

**GRADO EN SOCIOLOGÍA
TRABAJO DE FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO 2014-2015
CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE**

“ADOLESCENTES Y REDES SOCIALES E INTERNET. UN ESTUDIO DE CASOS SOBRE USOS, MOTIVACIONES Y PRIVACIDAD EN EL CONCELLO DE OLEIROS”

“ADOLESCENTES E REDES SOCIAIS E INTERNET. UN ESTUDO DE CASOS SOBRE USOS, MOTIVACIÓNS E PRIVACIDADE NO CONCELLO DE OLEIROS”

“TEENS AND SOCIAL NETWORKS AND THE INTERNET. A CASE STUDY ON USES, MOTIVATIONS AND PRIVACY IN THE CITY COUNCIL OF OLEIROS”

AUTORA: Natalia Souto Gayoso

DIRECTORES: José Antonio López Rey y

Raimundo Otero Enríquez

RESUMEN

A lo largo de los años y con la irrupción en nuestra sociedad de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Internet y las redes sociales han tomado una posición clave en nuestras vidas hoy en día y sobre todo, para los y las adolescentes. Este colectivo, además de utilizarlas como método de aprendizaje, utiliza las redes sociales como medio de entretenimiento, comunicación y relación con sus semejantes. En esta investigación se pretende conocer, tanto las motivaciones que llevan a estos adolescentes a conectarse a las redes sociales, cuáles son los principales usos que hacen de ellas, así como conocer cómo gestionan su privacidad en ellas respecto a la relación que puedan tener con otras personas. La investigación se llevará a cabo en el Municipio de Oleiros por considerar que nos puede dar una visión de este fenómeno más local en comparación con otros estudios globales citados en esta investigación, a través de encuestas que se realizaron a adolescentes de entre 13 y 16 años.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, adolescencia, socialización, privacidad, España.

RESUMO

Ao longo dos anos e coa irrupción na nosa sociedade das Tecnoloxías da Información e Comunicación, Internet e as redes sociais tomaron unha posición clave nas nosas vidas hoxe en día e sobre todo para os e as adolescentes. Este colectivo, ademais de usalas como método de aprendizaxe, utiliza as redes sociais como método de entretemento, comunicación e relación cos seus semellantes. Nesta investigación pretendese coñecer, tanto as motivación que levan a eses adolescentes a conectarse ás redes sociais, cales son os principais usos que fan delas, así como coñecer como xestionan a súa privacidade nelas respecto da relación que poidan ter con outras persoas. A investigación levarase a cabo no Concello de Oleiros por considerar que nos pode dar unha visión deste fenómeno máis local en comparación con outros estudos globais citados nesta investigación, a través de cuestionarios que realízanse a adolescentes de entre 13 e 16 anos.

PALABRAS CLAVE: redes sociais, adolescencia, socialización, privacidade, España

ABSTRACT

Over the years and with the emergence in our society of the Technology of Information and Communication, Internet and social networks have taken a key position for our lives today and especially for adolescents. This collective, in addition to use as the learning method, operate the social networks as a means of entertainment, communication and relationship with peers. This research aims to find both the motivations that lead these teens to connect to social networks, wich are the main uses made of them, and know hoy the manage their privacy on them regarding the relationship they may have with other people. Research will be carried out in the City Council of Oleiros considering that we can give a vision of this local phenomenon but compared with other global studies named in this research, through surveys conducted for teenagers between 13 and 16 years.

KEYWORDS: social network, adolescence, socialization, privacy, Spain.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
3. MARCO TEÓRICO	8
3.1. Adolescentes y socialización	9
3.2. Socialización a través de Internet	10
3.3. Usos y comportamientos de los adolescentes en Internet: redes sociales.....	11
3.4. Redes sociales y tipos.....	14
3.5. Privacidad en Internet y redes sociales	15
3.6. Apuntes finales.....	16
4. METODOLOGÍA	18
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS	20
5.1. Caracterización sociodemográfica de la muestra	20
5.2. Hábitos de los adolescentes a la hora de utilizar Internet y redes sociales.....	21
5.3. Uso de Internet y redes sociales.....	23
5.4. Privacidad en las redes sociales.....	25
5.5. Motivaciones en las redes sociales	29
6. CONCLUSIONES	32
7. BIBLIOGRAFÍA	36
8. ANEXO I: CUESTIONARIO	39
9. ANEXO II: TABLAS DE RESULTADOS	44

1. INTRODUCCIÓN

Es innegable que hoy en día la sociedad vive en una “sociedad de la información” donde las tecnologías, y en concreto Internet, tiene un papel vital en nuestra sociedad. En nuestro país, según un estudio realizado por el ONTSI en el año 2013, se ha observado que en el tercer trimestre de 2013, el 69,6% de los hogares dispone de acceso a Internet (2,7 puntos porcentuales más con respecto al mismo trimestre del año anterior). El lugar de acceso a Internet más importante sigue siendo la casa (el 87,1% accede desde allí). Entre los equipos utilizados para acceder a Internet se observa un aumento interanual importante del teléfono móvil situándose en un 74,3%; desde el ordenador portátil acceden el 68,4% de los hogares y, desde el ordenador de sobremesa, el 66,6%.

Pero si hablamos de Internet hoy en día, lo primero que nos viene a la cabeza es el concepto de “red social”. Una red social entendida como tal se entiende como una serie de vínculos entre un conjunto definido de actores sociales. Las características de estos vínculos como un todo tienen la propiedad de proporcionar interpretaciones de la conducta social de los actores implicados en la red (Requena, 1989).

El hombre es un ser social, y desde el principio de la civilización existen las redes sociales, ya que los individuos nacemos con una predisposición a la socialización y al ponernos en contacto con otros grupos humanos, descubrimos una pluralidad de modos de vivir y entender la realidad, y llegamos a sospechar y a pensar que las formas de entender y vivir; pueden ser una construcción social (Fernández, 2003).

Pero, en este momento, si hablamos de redes sociales todos pensamos en las redes sociales *online*, Orihuela (2008: 58) define las redes sociales *online* como “servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto”.

Por otro lado, fue publicado un artículo en el *Journal of Computer-Mediated Communication* que arrojaba una interesante información sobre el fenómeno de las redes sociales en Internet. En dicho trabajo, escrito por Boyd y Ellison (2008: 211), se definieron las redes sociales como: “servicios dentro de las webs que permiten al usuario 1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparte una conexión, y 3) visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra”.

En España, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) en su Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online, del año 2009, define a estas últimas como “los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado”.

Asimismo, el informe anual La Sociedad en Red 2013, asegura que durante el tercer trimestre de 2013, el 73,1% de los individuos de 15 y más años ha utilizado Internet en alguna ocasión. Este porcentaje aumenta hasta el 74,3% en el caso de la población de 10 y más años. En cuanto al uso de la Red realizado por niños y niñas de 10 a 15 años, lo utilizaron 2,4 millones en los últimos tres meses, representando al 8,4% del total de internautas de se conectaron en los tres meses indicados.

Atendiendo a esta fuente, señalar también que el 98,5% de los jóvenes entre 16 y 24 años ha utilizado Internet en alguna ocasión. Este porcentaje se sitúa en el 96% en el caso de las personas de entre 25 y 34 años.

En Galicia, el marco geográfico de referencia de nuestro estudio, y según el *Instituto Galego de Estadística*, en el año 2013 el uso de Internet estaría más extendido entre los jóvenes de 15 a 24 años, siendo un 97,7% el porcentaje de uso por parte de este grupo. Cabe destacar, que el uso de Internet disminuye según aumenta la edad de la población, así, el porcentaje de población de 45 a 54 años baja hasta el 61,7%, mientras que en la franja de edad comprendida entre los 55 y los 64 años no llega al 40%.

Pero las personas que más utilizan Internet y las redes sociales son las que constituyen nuestro objeto de estudio prioritario, ya que pueden ser las más vulnerables en muchos aspectos que afectan a su privacidad: nos referimos al grupo de edad de 13 a 16 años, un grupo de edad que se ubica en la adolescencia.

La adolescencia es un fenómeno psicológico, biológico, social y cultural. Es el periodo donde el individuo se desarrolla hacia la adquisición de la madurez psicológica a partir de construir su identidad personal (Castellana, 2003; 2005). También es un periodo importante por sus propias características evolutivas: omnipotencia, tendencia a buscar la causa de sus problemas en el otro (culpar al exterior), poca experiencia de vida, dificultad de reconocer adicciones sutiles y necesidad de normalizar conductas de riesgo.

Todas estas características convierten a la adolescencia en un periodo sumamente susceptible de sufrir conductas adictivas u otros trastornos psicológicos relacionados con el uso de alguna de las aplicaciones de las tecnologías de la información y comunicación (en adelante TIC). Un 1,98 % de una muestra de 3.237 adolescentes noruegos entre 12 y 18 años cumplirían criterios de adicción y un 8,66 % presentarían un uso de alto riesgo (Johansson y Göttestam, 2004).

Aunque, para Matute (2003: 66), hablar de adolescentes es hablar, sobre todo, de usuarios/as inexpertos y no de posibles adictos. No se debe olvidar que la necesidad del adolescente para acceder a la comunicación e información (actualmente elevada, heterogénea y cambiante) y el hecho de que siempre son inexpertos, aumenta la vulnerabilidad de este colectivo. Mientras los usuarios/as experimentados dedican más tiempo al correo electrónico, actividades relacionadas con su trabajo, consulta de noticias y de información, los noveles pasan más tiempo en chats y otros servicios de ocio (Matute, 2003).

Por tanto, los motivos que mueven al adolescente a conectarse a la red giran en torno a la posibilidad de estar en contacto y vincularse con su grupo de iguales superando la distancia física, así como expresar y hablar de temas que desde la relación cara a cara les sería difícil o imposible de realizar.

El efecto desinhibido del anonimato y la ausencia de contacto visual le permite expresar alguna necesidad o emoción desagradable o, en otras ocasiones, ser honesto, abierto y expresar emociones sobre asuntos personales que no podrían ser fácilmente discutidos frente a frente. El adolescente se encuentra en un mundo diferente, sin las limitaciones del mundo "real", un lugar donde se oculta la vergüenza y surgen las intimidades de su mundo interno (Fiel, 2001).

Asimismo, en estas edades el atractivo de Internet aumenta porque incluye la relación virtual con amigos y desconocidos, y porque la ausencia de elementos de la

comunicación no verbal facilita la interacción y posibilita enmascarar la identidad personal, hecho que puede provocar la vivencia de una experiencia placentera y de excitación aliviando el aburrimiento, la tensión, la depresión y la ansiedad (Fiel, 2001); también permite la correspondencia con los iguales las veinticuatro horas, contactar con personas que de otra forma no habría conocido, mantener el contacto con amigos al mínimo coste y ser tenido en cuenta (Castellana et al., 2006).

El informe extraordinario elaborado en el año 2011 por el *Valedor do Pobo*, titulado *Adolescentes e Internet en Galicia*, recoge los análisis de 2.000 encuestados entre 12 y 16 años donde se revelan datos acerca de la frecuencia de uso, los lugares de conexión o las motivaciones a la hora de conectarse. Así, se refleja que el 60,5% estaría utilizando Internet todos los días, a los que habría que añadir un 26,8% que se conectarían una o dos veces por semana; un 7,8% que lo haría de manera ocasional, y sólo el 5% no utilizaría nunca Internet.

Los jóvenes que hacen un uso diario o semanal de Internet, se conectan desde su casa (88,1%), además de un 15,8% que se conecta desde el móvil. Destacando que el 61% de los que tienen Internet en su casa, disponen de conexión en su habitación.

Las motivaciones a la hora de utilizar Internet son múltiples y variadas. Las principales son: hacer uso de las redes sociales (85%), descargar/bajar materiales como música, películas, vídeos, imágenes, etc. (64,4%), buscar información relacionada con los estudios (60,2%), o hacer uso del correo electrónico (52,1%) (Valedor do pobo, 2011: 34).

Expuestos todos estos datos y reflexiones preliminares, en este estudio se pretende conocer qué redes sociales son las más usadas por los adolescentes, Facebook, Tuenti, Instagram, MySpace, etc., y qué punto de influencia ejercen estas en sus relaciones personales y en sí mismas.

En concreto, y tal y como se refleja a lo largo de esta investigación, se busca ahondar en los usos, las motivaciones y la privacidad de los adolescentes en las redes sociales, entendiendo esto como: el tiempo que dedican a la conexión a Internet y a las redes sociales, las razones por las que hacen uso de ellas y la manera en la que las utilizan con su relación con las demás personas.

El escenario escogido para la realización de esta investigación es el Concello de Oleiros, un municipio eminentemente residencial perteneciente a la periferia de la ciudad de A Coruña. Según el padrón municipal del año 2014, Oleiros tenía una población de 34.563 personas; de las cuales 1361 -el 3,9% del total- presentaban una edad entre 13 y 16 años. Tal población configura nuestra población objeto de estudio.

La razón para elegir este municipio y esta población, además de la investigación en sí, es partir de un contexto local que nos permita testar si las prácticas de los y las adolescentes de este municipio son las mismas que en otras investigaciones sitas en otros espacios geográficos (o, por el contrario, verificar si reproducen “usos” distintos de las redes sociales aprendidos de su inmediato contexto vital).

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Formulada la introducción, presentaremos los objetivos generales y específicos de nuestro trabajo.

Objetivos generales

1. Conocer en profundidad los hábitos de los adolescentes de entre 13 y 16 años, en cuanto al uso de las redes sociales, en el contexto municipal de Oleiros.
2. Determinar el impacto de las redes sociales en las relaciones de los adolescentes de Oleiros.

Objetivos específicos

1. Identificar cuáles son las redes sociales que más utilizan los adolescentes de Oleiros.
2. Analizar que uso hacen de las redes sociales que consumen, y con qué fin las utilizan.
3. Observar si utilizan con seguridad las redes sociales o, por el contrario, existen prácticas de riesgo.
4. Conocer el tipo de archivos que comparten y el criterio que siguen a la hora de aceptar amigos o seguidores.
5. Determinar si existe presión de grupo en las prácticas que siguen.
6. Conocer desde que dispositivo hacen el mayor uso de las redes sociales.
7. Observar si se ha producido un cambio en la privacidad de los adolescentes.
8. Explorar la dimensión local-global de la sociedad de la información, para saber si las prácticas de estos adolescentes son aprendidas en el contexto local o, por el contrario, son similares a las del resto de la población de contextos más amplios.

3. MARCO TEÓRICO

En la última década, y más en los últimos años, la sociedad ha sufrido cambios verdaderamente rápidos en lo que se refiere a nuevas tecnologías (en adelante NT) o TIC.

Estos instrumentos proporcionan oportunidades sin precedentes para la sociedad en general y para los jóvenes en particular: favorecen el aprendizaje, y la formación intelectual, así como el desarrollo profesional y personal, además de abrir nuevos tipos de comunicación y relación, y de convertirse en un recurso magnífico para el ocio. La telefonía móvil, Internet y las redes sociales constituyen hoy en día uno de los grandes vehículos de comunicación y socialización del ser humano (Fernández y Rial, 2014).

Sin duda, Internet es la más destacada entre estas tecnologías, las nuevas formas de comunicación que permite han abierto la puerta a números cambios no solo en la comunicación, sino en las relaciones interpersonales así como en las nuevas formas de socialización. Dicho de otro modo, se ha ido convirtiendo en un fenómeno social que permite la comunicación sin límites de distancia ni tiempo, facilitando la información por medio de palabras o imágenes. Además, Internet permite un acceso fácil al entretenimiento, la educación y el comercio (Flores y Orellana, 2012).

Castells (2011) afirma que Internet favorece la aparición de un modelo social de relación que se podría denominar individualismo en red, es decir, individuos que construyen en Internet sus redes y aficiones. Este individualismo no sería más que un vivo reflejo del cambio relacional que se da en nuestra sociedad: las relaciones dejan de basarse en las estructuras tradicionales como la familia, la comunidad o el trabajo, y se personalizan al máximo, estableciendo comunidades construidas en torno a intereses concretos y en las que la distancia no tiene por qué ser un factor determinante (Sánchez-Carbonell et al., 2006).

Internet, por ejemplo aporta elementos como la sincronía, el anonimato, la capacidad de socializar y sentirse miembro de un grupo, la construcción de identidades, los juegos sexuales, el bienestar psicológico, la inmediatez, la accesibilidad y la comunicación mediante la escritura, menos estresante que el “cara a cara”. (Sánchez Carbonell y Beranuy, 2007).

Según un estudio realizado por el Instituto Deusto de Drogodependencia en el año 2010, si algún sector de la población se ha hecho rápidamente con las NT, es el de la juventud. El mundo adulto ha penetrado en la utilización de la tecnología prioritariamente como medio para facilitar el desempeño laboral, pero la población juvenil ha desarrollado un nuevo modo de utilizar las TIC, encontrando en ellas un vasto universo de posibilidades en el disfrute del ocio y en la comunicación. Ello ha dado lugar a una estrecha relación entre juventud e Internet.

Numerosos autores han denominado a estos jóvenes Generación red, Net-generation, Nativos digitales o Generación interactiva. Estos son términos con los que se ha querido designar a los y las jóvenes que han crecido rodeados de nuevos medios, y que representan un segmento de la población más activo en su uso; consiguiendo una pericia superior a la de sus padres, lo que les ha llevado a entender las redes digitales como una oportunidad y una forma de vida (Rubio, 2010).

El presente estudio, más que en el período amplio de la juventud, se centra en el periodo de la adolescencia, por considerar esta etapa como más vulnerable a la hora de adaptarse social, sexual o ideológicamente.

A continuación, se tocarán los temas claves para entender toda esta investigación: los mecanismos de la socialización en la adolescencia, claves para crear la personalidad del adolescente; la socialización a través de Internet, los usos que los adolescentes hacen de las redes sociales y, por último, la privacidad que ellos mismos eligen tener en las redes sociales, el tipo de archivos que comparten y, con quien los comparten.

3.1. Adolescentes y socialización

La palabra adolescencia se refiere a la edad que sucede a la niñez y que transcurre desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo. A su vez, la Organización Mundial de la Salud (1977) define esta fase como “el periodo de la vida, de 10 a 19 años, en el cual el individuo adquiere la capacidad reproductiva, transita los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y consolida la independencia socio-económica”.

Un estudio de José Luis Lillo Espinosa (2004: 60) acerca del desarrollo en esta etapa habla de que la adolescencia “sería la etapa de la vida que por sus características de crisis del desarrollo, presenta un potencial mayor de trastornos en múltiples áreas, que la hacen susceptible de manifestaciones patológicas”. Es de gran interés considerar esta etapa de la vida como un periodo en el que la persona se encuentra sometida a múltiples y enormes presiones y en la que es necesaria hacer frente a una laboriosa elaboración psíquica con el fin de alcanzar la vida adulta. Entre los factores comunes a todos los adolescentes, que ejercen un efecto especial sobre su conducta y comportamiento destacaríamos tres:

1. Sus relaciones con sus padres: supone su capacidad de ir cambiando de un estadio de dependencia emocional infantil a uno de mayor independencia afectiva, en el que el adolescente adquiere conciencia de que sus pensamientos y sentimientos son propios, no dependiendo totalmente de como pudieran influir, condicionar o reaccionar sus padres. Adquieren conciencia de tener una vida íntima propia que procuran mantener alejada de los ojos de los adultos, una vida que busca que sea secreta y propia.
2. Sus relaciones con sus amigos: donde se muestra su capacidad para encontrar y escoger a otros adolescentes, que aumenta, en grupo, sus esfuerzos y deseos de hacerse adulto. Un grupo donde ensayar a través de las múltiples identificaciones proyectivas en sus miembros, su identidad y sus nuevas capacidades.
3. La visión que tiene el adolescente de sí mismo como persona: si se ve o no como una persona físicamente madura, que incluye su capacidad para cambiar su visión de su *self*, pasando de un *self* dependiente de los cuidados paternos a un *self* en el que se siente dueño de un cuerpo masculino o femenino. Su visión de sí mismo como persona le tiene que llevar a la exploración del mundo externo, donde ensayar y probar las nuevas posibilidades adquiridas, donde aparecen nuevos intereses y preocupaciones. Es la proyección en el mundo exterior de la transformación que está viviendo, con el consiguiente cambio en sus relaciones sociales (Espinosa, 2004: 60).

Un proceso muy importante en esta etapa, que afecta a diversos aspectos de desarrollo a nivel social, psicológico y emocional, es el de la socialización. En dicho proceso el individuo adopta los elementos socioculturales de su medio y los incorpora a su personalidad para adaptarse a la sociedad en la que vive.

Entendemos como socialización primaria la acontecida durante la infancia, después de la cual se produce lo que se denomina como socialización secundaria (aquella que tiene lugar sobre todo en la adolescencia y primera juventud, aunque prosiga a lo largo de la existencia). Tal tipo de socialización, cabe precisar, consistiría en la tarea de iniciarse en los roles propios de la vida en sociedad: los relacionados con la división del trabajo, la diversidad profesional, participación social, grupos de diversión, religiosos, como también el rol sexual y las relaciones intersexuales (Berger y Luckmann, 1968 -tomado de Rubio, 2009-).

3.2. Socialización a través de Internet

Numerosos autores están de acuerdo a la hora de afirmar que con las facilidades de Internet y la inmediatez de las redes sociales las formas de socialización, sobre todo de socialización secundaria, están cambiando. Es más fácil, como ya se ha mencionado antes, establecer contacto con personas que comparten los mismos intereses o actividades sin necesidad de estar en el mismo lugar o en el mismo ámbito geográfico.

La revolución que ha supuesto la red en diversas esferas del ámbito cultural, social y económico, ha calado de forma extraordinaria en los jóvenes y adolescentes que han visto un medio amigo en el que canalizar sus intereses al margen de la cultura dominante. Internet constituye una gran ventana al mundo con un sinfín de oportunidades nuevas de socialización (De Frutos y Vázquez, 2012).

Sádaba y Bringué (2010) en su estudio sobre niños y adolescentes españoles frente a las pantallas, aseguran que surge una relación de afinidad entre los jóvenes y las TIC porque son medios para entretener, además de herramientas hábiles para la socialización. Las NT de la información son vías para mantener y desarrollar el contacto con las demás personas, un grupo de referencia vital en la adolescencia. También, añaden que la interactividad de las pantallas presenta un escenario donde se facilita el flujo comunicativo.

Los adolescentes se unen a las redes porque allí es donde están sus amigos o conocidos, aparte de en el colegio en la calle o en demás lugares, el entorno virtual que proporciona Internet, sobre todo, a través de las redes sociales, se está convirtiendo en algo esencial para ser una persona integrada en aquellos círculos que cada uno tiene por grupos de referencia o a los que quiere pertenecer. Estos encuentros en las redes sociales se están convirtiendo en imprescindibles, ofrecen encuentros distintos y quedadas alternativas, ya que la mayoría tiene la movilidad aún limitada por sus padres o tutores.

Se trata de una sociabilidad con fuertes dosis de exhibicionismo y “voyeurismo”, porque se entra en esos lugares para ojear quien hay por ahí y que están haciendo, utilizando escrituras inmediatas, no mediadas por la reflexión (Bernete, 2010).

3.3. Usos y comportamientos de los adolescentes en Internet: redes sociales

Numerosas son las investigaciones o informes que recogen el uso que la población hace de Internet y de las redes sociales en el contexto nacional y, más específicamente, en el gallego. En este caso nos apoyaremos en las siguientes:

- *Informe Generación 2.0*

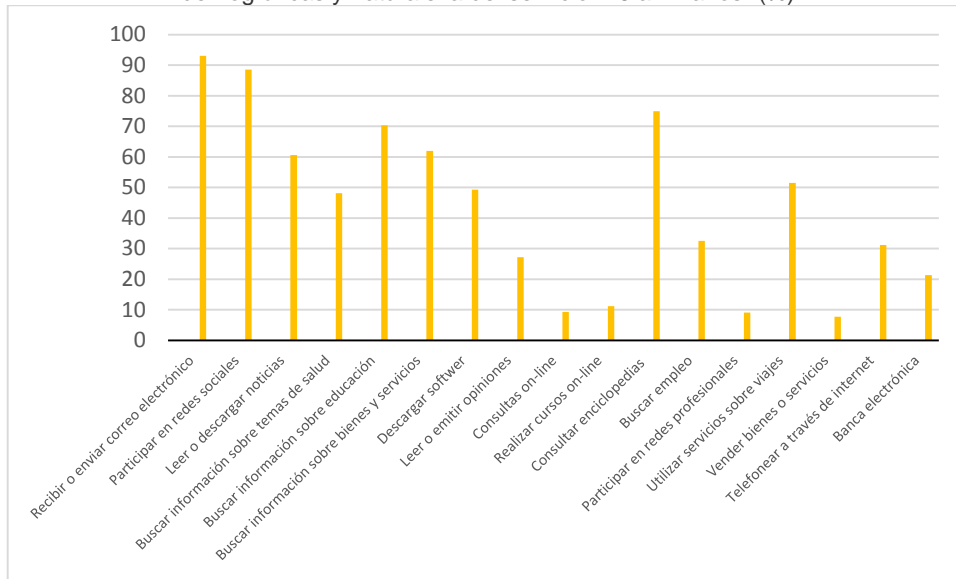
Este informe del año 2010 elaborado por Sánchez Burón y Fernández Martín, afirma que el 78% de los adolescentes españoles entre 12 y 17 años utiliza las redes sociales, un 4% no las conoce y un 18% aunque las conoce, no hace uso de ellas. Este estudio muestra como la red social preferida entre los chicos y chicas de estas edades es Tuenti, con un 80%, de la cual hacen uso asiduamente. Esta red permite que usuarios menores de edad tengan un perfil activo. A diferencia de otras comunidades virtuales como Facebook, que retrasan la edad de acceso, Tuenti cuenta con usuarios a partir de los catorce años. Tal vez, ese sea el factor determinante de su éxito entre los adolescentes españoles, los cuales pueden encontrar todo tipo de información, entablar relación con otras personas, jugar o mostrar su interés por determinadas marcas. A todo esto hay que añadirle el atractivo que supone para estos usuarios, que esta red no sea de uso frecuente por sus padres ni por otras personas adultas (Sánchez y Martínez, 2011).

Un año después se elabora otro *Informe Generación 2.0* (Sánchez y Álvaro, 2011), presentando esta vez hábitos de uso de las redes sociales en adolescentes de España y América Latina. En él se concluye que España es el país con más uso por parte de los jóvenes de las redes sociales; nuevamente, el 91% de los adolescentes prefieren la red social Tuenti y casi un 50% dice conectarse a estas redes varias veces al día.

- *Encuesta anual sobre el uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares.*

El INE elabora periódicamente una *Encuesta anual sobre el uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares*. En el año 2011 (véase Gráfico 1) el 61,9% de los hogares españoles dispone de conexión de banda ancha a Internet, un 9,3% más que el año anterior; el número de internautas crece un 4,5%, y nueve de cada diez usuarios de Internet con edades entre 16 y 24 años participan en las redes sociales.

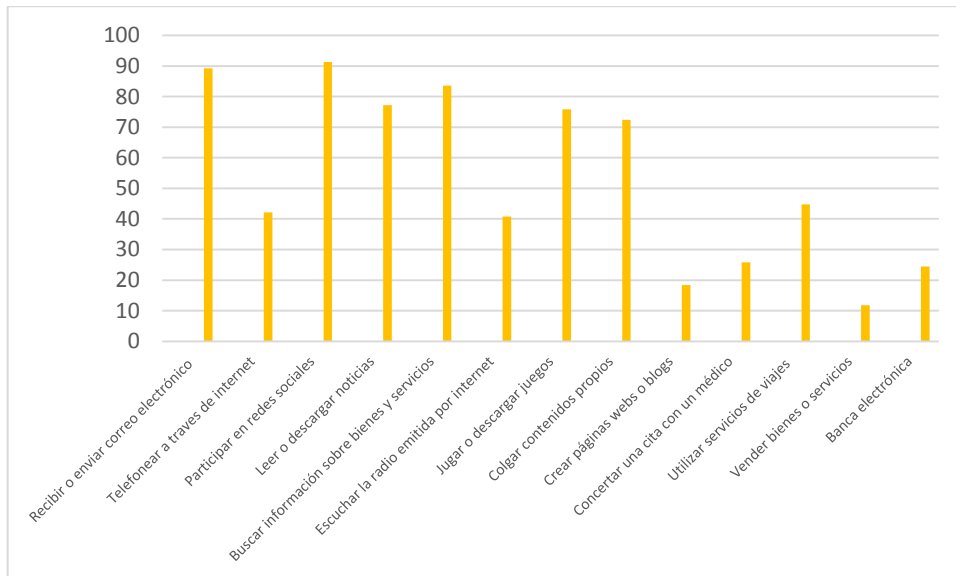
Gráfico 1: Servicios de Internet usados por motivos particulares en los últimos 3 meses por características demográficas y naturaleza del servicio -16 a 24 años- (%)



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares, 2011.

Tres años después, en el año 2014 si observamos los resultados de esta misma encuesta, vemos que el 74,4% de los hogares dispone de conexión a Internet, más de 10 puntos que en el año 2011. Por primera vez en España hay más usuarios de Internet (76,2%) que de ordenador (73,3%). Más de la mitad de la población (51,1%) participa en redes sociales, de los que un 91,3% son jóvenes de entre 16 y 24 años (véase Gráfico 2).

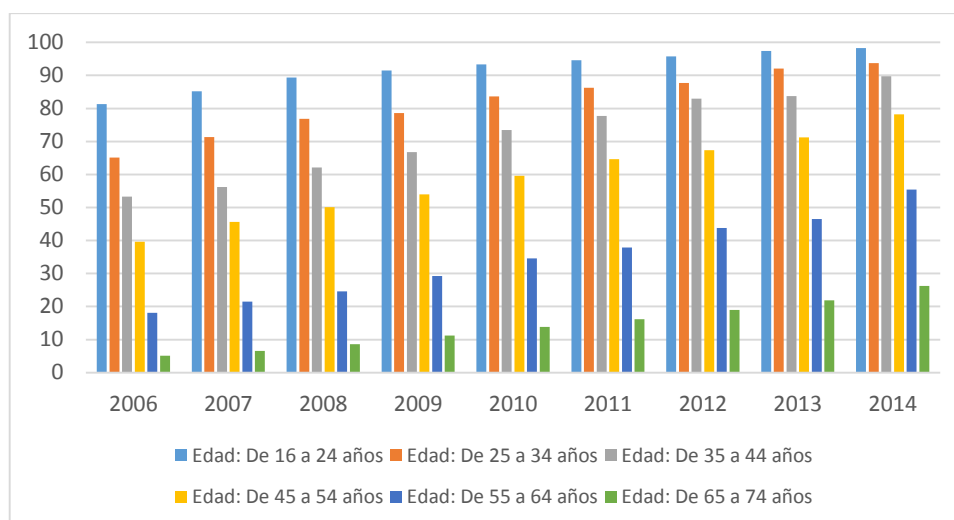
Gráfico 2: Servicios de Internet usados por motivos particulares en los últimos 3 meses por características demográficas y naturaleza del servicio -16 a 24 años- (%)



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, 2014

En resumen (véase Gráfico 3), desde el 2006 hasta el 2014 se puede observar como el uso de Internet por edades aumenta a medida que va pasando el tiempo, aunque el dato más significativo es que el periodo de edad comprendido entre los 16 a los 24 años es mayor que el resto de grupos de edad.

Gráfico 3: Evolución de datos de Personas (2006-2014) por características demográficas, tipo de uso de TIC y periodo (%)



Fuente: INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, 2014

- *Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles.*

En el año 2013 la investigación *Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles*, con más de 2.000 encuestas realizadas entre una población comprendida entre 12 y 17 años, concluyó que, las redes sociales son los sitios que más frecuentan los adolescentes, conectándose con mucha frecuencia el 75% de ellos. Las preferencias por las redes sociales son que el 86,9% cuenta con algún perfil en Tuenti, el 73,4% en Facebook y el 39% en Twitter. La mayor diferencia que se encuentra en este estudio está en la disposición del perfil en las redes sociales, que va en función de la edad de los adolescentes: los chicos y chicas de 15 a 17 años tienen un perfil en casi todas las redes sociales, cosa que los de menor edad no tienen.

En cuanto al uso de estas redes sociales destaca el chat. Alrededor de la mitad (50,1%) se sirve de este elemento para ver vídeos o fotos de amigos, un 48,3% se dedica a enviar mensajes, y el 42,6% a actualizar su perfil. Atendiendo a aspectos más vinculados con la creación de contenidos, se observa que la actividad de este tipo que más frecuentemente realizan los adolescentes en las redes sociales es subir fotos o vídeos personales (55,2%), haciéndolo con mucha frecuencia el 25,4% (García et al., 2013).

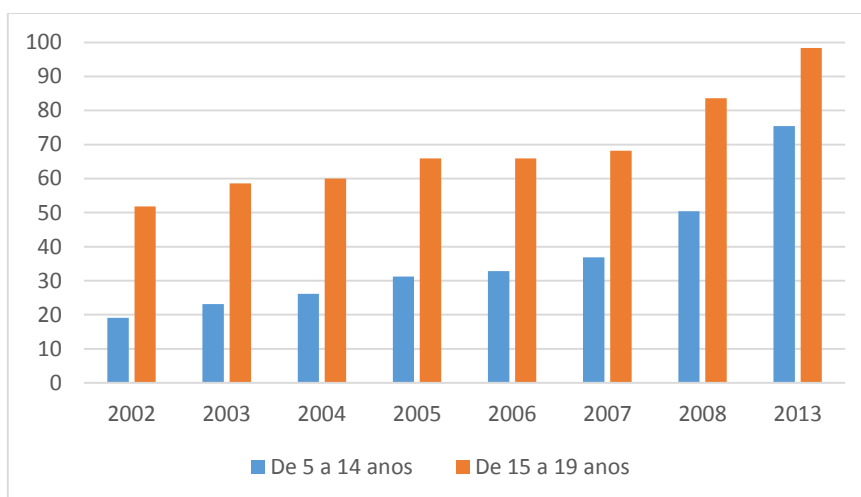
- Encuesta sobre las condiciones de vida: módulo de nuevas tecnologías.

El IGE elabora dentro de la Encuesta sobre las condiciones de vida, un módulo de nuevas tecnologías en el año 2008 y 2013. Atendiendo a los datos recabados en el primer año de referencia, un 32,5% de los hogares gallegos disponía de conexión a

Internet, un 57,9% de las personas que se conectaron a Internet ese año eran personas de 5 a 19 años, de los cuales un 49,1% participaron en redes sociales.

Si comparamos estos datos con los del último año analizado, el 2013, el porcentaje de hogares gallegos que disponía de conexión a Internet era del 58,6% (una subida de más de veinticinco puntos), y un 84,3% de las personas que se conectaron a Internet eran personas de 5 a 19 años.

Gráfico 4: Evolución del % de personas que se conectaron a Internet en los últimos tres meses según la edad



Fuente: IGE. Encuesta sobre las condiciones de vida, módulo de nuevas tecnologías, 2002-2014

En el año 2013 y según esta misma encuesta, las personas de 5 a 19 años que participaron en redes sociales eran de un 48,8%, cifra sobrepasada solo por las personas de 20 a 29 años (con un 76,1%).

3.4. Redes sociales y tipos

La definición que se recoge en *La Sociedad en Red* (2008) es que una red social es una comunidad de usuarios que establecen relaciones personales o profesionales, y que comparten conocimiento y experiencias.

Por su parte un estudio realizado por INTECO también en el año 2008, afirma que las redes sociales se pueden categorizar atendiendo al público objetivo al que se dirigen, o al tipo de contenido que albergan. A pesar de que cada tipo presenta una serie de aspectos particulares, ambos grupos cuentan con una serie de características básicas estructurales comunes:

1. Tienen como finalidad principal poner en contacto e interrelacionar a personas. La plataforma facilita la conexión de forma sencilla y rápida.
2. Permiten la interacción entre todos los usuarios de la plataforma, ya sea compartiendo información, permitiendo el contacto directo o facilitando nuevos contactos de interés.
3. Permiten y fomentan la posibilidad de que los usuarios inicialmente contactados a través del medio online, acaben entablando un contacto real.

4. Permiten que el contacto entre usuarios sea ilimitado, en la medida en la que el concepto espacio y tiempo se convierte en relativo, al poder comunicar desde y hacia cualquier lugar, así como en cualquier momento, con la única condición de que ambas partes acepten relacionarse entre sí.
5. Fomentan la difusión viral de la red social, a través de cada uno de los usuarios que la componen (INTECO, 2008: 45-46).

Cada red social tiene sus propias características y finalidad. La primera distinción que debe establecerse es la que se da entre las redes sociales “generalistas” y las que tienen contenidos o características “específicas” (Garcés y Ramos, 2011: 8):

- Las redes de tipo generalista están abiertas a la población general, que busca relacionarse, intercambiar información y mantenerse en contacto con otras personas. Son las que mayor número de miembros reúnen. En estas redes, de tipo general, los usuarios pueden utilizar los instrumentos de comunicación que se les ofrece en función de los fines que cada uno tenga. Por ello cada usuario puede mantener unos objetivos y un tipo de relación muy distinto, y los usuarios como colectivo puedan configurar los contenidos y las relaciones a su manera. Por ello la red tiene “una vida propia” que le puede conducir a adquirir características cambiantes.
- Las redes específicas, en cambio, están definidas en función de unos objetivos (por ejemplo, profesionales o académicos), que de alguna forma condicionan y limitan las relaciones entre los usuarios. Pueden ser de profesionales, relacionadas con algún aspecto de la cultura o la política, o estar dirigidas a determinadas personas en razón de su situación o circunstancias: jóvenes, padres, propiciar relaciones de amistad o pareja, etc.

En todo caso, y al margen de estas clasificaciones de las redes sociales, hay que tener en cuenta que cada usuario utiliza las redes de manera impredecible, y con una dinámica diferente al margen del propósito para los que hayan sido creadas cada una de las redes sociales. Una de tipo generalista, por ejemplo, puede llegar a desarrollar grupos profesionales por parte de los usuarios.

3.5. Privacidad en Internet y redes sociales

Como ya se ha mencionado anteriormente, las redes sociales son un servicio de Internet que permite a cualquier cibernauta construirse un perfil público o semipúblico dentro de un sistema gestionado por un tercero. Esto facilita el compartir relaciones, experiencias, contenidos, etc., con una lista de otros usuarios que, dependiendo de la privacidad autodefinida en el perfil, podrá tener acceso o no a ellos (Boyd, 2007; Boyd y Ellison, 2007 -tomado de Bernal y Angulo, 2013-).

La privacidad está cada vez más expuesta y, en ocasiones, ni siquiera se exige un comportamiento intencionado por parte del usuario para hacerlo. El rastro que deja una persona al moverse por Internet constituye en sí mismo una pieza de información valiosísima, que permite la oferta de servicios adaptados a las particulares circunstancias del usuario, y que sin duda desvela nuestra vida privada, gustos, preferencias, fotografías, viajes, foros, conversaciones etc. Resulta destacable el hecho de que 1 de cada 10 usuarios, esto es el 9,1% al realizar una búsqueda de su

nombre en Internet encuentra fotografías o videos etiquetados con su nombre (Gil, 2013).

Los adolescentes usuarios de estas redes sociales parecen no tener preocupación alguna a la hora de facilitar información acerca de su lugar de residencia, donde estudian, su dirección de e-mail o incluso su teléfono personal. Cada usuario configura su perfil a su antojo, siendo este el responsable de hacerlo público o privado, donde la única diferencia es que si el perfil es privado solo podrán ver esa información privada las personas que se tengan agregadas en la red social, sean conocidos o no.

El profesor Antonio García Jiménez en su estudio Una perspectiva sobre los riesgos y usos de Internet en la adolescencia, explica que los menores en España se aproximan a Internet como un espacio donde se refuerzan amistades, convirtiéndose también en el escenario adecuado para conocer a otras personas, en algunos casos incluso fuera de su ciudad o país. De hecho, el número de amigos en las redes sociales se convierte en un factor de éxito social. Afirma también García Jiménez que el 67,1% de los jóvenes solo acepta a personas de su entorno porque las conoce personalmente, pero un 27,7% sí que acepta a personas desconocidas.

Los adolescentes hacen un uso elevado de las imágenes fijas y en movimiento como modo de comunicación. Aunque aceptan los mínimos sociales de intimidad, su gran preocupación es el reflejo de sí mismos ante los demás, llegando a molestarse cuando se etiqueta o se comenta una foto de forma contraria a la que esperaban.

Volviendo al Informe Generación 2.0 del año 2011 y sus análisis sobre la privacidad, los menores españoles de este estudio afirman que utilizan las redes sociales para compartir o subir fotos y para comentar las fotos de sus amigos. Por otro lado, solo un 54% y un 58% afirman, respectivamente, que su privacidad corre peligro en las redes y que utilizan modos de preservarla. Solo un 7% afirma tener contactos desconocidos en sus redes sociales.

3.6. Apuntes finales

Haciendo un breve balance de lo expuesto, fundamentalmente llama la atención el ver cómo aumenta año tras año el número de adolescentes que hace uso de Internet y redes sociales.

Por su inmediatez y su posibilidad de comunicarse y relacionarse con multitud de personas en tiempo inmediato, los adolescentes han hecho suyas las redes sociales. Además de conectarse desde el ordenador o desde la *tablet* en su propio domicilio, pueden hacerlo desde su propio teléfono, sin ningún tipo de supervisión adulta, lo que les da una capacidad inédita para relacionarse y usar las redes a su antojo. En este sentido, existen datos que apuntan, mediante la reproducción de conductas virtuales de riesgo, a un cambio en la construcción de la privacidad de los usuarios adolescentes de las redes: ¿ocurrirá lo mismo en un contexto local como el de Oleiros?

Sin perder de vista el contenido del marco teórico realizado, recordamos sucintamente los objetivos de la investigación: saber cómo realizan los adolescentes de Oleiros los nuevos procesos comunicativos asociados a las NT, entender la manera en la que se

exponen en las redes sociales, cuáles utilizan con mayor frecuencia, e identificar las actividades que en ellas realizan con los demás usuarios de las mismas.

4. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo esta investigación se ha optado por aplicar un enfoque cuantitativo con la realización de encuestas a adolescentes del Concello de Oleiros con un rango de edades comprendidas entre los 13 y los 16 años. Según el padrón municipal de habitantes realizado en el año 2014 por el INE, recordemos, hay 1.361 adolescentes que se ubican en esta franja de edad.

Se realiza, para conseguir datos representativos de esta población, un cálculo muestral probabilístico y simple de 109 encuestas, con una probabilidad de un 95% y un error absoluto del 9% (donde $p=q=0,5$). En un segundo paso, y atendiendo a los objetivos e hipótesis del trabajo, nos parece pertinente estratificar la muestra atendiendo al sexo y a la edad de los encuestados/as; en consecuencia se procede a realizar una afijación proporcional¹ atendiendo a los datos del padrón por sexo y edad.

Tabla I. Diseño de la muestra

Diseño muestral						
Estratos (Edad y sexo)	Hombres		Mujeres		Total	
	(N_i/N)	n_i	N_i/N	n_i	N_i/N	n_i
13-14	0,268	29	0,248	27	0,516	56
15-16	0,259	28	0,225	25	0,484	53
Total	0,527	57	0,473	76	1,000	109

Fuente: elaboración propia

La encuesta que se utilizará para la recogida de datos está diseñada exclusivamente para esta investigación. Se resume en un total de 22 preguntas entre las cuales se pueden diferenciar preguntas cerradas y alguna pregunta abierta, para recoger la información interesante que nos ayude a alcanzar los objetivos planteados. Precisar que, mayoritariamente, se utilizan variables de tipo ordinal u nominal; también se han diseñado variables con una escala del 1 al 10, con el objetivo de cuantificar, a través de un estadístico básico como la media, las respuestas que los/as adolescentes encuestados tienen de nuestro objeto de estudio.

En concreto, el cuestionario se divide en tres bloques: cada uno de ellos guarda una estrecha relación con los objetivos planteados en el trabajo (véase Tabla II).

¹ La afijación proporcional, a diferencia de la simple u óptima, consiste en determinar que el tamaño de cada estrato muestral es proporcional al tamaño del estrato poblacional. En consecuencia, tal y como argumentan autores como García Ferrando (1994: 147), $n_i = n \cdot (N_i/N)$ o $n_i = n \cdot (W_i)$, siendo n_i el número de elementos en la muestra del estrato i .

Tabla II. Cuadro resumen. Asociación entre objetivos, hipótesis y diseño de cuestionario

OBJETIVOS	CUESTIONARIO
Identificar cuáles son las redes sociales que más utilizan los adolescentes	P.10
Analizar qué uso hacen de las redes sociales que consumen y con qué fin las utilizan	P.6, P.7, P.12, P.16, P.17, P.18, P.22
Observar si utilizan con seguridad las redes sociales o por el contrario existen prácticas de riesgo	P.11, P.15, P.18, P.19
Conocer el tipo de archivos que comparten y el criterio que siguen a la hora de aceptar amigos o seguidores	P.8, P.15, P.16
Determinar si existe presión de grupo en las prácticas que siguen	P.21
Conocer desde qué dispositivo hacen el mayor uso de las redes sociales	P.5
Observar si se ha producido un cambio en la privacidad de los adolescentes	P.11, P.12, P.15, P.16,

Fuente: elaboración propia

De igual modo, los niveles de medida del conjunto de variables del cuestionario, nos van a permitir desarrollar dos técnicas de análisis multivariantes (cuyos resultados van dirigidos a reflexionar sobre el contenido de nuestros objetivos y construir futuras hipótesis de investigación):

- Un análisis de correspondencias múltiples.
- Diferentes análisis de la varianza de un único factor.

Argumentar, por último, que se elige el enfoque cuantitativo y la realización de la encuesta puesto, tal y como se ha mostrado en el marco teórico, son numerosos los estudios a nivel nacional y autonómico donde se aplica esta misma metodología. Este denominador común nos va a permitir hacer una reflexión comparada con más facilidad en el análisis de resultados.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tras la realización de las encuestas se ha obtenido una importante cantidad de información que necesita un análisis bien estructurado para su correcta interpretación. Para conseguir tal fin, nos vemos en la obligación de presentar un análisis dividido en varios sub-epígrafes donde en cada uno de ellos (como se sintetiza en la Tabla III) se procederá a alcanzar cada uno de los objetivos con los bloques del cuestionario. Antes de empezar con el análisis se procederá a presentar una breve descripción de la muestra.

Tabla III. Estructura del análisis de resultados

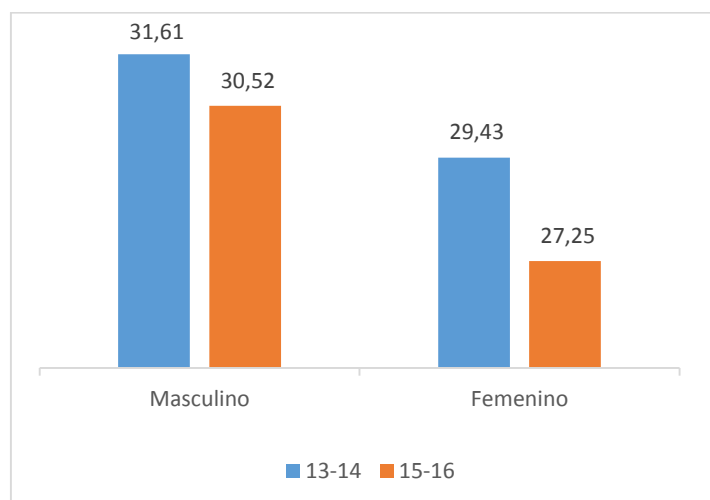
Sub-epígrafes principales	Objetivos a desarrollar
Caracterización sociodemográfica de la muestra	*
Hábitos de los adolescentes a la hora de utilizar Internet y redes sociales	Objetivo 6
Uso de Internet y redes sociales	Objetivo 1, 2 y 3
Privacidad en las redes sociales	Objetivo 3 y 4
Motivaciones	Objetivo 5

Fuente: elaboración propia

5.1. Caracterización sociodemográfica de la muestra

En primer lugar, cabe decir, que tras la finalización del campo se ha conseguido respetar los estratos muestrales definidos atendiendo al sexo y a la edad de los adolescentes (véase Tabla I y Gráfico 5). Por tanto, el hecho de cumplir esta premisa inicial garantiza la representatividad de los datos obtenidos en el marco municipal de Oleiros.

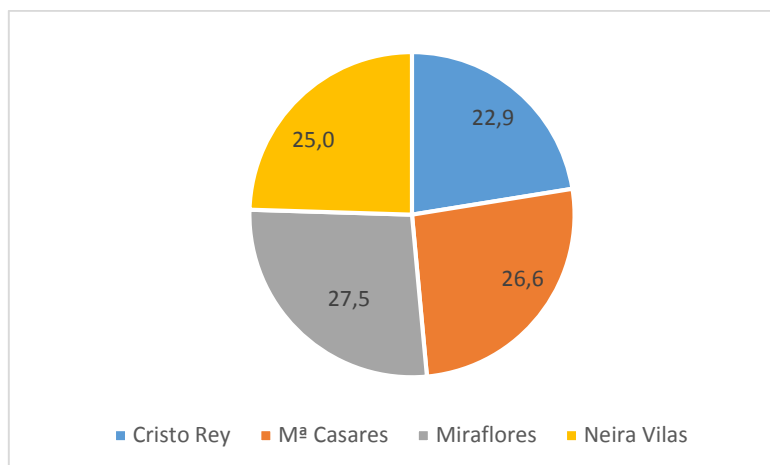
Gráfico 5. Distribución por sexo y edad de la muestra (%)



Fuente: elaboración propia

A mayores, también decir que la realización de los cuestionarios se llevó a cabo en los distintos institutos del Concello de Oleiros (de los cuatro centros de educación secundaria obligatoria existentes, tres de ellos son públicos -Miraflores, Neira Vilas y María Casares- y uno es un centro concertado -Cristo Rey-). Pese a que no había ningún criterio de estratificación a seguir atendiendo a la tipología centros, se intentó conseguir cierto equilibrio al respecto (como se observa en el Gráfico 6).

Gráfico 6. Distribución de centro escolar (%)



Fuente: elaboración propia

5.2. Hábitos de los adolescentes a la hora de utilizar Internet y redes sociales

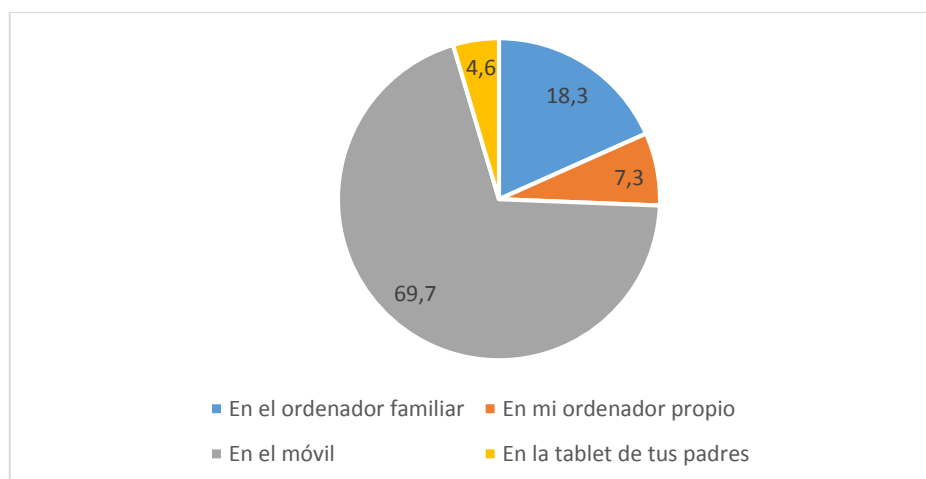
Uno de los objetivos generales de esta investigación es conocer en profundidad los hábitos de los adolescentes a la hora de utilizar Internet y las redes sociales.

De entrada, debemos conocer desde que dispositivo hacen el mayor uso de Internet y redes sociales nuestra muestra. De los 109 chicos y chicas encuestados, casi un 70% de ellos utiliza Internet desde su teléfono móvil (véase Gráfico 7). Sólo un 18% afirma utilizar Internet desde el ordenador familiar.

Sin duda, en los últimos años la aparición de los smartphones ha hecho que el teléfono móvil se convierta casi en un dispositivo indispensable que ha desplazado el uso del ordenador. Tales datos, por cierto, concuerdan plenamente con los expuestos -y ya citados en epígrafes anteriores- en el estudio realizado por el ONTSI en el año 2013.

Asimismo, hay que remarcar el hecho de que al conectarse a Internet desde el teléfono móvil o smartphone propio, la mayoría de ellos no tiene ningún tipo de supervisión adulta (como la tendrían si por ejemplo se conectasen desde el ordenador familiar).

Gráfico 7. Uso habitual de Internet (%)

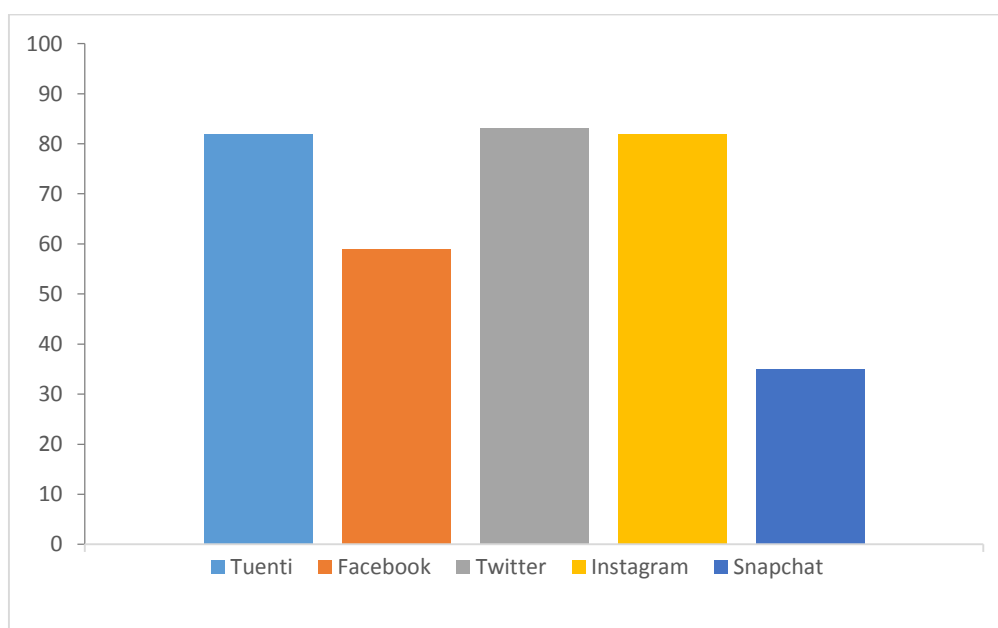


Fuente: elaboración propia

Avanzando en el análisis, la mayoría de los encuestados ha contestado que lo que más hace en Internet es usar mensajería instantánea (WhatsApp, Messenger...) y varias redes sociales simultáneas con sus respectivos perfiles. A este último respecto, las más usadas por estos chicos y chicas son Twitter, seguida por Tuenti e Instagram, desplazando a Facebook y a Snapchat a un cuarto y quinto lugar (véase Gráfico 8).

No parece haber duda de que el éxito de Twitter o Instagram permiten a sus usuarios la inmediatez de mandar mensajes instantáneos, colgar fotos o textos de pocos caracteres, permiten ver fotos, perfiles y hacerse seguidor de usuarios de todo el mundo y de todas las edades. Por tanto, esta coyuntura es distinta a la registrada en los estudios consultados (recuérdese la investigación Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles del año 2013), puesto que el éxito de Tuenti en el contexto nacional no está siendo imitado por la adolescencia local.

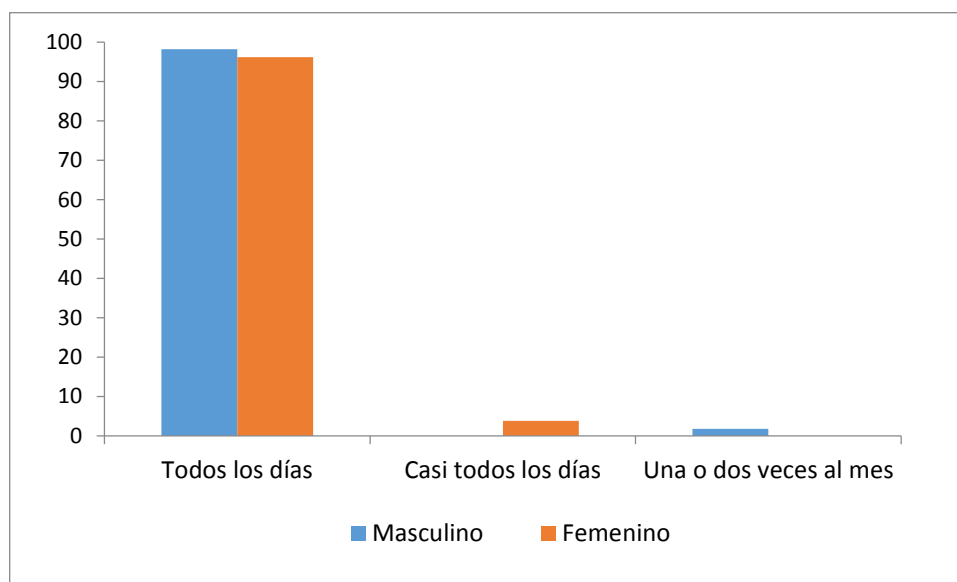
Gráfico 8. Perfil en redes sociales (%)



Fuente: elaboración propia

Nos interesa ahora conocer la frecuencia con la que los adolescentes se conectan a Internet y si el sexo es determinante en esta cuestión. Así obtenemos que el 98% de los adolescentes encuestados afirma conectarse a Internet todos los días, frente a un casi idéntico 96% de adolescentes encuestadas. El resto de categorías obtienen resultados residuales (véase Gráfico 9).

Gráfico 9. Frecuencia de uso según sexo (%)



Fuente: elaboración propia

Atendiendo a la prueba de chi-cuadrado obtenida de cruzar estas dos variables (frecuencia y sexo), se observa que no hay ninguna relación significativa en el hecho de ser chico o chica y la frecuencia de uso de Internet (véanse Tablas I y II del Anexo II). Por tanto, este hábito está totalmente normalizado, independientemente del género del adolescente encuestado.

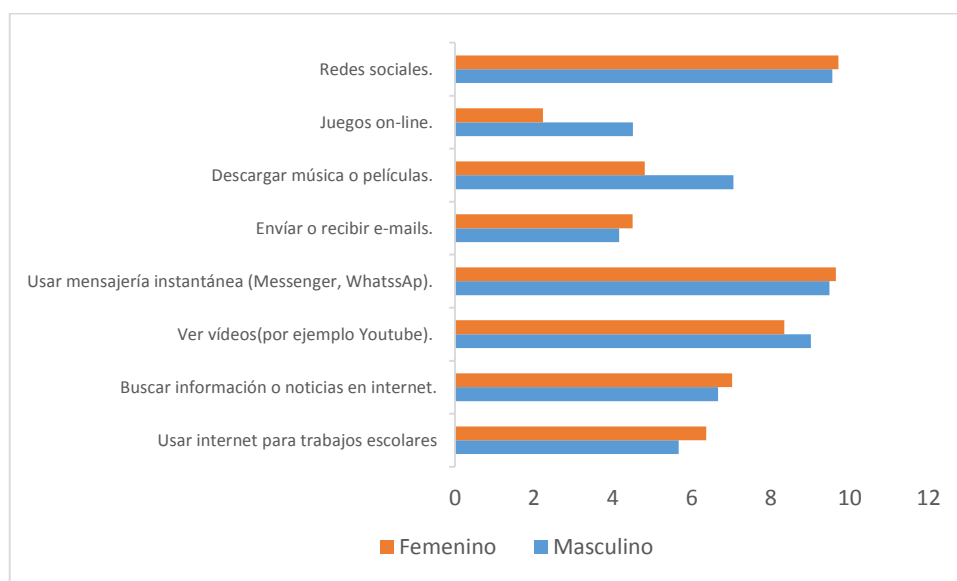
Atendiendo al uso de Internet según la edad, el segundo estrato de la muestra, nos volvemos a encontrar con datos contundentes: el 94% de los encuestados de 13 a 14 años manifiesta utilizar internet todos los días, cifra que asciende al 100% en el grupo de 15 a 16 años (como era de esperar, no se detecta ninguna relación significativa entre ambas variables -véanse Tablas III y IV del Anexo II-).

5.3. Uso de Internet y redes sociales

Para saber cómo utilizan Internet y las redes sociales los adolescentes de Oleiros, se presenta el análisis de dos preguntas con una escala que oscila del 1 al 10 (según grado de menor a mayor uso). En este caso hemos realizado el análisis desagregando los datos por sexo².

² No se ha procedido a realizar un análisis de varianza de un solo factor puesto que la variable nominal (o factor) presenta dos únicas categorías.

Gráfico 10. Uso de Internet por sexo (escala del 1 -ninguna frecuencia- al 10 -mucha frecuencia-)



Fuente: elaboración propia

Se puede observar que el resultado por sexos es bastante similar en todas las actividades que realizan cuando navegan por Internet (véase Gráfico 10). Las más frecuentes son: la utilización de redes sociales, el uso de mensajería instantánea (Messenger, WhatsApp...) y ver vídeos en Internet (por ejemplo, a través de Youtube).

Lo que menos hacen a la hora de conectarse a Internet es mandar o recibir mails y jugar on-line. En este último ítem destaca el hecho de que sea una actividad mucho más habitual en los chicos (4,3 puntos sobre 10) que en las chicas (2,1 puntos sobre 10).

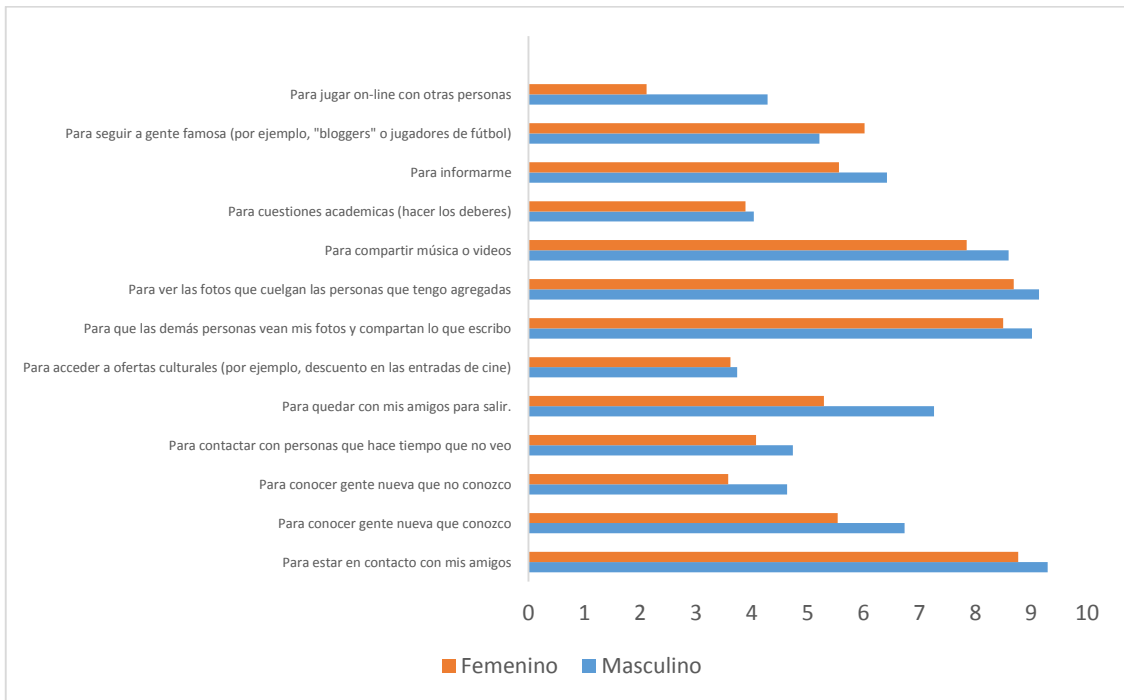
Por otro lado, se observa como las adolescentes dedican más tiempo que los varones a usar Internet para trabajos escolares, o buscar información o noticias en Internet.

A continuación, queremos saber qué es lo que hacen los encuestados cuando están usando las redes sociales. Así, tal y como se puede apreciar (véase Gráfico 11) tanto los chicos como las chicas para lo que más utilizan las redes sociales es para estar en contacto con sus amigos, para colgar fotos propias y ver las fotos que cuelgan los demás, y para compartir música o vídeos.

Estos datos obtenidos reflejan un uso normal de las redes sociales, puesto que las utilizan para estar en contacto con amigos y compartir archivos (fotos o videos). En menor medida, estas plataformas son utilizadas para conocer gente que aún no conocen (4,6 puntos sobre 10 para los adolescentes, 3,6 puntos para las adolescentes); por tanto, en una primera aproximación a la órbita de la privacidad, los encuestados muestran una primera prevención acerca de dejar que su perfil sea accesible a terceros desconocidos (recuperaremos más adelante este dato).

Por último, llama la atención nuevamente el hecho de que sean los varones mucho más proclives que las mujeres a utilizar las redes sociales para “jugar on-line con otras personas”.

Gráfico 11. Uso de redes sociales por sexo (escala del 1 -ninguna frecuencia- al 10 -mucho frecuencia-)



Fuente: elaboración propia

Caber decir, antes de terminar este epígrafe, que los usos de Internet y redes sociales mantienen, nuevamente, una clara similitud con los reflejados en el estudio de García et al. (2013). En este sentido, la adolescencia del municipio no se separa de los hábitos de sus iguales nacionales y, presumiblemente, internacionales.

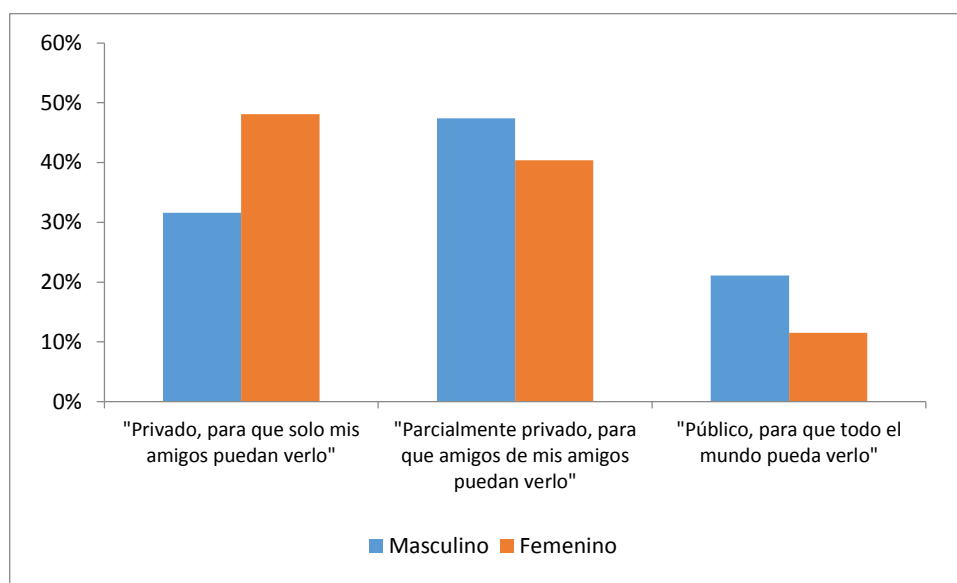
5.4. Privacidad en las redes sociales

En este punto nos interesa saber que pautas siguen los adolescentes en las redes sociales en cuanto a salvaguardar su privacidad y exponerse frente a las demás personas, una cuestión de sumo interés en el análisis social de las redes sociales y a la que se le ha dedicado una considerable atención en el marco teórico.

Para ello hemos elaborado un bloque en nuestro cuestionario con preguntas que responden directamente a nuestros objetivos: observar si utilizan con seguridad las redes o existen prácticas de riesgo, conocer el tipo de archivos que comparten y el criterio que siguen a la hora de elegir amigos o seguidores.

Lo que primero queremos saber para poder obtener resultados óptimos es de qué manera tienen definido su perfil en cualquier red social de la que sean usuarios (privado, parcialmente privado, público). Para ello hemos cruzado el tipo de perfil con el sexo y la edad a fin de saber si alguna de las dos es estadísticamente influyente a este respecto.

Gráfico 12. Tipo de perfil por sexo (%)



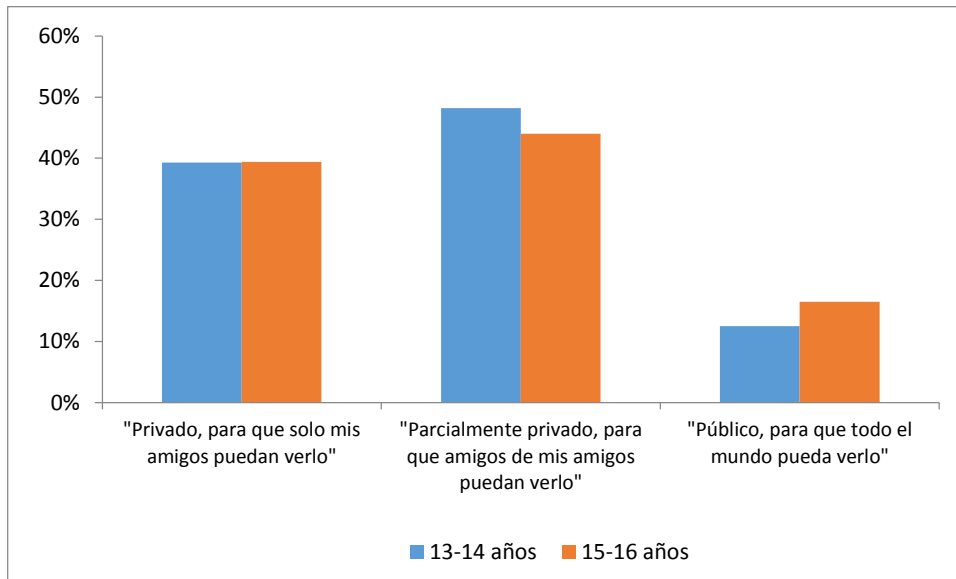
Fuente: elaboración propia

Así obtenemos unos resultados en los que se observan que casi un 47,1% de los chicos encuestados tiene su perfil parcialmente privado, frente a un 40,0% de las chicas. Llama la atención una disparidad: el 48,1% de las chicas tiene su perfil privado frente al 31,6% de los chicos (véase Gráfico 12).

Si atendemos a la prueba de chi-cuadrado, se vuelve a observar que no hay ninguna relación entre el sexo y el tipo de privacidad de la red social más utilizada; en cualquier caso, hay que matizar que el nivel de significación conseguido es el más cercano al valor 0,05 de toda la investigación (véanse Tablas V y VI del Anexo II).

En cuanto a la edad y tipo de privacidad, a simple vista la diferencia de los datos son mínimas. Solo resaltar, en este sentido, que un 20,8% de los adolescentes de Oleiros de 15 a 16 años tienen un perfil público, frente al 12,5% de 13 a 14 años. En consonancia con esta cuestión, la prueba chi-cuadrado no arroja ningún tipo de relación de significativa entre ambas variables (véanse Tablas VII y VIII del Anexo II).

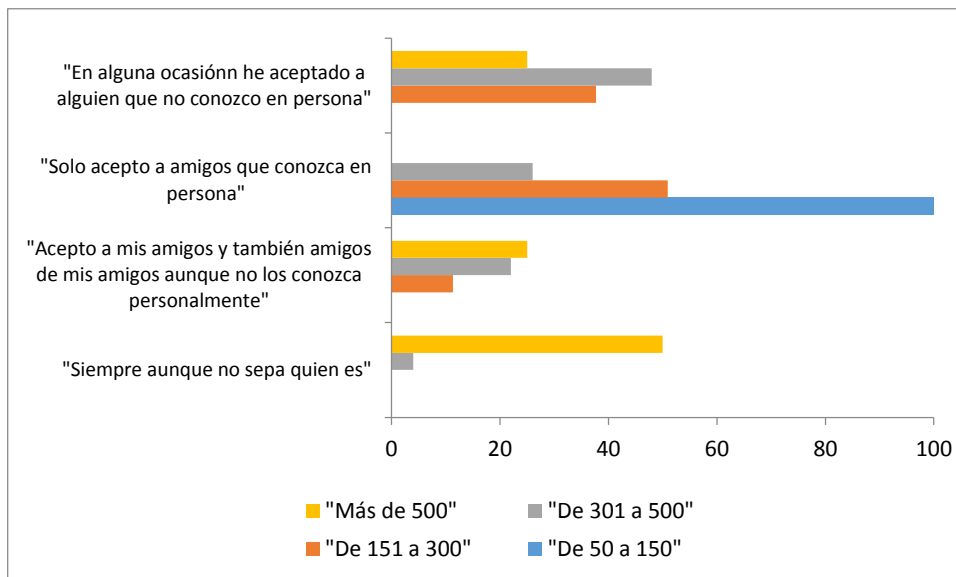
Gráfico 13. Tipo de perfil por edad (%)



Fuente: elaboración propia

De igual modo, nos parece relevante cruzar el número de contactos que los adolescentes tienen en las redes sociales, con el modo de aceptar solicitudes de amistad. Esta relación puede indicarnos algunos síntomas de conductas de riesgo ante la salvaguarda de la privacidad en las redes sociales.

Gráfico 14. Relación entre número de contactos y solicitudes (%)



Fuente: elaboración propia

La prueba para chi-cuadrado para ambas variables nominales es claramente significativa (véanse tablas IX y X del anexo). Tal y como refleja el Gráfico 14, vemos que los adolescentes que más contactos tienen en su red (más de 500), tienden a aceptar solicitudes de amistad aunque no sepan quién es la persona a la que aceptan;

por el contrario, los que menos amigos o seguidores tienen en su red social (de 50 a 150), son los chicos y chicas que solo aceptan solicitudes de personas que conozcan.

Por tanto, existen evidencias estadísticas suficientes para afirmar que, a mayor número de amigos en una red social de un adolescente en Oleiros, mayor probabilidad de que se esté utilizando un perfil público (una cuestión que deja “expuesta” su privacidad).

También, estos datos se separan de los presentados en el estudio de ámbito nacional de García Jiménez (2011); si en éste se comentaba el 67,1% de los jóvenes solo acepta a personas de su entorno, en la adolescencia de Oleiros esta cifra desciende al 38,5%.

Resulta de interés para acabar de verificar algunos de nuestros objetivos, realizar un análisis de correspondencias múltiples, técnica idónea para testar relaciones de modo visual y simultáneo entre variables de nivel nominal y ordinal de nuestro caso (en este caso, “sexo”, “edad”, “tipo de perfil” y “número de contactos”). En primer lugar, señalar que el modelo obtenido es claramente satisfactorio para las dos dimensiones: ambas presentan una inercia superior a 0,2 puntos y, por tanto, son significativas (véase Tabla IV).

Tabla IV. Resumen del modelo. Análisis de correspondencias múltiples

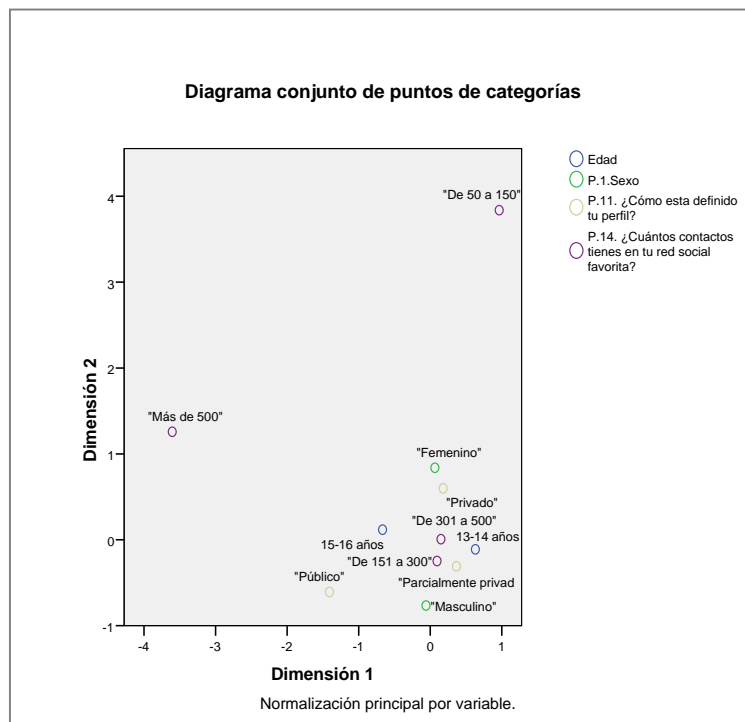
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza explicada		
		Total (Autovalores)	Inercia	% de la varianza
1	0,33	1,33	0,33	33,32
2	0,27	1,26	0,31	31,42
Total		2,59	0,65	*
Media	0,30	1,29	0,32	32,37

*El Alfa de Cronbach Promedio está basado en los autovalores promedio.

Fuente: elaboración propia

Tal y como se puede observar en el diagrama conjunto de categorías se puede apreciar con claridad algunas correspondencias de interés (véase Gráfico 15): por un lado, las que identifican una tendencia asociativa entre un perfil privado, una edad de 13 a 14 años y un número menor de contactos; por otra, las que identifican una relación entre perfil público, una edad de 15 a 16 años y un mayor número de contactos (el género del adolescente encuestado no tiene una clara capacidad discriminadora en el modelo empleado).

Gráfico 15. Diagrama puntos de categoría



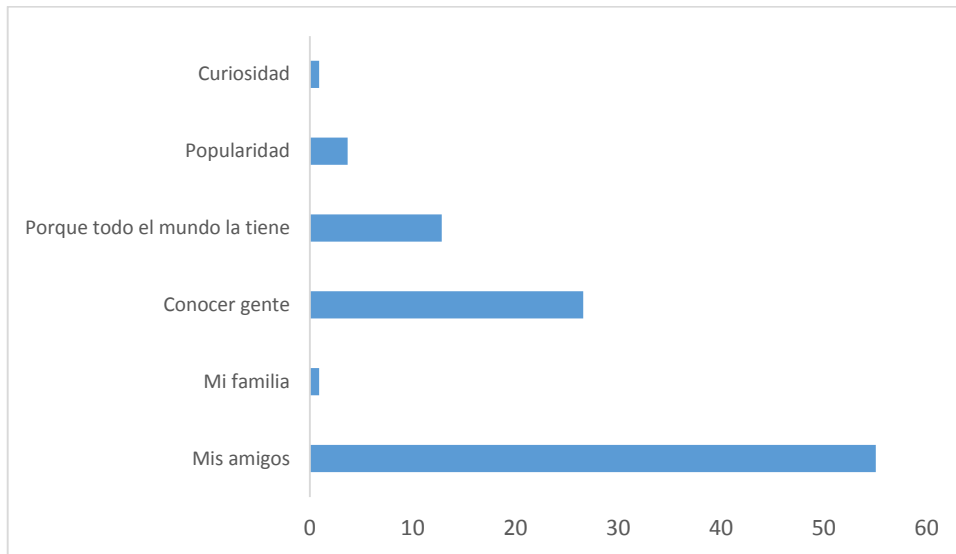
Fuente: elaboración propia

Sin duda, el análisis sobre el binomio redes sociales y privacidad abordada en este epígrafe resulta de un claro interés sociológico. De hecho, de esta parte del análisis nace una hipótesis de investigación a contrastar en futuros trabajos: ¿los usos y los hábitos en Internet y en las redes sociales de los adolescentes de Oleiros han provocado, en poco tiempo, el desarrollo de prácticas de riesgo que han construido una nueva manera de entender la privacidad?

5.5. Motivaciones en las redes sociales

Uno de nuestros últimos objetivos es saber si existe algún tipo de presión grupal en las prácticas que se realizan en las redes sociales (y algunas de las motivaciones que les han llevado a reproducirlas).

Gráfico 16. Razón para hacerte un perfil en alguna red social (%)



Fuente: elaboración propia

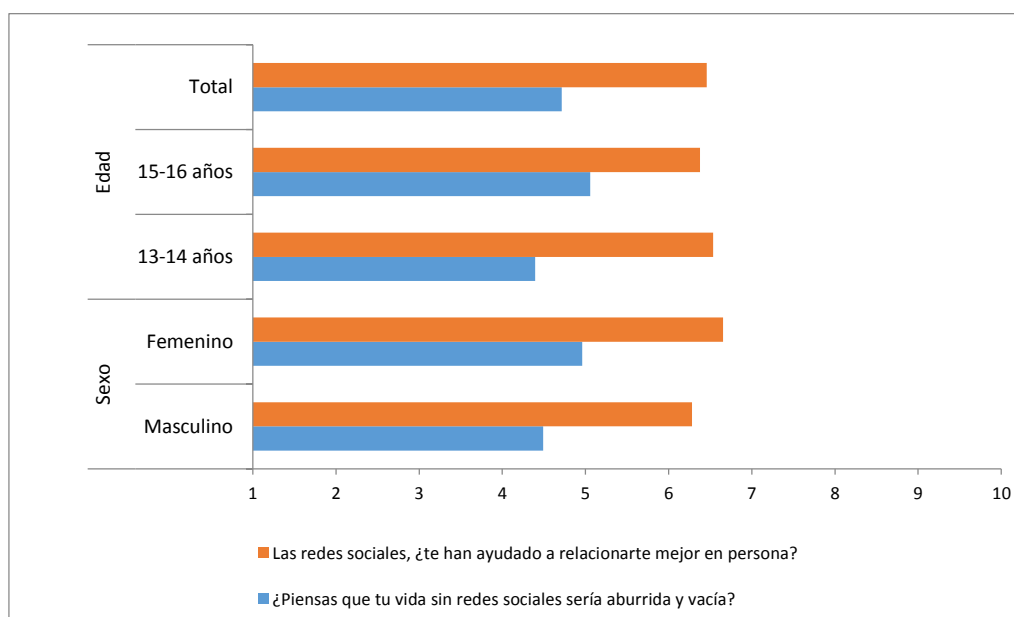
Para empezar (véase Gráfico 16), más de la mitad de los adolescentes encuestados afirma que lo que le animó a hacerse un perfil en las redes sociales han sido sus amigos, frente a un 30% que afirma que ha sido para conocer gente. Cabría destacar que un 15% de los chicos y chicas encuestados afirman haberse hecho un perfil en las redes “porque todo el mundo la tiene”.

Resulta claro que tanto el entorno de amistades como la presión social de pertenencia al grupo virtual son unos de los principales detonantes del uso de las redes sociales. Atendiendo a los aspectos analizados de la construcción de la adolescencia en el marco teórico como período de una complicada interacción social y compleja evolución psíquica, dicha presión es mucho más elevada que en otros momentos vitales.

En el último bloque de nuestro cuestionario se pregunta a los chicos y chicas si piensan que su vida sería aburrida sin redes sociales o si piensan que las redes les han ayudado a relacionarse mejor en persona (véase Gráfico 17). Los datos medios globales indican que la primera cuestión es más relevante para los encuestados (6,5 puntos sobre 10) que la segunda (4,7 puntos); esto es, prima la visión de la red social como medio relacional que como medio para conseguir un bienestar personal más elevado (aspecto que resultaría seguir estudiando en próximos análisis).

Asimismo, en lo que atañe a estas dos cuestiones, tanto la edad como el sexo de los encuestados no discriminan valores medios los suficientemente dispares como para ser comentados.

Gráfico 17. Capacidad relacional de las redes sociales (escala del 1 -nada- al 10 -mucho-)



Fuente: elaboración propia

Para acabar el análisis de resultados, nos resultó pertinente realizar un análisis de la varianza entre la variable “solicitudes de amistad” (que actúa en el modelo como único factor) y la variable de escala “piensas que tu vida sin redes sociales sería aburrida y vacía”.

Los resultados obtenidos no son significativos (véanse tablas XI y XII del Anexo II); pese a ello, parece haber indicios entre el hecho de aceptar amigos que no se conocen con el hecho de entender la red social como un elemento de diversión personal (véase en la tabla inferior que es la única categoría que se ubica en el segundo subconjunto).

Tabla V. HSD de Tukey. Vida aburrida y vacía sin redes

¿Aceptas todas las solicitudes de amistad que recibes?	N	Subconjunto para alfa = 0.05	
		1	2
"Solo acepto a amigos que conozca en persona"	42	4,36	
"En alguna ocasión he aceptado a alguien que no conozco en persona"	45	4,60	*
"Acepto a mis amigos y también amigos de mis amigos aunque no los conozca personalmente"	18	5,06	*
"Sí, siempre aunque no sepa quien es"	4		8,25
Sig.		,909	1,000

Fuente: elaboración propia

6. CONCLUSIONES

El fin primero de esta investigación era el de analizar y comprender los hábitos y los usos de Internet y de las redes sociales reproducidos por adolescentes de 13 a 16 años del Concello de Oleiros. Para ello, en primer lugar, se optó por analizar y hacer un repaso de las numerosas aportaciones que guardaban una estrecha relación analítica con nuestros intereses.

La construcción progresiva del marco teórico de esta investigación nos indujo a desarrollar una metodología cuantitativa; en concreto, partiendo del diseño de una muestra probabilística estratificada por sexo y edad de la población de los adolescentes de Oleiros, se realizó una encuesta original para la recogida de datos.

El cuestionario confeccionado ha contado con 22 preguntas destinadas a cumplir con los objetivos propuestos tras el análisis del marco teórico.

Con el análisis de resultados pudimos ir alcanzando los objetivos planteados:

- Los adolescentes utilizan como dispositivo para conectarse a Internet el teléfono móvil o Smartphone donde no cuentan con ninguna supervisión adulta ya que se pueden conectar en cualquier momento y en cualquier parte. (Objetivo 6).
- Para lo que más utilizan Internet es para mensajería instantánea (WhatsApp) y para conectarse a las redes sociales, sobre todo las redes más de moda entre los y las adolescentes (Objetivo 1).
- No hay una diferenciación ni una relación clara en cuanto al uso de las redes y el sexo, si bien es cierto que se observan algunas diferencias, como por ejemplo, las chicas son más propensas a tener sus perfiles definidos de manera más privada que los chicos (Objetivos 1 y 3).
- Por tanto, esta coyuntura es distinta a la registrada en los estudios consultados (recuérdese la investigación Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles del año 2013), puesto que el éxito de Tuenti en el contexto nacional no está siendo imitado por la adolescencia local (Objetivos 1 y 8).
- En menor medida, estas plataformas son utilizadas para conocer gente que aún no conocen (4,6 puntos sobre 10 para los adolescentes, 3,6 puntos para las adolescentes); por tanto, en una primera aproximación a la órbita de la privacidad, los encuestados muestran una primera prevención acerca de dejar que su perfil sea accesible a terceros desconocidos (recuperaremos más adelante este dato (Objetivos 1, 3 y 4).
- Los adolescentes que más contactos tienen en las redes sociales son los que suelen añadir como amigos o seguidores a personas que no conocen y son los que suelen tener los perfiles de las redes sociales públicos o semipúblicos (Objetivos 3 y 4).

- Casi todos los chicos y chicas suelen introducirse en las redes sociales porque son sus amigos los que les animan a abrirse un perfil (Objetivos 5 y 8).
- En términos generales, los usos de Internet y redes sociales mantienen una clara similitud con los reflejados en el estudio de García et al. (2013). En este sentido, la adolescencia del municipio no se separa de los hábitos de sus iguales nacionales y, presumiblemente, internacionales (Objetivo 8).
- Así obtenemos unos resultados en los que se observan que casi un 47,1% de los chicos encuestados tiene su perfil parcialmente privado, frente a un 40,0% de las chicas. Llama la atención una disparidad: el 48,1% de las chicas tiene su perfil privado frente al 31,6% de los chicos (Objetivos 3 y 4).
- Por tanto, existen evidencias estadísticas suficientes para afirmar que, a mayor número de amigos en una red social de un adolescente en Oleiros, mayor probabilidad de que se esté utilizando un perfil público (una cuestión que deja “expuesta” su privacidad) (Objetivos 3 y 4).
- También, estos datos se separan de los presentados en el estudio de ámbito nacional de García Jiménez (2011); si en éste se comentaba el 67,1% de los jóvenes solo acepta a personas de su entorno, en la adolescencia de Oleiros esta cifra desciende al 38,5% (Objetivos 3, 4 y 8).
- En el último bloque de nuestro cuestionario se preguntaba a los chicos y chicas si piensan que su vida sería aburrida sin redes sociales o si piensan que las redes les han ayudado a relacionarse mejor en persona. Los datos medios globales indican que la primera cuestión es más relevante para los encuestados (6,5 puntos sobre 10) que la segunda (4,7 puntos); esto es, prima la visión de la red social como medio relacional que como medio para conseguir un bienestar personal más elevado (Objetivo 2).

Este último es un aspecto que resulta muy interesante y que convendría seguir estudiando en próximos análisis. Los adolescentes se hallan mucho más insertos en las TIC que los adultos y, lo que es más importante, lo están en un momento de su desarrollo en el que se está conformando su personalidad. Esto puede suponer cambios con respecto a las generaciones anteriores en la concepción de lo que son las relaciones sociales. Pero sin duda, y en este marco, el análisis sobre el binomio redes sociales y privacidad resulta de un claro interés sociológico. De hecho, de esta parte del análisis nace una hipótesis de investigación a contrastar en futuros trabajos: ¿los usos y los hábitos en Internet y en las redes sociales de los adolescentes de Oleiros han provocado, en poco tiempo, el desarrollo de prácticas de riesgo que han construido una nueva manera de entender la privacidad? ¿Puede cambiar en el futuro el mismo concepto de privacidad y de seguridad tal cual lo entiende ahora la gente adulta? Son preguntas que necesitan respuesta en futuros estudios que profundicen en estas cuestiones.

Todo esto nos lleva a la conclusión de que los hábitos de nuestros adolescentes son similares a los del resto de la población, y no por ser un entorno local sus prácticas difieren mucho del resto de la población nacional. También vemos que a medida que

pasa el tiempo, las prácticas siguen siendo también similares, aunque el uso de redes sociales destaca cada vez más entre el resto de las actividades.

Tabla VI. Objetivos de la investigación

Objetivos	Se cumple
1	Sí. En general las mismas que otras poblaciones, aunque menor uso de Tuenti
2	Sí. Uso relacional y de entretenimiento básicamente
3	Sí. Sexo (varones) y edad (más jóvenes) se relacionan con tener perfiles públicos
4	Parcialmente. Se comparten fotos, música y vídeo (uso expresivo y relacional de las redes). Las razones de aceptar amistades virtuales requiere de mayor profundización
5	Sí. Las redes son un espacio en el que se reproducen los patrones de comportamiento presencial. Más que presión por <i>hacer</i> , es la presión por <i>estar</i>
6	Sí. El <i>smartphone</i> es el dispositivo estrella
7	Parcialmente. Se observan tendencias que hacen pensar que una parte significativa de los adolescentes entiende la privacidad de forma distinta a como se venía considerando
8	Sí. Los y las adolescentes de Oleiros están insertos en las TIC

Fuente: elaboración propia

Los objetivos planteados se han cumplido a pesar de las dificultades que se encontraron a medida que avanzaba la investigación. La falta de tiempo, y sobre todo de experiencia, han hecho que haya sido un trabajo arduo para una persona novel en el campo de la investigación. Aun así, los resultados han sido positivos, se ha conseguido realizar una investigación con cuerpo y capaz de obtener conclusiones creemos que interesantes, y sugerentes, sobre los adolescentes del Concello oleirense.

La mayor problemática que nos encontramos en estos meses de trabajo fue la dificultad de realizar el trabajo de campo. Realizar más de 100 encuestas, e intentar que los chicos y chicas intentasen responder y colaborasen a un cuestionario algo extenso, fue más difícil de lo que se pensó en un primer momento.

Tabla VII. Balance general de la investigación

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES	APRENDIZAJE PERSONAL
Temática actual tratada con una bibliografía sólida	Falta de hipótesis	Mejora en la búsqueda bibliográfica
Exposición de estudios nacionales similares que hacen tener un marco teórico fuerte	Falta de datos secundarios (sobre todo del año 2014)	Mayor conocimiento del tema gracias a las fuentes de datos consultadas
Cuestionario sólido para la completa recogida de resultados	Dificultad a la hora de realizar los cuestionarios	Experiencia a la hora de realizar el trabajo de campo
Investigación en un entorno local para ver si existen prácticas que difieren del resto de la población	Resultados similares a los del resto de la población, expuestos en el marco teórico	Capacidad de realizar una investigación sociológica de mayor nivel que las realizadas hasta ahora

Fuente: elaboración propia

Hubiese sido interesante a la par que más enriquecedor, haber desarrollado una metodología mixta, donde además de la parte cuantitativa, hubiésemos puesto en práctica técnicas cualitativas como la de los grupos de discusión o entrevistas en profundidad (realizándolas inclusive a padres para tener una visión adulta de nuestro objeto de estudio).

A nuestro juicio, los resultados de esta investigación no sólo se pueden medir en el hecho de haber alcanzado los objetivos planteados, sino que deben ser ponderados por el esfuerzo y el aprendizaje derivados de los mismos. Gracias a este estudio se ha aprendido a conocer la complejidad de un proceso de una investigación y las dificultades que ella conlleva.

7. BIBLIOGRAFÍA

BERNAL, C y ANGULO F. (2013): "Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales". *Revista Científica de Educomunicación*, (40): 25-30.

BERNETE, F. (2010): "Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes". *Mujeres jóvenes en el s XXI*. (88): 97-114.

BOYD, D.M., y ELLISON, N.B. (2008): "Social Network Sites: Definition, History and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13: 210-230.

CASTELLANA, M.; SANCHEZ-CARBONELL, X.; BERANUY, M., y GRANER, C. (2006): "La relación de los adolescentes con las TIC: Un tema de relevancia social". *Colegio Oficial de Psicólogos de Cataluña*. 192: 22-23.

CASTELLANA, M. (2003): La relación de los adolescentes con las personas significativas. Barcelona: PAU.

CASTELLANA, M. (2005): "El adolescente y sus personas significativas". *ROL Enfermería*. 28 (9): 18-29.

CASTELLS, M. (2001): *La galaxia Internet*. Barcelona: Areté.

DE FRUTOS, B y VÁZQUEZ, T. (2012): "Adolescentes y jóvenes en el entorno digital: análisis de su discurso sobre usos, percepción de riesgo y mecanismos de protección". *Doxa comunicación*. (15): 57-79.

FERNÁNDEZ, J.J. y RIAL, A. (2014): *Adolescentes y nuevas tecnologías: una responsabilidad compartida*. Galicia: Valedor do pobo.

FERNÁNDEZ PALOMARES, F. (2003): *Sociología de la Educación*. Madrid: Pearson.

FIEL, G. (2001): *Los grupos de charla de Internet como objeto de adicción: caso IRC*. Tesis de licenciatura. Universidad de Belgrano.

GARCÍA, M.Á.; GONZÁLEZ, V. y RAMOS, C. (2010): "Modelos de interacción en entornos virtuales de aprendizaje". *Tonos. Revista electrónica de estudios filológicos*. (19).

GARCÉS, J y RAMOS M.L. (2011): *Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La Mancha*. Castilla-La Mancha: Observatorio de Consumo del Consejo de la Juventud de Castilla-La Mancha.

GARCÍA, A., LÓPEZ DE AYALA, M.C. y CATALINA, B. (2013): Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Revista Científica de Educomunicación*. 41: 195-204.

GARCÍA FERRANDO, M. (1994): *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*. Madrid: Alianza Editorial.

GARCÍA JIMÉNEZ, A. (2011): "Una perspectiva sobre los riesgos y usos de Internet en la adolescencia". *Revista ICONO 14*. (9): 396-411.

GIL ANTÓN, ANA. (2013): "La privacidad del menor en Internet". *REDS*. 3:60-96.

INSTITUTO DEUSTO DE DROGODEPENDENCIAS (2010): *El discurso de los jóvenes en Internet*. Bilbao: Deusto publicaciones.

INTECO (2008, 2009): *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Madrid: Inteco.

JOHANSSON, A y GÖTESTAM, K. G. (2004). Internet addiction: characteristics of questionnaire and prevalence in Norwegian youth. *Scand J. Psychol.* (45): 223-229.

Lillo Espinosa, J. L. (2004): Crecimiento y comportamiento en la adolescencia. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*. 90: pp. 57-71.

MATUTE, H. (2003): *Adaptarse a Internet*. La Coruña: Editorial de La voz de Galicia.

ONTSI. (2008): "La sociedad en red. Informe anual". Madrid: Ministerio de Industria, energía y turismo.

ORELLANA MARTÍN, LAURA y FLORES BUILS, RAQUEL. (2012): TIC: un reto para adolescentes y padres. Universitat Jaume I. *Collecció, educació, orientació*.

ORIHUELA, J. L. (2008): "Internet: la hora de las redes sociales". *Nueva revista*. 119: 57-62.

REQUENA, F. (1989): "El concepto de red social". *REIS*, 48/89: 137-152.

RIAL, ANTONIO; GOMEZ, PATRICIA; BRANA, TERESA y VARELA, JESÚS (2014): "Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España)". *Anales Psicología* 30(2): 642-655.

RUBIO, A. (2009): *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*. Madrid: Instituto de la juventud.

SÁNCHEZ MARTÍN, LOURDES y MARTÍNEZ RODRIGO, ESTRELLA. (2011): *Adolescentes y redes sociales: contenidos educativos y efectos del uso de las TIC. Eje 1: la educación mediática y la competencia digital. Marco teórico y legislación educativa*. Granada: Facultad de Comunicación y Documentación, Universidad de Granada.

SÁNCHEZ-CARBONELL, X. y BERANUY, M. (2007): *La adicción a Internet como sobreadaptación social. Globalización y salud mental*. Barcelona: Herder.

SÁNCHEZ-CARBONELL, X.; BERANUY, M., CASTELLANA, M., CHAMARRO, A. y OBERST, U. (2008): La adición a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno? *Adicciones*. 149-160.

SÁBADA, C y BRINGUÉ, X. (2010): “Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva”. *CEE Participación educativa*. 15: pp. 86-104.

SÁNCHEZ BURÓN, A y FERNÁNDEZ MARTÍN, M^a.P. (2010): “Informe Generación 2.0 2010: Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas”. Madrid: Universidad Camilo José Cela.

OTRAS REFERENCIAS

IGE. Enquisa de condicións de vida (Módulo de novas tecnoloxías).

INE. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H).

8. ANEXO I: CUESTIONARIO

Num. De cuestionario: _____

Código: _____

Fecha de realización: _____

Hora: _____

Buenos días/tardes. Estamos realizando un estudio sobre los adolescentes en las redes sociales en el Concello de Oleiros. Para este estudio se precisa tu opinión. Le garantizamos el absoluto anonimato y secreto de sus respuestas en el más sentido cumplimiento de las leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales.

DATOS PERSONALES

P.1. Sexo

- Masculino
- Femenino

P.2. ¿Podrías indicarme tu año de nacimiento? _____

P.3. ¿En qué colegio o instituto estudias? _____

P.4. ¿Tienes hermanos?

- Sí ¿Cuántos? _____
- No

HÁBITOS Y USOS DE INTERNET

P.5. ¿Dónde usas habitualmente Internet? (Marca un máximo de 3 respuestas por orden de enunciación)

- En el ordenador familiar
- En mi ordenador propio
- En el móvil
- En la tablet de tus padres
- En tu propia tablet
- En otros dispositivos

P.6. ¿Con qué frecuencia usas Internet?

- Todos los días
- Casi todos los días
- Uno o dos días a la semana
- Una o dos veces al mes
- Esporádicamente

P.7. ¿Cuántas horas al día dedicas a usar Internet?

- Menos de una hora al día
- Entre una y dos horas
- Entre dos y tres horas al día
- Más de tres horas al día

P.8. De las siguientes cuestiones, ¿cuáles has hecho con más frecuencia durante el último mes en Internet? Para contestar, utiliza esta escala del 1 al 10, donde 1 es con ninguna frecuencia y 10 es con mucha frecuencia.

	1 Ninguna frecuencia	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Mucha frecuencia
Usar Internet para trabajos escolares										
Buscar información o noticias en Internet										
Ver vídeos (por ejemplo Youtube)										
Usar mensajería instantánea (Messenger, WhatsApp)										
Enviar o recibir e-mails										
Descargar música o películas										
Juegos on-line										
Redes sociales										

P.9. ¿Tienes tu propio perfil en una red social?

- Sí
- No

P.10. ¿En qué redes sociales tienes tu propio perfil? (Puedes marcar más de una respuesta por orden de enunciación).

- Tuenti
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Snapchat
- Hi5
- Flickr
- Otras ¿Cuáles? _____

P.11. ¿Cómo está definido tu perfil?

- Privado, para que solo mis amigos puedan verlo
- Parcialmente privado, para que amigos de mis amigos puedan verlo
- Público, para que todo el mundo pueda verlo

P.12. ¿Qué elementos están en tu perfil? (Puedes escoger tres opciones, por orden de enunciación)

- Una foto que muestra tu cara de forma clara.
- Tu nombre y apellidos
- Una imagen que no refleja tu identidad
- Tu edad real
- Tu colegio
- Una edad que no es la que realmente tienes
- Tu dirección
- Tu teléfono personal
- Otros datos personales

P.13. ¿Para qué utilizas las redes sociales? Contesta siguiendo esta escala del 1 al 10, donde 1 es “nada importante” y 10 “muy importante”.

	1 Nada importante	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Muy importante
Para estar en contacto con mis amigos										
Para conocer gente nueva que conozco										
Para conocer gente nueva que no conozco										
Para contactar con personas que hace tiempo que no veo										
Para quedar con mis amigos para salir										
Para acceder a ofertas culturales (por ejemplo, descuento en las entradas de cine)										
Para que las demás personas vean mis fotos y compartan lo que escribo										
Para ver las fotos que cuelgan las personas que tengo agregadas										
Para compartir música o videos										
Para cuestiones académicas (hacer los deberes)										
Para informarme										
Para seguir a gente famosa (por ejemplo, “bloggers” o jugadores de fútbol)										
Para jugar on-line con otras personas										

P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?

- Menos de 49
- De 50 a 150
- De 151 a 300
- De 301 a 500
- Más de 500

PRIVACIDAD

P.15. ¿Aceptas todas las solicitudes de amistad que recibes?

- Sí, siempre aunque no sepa quién es
- Acepto a mis amigos y también amigos de mis amigos aunque no los conozca personalmente
- Solo acepto a amigos que conozca en persona
- En alguna ocasión he aceptado a alguien que no conozco en persona

P.16. ¿Sueles subir fotos tuyas a las redes sociales? (Puedes escoger, como máximo 3 opciones, por orden de enunciación)

- Subo la mayoría de fotos que tengo
- Subo fotos en las que salga yo solo/sola
- Subo algunas fotos, aunque salga con otras personas
- Sólo subo fotos en las que salga yo, si salgo con otras personas les pido permiso
- Nunca subo fotos mías o de mis amigos

P.17. ¿Tus amigos han colgado alguna foto tuya en alguna red social?

- Muchas veces
- Algunas veces
- Nunca

P.18. Cuando un amigo cuelga una foto tuya en una red social, ¿te pide permiso primero?

- Sí, siempre
- Depende de que foto sea
- Depende de que amigo
- No, nunca

P.19. ¿Alguna vez has visto que insulta, dañan o humillan a alguien en alguna red social?

- Sí, muchas veces
- Alguna vez
- No, casi nunca
- No, nunca

P.20. Las redes sociales, ¿te han ayudado a relacionarte mejor en persona? Utiliza esta escala, donde 1 es “nada” y 10 es “mucho”.

Nada

Mucho

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

P.21. ¿Qué te animó a hacerte un perfil en una red social? Puedes escoger un máximo de 3 respuestas, por orden de enunciación.

- Mis amigos
- Mi familia
- Conocer gente
- Porque todo el mundo la tiene
- Popularidad
- Curiosidad
- Otros

P.22. ¿Piensas que tu vida sin redes sociales sería aburrida y vacía? Utiliza esta escala donde 1 es “nunca” y 10 es “siempre”.

Nunca

Siempre

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

¡Muchas gracias por su colaboración!

9. ANEXO II: TABLAS DE RESULTADOS

Tabla de contingencia y prueba de chi-cuadrado (tablas I y II). Frecuencia de uso de Internet * sexo

Tabla de contingencia

			P.6. ¿Con qué frecuencia usas internet?			Total
			"Todos los días"	"Casi todos los días"	"Una o dos veces al mes"	
P.1. Sexo	Masculino	Recuento	56	0	1	57
		% de P.1.Sexo	98,2%	,0%	1,8%	100,0%
	Femenino	Recuento	50	2	0	52
		% de P.1.Sexo	96,2%	3,8%	,0%	100,0%
Total		Recuento	106	2	1	109
		% de P.1.Sexo	97,2%	1,8%	,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,117(a)	2	,210
Razón de verosimilitudes	4,269	2	,118
Asociación lineal por lineal	,055	1	,815
N de casos válidos	109		

a 4 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,48.

Tabla de contingencia y prueba de chi-cuadrado (tablas III y IV). Frecuencia de uso de Internet * edad

Tabla de contingencia

			P.6. ¿Con qué frecuencia usas internet?			
			"Todos los días"	"Casi todos los días"	"Una o dos veces al mes"	Total
Edad	13-14 años	Recuento	53	2	1	56
		% de Edad	94,6%	3,6%	1,8%	100,0%
	15-16 años	Recuento	53	0	0	53
		% de Edad	100,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		Recuento	106	2	1	109
		% de Edad	97,2%	1,8%	,9%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,920(a)	2	,232
Razón de verosimilitudes	4,076	2	,130
Asociación lineal por lineal	2,177	1	,140
N de casos válidos	109		

a 4 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,49.

Tablas de contingencia y prueba de chi-cuadrado (tablas V y VI). Sexo * tipo de perfil.

			P.11. ¿Cómo está definido tu perfil?			
			"Privado, para que solo mis amigos puedan verlo"	"Parcialmente privado, para que amigos de mis amigos puedan verlo"	"Público, para que todo el mundo pueda verlo"	Total
P.1.S exo	"Masculino"	Recuento	18	27	12	57
		% de P.1.Sexo	31,6%	47,4%	21,1%	100,0%
	"Femenino"	Recuento	25	21	6	52
		% de P.1.Sexo	48,1%	40,4%	11,5%	100,0%
Total		Recuento	43	48	18	109
		% de P.1.Sexo	39,4%	44,0%	16,5%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,668(a)	2	,160
Razón de verosimilitudes	3,706	2	,157
Asociación lineal por lineal	3,596	1	,058
N de casos válidos	109		

a 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 8,59.

Tablas de contingencia y prueba de chi-cuadrado (tablas VII y VIII). Edad * tipo de perfil.

			P.11. ¿Cómo está definido tu perfil?			
			"Privado, para que solo mis amigos puedan verlo"	"Parcialmente privado, para que amigos de mis amigos puedan verlo"	"Público, para que todo el mundo pueda verlo"	Total
Edad	13-14 años	Recuento	22	27	7	56
		% de Edad	39,3%	48,2%	12,5%	100,0%
	15-16 años	Recuento	21	21	11	53
		% de Edad	39,6%	39,6%	20,8%	100,0%
Total		Recuento	43	48	18	109
		% de Edad	39,4%	44,0%	16,5%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,581(a)	2	,454
Razón de verosimilitudes	1,589	2	,452
Asociación lineal por lineal	,334	1	,564
N de casos válidos	109		

a 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 8,75.

Tablas de contingencia y prueba de chi-cuadrado (tablas IX y X). Relación entre contactos * solicitudes

			P.15. ¿Aceptas todas las solicitudes de amistad que recibes?				Total "SÃ-, siempre aunque no sepa quien es"
			"Siempre aunque no sepa quien es"	"Acepto a mis amigos y también amigos de mis amigos aunque no los conozca personalmente"	"Solo acepto a amigos que conozca en persona"	"En alguna ocasión he aceptado a alguien que no conozco en persona"	
P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?	"De 50 a 150"	Recuento	0	0	2	0	2
		% de P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
	"De 151 a 300"	Recuento	0	6	27	20	53
		% de P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?	,0%	11,3%	50,9%	37,7%	100,0%
	"De 301 a 500"	Recuento	2	11	13	24	50
		% de P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?	4,0%	22,0%	26,0%	48,0%	100,0%
	"Más de 500"	Recuento	2	1	0	1	4
		% de P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?	50,0%	25,0%	,0%	25,0%	100,0%
Total		Recuento	4	18	42	45	109
		% de P.14. ¿Cuántos contactos tienes en tu red social favorita?	3,7%	16,5%	38,5%	41,3%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	37,161(a)	9	,000
Razón de verosimilitudes	24,702	9	,003
Asociación lineal por lineal	2,792	1	,095
N de casos válidos	109		

a 10 casillas (62,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,07.

Anova de un factor (tablas XI y XII). Solicitudes de amistad * vida aburrida y vacía sin redes sociales.

ANOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	58,046	3	19,349	3,115	,029
Dentro de grupos	652,137	105	6,211		
Total	710,183	108			

P.22. ¿Piensas que tu vida sin redes sociales sería aburrida y vacía?

HSD Tukey^{a,b}

P.15. ¿Aceptas todas las solicitudes de amistad que recibes?	N	Subconjunto para alfa = 0.05	
		1	2
"Solo acepto a amigos que conozca en persona"	42	4,36	
"En alguna ocasión he aceptado a alguien que no conozco en persona"	45	4,60	
"Acepto a mis amigos y también amigos de mis amigos aunque no los conozca personalmente"	18	5,06	
"Sí, siempre aunque no sepa quién es"	4		8,25
Sig.		,909	1,000

Se visualizan las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Utiliza el tamaño de la muestra de la media armónica = 11,377.

b. Los tamaños de grupo no son iguales. Se utiliza la media armónica de los tamaños de grupo. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.