Social networks: meaning and transcendence to the rescue of the culture of encounter

María Elizabeth De los Ríos-Uriarte — Universidad Anáhuac México. México, México
Rubén Óscar Revello — Pontificia Universidad Católica de Argentina. Buenos Aires, Argentina

Human beings seek to build interpersonal relationships by nature, which has driven the rise of social networks in recent years. This article focuses on communicating the role of social networks in our daily lives and warns about the risks they pose to the construction of authentic interpersonal encounters, based on ethics, solidarity and empathy. Among the risks generated by the so-called “digital highways” are the reification of people, the denial of plurality, the digital divide between Internet users and social networks, the distortion of truth, superficiality, immediacy and the culture of anonymity. The article stresses the importance of establishing true interpersonal encounters, avoiding falling into the “throwaway culture,” and encourages welcoming the person and forming community through dialogue and tolerance. It deepens the meaning of the triad relationship-encounter-community and the importance of communicating human dignity in social networks. Finally, it invites us to transcend superficiality, building community ties and promoting actions that value the person as an end, using the networks as a means.

Palabras clave: Medios sociales; Digitalización; Internet; Comunicación.

Abstract

Human beings seek to build interpersonal relationships by nature, which has driven the rise of social networks in recent years. This article focuses on communicating the role of social networks in our daily lives and warns about the risks they pose to the construction of authentic interpersonal encounters, based on ethics, solidarity and empathy. Among the risks generated by the so-called “digital highways” are the reification of people, the denial of plurality, the digital divide between Internet users and social networks, the distortion of truth, superficiality, immediacy and the culture of anonymity. The article stresses the importance of establishing true interpersonal encounters, avoiding falling into the “throwaway culture,” and encourages welcoming the person and forming community through dialogue and tolerance. It deepens the meaning of the triad relationship-encounter-community and the importance of communicating human dignity in social networks. Finally, it invites us to transcend superficiality, building community ties and promoting actions that value the person as an end, using the networks as a means.

Keywords: Social networks; Digitalization; Internet; Communication.

Introducción

Las últimas tres décadas han puesto en evidencia el auge del espacio virtual mediante la navegación de alta velocidad en internet y la adhesión y uso de redes sociales; especialmente, los últimos tres años en que la humanidad ha vivido una crisis sanitaria de dimensiones mayúsculas, la evidencia abunda sobre la necesidad que tenemos de relacionarnos y de entablar relaciones que

forjen encuentros y estos que, a su vez, creen comunidades. Lo propio del ser humano es, pues, ser un ser en relación (Gevaert, 2003).

En el espacio virtual en general y en las redes sociales en particular, se despliega un abanico de posibilidades(González, 2020) que han traído consigo numerosos beneficios, algunos de los cuales son: a) acercar distancias, sobre todo, entre personas que viven en diferentes países pero que quieren permanecer, de algún modo, presentes y actualizados sobre lo que sucede con sus conocidos o familia y, ahora, a partir de plataformas digitales de comunicación esto se puede hacer de manera rápida, sencilla y en tiempo real; b) intercambios de información y conocimiento que han encontrado un nicho valioso, sobre todo en la educación. Son innumerables las aplicaciones que los docentes pueden utilizar para hacer partícipes a los alumnos de su propio proceso de aprendizaje haciéndolo dinámico y eficaz así como contribuir a la formación de comunidades de intercambios de información y conocimientos actualizados que enriquecen los contenidos vistos en aula; c) acceso a información y hechos en tiempo real, lo que permite mantenerse actualizado y seguir hechos relevantes a nivel mundial que pueden ayudar a tomar decisiones o a prevenir situaciones; d) espacios de comunidad enfocados al crecimiento y enriquecimiento personal en áreas tanto del entretenimiento como de espiritualidad o diálogos interreligiosos; e) al interior de las familias(Ortiz, 2023), el mundo digital ofrece posibilidades para facilitar temas de seguridad de los miembros integrantes, de comunicación, de interacción dinámica y sana entre los miembros de la familia y hasta de posibilidades de encuentros que superan tiempos y distancias.

Las bondades de las redes sociales en concreto son múltiples también, pero esto depende de los usos, formas y fines que se les dé y aquí radica la discusión central puesto que, ante usos aparentemente inocentes, pueden aparecer riesgos mayúsculos que lastiman a la persona y sus posibilidades de generar encuentros plenos con los demás, engañando a los usuarios mediante una supuesta crecida exponencial de relaciones que no profundizan ni llegan a forjarse en realidad(Walker, 2023).

Este incremento en la frecuencia de relaciones gestadas en el espacio virtual, sin embargo, no siempre cumple con las bondades del encuentro interpersonal, por eso es importante advertir sobre algunos riesgos de apostar por las conexiones meramente digitales para interactuar en ellas de un modo que permita la comunicación puesta al servicio de la persona y la sociedad.

Así, en este artículo reflexionaremos, en primer lugar, sobre el papel que juegan las redes sociales en nuestra vida diaria y su relevancia para la construcción de relaciones y encuentros entre personas. En segundo lugar, abordaremos algunos de los riesgos que transitar por estos espacios digitales conlleva y las posibles consecuencias de tomarlos como absolutos. En tercer lugar, analizaremos los modos en que podemos interactuar en el espacio virtual desde la tríada relación-encuentro-comunidad para encontrar el sentido y la trascendencia de las redes sociales como lugar de encuentro y cercanía interpersonal. En cuarto lugar, expondremos algunas consideraciones para comunicar a la persona en las redes sociales y recuperar su papel central en la interacción de las mismas y, por último, emitiremos algunas conclusiones sobre el tema.

El papel de las redes sociales hoy

La pandemia representó el momento de mayor relevancia del mundo digital (Pedrouzo & Krynski, 2023). Esto, en función de que provocó que la vida familiar, social y laboral se instalara en éste y generó una conciencia cada vez más creciente de la cultura digital, su relevancia y sus posibilidades, incluso, laborales ya que hasta el trabajo se introdujo en nuestros hogares de una manera abrupta. No obstante, el espacio virtual es de larga data como veremos a continuación

El deseo de mantener comunicación entre los distintos usuarios de computadoras en distintas regiones permitió el surgimiento, en la década de los noventas del *World Wide Web* (www) primero en bases militares y, después, en grandes universidades (Khan, 1997). En 1998 nace Google, en 2001 Wikipedia, en 2004 Facebook y en 2009 Whatsapp. El uso hoy de internet es algo cotidiano: el

65% de la población mundial lo utiliza y más del 75% de la población mundial tiene un teléfono celular (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2023b).

Este recorrido muy breve y rápido da cuenta de datos que vale la pena mencionar: según un estudio de la empresa “We are social” en el mundo existen hoy 4 mil 880 millones de personas usuarias de redes sociales, lo que equivale a más del 60% de la población mundial (Bermúdez, 2023). El porcentaje más grande de usuarios se ubica en el continente americano y el menor en África e India, lo que refleja una mayor o menor distribución geográfica de recursos electrónicos y acceso a redes.

Otros datos arrojan que, de esta población mundial usuaria de redes sociales, el 53.6% son hombres; el promedio de horas al día que un usuario se conecta a ellas es de 2 horas 26 minutos y se reporta que usan alrededor de 7 tipos de redes sociales. Además, a nivel mundial según Digital 2024(Kemp, 2022), el tiempo promedio de conexión de los usuarios a una red social es de 2 horas y 23 minutos.

Con este panorama podemos afirmar que, si antes era fácil hacer la distinción entre estar *online* y *offline* (Pérez, 2022), hoy, la línea se ha desdibujado pues aún en momentos de aparente “desconexión” o de imposibilidad de contar con una red de wifi, permanecemos conectados mediante la red 5G, que es la quinta generación de tecnología celular inalámbrica(Amazon Web Services, 2024) de nuestros dispositivos móviles; más bien tendríamos que afirmar que, lo de hoy, es estar *onlife*. Nuestra vida transcurre, aún sin darnos cuenta, entre lo que el Dicasterio para la Comunicación del Vaticano (2023) en su documento “Hacia una plena presencia. Reflexión pastoral sobre la interacción en redes sociales” ha denominado “autopistas digitales”, término utilizado para referirse al espacio virtual por el que se navega a altas velocidades con posibilidad de conexiones ilimitadas y que puede tener varios destinos.

La digitalización de nuestras vidas nos ha llevado a estar más conectados que nunca, por un lado, pero, por el otro, a tener más relaciones superficiales debido a la inmediatez(Vázquez & Fernández, 2016) que exige entrar en el mundo digital, particularmente en las redes sociales en donde compartir contenido varias veces al día y alimentarlas constantemente es una de las reglas que permiten no sólo mantenerlas vivas sino permanecer en ellas. Así, la vida que vivimos se convierte en una exposición constante de cúmulos de experiencias sensoriales y emotivas en donde importa más la imagen o palabra que la vivencia misma del instante. Esta inmediatez no permite profundizar en la vida, ni en la que vivimos ni en la que viven los otros, no permite tampoco el tiempo de asimilación necesario para poder penetrar en la verdad que se está transmitiendo, ni siquiera en corroborarla, lo que ha dado pie a la proliferación de verdades falsas que se propagan con una rapidez inalcanzable.

Ante los cambios de la cultura que ha sufrido la posmodernidad, entre ellos, el privilegio concedido a la imagen por encima de la palabra, parece entonces que la premisa para poder ser partícipe de lo acontecido es la inmediatez(Vázquez & Fernández, 2016): de ahí el nombre tan acertado que propone el dicasterio para la Comunicación de “autopistas digitales”.

Esta inmediatez a la que hacemos referencia, impide el modo propio del conocimiento humano que, al ser parte de un proceso, necesita del tiempo para discurrir según el siguiente esquema: 1) captar el contenido, 2) tratar de incorporarlo a lo ya aprendido, 3) criticarlo y 4) decidir qué incorporar o no de esa información(Verneaux, 2002) La celeridad de la información altera estos pasos captando solo partes de la comunicación, da por cierto sin críticas lo recibido y se incorpora de modo irreflexivo. Como se carece del tiempo para procesar la comunicación solo puede ser superficial, instintiva y apenas soporta un corto tiempo de concentración, volviendo los vínculos menos personales.

Pero como todo exceso, la velocidad en las redes sociales y la cultura digital conlleva problemas y riesgos. Consideremos algunos a continuación.

Riesgos de las “autopistas digitales”

Los medios sociales presentan grandes ventajas debido a su rapidez, sin embargo, en eso, las personas corren el peligro de ser presas fáciles de distintos intereses y quedar encerradas en micro círculos de referencia que le presentan una parcela de la realidad como el todo y lo enajenan. De igual modo, la persona corre el riesgo de perder su individualidad detrás del aparente anonimato que los medios sociales permiten lo que despierta consecuencias diversas en las que ellos mismos y otros, pueden ser dañados.

Conviene, por ende, revisar los riesgos del mundo digital para preveer y anticipar problemas que pueden ser detonantes de incidentes gravosos más adelante. Veamos algunos de estos riesgos.

La cosificación de las personas

Las redes sociales constituyen una de las herramientas más importantes para la comunicación (Andrade-Vargas et al., 2021), ya que concretan esos espacios en donde las personas comparten intereses, valores, creencias, gustos, y, por ende, cobran relevancia y trascendencia en tanto que confirman lo que creemos o nos conectan con personas que lo comparten también. Pero es así como se configuran los algoritmos que marcan las pautas y nuestros comportamientos en ellas.

La Inteligencia Artificial (IA) juega un papel preponderante en la detección de nuestros deseos (Zimmermann et al., 2017), nos ofrece alternativas afines a ellas que apelan más a nuestras emociones que a nuestras razones convirtiéndonos no sólo en presas fáciles de deseos incontenibles y consumidores compulsivos sino también en mercancías que se ofrecen a otros y que sirven a los intereses de los creadores de las redes sociales.

Así, la IA diseñada para detectar instintos, intereses y emociones, por medio de algoritmos predeterminados(Tucker, 2019), entrenados por nosotros mismos inconscientemente por medio del *machine learning*, pone a nuestro alcance información que no buscamos, anticipándose a nuestros requerimientos y en algún punto hasta imponiéndonos productos para ser consumidos (Kotras, 2020). Estos algoritmos, en líneas generales, no incluyen criterios éticos (Kumar & Suthar, 2024) en la presentación de esas ofertas y es el individuo quien debe hacer un planteo de esas características, solo que éste se da ya no como parte del proceso electivo del producto, sino posterior a la oferta allí presente. De este modo el esfuerzo de mantener una ética post oferta es mayor que el anterior a ella.

En este sentido, es cierto el refrán “cuando no hay producto, tú eres el producto”; así, las ganancias de millones de comercios, sitios web, servicios, mercancías crecen exponencialmente cada vez que los algoritmos detectan un *like* y atraen automáticamente miles de productos semejantes para atraer la atención del usuario.

El riesgo de la cosificación y de la utilización de las personas está siempre presente en la interacción en redes. Un ejemplo es lo que sucede en redes sociales como Instagram, en donde el principal método de comunicación es el intercambio de fotografías, y en donde existe un fenómeno de autocosificación. Este fenómeno sustenta que las redes sociales han evolucionado rápidamente a tal punto de funcionar como vitrinas, en donde el usuario busca la aceptación de sus seguidores como estándar para la autocalificación, muchas veces no mostrándose a los demás tal y como es. De esta forma, las personas se tratan a sí mismas como objetos para ser observados y evaluados (Toscano-Pitol et al., 2024). Parte de esta cosificación y constante búsqueda de aprobación ha sido la distorsión de las fotografías que últimamente se comparten en redes sociales, las cuales erróneamente han tergiversado los estándares de belleza percibidos por los usuarios, y por tanto pueden generar impactos negativos en la salud física y mental, especialmente en la población femenina (Barrera-Carranza, 2021).

Negación de la pluralidad

Derivado de este primer riesgo, nace el segundo que versa sobre las comunidades a las que nos adherimos en las redes sociales que, dado que también funcionan con base en la detección de los valores o expresiones de gustos que hemos manifestado previamente, nos muestran otras personas o grupos de personas a las que aceptamos o mandamos solicitudes de amistad que son respondidas rápidamente. Si analizamos lo que hay detrás observaremos dos grandes preocupaciones: la primera es algo natural al ser humano y responde a su deseo de pertenencia y reafirmación, sobre todo en adolescentes (Smith et al., 2021), incluso, hasta de aceptación y de afecto (Giraldo-Luque et al.,2020); lo segundo es más perverso ya que, observaremos que los algoritmos de las redes nos ofrecen pertenencia sólo con quienes comparten nuestros modos de pensar o vivir encerrándonos con ello en "burbujas" (Kitchens et al., 2020) que no permiten la interacción con quienes piensan y viven diferente. Esta clausura de fronteras termina por destruir la variedad de lo humano que se asocia más con lo divergente que con lo convergente, con lo "otro" que con lo "mismo" y, sin embargo, seguimos formando ghetos tanto con lo que compartimos como con lo que respondemos a otros o simplemente con los *likes* o "recomendaciones" que damos en los "muros" de los demás.

Se generan mundos virtuales que por ser tales, dan la falsa idea de hacer de la parte un todo, dentro del cual las personas se mueven cómodamente, según los propios criterios. Esta negación de la pluralidad, genera una reacción exagerada cuando se está obligado a salir de esa burbuja relacional, dando paso a los "haters", que expresan su frustración e intolerancia a todo aquel que no comparte su modo de ver el mundo, cuando en una situación ideal, debería existir una comunicación basada en la tolerancia y el respeto a la diversidad (Tonato & Valencia, 2020).

Es decir, cada reacción y/o respuesta a los contenidos mostrados por otras personas en los espacios digitales marca tendencia, también conocida como "huella digital" (Gutiérrez, 2018) esto es, un rastro visible de lo expuesto y de las reacciones o comentarios ofrecidos aún a pesar de haber sido "eliminados" y esa tendencia nos esclaviza y nos encierra en un pequeño círculo que filtra "otros modos de ver la verdad", nos paraliza y no nos permite descubrir la maravilla de la alteridad . Más aún nos confirma en la falsa "esperanza de creer que el mundo digital fuera un espacio feliz de entendimiento común, información libre y colaboración" (Dicasterio para la comunicación, 2023).

La brecha digital

Un tercer riesgo que es importante advertir es la creciente brecha digital entre usuarios de internet y de redes sociales. Por brecha digital (Alva, 2015) nos referimos a las diferencias existentes entre poblaciones, regiones o países en el acceso y disponibilidad de tecnologías informáticas, internet, banca ancha, acceso a datos móviles, etc. Aunque al principio se mencionó que más del 60% de la población cuenta con acceso a estos servicios digitales, también se dijo que la mayor parte de usuarios se encuentra en la región de las américas y en países más desarrollados en tanto que más de 1 de cada 6 personas tiene acceso a ellos en países menos aventajados (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2023).

Esta brecha digital hunde sus raíces, en parte, en la precariedad de los salarios e ingresos promedio en algunas regiones que no permite la adquisición de tecnologías de este tipo y que, generan un círculo vicioso en donde la inaccesibilidad tecnológica deja fuera de la fuerza de trabajo a muchos.(Olarte, 2017)

A estas dificultades debemos agregar un sesgo etario, pues quienes no son nativos digitales, hallan grandes dificultades en el uso de estos recursos (Velastegui, 2018). Si bien debemos reconocer que algunas personas mayores hacen uso de plataformas como Whatsapp y Facebook, se complican al momento de requerir un turno médico *online* en un hospital o un trámite oficial. También el tipo de red utilizada pone en evidencia la edad del usuario, prefiriendo los más jóvenes una y los mayores otras (Aletreo, 2023). En relación con el dato anterior, ahora las generaciones se pueden clasificar de acuerdo con el tipo de red social que utilizan y los valores con los que mayormente se identifican (Balladares-Burgos & Jaramillo-Baquerizo, 2022), y en el caso de los más jóvenes, aquellos nacidos a partir de la primera década de 2000, las redes sociales han formado parte de su crecimiento y

desarrollo personal, convirtiéndose en uno de los ejes de sus vidas (Gómez & López, 2024).

Atender integralmente esta brecha debe ser prioritario para poder hacer un buen uso de las redes sociales.

El desorden informático

Un cuarto riesgo tiene que ver con la velocidad de búsquedas, intercambios y descargas de datos de la red de internet y de circulación de la información. Esta rapidez con la que transcurre la vida digital propicia, por un lado, la posibilidad de acceder a miles de datos en tiempo real y facilita búsquedas documentales que antes consumían mucho tiempo, pero, por otra parte, nos hace proclives a tomar contenidos como verdaderos sin corroborar que lo sean realmente, propiciando un desorden informativo (Gamir-Ríos & Tarullo, 2022). Las redes sociales han abierto espacios para la desinformación y la manipulación y, por tanto, la creación de organismos reguladores que supervisen estas plataformas se ha convertido en un reto difícil en la actualidad (ONU, 2023a). La repetición de información falsa expuesta en redes sociales permite una mayor facilidad para el procesamiento de dicha información y, por tanto, esto se interpreta como un indicativo de veracidad (De Frutos et al., 2021). Esto representa el peligro de convertir en verdad afirmaciones que no lo son y propagar opiniones como hechos. Un claro ejemplo es lo que ocurrió durante la pandemia del Covid-19, la cual provocó numerosos retos en torno a la comunicación debido a la propagación masiva de información falsa y *Fake News* a través de redes sociales y servicio de mensajería instantánea como WhatsApp en medio de una crisis sanitaria a nivel mundial que tomó a todos por sorpresa y en donde la desinformación predominó durante los primeros meses del año 2020 (Catalán-Matamoros, 2020). Con relación a lo anterior, un estudio reciente que examinó la importancia de las redes sociales en el ámbito de la bioética concluyó que las redes sociales (especialmente TikTok) pueden fomentar la desinformación en estudiantes universitarios en relación a conceptos de persona y dignidad humana (Domenack-Bracamonte, 2023). En una cultura de la post verdad, todo se vuelve difuso y las certezas se desdibujan, falta precisión y jerarquización de las verdades. Así, tiene el mismo peso una verdad científica que sigue una metodología analítica, fundada en hechos comprobados, que una afirmación subjetiva sin ningún respaldo en la realidad (Barrientos-Báez et al., 2022).

Ambos elementos, velocidad en el acceso con sobreabundancia de información y falta de jerarquía en las verdades, terminan complicando la búsqueda de información que ahora exige nuevos criterios de selección para no perder el objetivo perseguido.

Anonimato

El quinto sesgo que conlleva la virtualidad es la posibilidad del anonimato, la pseudonimia (presentarse con una identidad que no es la real) y las estafas. Hoy existen a disposición de todos, Apps que digitalizan e imitan perfectamente la voz de terceros o imágenes (aún en movimiento) que pueden inducir al error y a quien interactúa con ellas. Fenómenos como el phishing (obtención dolosa de datos del usuario para ciberataques) y el grooming (acoso sexual por medio de internet), el ciberbullying (maltrato y burlas por internet) y el sexting (extorsión por medio de amenazas de difundir fotos o videos íntimos de las personas extorsionadas) crecen día a día (Vizcaíno-Verdú et al., 2020). La posibilidad que nos ofrece el internet y las redes sociales de navegar mediante el anonimato propicia un ambiente susceptible a actos criminales (Mula-Falcón & Cruz, 2023), debido al riesgo que implica el hecho de interactuar con personas o usuarios que no muestran su verdadera identidad (Calva et al., 2019). Todo ello es posible amparándose en la permisibilidad del anonimato que brinda la virtualidad (Herrerías, 2024).

Existen más riesgos, pero también beneficios como se mencionó al inicio de este artículo; por ende, la invitación es a reflexionar en los usos que damos a las redes, con el propósito de desenmascarar las mentiras con las que operan sin perder de vista que el objetivo no es dejar de usarlas, sino conocerlas para ponerlas al servicio de una cultura del encuentro y creación de comunidad

humana.

La tríada relación-encuentro-comunidad para iluminar el uso y participación en redes sociales

Se le atribuye a Zubiri (2008) la tríada “aprehensión-afección-acción”, en donde, del contacto con la realidad, el ser humano aprehende su contenido universal y sus esencias como reales, las entiende y se entiende con ellas hasta sentirse parte de ella y por eso queda profundamente afectado por esa interacción con la realidad. Esa afección lo interpela y lo cuestiona, en su papel frente a la realidad, pero también en cuanto él mismo es parte de esa realidad que ha visto, entendido y afectado y en esa incomodidad fenomenológica se ve obligado a actuar en ella y sobre ella. No puede permanecer inmóvil, necesita actuar y necesita hacerlo sobre él mismo en cuanto realidad y sobre lo que lo rodea como realidad también. Es, pues, en la acción donde se da la perfecta unión del ser humano y del mundo que le rodea, ambos en tanto realidades de la realidad más grande. Así, la experiencia de realidad no es sólo de realidad sino de realidad real en donde el ser humano es real y realidad y el momento de su intelección no es distinto del de su sensibilidad siendo uno y el mismo.

Extrapolando esta tríada al ámbito de la cultura digital y con el ánimo de replicarla, en la interacción en redes sucede un primer momento que es de la reacción como tal que se despliega mediante dos acciones: la primera es la adhesión a la red social, que puede darse como invitación a conectar, solicitud de amistad, solicitud de ingreso, etc., con la consecuente respuesta afirmativa de aceptación y, como segunda acción, mediante la interacción con esa persona o grupo, es decir, con los *likes*, contenidos compartidos, veces que se mira su perfil o se lee su muro, tiempo de atención destinado, etc., estableciendo así una relación multimediática entre los usuarios (Brito et al., 2021). Con estas dos acciones se construye lo que podríamos llamar el momento de la “relación”.

Así, uno puede tener millones de “relaciones” (que son calificadas, no inocentemente, como “amigos” o “seguidores” según las redes) y seguir incrementándolas conforme van aumentando el número de seguidores de sus redes. Pero estas “relaciones” se caracterizan por dos elementos: 1) la superficialidad de sus interacciones: sólo dando *clic* en *like* o con comentarios muy breves de reforzamiento del contenido que a menudo ni siquiera incluyen palabras sino “emoticones” o “emojis” y 2) no trascienden al encuentro interpersonal: a menudo ni siquiera conocemos a la persona y ya somos sus “amigos” o ya se volvió nuestro “amigo”.

Algunas muestras de los riesgos de aceptar tantas solicitudes de amistad no verificadas son los *bots* que inundan las redes sociales con perfiles falsos, hackeados o sin perfil que sólo aparecen atractivos o afines a los propios contenidos y que ni siquiera percibimos como *bots* y los aceptamos sin más. La instantaneidad del contacto en redes permite la aceptación de perfiles de cuya identidad se sabe poco, pero que se aceptan y que no terminan de generar encuentros personales profundos (Lardies & Potes, 2022).

Además, con estas “relaciones” existe otra premisa invisible pero aceptada que exhorta a la cantidad por encima de la cualidad: mientras más seguidores se tengan, más sólidos y seguros nos sentimos porque basamos lo que somos en el qué tan populares somos.

Es preciso que pasemos de este primer momento de la relación, al segundo, caracterizado por el encuentro.

Para Lévinas, la ética era la Filosofía Primera (Pinardi, 2010) y se fundamentaba en la exigencia frente a la ontología del otro que se nos presenta en su rostro desnudo donde antes de existir, es. Esta posibilidad de ver al otro más allá de su existencia, incluso corpórea y de verlo como persona más allá de los estereotipos es lo propio del encuentro interpersonal.

¿Cómo suscitar verdaderos encuentros en redes sociales? Ante la pregunta, habría que retornar al

origen del encuentro mismo como antecedente inmediato del contenido expresado.

La interacción social es esencial a la condición humana. Los humanos somos seres gregarios que hemos desarrollado en nuestra evolución estructuras que nos permiten (y exigen) vivir esa condición de modo armónico; ejemplo de ello es el neocórtex (Silva-Barragán & Ramos-Galarza, 2020) que evalúa y regula los instintos, evitando lo meramente impulsivo, o las neuronas espejo(Burgos & Cabrera, 2021), que repiten en mí las conductas que observo en los otros. En síntesis, la base de la sana convivencia humana reside en lo que llamamos empatía (Ramírez & Tesén, 2022), ella nos permite ponernos en el lugar del otro, hacer propios sus dolores y evitar los conflictos, tornando los vínculos pacíficos y sólidos. Por la empatía, de alguna forma, nos "adentramos" en los demás y su ausencia es causa de desadaptaciones psicológicas como la perversión, así como otras formas de sociopatías.

Los encuentros entre personas requieren, pues, la disposición interna de encontrarse como condición primera. Las interacciones en redes ofrecen la posibilidad de manifestar experiencias, pero muy pocas veces, de reflejar personas y nos hemos acostumbrado a estar dispuestos para encontrar experiencias, no personas, cayendo en un tipo de comunicación cada vez más despersonalizado (Sánchez-Riaño et al., 2022). Es por ello que, lo primero debería ser la disposición a encontrarnos con la persona que comparte contenido y no con el contenido que comparte, se trata de un verdadero giro relacional, es decir, traspasar los muros de su identidad digital para ir a su encuentro y tejer relaciones que no sean superficiales ni cuantiosas sino verdaderos derroteros de humanidad.

Wojtyla entiende este binomio inseparable entre la experiencia externa y la interna cuando afirma:

la experiencia de cualquier cosa que se encuentre fuera del hombre siempre está asociada con una experiencia del propio hombre. Pues el hombre nunca experimenta nada externo a él sin que, de alguna manera, se experimente simultáneamente a sí mismo. (Wojtyla, 2012, p. 31)

Así, se entiende que detrás de cada experiencia compartida en redes, hay una persona que la comparte y al hacerlo, *se* comparte.

Al sólo atender a lo que aparece en redes y olvidarse de la persona que lo publica aún sin darnos cuenta, estamos alimentando una forma de expresión de la "cultura del descarte" que menciona el Papa Francisco. Descartamos personas y acogemos sensaciones, apariencias, vidas de escaparate que distan mucho de las vidas reales de las personas que las comparten: de sus dolores, angustias, soledad, frustraciones, añoranzas, etc. Las vidas que hay detrás quedan descartadas, lo frágil, lo doloroso, lo trágico, lo ruin, lo perdido no vale, no vende, no se mira, no atrae la atención y por eso no se comparte, pero está y permea la vida de todos.

Tener la disposición al encuentro con la persona que comparte y no con el contenido compartido, conlleva la segunda condición del encuentro que es acoger sin enjuiciar.

Los discursos de odio y los comentarios agresivos, así como los *tweets* burlescos, discriminatorios o hasta vengativos se dan al por mayor en la cultura digital (García-Prieto et al., 2024). Lo anterior obedece a dos situaciones: la primera es que es más fácil siempre contestar cuando no se ve a la persona, así, de modo impersonal, que hacerlo frente a frente. El espacio digital ofrece y facilita el anonimato o las identidades falsas, lo que permite las expresiones de odio o lastimosas. La segunda situación es de mayor peso para el tema que nos compete y es el hecho de que no somos capaces de ver más allá del contenido compartido y llegar a la persona que lo comparte.

La escucha atenta y la mirada contemplativa llevan a la suspensión del juicio y, por ende, a la acogida de la persona que hay detrás de las palabras o de las imágenes y de esta manera, conducen al encuentro interpersonal y no sólo a la relación digital.

Trascender del contenido a la persona evita caer en lo que el Dicasterio para la Comunicación ha llamado “tribalismo digital” para hacer referencia a cómo ese odio expresado en los comentarios en redes se comparte por varios que, de algún modo, se sienten validados para continuarlo y reforzarlo multiplicándolo entre otros usuarios cayendo en un “linchamiento” a veces individual pero más frecuentemente colectivo. La anonimización propia de la virtualidad, genera un medio propicio para el fenómeno de la masificación, donde uno de los términos (la víctima) es despersonalizado y el resto funciona como un todo grupal, sin demasiados juicios éticos que moderen las conductas. Así el instinto grupal ahoga a la empatía individual.

Al acoger sin emitir juicios, se acoge a la persona misma y no sus ideas que, después y oportunamente, habrá tiempo para discutir y dialogar, pero, lo que urge para humanizar las redes sociales en nuestro tiempo, es, ante todo, acoger, es decir, pasar de la mera relación al encuentro.

La comodidad de haber encontrado formas creativas para continuar nuestras actividades familiares, sociales y laborales en línea durante la pandemia no puede seguir siendo el pretexto para no buscar encuentros presenciales que favorezcan ese cara a cara que nos permite conocernos mejor y acogernos más. Si bien es cierto que el encuentro interpersonal no requiere la presencialidad ni la cercanía física en tanto que somos seres corpóreo-espirituales, también es cierto que en la medida de las posibilidades de cada uno y de las necesidades que se tengan en los grupos sociales, buscar espacios de acogida física es importante y ayuda a fortalecer los encuentros, enriqueciéndolos con la existencia de la contraparte.

Por último, la tercera parte de la triada en cuestión, la conformación de la comunidad se da sólo cuando hemos, previamente, construido encuentros y trascendido relaciones. Las comunidades creadas a partir de las redes sociales son espacios de intereses compartidos, de deseos expresados o de necesidades manifiestas, pero también, en ellas, cuando se ha trascendido la mera relación e intercambio de opiniones, es posible llegar al diálogo que construya donde las diferencias no sean motivo de exclusión y se fomente la solidaridad.

Wojtyla (2012) afirmaba que la comunidad se construye mediante la participación y ésta involucra la acción de tal manera que la persona se realiza sólo en comunidad, participando y poniendo en práctica lo que él llamaba “el valor personalista de la acción”. Dicho valor implica que, en la acción, la persona se realice de tal manera que, al conformar comunidad, la persona se expresa, se manifiesta a sí misma y viceversa. La comunidad constituye entonces una nota necesaria de la persona que es en un “nosotros”. La dimensión comunitaria es inmanente a la persona. La cultura africana ha desarrollado con gran precisión esta idea en la expresión *Ubuntu* que se traduce como: tú eres porque nosotros somos y nosotros somos porque tú eres.

No basta entonces sólo comentar, compartir o darle *like* al contenido de quienes formamos un grupo en una red social, sino que hace falta que esos ideales se materialicen en acciones que sean capaces, primero, de no encerrarse en lo semejante sino de salir al encuentro de lo diferente y, en segundo lugar, de transformar las vidas de los miembros de esa comunidad.

El Papa Francisco habla de la metáfora de la red social para referirse a una comunidad:

La metáfora de la red, trasladada a la dimensión antropológica, nos recuerda otra figura llena de significados: la comunidad. Cuanto más cohesionada y solidaria es una comunidad, cuanto más está animada por sentimientos de confianza y persigue objetivos compartidos, mayor es su fuerza. La comunidad como red solidaria precisa de la escucha recíproca y del diálogo basado en el uso responsable del lenguaje. (Francisco, 2019, Las metáforas de la “red” y de la “comunidad”, párr. 4)

La escucha de la que hablamos antes y que menciona también el Pontífice en la cita anterior, debe pasar a la acción -solidaridad- pues de otra manera se vuelve estéril. Es así como las redes sociales tienen un gran potencial cuando comunican esperanza y tejen cambios sociales trascendentales.

Relación-encuentro-conformación de comunidad se vuelve así en una tríada indisoluble que dota de fuerza el espacio digital y lo fecunda para transmitir los valores fundamentales de la vida y la dignidad, a partir de los cuales nacen los deseos y los anhelos, los gustos y las ideas, las palabras y las imágenes.

Comunicar a la persona humana en las redes sociales

Cuando se habla de la acción de comunicar, tan importante es el qué como el cómo en los espacios virtuales donde, como ya se mencionó, impera la inmediatez (Vázquez & Fernández, 2016) por encima de la prudencia.

Discernir qué comunicar es un esfuerzo que amerita un acto de rebeldía y ese acto es la pausa. Ante la rapidez del intercambio de contenidos y la urgencia por lo instantáneo, se torna subversivo hacer una pausa y preguntarnos el para qué de esa urgencia. San Ignacio de Loyola al comenzar una oración o meditación recomienda preguntarse ¿A dónde vamos y a qué? pues la respuesta definirá la legitimidad de nuestro fin y descubrirá cómo estamos no siendo presa de la ansiedad, del miedo, de la rutina o de la prisa. De la misma manera, cuando se va a dar *like*, o a comentar o compartir una publicación, descubrir el para qué, la intención, dota de mayor fuerza la capacidad para acoger o bien suscita dudas en torno a la reacción visceral.

Esta ralentización de la interacción en redes puede, también ser comprendida como lo que Burgos ha denominado la “experiencia integral” (Esteve, 2015) que involucra tanto la dimensión intelectiva como la sensitiva y afectiva del ser humano y, por ende, requiere tiempo para poder comprehender y experimentar la realidad que se tiene enfrente.

Pausar en las redes sociales puede ser, en efecto, disruptivo: están creadas y pensadas y hasta diseñadas para lo instantáneo, pero cuando se elige lo que hay detrás de lo instantáneo que es la vida que transcurre lenta, apacible, a veces rutinaria, se elige el ser por encima del existir, se elige la persona en sí misma y no lo que la persona está haciendo o va a hacer. Como acto segundo, si se elige la persona, se privilegia el encuentro y no la relación, a la persona y no al contenido. Preciso resulta recordar aquí la relevancia, una vez más, del valor personalista de la acción expresado por Wojtyla ya que resalta que el valor de la persona prima por encima del valor de la acción.

Esto también es aplicable para las múltiples reacciones de las que a veces somos víctimas y otras verdugos. Pausar también significa no responder instantáneamente y, por el contrario, invitar al encuentro y al diálogo. Pausar es no alimentar los discursos de odio propios de las redes sociales, es aguardar pacientemente la aparición del rostro del otro y acogerlo en su dignidad aún por encima de su palabra hiriente.

Una segunda consideración para comunicar es abstenerse también de compartir contenidos que no han sido previamente verificados. Una vez más, debido a la inmediatez y al sentido de urgencia que inunda la cultura digital estamos tentados a no verificar la información y a creerla sin comprobarla, peor aún, a compartirla. Las falsas noticias generan más seguidores por las alarmas que encienden pues llegan directamente a las emociones desplazando a la razón. Es por eso que debemos asegurarnos que la comunicación no tenga por fin apelar al sentimiento sino transmitir la verdad y, para ello, hay que ser veraces en lo que expresamos y/o compartimos.

De igual manera, para comunicar a la persona es importante que el mensaje que se transmita sea benevolente, es decir, que salvaguarde y promueva la dignidad de las personas, que no exhorte a la discriminación, que no facilite deseos de venganza; que se abstenga del rencor (principio de no maleficencia), que invite a la fraternidad.

Por último, para comunicar a la persona, el mensaje debe ser uno y total. La fragmentación genera confusión y de ésta se transita fácilmente a las malas interpretaciones, induce a la mentira o a las hermenéuticas equivocadas (principio de justicia). Un mensaje completo deberá ser uno que se

genere después de haber reunido los elementos que permiten ver más allá de los “muros” digitales y llegar a tocar la belleza que hay en cada usuario que interactúa en ellos.

Buscar entonces la verdad, la bondad, la unidad y la belleza de la comunicación humana nos sitúa en el desafío de hacer de las redes sociales puentes que comunican y edifican una cultura del encuentro en lugar de fronteras que distancian y construyen identidades falsas y autorreferenciales.

Conclusiones

La natural sociabilidad de la persona humana no deja cabida para la duda de que necesitamos interactuar con los otros, sobre todo, cuando nos sentimos abandonados, marginados o estamos en una crisis comunitaria. Buscar modos de interacción obedece a la creatividad que hemos desarrollado como especie y uno de ellos que se ha visto reforzado en los últimos años, son las redes sociales y el espacio virtual compartido.

Su potencial ha sido enorme pero también sus riesgos considerables. Las personas podemos usarlas para bien o para mal y su mal uso, a menudo puede ser destructivo y sus daños irreversibles.

Considerar por ello, los peligros que implica, es fundamental para convertirlas en aliadas que comuniquen la verdad de la persona humana y fortalezcan lazos comunitarios de solidaridad.

Un elemento detonador de estos procesos es la reflexión a la que nos invitan al traspasar el mero contenido en ellas compartido a las personas que lo comparten, ir más allá de la relación superficial al encuentro interpersonal donde lo que prima es la persona y no lo que comparte.

Es posible, además, que a partir de este encuentro se tejan lazos comunitarios que no sólo promuevan el intercambio de ideas, sino que provean de cimientos sólidos y acciones continuas para transformar la realidad de los que interactúan en los diferentes grupos.

No hay que olvidar que, aunque las interacciones se dan de modo individual, la fuerza viene de la comunidad, por ello, advertir que si bien en el plano de lo individual, los contenidos pueden tener matices de satisfacción de deseos o de manifestación de expresiones subjetivas, en el terreno de lo comunitario, el discernimiento da un sentido más amplio para orientar la acción.

Bajo esta visión, cada miembro de la comunidad no es ya un “macroinfluencer” como bien apunta el documento de la reflexión pastoral que hace el Dicasterio de la comunicación, sino un “microinfluencer” que sabe y conoce sus propias limitaciones y su fuerza viene respaldada por la comunidad que lo sostiene y anima.

Hacer, pues, de las redes sociales, entornos que favorecen el encuentro y construyen comunidad es posible cuando su sentido y trascendencia promueven acciones que dignifican a la persona humana, están atentas a sus necesidades y se ponen a disposición de ésta, haciendo a la persona siempre el fin y a las redes siempre el medio.

Referencias

Aletreo. (19 de mayo de 2023). *Las redes sociales más utilizadas por edades.* https://goo.su/JxbUQqm

Alva de la Selva, A. R. (2015). Los nuevos rostros de la desigualdad en el siglo XXI: la brecha digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, LX*(223), 265-285. https://goo.su/ZZcX

Amazon Web Services. (20 de noviembre de 2024). ¿Qué es el 5G? AWS. https://goo.su/vWXhT

Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D. & Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. *Comunicar,* (69), 87. https://doi.org/10.3916/C69-2021-07

Balladares-Burgos, J. A. & Jaramillo-Baquerizo, C. (2022). Valores para una ética digital a partir de las generaciones digitales y el uso de las redes sociales: Una revisión de la literatura. *593 Digital Publisher CEIT, 7*(1), 40-52. https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1.747

Barrera-Carranza, Y. Z. (2021). Ideal de cuerpo femenino y cultura de la dieta: retos y recomendaciones para la mujer de hoy. *Apuntes de bioética, 4*(2), 56-72. https://doi.org/10.35383/apuntes.v4i2.682

Barrientos-Báez, A., Caldevilla-Domínguez, D. & Yezers´ka, L. (2022). Fake news y posverdad: Relación con las redes sociales y fiabilidad de contenidos. Fonseca, *Journal of Communication,* (24), 149–162. https://doi.org/10.14201/fjc.28294

Bermúdez, M. (20 de julio del 2023). *Redes sociales son preferidas por más del 60% de la humanidad, revela informe.* Semanario Universidad. https://goo.su/vGBzuHa

Brito, D., González, J. Y., González, V. B., Preciado, M. & Abreus, J. L. (2021). Influencia de la utilización de las redes sociales en el proceso de comunicación interpersonal. *Revista Científica Cultura, Comunicación Y Desarrollo, 6*(3), 6–13. https://goo.su/Iuwa

Esteve, A. (2018). BURGOS, Juan Manuel. La experiencia integral (Palabra 2015) 364 pp, ISBN: 978-84-9061-309-2. *Raphisa. Revista De Antropología Y Filosofía De Lo Sagrado*, *2*(1). https://doi.org/10.24310/Raphisa.2018.v0i3.5683

Burgos, D. & Cabrera, C. (2021). Las neuronas espejo y su incidencia en el aprendizaje. *Res Non Verba, 11*(1). https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i1.443

Calva, D. X., Galarza, A. S. & Sare, F. I. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones de ecuatorianos. *Conrado*, *15*(66), 31-37. https://goo.su/PFbO

Catalán-Matamoros, D. (2020). La comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital: Manipulación informativa, fake news y redes sociales. *Revista Española de comunicación en salud*, 5-8. https://doi.org/10.20318/recs.2020.5531

De Frutos, B., Pastor, A. & Cruz-Díaz, R. (2021). Credibilidad e implicaciones éticas de las redes sociales para los jóvenes. *Revista Latina de Comunicación Social,* (79), 51-68. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1512

Dicasterio para la comunicación. (2023). *Hacia una plena presencia* [Reflexión pastoral sobre la interacción en redes sociales]. https://goo.su/II3RF

Domenack-Bracamonte, A. (2023) Importancia de las redes sociales en bioética. *Apuntes de bioética*, *6*(1), 114-131. https://doi.org/10.35383/apuntes.v6i1.917

Francisco, (24 de enero de 2019). *Mensaje del Santo Padre para la 53 Jornada Mundial de las comunicaciones Sociales [Conferencia].* La Santa Sede, Ciudad del Vaticano, El Vaticano. https://goo.su/StmfXyK

Gamir-Ríos, J. & Tarullo, R. (2022). Características de la desinformación en redes sociales. Estudio comparado de los engaños desmentidos en Argentina y España durante el 2020. *Contratexto,* (37), 203-228. https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5343

García-Prieto, V., Bonilla-del-Río, M. & Figuereo-Benítez, J. C. (2024). Discapacidad, discursos de odio y redes sociales: video-respuestas a los haters en TikTok. *Revista Latina De Comunicación Social*, (82), 1–21. https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2258

Gevaert, J. (2003). *El problema del hombre. Introducción a la antropología filosófica*. Ediciones Sígueme. https://goo.su/gO9X27g

Giraldo-Luque, S., Aldana, P. N. & Fernández-Rovira, C. (2020). The struggle for human attention: Between the abuse of social media and digital wellbeing. *Healthcare, 8*(4), 497. https://doi.org/10.3390/healthcare8040497

Gómez, L. & López, N. (2024). Percepción juvenil sobre la confianza en los perfiles seguidos en redes sociales. *Revista Internacional de Cultura Visual, 16*(1) 125-126. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5177

González, C. Y. (2020). Redes sociales y aprendizaje: aplicabilidad, beneficios y riesgos. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas, 13*(11), 40-51. https://goo.su/r5PkRUd

Gutiérrez, J. (2018). Big Data i noves geografies: l'empremta digital de les activitats humanes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, *64*(2), 195–217. https://doi.org/10.5565/rev/dag.526

Herrerías, L. (2024). ¿Matar al mensajero? La responsabilidad de las redes sociales y los usuarios por difamación. *Revista de Internet, Derecho y Política, 40*, 1-2. https://doi.org/10.7238/IDP.V0I40.416519

Kemp, S. (2022). Digital 2022: Global overview report. Datareportal https://goo.su/tDYR

Khan, B. H. (Ed.). (1997). *Web-based instruction.* Educational Technology Publications.

Kitchens, B., Johnson, S. L. & Gray, P. (2020). Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. *MIS Quarterly, 44*(4). https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371

Kotras, B. (2020). Mass personalization: Predictive marketing algorithms and the reshaping of consumer knowledge.(2). https://doi.org/10.1177/2053951720951581

Kumar, D. & Suthar, N. (2024). Ethical and legal challenges of AI in marketing: An exploration of solutions. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 22*(1). http://dx.doi.org/10.1108/JICES-05-2023-0068

Lardies, F. & Potes, M. V. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances En Psicología, 30*(1), e2528. https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528

Mula-Falcón, J. & Cruz, C. (2023). Eficacia de los programas de prevención del ciberacoso sobre los niveles de perpetración: un metanálisis. *Revista Fuentes*, *25*(1) 12-25. https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2023.21525

Olarte, S. (2017). Brecha digital, pobreza y exclusión social. *Temas Laborales Revista andaluza de trabajo y bienestar social,* (138), 285-313.

Organización de las Naciones Unidas (26 de diciembre de 2023b). *Más del 75% de la población mundial tiene un teléfono celular y más del 65% usa el internet*. https://goo.su/FXadU

Organización de las Naciones Unidas (6 de noviembre de 2023a). *Siete principios contra la desinformación y las noticias falsas en las redes sociales*. https://goo.su/9OoSW

Ortiz, J. C. (2023). Familia, el sexto continente y el valor de la espera. Reflexiones sobre la presencialidad-virtualidad en las relaciones personales. En C. Robles, J. C. Ortiz & L. F. Roldán (Eds.), *Familia y redes sociales* (pp. 45-54). Lambda Editorial. https://goo.su/n2TZ9

Pedrouzo, S. B. & Krynski, L. (2023). Hiperconectados: Las niñas, los niños y los adolescentes en las redes sociales. El fenómeno de TikTok. *Archivos Argentinos de Pediatría, 121*(4), 1-6. http://dx.doi.org/10.5546/aap.2022-02674.eng

Pérez, A. L. (septiembre de 2022). El concepto onlife (vida interconectada) como una posible respuesta a nuevos paradigmas sociales entre lo online y lo offline. En E. Pérez, & A. V. Rodríguez (Coords.). *Jóvenes Onlife: Entornos y Métodos para el Análisis Social. Cuaderno de Trabajo* (pp. 53-68). UNAM Secretaría de Desarrollo Institucional. https://goo.su/Wr1hf

Pinardi, S. (2010). Notas acerca del decir y lo dicho en el pensamiento de Levinas. *Episteme, 30*(2), 33-48.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (8 de marzo de 2023*). Comprometerse a reducir la brecha digital en los países menos adelantados.* https://goo.su/J5WdFAj

Ramírez, J. N. & Tesén, J. (2022). Las relaciones interpersonales y la calidad educativa. *TecnoHumanismo, 2*(3), 17-34. p. 27. https://goo.su/r3Sgsfg

Sánchez-Riaño, V., Arango, C. A. & Sojo-Gómez, J. R. (2022). Centennials: La búsqueda del ser en un universo digital. *IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix, 5*(1), 9–20. https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2021.v05.i01.01

Silva-Barragán, M. & Ramos-Galarza, C. (2020). Modelos de organización cerebral: Un recorrido neuropsicológico. *Revista Ecuatoriana de Neurología, 29*(3), 74-83. https://doi.org/10.46997/revecuatneurol29300074

Smith, D., Leonis, T. & Anandavalli, S. (2021). Belonging and loneliness in cyberspace: Impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian Journal of Psychology, 73*(1), 12–23. https://doi.org/10.1080/00049530.2021.1898914

Tonato, L. M. & Valencia, E. R. (2020). Las redes sociales y su influencia en el desarrollo de habilidades sociales de los adolescentes. *Revista Cognosis, 6*(2), 125-134. https://doi.org/10.33936/cognosis.v6i2.2555

Toscano-Pitol, C., Cerón-Haddock, M., Díaz-Flores, Y., Huci-Mercado, M. & Ulibarri-Martínez, A. (2024). Adicción a Instagram y su relación con la conciencia de "cuerpo objetivizado". *Psicología y Salud, 34*(2), 327-333. https://doi.org/10.25009/pys.v34i2.2913

Tucker, C. (2019). Privacy, algorithms, and artificial intelligence. En A. Agrawal, J. Gans & A. Goldfarb *(Eds.), The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda* (pp. 423-438). University of Chicago Press. https://goo.su/ZXvOLAq

Vázquez, C. & Fernández, J. (2016). Adolescencia y sociedad. La construcción de la identidad en tiempos de inmediatez. *Psocial. Revista de Investigación en Psicología Social, 2*(1), 38-55. https://goo.su/kF5PkR

Velastegui, P.H. (2018). Analfabetismo digital en adultos mayores. *Explorador digital. 2*(3). https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v2i3.333

Verneaux, R. (2002). *Curso de filosofía tomista. Filosofía del hombre.* Herder.

Vizcaíno-Verdú, A., Contreras-Pulido, P. & Guzmán-Franco, M. D. (2020). Construcción del concepto fanbullying: Revisión crítica del acoso en redes sociales. *Píxel-BIT Revista de Medios y Educación,* (57), 211-230. https://doi.org/10.12795/pixelbit.2020.i57.09

Walker, R. (2023). Los riesgos y beneficios de tener una red social. En C. Robles, J. C. Ortiz, & L. F. Roldán (Eds.), *Familia y redes sociales* (pp. 95-97). Lambda Editorial. https://goo.su/n2TZ9

Wojtyla, K. (2012). *Persona y Acción.* (4ta ed.). Palabra.

Zimmermann, G., Ableitner, T. & Strobbe, C. (2017). User needs and wishes in smart homes: What can artificial intelligence contribute? In (pp. 449-453). https://doi.org/10.1109/ISPAN-FCST-ISCC.2017.66

Zubiri, X. (2008). *Inteligencia sentiente. Vol. I.* Alianza.

References

1. Aletreo. (19 de mayo de 2023). Las redes sociales más utilizadas por edades. https://goo.su/JxbUQqm
2. Alva de la Selva, A. R. (2015). Los nuevos rostros de la desigualdad en el siglo XXI: la brecha digital. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, LX(223), 265-285. https://goo.su/ZZcX
3. Amazon Web Services. (20 de noviembre de 2024). ¿Qué es el 5G? AWS. https://goo.su/vWXhT
4. Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D. & Yunga-Godoy, D. (2021). Jóvenes y redes sociales: Entre la democratización del conocimiento y la inequidad digital. Comunicar, (69), 87. https://doi.org/10.3916/C69-2021-07
5. Balladares-Burgos, J. A. & Jaramillo-Baquerizo, C. (2022). Valores para una ética digital a partir de las generaciones digitales y el uso de las redes sociales: Una revisión de la literatura. 593 Digital Publisher CEIT, 7(1), 40-52. https://doi.org/10.33386/593dp.2022.1.747
6. Barrera-Carranza, Y. Z. (2021). Ideal de cuerpo femenino y cultura de la dieta: retos y recomendaciones para la mujer de hoy. Apuntes de bioética, 4(2), 56-72. https://doi.org/10.35383/apuntes.v4i2.682
7. Barrientos-Báez, A., Caldevilla-Domínguez, D. & Yezers´ka, L. (2022). Fake news y posverdad: Relación con las redes sociales y fiabilidad de contenidos. Fonseca, Journal of Communication, (24), 149–162. https://doi.org/10.14201/fjc.28294
8. Bermúdez, M. (20 de julio del 2023). Redes sociales son preferidas por más del 60% de la humanidad, revela informe. Semanario Universidad. https://goo.su/vGBzuHa
9. Brito, D., González, J. Y., González, V. B., Preciado, M. & Abreus, J. L. (2021). Influencia de la utilización de las redes sociales en el proceso de comunicación interpersonal. Revista Científica Cultura, Comunicación Y Desarrollo, 6(3), 6–13. https://goo.su/Iuwa
10. Esteve, A. (2018). BURGOS, Juan Manuel. La experiencia integral (Palabra 2015) 364 pp, ISBN: 978-84-9061-309-2. Raphisa. Revista De Antropología Y Filosofía De Lo Sagrado, 2(1). https://doi.org/10.24310/Raphisa.2018.v0i3.5683
11. Burgos, D. & Cabrera, C. (2021). Las neuronas espejo y su incidencia en el aprendizaje. Res Non Verba, 11(1). https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i1.443
12. Calva, D. X., Galarza, A. S. & Sare, F. I. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones de ecuatorianos. Conrado, 15(66), 31-37. https://goo.su/PFbO
13. Catalán-Matamoros, D. (2020). La comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital: Manipulación informativa, fake news y redes sociales. Revista Española de comunicación en salud, 5-8. https://doi.org/10.20318/recs.2020.5531
14. De Frutos, B., Pastor, A. & Cruz-Díaz, R. (2021). Credibilidad e implicaciones éticas de las

redes sociales para los jóvenes. Revista Latina de Comunicación Social, (79), 51-68. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1512
15. Dicasterio para la comunicación. (2023). Hacia una plena presencia [Reflexión pastoral sobre la interacción en redes sociales]. https://goo.su/II3RF
16. Domenack-Bracamonte, A. (2023) Importancia de las redes sociales en bioética. Apuntes de bioética, 6(1), 114-131. https://doi.org/10.35383/apuntes.v6i1.917
17. Francisco, (24 de enero de 2019). Mensaje del Santo Padre para la 53 Jornada Mundial de las comunicaciones Sociales [Conferencia]. La Santa Sede, Ciudad del Vaticano, El Vaticano. https://goo.su/StmfXyK
18. Gamir-Ríos, J. & Tarullo, R. (2022). Características de la desinformación en redes sociales. Estudio comparado de los engaños desmentidos en Argentina y España durante el 2020. Contratexto, (37), 203-228. https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5343
19. García-Prieto, V., Bonilla-del-Río, M. & Figuereo-Benítez, J. C. (2024). Discapacidad, discursos de odio y redes sociales: video-respuestas a los haters en TikTok. Revista Latina De Comunicación Social, (82), 1–21. https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2258
20. Gevaert, J. (2003). El problema del hombre. Introducción a la antropología filosófica. Ediciones Sígueme. https://goo.su/gO9X27g
21. Giraldo-Luque, S., Aldana, P. N. & Fernández-Rovira, C. (2020). The struggle for human attention: Between the abuse of social media and digital wellbeing. Healthcare, 8(4), 497. https://doi.org/10.3390/healthcare8040497
22. Gómez, L. & López, N. (2024). Percepción juvenil sobre la confianza en los perfiles seguidos en redes sociales. Revista Internacional de Cultura Visual, 16(1) 125-126. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5177
23. González, C. Y. (2020). Redes sociales y aprendizaje: aplicabilidad, beneficios y riesgos. Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas, 13(11), 40-51. https://goo.su/r5PkRUd
24. Gutiérrez, J. (2018). Big Data i noves geografies: l'empremta digital de les activitats humanes. Documents d'Anàlisi Geogràfica, 64(2), 195–217. https://doi.org/10.5565/rev/dag.526
25. Herrerías, L. (2024). ¿Matar al mensajero? La responsabilidad de las redes sociales y los usuarios por difamación. Revista de Internet, Derecho y Política, 40, 1-2. https://doi.org/10.7238/IDP.V0I40.416519
26. Kemp, S. (2022). Digital 2022: Global overview report. Datareportal https://goo.su/tDYR
27. Khan, B. H. (Ed.). (1997). Web-based instruction. Educational Technology Publications.
28. Kitchens, B., Johnson, S. L. & Gray, P. (2020). Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption. MIS Quarterly, 44(4). https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371
29. Kotras, B. (2020). Mass personalization: Predictive marketing algorithms and the reshaping of consumer knowledge. Big Data & Society, 7(2). https://doi.org/10.1177/2053951720951581
30. Kumar, D. & Suthar, N. (2024). Ethical and legal challenges of AI in marketing: An exploration of solutions. Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 22(1). http://dx.doi.org/10.1108/JICES-05-2023-0068
31. Lardies, F. & Potes, M. V. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? Avances En Psicología, 30(1), e2528. https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528
32. Mula-Falcón, J. & Cruz, C. (2023). Eficacia de los programas de prevención del ciberacoso sobre los niveles de perpetración: un metanálisis. Revista Fuentes, 25(1) 12-25. https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2023.21525
33. Olarte, S. (2017). Brecha digital, pobreza y exclusión social. Temas Laborales Revista andaluza de trabajo y bienestar social, (138), 285-313.
34. Organización de las Naciones Unidas (26 de diciembre de 2023b). Más del 75% de la población mundial tiene un teléfono celular y más del 65% usa el internet. https://goo.su/FXadU
35. Organización de las Naciones Unidas (6 de noviembre de 2023a). Siete principios contra la desinformación y las noticias falsas en las redes sociales. https://goo.su/9OoSW

36. Ortiz, J. C. (2023). Familia, el sexto continente y el valor de la espera. Reflexiones sobre la presencialidad-virtualidad en las relaciones personales. En C. Robles, J. C. Ortiz & L. F. Roldán (Eds.), Familia y redes sociales (pp. 45-54). Lambda Editorial. https://goo.su/n2TZ9
37. Pedrouzo, S. B. & Krynski, L. (2023). Hiperconectados: Las niñas, los niños y los adolescentes en las redes sociales. El fenómeno de TikTok. Archivos Argentinos de Pediatría, 121(4), 1-6. http://dx.doi.org/10.5546/aap.2022-02674.eng
38. Pérez, A. L. (septiembre de 2022). El concepto onlife (vida interconectada) como una posible respuesta a nuevos paradigmas sociales entre lo online y lo offline. En E. Pérez, & A. V. Rodríguez (Coords.). Jóvenes Onlife: Entornos y Métodos para el Análisis Social. Cuaderno de Trabajo (pp. 53-68). UNAM Secretaría de Desarrollo Institucional. https://goo.su/Wr1hf
39. Pinardi, S. (2010). Notas acerca del decir y lo dicho en el pensamiento de Levinas. Episteme, 30(2), 33-48.
40. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (8 de marzo de 2023). Comprometerse a reducir la brecha digital en los países menos adelantados. https://goo.su/J5WdFAj
41. Ramírez, J. N. & Tesén, J. (2022). Las relaciones interpersonales y la calidad educativa. TecnoHumanismo, 2(3), 17-34. p. 27. https://goo.su/r3Sgsfg
42. Sánchez-Riaño, V., Arango, C. A. & Sojo-Gómez, J. R. (2022). Centennials: La búsqueda del ser en un universo digital. IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix, 5(1), 9–20. https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2021.v05.i01.01
43. Silva-Barragán, M. & Ramos-Galarza, C. (2020). Modelos de organización cerebral: Un recorrido neuropsicológico. Revista Ecuatoriana de Neurología, 29(3), 74-83. https://doi.org/10.46997/revecuatneurol29300074
44. Smith, D., Leonis, T. & Anandavalli, S. (2021). Belonging and loneliness in cyberspace: Impacts of social media on adolescents' well-being. Australian Journal of Psychology, 73(1), 12–23. https://doi.org/10.1080/00049530.2021.1898914
45. Tonato, L. M. & Valencia, E. R. (2020). Las redes sociales y su influencia en el desarrollo de habilidades sociales de los adolescentes. Revista Cognosis, 6(2), 125-134. https://doi.org/10.33936/cognosis.v6i2.2555
46. Toscano-Pitol, C., Cerón-Haddock, M., Díaz-Flores, Y., Huci-Mercado, M. & Ulibarri-Martínez, A. (2024). Adicción a Instagram y su relación con la conciencia de "cuerpo objetivizado". Psicología y Salud, 34(2), 327-333. https://doi.org/10.25009/pys.v34i2.2913
47. Tucker, C. (2019). Privacy, algorithms, and artificial intelligence. En A. Agrawal, J. Gans & A. Goldfarb (Eds.), The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda (pp. 423-438). University of Chicago Press. https://goo.su/ZXvOLAq
48. Vázquez, C. & Fernández, J. (2016). Adolescencia y sociedad. La construcción de la identidad en tiempos de inmediatez. Psocial. Revista de Investigación en Psicología Social, 2(1), 38-55. https://goo.su/kF5PkR
49. Velastegui, P.H. (2018). Analfabetismo digital en adultos mayores. Explorador digital. 2(3). https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v2i3.333
50. Verneaux, R. (2002). Curso de filosofía tomista. Filosofía del hombre. Herder.
51. Vizcaíno-Verdú, A., Contreras-Pulido, P. & Guzmán-Franco, M. D. (2020). Construcción del concepto fanbullying: Revisión crítica del acoso en redes sociales. Píxel-BIT Revista de Medios y Educación, (57), 211-230. https://doi.org/10.12795/pixelbit.2020.i57.09
52. Walker, R. (2023). Los riesgos y beneficios de tener una red social. En C. Robles, J. C. Ortiz, & L. F. Roldán (Eds.), Familia y redes sociales (pp. 95-97). Lambda Editorial. https://goo.su/n2TZ9
53. Wojtyla, K. (2012). Persona y Acción. (4ta ed.). Palabra.
54. Zimmermann, G., Ableitner, T. & Strobbe, C. (2017). User needs and wishes in smart homes: What can artificial intelligence contribute? In 2017 14th International Symposium on Pervasive Systems, Algorithms and Networks & 2017 11th International Conference on Frontier of Computer Science and Technology & 2017 Third International Symposium of Creative Computing (ISPAN-FCST-ISCC), (pp. 449-453). https://doi.org/10.1109/ISPAN-FCST-ISCC.2017.66
55. Zubiri, X. (2008). Inteligencia sentiente. Vol. I. Alianza.