

# JÓVENES Y REDES SOCIALES



**Autora: María Martín Rosell**

**Tutor: Manuel Hernández Hernández**

**Universidad de La Laguna**

**Septiembre 2015**

	<b>Contenido</b>
Resumen.....	4
Introducción.....	5
1. Marco teórico.....	7
1.1 ¿Qué son las redes sociales?.....	7
1.2 Las redes sociales en la actualidad.....	8
1.3 Los jóvenes y las redes sociales.....	9
1.4 Redes sociales más populares.....	11
1.5 Ventajas e inconvenientes de las redes sociales.....	13
2. Objetivos.....	18
3. Método.....	19
3.1 Participantes.....	19
3.2 Instrumento.....	19
3.3 Procedimiento.....	19
4. Resultados.....	20
4.1 Uso de las redes sociales.....	21
4.2 Aspectos motivacionales del uso de las redes sociales.....	23
4.3 Ventajas e inconvenientes de las redes sociales.....	25
5. Análisis de datos.....	28
6. Conclusiones.....	32
Referencias.....	36
Anexo.....	38
Cuestionario jóvenes y redes sociales.....	38

### **Índice de tablas y graficas**

Tabla 1. Edad. Medidas de tendencia central respecto a la edad total de la muestra.....	20
Gráfica 1. Usuario/as de las distintas redes sociales.....	21
Gráfica 2 Redes sociales más solicitadas por para los jóvenes.....	22

Gráfica 3. Aspectos motivacionales del uso de las distintas redes sociales.....	23
Grafica 4. Red social preferida por los jóvenes para las relaciones interpersonales.....	24
Gráfica 5. Red social preferida por los jóvenes para el entretenimiento.....	24
Gráfica 6. Red social elegida por los jóvenes para fines de aprendizaje.....	25
Gráfica 7. Actividades cotidianas que los jóvenes dejan de hacer o restan tiempo por las redes sociales.....	26
Gráfica 8. Jóvenes que han sido invitados a través de las redes sociales a eventos de movilización y participación social.....	27
Gráfica 9. Eventos de movilización y participación social a los que los jóvenes asistirían. ....	28

## **Resumen**

Estamos inmersos en un mundo que gira en gran medida en torno a Internet y a las redes sociales donde la identidad digital es casi tan importante como la real. Esto se acentúa aún más cuando nos referimos al sector más joven de la población, siendo considerados nativos digitales ya que son quienes más las usan y quienes tienen un mayor dominio de las mismas debido a que prácticamente han crecido junto a ellas. El presente trabajo de investigación pretende analizar el uso que los jóvenes hacen de las redes sociales. También se pretende resaltar las ventajas y los inconvenientes que éstas producen sobre todo a los más jóvenes y de qué manera el trabajo social se puede beneficiar de esta nueva e importante forma de socialización que ofrecen las nuevas tecnologías y en particular las redes sociales.

Palabras Clave: jóvenes, redes sociales, Internet, identidad digital.

## **Abstract**

The importance that the social networks have nowadays in the company and in our lives especially it is indisputable. Across the same ones not only we relate but they offer multitude of alternatives in diverse aspects of the life. The social networks have happened of being complementary to almost that indispensable in our day after day. This accents furthermore when we refer to the sector more young woman of the population since they are who more you use them and those who have a major domain of the same ones due to the fact that practically they have grown together with them. We are immersed in a world that turns concerning Internet and to the social networks where the digital identity is almost so important as the royal one. The present work of investigation tries to centre the attention on the use that the young persons do of the social networks. Also one tries to highlight the advantages and the disadvantages that the social networks produce especially to the youngest and of what way the social work can benefit from this new and important form of socialization that the social networks offer.

Keywords: young people, social network, Internet, digital identity.

## **Introducción**

La importancia de las redes sociales y su influencia en nuestras vidas es incuestionable, a través de las mismas no solo nos relacionamos sino que ofrecen multitud de alternativas en diversos aspectos de la vida (Oliva, 2012). Tanto es así que Díaz (2011), defiende que existe una nueva forma de socialización *online* caracterizada por la rapidez y efectividad de la comunicación que no sucede en un entorno tangible sino en el virtual. Así pues “las redes sociales son utilizadas por diferentes personas y para diversos fines, tales como las relaciones interpersonales, laborales, académicos y de promoción política entre otras. Incluso las universidades las utilizan para fomentar la gestión del aprendizaje” (Flores, Morán y Rodríguez, 2009). Tal y como afirma Castells (2006), las personas se organizan no sólo en redes sociales sino también en redes conectadas por ordenador. Las redes sociales de Internet, son un agente muy atractivo para adolescentes y jóvenes ya que les ofrece un sistema de comunicación a distancia y les permite satisfacer sus necesidades de comunicación de forma inmediata, divertida y sin esfuerzo (Morales ,2009).En definitiva estas redes están adquiriendo una gran relevancia en los distintos ámbitos de la vida y han dado lugar a una nueva cultura. (Grupo de Investigación PSICOSOC, 2011).

El presente trabajo de investigación pretende centrar la atención en el uso que los jóvenes hacen de las redes sociales, con el fin de identificar cuanto tiempo dedican a las mismas, cuáles son las plataformas más visitadas por ellos y los aspectos motivacionales que hacen que los jóvenes sean el sector de la población que más las usan. También se pretende estudiar las ventajas y los inconvenientes que las redes sociales producen y de qué manera el Trabajo Social puede ser útil o se puede beneficiar de esta nueva y destacada forma de socialización que ofrecen las redes sociales. Para la consecución de los objetivos hemos realizado una encuesta a 30 jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 26 años de la Universidad de La Laguna de diferentes grados y de ambos sexos.

El trabajo se divide en dos bloques. La primera parte corresponde al marco teórico. En este apartado se recoge toda la información relevante que se haya estudiado sobre el tema anteriormente. El segundo bloque del presente trabajo recoge diversos aspectos del estudio como la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación, así como los

resultados obtenidos y el análisis de los mismos. Además, se presentan las conclusiones y algunas propuestas y sugerencias para la futura investigación e intervención en este campo.

En la actualidad, nuestra sociedad gira en torno a las redes sociales. Tanto es así que el estudio “*sociedad en red*” (2012) realizado por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONSTI), descubre que España se situaba en torno al 62% de usuarios en la red. Sin embargo el Banco Mundial aumentó esta cifra a un 67,9 % .No obstante la importancia del estudio no fueron las cifras sino el confirmar que las redes sociales están en un continuo crecimiento y donde los jóvenes son quienes más intervienen en ello.

Actualmente las redes sociales tienen una gran importancia en la sociedad y en nuestras vidas, ya que no solo nos permiten relacionarnos a través de ellas con los demás, sino que ofrecen multitud de alternativas para los distintos ámbitos de la vida. Las nuevas tecnologías en general y las redes sociales en particular ofrecen multitud de recursos y servicios de cualquier índole ya que son creadas para diversos fines como pueden ser educativos, sociales, sanitarios, de ocio, cultura, deporte...etc. Todo lo que podamos imaginar queda dentro de las TICS, tanto es así que se puede decir que se ha creado un mundo paralelo en donde a través de ellas se satisfacen necesidades de todo tipo.

En cuanto a los jóvenes y su relación con las redes sociales, son el sector de la población que más las utiliza y las domina. Sin embargo, también son los más descuidados a la hora de proteger su intimidad por lo que los padres y educadores tendrán que crear una conciencia sobre un correcto uso de las mismas, de manera que así se incremente la asertividad, tolerancia y las aptitudes sociales de las nuevas generaciones (Oliva, 2012). Las redes sociales constituyen un factor determinante en las relaciones interpersonales debido a que facilitan la comunicación, las relaciones sociales y multitud de aspectos más.



Así pues, los últimos datos del INE (2015) lo confirman, estableciendo que en España son los jóvenes entre 16 y 24 años los que más uso hacen de las redes sociales y se constata que según aumenta la edad disminuye también la participación en éstas.

Debido al impacto y a la alta repercusión de las redes sociales *online* es imprescindible analizar este nuevo e influyente modelo de comunicación, ya no solo para cerciorarnos si los más jóvenes saben usar de forma consciente y productiva las mismas, sino también para incentivar que se haga precisamente eso, es decir, que se exploten al máximo todas las potencialidades de este nuevo fenómeno de socialización.

Debemos señalar la relación que existe entre la temática de este proyecto y el Trabajo Social. Al estar en una sociedad que se mueve en gran medida a través de las redes sociales e Internet sería muy positivo sacar el máximo provecho a todos los recursos, servicios y funcionalidades que éstas proporcionan, haciendo de nuestra disciplina algo más cercano, a la vista y a disposición de todos y en específico de los más jóvenes. A través de las redes sociales se podría sensibilizar a la población en diversidad de temas sociales y a su vez intentar que sean partícipes de la realidad social; así como también fomentar desde nuestra disciplina el buen uso de las redes.

## **1. Marco Teórico**

### **➤ ¿Qué son las redes sociales?**

Autoras como García y Del Hoyo (2013) afirman que las redes sociales forman parte de lo que se conoce como tecnologías web 2.0. Aparecen con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento (Smartphone, ordenadores, tablets), dando lugar así a una nueva sociedad basada en la red. Éstas tienen la habilidad de proporcionar una comunicación fácil y rápida, así pues se han convertido en un acontecimiento que suma continuamente usuarios en todo el mundo, siendo las redes sociales el servicio más demandado de las nuevas tecnologías para las relaciones interpersonales y para multitud de aspectos de distinta índole (Ibain,2009 citado en Moral 2013 ).

Las redes sociales son definidas como un espacio basado en Internet que contiene servicios *online*, permitiendo a los usuarios que fluyan las relaciones, elaborando una cuenta dentro del sistema, configurando un listado de amigos con los

que poder relacionarse, al igual que el poder ver las conexiones propias y la de los demás integrantes. (Boyd y Elli, 2007 citado en Flores, Morán y Rodríguez, 2013).

Las redes sociales tienen una gran repercusión en la sociedad. Son espacios disponibles en la web 2.0 creados para que a través de ellos fluya todo tipo de informaciones y donde se establecen relaciones interpersonales. (Cabrea 2010 citado en Piñera y Costa 2012.).

Gallego (2010 citado en Martínez, 2010) define red social a todos los individuos que se encuentran relacionados entre sí. Es el sitio que las personas utilizan para compartir información y en donde se promueve la participación ciudadana.

Una vez aclarado el concepto es fundamental conocer los diferentes tipos de redes sociales que existen.

Según Dans (2010), las redes sociales pueden clasificarse en dos tipos diferenciados. Por un lado, las redes sociales personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común y, por otro lado, redes sociales profesionales que son las redes que se centran en torno a objetivos profesionales.

Otro autor Burgueño (2009 citado en Flores, Morán y Rodríguez, 2009) profundiza un poco más en los tipos de redes sociales existentes y afirma que las redes sociales horizontales son las que van dirigidas a todo tipo de personas y no tienen una temática única o concreta, donde el fin principal es la interrelación en general. Por otro lado hace referencia a las redes sociales verticales que reúnen a usuarios en torno a una temática concreta, éstas pueden ser de carácter profesional, destinadas al ocio o al deporte entre otras y las denominadas mixtas donde se desarrollan relaciones tanto personales como profesionales.

## ➤ **1.2 Las redes sociales en la actualidad.**

Fue en el año 2009 cuando se produce el verdadero auge de las redes sociales, aumentando considerablemente el número de usuarios registrados a las mismas. En España concretamente, las nuevas tecnologías y las redes sociales tienen un alto reconocimiento por parte de la población ya que en el mismo año se posicionó como uno de los cinco países de todo el mundo que más usuarios reconocían hacer uso de éstas. (Nielsen 2010, citado en Moral, 2013).



Tanto es así que el último estudio realizado por IAB Spain (2015), "VI Estudio de las redes sociales", demuestra que en España aproximadamente unos 14 millones de usuarios son consumidores de redes sociales. Sin embargo y debido a que las redes sociales están en continuo crecimiento otro estudio realizado por Online Business School (OBS) (2015) afirma que en nuestro país hay 23 millones de personas que acceden a Internet, donde 17 millones son usuarios activos de redes sociales.

Debido a la alta repercusión que están adquiriendo las redes *online* en la sociedad actual, Castell (2006) asegura que esto ha provocado el surgimiento de una nueva cultura denominada virtual, a través de la cual fluye la comunicación sin obstáculos de espacio o tiempo y afirma que una vez instauradas las redes sociales en la sociedad, detonaron en toda clase de aplicaciones y finalidades, lo que esto retroalimentaba a su vez el que se produjera el cambio tecnológico.

Así pues el uso de las redes sociales está generando una serie de cambios en la sociedad que nos llevan a resaltar la importancia de éstas. La constante actualización y alfabetización de las nuevas tecnologías es algo totalmente imprescindible para todas las personas para seguir siendo competentes en sus áreas de trabajo y estar informados. Los ciudadanos tendrán que saber utilizar las aplicaciones para gestionar su red de contactos, presentar un perfil atractivo para futuras empresas y socializarse de otro modo. También en el ámbito educativo se están produciendo cambios, las instituciones de enseñanza y profesores se actualizan más dentro de este campo utilizando las herramientas de socialización, mediante las que se pueden adquirir nociones pedagógicas y productivas (Caldevilla, 2010).

### ➤ **1.3 Los jóvenes y las redes sociales**

No es un mito que son los jóvenes quienes más usan y controlan las redes sociales, este hecho es debido a que las nuevas generaciones han crecido con ellas y por esta razón son considerados nativos digitales esto quiere decir, que son conocedores al máximo de los servicios y las utilidades que éstas ofrecen. Debido a esto, son la generación pionera en advertir fuertes cambios en cuanto a la obtención y al procesamiento de la información (Oliva, 2012). Tanto es así, que García y del Hoyo (2013) afirman que hoy en día los jóvenes se encuentran totalmente interconectados entre sí a través de las redes sociales, son capaces de comunicarse con varios amigos al

mismo tiempo y pueden acceder desde Internet a cualquier tipo de información. Así pues, los jóvenes no sólo son los primeros en formar parte de las redes sociales, también representan al primer grupo de la población que construye sus cimientos relacionales paralelamente a ellas (Monge Y Olabarri, 2011 citado en García y del Hoyo, 2013). Tanto es así que las referencias teóricas e investigaciones anteriores sobre este acontecimiento, indican que son los pertenecientes a la generación digital los que hacen una mayor utilización de este tipo de servicios y actividades a la vez que aportan su grano de arena en la construcción de la realidad social (Núñez, García y Hermidia, 2012).

En relación a lo expuesto existen algunos estudios que confirman la teoría de que las redes sociales son un fenómeno mayormente juvenil como el realizado por el Departamento de Psicología de La Universidad Camilo José Cela “*Generación 2.0*” (2010) donde se ratifica que los jóvenes españoles son grandes consumidores de redes sociales, en el que un 78% de la muestra analizada se reconocen usuarios de las mismas. Se muestran también los datos del Instituto Nacional de Estadística de España, donde se constata que en nuestro país, el 98,5% de jóvenes con edades comprendidas entre 16 a 24 años, son usuarios de las redes sociales y consumidores por tanto de las nuevas tecnologías. En este sentido, otro estudio realizado por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO, 2013) confirma que el porcentaje de usuarios de redes sociales es más alto entre los más jóvenes y disminuye en relación a más edad. En cuanto al uso diario que los jóvenes hacen de las redes sociales se constata que el 84,6% afirma acceder a éstas muchas veces en el día, siendo una reducida minoría el porcentaje de personas que afirman hacer uso de las mismas solo una vez al día (INJUVE, 2012). Cabe destacar el estudio denominado “*La Cuarta Ola del Observatorio de las redes sociales*” (2011) donde se afirma que el 91% de los usuarios de Internet en España accede a diario a alguna red social.

La pubertad es el periodo en el que las personas comienzan a consolidar su personalidad. La presencia de las redes sociales en su día a día hace que también sea necesario crear una identidad digital acorde con ellos mismos (Zhao, Grasmuck y Martín, 2008 citado en Moral, 2013). En Internet y sobre todo en las redes sociales, los jóvenes pueden satisfacer diferentes necesidades personales, por lo que hoy en día éstas

juegan un papel fundamental en conformar la propia identidad de la persona. (Maslow, 1991 citado en Parra, 2010).

Sin lugar a dudas lo atractivo de las redes sociales y de las TICS en general para los jóvenes, reside en la respuesta rápida y en la variedad de servicios que brinda al instante (Echeburúa y De Corral, 2010). Otro aspecto importante que los jóvenes tienen en cuenta de las redes sociales es que al proceder la comunicación de forma escrita, permite entre otros aspectos controlar la respuesta que se quiera dar a cada persona en cada momento, a diferencia del entorno real donde todo fluye más inesperadamente. De forma que al interactuar a través de las nuevas tecnologías en las redes sociales, permite rememoraciones de las conversaciones entabladas (Megías y Rodríguez, 2014). Sin lugar a dudas éstas constituyen un factor determinante en las relaciones interpersonales debido a su función en la comunicación, además de ser utilizadas para conocer la actualidad y estar en contacto con la realidad social. Debido a todo ello, la importancia de las redes sociales en el sector más joven de la población, ha llegado a tal extremo que el pertenecer a este nuevo modelo socializador ha llegado a convertirse en un deber (Díaz, 2011).

#### ➤ **1.4 Redes sociales más populares**

Son muchas y muy diferentes las redes sociales que existen. Autoras como García y Del Hoyo (2013), afirman que España es uno de los países de todo el mundo que más uso hace de Internet y de las redes sociales ya que se sitúa como el quinto país del mundo que más uso hace de éstas, principalmente Tuenti, Facebook y Twitter. Por este motivo éstas fueron las redes sociales que se tuvieron en cuenta para la investigación, con la novedad de introducir al estudio la plataforma denominada Instagram, ya que en muy poco tiempo se ha convertido en otra red social líder para los jóvenes. Así pues para una mejor comprensión de las mismas y de sus funciones se procede a una breve explicación de cada una.

#### **Facebook, Twitter, Tuenti e Instagram**

Facebook fue creada por un joven estudiante, Mark Zuckerberg, en la Universidad Harvard, con el fin de que los universitarios estuvieran en contacto y supuso un verdadero fenómeno social (Moral, 2013). Sin duda es una de las redes sociales más populares actualmente, la cual permite la comunicación entre millones de

personas. En el año 2011 superó los 500 millones de usuarios y estaba disponible en 70 idiomas diferentes (Espinar y González, 2010). Tan grande ha sido su repercusión que en el mes de abril de 2013, había en España 16,9 millones de usuarios en Facebook (García y Del Hoyo, 2013).

Por otro lado encontramos la red social Twitter que fue creada en 2006. Se trata de una plataforma que permite a sus usuarios enviar y recibir entradas de texto con la peculiaridad de que dispone de 140 caracteres como máximo, y estos mensajes son autodenominados y conocidos como Tweets (Garcés y Ramos, 2011). Según refleja “*La Cuarta Oleada del Observatorio de redes sociales*” (2012), un 32% de internautas usa Twitter, donde se constata que el 56% tiene más de 25 años y la media de edad es de 28 a 30 años. Un 55% de usuarios se han incorporado a esta red social en el último año. Y el 42% de los usuarios afirman que “cada vez lo usan más”.

En tercer lugar encontramos la red social Tuenti creada en el año 2006 por Zaryn Dentzel, un universitario estadounidense que vivía en Madrid. Ésta obtuvo un gran éxito entre los jóvenes llegando a convertirse en la red social *online* española más popular. Tuenti es una red social de acceso restringido a la que solo se puede acceder mediante una invitación de algún usuario que ya sea miembro de esta red social. Es una plataforma destinada a la interacción con los demás y para compartir información. Sin embargo y aunque Tuenti fuera la red social joven líder, existen estudios más recientes que ponen de manifiesto que ha sufrido un gran declive ya que los jóvenes han dejado en un segundo plano esta red social por interactuar en otras como Facebook, Twitter e Instagram (Sulé y Prieto, 2010).

Por último y no por ello menos importante, se hace referencia a la red social denominada Instagram. Esta aplicación tiene la peculiaridad de que es exclusivamente para Smartphone (móviles inteligentes). Fue creada en 2010 y fue comprada por la compañía Facebook, a partir de esto el crecimiento y éxito de esta red social ha sido fulminante, llegando a aumentar el número de usuarios en ella a 300 millones de usuarios (ABC, 2012). Lo importante de esta red social es el gran aumento de personas que la utilizan en contraste con el escaso tiempo que lleva en vigor.

Con intención de mostrar datos más precisos sobre estas cuatro redes sociales más populares en España se hace referencia a la “*V Oleada de las redes sociales*” (2013) donde también se afirma que Facebook, Twitter, Tuenti e Instagram son las redes sociales preferidas por los jóvenes españoles. En el estudio se resalta que la red social líder para la población española es Facebook ya que un 83% de usuarios tienen cuenta en ésta y además la utilizan. A la red social Twitter le correspondería un 42% de personas que disponen de una cuenta en esta red y la utilizan, cabe destacar que en el estudio se pone de manifiesto como esta plataforma cada día cuenta con más usuarios y su repercusión es tal que se destaca la sustitución por parte de los ciudadanos de los medios de comunicación para utilizar esta red social con la finalidad de estar en contacto con la realidad y en definitiva para el consumo de noticias. Tanto es así que se afirma que famosos, políticos y líderes de opinión, son usuarios de esta red porque entienden que resulta útil como un espacio informativo para conocer la actualidad. Con respecto a Tuenti, se hace notorio el posible declive del que se ha hablado, ya que solo un 27% afirma ser usuario de esta red social y usarla, sin embargo lo significativo es que un 17% afirma tener perfil en ella pero no hacer uso de la misma y un 8% incluso se ha dado de baja. En cuanto a Instagram, se constata que está en situación emergente y de crecimiento. Desde el estudio también se exponen los principales aspectos motivacionales que hacen que los jóvenes usen las redes sociales, donde se destaca el fin de usarlas para estar en contactos con los demás (relaciones interpersonales), para mantenerse informados de la realidad social, para entretenerse y para expresarse.

### **1.5 Ventajas e inconvenientes de las TICS y las redes sociales en los jóvenes**

Debido a que son los jóvenes quienes hacen un mayor uso de las redes sociales son los primeros que pueden advertir las ventajas o los inconvenientes de las mismas. Por ello es fundamental saber complementar las redes sociales a nuestra propia vida. Este apartado no pretende posicionarse en torno a si son malas o buenas exclusivamente, sino exponer de forma general tanto lo positivo que aportan, como lo negativo que pueden provocar las nuevas tecnologías y las redes sociales o un mal uso de las mismas.

Las redes sociales pueden resultar contradictorias a la hora de los efectos que pueden provocar en las personas, es decir, pueden ser positivas en muchos aspectos como a la hora de posibilitar la comunicación y el aprendizaje a través de ellas pero por otro lado, implican problemas en cuanto a la privacidad, integridad o dignidad de la persona. Por todo esto, existe un consenso en torno a la existencia de consecuencias positivas y negativas para los jóvenes en concreto a la hora del uso de las redes sociales (Oliva, 2012).

En relación a esto Garitaonandia (2006), también afirma que existen factores negativos y positivos en cuanto al uso de Internet y de las redes sociales. Entre los aspectos negativos destaca la posibilidad de ser acosado y victimizado en las redes, posibles conflictos con padres y educadores así como conductas no saludables y nocivas como el aislamiento social. Por otro lado, entre los aspectos positivos se recalca la posibilidad de aprendizaje a través de las mismas y el activismo social por parte de los jóvenes a través de las redes sociales.

### **Inconvenientes:**

Riesgo y juventud son términos que prácticamente van de la mano y aún más cuando se emplean en el mundo virtual, ya que desde este entorno pueden generarse numerosas conductas peligrosas para la persona (Moral, 2013).

Autores como Naval, Sádaba y Bringúe (2003), ponen de manifiesto que un uso inadecuado de las nuevas tecnologías y de las redes sociales puede desembocar en distintos problemas y riesgos para la persona, entre ellos se destacan la pérdida de la privacidad, el fomento del consumismo y problemas de adicción.

En este sentido autores como Echeburúa y De Corral (2010), también afirman que entre los factores negativos que pueden originar las redes sociales encontraríamos la dependencia a las mismas, dejando a un lado el resto de actividades normales de la vida. Sin embargo destacan que solo un reducido número de personas presentan problemas de adicción en comparación con la amplia disponibilidad ambiental de las nuevas tecnologías en las sociedades desarrolladas. Por lo tanto el uso de Internet y de las redes sociales siempre que sea de una manera controlada y complementaria a nuestra vida cotidiana será positivo para la persona.

En este sentido ambos autores afirman que se produce ciberadicción cuando:

El adicto sopesa los beneficios de la gratificación inmediata, pero no repara en las posibles consecuencias negativas a largo plazo. Por ello, el abuso de las redes sociales virtuales puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento, el desinterés por otros temas, los trastornos de conducta y el quebranto económico, así como también el sedentarismo y la obesidad. (P. 93).

En relación a esto, se hace referencia al estudio *“Informe de juventud en España”* (INJUVE, 2013) donde se expone que el uso de las redes sociales o un mal uso de ellas pueden provocar que dejemos de lado nuestras actividades cotidianas por pasar más tiempo en Internet. Se constata que entre el 17% y el 19% de la población reducen considerablemente diferentes actividades de la vida diaria por estar en red, quitando tiempo al estudio o al deporte así como también el 16,7% reconoce salir menos con los amigos o la pareja.

El estudio *“Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual”* realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, un centro privado creado por la Fundación Ayuda a la Drogodependencia (FAD) cuyos autores son Megías y Rodríguez, descubre como la mayoría de los jóvenes sienten que necesitan las redes sociales, ya que consideran que es un entorno al que tienen que pertenecer de alguna manera puesto que según ellos todo gira en torno a las mismas. Suelen ser conscientes que las redes pueden generar adicción y que pierden parte de intimidad, pero lo asumen como algo normal ya que todos lo hacen, por lo que son conocedores de sus ventajas pero también de sus riesgos. A pesar de estos valoran más positiva que negativamente lo que las redes sociales les ofrecen.

Diferentes estudios muestran la facilidad de acceder a datos personales en las redes sociales como consecuencia de la falta de conciencia y permisividad de los usuarios con su propia información personal, como por ejemplo el realizado en España donde un 77% de los menores tienen visible su perfil público en las redes sociales, de los cuales un 59 % afirma que solo pueden ver su perfil sus amigos (INTECO, 2009).



En este sentido se hace referencia al estudio realizado por Garitaonandia, Garmendia y Martínez (2007), titulado “*Cómo usan Internet los jóvenes: hábitos, riesgos y control parental*”, en el que se concluye que los adolescentes que sufren problemas en Internet lo ocultan a los padres y solamente en casos extremos se animan a contarlo. Tratan de resolver los problemas ellos mismos o consultándolos con sus amigos. Afirmaban ser conscientes de que hablar con desconocidos en las redes sociales podría traer consecuencias negativas como la posibilidad de ser acosados, amenazados o humillados entre otros aspectos. En el estudio los jóvenes que afirmaban mantener contacto con desconocidos salvaguardaban sus datos personales, pero a medida que se iba incrementando la confianza éstos se iban rebelando. También hace referencia el estudio a que la mayoría de padres solo suelen alfabetizar a los jóvenes en relación al tiempo que pasan en las redes, pero dejan de lado otros aspectos de alta importancia.

Por estos ciertos riesgos, el papel de padres y educadores a la hora de fomentar un buen uso de las redes sociales, para que se minimicen los riesgos que éstos puedan encontrarse en la red es fundamental. Sin embargo, no siempre se lleva a cabo, ya que existen investigaciones en las que un 44% de los jóvenes afirma que no ha recibido ningún tipo de información acerca de Internet por parte de sus padres. No obstante, el 79% de los padres afirma haber hablado con sus hijos acerca de los peligros de la Red. (Oliva ,2012).

En España, la protección de datos y de la privacidad en las redes sociales se encuentra amparada en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen. Sin embargo hay que resaltar que desde las redes sociales muchas veces se acepta a que Internet disponga de nuestros datos, es decir, lo hacemos voluntariamente e incluso muchas veces inconscientemente, lo que puede ocasionar riesgos a la hora de salvaguardar los datos personales. En España existe legalmente una protección más específica para los menores ya que éstos pueden correr aún más riesgos. Actualmente el nivel de conciencia respecto a la privacidad y a la protección de los de los datos se tiene más presente, por lo que ya se han elaborado 12 guías de asesoramiento dirigido a los usuarios para que mantengan sus datos privados en la red. (INTECO ,2013).

### **Ventajas:**

Como ya hemos mencionado anteriormente las redes sociales también ofrecen multitud de aspectos positivos. Éstas ofrecen múltiples oportunidades y beneficios, ya que actualmente favorecen las relaciones sociales, nuevas formas de aprendizaje, el desarrollo de nuevas habilidades y el desarrollo de las capacidades como son la creatividad, la comunicación y el razonamiento (Castells, 2006).

En este sentido Oliva (2012), confirma que son los jóvenes quienes tienen un “mayor dominio de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), movilidad geográfica, dominio del inglés como lengua común, preeminencia de la imagen y lo audiovisual, así como nuevas formas de expresarse y relacionarse” (P.2).

Hoy en día a través de ellas además podemos ser partícipes de la realidad social y se puede fomentar la participación ciudadana. Estudios recientes dan buena cuenta de ello, como el realizado por García y Del Hoyo (2013) “*Redes sociales un medio para la movilización juvenil*”, en el que se afirma que efectivamente las redes sociales tienen un papel protagonista en la participación social activa. “Aspectos como el 11M y los mensajes de rechazo ante tal atentado hasta cualquier convocatoria de cualquier movimiento social se gestionan desde las redes sociales”. Es decir, se está extendiendo una nueva forma de activismo social donde los ciudadanos a través de las redes sociales son capaces de presenciar prácticamente en el momento real diferentes acontecimientos sociales. En definitiva, el estudio muestra como las redes sociales están dando lugar a la participación del ciudadano en la sociedad como nunca antes se había producido (Tascón y Quintana, 2012 citado en García y Del Hoyo, 2013).

Tanto es así que la mayoría de los jóvenes piensan que las redes sociales son el escenario perfecto para que los ciudadanos se interesen por la realidad social y política del país. Así pues un 80% de jóvenes, considera que las redes sociales son fundamentales a la hora de estar en contacto con la realidad. (INJUVE, 2012).

Así pues, Las redes sociales han llegado a tener tal repercusión e importancia en la vida de los ciudadanos que hasta los medios de comunicación han dado el paso de

integrarlas en sus espacios a modo de poder conectar más con los espectadores (Pavón 2010, citado en Oliva, 2012).

Es un hecho real que las redes sociales son muy demandadas por toda la población, de forma que el uso de las mismas cada vez es mayor y precisamente por esta relevancia, se deben tener en cuenta como entornos propicios para la gestación del aprendizaje (Valenzuela, 2013).

Sin embargo, en general los jóvenes no son conscientes de la repercusión y la importancia de las redes sociales en la actualidad, por lo que es necesario educar en ellas ya que “las posibilidades que ofrecen las redes sociales como herramientas para producir cambios positivos en la sociedad, superan con mucho las funciones de promover y reforzar las relaciones interpersonales” (García y Del hoyo 2013, P.6).

## **2. Finalidad y objetivos de la investigación:**

La finalidad de esta investigación es profundizar en el conocimiento del mundo de las redes sociales *online*, analizando fundamentalmente el uso que los jóvenes hacen de éstas, cuáles son las redes sociales más solicitadas en función de los distintos fines que deseen obtener de ellas, es decir, los aspectos motivacionales que hacen que accedan a las mismas. De igual manera analizaremos las ventajas y los inconvenientes que producen las redes sociales y de qué modo el Trabajo Social se puede beneficiar gracias a este nuevo y relevante fenómeno de comunicación; a la vez que favorecer el uso responsable hacia las mismas. Para ello se plantean los siguientes objetivos:

### **Objetivos Específicos:**

1. Conocer el uso que los jóvenes hacen de las redes sociales.
2. Concretar que plataformas son las más solicitadas por los jóvenes según sus motivaciones.
3. Analizar posibles ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en los jóvenes.

### **3. Método:**

#### **3.1 Participantes:**

En el presente estudio han participado 30 jóvenes estudiantes de la Universidad de La Laguna de diferentes grados, con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años y de ambos sexos, correspondiendo a 15 chicas y 15 chicos.

#### **3.2 Instrumento:**

Para este estudio se ha realizado un cuestionario de elaboración propia de 22 preguntas, de las cuales algunas de éstas tenían posibilidad de elegir varias respuestas. Dicho cuestionario consta de tres partes enfocadas a cumplimentar los objetivos.

Así pues, la primera parte del cuestionario está enfocada a saber el uso que estos jóvenes hacen de las redes sociales, se plantean aspectos como si son consumidores de las mismas, si participan regularmente en ellas, el tiempo que invierten en estar red y las plataformas más solicitadas y visitadas por ellos.

La segunda parte de la encuesta va dirigida a saber cuáles son los aspectos motivacionales que llevan a estos jóvenes a usar las distintas redes sociales, al igual que se concreta cual es la red social favorita de éstos según los fines que quieren obtener.

La tercera parte de la encuesta se centra en analizar las posibles ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales. Se estudian diferentes aspectos tales como si el estar conectado les resta tiempo en sus actividades cotidianas o si por el contrario son complementarias; si consideran que en las redes sociales se corren riesgos y por último se pretende saber si las redes sociales influyen en la movilización y participación social de éstos jóvenes.

#### **3.3 Procedimiento**

Para la selección de la muestra se escogió a 30 estudiantes de ambos sexos con edades comprendidas entre 18 y 26 años de diferentes grados de la Universidad de La Laguna. Para la recogida de datos se hace uso de una encuesta de elaboración propia la cual la conformaban 22 preguntas, algunas con posibilidad de respuestas múltiples. Una vez entregada la encuesta se les notifica que ésta es anónima y únicamente deberán indicar

su sexo y su edad. Para la exposición de los resultados se ha recurrido a distintas tablas y gráficas a modo representativo.

#### **4. Resultados:**

A continuación se exponen los resultados que concluyen en los cuestionarios realizados a una muestra de 30 jóvenes de la universidad de la laguna de ambos sexos, concretamente 15 chicas y 15 chicos y de edades comprendidas entre los 18 y 26 años. Siendo la media de edad de los/las jóvenes encuestado/as para la investigación de 22,3 años.

Tabla 1.

*Edad. Medidas de tendencia central respecto a la edad del total de la muestra.*

Muestra total	Edad
Media	22,3
Moda	21
Mediana	22,5

Para una mejor comprensión de los resultados y posterior análisis de los mismos, se exponen los resultados estructurados en tres apartados, correspondientes a las tres secciones que componen la escala: uso de las redes sociales por parte de los jóvenes, plataformas más solicitadas según sus motivaciones o según el fin que quieran obtener y ventajas e inconvenientes que pueden producir las redes sociales.

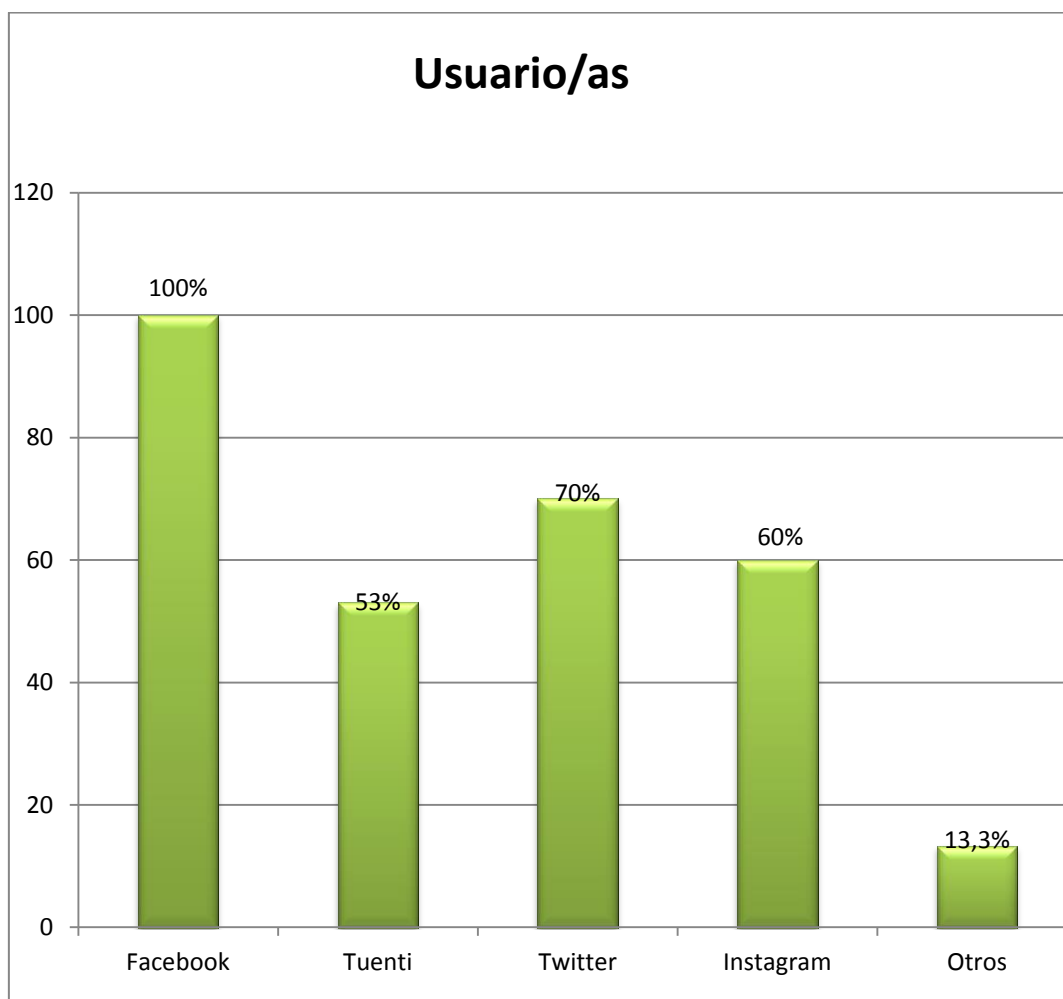
#### 4.1 Uso de las redes sociales por parte de los jóvenes.

La primera parte del cuestionario iba destinada a saber qué uso hacen los jóvenes de las redes sociales. Así pues en la primera pregunta se constata que el 100% de la muestra estudiada afirma usar redes sociales.

Respecto a las personas que tienen perfil o son usuarias en las distintas redes sociales, se puede apreciar en la siguiente gráfica como el 100% de los encuestados tienen perfil en Facebook, seguido de un 70 % que lo tienen en Twitter y un 60% en Instagram.

Gráfica 1.

*Usuarios/as de las distintas redes sociales.*

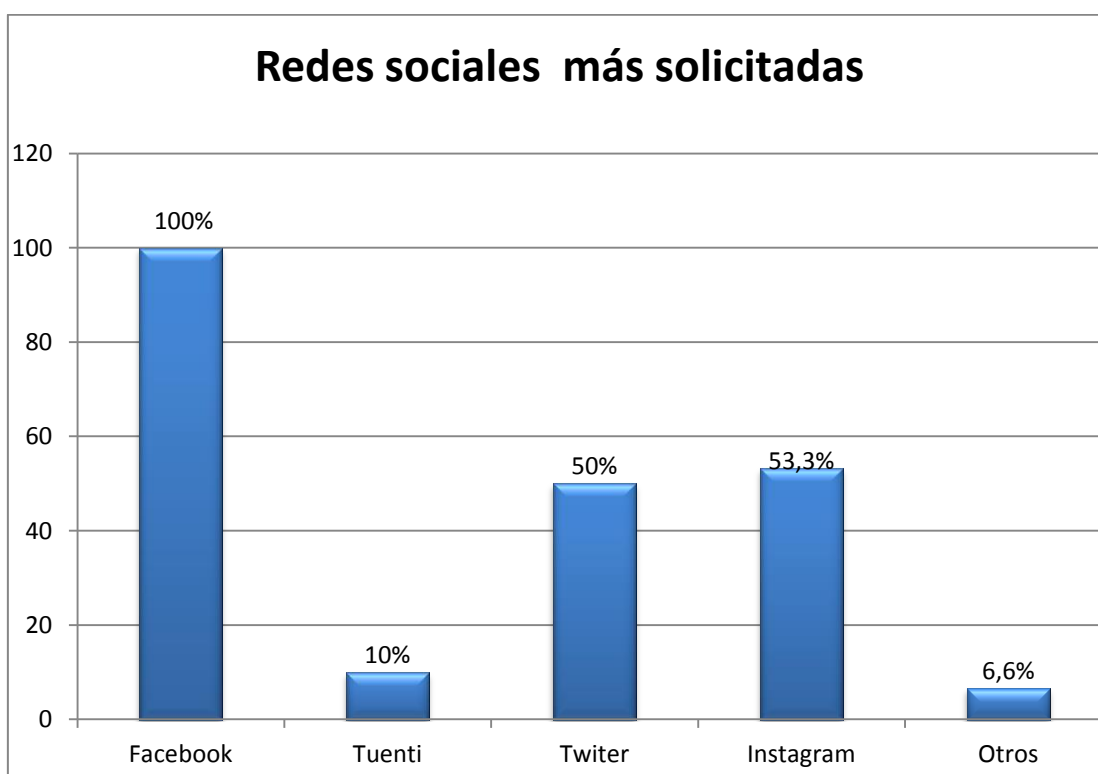


A pesar de que un 100% de los encuestados participan en redes sociales, sólo un 16.6 % lo hacen en una única red social, siendo lo más frecuente que participen en dos redes (53.3%), seguido de los que lo hacen en tres con un 26.6%.

Cabe destacar que todos los encuestados que afirman tener perfil en Facebook además lo utilizan (100%). Sin embargo, el 53.3% de la muestra reconoce tener perfil en Tuenti, pero solo un 10 % afirma utilizarla. En cuanto a la utilización de Twitter e Instagram los porcentajes de uso son muy similares, correspondiendo a Instagram un 53% de personas que lo usan y un 50% que usa Twitter (Véase en la siguiente gráfica).

Gráfica 2.

*Redes sociales más populares para los jóvenes (Respuesta múltiple).*



En cuanto a si se hace uso diario de las redes sociales el 100% de la muestra lo ha confirmado. En cuanto al acceso diario a las distintas redes sociales, el 90% de los encuestados afirma conectarse varias veces al día a Facebook. En contraposición cerca del 90% de la muestra (89.9%), reconoce no hacer uso diario de Tuenti a pesar de que más de la mitad de la población muestral afirma tener perfil en dicha red (53,3%).

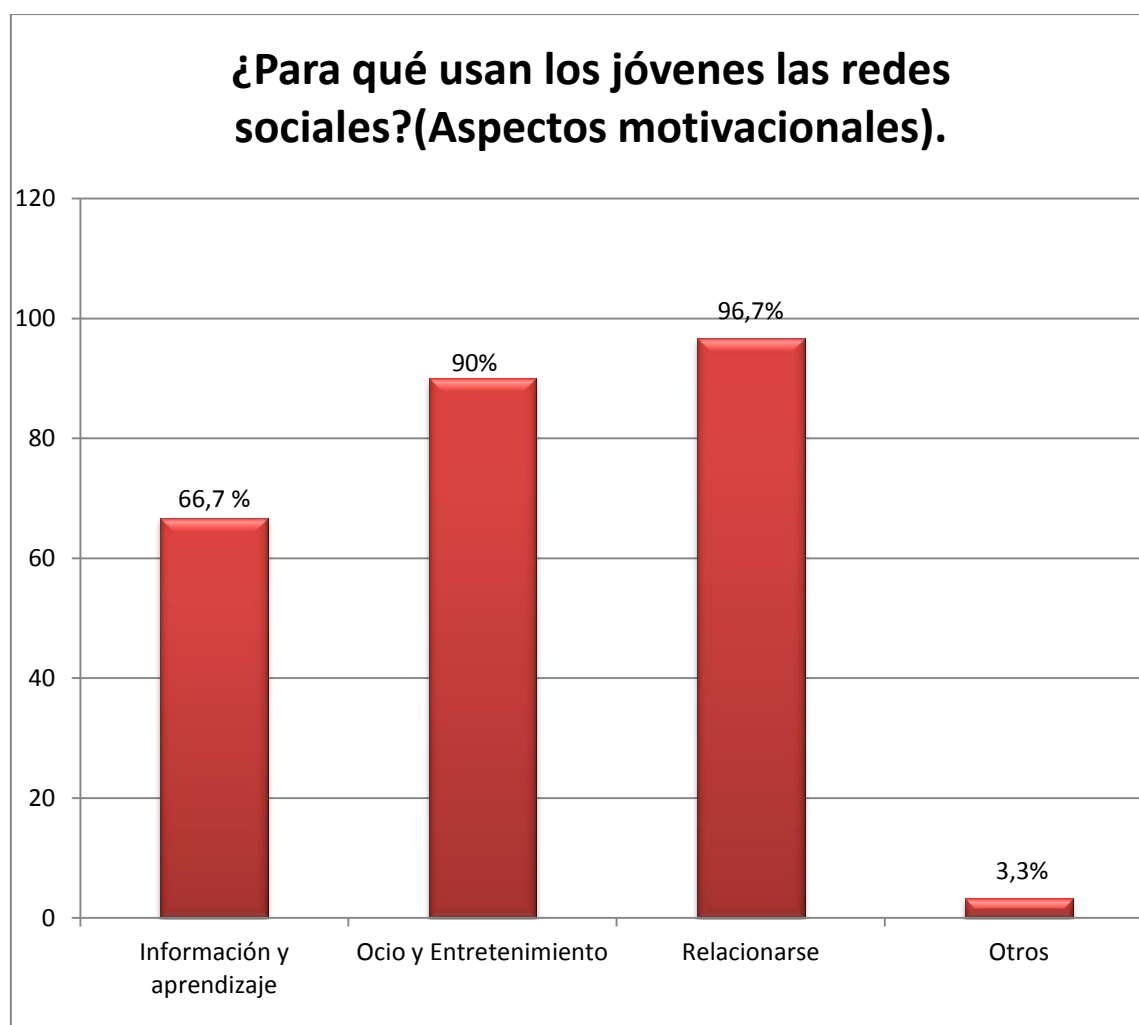


#### 4.2 Aspectos motivacionales del uso de las distintas redes sociales por parte de los jóvenes.

Haciendo mención al fin con el que se utilizan las diferentes redes sociales (aspectos motivacionales) podemos observar en la siguiente gráfica (gráfica 3) como el 96,7% afirma usarlas para relacionarse con otras personas, seguido de un 90% que lo hacen con fines de ocio y entretenimiento y un 66,7% afirman utilizarlas como fuente de información y aprendizaje.

Gráfica 3.

*Aspectos motivacionales del uso de las distintas redes sociales (Varias opciones).*

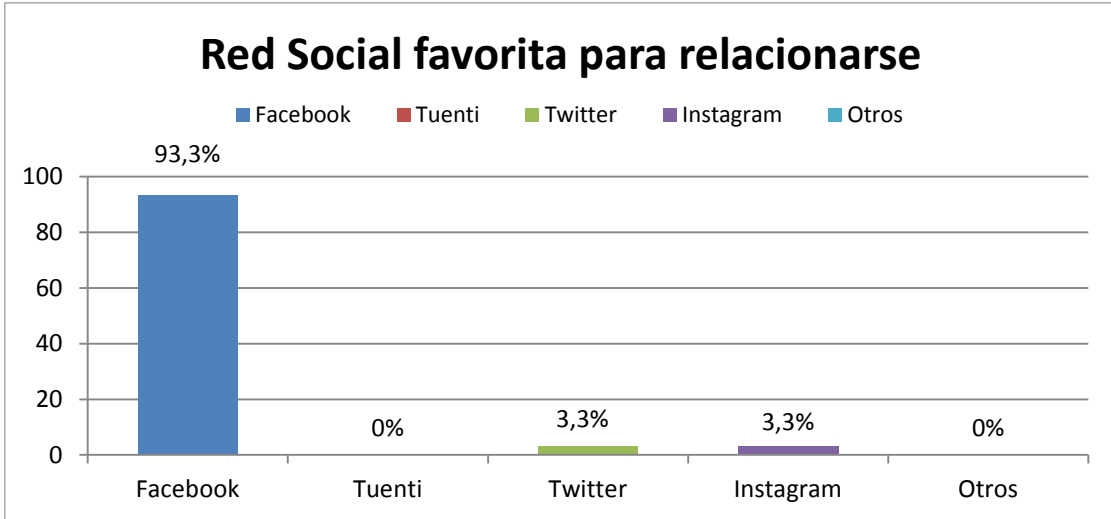


La siguiente gráfica (nº4), hace referencia a la red señalada como favorita con el fin de relacionarse con otras personas, donde exclusivamente el 93.3% del total de la

muestra eligen Facebook siendo levemente superior el porcentaje de mujeres que eligen esta red para relacionarse (50%) respecto al porcentaje de los hombres (43,3%).

Grafica 4.

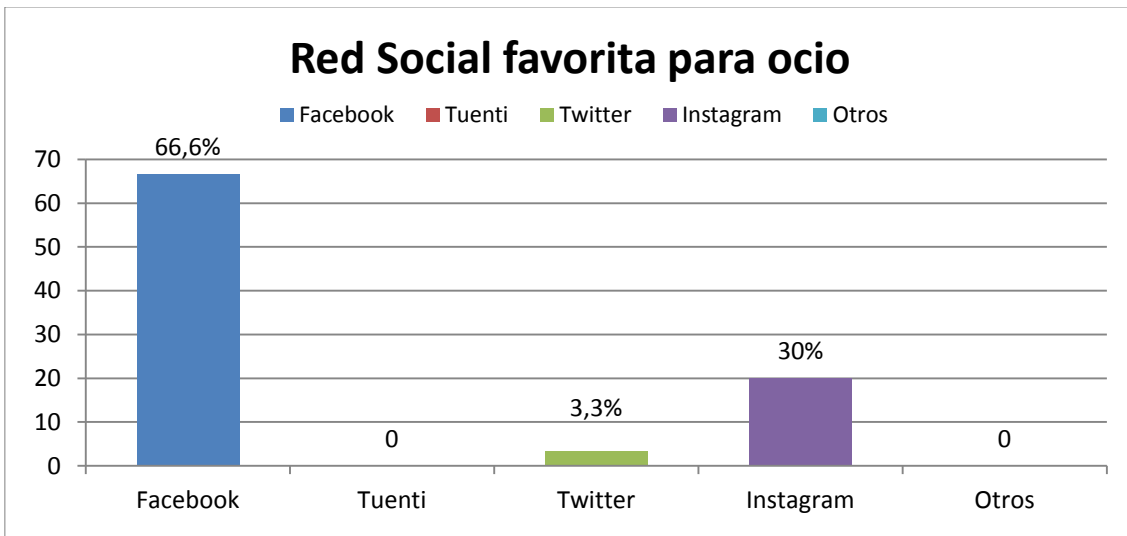
*Red social favorita para las relaciones interpersonales.*



Igualmente ocurre con la red social destinada al ocio y entretenimiento donde el 66,6% corresponde a Facebook, seguida de Instagram con 30%.

Gráfica 5.

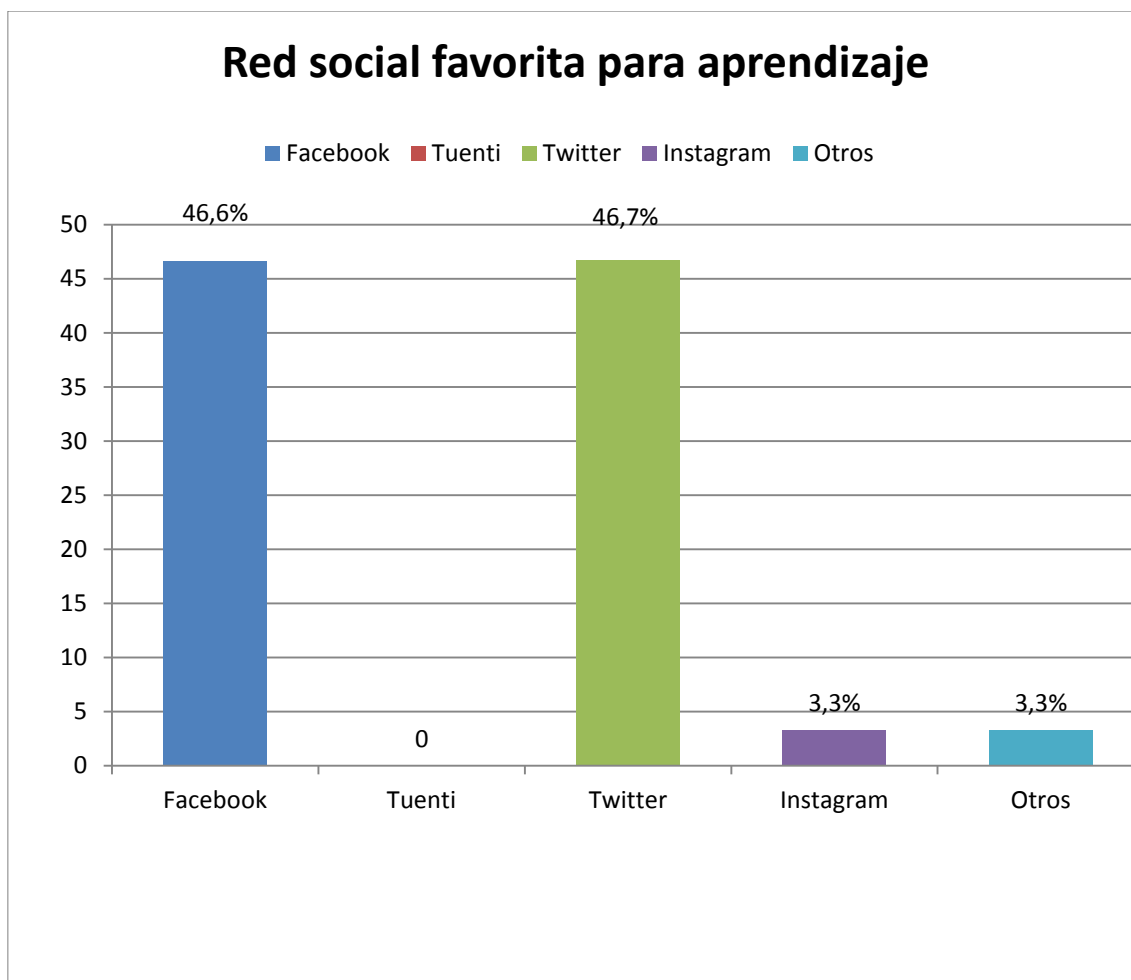
*Red social preferida para el entretenimiento.*



Por otro lado la red social favorita destinada a la información y el aprendizaje es Twitter con un 46,7% de personas que la usan para este fin. Prácticamente igualada con Facebook a la que corresponde el 46,6% de la población estudiada.

Gráfica6.

*Red social elegida para fines de aprendizaje.*



#### **4.3 Ventajas e inconvenientes de las redes sociales en los jóvenes.**

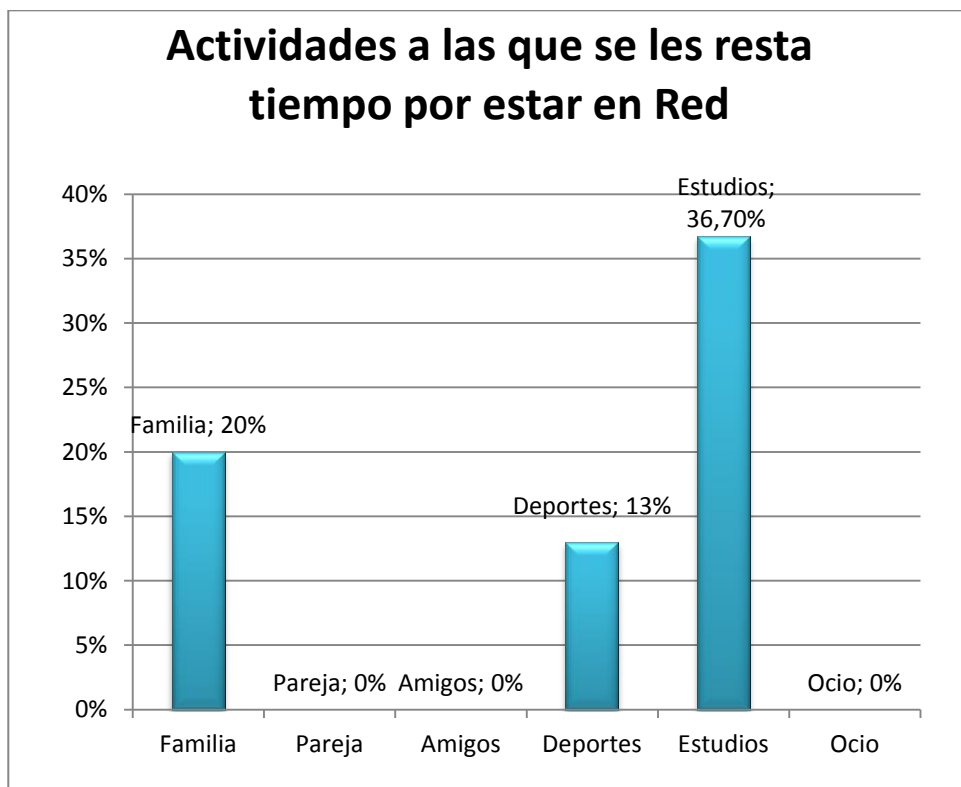
En cuanto a si los jóvenes dejan de hacer distintas actividades o le restan tiempo a éstas por el hecho de estar conectado, un 53,4% afirma no dejar de realizarlas, mientras que un 46,6% reconoce que si deja en un segundo plano estas actividades cotidianas por pasar más tiempo en redes sociales.

Como se puede apreciar en la siguiente gráfica respecto a las actividades cotidianas que dejan de hacer por estar conectados/as en las redes sociales, un 36,7%

reconoce restarle tiempo al estudio seguido de un 20% que considera que disminuye el tiempo en familia y un 13% considera que las redes sociales le quitan tiempo para practicar deporte.

Gráfica 7.

*Actividades cotidianas que los jóvenes dejan de hacer o restan tiempo por las redes sociales.*



Respecto a las personas que conforman el listado de amigos en las redes sociales de los encuestados, un 30% afirma que solo acepta en su perfil a personas que conozca fuera de las redes. Otro 30% reconoce aceptar siempre a amigos y amigos de amigos e incluso esporádicamente a desconocidos. Por otro lado, un 13,3% afirma aceptar en su lista de amigos *online* a cualquiera que le solicite amistad aun siendo éstos desconocidos.

En relación a si corren riesgos en las redes sociales, el 100% de la muestra considera que sí y un 93,3% considera que un mal uso de las mismas puede repercutir negativamente en la vida personal y profesional. Igualmente un 43,3%, afirma no haberse sentido humillado/agredido personalmente en las redes sociales pero son

conscientes de que esto ocurre, así pues el 26,7% confirma conocer a personas que han sufrido este hecho.

En cuanto a las campañas de movilización y participación social en las redes sociales, un 96,7% de los encuestados afirma conocerlas. Por otro lado el 100% de la muestra ha sido invitado alguna vez vía redes sociales a algún evento social, sin embargo, el 76,6% no han asistido a pesar de estar invitados frente al 10% que sí lo ha hecho.

Gráfica 8.

*Jóvenes que han sido invitados a través de las redes sociales a eventos de movilización y participación social.*



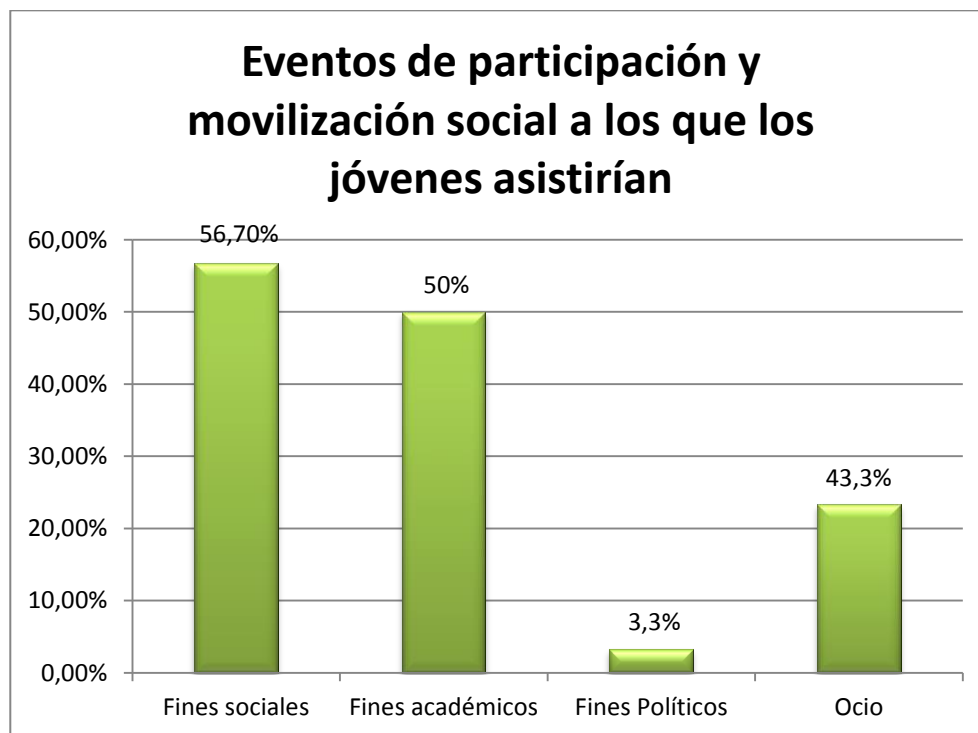
No obstante, a pesar de la gran afluencia de personas que conocen y han sido invitadas a diferentes campañas de movilización y participación social, un 86,6% de la muestra afirma no haber animado nunca a otras personas a través de redes sociales a asistir a dichos eventos.

En cuanto a los distintos eventos de movilización y participación social, como se puede apreciar en su correspondiente gráfico existe un 56,7% que asistirían a eventos

con fines sociales, donde un 40 % de ese resultado representa a la población femenina de la muestra. Por otro lado, un 50% asistirían a eventos con fines académicos y un 43,3% irían a eventos de ocio y entretenimiento. Solo un 3,3 % de los encuestados afirman que asistirían a eventos de carácter político.

Gráfica 9.

*Eventos de movilización y participación social a los que los jóvenes asistirían.*



Respecto a la imagen mostrada en la encuesta, el 96,7% de las personas encuestadas afirma reconocerla. Un 86,7% afirma haberla visto vía redes sociales seguido de un 46,6 % que la ha visto en televisión y un 33,4% en carteles publicitarios.

## **5. Análisis de datos**

A partir de los resultados expuestos anteriormente, en este apartado se procede a interpretar los mismos.

Para comenzar a interpretar los datos partimos de la base de que todos los jóvenes participantes de la encuesta usan redes sociales y lo hacen diariamente, así mismo todos cuentan con un perfil en la red social Facebook, seguida de Twitter y

siendo Tuenti la red social que menos usuarios tiene registrados, lo que confirma lo expuesto en el marco teórico respecto a que los jóvenes son grandes consumidores de redes sociales y donde también se reflejó que Facebook era la red líder de los jóvenes así como que Tuenti está en decadencia. ("*V Oleada de las redes sociales, 2013*").

En coincidencia con nuestro marco teórico, se puede apreciar como la mayoría de la muestra participa en dos redes sociales alternativamente, seguido de quienes usan tres. Solo un 16,6 % de la población afirma participar únicamente en una red social.

En cuanto a las redes sociales más utilizadas pudiendo el encuestado elegir varias opciones, Facebook fue la más solicitada con diferencia, seguida de Instagram y Twitter. Me parece curioso destacar como el porcentaje de hombre y mujeres en la red social Facebook es el mismo, mientras que en las otras dos redes sociales más utilizadas son las mujeres las que más las utilizan (60%). Estos resultados, concuerdan con los datos ofrecidos en la "*V Oleada de las redes sociales*" (2013) donde también se afirma que Facebook, Twitter e Instagram son las redes sociales preferidas por los jóvenes españoles.

Como era de esperar, la red social Facebook es visitada varias veces al día tanto por los chicos como por las chicas, observando nuevamente un porcentaje superior en las féminas. Así mismo, en el marco teórico también se hace referencia a este aspecto en particular donde en el estudio se constataba que el 84% de los jóvenes visitaban varias veces al día las distintas redes sociales. (INJUVE, 2012).

Como dato curioso se observa que aunque más de la mitad de las personas encuestadas cuentan con perfil en la red social Tuenti, comprobamos como la mayoría 89,9% no lo utilizan "nunca". Este dato, refleja los datos obtenidos en la "*V Oleada de las redes sociales*" (2013) en la que se vio que Tuenti era una de las cuatro redes sociales preferidas por los jóvenes, sin embargo, había sufrido en los últimos tiempos una gran decadencia.

Respecto a los aspectos motivacionales que llevan a los jóvenes a usar las redes sociales, las relaciones con otras personas ocupan el primer puesto, lo que coincide con la afirmación de Ibain (2009), que dice que las redes sociales son el servicio más demandado para las relaciones interpersonales.



No obstante, un amplio porcentaje también afirma utilizarlas por ocio y entretenimiento. En ambos aspectos no hay distinción significativa entre los porcentajes de ambos sexos. Sin embargo lo que destaca en este apartado es que también un elevado porcentaje (siendo mayor en las chicas), afirma utilizar y acceder a las redes sociales en búsqueda de información de la actualidad y con fines de aprendizaje y/o académicos.

En función de lo que el usuario quiera obtener en la red, utiliza una u otra determinada red social. Facebook se convierte en la red social por excelencia de los jóvenes a la hora de relacionarse e interactuar con otras personas con un aplastante 93,3% respecto de las otras redes sociales citadas en la encuesta, lo que coincide con lo obtenido en el estudio "*V Oleada de las redes sociales*" (2013). El 100% de la muestra femenina ha reconocido utilizar esta red para este fin frente a un 86,7 % en los varones.

En relación al ocio y/o entretenimiento, Facebook de nuevo parte con ventaja sobre las demás redes con un 66,6%. Sin embargo un considerable porcentaje de los encuestados revela usar Instagram para este fin (30%).

Aunque sea por una décima, por primera vez en nuestro estudio, Facebook es derrotado por otra red social, convirtiéndose Twitter con un 46,7% en la principal red social elegida por los jóvenes para mantenerse informados de la actualidad /realidad social y para fines de aprendizaje. En este sentido en el marco teórico se ha plasmado la idea de que Twitter era la plataforma idónea para estar en contacto con la realidad social.

Algo menos de la mitad del total de la muestra reconocen que el estar conectado a las redes sociales les quita tiempo físico para realizar otras actividades no virtuales. El porcentaje tanto de chicas como de chicos no hace distinción en esta cuestión, siendo un 23,3% el de ambos sexos. Este dato se enfrenta al hecho de que más de la mitad de los encuestados piensan que no dejan de hacer o de restarle tiempo a otras actividades por estar en red.

Del 46,6% que afirman dejar de hacer otras actividades por estar conectado a las redes sociales, los dos sexos coinciden que el tiempo restado a los estudios encabeza el listado de dichas actividades, seguido del tiempo que se pierde para estar en familia, siendo mayor una vez más el porcentaje en chicas. No obstante los chicos también le

dan importancia al tiempo que le restan al deporte por estar conectado a las redes sociales. Este aspecto también coincide con el estudio realizado por INJUVE (2013).

A la hora de averiguar quiénes conformaban las listas de amigos *online* de los encuestados, el 30% de los mismos afirma tener únicamente en sus listas de amigos a personas que conoce personalmente. El mismo porcentaje se aplica a la opción de amigo, amigo de mis amigos y esporádicamente alguien desconocido. Descubrimos que son las chicas más predispuestas a añadir personas completamente desconocidas, aunque el porcentaje de chicos a la hora de aceptar amigos, amigos de sus amigos y esporádicamente a alguna persona desconocida es superior al de ellas.

La totalidad de los encuestados consideran que sí se corren peligros en las redes sociales y un 93,3% además afirma que un mal uso de las redes sociales puede repercutir negativamente en tu vida personal y profesional, mientras que un porcentaje mínimo 6.6% reconoce no pensar en esta cuestión cuando utilizan las redes sociales. Tanto es así, que casi la mitad de los encuestados son conscientes de que en las redes sociales hay personas que son humilladas o insultadas por otros aunque solo un 13,4% afirma haberlo vivido en primera persona.

Respecto a la supuesta conciencia que parece haber entre los encuestados a la hora de reconocer los posibles peligros de las redes sociales, coincide con lo expuesto en el marco teórico respecto a que actualmente en España la población está más concienciada a la hora de salvaguardar la información de carácter personal. Por lo que llama la atención que un 13,3 % reconocen aceptar a su listado de amigos *online* a cualquier persona que le solicite amistad, aún sin conocerlos de nada con el posible riesgo de privacidad entre otras causas que esto implica.

A través de este estudio podemos confirmar las afirmaciones de Núñez, García y Hermidia (2012), ya que hemos comprobado como las redes sociales son una herramienta fundamental hoy en día a la hora de dar a conocer la realidad social en la que estamos inmersos ya que un abrumante 96,7% ,confirma haber conocido o haber obtenido información de diferentes campañas/eventos de movilización y participación social a través de las redes sociales. Tanto es así que el 100% de la muestra afirma haber sido invitados a participar o asistir a distintos eventos de participación y movilización ciudadana a través de las redes sociales. Aunque un 76,6% reconoce no haber asistido al

evento invitado, lo realmente significativo es que cada vez se llega más a la población a través de las redes sociales ya que incluso un 10% de los encuestados afirma haber asistido a distintos eventos de movilización y participación social cuya invitación fue vía *online*. Cabe destacar incluso que un 13,3 % de la muestra ha animado a otras personas a acudir a algún evento social a través de las redes sociales.

La estadística demuestra que los eventos en los que los jóvenes participarían con mayor afluencia son los relacionados directamente con sus motivaciones más cercanas, como pueden ser los eventos con fines académicos (50%) o los eventos con fines sociales (56,7%), destacando la gran participación de las chicas encuestadas en estos últimos, ya que un considerable porcentaje de las mismas afirman que asistirían si fueran invitadas. Así pues, a medida que nos alejamos de los temas que más conciernen a los jóvenes el porcentaje de asistencia se reduce considerablemente. Ejemplo de ello es que solo un 3,3 % de los encuestados asistirían a eventos de carácter político.

Como ya se ha comentado casi la totalidad de la muestra a conocido campañas o eventos de movilización y participación social a través de las redes sociales. Prueba de ello es que un 96,7% de los encuestados reconocieron la imagen contra la violencia de género impresa en la encuesta afirmando un 86,7 del total haberla visto vía redes sociales superando incluso a los porcentajes correspondiente a televisión, prensa escrita y carteles publicitarios.

Por lo tanto, lo expuesto anteriormente confirma de forma general lo que se ha incluido en el marco teórico de la presente investigación, es decir, analizados los datos se puede confirmar como estamos inmersos en un mundo donde la tecnología y por tanto las redes sociales ocupan un lugar indiscutible e imprescindible en nuestras vidas, sobre todo en la de los más jóvenes donde la vida social ya no sucede exclusivamente en un entorno físico sino el virtual.

## **6. Conclusiones**

En este apartado se exponen las principales conclusiones de la investigación a partir de los resultados obtenidos, a la vez que se aportan algunas propuestas en materia de investigación, así como de intervención para abordar la situación.

Partiendo de los resultados obtenidos y del análisis de los mismos, se puede afirmar que estamos inmersos en un mundo virtual en el que las redes sociales están a la orden del día y donde los jóvenes son los mayores consumidores de ellas. En la actualidad ya no hace falta estar en contacto físico para interactuar los unos con los otros. A través de las redes sociales y de este nuevo modelo de socialización los jóvenes han cambiado su manera de relacionarse ya que de forma simultánea se puede interactuar con muchas personas de cualquier parte del planeta, usando varios idiomas y a la vez podemos encontrar en ellas interlocutores aficionados a alguna actividad que a uno le guste.

La red social por excelencia de los jóvenes es Facebook, desde allí se relacionan con otras personas o lo utilizan en sus ratos de ocio para entretenerse. Pero cabe destacar, que las redes sociales no son utilizadas únicamente para este fin, ya que las mismas son también empleadas por los jóvenes para cuestiones de aprendizaje y conocimiento, siendo Twitter una red social muy solicitada para ello.

Como ya hemos dicho, al pertenecer a una era digital es inevitable sentir que le restamos tiempo actividades cotidianas tales como estudiar, hacer deporte, pasar tiempo en familia o relacionarte físicamente con los demás. De forma que habrá que complementar la vida real con la vida virtual gestionando bien el tiempo y manteniendo un autocontrol ante éstas.

Existe una clara conciencia de que las redes sociales pueden llegar a ser peligrosas y que un mal uso de las mismas puede afectar tu vida, por ello cada vez se tiene más cuidado a la hora de formar las listas de amigos en las distintas redes sociales.

Las redes sociales, son la herramienta idónea para poner en conocimiento de toda la población la realidad social. Cada vez son más las personas que acuden a este medio para este fin, antes incluso que la televisión o la prensa escrita como ocurría antes. Las redes sociales, además de proyectar la realidad, anima directamente a otras personas a la participación en eventos de movilización y participación ciudadana, llegando incluso a que se gestionen en las mismas la convocatoria a estos eventos. Como norma general, los jóvenes suelen asistir a eventos de movilización y participación social que sienten como cercanos a sus propias necesidades, alejándose de aquellos que no lo son. Cabe

destacar como las diferentes campañas sociales son reconocidas por muchos cibernautas ya que es en las redes sociales donde a las personas se les hace más fácil identificarlas.

Como en cualquier revolución, los estilos de vida de una sociedad y sus costumbres cambian y se pasan a conformar otras nuevas. Lo mismo está pasando con los avances tecnológicos en la actualidad. Estamos construyendo un mundo acorde con los servicios que éstas prestan. Las redes sociales entre otras muchas cosas han propiciado una nueva forma de socialización entre las personas y con ellas se ha abierto un amplio abanico de recursos en cuanto a la disponibilidad de gestión de información. Este cambio de estilo de vida de la sociedad también se ve reflejado en los medios de comunicación. Antes la televisión y la prensa escrita eran líderes, sin embargo, en la actualidad desde las TICS y las redes sociales se puede acceder de forma directa y rápida al contenido en específico que se quiera obtener. Los agentes publicitarios saben que tienen que estar en las redes sociales ya que son el escaparate idóneo para exponerse. Así pues, las nuevas tecnologías han llegado a tal extremo que desde nuestros móviles somos capaces de leer el periódico o de ver la televisión o incluso de comprar vía online en tiendas. Sin embargo, estamos tan hechos a estas nuevas comodidades y a este estilo de vida que muchas veces no paramos a pensar que esto es relativamente nuevo y que hace 20 años nunca hubiéramos pensado en una sociedad tan evolucionada tecnológicamente. Sin lugar a dudas, cabe destacar la evolución de las redes sociales en relación a aspectos formativos y académicos como nunca antes se había visto. Hace unos años cuando todavía no se había conformado absolutamente este estilo de vida, relacionábamos las redes sociales únicamente como espacios para interactuar con los demás. Sin embargo, hoy uno de los grandes reclamos de las TICS y de las redes sociales es precisamente de carácter educativo. Muchas son las redes sociales que disponen de secciones de este tipo, ya que la demanda de estos servicios cada vez es más amplia. Por último, se aprecian cambios en relación al activismo social, ya que las redes fomentan que la persona exponga sus opiniones y a través de ellas y estén en contacto con la realidad social. En el presente, con escribir en una red social, tu mensaje puede ser visto por miles de personas. Muchas veces estas plataformas son utilizadas principalmente para fines políticos y culturales. También desde las mismas se invita vía *online* a eventos de movilización y participación de distinta índole lo que hace que la persona ya no sea solo mera espectadora del mundo sino que pueda ser partícipe de la realidad social. Sin

embargo hay que ser conscientes que en la red hay millones de personas formando parte en ellas, por lo que hay que tener en cuenta que no todos los servicios que ofrece la web serán buenos. Por eso es fundamental centrar la atención en dos aspectos por un lado hay que ser consecuentes con lo que publicamos en la red y por otro que mantengamos en privado nuestros datos personales ya que nuestra intimidad puede ser vulnerada y esto puede acarrear numerosos problemas como acoso y humillaciones. En definitiva, ya que las nuevas tecnologías y las redes sociales aportan tanto hay que saberlo gestionar de forma que complementemos la vida virtual a la real y que prevengamos casos de adicción, aislamiento social, y que no se dejen de lado nuestras actividades cotidianas.

### **Recomendaciones:**

Como recomendaciones para la futura investigación e intervención, se hacen las siguientes sugerencias:

- Es necesario concienciar a toda la población haciendo hincapié en padres y educadores para que desde la infancia, se haga un uso responsable de las redes sociales.
- Sería interesante realizar una labor de sensibilización, para que las personas sean conscientes de los riesgos que pueden ocasionar las redes sociales, de forma que se les saque todo el partido positivo.

Tras llevar a cabo la investigación, es importante resaltar la el papel del trabajo social, para la futura investigación o intervención en las redes sociales. Se plantean también las siguientes sugerencias:

- Sería interesante que nuestra profesión se implicara y aprovechara todos los recursos que derivan de las redes sociales, ya que el estudio demuestra que estas plataformas ayuda a que las personas sean más conscientes de la realidad social, además es el sitio idóneo para promover que la sociedad se implique activamente en eventos de movilización y participación social.
- Usar las redes sociales para estar más cerca de la población, es decir, que a través de las mismas las personas conozcan los distintos recursos y servicios que el trabajo social puede ofrecer.

- Fomentar desde nuestra disciplina un buen uso de las redes sociales sobre todo dirigido a los más jóvenes.
- Hacer de las redes sociales una herramienta de trabajo que permita proyectar las distintas campañas sociales de una manera más eficaz, efectiva y eficiente.

### **Referencias bibliográficas.**

- Castell, M (2006). *Sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial. Madrid.
- Caldevilla, D (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las ciencias de la información*. 33, 44-68.
- Dans, I (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales.
- Díaz, V (2011) .Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma Social*. 6.
- Echeburúa, E. y De Corral, P (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*. 22 (2), 91-96.
- Espinar, E. y González, M (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismo/s*. 87-106.
- Flores, J. y Morán, J. y Rodríguez, J (2009, octubre). Las redes sociales. *Boletín electrónico de la Unidad de Virtualización Académica*. Universidad de San Martín de Porres.
- Garcés y Ramos .Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La Mancha.
- García, M. y Del Hoyo, M (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer*. 18 (34), 111-125.
- Garitaonandia C. y Garmendia M. y Martínez G (2007). Cómo usan Internet los jóvenes: hábitos, riesgos y control parental. *EU kids Online*.
- IAB Spain (2015). VI estudio de redes sociales.
- Instituto de la juventud (INJUVE, 2012). Informe de juventud en España. *Instituto de juventud*.

- Instituto Nacional de Tecnologías de la comunicación (INTECO) (2009). Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online.
- Moral, F. (2013). Analizando comportamientos, riesgos en el uso de las redes sociales. *TELOS*.
- Núñez, P. y García, M. y Hermida, L. Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales y jóvenes en la web 2.0. *Revista Latina de Comunicación social*. DOI: 0.4185/RLCS-067-952-179-206. 67, 179-206.
- Oliva, C. (2012). Una Intimidad Cuestionada. *Aposta: revista de ciencias sociales*, 54.
- Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicadas a las redes sociales. *Nuevos medios, nueva comunicación*.
- Megías, I. y Rodríguez, E. (2014). Jóvenes y Comunicación. La impronta de lo virtual. *Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)*.
- Parra, E. (2010). Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *TENDENCIAS*. 11 (2), 193-207.
- Piñeiro, T. y Costa, C. (2012). Ciberactivismo y redes sociales. *Observatorio de las redes sociales*. 165-180.
- Purita, G. (2015). Análisis de las tendencias de uso y participación en las redes sociales a nivel mundial en España. *Online Bussines School (OBS)*.
- Sánchez A. y Fernández P. (2010). Informe generación 2.0. hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. *Universidad Camilo José Cela*.
- Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista digital universitaria*. 14.



**Anexo: cuestionario jóvenes y redes sociales.**

SEXO

EDAD:

- Hombre.
- Mujer.

1. ¿Usas redes sociales?

- Sí.
- No.

2. ¿En cuáles de estas redes sociales tienes perfil o eres usuario/a? (Puedes marcar varias opciones).

- Facebook.
- Tuenti.
- Twitter.
- Instagram.
- Otras.

3. ¿En cuántas redes sociales participas con cierta regularidad?

- 1
- 2
- 3
- 4
- Más de 4.

4. ¿Cuáles son las redes sociales que utilizas? (puedes marcar varias opciones).

- Facebook.
- Tuenti.
- Twitter.
- Instagram.

- Otras ...

5. ¿Haces uso diario de las redes sociales?

- Sí.
- No.

6. ¿Cuántas veces al día accedes a las distintas redes sociales?

- Facebook :
  - Nunca.
  - Una vez al día.
  - Varias veces al día.
- Tuenti :
  - Nunca.
  - Una vez al día.
  - Varias veces al día.
- Twitter :
  - Nunca.
  - Una vez al día.
  - Varias veces al día.

Instagram:

- Nunca.
- Una vez al día.
- Varias veces al día.

7. ¿Con qué fin utilizas las redes sociales? (Puedes marcar varias opciones).

- Información de la actualidad y aprendizaje
- Ocio y entretenimiento.
- Para relacionarme.
- Otros...

8. ¿Cuál es tu red social favorita para relacionarte con otras personas?(Puedes marcar varias opciones)

- Facebook.
- Tuenti.
- Twitter.
- Instagram.
- Otras...

9. ¿Cuál es tu red social favorita para tus momentos de ocio y entrenamiento?

- Facebook.
- Tuenti.
- Twitter.
- Instagram.
- Otras...

10. ¿Cuál es tu red social favorita utilizada para fines de aprendizaje o para mantenerte informado de la actualidad?

- Facebook.
- Tuenti.
- Twitter.
- Instangram.
- Otras...

11. ¿Consideras que dejas de hacer otras actividades o les restas tiempo a las mismas por estar conectado/a?

- Sí.
- No.

12. En caso afirmativo, ¿Qué actividades de tu vida cotidiana dejas de hacer o le quitas tiempo para estar en red?

- Tiempo en familia.
- Tiempo en pareja.
- Tiempo con los amigos.
- Deporte.

- Estudios.
- Ocio.
- Otras:....

13. ¿Qué personas conforman tus listas de amigos online?

- Sólo Amigos que conozco en persona.
- Amigos y también amigos de mis amigos aunque no los conozca personalmente.
- Amigos, amigos de mis amigos y en alguna ocasión esporádica he añadido a mi lista de amigos a personas completamente desconocidas.
- Cualquiera que me solicite amistad.

14. ¿Crees que se pueden correr peligros con las redes sociales?

- No, no se corre ningún peligro.
- Sí, alguno.
- No estoy seguro/a.

15. ¿Consideras que un mal uso de las redes sociales puede repercutir negativamente en tu vida personal /profesional?

- Sí.
- No.
- No pienso en eso cuando uso redes sociales.

16. ¿Alguna vez te has sentido insultado o humillado en las redes sociales?

- Sí.
- No.
- No a mí, pero sí a alguien conocido.
- No pero soy consciente de que esto ocurre en redes sociales.

17. ¿A través de las Redes Sociales has conocido alguna campaña de movilización/participación social?

- Sí.
- No.

18. ¿Has sido invitado a través de las redes sociales a participar en algún evento de movilización y participación social?

- Sí y he asistido.
- Sí pero pocas veces he asistido.
- Sí, pero no he asistido.
- No.

19. ¿A qué tipo de eventos de movilización y participación social asistirías si te invitaran vía online?

- Fines académicos (manifestaciones para mejoras de las normativas académicas, huelgas... etc.).
- Fines sociales (manifestaciones contra la violencia de género, por ejemplo).
- Fines políticos (mitin, precampañas electorales... etc.)
- Ocio.

20. ¿Alguna vez has animado a alguien a través de las redes sociales a asistir a algún evento de movilización y participación social?

- Sí, pero no soy consciente de si han asistido.
- No.

21. ¿Conoces esta imagen?



- Sí.
- No.

22. ¿Dónde viste la imagen?

- Redes sociales.
- Prensa escrita.
- Televisión.
- Carteles publicitarios.