



Esta publicación está bajo una
licencia Creative Commons
Atribución-NonCommercial 4.0
Internacional (CC BY-NC 4.0).

La influencia de las redes sociales en la identidad cultural contemporánea

The influence of social networks on contemporary cultural identity

Fecha de recepción:
02/11/2024

Fecha de aprobación:
09/12/2024

Fecha de publicación:
31/01/2025

Hugo Ramiro Castillo Lascano

<https://orcid.org/0000-0003-3489-0278>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena-Ecuador, hcastillo@upse.edu.ec

César Aguado Cortes

<https://orcid.org/0000-0001-7595-2469>

Universidad Nacional Autónoma de México, México-México, caguado@docencia.fca.unam.mx

<http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/955>

Resumen

Resumen

Este trabajo cualitativo examina cómo las redes sociales afectan la identidad cultural en la era digital, destacando su rol como espacios de interacción que no solo reflejan sino también transforman prácticas culturales. Las redes sociales han facilitado un terreno fértil para la investigación sobre el impacto de estas plataformas en la identidad cultural, especialmente en comunidades rurales y migrantes, donde influyen en la autoexpresión y en la negociación de la identidad cultural. Para analizar esta relación, se utilizó el método PRISMA, revisando artículos académicos publicados entre 2019 y 2023 en bases de datos reconocidas, aplicando un análisis bibliométrico para identificar patrones en temas clave. Los resultados muestran que las redes sociales promueven la adaptación cultural y la creación de normas en un entorno globalizado, reflejando un fe-

nómeno donde jóvenes y migrantes integran y adaptan valores individuales y colectivos. Estos espacios digitales permiten la experimentación y la consolidación de nuevas prácticas culturales, subrayando su impacto en la reconfiguración de la identidad cultural contemporánea.

Palabras clave: medios sociales, identidad cultural, cultura, cambio cultural.

Abstract

This qualitative study examines how social media impacts cultural identity in the digital age, emphasizing its role as interactive spaces that not only reflect but also transform cultural practices. Social media has created fertile ground for exploring its influence on cultural identity, especially within rural and migrant communities, where it affects self-expression and the negotiation of cultural identity. To analyze this relationship, the PRISMA method was applied, systematically reviewing academic articles published between 2019

and 2023 from established databases and conducting a bibliometric analysis to identify patterns within key topics. Findings reveal that social media fosters cultural adaptation and the formation of norms within a globalized environment, reflecting a phenomenon where youth and migrants integrate and adapt individual and collective values. These digital spaces enable experimentation and the consolidation of new cultural practices, underscoring their impact on reshaping contemporary cultural identity.

Keywords: social media, cultural identity, culture, cultural change.

Código JEL: Z13

Introducción

En la era digital, las redes sociales han emergido como plataformas poderosas que influyen enormemente en varios aspectos de la vida cotidiana (Kanchan & Gaidhane, 2023), incluyendo la formación y evolución de la identidad cultural (Chang, 2023; Sawyer, 2011). Estas plataformas no solo ofrecen un medio para la comunicación y el intercambio de ideas, sino que también actúan como catalizadores en la conformación de las identidades culturales de los individuos y comunidades (Jonsson, 2023; Zaw, 2018). La omnipresencia de las redes sociales ha propiciado un terreno fértil para investigar su impacto en las culturas contemporáneas (Hussenoeder, 2022).

El estudio de Radwan (2022) mostró que el uso de redes sociales tiene un efecto considerable en la identidad cultural de las personas, particularmente en comunidades rurales, donde hasta un 40% de los encuestados indicaron un cambio significativo en su identidad cultural debido a su uso de redes sociales. Además, para Jain (2018) la influencia de las redes sociales en la cultura y el comportamiento humano va más allá de la mera interacción social, afectando también aspectos más amplios de la cultura.

De acuerdo con Russo (2011), este fenómeno de transformación en la comunicación cultural sugiere que se requiere un nuevo tipo de intercambio mutuamente beneficioso entre las audiencias y las instituciones, como los museos, reconociendo así que aquellos que actúan como agentes de cambio cultural deben ser conscientes de cómo una cultura participativa impulsará nuestras futuras misiones institucionales. Además, Mutabazi (2023) ha observado que la evolución de la influencia de las redes sociales refleja un entorno interactivo y en red, donde plataformas como Twitter®, Facebook® y LinkedIn® son utilizadas por diferentes partes interesadas en todo el mundo para interactuar entre sí, lo que también es sostenido por Appel et al. (2020).

A través del método PRISMA, que permite una revisión sistemática y metódica de la literatura existente, este trabajo busca explorar la relación entre las redes sociales y la identidad cultural. Utilizando una estrategia de búsqueda booleana en bases de datos académicas como Elsevier®, Emerald® y Springer®, entre otras, se seleccionarán estudios relevantes para esta investigación.

Las preguntas de investigación que guiarán este estudio son:

1. ¿De qué manera las redes sociales influyen en la percepción y expresión de la identidad cultural individual y colectiva?
2. ¿Cómo han modificado las plataformas de redes sociales las tradiciones y prácticas culturales existentes?
3. ¿Cuál es el impacto de las interacciones en redes sociales en la conformación de nuevas normas y valores culturales?

Estas preguntas buscan profundizar en el entendimiento de cómo las plataformas de redes sociales no solo reflejan sino también moldean la cultura contemporánea, afectando la forma en que los individuos y grupos se identifican y relacionan con su herencia cultural y con otras culturas. La investigación contribuirá a un mayor entendimiento de la dinámica social en la era digital, ofreciendo una perspectiva crítica sobre las transformaciones culturales en curso.

Materiales y Método

Este estudio de tipo cualitativo, implementó el modelo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) para realizar una revisión sistemática de la literatura y examinar la influencia de las redes sociales en la identidad cultural contemporánea. El modelo PRISMA fue seleccionado por su enfoque estructurado y transparente, que asegura la inclusión y exclusión de estudios con base en criterios claros y bien definidos (Moher et al., 2009).

La búsqueda de literatura se realizó en bases de datos académicas de renombre como Elsevier, Emerald y Springer. Se utilizaron palabras clave específicas rela-

cionadas con el tema, tales como redes sociales, identidad cultural, influencia digital e interacciones sociales” Estas palabras se combinaron usando operadores booleanos (AND, OR) para asegurar una búsqueda exhaustiva y precisa.

Para asegurar la relevancia y actualidad de los estudios incluidos, se establecieron los siguientes criterios de selección:

- Año de publicación: Se consideraron estudios publicados entre 2019 y 2023, sin excluir aquellos trabajos relevantes que aportaran valor al análisis.
- Pertinencia temática: Se incluyeron estudios que abordaran directamente la relación entre redes sociales e identidad cultural.
- Rigor metodológico: Se priorizaron estudios cualitativos, cuantitativos, revisiones sistemáticas y metaanálisis con metodologías bien definidas y replicables.
- Calidad de los resultados: Los estudios seleccionados debían presentar resultados válidos y consistentes con los objetivos de este análisis.

Estudios que no cumplían con estos criterios, o aquellos con metodologías y conclusiones poco alineadas con el tema central, fueron excluidos.

Cada estudio incluido fue evaluado de acuerdo con la claridad de sus objetivos, la adecuación de su diseño metodológico y la coherencia entre sus resultados y conclusiones. Se utilizó un enfoque de evaluación cualitativa, considerando aspectos como la validez y fiabilidad de los datos, y la consistencia lógica de los hallazgos presentados.

Para identificar patrones de co-ocurrencia de términos y redes de autores, se llevó a cabo un análisis bibliométrico empleando el software R, herramienta reconocida en la investigación bibliográfica por su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos (Liang & Liu, 2018). Este análisis incluyó la generación de una red de co-ocurrencia que permitió identificar términos frecuentes y su agrupación en clústeres temáticos y la clasificación de los temas en un diagrama estratégico bidimensional, evaluando su centralidad (eje X) y densidad (eje Y), con el objetivo de visualizar la relevancia y desarrollo de cada tema en el campo de las redes sociales y la identidad cultural.

Complementariamente, se realizó un análisis cualitativo de los datos recopilados, enfocándose en identificar tendencias y patrones comunes en los hallazgos de los estudios, destacar discrepancias significativas entre los estudios, y señalar áreas poco exploradas que representan oportunidades de investigación futura.

Este enfoque metodológico integrado permite una comprensión robusta de cómo las redes sociales influyen en la construcción y transformación de la identidad cultural contemporánea, resaltando tanto las áreas de consenso como los aspectos que requieren mayor investigación.

Resultados y Discusión

La búsqueda inicial en bases de datos académicas mediante la cadena booleana “(‘redes sociales’ AND ‘identidad cultural’) OR (‘influencia digital’ AND ‘interacciones sociales’)” generó un total de $n=1,562$ artículos. Este amplio conjunto de estudios evidencia el interés y la acti-

vidad investigativa sobre el impacto de las redes sociales en la identidad cultural y las interacciones sociales, temas que han ganado protagonismo en los últimos años. A continuación, se aplicaron filtros para refinar la búsqueda y asegurar que los estudios estuvieran actualizados y tuvieran un enfoque empírico específico, reduciendo el conjunto a $n=324$ artículos.

Posteriormente, se aplicaron criterios de selección rigurosos, centrados en la relevancia temática directa, la solidez metodológica y la contribución significativa al campo de estudio. Este proceso condujo a la selección final de $n=10$ artículos para un análisis en profundidad, representando una muestra diversa de enfoques y hallazgos sobre la influencia de las redes sociales en la identidad cultural y las interacciones sociales. La Tabla 1 presenta un resumen de los artículos seleccionados junto con sus principales hallazgos y enfoques metodológicos.

Para facilitar la discusión y presentación de resultados, los artículos seleccionados fueron codificados como Art01 a Art10. Esta codificación sistemática permite una referencia clara y concisa de cada estudio en el análisis subsiguiente y es una práctica común en revisiones de literatura, que ayuda a organizar la información de manera eficiente.

Los 10 artículos seleccionados abarcan una variedad de enfoques metodológicos, reflejando la complejidad del estudio del impacto de las redes sociales en la identidad cultural y las interacciones sociales. Entre ellos se encuentran estudios cuantitativos, cualitativos y revisiones teóricas.

El 70% de los artículos ($n=7$) empleó métodos cuantitativos. Estos estudios utilizaron encuestas y análisis estadísticos para

Tabla 1

Resumen de Artículos Seleccionados sobre el Impacto de las Redes Sociales en la Identidad Cultural y las Interacciones Sociales

Código	Título	Autores	Año	Tipo de Metodología	Instrumento	Hallazgos Principales
Art01	Cross-cultural differences in the adoption of social media	Alsaleh, D.A., Elliott, M.T., Fu, F.Q., & Thakur, R.	2019	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta a estudiantes en Kuwait y EE. UU.	Influencia del individualismo y colectivismo en la adopción de Instagram®.
Art02	The moderating role of social media usage in the relationship among multicultural experiences, cultural intelligence, and individual creativity	Hu, S., Gu, J., Liu, H., & Huang, Q.	2017	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta en universidades chinas	Uso socializador de redes sociales fortalece la relación entre experiencias multiculturales e inteligencia cultural.
Art03	Young people's identities in digital worlds	Hällgren, C., & Björk, Å.	2023	Teórica (Conceptual)	Análisis conceptual	Propone metodologías para investigar prácticas de identidad de jóvenes en contextos digitales.
Art04	The role of social media in negotiating identity during the process of acculturation	Yau, A., Marder, B., & O'Donohoe, S.	2020	Empírica (Cualitativa)	Entrevistas a migrantes transitorios	Redes sociales como medios para la negociación de identidad durante la aculturación.
Art05	Understanding the roles of cultural differences and socio-economic status in social media continuance intention	Hsu, M.-H., Tien, S.-W., Lin, H.-C., & Chang, C.-M.	2015	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta a usuarios de Facebook en cinco países	Diferencias culturales y estado socioeconómico moderan la intención de continuar usando redes sociales.
Art06	Moderating role of addiction to social media usage in managing cultural intelligence and cultural identity change	Hu, S., Hu, L., & Wang, G.	2021	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta en universidades chinas	La adicción a las redes sociales modera negativamente la relación entre asociaciones con locales y cambio en identidad cultural.
Art07	Consumers' digital self-extension and pro-brand social media engagement – the role of culture	Rabbanee, F. K., Roy, R., Roy, S.K., & Sobh, R.	2023	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta en cuatro países	La autoextensión digital influye en el compromiso con marcas en redes sociales, variando según la cultura.
Art08	The role of social media in the political involvement of millennials	Hamid, R. S., Abror, A., Anwar, S. M., & Hartati, A.	2022	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta a millennials	Calidad de la información en redes sociales afecta la reputación, confianza e involucramiento político de millennials.
Art09	Effect of social media usage on the cultural identity of rural people: A case study of Bamha village, Egypt	Radwan, M.	2022	Empírica (Cuantitativa)	Encuesta en una aldea rural en Egipto	Uso de redes sociales afecta significativamente la identidad cultural de personas rurales en Egipto.
Art10	Cross-Cultural Communication on Social Media: Review from the Perspective of Cultural Psychology and Neuroscience	Yuna, D., Xiaokun, L., Jianing, L., & Lu, H.	2022	Teórica (Revisión)	Revisión de literatura	Explora la comunicación intercultural en redes sociales desde la psicología cultural y la neurociencia.

examinar las percepciones de los usuarios sobre cómo las redes sociales afectan la identidad cultural. Ejemplos incluyen el trabajo de Alsaleh et al. (2019) y Hu et al. (2017), quienes analizaron cómo las redes sociales influyen en la percepción de la identidad a través de cuestionarios con muestras amplias, lo que permitió identificar patrones estadísticos significativos.

El 10% de los artículos (n=1) empleó métodos cualitativos, como entrevistas y análisis de contenido, para explorar en profundidad cómo los usuarios perciben y experimentan los cambios en su identidad cultural a través de las redes. El estudio de Yau et al. (2020) utilizó entrevistas semiestructuradas para investigar cómo las redes sociales promueven la adaptación cultural en contextos interculturales, identificando matices en las experiencias personales que no serían capturados en estudios puramente cuantitativos.

El 20% de los artículos (n=2) presenta revisiones conceptuales o teóricas. Estos trabajos, como el de Hällgren y Björk (2023), no se basan en datos empíricos, sino en la síntesis de la literatura existente para proponer marcos teóricos nuevos. Estas revisiones son útiles para enmarcar el fenómeno de las redes sociales en términos de teoría de la identidad cultural y proporcionan perspectivas amplias que orientan futuros estudios empíricos.

Esta diversidad metodológica subraya el abordaje multidimensional del tema, permitiendo una visión integral de cómo las redes sociales moldean y redefinen la identidad cultural en distintos contextos.

El análisis bibliométrico permitió una organización temática de los términos más

frecuentes, visualizada en la Figura 1 a través de redes de palabras clave. Este análisis mostró cinco clústeres principales, que destacan áreas de enfoque dentro de la investigación:

1. **Clúster azul (Cultura e Identidad):** Agrupa términos relacionados con la identidad cultural, como cultura, identidad, y percepción. Este clúster resalta cómo las redes sociales influyen en la construcción y transformación de las identidades culturales, reflejando cambios en la forma en que los individuos se perciben a sí mismos y su pertenencia a ciertos grupos culturales.
2. **Clúster verde (Interacciones y Comunicación Intercultural):** Contiene términos asociados con la comunicación intercultural y las interacciones sociales. Palabras clave como comunicación e intercambio cultural señalan el rol de las redes en facilitar encuentros interculturales, promoviendo la integración de prácticas culturales y la adaptación en un entorno globalizado.
3. **Clúster amarillo (Juventud e Innovación Cultural):** Este clúster aborda el impacto de las redes en los jóvenes y la creación de normas culturales emergentes. Términos como innovación y creatividad destacan cómo los jóvenes utilizan las redes como un espacio para experimentar y moldear nuevas expresiones culturales y normas sociales, fomentando la evolución constante de la cultura digital.
4. **Clúster rojo (Autoexpresión y**

Consumo): Agrupa palabras clave relacionadas con la autoexpresión y la autopercepción en las redes sociales, incluyendo términos como emociones y marketing” Este clúster ilustra cómo los usuarios emplean las redes para proyectar identidades y adaptar comportamientos de consumo, reflejando la intersección entre cultura e identidad personal.

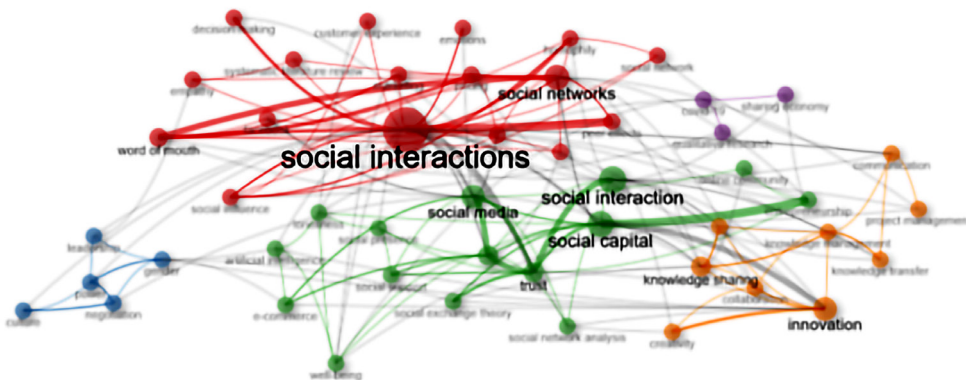
5. **Clúster púrpura (COVID-19 y Economía):** Este clúster destaca el impacto de la pandemia y su rela-

ción con el uso de redes sociales. Términos como pandemia y economía muestran cómo el COVID-19 aceleró la adopción de redes sociales, creando nuevas formas de interacción y expresión cultural en un contexto de aislamiento social.

Estos clústeres temáticos ofrecen una visión organizada del impacto de las redes sociales en diversos aspectos de la identidad cultural, subrayando las interconexiones entre temas y facilitando la identificación de áreas clave en el campo.

Figura 1

Análisis de redes y clústeres de palabras clave en redes sociales



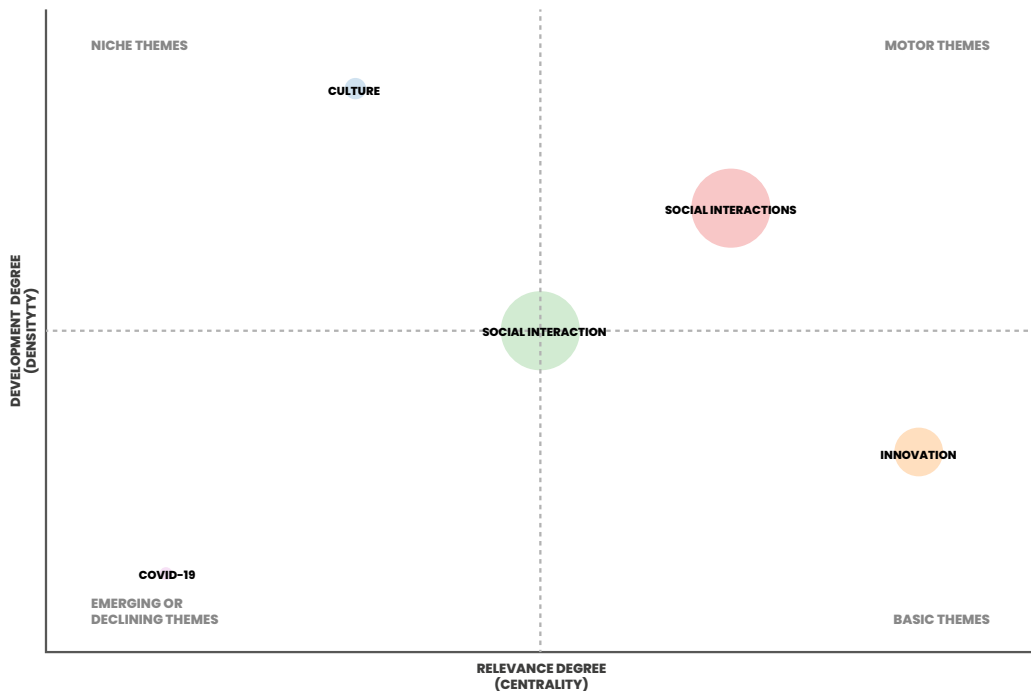
Nota de la figura: La imagen muestra un análisis de redes y clústeres de palabras clave relacionados con el impacto de las redes sociales. Cada nodo representa un término frecuente en los estudios analizados, mientras que las conexiones indican co-ocurrencias. Los colores identifican clústeres temáticos específicos: **Rojo:** Interacciones sociales y redes sociales, destacando términos como *social interactions* y *social networks*. **Verde:** Capital social y confianza, incluyendo términos como *trust* y *social capital*. **Azul:** Cultura y liderazgo, con énfasis en *culture* y *leadership*. **Amarillo:** Innovación y transferencia de conocimiento, vinculados a *knowledge sharing* y *collaboration*. **Morado:** Temas emergentes como economía compartida y análisis cualitativos.

La Figura 2 muestra un diagrama estratégico bidimensional (Cobo et al., 2011), que organiza los temas según su centralidad y densidad, proporcionando un panorama de su relevancia y grado de desarrollo en la literatura:

1. **Cuadrante Superior Derecho (Temas Principales):** Aquí se ubican temas de alta centralidad y desarrollo, como Interacciones Sociales y COVID-19” que son fundamentales en la discusión sobre redes sociales

Figura 2

Diagrama estratégico de redes sociales



Nota de la figura: El diagrama estratégico muestra la distribución temática de las palabras clave analizadas en función de dos dimensiones: centralidad (relevancia) y densidad (grado de desarrollo). Los cuadrantes reflejan la clasificación de los temas: *Temas motores (Motor Themes)*: Alta centralidad y densidad, representados por social interactions, indicando su importancia como un eje central y bien desarrollado en el campo. *Temas básicos (Basic Themes)*: Alta centralidad pero baja densidad, como innovation, que son fundamentales pero requieren mayor desarrollo. *Temas nicho (Niche Themes)*: Alta densidad pero baja centralidad, como culture, que presentan un desarrollo específico pero limitado en su conexión con otros temas. *Temas emergentes o en declive (Emerging or Declining Themes)*: Baja centralidad y densidad, como COVID-19, que representan áreas en transición o con menor relevancia actual.

e identidad cultural. Su posición destaca su relevancia en la estructuración del campo de estudio.

2. **Cuadrante Superior Izquierdo (Temas Periféricos):** Este cuadrante alberga temas con desarrollo interno fuerte, pero con conexiones limitadas a otros temas. Aquí se encuentran aspectos específicos de la cultura que no tienen conexiones amplias, sugiriendo una especialización en subtemas particulares.
3. **Cuadrante Inferior Izquierdo (Temas Emergentes u Obsoletos):** Agrupa temas menos desarrollados que podrían representar futuras áreas de investigación, como la adaptación cultural y resiliencia social en el contexto post-pandémico. Estos temas, aunque de menor relevancia actual, presentan potencial para investigaciones emergentes.
4. **Cuadrante Inferior Derecho (Temas Básicos o Transversales):** Este cuadrante incluye temas de interés general, como la innovación cultural en la identidad digital, esenciales para el campo, aunque menos profundizados. Estos temas forman la base sobre la cual otros desarrollos se construyen y exploran en mayor profundidad.

Este diagrama estratégico resalta cómo los temas de *Interacciones Sociales* y *COVID-19* se interrelacionan en el estudio de redes sociales y destacan su influencia en la identidad cultural, especialmente en contextos de cambio global, como lo fue la pandemia. La visualización de temas en estos cuadrantes permite comprender no

solo la estructura actual del campo de estudio, sino también las áreas potenciales para investigaciones futuras.

Este estudio explora las tres preguntas de investigación planteadas: cómo las redes sociales influyen en la percepción y expresión de la identidad cultural, en la transformación de tradiciones y prácticas culturales, y en la conformación de nuevas normas y valores culturales. Los diez estudios seleccionados para este análisis, complementados con investigaciones previas, permiten una comprensión más profunda y contrastada de estos fenómenos en un contexto digital contemporáneo.

La primera pregunta de investigación se centra en la manera en que las redes sociales influyen en la identidad cultural individual y colectiva. Los estudios seleccionados abordan diversos aspectos de este fenómeno, subrayando que las redes sociales no solo actúan como espacios de autoexpresión, sino que también reflejan y, en ocasiones, consolidan predisposiciones culturales ya existentes. Art01 (Alsaleh et al., 2019) demuestra cómo los valores culturales como el individualismo y el colectivismo influyen en el uso de redes sociales, observando que en culturas individualistas, Instagram® se emplea para construir una identidad única y personal. Este hallazgo resuena con el trabajo de Boyd y Ellison (2007), quienes enfatizan que las redes sociales extienden las relaciones preexistentes al ámbito digital, replicando valores y prácticas culturales en estos espacios. Esta evidencia subraya que las redes pueden tanto reforzar como reflejar los valores culturales predominantes. Asimismo, esta correlación entre valores culturales y prácticas digitales sugiere que las redes sociales no solo actúan como herramientas tecnológicas, sino como es-

pacios profundamente moldeados por contextos sociales preexistentes.

Art02 (Hu et al., 2017) muestra que el uso socializador de redes sociales incrementa la inteligencia cultural, sugiriendo que estas plataformas pueden fomentar la comprensión intercultural. Este aspecto complementa los hallazgos de Lenhart (2015), quien reportó que el 57% de los adolescentes hacen amigos en línea, lo cual refleja cómo las redes sociales actúan como puentes que permiten a los usuarios conectarse con diversas identidades culturales y expandir su círculo social. De hecho, estas plataformas se están convirtiendo en entornos donde las identidades locales se negocian con influencias globales, creando un espacio híbrido de interacción cultural.

En el caso de los migrantes transitorios, Art04 (Yau et al., 2020) señala que las redes sociales son herramientas vitales para equilibrar la identidad entre la cultura de origen y la anfitriona. Esta perspectiva se complementa con el análisis de Turkle (2011) en *Alone Together*, quien argumenta que las redes pueden fragmentar la identidad cultural. Sin embargo, en contextos migratorios, estas plataformas permiten a los migrantes negociar y gestionar sus identidades, facilitando su adaptación cultural sin renunciar a su identidad original. Aunque estos hallazgos están orientados a poblaciones específicas, muestran cómo las redes sociales actúan como mecanismos de mediación cultural en diferentes contextos.

Además, Art09 (Radwan, 2022) examina cómo las redes sociales afectan la identidad cultural en comunidades rurales de Egipto, demostrando que incluso en entornos menos globalizados, las redes pueden inducir cambios significativos en la percepción

cultural. Esto contrasta con el análisis de De Groot y Van Ouytsel (2022), quienes resaltan que los adolescentes experimentan estrés digital debido a la presión de responder rápidamente en plataformas sociales, lo que refleja cómo la identidad digital puede estar mediada por expectativas sociales y tecnológicas específicas. En este sentido, las redes sociales se posicionan como un espacio de interacción multifacético, donde los factores culturales, sociales y tecnológicos convergen para redefinir la identidad personal y colectiva.

La segunda pregunta de investigación explora cómo las redes sociales han transformado las tradiciones y prácticas culturales. Los estudios seleccionados sugieren que, además de reflejar estas prácticas, las redes sociales también las moldean, introduciendo adaptaciones y redefiniendo normas culturales en función de cada contexto. Art01 (Alsaleh et al., 2019) observa que las interacciones en redes pueden estar moldeadas por valores culturales específicos, adaptando la comunicación y la auto-representación en función de los valores del contexto. Lenhart (2015) también destaca que los adolescentes, al usar plataformas como redes sociales y videojuegos, adoptan nuevas prácticas culturales, especialmente al interactuar en juegos en red que requieren cooperación y habilidades sociales, modificando así las normas de amistad y socialización en el entorno juvenil. Esto demuestra que las redes sociales, lejos de ser espacios neutros, funcionan como plataformas donde las normas sociales se negocian continuamente, permitiendo tanto la preservación de tradiciones como la introducción de nuevas prácticas.

Según Art04 (Yau et al., 2020), los migrantes transitorios encuentran en las redes sociales un espacio para experimentar con

nuevas prácticas culturales durante la aculturación. Esta observación es consistente con el estudio de Al-Jbouri et al. (2024), que encontró que el uso de plataformas como Instagram® y Snapchat mejora la cercanía en las amistades al valorarse la importancia de la tecnología para la conexión social. La comparación sugiere que las redes permiten una transición cultural fluida y una integración de prácticas de identidad tanto nuevas como tradicionales.

Art09 (Radwan, 2022) examina el impacto de las redes en comunidades rurales, revelando que la adopción de nuevas formas de interacción puede redefinir prácticas culturales en estos contextos. A su vez, el estudio de De Groote y Van Ouytsel (2022) en adolescentes belgas resalta cómo la presión social generada en plataformas digitales afecta las dinámicas de amistad, sugiriendo que la tecnología no solo facilita la socialización, sino que introduce también nuevas expectativas y normas sociales. Estas dinámicas muestran cómo las redes sociales son tanto un reflejo de las estructuras culturales como catalizadores de su evolución.

Art10 (Yuna et al., 2022) analiza cómo las redes sociales facilitan la comunicación intercultural, promoviendo la adopción de normas culturales diversas. Este hallazgo se alinea con las observaciones de Turkle (2011), quien advierte que la sobreexposición digital podría crear una identidad menos coherente. Sin embargo, en el contexto de las redes sociales, las interacciones interculturales pueden ayudar a los usuarios a adoptar y experimentar nuevas prácticas culturales. Esto enfatiza el papel de las redes sociales no solo como entornos de interacción, sino también como espacios donde las culturas convergen, se reinterpretan y se adaptan a las necesidades de sus usuarios.

La tercera pregunta de investigación aborda cómo las interacciones digitales en redes sociales influyen en la creación de normas y valores culturales. Los estudios reflejan que las redes no solo permiten que los usuarios expresen sus valores culturales, sino que también actúan como escenarios donde se establecen y consolidan nuevas normas. Art02 (Hu et al., 2017) muestra que las experiencias multiculturales en redes sociales promueven la creatividad cultural. Esto resuena con el análisis de Boyd y Ellison (2007), quienes proponen que las redes sociales fomentan un intercambio que contribuye a la emergencia de nuevas normas y valores. Los adolescentes, como Lenhart (2015) observó, adaptan sus normas de interacción en función de sus experiencias digitales, indicando que las redes sociales no solo reflejan normas culturales, sino que también facilitan la creación de nuevas relaciones y valores. Esto pone en evidencia que las redes sociales son agentes de cambio que van más allá de la mera representación cultural, al participar activamente en la definición de nuevos parámetros de interacción social.

Art05 (Hsu et al., 2015) analiza cómo el contexto socioeconómico y cultural influye en el uso continuado de redes sociales, lo que permite la emergencia de normas sociales compartidas entre usuarios diversos. Este hallazgo complementa el estudio de Al-Jbouri et al. (2024), quien encontró que la interacción en redes sociales es un factor significativo en la cercanía de amistades, resaltando el papel de la tecnología como un mediador en la construcción de valores y normas sociales. Este análisis destaca que, en diferentes contextos culturales y económicos, las redes sociales actúan como entornos donde los valores comunes pueden evolucionar para adaptarse a las necesidades y expectativas de los usuarios.

Art06 (Hu et al., 2021) examina los efectos negativos de la adicción a redes sociales en la adaptación cultural, subrayando que las interacciones excesivas pueden obstaculizar la formación de valores saludables. Este hallazgo es consistente con el estudio de De Groote y Van Ouytsel (2022), quienes observaron que la presión social en redes genera estrés entre adolescentes, lo que evidencia un lado desafiante de las redes sociales en la consolidación de una identidad cultural estable. Aunque estas interacciones excesivas presentan desafíos, también plantean preguntas sobre el papel de la moderación digital como una herramienta clave para equilibrar los efectos negativos y positivos en la identidad cultural.

El artículo de Rabbanee et al. (2023) destaca que el marketing digital influye en la autoexpresión y en la identidad de marca, mostrando cómo las interacciones digitales pueden moldear normas de consumo. Este aspecto es relevante en el contexto de la creación de normas sociales, donde los usuarios adoptan y adaptan valores en función de sus interacciones digitales; además, refleja cómo las redes sociales no solo afectan las relaciones interpersonales, sino también la manera en que los individuos construyen sus identidades como consumidores, influyendo en sus decisiones y comportamientos.

Asimismo, Art08 (Hamid et al., 2022) analiza el rol de las redes sociales en la participación política, mostrando cómo estas plataformas promueven nuevos valores y normas políticas entre los jóvenes. Este hallazgo coincide con las observaciones de Spiekerman et al. (2023) durante la pandemia de COVID-19, quienes encontraron que la interacción digital ayudó a reducir síntomas de soledad en adolescentes. Estas plataformas han demostrado ser espacios

de resiliencia emocional y participación activa, ofreciendo oportunidades para que los jóvenes se involucren en temas sociales y políticos mientras fortalecen su bienestar emocional.

Además, el estudio de Angelini et al. (2022) examina cómo características de las redes, como la asincronía y la publicidad de las interacciones, pueden influir en la calidad de la amistad al facilitar el soporte social y la validación entre adolescentes. Según sus hallazgos, los adolescentes encuentran en las redes un espacio para resolver conflictos y brindar apoyo emocional, fortaleciendo así la conexión con sus pares. Esto enfatiza que las redes no solo son espacios de interacción social, sino también herramientas que los usuarios emplean para gestionar su bienestar emocional y relacional.

Estos estudios revelan que las redes sociales actúan como plataformas donde no solo se reflejan, sino que también se transforman la identidad cultural y las normas sociales. La evidencia sugiere que las redes sociales proporcionan un espacio que permite a los usuarios interactuar y adaptarse culturalmente, generando una evolución continua de valores y normas en un entorno globalizado. Desde la adopción de nuevas prácticas culturales hasta la construcción de relaciones políticas y de consumo, las redes sociales han transformado la manera en que los usuarios ven y experimentan su identidad cultural, propiciando espacios de cocreación y adaptación cultural en tiempo real.

En conjunto, los resultados refuerzan que el papel de las redes sociales es fundamental en la construcción y adaptación de identidades culturales en la era digital. La naturaleza continua e interactiva de estas plataformas permite que los valores indivi-

duales y colectivos converjan, promoviendo un entorno en constante evolución que refleja la complejidad cultural de nuestro tiempo.

Conclusiones

Este estudio exploró de manera integral cómo las redes sociales influyeron en la identidad cultural y las interacciones sociales, demostrando su papel activo y transformador en la sociedad contemporánea. Los hallazgos confirmaron que las redes sociales no solo reflejaron predisposiciones culturales existentes, sino que también impulsaron su transformación y evolución. Estas plataformas integraron elementos culturales diversos y generaron un entorno dinámico donde las identidades se adaptaron y renovaron constantemente.

El análisis de plataformas como Instagram® ilustró cómo estas redes reforzaron valores individuales y colectivos, al mismo tiempo que ofrecieron un espacio para la experimentación y la adaptación cultural. En el caso de los migrantes transitorios, estas herramientas facilitaron la gestión de la identidad en contextos de aculturación. Por otro lado, en comunidades rurales como las presentadas en el estudio desarrollado en Egipto, el uso de estas plataformas produjo cambios significativos en la percepción y expresión de la identidad cultural. Este hallazgo sugirió que el impacto de las redes sociales no se limitó a contextos urbanizados, sino que también alcanzó regiones menos globalizadas, donde la tecnología digital actuó como un puente hacia nuevas prácticas culturales y valores compartidos.

Asimismo, el estudio destacó cómo los jóvenes, al formar sus identidades en un entorno digital, adoptaron y adaptaron

prácticas culturales que transformaron tradiciones. Las redes sociales facilitaron un entorno para el intercambio y la creatividad cultural, especialmente en contextos de amistad y conexión social entre adolescentes. La integración de herramientas digitales en la vida cotidiana permitió a los jóvenes no solo construir vínculos sociales más cercanos, como señalaron investigaciones sobre el uso de Snapchat® e Instagram®, sino también participar activamente en la construcción de nuevas normas y valores que, en muchos casos, se diferenciaron de aquellos heredados. En este sentido, el fenómeno de la sobreexposición digital, que en algunos contextos fue señalado como un fragmentador de la identidad, se identificó aquí como un catalizador de nuevas formas de autoexpresión y validación social.

Las plataformas sociales, lejos de ser meros vehículos de comunicación, actuaron como agentes de cambio con un impacto profundo en las relaciones interpersonales y la identidad social. En un contexto donde las dinámicas de autoexpresión, pertenencia y adaptación cultural estuvieron cada vez más mediadas por la tecnología, esta investigación subrayó la importancia de analizar continuamente estos entornos virtuales para comprender mejor el papel de las redes en la evolución de la identidad colectiva y los valores culturales emergentes.

Referencias

- Al-Jbouri, E., Volk, A. A., Spadafora, N., & Andrews, N. C. Z. (2024). Friends, followers, peers, and posts: adolescents' in-person and online friendship networks and social media use influences on friendship closeness via the importance of technology for social connection. *Frontiers in Developmental Psychology*, 2, 1419756. <https://doi.org/10.3389/fdpys.2024.1419756>

- Alsaleh, D.A., Elliott, M.T., Fu, F.Q., & Thakur, R. (2019). Cross-cultural differences in the adoption of social media. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(1), 119-140. <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2017-0092>
- Angelini, F., Marino, C., & Gini, G. (2022). Friendship quality in adolescence: the role of social media features, online social support and e-motions. *Current psychology (New Brunswick, N.J.)*, 1-17. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03564-3>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79-95. <http://tinyurl.com/5n872yym>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Chang, C.-W., & Chang, S.-H. (2023, July/September). The impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Native's Attitude. *SAGE Open*, 13(3), 1-10. <http://tinyurl.com/2pbccyhp>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011, January). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146-166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- De Groot, D., & Van Ouytsel, J. (2022). Digital stress within early adolescents' friendships – A focus group study from Belgium. *Telematics and Informatics*, 73, 101877. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101877>
- Hällgren, C., & Björk, Å. (2023). Young people's identities in digital worlds. *International Journal of Information and Learning Technology*, 40(1), 49-61. <https://doi.org/10.1108/IJILT-06-2022-0135>
- Hamid, R. S., Abror, A., Anwar, S. M., & Hartati, A. (2022). The role of social media in the political involvement of millennials. *Spanish Journal of Marketing – ESIC*, 26(1), 61-79. <https://doi.org/10.1108/SJME-08-2021-0151>
- Hsu, M.-H., Tien, S.-W., Lin, H.-C., & Chang, C.-M. (2015). Understanding the roles of cultural differences and socio-economic status in social media continuance intention. *Information Technology & People*, 28(1), 224-241. <https://doi.org/10.1108/ITP-01-2014-0007>
- Hu, S., Gu, J., Liu, H., & Huang, Q. (2017). The moderating role of social media usage in the relationship among multicultural experiences, cultural intelligence, and individual creativity. *Information Technology & People*, 30(2), 265-281. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2016-0099>
- Hu, S., Hu, L., & Wang, G. (2021). Moderating role of addiction to social media usage in managing cultural intelligence and cultural identity change. *Information Technology & People*, 34(2), 704-730. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2019-0518>

- Hussenoeder F. S. (2022). Social network sites as learning environments and their implications for mental health. *Frontiers in digital health*, 4, 939740. <https://doi.org/mcf4>
- Jain, P. (2018, November 20). Social Media: Impact on human behavior and society. LinkedIn. <http://tinyurl.com/jhakerfp>
- Jonsson, J. (2023). Exploring the social and special role of social media for community entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, <https://doi.org/mcf3>
- Kanchan, S., & Gaidhane, A. (2023). Social Media Role and Its Impact on Public Health: A Narrative Review. *Cureus*, 15(1), e33737. <https://doi.org/jxqm>
- Lenhart, A. (2015, August 6). Teens, technology & friendships. Pew Research Center. <https://tinyurl.com/bdhu932u>
- Liang, T. P., & Liu, Y. H. (2018, November 20). Research Landscape of Business Intelligence and Big Data analytics: A bibliometrics study. *Expert Systems with Applications*, 111, 2-10. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2018.05.018>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *PloS medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Mutabazi, P. (2023, September 9). The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next? LinkedIn. <http://tinyurl.com/kypb4ex3>
- Rabbanee, F. K., Roy, R., Roy, S.K., & Sobh, R. (2023). Consumers' digital self-extension and pro-brand social media engagement – the role of culture. *European Journal of Marketing*, 57(9), 2199-2236. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2022-0074>
- Radwan, M. (2022, July 29). Effect of social media usage on the cultural identity of rural people: A case study of Bamha village, Egypt. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9, Article number 248. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01268-4>
- Russo, A. (2011, July). Transformations in Cultural Communication: Social Media, Cultural Exchange, and Creative Connections. *Curator the Museum Journal* 54(3), 327-346. <https://doi.org/b6w9xm>
- Sawyer, R. (2011). The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation. Senior Honors Projects. Paper 242. <http://tinyurl.com/mrxzcwba>
- Spiekerman, A. M., Guo, Y., Payton, J., Campione-Barr, N., Killoren, S. E., Rote, W. M., & Rose, A. J. (2023). Adolescents' Online Connections with Friends during COVID-19: An Assessment of the Forms of Communication and Their Association with Emotional Adjustment. *Children (Basel, Switzerland)*, 10(8), 1281. <https://doi.org/10.3390/children10081281>
- Turkle, S. (2011). *Alone Together. Why we expect more from Technology and Less from Each Other*. Basic Books. <https://tinyurl.com/3wsymhd9>
- Yau, A., Marder, B., & O'Donohoe, S. (2020). The role of social media in ne-

gotiating identity during the process of acculturation. *Information Technology & People*, 33(2), 554-575. <https://doi.org/10.1108/ITP-09-2017-0305>

Yuna, D., Xiaokun, L., Jianing, L., & Lu, H. (2022). Cross-Cultural Communication on Social Media: Review from the Perspective of Cultural Psychology and Neuroscience. *Frontiers in psychology*, 13, 858900. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.858900>

Zaw, H. (2018, September). The Impact of Social Media on Cultural Adaptation Process: Study on Chinese Government Scholarship Students. *Advances in Journalism and Communication*, 6(3), 75-89. <https://doi.org/10.4236/ajc.2018.63007>

Para referenciar este artículo utilice el siguiente formato:

Castillo, H., Aguado, C. (2025, enero-junio). La influencia de las redes sociales en la identidad cultural contemporánea. *YACHANA Revista Científica*, 14(1), 110-125. <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/955>