDegrees	Primera red social que permitía crear perfiles y listas de amigos.
2002	Friendster	Red social orientada a citas y conexiones entre amigos.
2003	MySpace	Plataforma popular para compartir música y conectar con amigos.
2003	LinkedIn	Red social profesional para conexiones laborales y negocios.
2004	Facebook	Red social que revolucionó la forma de interactuar en línea.
2005	YouTube	Plataforma de videos que permitió compartir y ver contenido audiovisual.
2006	Twitter	Introdujo los mensajes cortos de 140 caracteres, conocidos como "tweets".
2009	WhatsApp	Aplicación de mensajería instantánea que cambió la comunicación móvil.
2010	Instagram	Red social centrada en la fotografía y el contenido visual.
2011	Snapchat	Aplicación de mensajería con fotos y videos efímeros.
2016	TikTok	Plataforma de videos cortos que se volvió un fenómeno global.
2023	Threads	Red social de Meta similar a Twitter, lanzada recientemente.

A pesar de la amplia adopción de las redes sociales, existen varios desafíos pendientes. Dos preguntas clave surgen: ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas en diferentes regiones del mundo? y ¿Cómo varía el uso de las redes sociales según la edad, género, educación y otros factores demográficos? Las redes sociales más populares varían según la región (Facebook en Norteamérica, WeChat en Asia y WhatsApp en Latinoamérica) y factores demográficos (los jóvenes prefieren Instagram y TikTok, mientras que los adultos mayores utilizan más Facebook; las mujeres optan por redes sociales comunitarias como Pinterest y los hombres por plataformas de noticias y deportes), y la educación y los ingresos determinan el tipo y frecuencia de uso.

El objetivo principal del estudio sobre redes sociales es describir su uso y prevalencia, identificar las plataformas más populares y analizar cómo el uso varía según factores demográficos. Este estudio es relevante y oportuno por su potencial para analizar el impacto global de las redes sociales, informar estrategias empresariales y políticas, abordar desafíos de privacidad, seguridad y salud mental, y sentar bases para futuras investigaciones en diversos contextos como educación, salud y política.

1.1 Redes sociales

El nacimiento de internet marcó el inicio de una revolución en la comunicación, introduciendo herramientas como el correo electrónico, páginas web y foros, pero la creación de la primera red social fue un punto de inflexión clave que transformó radicalmente la forma en que interactuamos y nos conectamos, cambiando la forma en que nos relacionamos y compartimos información [4]. Las redes sociales han tenido un impacto profundo en la sociedad, revolucionando la forma en que accedemos a la información, nos conectamos con otros, compartimos ideas y realizamos transacciones, y abriendo nuevas posibilidades personales y profesionales gracias a la inmediatez, globalización y conectividad que ofrecen [5]. Según José V. [6] La influencia de internet en nuestra vida es un tema recurrente en noticias, vida cotidiana y estudios académicos, abarcando debates sobre privacidad, transparencia y circulación de datos, así como el impacto de las redes sociales en la vida afectiva. Sin embargo, el libro de José Van Dijck ofrece una perspectiva novedosa y rigurosa, adoptando una mirada a mediano plazo que clarifica aspectos opacos de la cultura digital, usualmente dominados por lo efímero y lo fugaz. Según Juan C. [7] Definir una red social implica analizar personas o grupos y los vínculos que los conectan, lo cual determina la fuerza y funcionalidad de la red. Engels sostenía que la interacción con otros cambia el comportamiento y la estructura social de las personas. Las actividades y el trabajo crean organizaciones donde cada persona contribuye a objetivos colectivos, reflejando la interacción y convivencia humana a lo largo de la historia.

Las redes sociales han revolucionado la forma en que las personas se comunican, interactúan y comparten información [8]. En 2012, las redes sociales en España, como Facebook, Twitter y LinkedIn, ganaron popularidad, con Facebook liderando. Estas plataformas facilitaron el contacto social y la reconexión con conocidos. Sin embargo, en 2016, se observó una disminución en la intensidad de uso, afectando la creación de nuevos contactos. Ese año, surgieron influencers y prosumidores, impactando significativamente la comunicación y el capital social. [9]. Las redes sociales ofrecen apoyo y oportunidades laborales, destacando su importancia en la vida social y profesional. Según un informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en 2022, más de 4.200 millones de personas utilizaban redes sociales en todo el mundo, lo que representa el 53% de la población mundial (UIT, 2022).

Cerca de 5 mil millones de personas usan redes sociales. Las plataformas más populares son Facebook, con 3.030 millones de usuarios activos, y YouTube, con 2.491 millones. Facebook se utiliza para compartir textos, fotos y videos, mientras

que YouTube es una plataforma para crear y ver videos. WhatsApp, por su parte, es una aplicación de mensajería instantánea con 2.000 millones de usuarios activos mensuales en más de 180 países [10].

Según Lima Retail [11], en su informe sobre estadísticas de redes sociales, se destaca que Facebook es la red social más utilizada a nivel global, con 2.9 mil millones de usuarios activos. Además, se indica que el 57% de la población mundial utiliza redes sociales. Según Alicia D. [12], en su Libro "Redes sociales", analiza el impacto de las redes sociales en la sociedad, destacando su influencia en la comunicación e interacción global. Sin embargo, no se enfoca específicamente en la comparación de redes sociales más utilizadas a nivel global.

Según Octavio Islas y Paola Ricaurte [13] en "Investigar Redes Sociales", las redes sociales han revolucionado la forma en que nos comunicamos y interactuamos en la sociedad actual. El autor destaca la importancia de investigar estas plataformas para comprender su impacto en la sociedad. Según RD Station [14], las redes sociales más populares a nivel global son Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, con más de 4.2 mil millones de usuarios activos. Según INESDI [15], la distribución por edad de los usuarios de redes sociales muestra un patrón interesante. Los jóvenes de 18-24 años prefieren Instagram (70%), TikTok (55%) y Snapchat (45%), mientras que los adultos de 25-34 años optan por Facebook (60%), Instagram (50%) y Twitter (40%). En el rango de edad de 35-44 años, Facebook (55%) y Instagram (45%) siguen siendo populares, pero LinkedIn (35%) gana terreno. En los grupos de edad más avanzados, Facebook sigue siendo la opción principal, con un 50% de usuarios entre 45-54 años y un 45% entre 55-64 años. Según Telefónica [16], la distribución por edad de los usuarios de redes sociales es la siguiente: Instagram es la favorita de los jóvenes, especialmente entre los 18 y 24 años; Facebook es popular entre los usuarios mayores de 30 y 45 años; LinkedIn es una red social profesional con usuarios predominantes en torno a los 40 años; TikTok se enfoca en adolescentes; Twitter tiene su mayor porcentaje de consumidores entre los 30 y 50 años; y YouTube tiene un rango de edad amplio, pero su público más fiel se encuentra entre la adolescencia y la juventud.

En Asia, destacan varias redes sociales líderes. WeChat, en China, cuenta con 850 millones de usuarios, mientras que Weibo alcanza los 300 millones. En Japón, Line es especialmente popular, con 220 millones de usuarios. En Corea del Sur, KakaoTalk tiene una penetración impresionante del 98% en dispositivos móviles. Además, Facebook y Twitter mantienen su relevancia en la región Asia-Pacífico, donde el 59% de los usuarios acceden a estas plataformas desde sus smartphones [17]. El uso de redes sociales en África está en aumento, especialmente en Nigeria, donde se espera un incremento del 80% entre 2019 y 2025. A pesar de los intentos del gobierno nigeriano de prohibir Twitter, un tribunal regional revocó esta decisión, evidenciando la tensión entre el control gubernamental y la influencia de las redes. Además, el reciente golpe de estado en Guinea Conakri fue anunciado por video, mostrando el papel crucial de las redes en la difusión de información [18]. En Europa, Facebook e Instagram lideran el panorama de las redes sociales, con una presencia destacada en países clave como el Reino Unido, Alemania y Francia. Además, TikTok ha experimentado un crecimiento significativo, especialmente entre la generación más joven [19]. Según los datos disponibles, los sitios locales europeos parecen disfrutar de un índice muy alto de popularidad en sus países de origen. Esto sugiere que en Europa parece producirse un desarrollo de la idea de redes sociales locales, lo que parece contradecir el discurso inicial en torno a los sitios de creación de redes sociales, que se centraba en la idea de la posibilidad de conectarse con cualquier persona, en cualquier lugar [20]. En América del Norte, Facebook es la red social dominante, utilizada por personas de todas las edades. Instagram atrae a jóvenes adultos y adolescentes con fotos y videos, mientras que Twitter es popular para compartir noticias en tiempo real. TikTok ha ganado seguidores entre los jóvenes con sus videos cortos, y Snapchat es preferido por adolescentes para contenido efímero. Estas plataformas son clave para la comunicación personal y el marketing digital [21]. En Sudamérica, Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y TikTok son las redes sociales más utilizadas por su capacidad para facilitar la comunicación y el entretenimiento. Facebook y WhatsApp lideran en número de usuarios, seguidos por YouTube e Instagram. LinkedIn y Twitter también tienen presencia significativa en la región, y países como Chile y Costa Rica muestran altos porcentajes de usuarios en estas plataformas. [22]. En Oceanía, Facebook e Instagram lideran el mercado de redes sociales, con una fuerte presencia en Australia y Nueva Zelanda. Mientras Facebook atrae a todas las edades, Instagram es especialmente popular entre jóvenes y adolescentes. TikTok ha experimentado un crecimiento explosivo en la región, especialmente entre los más jóvenes, gracias a su formato de videos cortos y creativos, y su algoritmo personalizado que mantiene a los usuarios enganchados [23].

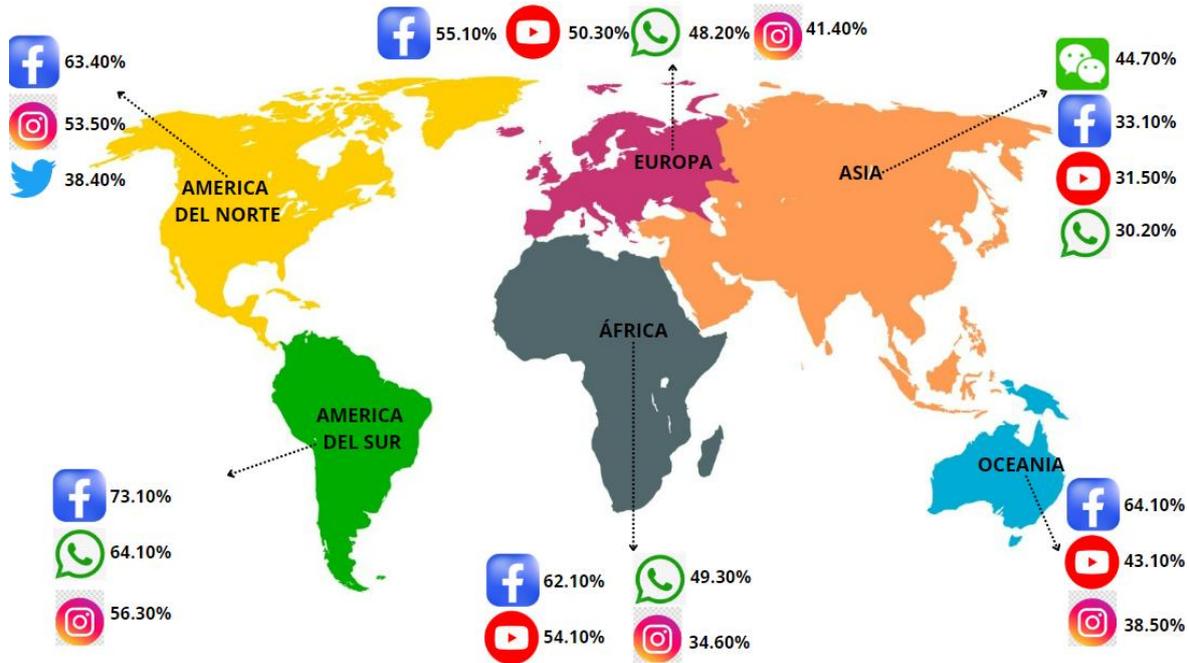


Fig. 1. Porcentaje de las redes sociales más utilizadas en cada continente.

El impacto de las redes sociales no se limita solo a la comunicación interpersonal. Estas plataformas también desempeñan un papel crucial en la formación de opiniones, el intercambio de ideas y la construcción de marcas. Además, las redes sociales han abierto nuevas oportunidades para el marketing digital, permitiendo a las empresas llegar a audiencias más amplias y segmentadas de manera más eficiente.

2 Método

Fuentes de información, la información que se utilizó para el presente manuscrito corresponde a:

- Hootsuite: Publica informes anuales y estadísticas sobre redes sociales, publicidad y e-commerce. Puedes encontrar el informe digital en su blog.
- Techopedia: Ofrece estadísticas reveladoras sobre redes sociales, incluyendo usos, peligros y tendencias.
- HubSpot: Publica listas de estadísticas esenciales sobre redes sociales para ayudarte a enfocar tus esfuerzos de marketing.
- Redalyc: Una biblioteca digital que proporciona acceso a artículos académicos sobre diversas temáticas, incluyendo redes sociales.
- El País: Publica artículos y análisis sobre el impacto de las redes sociales en el consumo de noticias y otros temas.
- Instituto Reuters: Realiza encuestas anuales sobre hábitos de información, incluyendo el uso de redes sociales para el consumo de noticias.
- NeoAttack: Ofrece artículos sobre las redes sociales más utilizadas y su impacto en la sociedad.
- Publica: Publica listas y análisis sobre las plataformas y aplicaciones de redes sociales más utilizadas.

Los criterios de exclusión, fueron sitios como 4chan, secciones no moderadas de Reddit, blogs personales sin respaldo académico y portales sensacionalistas que difundían desinformación, porque no brindaban la confianza y la verificación que se necesita para esta investigación.

3 Resultados

3.1. Redes Sociales más utilizadas en diferentes regiones del mundo



Fig. 2. En la izquierda se muestra los resultados en porcentajes de las redes sociales mas utilizadas en Asia (WeChat,facebook, youtube y whatsapp) y en la derecha muestra los resultados en porcentajes de las redes sociales mas utilizadas en Africa (facebook, youtube, whatsapp e instagram)

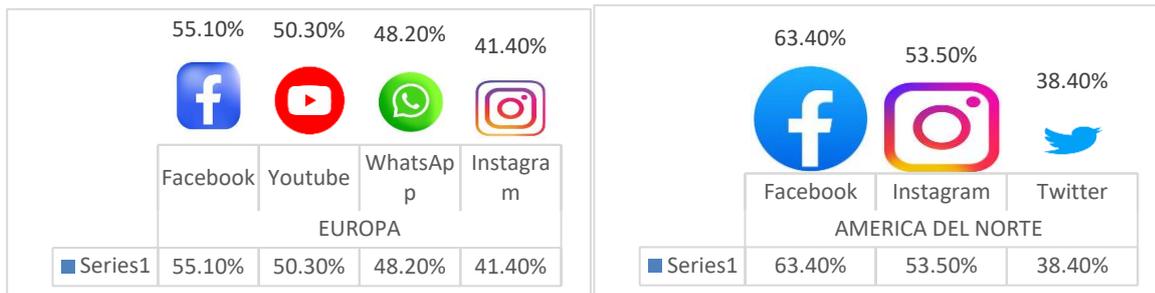


Fig. 3. En el lado izquierdo se visualiza los resultados en porcentajes de las redes sociales mas utilizadas en Europa (facebook, youtube, Whatsapp e instagram) y en la derecha muestra los resultados en porcentajes de las redes sociales mas utilizadas en America del Norte (facebook, instagram y twitter).

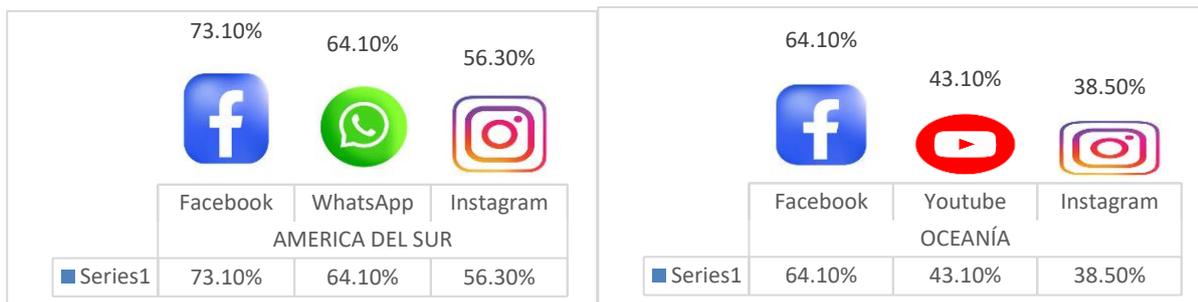


Fig. 4. En el lado derecho se muestra los resultados en porcentajes de las redes sociales mas utilizadas en America del sur (facebook, whatsapp, instagram) y en la izquierda se visualiza los resultados en porcentajes de las redes sociales mas utilizadas en Oceania (facebook, youtube, instagram)

Tabla 2. Redes sociales más utilizadas según continentes

Continente	Redes Sociales más utilizadas
Asia	WeChat (44,7%), Facebook (33,1%), YouTube (31,5%) WhatsApp (30,2%),
África	Facebook (62,1%), YouTube (54,1%), WhatsApp (49,3%), Instagram (34,6%)
Europa	Faceook (55,1%), YouTube (50,3%), WhatsApp (48,2%), Instagram (41,4%)
América del Norte	Facebook (63,4%), Instagram (53,5%), Twitter (38,4%)
América del Sur	Facebook (73,1%), WhatsApp (64,1%), Instagram (56,3%)
Oceanía	Facebook (64,1%), YouTube (43,1%), Instagram (38,5%)

3.2. Variación del uso de las redes sociales según la edad, género, educación y otros factores demográficos

Tabla 3. Variación en porcentajes en el uso de las redes sociales por edad según en cada continente.

Continente	EDAD					
	13-17 años	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55+ años:
América del Norte	85%	80%	75%	65%	55%	45%
América del Sur	83%	78%	73%	63%	53%	43%
Europa	87%	82%	77%	67%	57%	47%
Asia	80%	75%	70%	60%	50%	40%
Oceanía	82%	77%	72%	62%	52%	42%
África	75%	70%	65%	55%	45%	35%

Tabla 4. Variación en porcentajes en el uso de las redes sociales por genero según continente.

Continente	GENERO		NIVEL DE EDUCACIÓN		
	HOMBRES	MUJERES	NIVEL ALTO	NIVEL MEDIO	NIVEL BAJO
América del Norte	50%	55%	70%	60%	50%
América del Sur	48%	53%	68%	58%	48%
Europa	52%	57%	72%	62%	52%
Asia	47%	50%	65%	55%	45%
Oceanía	50%	53%	68%	58%	48%
África	45%	48%	60%	50%	40%

Tabla 5. Variación en porcentajes en el uso de las redes sociales por ingresos según continente.

Continente	FACTORES DEMOGRAFICOS(INGRESOS)		
	ALTOS	MEDIOS	BAJOS
América del Norte	75%	65%	55%
América del Sur	73%	63%	53%
Europa	77%	67%	57%
Asia	70%	60%	50%
Oceanía	73%	63%	53%
África	65%	55%	45%

4 Discusiones Conclusiones

Lima Retail [11] El panorama global de las estadísticas de redes sociales destaca la predominancia de Facebook y el crecimiento de Instagram y TikTok. Sin embargo, no se aborda la distribución geográfica y el uso en diversas regiones y países. Nuestro estudio llena este vacío al analizar las redes sociales más utilizadas en cada continente, ofreciendo una perspectiva más amplia y actualizada. También Alicia D. [12], Aunque se realiza un análisis general de las redes sociales, no se compara el uso en diferentes continentes y regiones. En contraste, nuestro estudio presenta un análisis exhaustivo de las redes más populares a nivel global con datos actualizados al 2024, abarcando todos los continentes. Esto permite una comprensión más completa de la dinámica de las redes sociales en la sociedad actual. En la perspectiva de Octavio Islas y Paola Ricaurte [13] ,proporciona una visión general de las metodologías y herramientas para investigar redes sociales, lo que es relevante para nuestro estudio. Sin embargo, nuestro trabajo se enfoca específicamente en analizar las redes sociales más utilizadas a nivel global, lo que no se explora en profundidad en el libro. Nuestro estudio contribuye a llenar este vacío al proporcionar una visión actualizada y comparativa de las redes sociales más populares. Aunque RD Station [14], destaca las redes sociales más populares, no proporciona un análisis detallado de la distribución geográfica y demográfica de los usuarios. Nuestro estudio se enfoca en analizar las redes sociales más utilizadas en diferentes regiones y países, lo que permitirá entender mejor las tendencias y patrones de uso. Aunque INESDI [15] Proporciona información sobre la distribución por edad de los usuarios de redes sociales, pero no profundiza en las razones detrás de estas preferencias. Nuestro estudio analiza cómo la edad, género y educación influyen en el uso de diferentes redes sociales. Telefónica [16] también ofrece información sobre la distribución por edad, pero no la categoriza por continentes, lo cual sí hace nuestro estudio.

A nivel global, las redes sociales más utilizadas varían por continente. En Asia, WeChat lidera con 44,7% de usuarios, seguido por Facebook, YouTube y WhatsApp. En África, Facebook predomina con 62,1%, seguido por YouTube, WhatsApp e Instagram. En Europa, las principales plataformas son Facebook, YouTube, WhatsApp e Instagram. En América del Norte, Facebook, Instagram y Twitter son las más usadas, mientras que, en América del Sur, Facebook lidera con 73,1%, seguido por WhatsApp e Instagram. En Oceanía, Facebook, YouTube e Instagram son las más populares. En conclusión, Facebook lidera en todos los continentes, mostrando su amplio alcance global. Sin embargo, YouTube, Instagram y WhatsApp también tienen una presencia significativa, reflejando diferencias regionales en preferencias y hábitos de uso. Estos datos subrayan la importancia de adaptar estrategias de marketing digital a las plataformas preferidas en cada región para maximizar el impacto. El uso de las redes sociales varía significativamente según la edad, género, educación e ingresos. Los jóvenes de 13 a 24 años son los más activos, especialmente en Europa y América del Norte. Las mujeres usan más redes sociales que los hombres en todos los continentes. Las personas con un alto nivel educativo son las más activas, especialmente en Europa y América del Norte. Los individuos con altos ingresos también presentan mayores tasas de uso, con Europa y América del Norte liderando. Estos resultados subrayan la importancia de considerar estos factores demográficos al diseñar estrategias de marketing y comunicación digital.

5 Biografías

- Danuska Juana Leon Melendez, egresada de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac de la facultad de ingeniería de la escuela profesional Ingeniería Informática y Sistemas.
- Ruth Karina Prada Huamani, egresada de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac de la facultad de ingeniería de la escuela profesional Ingeniería Informática y Sistemas.

- Ecler Mamani Vilca, Dr. en Ciencias de la Computación, docente investigador y también del curso de trabajo de investigación y otras relacionadas a la investigación.

6 Referencias

- [1] A. Grandi. [En línea]. Available: <https://academia.crandi.com/redes-sociales/evolucion-de-las-redes-sociales/>. [Último acceso: 20 septiembre 2024].
- [2] M. 4. ecommerce, «Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución,» [En línea]. Available: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>. [Último acceso: 20 Septiembre 2024].
- [3] Socialnc, «La evolución de las redes sociales: desde sus inicios hasta la actualidad,» [En línea]. Available: <https://socialnc.org/b/la-evolucion-de-las-redes-sociales-desde-sus-inicios-hasta-la-actualidad/>. [Último acceso: 20 Septiembre 2024].
- [4] Marketing4eCommerce, «Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución,» Noelia Fragueta, 10 junio 2024. [En línea]. Available: <https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>. [Último acceso: 28 septiembre 2024].
- [5] M. Multimedia, «La historia de las redes sociales: evolución y impacto en la sociedad,» 4 Marzo 2024. [En línea]. Available: <https://www.mediummultimedia.com/social-media/cual-es-la-historia-de-las-redes-sociales/>. [Último acceso: 28 septiembre 2024].
- [6] J. van Dijck, La cultura de la conectividad, Argentina: Argentina S.A., 2019.
- [7] J. C. G. Castillo, «Uso de las Redes sociales Virtuales,» Xalapa, Veracruz, 2014.
- [8] K. Andreas M y M. Haenlein, «Usuarios del mundo, ¡uníos! Los retos y oportunidades de las Redes Sociales,» *Horizontes de negocios*, vol. 53, n° 1, pp. 59-68, 2010.
- [9] C. Loreto Vázquez, «Las Redes Sociales online en España 2012-2016,» *Revista de Comunicación de la SEECI*, p. 17, 2016.
- [10] I. Martínez, «Neo Attak,» 16 Julio 2024. [En línea]. Available: <https://neoattack.com/blog/redes-sociales/>. [Último acceso: 23 septiembre 2024].
- [11] Data Driven Marketing, «Redes Sociales más Usadas Perú,» Data Driven Marketing, 18 Abril 2024. [En línea]. Available: <https://limaretail.com/redes-sociales/estadisticas-redes-sociales/>. [Último acceso: 9 octubre 2024].
- [12] A. Durango, «Las redes sociales,» de *Las redes sociales*, IT Campus Academy, 2014, pp. 1-94.
- [13] O. Islas y P. Ricaurte, «Investigar las Redes Sociales,» de *Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*, Mexico, Tecnológico de Monterrey, 2013, p. 189.
- [14] R. Station, «Todo lo que necesitas saber sobre las Redes Sociales,» Epic Page, [En línea]. Available: <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>. [Último acceso: 9 octubre 2024].
- [15] Inesdi, «redes sociales más utilizadas,» Bussines Techschool, 13 Abril 2023. [En línea]. Available: <https://www.inesdi.com/blog/las-redes-sociales-mas-utilizadas/>. [Último acceso: 9 octubre 2024].
- [16] Telefonica, «Redes sociales más utilizadas,» Telefonica, 4 Julio 2024. [En línea]. Available: <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/redes-sociales-mas-usadas/>. [Último acceso: 9 octubre 2024].
- [17] O. Consultaci, «Las redes sociales en Asia,» olea Consultaci, 15 septiembre 2017. [En línea]. Available: <http://oleaconsultancy.asia/es/2017/09/15/las-redes-sociales-en-asia/>. [Último acceso: 30 septiembre 2024].
- [18] N. Orozco Galeán y E. J. Rodríguez Abad, «El uso de internet y las redes sociales en los países africanos con los líderes más longevos del continente,» 2021.
- [19] M. M. Meet, «En Europa, la televisión y Facebook siguen dominando, TikTok y los podcasts están en auge: un vistazo a los hábitos mediáticos de la UE,» the fix, 2022. [En línea]. Available: <https://mediamakersmeet.com/in-europe-tv-and-facebook-still-rule-tiktok-and-podcasts-are-on-the-rise/>. [Último acceso: 30 septiembre 2024].
- [20] R. Cachia, «Los sitios de creación de redes.»
- [21] J. Palomino, «¿Cuál es la red social más utilizada en Norteamérica?,» AdnAmerica, 29 enero 2024. [En línea]. Available: <https://adnamerica.com/estados-unidos/cual-es-la-red-social-mas-utilizada-en-estados-unidos>. [Último acceso: 30 septiembre 2024].
- [22] Mercately, «Redes sociales más usadas en Latinoamérica: Tendencias y análisis para 2024,» 2024.
- [23] s. GlobalStats, «Social Media Stats Oceanía,» statcounter GlobalStats, 2024 agosto 2024. [En línea]. Available: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/oceania>. [Último acceso: 30 agosto 2024].