



---

# Universidad de Valladolid

**MÁSTER EN COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES:  
ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS**

*LA INFLUENCIA DE LAS TIC EN EL DESARROLLO DEL  
PREADOLESCENTE Y ADOLESCENTE:*

*HACIA UNA CIUDADANÍA DIGITAL RESPONSABLE*

Trabajo Fin de Máster

2012-2013

*Alumna*

**M<sup>a</sup> Mercedes Marcos Santos**

*Dirigido por la Doctora*

Belinda de Frutos Torres

## AGRADECIMIENTOS

*Quiero agradecer a Jorge, mi pareja, la confianza, consejo y apoyo que me ha brindado durante estos años, siendo mi gran compañero de la vida y ayudándome a encontrarme a mí misma cuando lo he necesitado.*

*A mi hermana Rebeca, cuyo cariño y apoyo siempre siento cerca de mí a pesar de la distancia.*

*A mis padres, que tras una vida llena de esfuerzos y sacrificios han logrado que sus hijas reciban una gran herencia intelectual y cultural.*

*También quiero agradecer su colaboración y esfuerzo a mi tutora Belinda, así como a la responsable de ANAR, Natalia, y a todos los demás que han contribuido a la realización de este trabajo.*

*Mi objetivo logrado es también el vuestro. Gracias.*

## ÍNDICE

<b>Resumen</b> .....	6
----------------------	---

### **CAPÍTULO 1**

<b>Introducción</b> .....	8
---------------------------	---

1.1. Justificación del estudio.....	10
-------------------------------------	----

1.2. Identificación del problema .....	11
--	----

### **CAPÍTULO 2**

<b>Estado de la cuestión</b> .....	12
------------------------------------	----

2.1. Internet.....	14
--------------------	----

2.1.1. Equipamiento y uso de Internet.....	14
--	----

2.1.2. Lugar y tipos de dispositivos de acceso a Internet .....	15
---	----

2.1.3. Uso de Internet .....	16
------------------------------	----

2.2. Redes Sociales .....	17
---------------------------	----

2.2.1. Uso de las redes sociales .....	18
--	----

2.2.2. Frecuencia de uso de las redes sociales.....	19
---	----

2.2.3. Finalidad de uso de las redes sociales .....	20
---	----

2.2.4. Tuenti y Facebook, las más destacadas.....	21
---	----

2.2.5. Tipos de contacto en redes sociales .....	22
--	----

2.2.6. Acceso a Internet a través de móvil.....	23
---	----

2.3. Adolescentes .....	23
-------------------------	----

2.3.1. Los valores en los adolescentes.....	25
---	----

2.3.2. Características de las nuevas generaciones.....	27
--	----

2.3.3. Carencias y dificultades de los adolescentes frente a las TIC .....	30
--	----

2.3.4. Ciudadanía digital .....	31
---------------------------------	----

2.4. Problemas y conductas de riesgo en la red .....	32
--	----

## **CAPÍTULO 3**

<b>Objetivos e hipótesis</b> .....	36
3.1. Objetivos generales .....	37
3.2. Objetivos específicos .....	37
3.3. Hipótesis .....	38

## **CAPÍTULO 4**

<b>Metodología</b> .....	39
4.1. Técnicas de investigación.....	40
4.2. Ficha técnica de la encuesta .....	41
4.3. Muestra .....	44

## **CAPÍTULO 5**

<b>Análisis de resultados</b> .....	47
5.1. Descriptivos de la muestra.....	48
5.2. Uso y consumo de redes sociales .....	48
5.3. Control de seguridad, privacidad y contenidos .....	50
5.4. Experiencias que refuerzan el uso de redes sociales.....	53
5.5. Rendimiento académico.....	54
5.6. Factores asociados al riesgo .....	56
5.6.1. Consumo y riesgo.....	56
5.6.2. Consumo y rendimiento académico .....	58
5.6.3. Riesgo y rendimiento académico.....	59
5.6.4. Autopercepción de riesgo y control de contenidos.....	60

## **CAPÍTULO 6**

<b>Conclusiones</b> .....	62
---------------------------	----

## CAPÍTULO 7

<b>Propuesta de Comunicación con Fines Sociales: hacia una ciudadanía digital responsable</b> ....	65
6.1. Justificación de la propuesta.....	66
<b>Referencias</b> .....	74
<b>Anexo: Cuestionario</b> .....	81

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### Tablas

Tabla 1. Categorías de redes sociales según su enfoque .....	18
Tabla 2. Técnicas de investigación que se aplicarán .....	40
Tabla 3. Total de materias suspensas.....	55
Tabla 4. Media de respuestas: autopercepción como estudiante .....	56
Tabla 5. Correlaciones entre consumo y experiencia de riesgo en redes sociales.....	57
Tabla 6. Correlaciones entre consumo y rendimiento académico.....	58
Tabla 7. Correlaciones entre riesgo y rendimiento académico .....	59
Tabla 8. Correlaciones entre autopercepción de riesgo y control .....	60

### Gráficos

Gráfico 1. Menores que se han sentido dañados entre aquellos que han experimentado los diferentes rasgos (%) .....	34
Gráfico 2. Cuentas totales activas en redes sociales.....	49
Gráfico 3. Consumo de redes sociales por franjas horarias (de 14:00h a 22:00h) .....	50
Gráfico 4. Diferencias por género de la información que se muestra en perfiles de redes sociales.....	51
Gráfico 5. Experiencia sobre riesgos en redes sociales .....	52
Gráfico 6. Grado de importancia.....	54

*"Estamos en un veloz automóvil, yendo a gran velocidad hacia el futuro, utilizando sólo el espejo retrovisor"*

**Marshall McLuhan**

## **RESUMEN**

Las TIC generan profundos cambios en nuestra sociedad, especialmente en la población adolescente, lo que está provocando en estos un uso muy elevado de las mismas. El trabajo que aquí se presenta se centra en los hábitos de uso que hacen de Internet y redes sociales los preadolescentes y adolescentes, así como en los riesgos a los que potencialmente se enfrentan. Su objetivo es conocer el contexto tecnológico que rodea a los adolescentes, centrándonos ante todo en las conductas de riesgo de éstos a la hora de usar las redes sociales. El estudio utiliza una metodología cuantitativa. La recogida de datos se realizó mediante un cuestionario administrado a una muestra de 370 personas con edades comprendidas entre 14 y 18 años procedentes de varios centros de Educación Secundaria de la provincia de Segovia. Los resultados muestran que la mayor parte de los adolescentes afirma tener abiertas más de una cuenta o perfil en redes sociales, lo que supone mayores riesgos para ellos. En relación a esto, el análisis de datos nos muestra que 3 de cada 4 adolescentes ha sufrido algún tipo de riesgo o experiencia negativa en redes sociales. Sin embargo, la mayoría de ellos no tienen una idea clara o definida acerca de si el uso de las redes sociales conlleva riesgos. Estos y el resto de resultados nos llevan a diseñar una propuesta de acción basada en la realización de talleres para que los menores tomen conciencia de los riesgos asociados al uso de las redes sociales y promover un cambio de actitud en la población de adolescentes. Así, el objetivo último de nuestra propuesta es el de prevenir futuros problemas relacionados con la utilización de estas tecnologías y promocionar hábitos saludables para que el menor se relacione con ellas de una forma adecuada.

## **PALABRAS CLAVE**

Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), Internet, redes sociales, adolescentes, nativos digitales, ciudadanía digital, usos y privacidad, conductas de riesgo y prevención.

## **ABSTRACT**

ICT generates profound changes in our society, especially in the adolescent population, which is causing in them a very high use of the same. The work presented here focuses on the usage habits that tweens and teens make the Internet and social networks, as well as the potential risks they face. It aims to meet the technological context surrounding the adolescents, focusing primarily on risk behaviors when they use social media. The study uses a quantitative methodology. The collection of data was performed using a questionnaire administered to a sample of 370 people with ages between 14 and 18 years from several Secondary Schools of the province of Segovia. The results show that the majority of teens say they have opened more than one account or profile in social networks, which means greater risks for them. In this connection, the data analysis shows that 3 out of 4 teens have suffered some form of risk or negative experiences on social networks. However, most of them don't have a clear idea or definite about whether the use of social networks carries risks. These and other results lead us to design an action proposal based on activities to the under-age so that they become aware of the risks associated with the use of social networks and promote a change of attitude in the adolescent population. Thus, the ultimate aim of our proposal is to prevent future problems related to the use of these technologies and to promote healthy habits for the under-age in order to they meet to them in an appropriate way.

## **KEYWORDS**

Information Technology and Communication (ICT), Internet, social networking, teens, digital natives, digital citizenship, uses and privacy, risk behaviors and prevention.



## INTRODUCCIÓN

El continuo desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC de aquí en adelante) ha favorecido numerosos cambios en la forma de comunicarnos y relacionarnos en la sociedad. Dichos cambios han dado lugar a nuevos patrones de pensamiento y de comportamiento, sobre todo en los jóvenes, que son los mayores usuarios de las tecnologías. Así, este progresivo desarrollo ha permitido incrementar la velocidad del flujo de la información y de los conocimientos, así como su difusión.

De todos los elementos que integran las TIC se podría decir que Internet es el canal de información y comunicación más importante en la actualidad. No se trata sólo de un medio de comunicación más, sino que también es un medio de interacción y de organización social. Internet no solo se consume, también se comparte, es decir, se trata de un medio que interactúa con el conjunto de la sociedad, la cual disfruta de sus contenidos con total libertad. Internet nos abre las puertas de una nueva era, nos permite desarrollar nuevas actividades, enriquecedoras para el desarrollo de nuestra personalidad y forma de vida.

La implantación y desarrollo acelerado de Internet, junto con el avance de la telefonía móvil y de las redes sociales, están dando lugar a nuevos retos a los que se enfrenta la sociedad y, sobre todo, las nuevas generaciones. En consecuencia, podemos decir que Internet se ha convertido en el medio de referencia de los adolescentes, constituyendo una importante forma de aprendizaje y desarrollo para ellos, así como una manera de satisfacer sus necesidades. La adopción del medio interactivo supone el desarrollo de nuevas aptitudes y actitudes vinculadas a las nuevas tecnologías en general y especialmente aquellas relacionadas directamente con Internet. De forma simultánea, nos encontramos con el resto de generaciones, progenitores y docentes, que tienen un doble reto. Por un lado, formarse en las tecnologías y en la red y, por otro, educar a los adolescentes en un mundo que no conocen completamente, ya que, en la mayoría de los casos, los menores tienen un mayor dominio de las Tecnologías de la Información y Comunicación que ellos mismos.

Así, cabe decir que Internet ha trascendido las barreras de los medios para convertirse en un fenómeno social, sobre todo para los jóvenes y en especial para los adolescentes. En este sentido, hay que señalar el desarrollo de las redes sociales, las cuales se han configurado como un nuevo espacio de relación social y de conversación multimedia. Por lo tanto, a las relaciones sociales convencionales (cara a cara) hay que sumarle las relaciones online y, con ello, nuevos recursos, formatos y posibilidades de presentarse y comunicarse en sociedad.

Dicho esto, podemos señalar que Internet y las redes sociales se han convertido en poco tiempo en algo imprescindible en la vida de los adolescentes (como forma de comunicación, ocio o aprendizaje, entre otras cosas) y en unas de las claves para entenderlos.

En relación a lo anterior surge la necesidad de conocer a fondo esta realidad virtual y global para poder concretar posibles peligros que deriven del uso de Internet y de todas sus aplicaciones y herramientas, así como para asentar unas bases firmes de utilización y manejo de las tecnologías que las nuevas generaciones puedan seguir. En este sentido, hay que señalar la responsabilidad de los poderes públicos, los medios convencionales de comunicación, los servidores y sitios web y, por supuesto, las propias familias de los más jóvenes a la hora de salvaguardar la vulnerabilidad de los menores, ya que, en su mayoría, no tienen suficiente autocontrol en la utilización de las TIC. Podemos decir que no se trata tanto de alertar a los adolescentes contra la utilización de las TIC, sino de aprovechar las oportunidades y recursos que ofrecen así como potenciar su buen uso que, necesariamente, pasa por el control externo y el autocontrol.

## **1.1. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

Las TIC generan profundos cambios en nuestra sociedad. Esta influencia es especialmente notable en la población adolescente y está provocando en estos un elevado uso de las mismas. Así, las TIC, especialmente Internet, están cada vez más presentes en la sociedad, mientras los diferentes agentes implicados (como gobierno, colegios, familias, etc.) tratan de maximizar las oportunidades y reducir los riesgos que pueden aparecer asociados a esta creciente práctica tecnológica. Los riesgos relativos a este uso surgen en relación a dos ejes:

- Los menores son usuarios muy activos de las TIC. La franja de edad con un incremento del uso de las tecnologías es la adolescencia, donde a menudo se hace un uso sin control ni información suficiente.
- Se percibe la vulnerabilidad de los menores ante las TIC pero se carece de plataformas de concienciación, de comprensión parental, de regulación y de seguridad en nuestra sociedad.

Por ello, es necesario y muy importante conocer los hábitos de uso que los menores hacen de las tecnologías, qué les motiva a usarlas, qué valores reciben, cómo influyen en sus relaciones interpersonales, etc. para poder fomentar y facilitar un uso de las TIC seguro, flexible y saludable entre las nuevas generaciones.

## **1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Desde un punto de vista evolutivo y social, la adolescencia es un periodo crítico en la vida del individuo, pues en esta etapa se producen diferentes transformaciones (en las relaciones sociales, en la comprensión del entorno, en la madurez sexual, etc.). A esto se une el hecho de que los menores atraviesan dificultades relacionadas con las formas de pensar, de consumir, de recibir información, etc., derivadas de las características de nuestra sociedad actual (cambios de perspectiva en la captación de valores fundamentales, omnipresencia de los medios de comunicación, cultura de lo efímero, satisfacción inmediata, cambios en la forma de vivir los momentos de ocio, etc.) (Castells, 2001). Por otro lado, la tecnología resulta especialmente atractiva para la población adolescente, ya que supone nuevas formas de comunicarse, de ocio, de informarse, etc. Así, poco a poco, los adolescentes se han convertido en los principales usuarios de las TIC, a las que dedican cada vez más tiempo y recursos económicos. En este contexto vemos cómo las TIC, creadas para facilitarnos la vida, pueden también acarrear numerosas complicaciones y riesgos, especialmente en la población de menores.

Teniendo en cuenta lo anterior y el hecho de que los menores son una población susceptible de sufrir riesgos (tanto activos como pasivos) relacionados con el mal uso de las TIC, vemos que es necesario investigar el entorno tecnológico que rodea a los más pequeños para detectar las nuevas situaciones de riesgo que pueden ser problemáticas para ellos. Así, podremos educar a los adolescentes en las tecnologías del aprendizaje y del conocimiento. Es decir, en el uso de esas tecnologías para aprender a formarse. Si educamos a los adolescentes en valores en el mundo real seguramente cometan menos errores en el mundo virtual.

## ESTADO DE LA CUESTIÓN

En la actualidad, el crecimiento de las TIC ha puesto en marcha un proceso de conectividad permanente, que ha permitido multiplicar las posibilidades de generar y difundir información y conocimiento, eliminando progresivamente barreras espacio-temporales. Para comprender lo que son las TIC podemos destacar las siguientes definiciones:

*“En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexiónadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas (Cabero, 1998)” (Belloch, 2012, p. 2).*

*“Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar. [...] Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción (Castells, 2002)” (Torres, 2005, p. 3).*

De acuerdo con estas definiciones, podemos establecer que las TIC son sistemas tecnológicos a través de los cuales se recibe, manipula o se procesa información, lo que facilita la comunicación en la sociedad. Por lo tanto, en la sociedad actual, las TIC son herramientas que facilitan el acceso al conocimiento y potencian la capacidad de innovación dentro de un mundo globalizado. Asimismo, podemos calificar a nuestra sociedad actual como Sociedad de la Información, dentro de la cual se ha producido una importante y profunda transformación tanto de las estructuras, patrones de vida y cultura de los individuos como de las relaciones sociales. *“Se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada en el procesamiento de información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información (Castells, 2002)” (Torres, 2005, p. 3).*

Dentro de las TIC, lo más destacado es Internet, red de redes que ha ido creciendo a lo largo de los años y ha tenido un gran impacto tanto en procesos económicos y culturales como en el desarrollo de nuevas formas de interacción, comunicación e intercambio de experiencias en la sociedad. Así, podemos concretar que una de las características de la Sociedad de la Información es el uso de Internet.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos establecer que las TIC, así como el uso de Internet, son muy positivos y suponen un gran volumen de oportunidades para la población adolescente, pues ponen a su alcance numerosos conocimientos y nuevos retos, que generan a su vez nuevos conceptos (Canalda, 2011). Las TIC forman parte de la vida de los más jóvenes y suponen para ellos una oportunidad para aprender, desarrollarse como personas y satisfacer muchas de sus necesidades. Podemos decir que el mayor atractivo de las tecnologías para los jóvenes lo encontramos en la posibilidad de obtener una respuesta inmediata, la interactividad y la posibilidad de desarrollo de actividades diferentes (Echeburúa y Corral, 2010). Como hemos dicho, su uso es positivo, siempre que no se dejen de lado las demás actividades propias de una vida normal y saludable.

## **2.1. INTERNET**

### **2.1.1. Equipamiento y uso de Internet**

Durante la década de los noventa se popularizó el uso de las TIC, especialmente de Internet. En estos momentos era normal que el ordenador personal ocupara un lugar común en el hogar para que cualquier miembro de la familia pudiese acceder al mismo, dándole diferentes usos relacionados con la ofimática, el ocio, los estudios, entre otros (Martínez y Espinar, 2012). Con el paso del tiempo hemos observado cómo el número de ordenadores personales ha ido creciendo en el hogar y, sin lugar a dudas, es básico y habitual el disponer de conexión a Internet para la mayor parte de las familias. Por lo tanto, las TIC han cambiado, y lo seguirán haciendo, el panorama de medios en cuanto a consumo se refiere, sobre todo en el ámbito de la población joven. Éstos han integrado las tecnologías y el uso de Internet con mayor facilidad e intensidad que otros segmentos de la población. Según el estudio sobre Actitudes hacia las Tecnologías de la Información y la Comunicación realizado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), un 94,5% de jóvenes de edades entre 15 y 21 años accedió a Internet en los últimos tres meses. De estos, un 65,3% había accedido varias veces al día (CIS, 2011). En este sentido apuntan los datos del estudio de Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y de la Comunicación en el Hogar del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Un 94,5% de los jóvenes entre 16 y 24 años acceden a Internet al menos una vez por semana, mientras que el porcentaje de niños entre 10 y 15 años usuarios de Internet es un poco más bajo con un 91,2% (INE, 2012). Del mismo modo, el último informe publicado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONSTI) sobre la demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información indica que el 62,5% de los individuos de 15 y más años ha accedido a Internet en el último mes (ONSTI, 2013). Dichos datos no se alejan de la penetración de la población general, pues la última ola del Estudio General del Medios (EGM) indica que la penetración del medio Internet es del 76,1% en la población de jóvenes entre 14 y 19 años (AIMC, 2013)<sup>1</sup>.

Por lo tanto, teniendo en cuenta estos datos, podemos hablar de una adopción generalizada de las TIC en el segmento de población de los más jóvenes.

### **2.1.2. Lugar y tipos de dispositivos de acceso a Internet**

Los lugares de uso de internet implican unas convenciones sociales particulares en lo que se refiere a libertad, privacidad, sociabilidad, seguridad y vigilancia. Hasta hace pocos años el acceso a internet estaba limitado a los ordenadores de sobremesa, normalmente ubicados en un lugar común del hogar familiar. Con el desarrollo de Internet, así como de las tecnologías móviles y los dispositivos personalizados, han aparecido diversas formas de conexión para las nuevas generaciones. Cada vez es más habitual que los jóvenes dispongan de ordenadores, videoconsolas, reproductores de audio o de vídeo portátiles y, por supuesto, teléfonos móviles de última generación. De esta forma, los menores pueden evitar la supervisión paternal y usar internet de manera totalmente privada. Sin embargo, diversos estudios nos muestran que, a pesar de la diversidad de dispositivos de acceso a la red, el principal sigue siendo el ordenador compartido, seguido por el ordenador de uso privado y, por último, el teléfono móvil (INJUVE, 2011; Garmendia et al, 2011). Asimismo, vemos que los datos del estudio de Equipamiento en el Hogar del INE van en la misma dirección. Un 97,2% de jóvenes entre 16 y 24 años usa el ordenador y un 99% utiliza un teléfono móvil. En el caso de niños entre 10 y 15 años un 96% ha usado un ordenador en los últimos 3 meses y un 65,8% dispone de teléfono móvil propio (INE, 2012).

---

<sup>1</sup> Los datos del Estudio General de Medios se refieren al día de ayer, por lo que los datos de penetración del medio pueden variar.



En relación a los lugares de acceso a la red, observamos que los datos de encuesta *EUKids Online* nos muestran que el 84% de niños españoles entre 9 y 16 años afirma utilizar Internet en casa. Un 63% lo hace en el salón u otra habitación común. Mientras, el 42% puede usar Internet en su propio cuarto o habitación privada del hogar. El segundo lugar de acceso a Internet es el colegio con un 70% (Garmendia et al, 2011). En el mismo sentido apuntan el INJUVE, que nos dice que un 68% de jóvenes entre 14 y 19 años accede a Internet desde su propia habitación del hogar familiar u otro cuarto privado (INJUVE, 2011), y el INE. El 87,7% de niños entre 10 y 15 años accede a Internet desde la vivienda familiar (INE, 2012).

Así, de acuerdo con los datos anteriores, podemos observar cómo la mayoría de los jóvenes accede a Internet en la vivienda familiar usando un ordenador compartido o personal, así como por dispositivos móviles, que les permite un acceso más flexible e individualista.

### **2.1.3. Uso de Internet**

Los usos que los menores hacen de las TIC son muy amplios, pues ofrecen numerosas posibilidades en relación a la búsqueda de información, formas de entretenimiento, de comunicación, participación y consumo. Sin embargo, no todos los jóvenes tienen los mismos hábitos de uso. Según el CIS, los jóvenes con edades entre 15 y 21 años afirman que su uso de Internet se centra en el acceso a redes sociales (87,2%), seguido por el uso para la búsqueda de información y documentación (79,9%) y para acceder al correo electrónico (74,1%) (CIS, 2011). Siguiendo esta línea, Bringué y Sádaba (2011) establecen que las relaciones sociales aparecen como fin principal para usar las TIC (77%). A esto le sigue la búsqueda de información (76 %) y la búsqueda de diversión (60%) (Bringué y Sádaba, 2011). Estudios más recientes realizados por el ONSTI apuntan que el uso más extendido de Internet por parte de usuarios de 15 años o más es el de buscar información (81,3%), el uso para acceder al correo electrónico (72,3%) y la consulta de noticias (68,7%) (ONSTI, 2013).

Teniendo en cuenta estos datos, podemos decir que los jóvenes usan Internet para desarrollar actividades potencialmente beneficiosas, que están relacionadas con la búsqueda de conocimiento e información, consulta de correo electrónico o para potenciar sus relaciones personales a través de las redes sociales.

## **2.2. REDES SOCIALES**

Los últimos datos señalados sobre tipos de uso de las TIC nos indican que, dentro de los usos de Internet, las redes sociales ocupan un papel muy importante en la población joven y adolescente. Los menores se sitúan en la vanguardia de su uso, adelantándose de nuevo al mundo adulto en la rápida adopción de este tipo de herramientas tecnológicas. Las redes sociales contribuyen a la aparición de nuevos espacios de interacción virtual, donde los usuarios complementan y amplían sus relaciones sociales. Por lo tanto, las redes se convierten en potentes y eficaces herramientas de comunicación masiva.

*“Una red social es un lugar, servicio y/o estructura social compuesta de grupos de personas que, a través de la Red y estando conectadas por uno o varios tipos de relaciones, permiten al usuario:*

- *Construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado.*
- *Articular una lista de otros usuarios con los que comparte nexos de unión.*
- *Visualizar/rastrear su lista de contactos y los realizados por otros dentro del sistema.”*

(ONSTI, 2012, p. 207)

El ONSTI también distingue dos tipos diferentes de redes sociales. Por un lado, están las redes sociales directas. Son aquellas cuyos servicios prestados cuentan con usuarios que comparten intereses comunes e interactúan entre sí en igualdad de condiciones y pueden controlar la información que comparten. Los usuarios de este tipo de redes sociales desarrollan perfiles para gestionar su información personal y la relación con otros usuarios. Asimismo, se establecen una serie de categorías de las redes sociales en función de su enfoque (Tabla 1):

Tabla 1. Categorías de redes sociales según su enfoque

Según la finalidad	Según el modo de funcionamiento	Según el grado de apertura	Según el nivel de integración
De ocio	De contenidos	Públicas	De integración vertical
De uso profesional	Basada en perfiles: Personales/profesionales	Privadas	De integración horizontal
	Microblogging		

\* Fuente ONSTI

Por otro lado, tenemos las redes sociales indirectas. Se trata de aquellas cuyos servicios prestados cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos. Hay un individuo o un grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema determinado. Se clasifican en Foros y Blogs (ONSTI, 2012).

### 2.2.1. Uso de las redes sociales

En la actualidad, el uso de las redes sociales es una de las actividades de más crecimiento entre los adolescentes. Podemos establecer que al integrar funciones como el chat, la mensajería, álbumes de fotos, etc., las redes sociales contienen potencialmente casi todas las oportunidades y amenazas de Internet (Garmendia et al, 2011). Así, podemos destacar que la Fundación Pfizer habla de que el 92,6% de los menores de 11 a 20 años participa en redes sociales. (Fundación Pfizer, 2009). En el mismo sentido apunta el Informe Generación 2.0, que establece que un 78% de menores entre 12 y 17 años afirma utilizar las redes sociales. Asimismo, se hace una comparación de géneros: las chicas utilizan las redes sociales en mayor medida (81,6%) que los chicos (74,4%) (Sánchez y Fernández, 2010).

Más allá de los datos anteriores, la encuesta de *EUKids Online* nos muestra que, además de que un 59% de los menores españoles entre 9 y 16 años usa las redes sociales, existe un aumento de dicho uso en relación a las edades: desde el 11% de los menores entre 9 y 10 años hasta aproximadamente el 90% de los de 15 y 16 que afirman estar presentes en ellas. En relación al sexo de los individuos se observa un porcentaje mayor de chicas con perfil en redes sociales (58%) que de chicos (54%) (Garmendia et al, 2011). Los datos más recientes los encontramos en el IV Estudio anual Redes Sociales de *IAB Spain*, que establece que en octubre de 2012 el 79% de los internautas de entre 15 y 55 años utiliza las redes sociales. Un 93% de los usuarios entre 14 y 17 años afirman ser usuarios de redes sociales (*IAB Spain*, 2013). De esta forma, a lo largo de los años hemos visto una evolución e incremento del uso de redes sociales.

Aquí podemos señalar que la edad mínima legal para tener un perfil en una red social es de 14 años en España. Sin embargo, según los datos de la encuesta *EUKids Online* casi un 40% de los menores entre 9 y 13 años tiene su propio perfil en una red social. (Garmendia et al, 2011).

Así, de acuerdo con los datos observados, podemos decir que a lo largo de los años hemos visto una evolución e incremento del uso de redes sociales. Por lo tanto, podemos hablar de un uso extendido, e incluso prematuro de las redes sociales por parte de los menores. Esto supone un riesgo potencial para ellos puesto que, debido a su edad, tienden a carecer de habilidades relativas a la privacidad, la seguridad y la confianza.

### **2.2.2. Frecuencia de uso de las redes sociales**

Al igual que el interés por las redes sociales, la frecuencia de uso de las mismas por parte de los menores crece poco a poco. Diversos estudios reflejan que cada vez son más los adolescentes que se conectan diariamente a redes sociales. La Fundación Pfizer, así como el Informe Generación 2.0 y el INJUVE, nos muestran que entre el 40% y el 60 % de los menores entre 11 y 20 años utilizan las redes sociales todos los días, realizando una o varias conexiones (Fundación Pfizer, 2009; Sánchez y Fernández, 2010; INJUVE, 2011). Asimismo, tanto el INJUVE como Sánchez y Fernández en su Informe Generación 2.0 establecen que las mujeres tienen un uso de redes sociales un poco más elevado que los varones (Sánchez y Fernández, 2010; INJUVE, 2011).

También destaca que Bringué y Sádaba (2011) establecen que el uso de redes sociales incrementa el tiempo dedicado a la Red. Así, diferencian varios tipos de consumo: ligero (menos de una hora), medio (entre una y dos horas) y pesado (más de dos horas). Los no usuarios de redes sociales tienen un consumo moderado o ligero de Internet durante los días laborables (40%), así como durante el fin de semana (29%). Sin embargo, los usuarios de una red social mantienen una proporción semejante de consumo entre las distintas opciones de dedicación a Internet los días laborables (27% consumo ligero, 31% medio y 29% pesado), mientras que los fines de semana dicho consumo se intensifica (Bringué y Sádaba, 2011).

Los datos más recientes sobre uso de redes sociales nos los proporciona el ONSTI e *IAB Spain*. De acuerdo con el primero, un 48,6% de usuarios de redes sociales de 15 y más años se conecta diariamente. De los usuarios activos, un 20,8% se conecta durante una hora, un 19,7% se conecta entre más de 1 y dos horas y un 11,7% lo hace durante más de dos horas (ONSTI, 2012). Por último, el IV Estudio anual Redes Sociales de *IAB Spain* establece que un 78% de los encuestados de entre 15 y 55 años accede cada día a su red o redes sociales (*IAB Spain*, 2013).

Por lo tanto, vemos que la frecuencia de uso de las redes sociales por parte de menores es bastante amplia, de manera que a mayor uso habrá mayor exposición a riesgos.

### **2.2.3. Finalidad de uso de las redes sociales**

La interacción social ha dejado de producirse de forma exclusiva en el contexto presencial para ser cada vez más frecuente en el virtual (Solano et al, 2013). De acuerdo con la Fundación Pfizer, así como con el informe Generación 2.0, la acción más frecuente de los usuarios en redes sociales es la de su uso para mantener el contacto y hacer planes con amigos que se ven con frecuencia. A esto le sigue el uso de redes sociales para estar en contacto con conocidos con los que no se tiene una relación tan habitual (Fundación Pfizer, 2009; Sánchez y Fernández, 2010). Los datos del INJUVE siguen la misma dirección. El 68,1% de jóvenes entre 14 y 19 años utiliza las redes sociales para mantener el contacto con amigos que ve habitualmente. Además, se añaden otros usos como acceso para compartir fotos, videos, etc. o curiosear perfiles (INJUVE, 2011).

Si hablamos de redes sociales específicas podemos destacar que el Observatorio de Redes IV Oleada muestra que la población entre 16 y 45 años usa Facebook para seguir la actividad de sus contactos (67%) y para comunicarse con ellos (66%). En el caso de Tuenti, los usuarios acceden para comunicarse con otros contactos (61%) y para ver fotos y perfiles de otros usuarios (57%) (*The cocktail analysis*, 2012).

Por último, los datos más actuales nos los proporciona el IV Estudio anual Redes Sociales de *IAB Spain*. El uso más frecuente de las redes sociales es para enviar mensajes (privados y/o públicos) a los contactos (35%). Entre los usuarios de 14 y 17 años el uso frecuente de redes sociales se centra en un 46% para enviar mensajes, 46% para chatear y 39% para revisar la actividad que realizan sus contactos. La aparición de nuevas redes y el acceso móvil han generado esta cotidianidad (*IAB Spain*, 2013).

Con todo esto, podemos hablar de que jóvenes usan las redes sociales de forma complementaria a la comunicación presencial y, en gran medida, su red de contactos presenciales coincide con la de las redes sociales (Solano et al, 2013). Este aspecto es lo que le da a las redes sociales una nueva dimensión, diferenciándolas con el resto de herramientas y medios de comunicación.

#### **2.2.4. Tuenti y Facebook, las más destacadas**

Ante el creciente uso de las redes sociales, hay que destacar que no todas tienen la misma popularidad, pues cada segmento de población tiene gustos e intereses diferentes. Según el Informe Generación 2.0, uno de los resultados más característicos en la utilización de redes sociales, en edades comprendidas entre 12 y 17 años, es la utilización masiva de Tuenti, que sustituye a la red líder, Facebook, en esta franja de edad. El 80% de los usuarios prefiere Tuenti, frente a un 14% que se inclina más por Facebook (Sánchez y Fernández, 2010). Del mismo modo, vemos que el INJUVE establece que los jóvenes entre 14 y 19 años utilizan principalmente Tuenti (58,5%) y, después, Facebook (32,7%) (INJUVE, 2011). También podemos hablar de que el Observatorio de Redes IV Oleada nos muestra que el 85% de población entre 16 y 45 años es usuario activo de Facebook y el 36% lo es de Tuenti (*The cocktail analysis*, 2012).

Por último, hay que señalar que el IV Estudio anual Redes Sociales de *IAB Spain* establece que en octubre de 2012 el 96% de los internautas de entre 15 y 55 años utiliza Facebook. En este estudio tan sólo el 35% de los encuestados utiliza Tuenti. Además, podemos hablar de la incorporación de los menores a otras redes líderes como Twitter. Por lo tanto, se está produciendo un cambio de redes sociales, es decir, unas se sustituyen por otras, aunque no se aumenta el número de redes a utilizar (*IAB Spain, 2013*).

Así, al comparar los diferentes estudios señalados, podemos apreciar un incremento en más elevado en el uso de Facebook, en comparación con Tuenti. Por lo tanto, podríamos hablar de que los niños nacen y van creciendo en Tuenti y terminan acomodándose en Facebook.

#### **2.2.5. Tipos de contacto en redes sociales**

Poco a poco, vamos observando que la forma de comunicarse con los demás ha ido cambiando. Como consecuencia, nos encontramos con el hecho de que, en la actualidad, es más fácil no sólo comunicarse con nuestros amigos del “día a día” sino con desconocidos. De acuerdo con el Informe Generación 2.0, los tipos de contacto característicos en edades comprendidas entre 12 y 17 años se refieren fundamentalmente a amigos con los que se mantiene una relación habitual externa a las redes (66,8%), así como a amigos con los que no existe posibilidad de verse a menudo (56,6%). En el caso de relaciones con desconocidos, únicamente un 6,8% tiene incluido entre sus contactos a personas que desconoce. Aunque muchas de estas son amistades de otros amigos este porcentaje siempre genera cierta inquietud (Sánchez y Fernández, 2010). Los datos de la encuesta de *EUKids Online* indican que el 8% de los jóvenes entre 9 y 16 años afirma tener más de 300 contactos, aunque el 19% de ellos tiene entre 100 y 300 contactos. El 31% de los menores tiene 10 y 50 contactos y el 24% tiene menos de diez (Garmendia et al, 2011).

Con esto, podemos decir que las redes sociales permiten que se refuercen las amistades habituales (del mundo real) de los adolescentes. Frente a esto, nos encontramos con el resto de contactos, amigos de amigos y desconocidos, que pueden suponer un riesgo potencial para el menor.

### **2.2.6. Acceso a Internet a través de móvil**

Las redes sociales se están desarrollando poco a poco y ganan terreno progresivamente, así como otras aplicaciones semejantes. Entre estas innovaciones hay que destacar el avance de la telefonía móvil, que en la actualidad permite el acceso a internet desde cualquier parte y en cualquier momento. Según la encuesta de La Juventud y las Redes Sociales en Internet realizada por la Fundación Pfizer, 7,8% de los menores de 11 a 20 años accede a las redes sociales a través del móvil, un 7% a través de la videoconsola y un 0,8% a través del *Ipod* (Fundación Pfizer, 2009). Sin embargo, vemos una gran evolución del uso de Internet móvil en estudios más recientes como el del Observatorio de Redes IV Oleada. El 55% de la población entre 16 y 45 años accede a las redes sociales diariamente a través de su móvil (*The cocktail analysis*, 2012). En la misma dirección apuntan los datos del IV Estudio anual Redes Sociales de *IAB Spain*, que nos muestran que un 56% de los usuarios de redes sociales de entre 15 y 55 años accede a ellas a través de su teléfono móvil. Asimismo, se establece que los mayores usuarios de redes sociales a través del móvil son los jóvenes entre 18 y 30 años (45%). A parte de las redes móviles (Instagram y Foursquare), Facebook es la red que más acceso tiene a través del móvil con un 94%, seguida por Twitter (60%) y Tuenti (55%) (*IAB Spain*, 2013).

Por lo tanto, los dispositivos móviles permiten que el desarrollo de las redes sociales sea cada vez mayor, así como una total libertad y flexibilidad para acceder a las mismas. En el caso de los menores esto supondría un problema, ya que los padres pueden no tener constancia del acceso de sus hijos a este tipo de plataformas sociales.

## **2.3. ADOLESCENCIA**

El concepto de adolescencia ha sido tratado por diferentes autores a lo largo del tiempo. Podemos destacar a Stanley Hall, que en su libro *Youth: Its Education, Regimen and Hygiene* (1906) establece que la adolescencia es un periodo caracterizado por conflictos intergeneracionales, cambios de humor e interés por los comportamientos de riesgo. Por otro lado, Erik Erikson, en su obra *Identity: Youth and Crisis* (1968), define la adolescencia como un período crítico de formación de la identidad.



Con el fin de desarrollarse como adultos, los adolescentes se someten a una crisis en la que se abordan cuestiones clave sobre sus valores e ideales, sobre el futuro y sobre su identidad sexual. Así, vemos cómo la adolescencia se ha considerado como un período clave en la formación de la identidad de los individuos (Buckingham, 2008).

Por lo tanto, podemos hablar de que la adolescencia es un fenómeno psicológico, biológico, social, cultural y, desde un punto de vista más amplio, se trata de un periodo en el que el adolescente debe decidir sobre a qué dedicar su vida y sobre sus relaciones sociales (Sánchez et al, 2013). Es la fase de desarrollo humano entre la infancia y la edad adulta, es decir, se trata de un periodo crucial en el que los jóvenes construyen su identidad, se incrementa la influencia de los compañeros, en detrimento de la influencia y el control parental y, al mismo tiempo, los medios pueden jugar un papel determinante al proporcionar el material cultural para los adolescentes (Sánchez et al, 2013). Asimismo, se caracteriza por la omnipotencia, la tendencia a buscar la causa de sus problemas en los demás, escasa experiencia sobre la vida, dificultad para reconocer adicciones sutiles y necesidad de normalizar conductas de riesgo (Castellana, 2007). Todo esto convierte a la adolescencia en una etapa altamente susceptible de sufrir conductas de riesgo relacionadas con el uso las TIC.

En esta etapa se produce la transición desde la dependencia del núcleo familiar a la independencia a través de las relaciones interpersonales y sociales: los menores y adolescentes le dan mucha importancia a las relaciones sociales con su grupo de iguales o amigos. Dichas relaciones pueden ser tradicionales o en la red, de ahí la importancia que están cobrando las redes sociales en Internet en este público en concreto. Así, podemos decir que los adolescentes viven en un mundo altamente definido por las TIC, pues muchas de las áreas de su vida, desde la educación hasta el ocio, y, por supuesto, sus relaciones, están vinculadas con la tecnología. Es decir, las tecnologías son un medio a través del cual se busca, consciente o inconscientemente, el desarrollo de la identidad del individuo (Buckingham, 2008).

Asimismo, lo que resulta evidente es que esta relación que los menores sostienen con la tecnología supone el acceso a nuevas y variadas oportunidades en todos los ámbitos y, al mismo tiempo, implica el desarrollo de nuevas situaciones de riesgo a las que no nos habíamos enfrentado hasta ahora (Bringué y Sádaba, 2010).

Dicho esto, podemos establecer que no hay duda de que las TIC, especialmente Internet y las redes sociales, son herramientas muy poderosas e imprescindibles para la educación y desarrollo de los adolescentes. Sin embargo, no debemos olvidar que el uso excesivo de las mismas, sobre todo en el ámbito familiar, puede ser incompatible con el resto de necesidades básicas, actividades y deberes imprescindibles para el desarrollo óptimo de los más jóvenes (Ochaita et al, 2011). El uso que los adolescentes hacen de las TIC puede ser problemático cuando su uso afecta, como hemos dicho antes, al correcto desarrollo de la vida del menor.

Por lo tanto, vemos cómo la influencia de las TIC es más notable en los adolescentes. Por lo tanto, resulta imprescindible el estudio y descripción de posibles riesgos derivados de su uso indebido. De esta forma, se podrá evaluar el impacto en el desarrollo psicosocial, concretamente en el proceso de socialización y adquisición de identidad, de los menores para poder ayudarle en caso de sufrir algún riesgo relacionado con el uso de las TIC (Castellana, 2007).

### **2.3.1. Los valores en los adolescentes**

A la hora de estudiar la conducta de los preadolescentes y adolescentes antes las TIC hay que tener en cuenta lo que opinan acerca de valores directamente vinculados a las mismas: la importancia de los amigos en la vida y la importancia de la tecnología.

En la Encuesta Mundial de Valores 5ª oleada (2007)<sup>2</sup> se detalla la opinión de los jóvenes en relación a los valores. Así, las preguntas e indicadores que nos interesan son las siguientes:

- **Importancia concedida a los amigos.**

La adolescencia es una etapa en la que se produce la transición desde la dependencia del núcleo familiar a la independencia a través de las relaciones interpersonales y sociales. Por lo tanto, la prioridad de los adolescentes se centra en relacionarse socialmente, agradar y gustar al grupo, es decir, se le da mucha importancia a los amigos.

---

<sup>2</sup> El rango de edad de todo el estudio se divide en tres partes: 15 a 29 años, 30 a 49 años y 50 años o más.

De acuerdo con los resultados del estudio, el 49,3% de los entrevistados opina que sus amigos son muy importantes en sus vidas. Sin embargo, lo que nos interesa de esta cuestión es saber qué porcentaje de individuos entre 15 y 29 años opina que los amigos son muy importantes para ellos. Así, al comparar la importancia de los amigos con la edad, los datos nos muestran que un 85,9% de jóvenes de entre 15 y 29 años cree que sus amigos son muy importantes o bastante importantes. De ahí, podemos deducir el actual interés que están cobrando las redes sociales como herramienta de interacción grupal por parte de los más jóvenes.

- **Confianza en las personas**

En relación con la importancia que se les da a los amigos está la confianza en las personas. Podemos decir que el desarrollo de las redes sociales como herramienta de interacción social ha terminado por modificar los conceptos y valores como la amistad, ya que, dentro de estas redes, los adolescentes acumulan “amistades” con las que ni siquiera han interactuado en la vida real. Esto nos lleva a querer conocer cuál es el grado de confianza que otorgan los más jóvenes a las personas que les rodean.

Al comparar los resultados del estudio entre los diferentes rangos de edad, podemos hablar de que los jóvenes de edades comprendidas entre 15 y 29 años son más confiados que el resto de población, es decir, son menos prudentes. De esta forma, podemos hablar de que la confianza de los jóvenes en los demás hace que, en las redes sociales, los adolescentes estén conectados con sus amigos, conocidos o amigos de amigos y, lo que resulta más preocupante, desconocidos.

Si tenemos en cuenta el estudio titulado Actitudes hacia las Tecnologías de la Información y de la Comunicación<sup>3</sup> realizado por el CIS podemos obtener los siguientes resultados sobre jóvenes, valores y tecnología:

---

<sup>3</sup> Se trata de un estudio realizado en 2011, por lo tanto, es más reciente y más cercano a la sociedad actual que la Encuesta Mundial de Valores. El rango de edad va desde los 15 hasta los 29 años.

- **Las TIC permiten hacer amigos más fácilmente.**

Las tecnologías, sobretodo Internet y las redes sociales, ofrecen a estos jóvenes una forma de hacer realidad su necesidad de relación con su grupo de iguales, les permite mostrarse a los demás, conocer y explorar un escenario de interconexiones sin limitaciones espacio-temporales, en cualquier momento y desde cualquier sitio.

El análisis de los resultados nos muestra que los más jóvenes tienen un porcentaje mayor de respuestas positivas en esta pregunta. Concretamente nos encontramos con un 79,1% de jóvenes, con edades comprendidas entre 15 y 21 años, frente a un 75,8% y 66,1% del resto de edades. Por lo tanto, podemos deducir que a medida que se crece se le va dando menos importancia a la pertenencia al grupo y la persona se va centrando en otros valores que considera más prioritarios como la familia, por ejemplo.

### **2.3.2. Características de las nuevas generaciones**

Está claro que en los últimos años estamos viviendo un rápido desarrollo de las TIC, lo que ha supuesto a su vez el nacimiento de una nueva generación, compuesta por un público infantil, preadolescente, adolescente y posadolescente, que comparte unas características muy significativas. Según Sádaba y Bringué (2011), nos encontramos ante una generación cuyos atributos más representativos son los siguientes:

- a. Es una **generación equipada**, es decir, las casas se convierten en *ciberhogares*.
- b. Es una **generación móvil**. La penetración del móvil y la variedad de funciones que proporciona a los usuarios: comunica, entretiene, permite una organización personal. El móvil se ha configurado como pantalla del presente y del futuro, cada vez más imprescindible para los preadolescentes y adolescentes.
- c. Es una **generación precoz**, es decir, se desarrolla a gran velocidad y consigue sin ningún problema un teléfono móvil, acceso a Internet y a videojuegos.

- d. Es una **generación multitarea**, pues son capaces de prestar atención a las nuevas pantallas mientras realizan otras tareas, lo que se ha convertido en una necesidad para los preadolescentes y adolescentes.
- e. **Chicos, acción y chicas, relación**. El género determina el uso y preferencia de las TIC a la hora de cubrir necesidades: chicos, acción y chicas, relación.
- f. Es una **generación emancipada**. Hablamos de la cultura del dormitorio y el acceso en solitario a las pantallas como la forma más habitual de uso y aprendizaje.

(Sádaba y Bringué, 2011)

Así, los más jóvenes constituyen una generación de vanguardia en el uso de las TIC, que ha sido denominada<sup>4</sup> de diferentes formas. Entre estas podemos destacar la denominación de *net-generation* de Don Tapscott (1996), de generación interactiva propuesta por Xavier Bringué y Charo Sádaba (2008) y, la que más nos interesa, la de nativos digitales propuesta por Mark Prensky (2001).

Según Tapscott (2009), la *net-generation* utiliza la tecnología de una forma natural y sencilla, promoviendo con ello una comunicación rápida y frecuente. Se trata de una generación que está cerca de su familia, se encuentra más segura y es más tolerante que las generaciones anteriores. Es diferente de las generaciones anteriores, pues es la primera que ha crecido rodeada de tecnología, con un acceso continuo a los ordenadores, a Internet o al teléfono. La *net-generation* tiene ocho normas básicas que la unifica como una nueva generación: libertad, personalización, escrutinio, integridad, colaboración, entretenimiento, velocidad e innovación (Tapscott, 2009).

---

<sup>4</sup> Principales denominaciones de las nuevas generaciones: *Echo Boomers*, Generación Einstein, Generación Digital, Generación Multimedia, *Net-Generation*, *Generation Now*, Generación Y, Generación Z, *Generation "Why"*, *Millennials*, Generación @, *Generation click*, *Screenagers*, *iPod Generation*, Generación Google, Generación Interactiva, Generación *Myspace*, Generación Internet, Generación *Copy/Paste*, *Trophy Kids*, *Digital Avatars*, *Couch Potatoes* y Nativos Digitales (INJUVE, 2012).

Por su lado, Bringué y Sádaba (2011) establecen que la generación interactiva se caracteriza por un alto grado de posesión y acceso inmediato a dispositivos tecnológicos. Esto supone nuevas formas de invertir el tiempo, de compartir experiencias, de vivir la vida familiar, escolar y social. Todo esto diferencia a la generación interactiva con las generaciones precedentes (Bringué y Sádaba, 2011).

Mientras, Prensky propone en su ensayo titulado *The death of command and control* (La muerte del mando y del control), el concepto de nativos digitales: aquellos individuos que han crecido con la tecnología y, por lo tanto, tienen una capacidad innata para manejar el lenguaje tecnológico y el entorno digital. (Prensky, 2004a). Su característica principal es sin duda su tecnofilia. Sienten atracción por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías, pues con ellas satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, tal vez, de formación (García et al, 2007).

Estos nuevos usuarios aman la velocidad a la hora de tratar la información y les encanta hacer varias cosas a la vez, es decir, son multitarea. Se trata de individuos multimedia, que absorben con rapidez la información de imágenes y videos, igual o mejor que si fuera texto. Los nativos digitales esperan respuestas instantáneas, tienen una conectividad permanente y, además, crean sus propios contenidos. Por lo tanto, funcionan mejor en Red, lo que les proporciona una gratificación constante y recompensas permanentes. (Piscitelli, 2009)

Por lo tanto, las áreas de cambio para los nativos digitales serían las siguientes: comunican diferente (*e-mail*, chat), comparten de forma diferente (*blogs*, *webcams*, *smartphone*), compran y venden diferente (eBay, milanuncios), intercambian de forma diferente (música, películas), crean diferente (*sites online*, avatares), aprenden y se informan de forma diferente (Wikipedia), socializan de forma diferente (redes sociales, *whatsapp*), etc. Esos son sólo algunos de los muchos cambios que se están produciendo en la población preadolescente y adolescente (Prensky, 2004b).

*"[...] Students are not just using technology differently today, but are approaching their life and their daily activities differently because of the technology [...]"*

(Prensky, 2004b, p.1)

*"[...] Los estudiantes no sólo están utilizando la tecnología de manera diferente en la actualidad, sino que su aproximación a la misma ha cambiado la forma en la que se desarrolla su vida y sus actividades diarias [...]"*

(Prensky, 2004b, p.1)

En este sentido podemos decir que los nativos digitales prefieren ver contenidos audiovisuales directamente en *streaming*, la *wikipedia* o *wordreference* se han convertido en sitios de referencia a la hora de buscar información, las redes sociales satisfacen sus necesidades de interactuar, construcción de imagen personal y expresión de identidad, etc. (Frutos y Vázquez, 2012).

En contraposición a los nativos digitales, Prensky (2010) identifica a los inmigrantes digitales, es decir, individuos que se van adaptando a la tecnología y al entorno que van creando las TIC. Se trata de personas entre 35 y 55 años que no son nativos digitales. Asimismo, podemos destacar como diferencia importante entre ambos sujetos el hecho de que los inmigrantes digitales tienden a guardar su información, por la cuestión de que el conocimiento es poder, mientras que los nativos digitales comparten y distribuyen información sin ningún reparo, pues para ellos la información es algo que debe ser compartido (Prensky, 2010)

### **2.3.3. Carencias y dificultades de los adolescentes frente a las TIC**

En su capacidad multitarea, los nativos digitales buscan pasar el menor tiempo posible en una labor determinada y abrir la mayor cantidad de frentes posibles. Esto provoca un descenso de la productividad, una menor capacidad de concentración y períodos de atención muy cortos en los individuos. Su forma de tratamiento y búsqueda de la información es más reducida y superficial, lo que es acompañado en ocasiones de ansiedad (relacionada con la necesidad de abarcar el mayor número de comunicaciones o trabajos). En cuanto al ámbito educativo, las nuevas generaciones están más predispuestas a utilizar las TIC en actividades de estudio y aprendizaje; sin embargo, la mayor parte de los centros educativos no les pueden ofrecer dicha alternativa. Esta situación puede generar un sentimiento de insatisfacción en los nativos, creando una distancia cada vez mayor entre alumno y profesor (García et al, 2007).

*“El mismo Prensky al cabo de los años se desdice y establece carencias en los nativos digitales:*

*No hablemos de nativos digitales que no existen. Realmente no son tan hábiles como les creemos. Sí saben comunicarse pero no saben aprender con esas tecnologías”*

(Sádaba, 2012)

Cuando nos referimos a tecnologías pensamos solamente en TIC y olvidamos algo en lo que las nuevas generaciones no son realmente nativos digitales, en los que no son mejores que los inmigrantes digitales. No referimos a las tecnologías del aprendizaje y del conocimiento, es decir, en el uso de esas tecnologías para aprender a formarse (Sádaba, 2012).

#### **2.3.4. Ciudadanía digital**

En el concepto de ciudadanía digital podemos diferenciar varios sentidos distintos en relación a su utilización:

- Para referirse a la aplicación de los derechos humanos y derechos de la ciudadanía en la Sociedad de la Información.
- Para cuestiones relacionadas con los derechos y deberes de los ciudadanos que surgen en el entorno de las TIC.
- Para referirse a la alfabetización digital de los ciudadanos.

La ciudadanía digital comienza a plantear el desarrollo de algunas reglas o normas sobre el comportamiento y el buen uso de las TIC. En la actualidad, es frecuente que se le dé una mayor importancia a la enseñanza para lograr una ciudadanía responsable, que nos ayude a prevenir los riesgos que se pueden originar con el mal uso de las TIC, sobre todo en los menores.



Asimismo, podemos destacar una serie de áreas relacionadas con el concepto de ciudadanía digital:

- Netiqueta: normas de comportamiento cívico en la Red.
- Educación: aprendizaje del uso de las TIC.
- Acceso y participación: brecha digital, derecho de acceso a Internet, democracia electrónica...
- Consumo: defensa del ciberconsumidor.
- Salud y riesgo: ergonomía y otros riesgos de las TIC.

## **2.4. PROBLEMAS Y CONDUCTAS DE RIESGO EN LA RED**

Las TIC son muy positivas, una magnífica oportunidad para los adolescentes, que ponen a su alcance un gran volumen de conocimientos y nuevos retos. Sin embargo, con un uso inadecuado de las mismas se pueden generar problemas y riesgos para el adolescente y su familia. Por lo tanto, podemos considerar que la preadolescencia y adolescencia es un grupo de riesgo y merecen una atención especial respecto a sus relaciones con las TIC, ya que son colectivos muy sensibles al momento y entorno social en el que viven y porque las tecnologías están muy presentes en sus vidas.

Asimismo, como plantean Garmendia, Garitaonandia, Martínez y Casado (2011), podemos establecer que los riesgos pueden ser considerados perjudiciales en sí mismos en muy diferentes medidas y que en la mayoría de los casos no desembocan en ningún perjuicio para los preadolescentes y adolescentes. Con el concepto de riesgo nos referimos, en este caso, a una posibilidad de daño para los menores, bien sea esta alta o baja, y al daño que puedan sufrir en función de su propio criterio (Garmendia et al, 2011).

La red europea de investigación *EUKids Online* clasificó los riesgos derivados de las actividades de los menores con las TIC en los siguientes términos:

- **Riesgo de contenido.** El menor es receptor de contenidos violentos o agresivos, pornográficos, racistas o que inciten al odio, así como de marketing en cubierto.

- **Riesgos de contacto.** El menor participa de algún modo, aunque sea involuntario, en situaciones de acoso, *grooming*, persuasión ideológica y uso indebido de los datos personales.
- **Riesgos de conducta:** El menor es actor de *bulling*, acoso sexual, contenido generado por usuarios potencialmente peligrosos y violación de los derechos de autor.

(Garmendia et al, 2011)

También podemos destacar la ciberadicción (*Internet Adicction Disorder, IAD*) en el adolescente. Hablamos de ciberadicción cuando el uso de Internet interfiere de un modo significativo en las actividades habituales de una persona. John Suler, profesor de Psicología de la *Rider University* de Estados Unidos, identifica dos perfiles de ciberadictos<sup>5</sup>:

- Los devotos de los recursos de la Red para recoger información, jugar, conseguir nuevos programas, etc.
- Los que buscan establecer relaciones con otras personas a través de redes sociales, chats o programas de mensajería instantánea.

Según el estudio *EUKids Online* sobre Riesgos y seguridad en Internet, el riesgo con mayor incidencia entre de los menores entre 9 y 16 años es el contacto a través de internet con desconocidos (21%). Cuando se trata de quedar con ellos en persona el porcentaje desciende (9%). A esto le sigue un 19% de menores que accede a contenidos potencialmente perjudiciales generados por otros usuarios (incitación a la violencia, a las drogas, etc.). Menos frecuente es el acceso a imágenes sexuales (11%), el uso indebido de los datos personales del menor (10%) y la recepción de mensajes sexuales (9%). Otro de los riesgos destacados, el ciberacoso, afecta al 4% de los jóvenes, un porcentaje más bajo que el del resto de riesgos pero muy importante, ya que éste es el riesgo por el que dicen sentirse más afectados los menores (Garmendia et al, 2011).

---

<sup>5</sup> Datos obtenidos de: CRECERENRED (17 de septiembre de 2010). *Ciberadicción: la adicción a Internet* [Artículo en línea]. Recuperado el 14 de junio de 2013, de: [http://www.kiddia.org/ciberadiccion-la-  
adiccion-a-internet](http://www.kiddia.org/ciberadiccion-la-adiccion-a-internet)

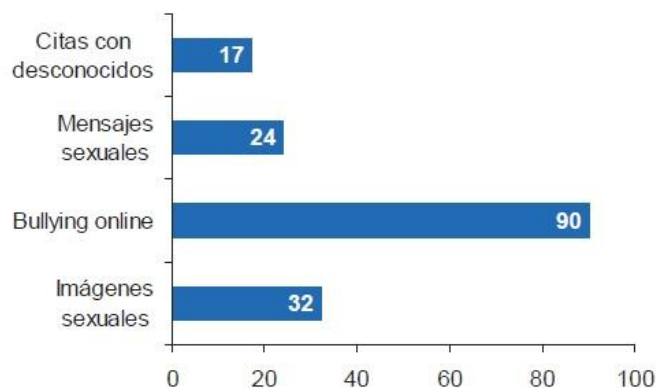


Gráfico 1. Menores que se han sentido dañados entre aquellos que han experimentado los diferentes riesgos (%). \* Fuente: Garmendia et al, 2011

Al observar el Gráfico 1, podemos ver cómo nueve de cada diez de menores que han sufrido *ciberbullying* afirman sentirse dañados, molestos o disgustados en alguna medida. Entre los menores expuestos a otros riesgos, el porcentaje de aquellos que afirman sentirse molestos es mucho menor, cerca de un tercio en el caso de los que han visto imágenes sexuales, una cuarta parte de los que han recibido imágenes sexuales y menos del 20% de los que han tenido un encuentro con desconocidos (Garmendia et al, 2011).

Hay autores que establecen que para los menores el espacio de Internet es público y su utilización se despliega en términos de socialización y generación de amistades. Así, su mayor preocupación gira en torno a la privacidad en la red en relación a sus padres, educadores o cualquier persona adulta. Es decir, el mayor riesgo que perciben del uso de las TIC es el que los mayores puedan irrumpir en su intimidad (Livingstone, 2009 ; Hope, 2007)<sup>6</sup>. En contraposición a esto que opinan los menores, nos encontramos con el control de los adultos para disminuir el riesgo en más jóvenes. Un estudio realizado por Livingstone y Helper en 2008<sup>7</sup> demostró que las medidas adoptadas por los padres (limitar el tiempo, lugar de uso, etc.) no garantizaban la seguridad de los menores ante las TIC. Así, se proponía que adultos y menores navegaran juntos para evitar conductas de riesgo.

<sup>6</sup> y <sup>7</sup> Datos recogidos de: GARCÍA, A. (COORD.), BELTRÁN, P., GAONA, C., LÓPEZ, M<sup>a</sup>, MARTÍNEZ, E., PÉREZ-UGENA, Á. Y VIZCAÍNO, R. (2010). Comunicación y comportamiento en el ciberespacio: actitudes y riesgos de los adolescentes. Barcelona: ICARIA.

Según el Estudio sobre la seguridad de la información y de la e-confianza de los hogares españoles del Instituto Nacional de Tecnologías de Comunicación (INTECO), los ciudadanos españoles mayores de 15 años tienen unos buenos hábitos cuando navegan por Internet, utilizan el email, se comunican mediante chat o mensajería instantánea. Más del 80% evita pinchar en anuncios o seguir enlaces sospechosos cuando utiliza alguno de estos servicios. Asimismo, el correo electrónico no deseado o *spam* es reconocido como el incidente de seguridad más percibido por los encuestados. Si hablamos de consecuencias de incidentes de seguridad en la Red, tras un incidente relacionado con la suplantación de identidad más del 40% de los encuestados afirma que sigue la pauta de modificar las contraseñas. Además el 38% actualiza sus herramientas de seguridad con el objeto de evitar otro incidente en el futuro (INTECO, 2012).

Por último, podríamos destacar el trabajo realizado por Frutos y Vázquez, en el que se establece que existen diferencias en relación a la percepción del riesgo en el segmento de adolescentes. Hay menores que, de forma espontánea, reconocen tener muy presentes los riesgos que implica el uso de Internet, especialmente de las redes sociales. Frente a estos nos encontramos con otros que afirman utilizar de forma intuitiva e impulsiva las tecnologías, sin pensar en los riesgos potenciales. Algunos de los peligros que destacan los menores son la dificultad para eliminar contenidos (fotos, información, etc.) subidos a la Red o para comprobar la información y la identidad de las personas (Frutos y Vázquez, 2011).

## OBJETIVOS E HIPÓTESIS

### **3.1. OBJETIVOS GENERALES**

- Analizar el contexto tecnológico que rodea a los menores en relación a sus hábitos de uso, costumbres y consumo de TIC, centrándonos en el medio Internet y en las redes sociales.
- Proporcionar una propuesta que responda a la preocupación social emergente acerca de los riesgos potenciales que derivan del uso de Internet y de las redes sociales por parte de menores, con el fin de contribuir al desarrollo de una ciudadanía digital responsable.

### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Mejorar el conocimiento sobre los hábitos de uso, costumbres y consumo de TIC de los menores en relación al riesgo y seguridad en el uso de internet y las redes sociales.
- Conocer el control de privacidad que tienen los menores en las redes sociales.
- Conocer cuál el grado de satisfacción de los más jóvenes hacia las redes sociales en relación a su autoestima.
- Conocer cuál es la percepción sobre privacidad y seguridad en redes sociales en la población de adolescentes.
- Conocer hasta qué punto los menores son conscientes de los riesgos de las redes sociales.
- Relacionar cómo influye el uso de redes sociales con el nivel académico de los adolescentes.

### **3.3. HIPÓTESIS**

- El rápido desarrollo de las TIC supone nuevas oportunidades para la sociedad. Sin embargo, dicha rapidez ha supuesto un incremento de nuevas situaciones de riesgo debido a la falta de normas de conducta y de seguridad básicas. Es decir, las TIC evolucionan a una velocidad muy grande, lo que provoca que la sociedad detecte problemas relacionados con ellas a una velocidad menor y, por lo tanto, su regulación se hace de una forma muy lenta, en comparación.
- No podemos esperar que simplemente por la experiencia que tienen los menores de la TIC aprendan a utilizarlas de forma responsable porque al ser menores no tienen ese criterio.
- Las redes sociales influyen en la autoestima de los menores porque les da la oportunidad de “venderse” bien al permitirles seleccionar lo que hacen ante el público virtual, es decir, pueden mostrar lo que más les gusta de ellos. Al contrario, si se hace un mal uso puede dañarse la imagen del menor, así como sus relaciones personales.
- El uso que los menores tienen en relación a las redes sociales influye negativamente en el rendimiento académico.

## METODOLOGÍA



#### 4.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para proporcionar una estrategia que responda a la preocupación social existente acerca de los riesgos derivados del uso de las TIC por parte de menores se considera oportuno recurrir a técnicas cuantitativas. Consideramos dichas técnicas apropiadas, puesto que lo que se pretende es recoger opiniones de grupos amplios, hábitos y conductas de carácter general. Por lo tanto, lo que se llevará a cabo será una revisión documental y la realización de encuestas (Tabla 2). Así, el uso de la encuesta nos permitirá conocer los hábitos de uso y conductas de riesgo en redes sociales de una determinada muestra.

**Tabla 2. Técnicas de investigación que se aplicarán**

Acción	Tipología	Qué se persigue	Denominación	Definición
Revisión documental	DOCUMENTAL	Registrar información socialmente cristalizada, elaborada por otros estudios e investigaciones, e indagar sobre la concepción sociocultural que vierten los productos escritos audiovisuales.	Exploración primaria de fuentes secundarias. Análisis de fuentes documentales.	Un documento es un material informativo sobre un determinado fenómeno social que existe con independencia de la acción del investigador. Por lo tanto, el documento es generado por los individuos o instituciones para fines distintos de los de la investigación social, aunque ésta puede utilizarlo para sus propios fines cognitivos [...]
Realización de encuestas	DISTRIBUTIVA	Distribución de la población respecto a un significativo	Encuesta	Una encuesta consiste en entrevistar, mediante un cuestionario cerrado y único, a una muestra representativa de un colectivo más amplio.

\* Fuentes: (Montañés, 2009) y (Sanguino, 2012)

Como hemos dicho, vamos a utilizar técnicas cuantitativas en nuestra investigación. Por lo tanto, vemos conveniente decir que es la que se ocupa de recoger y analizar datos cuantitativos sobre diferentes variables (Sánchez y Delgado, 2012). Algunas de las ventajas de usar la investigación cuantitativa son que el empleo de expresiones numéricas proporciona una mayor precisión a nuestros resultados y que permite la utilización de métodos específicos de análisis estadístico. Asimismo, la técnica cuantitativa de la encuesta nos va a permitir examinar diferentes variables, tanto dependientes como independientes, así como la correlación entre ellas. Sin embargo, hay que destacar que la encuesta no nos va a permitir definir qué variable es la causa y cuál el efecto, es decir, no podemos estar seguros de si las relaciones entre variables dependientes e independientes son causales o no. La causalidad es difícil de detectar porque están involucradas muchas variables (Dominick y Wimmer, 1996). Sin embargo, la realización de encuestas nos permitirá contrastar de forma empírica la asociación entre dos fenómenos e identificar los que están asociados con los riesgos en las redes sociales.

## **4.2. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA**

En el estudio realizado se han tenido en cuenta las siguientes puntualizaciones metodológicas:

- **Constitución del cuestionario.** Para la elaboración de las preguntas de nuestra encuesta nos hemos basado en fuentes secundarias, es decir, hemos adaptado cuestionarios probados y puestos en práctica a nuestra encuesta. Los estudios a los que pertenecen dichos cuestionarios son los siguientes:
  - Riesgos y seguridad en internet: los menores españoles en el contexto europeo. Cuestionario EUKids Online (Garmendia et al, 2011).
  - Actitudes hacia las Tecnologías de la Información la Comunicación (INJUVE, 2011)
  - Jóvenes y TIC (INJUVE, 2011)
  - La participación de los jóvenes en las acciones comerciales de las redes sociales: entre el entusiasmo y el escepticismo (Frutos, 2011)
  - Adolescentes en las redes sociales ¿Marca el género la diferencia? (Sánchez y Frutos, 2012).

- Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad (INJUVE, 2009).

El fin de apoyarnos en cuestionarios ya realizados y probados es la reducción del tiempo de pre-elaboración, evitando realizar un pretest del mismo. Una vez diseñado nuestro cuestionario, tenemos los siguientes apartados:

1. En la primera parte de la encuesta se recogieron los datos personales: edad, sexo y curso académico (preguntas de 1 a 3).
2. A continuación se definieron una serie de preguntas con el objetivo de conocer el acceso a las redes sociales de los adolescentes. Las preguntas se centraban en los siguientes aspectos:
  - Número de redes sociales en las que se tiene abierta una cuenta (P4) (Respuesta basada en escala de Likert) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
  - Edad de inicio a las redes sociales (P5) (Respuesta abierta) (Pregunta adaptada de los estudios realizados por el INJUVE 2009; 2011)
  - Redes sociales donde tienen cuenta abierta y en uso (P6) (Respuesta múltiple) (Pregunta adaptada de los estudios realizados por el INJUVE 2009; 2011)
  - Identificar si se ha dejado de ser usuario de una red social (P7) (Respuesta cerrada con 3 opciones a elegir una) (Pregunta adaptada de los estudios realizados por el INJUVE 2009; 2011)
  - Situaciones en las que habitualmente se conectan a las redes sociales (P14) (Respuesta múltiple) (Pregunta adaptada de los estudios realizados por el INJUVE 2009; 2011)
3. El siguiente bloque de cuestiones se dirige a conocer el grado de privacidad definido en los perfiles de las redes sociales y la percepción de control sobre los contenidos. Así se establecen cuatro preguntas:
  - Opciones de privacidad en redes sociales (P8) (Respuesta cerrada con 3 opciones a elegir una) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)

- Elementos que definen los perfiles (P9) (Respuesta múltiple) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
  - Percepción de control de seguridad en redes sociales (P12) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
  - Percepción de control sobre contenidos en redes sociales (P13) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
4. Seguidamente, se definieron varias preguntas dirigidas a identificar la experiencia de riesgo en redes sociales, así como la percepción del mismo por parte de los adolescentes:
- Percepción de riesgo en las redes sociales (P10) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
  - Experiencias de riesgo en las redes sociales (P11) (Respuesta múltiple) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
  - Contacto con desconocidos en redes sociales (P17) (Respuesta cerrada con 3 opciones a elegir una) (Pregunta adaptada del estudio *EUKids Online 2011*)
5. También se desarrollaron varias preguntas en relación con la autoestima de los adolescentes:
- Percepción de comentarios de contactos (P15) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta de elaboración propia)
  - Percepción de popularidad (P16) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta de elaboración propia)
  - Importancia de cuestiones relacionadas con la imagen, amistad, etc. (P18) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta adaptada de los estudios realizados por Sánchez y Frutos 2012; Frutos 2011)
  - Percepción como estudiante (P23) (Respuesta: Escala de Likert) (Pregunta de elaboración propia).

6. En el último bloque se plantean cuestiones para conocer el nivel académico de los encuestados:

- Identificar si se ha repetido curso o no (P21) (Respuesta cerrada con 3 opciones a elegir una) (Pregunta de elaboración propia)
- Identificar si se han suspendido asignaturas o no (P22) (Respuesta cerrada con 3 opciones a elegir una) (Pregunta de elaboración propia)

En relación a P22 tenemos una tabla de asignaturas a marcar si se han suspendido (Respuesta múltiple)

Asimismo, podemos indicar que el tiempo de duración del cuestionario oscila entre 10 y 15 minutos.

### **4.3. MUESTRA**

- **Ámbito.** El ámbito geográfico en el que se ha desarrollado el estudio se concentra en la provincia de Segovia, Comunidad de Castilla y León.
- **Muestra.** La muestra a la que se le ha aplicado el cuestionario está compuesta por personas comprendidas entre los 14 y 18 años de edad de ambos sexos, pertenecientes a centros públicos de educación de Segovia capital.
- **Tamaño de la muestra.** La muestra general ha quedado definitivamente fijada en 370 encuestas. En el supuesto de muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y  $P = Q$ , el error real de muestreo es de  $\pm 4,85\%$  para un universo de  $\pm 4000$  personas.

- **Captación de la muestra.** La muestra captada para nuestro estudio ha sido seleccionada en los siguientes colegios e institutos de Segovia capital:
  - Colegio Maristas de Segovia Nuestra Señora de la Fuencisla:  
Tipo de centro: concertado
  - Colegio Cooperativa Alcázar de Segovia:  
Tipo de centro: concertado
  - IES La Albuera:  
Tipo de centro: público
  - IES Francisco Giner de los Ríos:  
Tipo de centro: público

Los cursos seleccionados para el estudio fueron 3º y 4º de la ESO, obviando 1º y 2º por cuestiones de permisos paternos. Se intentaron incluir los cursos de 1º y 2º de Bachillerato pero los institutos a los que pedimos su colaboración no nos lo permitieron por cuestiones de tiempo del profesorado.

- **Ética de la investigación**<sup>8</sup>. Al tratarse de un estudio dirigido a menores nos basamos en las LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS vigente y el código CCI ESOMAR referidos a la protección y tratamiento de datos, aclarando a los encuestados que toda la información que nos facilitasen en nuestro cuestionario sería tratada exclusivamente con fines estadísticos no pudiendo ser utilizada de forma nominal ni facilitada a terceros.

---

<sup>8</sup> Datos obtenidos del estudio “Riesgos y seguridad en internet: los menores españoles en el contexto europeo” Cuestionario EUKids Online para niños (Garmendia et al, 2011).

Asimismo, destacábamos que la participación en el estudio era voluntaria y garantizábamos el anonimato de los sujetos (aunque si pedíamos una firma de consentimiento para evitar posibles problemas legales durante nuestra investigación).

- **Trabajo de campo.** Las encuestas se realizaron durante los meses de abril y mayo de 2013, en horario de mañana.

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS**



## **5.1. DESCRIPTIVOS DE LA MUESTRA**

La muestra ha quedado fijada en 370 participantes. Sin embargo, para el análisis de datos relacionados con redes sociales (desde P5 hasta P20) se marcarán como valores perdidos 16 participantes, puesto que declaran no tener ninguna cuenta abierta en red social. Por lo tanto, basaremos nuestros datos en una muestra de 354 encuestados. Por otro lado, en el análisis de datos académicos (P21, P22 y P23) los incluiremos.

El 53% de los participantes son hombres y el 47% son mujeres, pertenecientes a centros de enseñanza ubicados en la provincia de Segovia. De estos, el 60% está cursando tercero de la ESO y el 40% está en cuarto de la ESO.

El rango de edad de los participantes se sitúa entre los 14 y 18 años, siendo la edad media de 15,26 años. Asimismo, la desviación típica se encuentra en 0,999.

## **5.2. USO Y CONSUMO DE REDES SOCIALES**

Los resultados de la encuesta muestran que el 7,3% declara tener una cuenta abierta en redes sociales, aunque la mayor parte afirma tener abierto más de una cuenta o perfil. El grueso de respuestas lo encontramos en el 24,9% que dice tener dos cuentas, seguido por el 24,3% que tiene tres y el 20,3% que tiene cuatro. Asimismo, tan sólo un 4,3% (16 individuos) afirma que no tiene ninguna cuenta en redes sociales frente al 18,9% que dice tener 5 o más activas.

Sin lugar a dudas, teniendo en cuenta el orden de preferencia hacia las redes sociales, la más usada por los menores es Tuenti, en la que tienen cuenta el 86,5 % de los encuestados. A esta le sigue la red internacional Facebook con un 47,4%, a pesar de que ofrece más funciones y aplicaciones que la anterior. En tercer lugar se encuentra Twitter con un 38,4%. Asimismo, el análisis de la encuesta muestra el uso de espacios emergentes como Google + (14,5%) o Instagram (2,4%) en los más jóvenes.

El siguiente gráfico (Gráfico 2) muestra el número total de cuentas activas de los encuestados, sin tener en cuenta la preferencia de uso:



\*Fuente: Google Drive

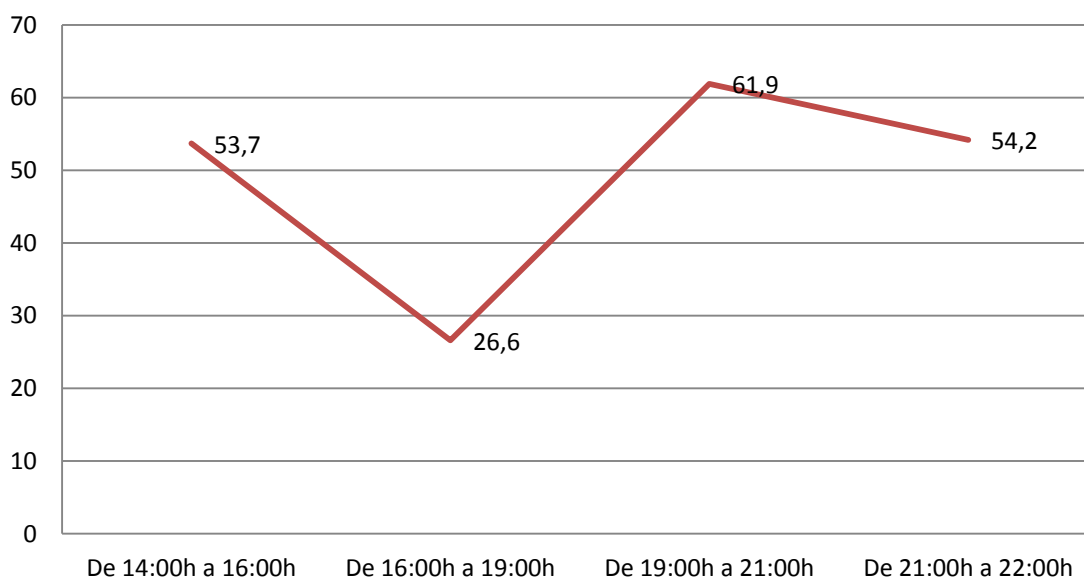
Por lo tanto, podemos hablar de una media de 3,46 cuentas abiertas y activas entre los encuestados. La mediana estaría en 3 y la moda en 2 (desviación típica = 1,574).

Por otro lado, de acuerdo con los resultados de la encuesta, la edad media de inicio para usar las redes se sitúa en 11,617 años. La moda estaría en 12 años y la mediana también en 12 años.

En cuanto al abandono o eliminación de cuentas de redes sociales, el 44,3% afirma que no ha cerrado o abandonado nunca ningún perfil. Frente a estos nos encontramos con un 36,2% que si ha dejado de usar algún perfil pero no lo ha cancelado y un 15,1% que además de dejar de usarlo lo ha cancelado.

En relación al consumo de redes sociales, un 14,1% declara conectarse a todas horas. Por otro lado, nos encontramos con un 20,8% que se conecta antes de las 08:00h (antes de ir al instituto o colegio) y un 11,8% que se conecta entre las 08:00h y las 14:00h (mientras están en el instituto o colegio). También destacamos un 54% que se conecta después de las 22.00h. El grueso de respuestas las encontramos entre las 14:00h y las 22:00h, cuyos porcentajes se reflejan en el siguiente gráfico (Gráfico 3):

Gráfico 3. Consumo de redes sociales por franjas horarias (De 14:00h a 22:00h)



\*Fuente: elaboración propia

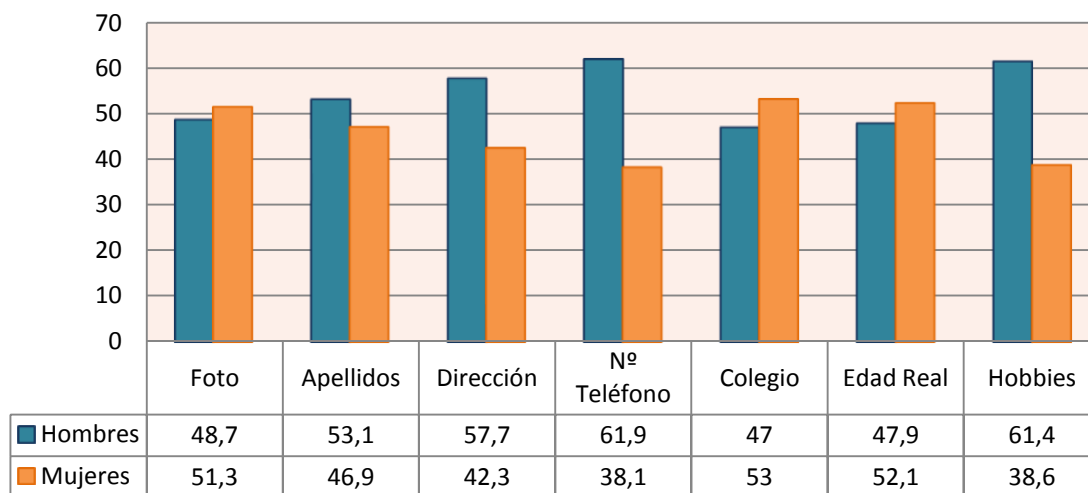
### 5.3. CONTROL DE SEGURIDAD, PRIVACIDAD Y CONTENIDOS

En relación al control de seguridad, privacidad y contenidos, podemos hablar de cómo tienen definido los encuestados su perfil principal, es decir, el que más usan. Así, nos encontramos con un 66,1% que declara tener su perfil privado para que sólo puedan verlo sus amigos frente a un 17,5% que dice tenerlo parcialmente privado (pueden verlo amigos de amigos) y un 16,4% que lo tiene público para que todo el mundo pueda verlo. Por lo que respecta a diferencias de género, no encontramos diferencias significativas. Se observa un 34,5% de mujeres que definen su perfil como privado frente a un 31,6% de hombres. Asimismo, vemos que un 20% de hombres tiene un perfil más inseguro, es decir, definido como parcialmente privado (10,7%) o público (9,3%). Frente a estos, observamos un 14% de mujeres que tienen un perfil semejante (7% parcialmente privado y 7% público). Por lo tanto, de acuerdo con los datos, podríamos decir que los hombres son más propensos a definir un perfil en más arriesgado que las mujeres.

Por otro lado, al analizar los datos que los encuestados proporcionan en sus perfiles, podemos destacar que un 75,4 % dice mostrar una foto en la que aparece su cara de forma clara, seguido por un 70,8% que muestra sus apellidos y un 51,4% que pone su edad real. Después de estos datos, podemos destacar un 48,9% % que refleja en su perfil el nombre del

colegio o instituto en el que estudia y un 37,8 % que muestra sus hobbies. Los perfiles con más riesgo los encontraríamos en los que, además de otros datos, se muestra la dirección de la vivienda (7%) o el número de teléfono personal (17%).

**Gráfico 4. Diferencias por género de la información que se muestra en perfiles de redes sociales**



\*Fuente: elaboración propia

Si observamos el Gráfico 4 vemos que no hay diferencias de género significativas en relación a la información mostrada en los perfiles de redes sociales, excepto a la hora de mostrar la dirección (57,7% de hombres frente a 42,3% de mujeres), el número de teléfono (61,9% de hombres frente a 38,1% de mujeres) y los hobbies (61,4% de hombres frente a 38,6% de mujeres).

En relación a esto, podemos hablar sobre la percepción de riesgo en redes sociales de los jóvenes encuestados. Para medir dicha percepción nos basamos en una escala de Likert formada por 5 puntos, donde 1 supone que no hay ningún riesgo y 5 que hay un alto riesgo. Así, los que puntúan bajo en esta escala tienden a ser más confiados en las redes sociales y, por lo tanto, en la percepción de riesgos derivados de su uso. De acuerdo con el análisis de datos la media se encuentra en 2,90 y la mediana en 3 (desviación típica = 1,107). Por lo tanto, podemos hablar de que una gran parte (40,4%) declara que no tiene una idea muy definida acerca de si el uso de las redes conlleva riesgos. Asimismo, podemos señalar que un 33,4% percibe que el uso de redes sociales supone riesgos frente a un 26,2% que declara que no hay muchos o ninguno.

En contraste con los datos anteriores, al preguntar sobre la experiencia de riesgo en redes sociales, 3 de cada 4 adolescentes ha sufrido algún tipo de riesgo en las redes. Podemos observar el gráfico 5, en que se detalla cuáles son los riesgos más frecuentes:



\*Fuente: elaboración propia

Otro de los riesgos potenciales a los que se enfrentan los menores al usar las redes sociales es el contacto con desconocidos. En relación a esto, podemos hablar de un 59,6% que nunca se ha puesto en contacto con desconocidos a través de redes sociales. Frente a estos nos encontramos con un 28% que dice haber contactado con desconocidos pero no lo volvería a repetir y un 12,4% que ha contactado y que lo volvería a repetir.

Para identificar la opinión de los adolescentes en relación al control de seguridad nos basamos en una escala de Likert formada por 5 puntos, donde 1 es “no tengo control” y 5 “totalmente controlado”. Por lo tanto, los que puntúan alto en esta escala suponen que tienen un control bastante elevado acerca de la seguridad de sus redes sociales. Así, el análisis de datos nos muestra que la media se encuentra en 3,95 y la mediana en 4 (desviación típica = 0,943). Por lo tanto, un 41,2% declara tenerlo controlado y un 31,6% totalmente controlado.

De nuevo usamos una escala de Likert para identificar hasta qué punto tienen control sobre sus contenidos los adolescentes. En este caso, 1 supone que “no hay control” y 5 “está totalmente controlado”, por lo que los que puntúan más bajo en la escala tienen un escaso control sobre sus contenidos en redes sociales. El análisis de datos nos dice que la media se

encuentra en 3,82 y la mediana en 4 (desviación típica = 1,113). Por lo tanto, nos encontramos con un 33,1% que declara tener totalmente controlado sus contenidos, seguido por un 31,9% que dice tenerlo controlado.

#### **5.4. EXPERIENCIAS QUE REFUERZAN EL USO DE REDES SOCIALES**

Para relacionar la experiencia real de los adolescentes en relación a su autoestima nos basamos en tres variables diferentes: refuerzo social (P15), popularidad (P16) e importancia de imagen personal, nº de amigos, contenidos interesantes, etc. (P18). Asimismo, podemos destacar que dichas variables pueden estar explicando el comportamiento inapropiado de los adolescentes en las redes sociales, así como reforzando su uso.

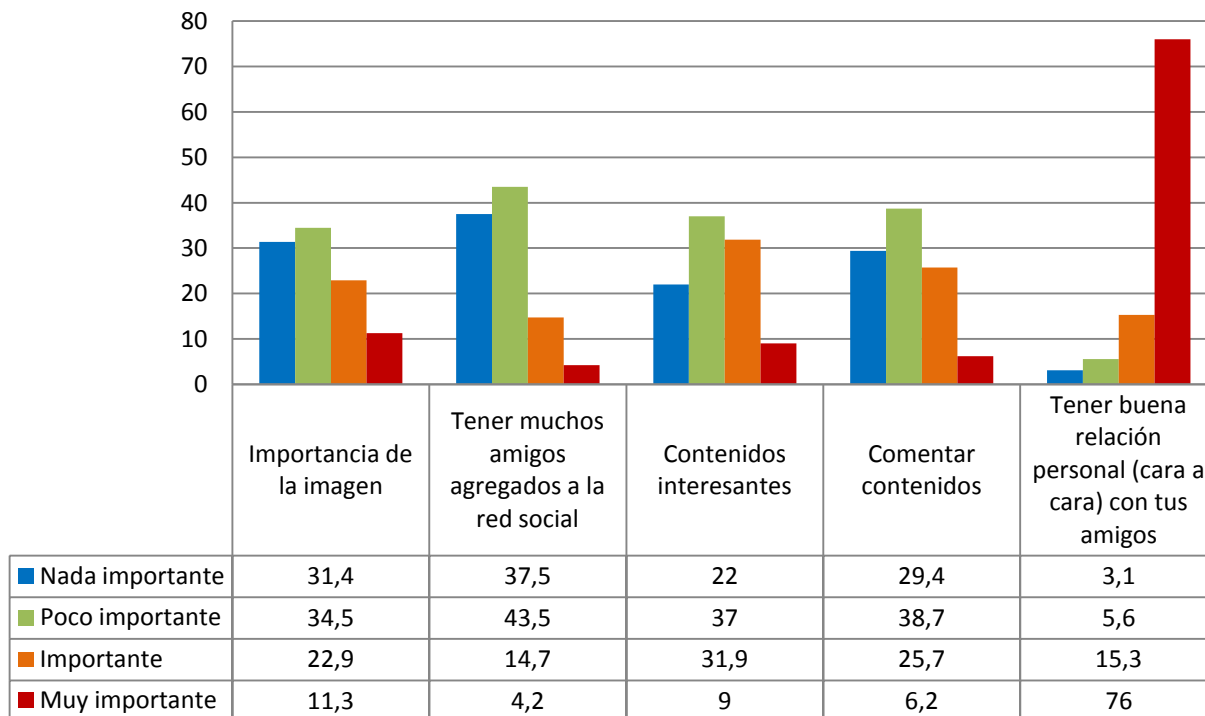
Para medir dichas variables nos basamos en escalas de Likert. En el primer caso, refuerzo social, 1 supone que “la mayor parte de comentarios son negativos” y 5 que “la mayor parte son positivos”. De acuerdo con el análisis de datos, podemos hablar de que la media se encuentra en 4,50 y la mediana en 5 (desviación típica = 0,772). Además, destacamos que un 86,8% declara que la mayoría de sus comentarios son positivos.

Por lo tanto, podemos hablar de que, efectivamente, los comentarios positivos que obtienen los adolescentes pueden estar reforzando el uso de las redes sociales y, además, su autoestima. Por lo que respecta al género, podemos decir que no hay diferencias significativas. Tanto hombres como mujeres establecen que sus comentarios en redes sociales son mayormente positivos, los hombres con un 88,5% y las mujeres con un 87,1%.

En relación a la popularidad, el 1 en la escala Likert supone que “nunca han tenido la sensación de que las redes sociales le hacen sentir bien” y el 5 que “le hacen sentir muy bien la mayor parte del tiempo”. En este caso la media la encontramos en 2,72 y la mediana en 3 (desviación típica = 1,279). Así, vemos que el mayor porcentaje de respuestas se encuentran en el punto 3 de la escala con un 30,5%. Por lo tanto, vemos que los jóvenes no tienen una opinión tan firme acerca de si se sienten bien o no cuando usan las redes sociales, aunque se decantan más por aceptar que nunca (24,3%) o pocas veces (17,2%) han tenido la sensación de sentirse populares o mejor al usar dichas plataformas sociales. En relación al género, no se observan diferencias significativas, ambos sexos sitúan la mayoría de sus respuestas entre 1 y 3, al igual que el análisis general.

Por último, al hablar de la importancia de cuestiones como la imagen, número de amistades, contenidos interesantes, etc., podemos observar el siguiente gráfico (Gráfico 6):

Gráfico 6. Grado de importancia



\*Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, de acuerdo con los datos, podemos hablar de que la variable más importante que puede estar reforzando el comportamiento y uso de las redes sociales en adolescentes es la importancia que le dan éstos a tener una buena relación personal con sus amistades del día a día. En este sentido, las redes sociales tienen la capacidad de reforzar dichas relaciones, de mantener un contacto continuo con mayor dinamismo y facilidad. En la comparación de géneros de dicha variable no se observan diferencias significativas. Un 87,9% de hombres opina que mantener una buena relación personal es importante o muy importante. Un 94,7% de mujeres opina lo mismo.

## 5.5. RENDIMIENTO ACADÉMICO

Los resultados de la encuesta nos muestran que 67,6% de los adolescentes no ha repetido curso en la ESO. En relación al género, no hay diferencias significativas pues tenemos un 67,3% de hombres y un 67,81% de mujeres que no han repetido curso.

En relación a los resultados de la última evaluación (2ª evaluación), un 70,3% declara que ha suspendido alguna asignatura. Frente a esto, tenemos un 4,6% que ha aprobado todas las asignaturas y un 25,1% que, además de aprobar todas, ha sacado 3 notables o más. Teniendo en cuenta que la mayor parte de los encuestados ha suspendido alguna asignatura podemos observar la tabla 3, donde se reflejan el total de materias suspensas:

<b>Tabla 3. Total de materias suspensas</b>		
<b>Nº de materias</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
<b>1</b>	70	18,9
<b>2</b>	60	16,2
<b>3</b>	40	10,8
<b>4</b>	20	5,4
<b>5</b>	13	3,5
<b>6</b>	5	1,4
<b>7</b>	12	3,2
<b>TOTAL</b>	220	58,5

\*Fuente: *elaboración propia*

La asignatura con mayor número de suspensos es la de matemáticas con un 40,3%, seguida de lengua (33,2%) y física y química (26,5%).

Por último, en relación con los resultados académicos que acabamos de observar, tenemos la variable de la autoestima. Siguiendo una escala de Likert en la que 1 es “no, creo que podría mejorar” y 5 es “sí, absolutamente”, podemos hablar de que un 40% de los encuestados se considera buen estudiante, seguido por un 33,8% que no tiene definida una idea clara (punto 3 de la escala). En concordancia con esto podemos observar la tabla 4, donde podemos ver dónde se sitúan la mayoría de las respuestas (escala de Likert) en relación a tres grupos:



Tabla 4. Media de respuestas: autopercepción como estudiante

Grupo	Media	Desviación típica	Error típico
Han aprobado todas las asignaturas y han sacado 3 notables o más (Grupo1)	3,90	0,885	0,092
Han aprobado todas las asignaturas (Grupo2)	3,24	1,300	0,315
Han suspendido alguna asignatura (Grupo3)	2,87	1,167	0,072

\*Fuente: elaboración propia

Así, a pesar de que los resultados académicos son bastante desalentadores en el grupo 3 (han suspendido alguna asignatura), los adolescentes se consideran buenos estudiantes o se encuentran en un punto intermedio. Por lo tanto, no cabe duda de que la autoestima y las actitudes se están reforzando por otro lado.

## 5.6. FACTORES ASOCIADOS AL RIESGO

A lo largo de los análisis descriptivos se ha puesto de manifiesto que los jóvenes están utilizando las redes sociales y han vivido experiencias de riesgos en su uso. Este último análisis tiene como objetivo profundizar en los factores asociados al riesgo e identificar aquellos que están asociados a los comportamientos más arriesgados. De este modo, podremos establecer los aspectos sobre los que debemos trabajar en nuestra propuesta de intervención. El análisis se ha llevado a cabo mediante el coeficiente de correlación de Pearson, estadístico que mide el grado de asociación entre dos variables.

### 5.6.1. Consumo y riesgo

Con este análisis podremos comprobar si influye el tiempo de consumo de redes sociales con la experiencia en riesgos que han vivido los usuarios. En este sentido, vemos varias relaciones estadísticamente significativas entre las variables seleccionadas (Tabla 5).

**Tabla 5. Correlaciones entre consumo y experiencia de riesgo en redes sociales**

	<b>P1. Edad</b>	<b>P4. Cuantas abiertas y activas</b>	<b>P14. Total de periodos de consulta</b>	<b>P11. Total de experiencias negativas</b>	<b>P.17 Contacto con desconocidos</b>
<b>P1. Edad</b>	1	,045	,168**	,113*	,098
<b>P4. Cuantas abiertas y activas</b>	,045	1	,308**	,137**	,200**
<b>P14. Total de periodos de consulta</b>	,168**	,308**	1	,214**	,251**
**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral) *La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)					

\*Fuente: *elaboración propia*

En primer lugar, según se aprecia en la tabla las experiencias negativas muestran una relación significativa con la variable edad. En relación a esto hay que destacar la relación entre la edad de los usuarios y el tiempo de consumo o consulta ( $r = 0,168$ ; sig. = 0,001) y la relación entre la edad y las experiencias negativas vividas en redes sociales ( $r = 0,113$ ; sig. = 0,033). Por lo tanto, podemos hablar de que los menores de mayor edad dedican más tiempo al medio social y, como consecuencia, han acumulado mayor número de experiencias de riesgo.

En segundo lugar, observamos que el número de cuentas abiertas y activas tiene una alta relación con el tiempo de consumo ( $r = 0,308$ ; sig. = 0,000). Del mismo modo, es significativa la asociación entre cuentas activas y este tipo de experiencias ( $r = 0,137$ ; sig. = 0,010). Así, los menores que tienen un mayor número de cuentas han vivido en mayor número de ocasiones experiencias negativas. En tercer lugar, la variable que muestra una relación más intensa con las experiencias negativas es el tiempo que dedican a las redes sociales ( $r = 0,214$ ;

sig. = 0,000). Los menores que han marcado mayor número de periodos en los que entran en la red social, han sufrido en mayor medida este tipo de experiencias.

Por otra parte, vemos que el contacto con desconocidos, identificada como una de las principales conductas de riesgo, también muestra una relación significativa con las dos variables de consumo, el número de cuentas abiertas ( $r = 0,200$ ; sig.= 000) y el tiempo dedicado a conectarse a las redes sociales ( $r = 0,251$ ; sig. = 0,000).

### 5.6.2. Consumo y rendimiento académico

En este caso, el análisis de datos nos muestra que existen varias relaciones significativas entre el consumo y el rendimiento académico de los usuarios (Tabla 6). En concreto, observamos la relación entre el tiempo de consumo de redes sociales y el hecho de que los usuarios hayan repetido curso ( $r = 0,193$ ; sig. = 0,000) y entre el consumo y el número de materias suspensas ( $r = 0,112$ ; sig. = 0,034). También podemos destacar otra relación significativa entre el hecho de repetir curso y el número de materias suspensas ( $r = 0,142$ ; sig. = 0,006). Por lo tanto, podemos decir que el rendimiento académico de los menores está muy relacionado con el tiempo de consumo de redes sociales.

<b>Tabla 6. Correlaciones entre consumo y rendimiento académico</b>			
	<b>P14. Total de periodos de consulta</b>	<b>P21. ¿Has repetido curso?</b>	<b>P22. Total materias suspensas</b>
<b>P14. Total de periodos de consulta</b>	1	,193**	,112*
<b>P21. ¿Has repetido curso?</b>	,193**	1	,142**
**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral) *La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)			

\*Fuente: *elaboración propia*

### 5.6.3. Riesgo y rendimiento académico

Al hablar de riesgo y rendimiento académico podemos destacar varias relaciones significativas (Tabla 7). En primer lugar, las experiencias de riesgo están relacionadas con el número de materias suspensas ( $r = ,151$ ; sig. = 0,005). También, podemos destacar la relación entre contacto con desconocidos y materias suspensas ( $r = 0,157$ ; sig. = 0,003) o la relación inversa entre contacto con desconocidos con los resultados de la última evaluación ( $r = -0,121$ ; sig. = 0,023). Una relación inversa nos indica una dependencia entre las dos variables, es decir, cuando una de aumenta, la otra disminuye en proporción constante.

Por otro lado, observamos varias relaciones inversas muy significativas entre el total de materias suspensas y los resultados de la última evaluación ( $r = -0,479$ ; sig. = -0,000)

Así, podemos decir que los malos resultados académicos pueden estar impulsando a los adolescentes al uso de las redes sociales como medio para aumentar su autoestima. Sin embargo, este uso está haciendo que los menores se sometan a situaciones de riesgo relacionadas con el uso de dichas plataformas sociales.

<b>Tabla 7. Correlaciones entre riesgo y rendimiento académico</b>				
	<b>P11. Total de experiencias negativas</b>	<b>P.17 Contacto con desconocidos</b>	<b>P22. Total materias suspensas</b>	<b>P21. Resultados última evaluación</b>
<b>P11. Total de experiencias negativas</b>	1	,075	,151**	-,038
<b>P22. Total materias suspensas</b>	,151**	,157**	1	-,479**
<b>P21. Resultados última evaluación</b>	-,038	-,121*	-,479**	1

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral) \*La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral)

\*Fuente: elaboración propia

#### 5.6.4. Autopercepción de riesgo y control de contenidos

Las relaciones entre autopercepción sobre riesgo y control en redes sociales son variadas (Tabla 8):

Tabla 8. Correlaciones entre autopercepción de riesgo y control				
	P10. Autopercepción de riesgo	P12. Autopercepción de control de seguridad	P13. Autopercepción de control de contenidos	P15. Autopercepción de comentarios recibidos
P10. Autopercepción de riesgo	1	,107*	,163**	,003
P12. Autopercepción de control de seguridad	,107*	1	,437**	,231**
P15. Autopercepción de comentarios recibidos	,003	,231**	,182**	1

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral) \*La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

\*Fuente: elaboración propia

En primer lugar observamos cómo hay varias relaciones estadísticamente significativas relacionadas con la autopercepción de riesgo; por un lado, con el control de contenidos ( $r = 0,163$ ; sig. = 0,002) y, por otro, con el control de seguridad ( $r = 0,107$ ; sig. = 0,045).

Por otro lado, la variable que muestra una relación más intensa con el control de seguridad es la de control de contenidos ( $r = 0,437$ ; sig. = 0,000). También vemos que la misma variable (control de seguridad) tiene una relación menos significativa con la autopercepción de los comentarios recibidos ( $r = 0,231$ ; sig. = 0,000). Asimismo, la autopercepción de control de contenidos muestra otra relación con la de comentarios recibidos ( $r = 0,182$ ; sig. = 0,001).

Estos datos nos muestran que la percepción que tienen los adolescentes acerca de los riesgos y control de contenidos en las redes sociales no se corresponde con los datos mostrados anteriormente acerca de las experiencias de riesgo vividas por ellos. Es decir, la percepción que tienen los menores en relación a sus experiencias negativas en redes sociales nos llevan a pensar que pueden no tener suficiente conciencia acerca de los riesgos asociados al uso de las redes sociales.

## **CONCLUSIONES**

La incorporación de los menores a las redes sociales, incluso antes de cumplir la edad mínima, nos muestra el rápido desarrollo de las mismas como herramienta de interacción social. Al igual que otras herramientas tecnológicas, tenemos que ser conscientes de que las redes sociales, aparte de ofrecer diferentes oportunidades a las nuevas generaciones, también conllevan numerosos riesgos derivados de su utilización. Esto se debe a que rompen las barreras de la vida real: falta de reflexión, falta de intimidad, ruptura de derechos, falta de control, supresión de valores fundamentales, etc.

En nuestro estudio se ha comprobado que los menores tienen un elevado uso de las redes sociales, llegando a tener una media de tres cuentas abiertas y activas. Esto supone que el adolescente tenga que dedicar mayor tiempo a mantener sus perfiles actualizados, por lo que el riesgo de sufrir alguna experiencia negativa derivada de este uso es muy elevado. En este sentido, son los menores de mayor edad los que han tenido más experiencias de riesgo, al igual que aquellos que tienen más cuentas activas. Así, podemos hablar de que el uso de las redes sociales está apoyado por el desarrollo de dispositivos que permiten la conexión a la Red en cualquier lugar y momento (*smartphones*, tabletas digitales, etc.). Como consecuencia, los adolescentes viven en un periodo de conectividad permanente, el cual provoca que estén continuamente activos en sus redes sociales. Un aspecto importante a destacar es el elevado número de menores que se conecta a partir de las 22:00h, que supone más de la mitad de los encuestados. Podemos destacar esta situación como algo muy arriesgado, tanto para la salud del menor como para su rendimiento académico. Sin embargo, hemos observado que el acceso a redes sociales en centros de educación está bastante controlado.

Por otra parte, lo que más nos interesa de nuestro estudio es la relación de las redes sociales con el riesgo. Podemos destacar que más del 60% de los perfiles de nuestros encuestados son bastante seguros, pues están definidos como privados. Sin embargo, los perfiles más inseguros suelen pertenecer a varones, que tienen mayor propensión a definir sus perfiles como parcialmente privados o públicos. Los más alarmantes son los que muestran datos como la dirección de domicilios o teléfonos privados, que afortunadamente no suponen porcentajes elevados.

En relación a lo anterior, llama la atención que a pesar de que 3 de cada 4 adolescentes han sufrido algún tipo de experiencia negativa en redes sociales, no tienen una idea definida acerca de si el uso de dichas herramientas sociales conlleva riesgos hacia su persona.



Asimismo, teniendo en cuenta los datos sobre experiencias negativas, vemos una contradicción al observar los datos de autopercepción relacionados con control de seguridad y de contenidos. Es decir, hay un gran número de menores que han sufrido algún tipo de riesgo en las redes sociales; sin embargo, más del 60% opina que tiene totalmente controlada su seguridad y sus contenidos en redes.

También nos interesaba conocer si había experiencias positivas en las redes sociales que pudiesen estar reforzando el uso de las mismas. En primer lugar, podemos describir el refuerzo social como variable que puede estar reforzando el comportamiento de los menores en las redes sociales, pues la mayor parte de los adolescentes considera que los comentarios que reciben en sus perfiles son positivos. Esta misma variable puede estar reforzando a su vez la autoestima de los jóvenes. En segundo lugar, podemos destacar la importancia que se le da a tener una buena relación con las amistades. En este sentido, las redes sociales tienen la capacidad de reforzar dichas relaciones, de mantener un contacto continuo con mayor dinamismo y facilidad.

Por otro lado, hay que señalar que el rendimiento académico de los encuestados es muy bajo, puesto que 70% de los adolescentes ha suspendido alguna asignatura. En contraste con esto, vemos que la autopercepción de éstos como estudiantes es bastante positiva. Igualmente, podemos hablar de que el rendimiento académico está relacionado con el tiempo de consumo de redes. En este sentido, no cabe duda de que la autoestima y las actitudes pueden estar reforzándose con el uso de las redes sociales.

Ante esta situación, la propuesta de acción debe estar orientada a concienciar a los adolescentes sobre los riesgos asociados al uso de las redes sociales, promoviendo un cambio de actitudes. De esta forma, se podrán prevenir futuros problemas relacionados con la utilización de estas plataformas y promocionar hábitos saludables para que los menores se relacionen con ellas de forma adecuada.

**PROPUESTA DE COMUNICACIÓN CON  
FINES SOCIALES:  
Hacia una ciudadanía digital responsable**

## **6.1. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

Teniendo en cuenta las conclusiones a las que hemos llegado tras el análisis de datos, la propuesta de comunicación con fines sociales que vamos a desarrollar será el diseño de talleres de sensibilización sobre redes sociales. Dichos talleres irán dirigidos a alumnos pertenecientes a cualquier curso de la ESO (cuatro cursos) y se dividirán en tres sesiones diferentes. En ellas se tratarán temas importantes y que deben conocerse a fondo para que las futuras generaciones formen parte de una ciudadanía digital responsable.

Por lo tanto, nuestra propuesta de comunicación con fines sociales tiene la función principal de contribuir al buen desarrollo y uso de las redes sociales por parte de los menores, orientándolos a participar y formar parte en una red más segura para todos. De esta forma, nuestra propuesta garantiza una comunicación responsable y participativa, persiguiendo objetivos inmediatos hacia fines sociales como es la concienciación de las nuevas generaciones sobre el buen uso de las plataformas sociales. La participación nos permitirá reducir la distancia social entre menores y adultos, es decir, entre nativos e inmigrantes digitales, lo que facilitará el futuro intercambio de ideas, conocimientos y experiencias entre ambos grupos.

## **TALLERES DE CONCIENCIACIÓN SOBRE REDES SOCIALES**

### **“Hacia una ciudadanía digital responsable”**

#### **INTRODUCCIÓN**

Internet y las redes sociales suponen nuevas formas de aprendizaje, comunicación y ocio, lo que exige que las conozcamos a fondo si queremos hacer un uso libre y responsable de las mismas. En relación a esto, podemos decir que los menores están participando activamente en las redes sociales sin comprender correctamente las características del medio virtual o las implicaciones que se derivan de su uso incorrecto. Por este motivo, hay que hacer llegar a las nuevas generaciones toda la información posible acerca del mundo digital que les rodea.

#### **PÚBLICO OBJETIVO:**

Preadolescentes y adolescentes pertenecientes a los cursos de primer y segundo ciclo de la ESO, usuarios activos de las redes sociales.

#### **OBJETIVOS GENERALES:**

- Reflexionar sobre el mundo digital que nos rodea y la implicación que tienen nuestros actos y comportamiento en el mismo.
- Fomentar el buen uso de las redes sociales.
- Sensibilizar sobre la importancia de gestionar una correcta Identidad Digital.
- Potenciar una ciudadanía digital responsable a largo plazo.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Proporcionar todo tipo de información (concepto, tipos, usos, ventajas, riesgos...) sobre las redes sociales.

- Concienciar sobre la importancia que tienen los actos en las redes sociales.
- Informar sobre los riesgos potenciales derivados del mal uso de las redes sociales.
- Conocer los principales aspectos sobre la seguridad y privacidad en el entorno de Internet, y sobre todo en las redes sociales.
- Proporcionar asistencia al menor en caso de problemas con las redes sociales.

## SESIÓN 1. "APRENDEMOS SOBRE LAS REDES SOCIALES"

### **Objetivos:**

- Dar a conocer información básica acerca de lo que son las redes sociales (concepto y tipología).
- Proporcionar información de diferentes estudios acerca de los usos y finalidad de uso de las redes sociales.
- Explorar las ventajas y riesgos de las redes sociales.

### **Metodología:**

En la parte teórica, la organización del aula no se cambiará con respecto a la existente. Se advertirá a los alumnos de que no tienen que coger ningún apunte, ya que la presentación se subirá a la plataforma del centro o, en su defecto, se enviará por correo electrónico a los alumnos. De esta forma, los alumnos mantendrán la atención hacia la presentación y, si es necesario, se situarán más cerca del ponente.

Durante la parte práctica la clase se dividirá en grupos (máximo 4 personas) y, tras el visionado del vídeo, debatirán en grupos sobre el uso de las redes sociales y escribirán en un papel las conclusiones que crean oportunas (10 min). Después, se nombrará un portavoz de cada grupo para que muestre sus conclusiones a los demás. Finalmente, se realizará una reflexión final de acuerdo con las conclusiones que hayan sacado.

En todo momento el profesor encargado será el guía y moderador de la actividad.

**Tiempo:** 1h y 30min.

**Materiales:** ordenador con proyector y conexión a Internet.

**Desarrollo de la sesión:**

- *¿Qué son las redes sociales?*
  - Concepto.
  - Tipología.
  - Usos y finalidad de uso de redes sociales (datos de estudios).
  - Principales redes sociales.
  
- *Ventajas y riesgos de las redes sociales.*
  
- Actividad: *Si no lo haces en tu vida normal, ¿por qué lo haces en la virtual?*
  1. Visionado del siguiente video:  
  
<http://www.youtube.com/watch?v=HGMJzvSbKzY>  
  
A través del cuento de Caperucita Roja y el Lobo se muestra la precaución que los niños y adolescentes deben tener cuando usan las redes sociales.
  2. Debate sobre el uso de las redes sociales con el fin de que los alumnos reflexionen y perciban por sí mismo los malos hábitos de uso.

## SESIÓN 2. “CONOCEMOS NUESTRA IDENTIDAD DIGITAL”

### **Objetivos:**

- Proporcionar información básica acerca de lo que es la Identidad Digital y todo lo que le rodea: huella digital, seguridad y privacidad.
- Recordar el derecho fundamental a la protección de datos.

### **Metodología:**

En la parte teórica, la organización del aula no se cambiará con respecto a la existente. Se advertirá a los alumnos de que no tienen que coger ningún apunte, ya que la presentación se subirá a la plataforma del centro o, en su defecto, se enviará por correo electrónico a los alumnos. De esta forma, los alumnos mantendrán la atención hacia la presentación y, si es necesario, se situarán más cerca del ponente.

Durante la parte práctica la clase se dividirá en grupos (máximo 4 personas) y, tras el visionado del vídeo, se proporcionará a cada uno el material necesario para el desarrollo de la actividad.

En todo momento el profesor encargado será el guía y moderador de la actividad.

**Tiempo:** 1h y 30min.

**Material:** ordenador con proyector y conexión a Internet, papeles DIN A3, sobres con material (varias fotos de un personaje y papeletas con unas determinadas características de dicho personaje) y pegamento.

### **Desarrollo de la sesión:**

- *¿Qué es la identidad digital?*
  - Concepto.
  - Importancia de la identidad digital.
  - ¿Dónde se muestra la identidad digital?
  - Derecho fundamental a la protección de datos.

\* Recordar que, según la Ley de Protección de Datos de España, a partir de los 14 años los menores pueden gestionar sus datos personales en entornos web sin consentimiento paterno y siendo menores de esta edad pueden hacerlo con su autorización expresa.

▪ Actividad: *¿Cómo es tu huella digital?*

1. Visionado del siguiente video:

<http://www.youtube.com/watch?v=Mj50kxXPQEc>

A través de un spot vemos el riesgo que se corre al compartir datos e imágenes libremente en la red.

2. Se divide la clase en varios grupos (máximo 4 personas). A cada grupo se le da un sobre con varias fotos de un personaje y papeletas con unas determinadas características (personalidad, trabajo, edad, etc.). Así, deben diseñar en un papel DIN A3 el perfil de la persona que tienen en el sobre, advirtiéndoles que debe ser un perfil seguro y responsable (¿qué imagen queremos dar?).

Solamente un grupo será seleccionado para crear un perfil lo más irresponsable e inseguro que puedan (no se lo pueden decir a los demás hasta que no finalice la actividad). Cuando los grupos hayan terminado su perfil, se nombrará un portavoz para cada grupo y se pondrán en común todos los perfiles. Al terminar, se abrirá un debate acerca de lo que opinan sobre los perfiles con el objetivo de que reflexionen acerca de la importancia de la identidad digital.



### **SESIÓN 3. “REALIZAMOS BUENAS PRÁCTICAS A FAVOR DE LA PRIVACIDAD”**

#### **Objetivos:**

- Proporcionar información básica acerca de lo que es la Identidad Digital y todo lo que le rodea: Netiqueta, privacidad en redes sociales y consejos.
- Dar a conocer enlaces de interés para que los alumnos puedan acudir si lo necesitan.

#### **Metodología:**

En la parte teórica, la organización del aula no se cambiará con respecto a la existente. Se advertirá a los alumnos de que no tienen que coger ningún apunte, ya que la presentación se subirá a la plataforma del centro o, en su defecto, se enviará por correo electrónico a los alumnos. De esta forma, los alumnos mantendrán la atención hacia la presentación y, si es necesario, se situarán más cerca del ponente.

Durante la parte práctica, la clase se dividirá en grupos (máximo 4 personas) para el desarrollo de la actividad.

En todo momento el profesor encargado será el guía y moderador de la actividad.

**Tiempo:** 1h y 30min.

**Material:** ordenador con proyector y conexión a Internet.

#### **Desarrollo de la sesión:**

- *¿Qué es la Netiqueta?*
- *Condiciones de uso y privacidad de las redes sociales*
- *Algunos consejos:*
  - Para cuidar tu privacidad.
  - Para cuidar la privacidad de los demás.

- Actividad: *Cuida tu imagen online*

Se divide la clase en varios grupos (máximo 4 personas) y juegan al *Privial*, el trivial de la privacidad, que es una iniciativa de PantallasAmigas para tratar temas relacionados con la privacidad en redes sociales (gestión de datos personales, sexting, manejo de la imagen, etc.). El fin de la actividad es que los alumnos sigan reflexionando sobre los hábitos de uso en las redes sociales al mismo tiempo que se divierten.

El juego lo encontramos online en el siguiente enlace:

<http://www.cuidatuimagenonline.com/>

- Datos y enlaces de interés para que los alumnos puedan acudir a ellos en caso de que tengan algún problema relacionado con Internet y redes sociales:

*¿A quién te puedes dirigir si tienes algún problema relacionado con la Red?*

- A tus padres, tutores o adultos de confianza.
- Fundación ANAR (Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo):
  - ◆ Teléfono: 116 111
  - ◆ <http://www.anar.org/>
- Asociación PROTÉGELES:
  - ◆ Teléfono: 91 74 00 019
  - ◆ <http://www.protegeles.com/>
- Portal del menor:
  - ◆ <http://www.portaldelmenor.es/>

## REFERENCIAS

- AIMC (2013). *Resumen general de resultados EGM*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- BANCO DE DATOS ASEP/JDS (2007). *Encuesta Mundial de Valores 5ª oleada. España*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.jdsurvey.net/>
- BELLOCH, C. (1 de octubre de 2012). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Aprendizaje*. Recuperado el 2 de Julio de 2013, de: <http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.wiki?all>
- BRINGUÉ, X. Y SÁDABA, C. (2010). *Rasgos configuradores de la Generación Interactiva en España*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/320.pdf>
- BRINGUÉ, X. Y SÁDABA, C. (2011). *Menores y Redes Sociales*. Foro Generaciones Interactivas. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.generacionesinteractivas.org/upload/libros/Libro-Menores-y-Redes-Sociales\\_.pdf](http://www.generacionesinteractivas.org/upload/libros/Libro-Menores-y-Redes-Sociales_.pdf)
- BUCKINGHAM, D. (2008). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- CANALDA, A., Y GONZALO, F. (Abril, 2011). *Menores y TIC*. Comunicación presentada en Encuentros TIC realizados por la Agencia del Conocimiento y la Tecnología del Gobierno de la Rioja. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.youtube.com/watch?v=IBxwOkevrMI>
- CASTELLANA, M., SÁNCHEZ-CARBONELL, X., GRANER, C. Y BERANUY, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Papeles de Psicólogo*, 28 (3), pp. 196-204. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1503.pdf>
- CASTELLS, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. III. Fin de milenio*. Madrid: Siglo xxi editores, S.A.

- CIS (2011). Actitudes hacia las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1\\_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=12624](http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=12624)
- CRECERENRED (17 de septiembre de 2010). *Ciberadicción: la adicción a Internet* [Artículo en línea]. Recuperado el 14 de junio de 2013, de: <http://www.kiddia.org/ciberadiccion-la-adiccion-a-internet>
- DE FRUTOS, B. Y VÁZQUEZ, T. (2011). Las redes sociales en adolescentes y jóvenes: un aprendizaje hacia a autorregulación. Recuperado el 6 de febrero de 2013, de: <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%204/Belinda%20de%20Frutos%20Torres%20-%20Tamara%20Vazquez%20Barrios.pdf>
- DE FRUTOS, B. (2011). La participación de los jóvenes en las acciones comerciales de las redes sociales. *Icono 14*, 8, pp. 98-110. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.icono14.es/ocs/index.php?conference=2csd&schedConf=sociedaddigital2&page=paper&op=view&path%5B%5D=52&path%5B%5D=53>
- 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, pp. 57-79. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.doxacomunicacion.es/pdf/pginasdesdedoxa5779\\_1.pdf](http://www.doxacomunicacion.es/pdf/pginasdesdedoxa5779_1.pdf)
- DOMINICK, J. Y WIMMER, R. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, S.A.
- ECHEBURÚA, E. Y DE CORRAL, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (12), pp. 91-96. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.adicciones.es/files/91-96%20editorial%20echeburua.pdf>
- FUNDACIÓN PFICER (Setiembre, 2009). *La juventud y las Redes Sociales en Internet. Informe de resultados de la encuesta*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.fundacionpfizer.org/docs/pdf/Foro\\_Debate/INFORME\\_FINAL\\_Encuesta\\_Juventud\\_y\\_Red\\_Sociales.pdf](http://www.fundacionpfizer.org/docs/pdf/Foro_Debate/INFORME_FINAL_Encuesta_Juventud_y_Red_Sociales.pdf)

- GARCÍA, A. (COORD.), BELTRÁN, P., GAONA, C., LÓPEZ, M<sup>a</sup>., MARTÍNEZ, E., PÉREZ-UGENA, Á. Y VIZCAÍNO, R. (2010). *Comunicación y comportamiento en el ciberespacio: actitudes y riesgos de los adolescentes*. Barcelona: ICARIA.
- GARCÍA, F., PORTILLO, J., ROMO, J. Y BENITO, M. (Septiembre, 2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia>
- GARMENDIA, M., GARITAONANDIA, C., MARTÍNEZ, G. Y CASADO, M. (Marzo de 2011). *Riesgos y seguridad en internet: Los menores españoles en el contexto europeo* [Encuesta EU kids Online]. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/National%20reports/Spanish%20report.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/National%20reports/Spanish%20report.pdf)  
<http://campusvirtual.uva.es/mod/resource/view.php?id=349161>
- IAB SPAIN (2013). *IV Estudio anual Redes Sociales*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS\\_reducida.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf)
- INE (2012) *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y de la Comunicación en el Hogar*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p450&file=inebase&L=0>
- INJUVE (2009). *Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/adolescentes-y-jovenes-en-la-red-factores-de-oportunidad>
- INJUVE (2011). *Jóvenes y TIC*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/27/publicaciones/Sondeo%202011-1b.pdf>
- INJUVE (2012). *Jóvenes e infotecnologías: entre nativos y digitales*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/27/publicaciones/Sondeo%202011-1b.pdf>

- INTECO (2012). *Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.inteco.es/Estudios/Estudio\\_hogares\\_1C2012](http://www.inteco.es/Estudios/Estudio_hogares_1C2012)
- MARTÍNEZ, R. Y ESPINAR, E. (2012). Adolescentes y Tecnologías de la Información y la Comunicación en España. *OBETS*, 7 (1), pp. 109-112. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/23477/1/OBETS\\_07\\_01\\_05.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/23477/1/OBETS_07_01_05.pdf)
- MONTAÑÉS, M. (2009) Metodología y técnica participativa. Teoría y práctica de una estrategia de investigación participativa. Barcelona: UOC.
- OCHAITA, E., ESPINOSA, M<sup>a</sup> A. Y GUTIÉRREZ, H. (2011). Las necesidades adolescentes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Revista de Estudios de Juventud*, 92, pp. 87-110. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ92-16.pdf>
- ONSTI (2012) *La Sociedad en Red*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/la\\_sociedad\\_en\\_red\\_2011\\_ed2012.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/la_sociedad_en_red_2011_ed2012.pdf)
- ONSTI (2013). *Estudio de demanda y uso de Servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/xxxviii\\_oleada\\_panel\\_de\\_hogares\\_4t\\_2012\\_0.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/xxxviii_oleada_panel_de_hogares_4t_2012_0.pdf)
- PISCITELLI, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- PRENSKY, M. (2004a). The death of Command and Control?. *Strategic News Service*, Special Letters. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.marcprensky.com/writing/prensky-sns-01-20-04.pdf>
- PRENSKY, M. (2004b). *The Emerging Online Life of the Digital Native: What they do differently because of technology, and how they do it*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.marcprensky.com/writing/prensky-the\\_emerging\\_online\\_life\\_of\\_the\\_digital\\_native-03.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/prensky-the_emerging_online_life_of_the_digital_native-03.pdf)

- PRENSKY, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes digitales*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- SÁDABA, C. (9 de abril de 2012). *Parte 1 - Menores y nuevas tecnologías*. Charo Sádaba en Hora 25 - Cadena SER. [Archivo de video]. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://www.youtube.com/watch?v=2\\_TIZdTPQCM](http://www.youtube.com/watch?v=2_TIZdTPQCM)
- SÁDABA, C. (9 de abril de 2012). *Parte 2 - Menores y nuevas tecnologías*. Charo Sádaba en Hora 25 - Cadena SER. [Archivo de video]. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.youtube.com/watch?v=kFfNmCFp60Q>
- SÁNCHEZ, A. Y FERNÁNDEZ, M<sup>a</sup>. (2010). *Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2010/07/06/Generacion20.pdf>
- SÁNCHEZ, M. Y DE FRUTOS, B. (2012). Adolescentes en las redes sociales: ¿Marca el género la diferencia? *TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 92. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es\\_ES&id=2012071612040003&activo=6.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2012071612040003&activo=6.do)
- SÁNCHEZ, M. Y DELGADO, C. (9 de noviembre de 2012) *Cómo elaborar un proyecto de investigación (II)*. Recuperado el 14 de junio de 2013, de:
- SÁNCHEZ, M., DE FRUTOS, B. Y VÁZQUEZ, T. (2013). "Niños y adolescentes frente a la publicidad en Internet". *Las Nuevas Tecnologías en la familia y en la educación*. Madrid: CEU Ediciones.
- SANGUINO, V. (2012) *Comunicación desde las Administraciones Públicas. Una propuesta de Comunicación con Fines Sociales para el programa Construyendo mi Futuro del Ayuntamiento de Segovia* [TFM] Universidad de Valladolid, 2012.



SOLANO, I., GONZÁLEZ, V. Y LÓPEZ, P. (2013). Adolescentes y comunicación: las TIC como recurso para la interacción social en educación secundaria. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 42, pp. 23-35. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p42/02.pdf>

TAPSCOTT, D. (2009). *Grown up digital. How the net generation is changing your world*. New York: McGraw Hill

THE COCKTAIL ANALYSIS (2012). *Observatorio de Redes Sociales IV Oleada. Informe público de resultados*. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.slideshare.net/TCAnalysis/4-oleada-observatorio-de-redes-sociales>

TORRES, R. (27 de septiembre de 2005). *Sociedad de la información / Sociedad del conocimiento*, [documento en línea]. Recuperado el 2 de julio de 2013, de: <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/socinfocon.pdf>

## **ANEXO: CUESTIONARIO**



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**MÁSTER EN COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES: ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS**

*Cuestionario para adolescentes*

El objetivo de este estudio es conocer el hábito de uso de las redes sociales en la población de adolescentes. Solicitamos tu colaboración para responder a este cuestionario con la ayuda de un coordinador que te responderá si tienes cualquier duda sobre el mismo.

De acuerdo con la **LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS** vigente y el código **CCI ESOMAR** referidos a la protección y tratamiento de datos, toda la información que nos facilite en este cuestionario será tratada exclusivamente con fines estadísticos no pudiendo ser utilizada de forma nominal ni facilitada a terceros.

**PARTICIPACIÓN:** La participación en este estudio es voluntaria, puedes dejar de participar en cualquier momento si así lo deseas. Antes de participar y durante la investigación puedes preguntar al coordinador cualquier duda sobre el mismo.

**CONSENTIMIENTO:** He leído la información de este formulario de consentimiento. Se han contestado todas mis preguntas en cuanto al estudio y mi participación en él. Por voluntad propia consiento participar en este estudio de investigación.

**FIRMA DE CONSENTIMIENTO:**

**FECHA:**

CUESTIONARIO Nº

COLEGIO / INSTITUTO:

**Datos Personales**

1. EDAD:	2. SEXO:	HOMBRE	3. CURSO:	1	2	3	4	ESO
		MUJER		1	2		BACHILLERATO	

**Aquí hay algunas preguntas sobre tu acceso a las redes sociales**

**4. Indica cuántas cuentas en redes sociales tienes abiertas y utilizas habitualmente:**

Ninguna	1	2	3	4	5	6 o más
---------	---	---	---	---	---	---------

(Si no tienes cuenta en alguna red social pasa a la pregunta 21 al final del cuestionario)

**5. ¿A qué edad usaste por primera vez una red social?**

**6. Señala qué redes sociales usas normalmente, es decir, tienes cuenta activa y la consultas (por orden de preferencia):**

Tuenti	Hi5
Facebook	Fotolog
Twitter	Tumblr
LinkedIn	Flickr
Google +	MySpace
Otras (especificar):	

**7. Desde que te abriste el primer perfil en una cuenta ¿has dejado de ser usuario, cerrado o abandonado alguna cuenta? (Marca una sola respuesta)**

<input type="checkbox"/>	No, nunca he cerrado o abandonado un perfil
<input type="checkbox"/>	Sí, he dejado de usar algún perfil pero no lo he cancelando
<input type="checkbox"/>	Sí, he dejado de usar algún perfil y lo he cancelando

**8. ¿Cómo está definido tu perfil principal, es decir, el que más usas? (Marca una sola respuesta)**

<input type="checkbox"/>	Público, para que todo el mundo pueda verlo
<input type="checkbox"/>	Parcialmente privado, para que puedan verlo amigos de amigos de mi red
<input type="checkbox"/>	Privado, para que puedan verlo sólo mis amigos

**9. De los elementos que aparecen en la tabla, ¿cuáles están en tu perfil?**

<input type="checkbox"/>	Una foto que muestra tu cara de forma clara
<input type="checkbox"/>	Apellidos
<input type="checkbox"/>	Dirección
<input type="checkbox"/>	Número de teléfono
<input type="checkbox"/>	Nombre de colegio / instituto
<input type="checkbox"/>	Edad real
<input type="checkbox"/>	Hobbies / Aficiones
<input type="checkbox"/>	Ninguna de estas (espontáneo)

**10. ¿Hasta qué punto crees que las redes sociales te pueden llevar a situaciones de riesgo?**

Creo no tienen ningún riesgo	1	2	3	4	5	Creo que tienen un alto riesgo
------------------------------	---	---	---	---	---	--------------------------------

**11. ¿Has observado alguna de las siguientes situaciones en tu experiencia en las redes sociales?**

<input type="checkbox"/>	Algo que te haya hecho sentir incómodo como comentarios desagradables sobre ti, fotos en las que no te gusta como sales, etc.
<input type="checkbox"/>	Difusión de rumores con contenido negativo hacia ti o de alguien cercano a ti
<input type="checkbox"/>	Agresiones verbales como insultos o amenazas hacia ti o de alguien cercano a ti
<input type="checkbox"/>	Comportamientos inapropiados: comentarios fuera de tono, fotos en actitudes inadecuadas, etc.
<input type="checkbox"/>	Agresiones verbales como insultos o amenazas hacia personas que conoces
<input type="checkbox"/>	Difusión de rumores con contenido negativo hacia personas que conoces
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar):

**12. ¿Hasta qué punto consideras que sabes cómo controlar la seguridad en las redes sociales?**

No tengo control	1	2	3	4	5	Totalmente controlado
------------------	---	---	---	---	---	-----------------------

**13. Dentro de tu red social habitual, ¿hasta qué punto consideras que tienes control sobre los contenidos subidos (fotos, videos, eventos, etc. en los que estás etiquetado) o sobre los comentarios que aparecen en tu tablón?**

No tengo control	1	2	3	4	5	Totalmente controlado
------------------	---	---	---	---	---	-----------------------

**14. Señala en cuál de las siguientes situaciones sueles conectarte a una red social en un día laborable.**

	Antes de las 8:00	Antes de ir al instituto o al colegio
	8:00 a 11:00	Mientras que estoy en el instituto o en el colegio, antes del recreo
	11:00 a 14:00	Mientras que estoy en el instituto o en el colegio, después del recreo
	14:00 a 16:00	Antes o después de comer
	16:00 a 19:00	Mientras estoy haciendo las tareas, estudiando o con otras actividades
	19:00 a 21:00	Cuando he acabado de estudiar o de realizar otras actividades
	21:00 – 22:00	Después de cenar
	Después de las 22:00	Antes de irme a dormir
	A todas horas	

**Aquí tienes algunas preguntas sobre el contenido de tu perfil en redes sociales**

**15. Si tuvieras que calificar los comentarios que recibes de tus contactos en las redes sociales dirías que:**

La mayor parte son negativos	1	2	3	4	5	La mayor parte son positivos
------------------------------	---	---	---	---	---	------------------------------

**16. ¿En qué medida sientes que las redes sociales te hacen popular o te hacen sentir mejor?**

No, nunca he tenido esa sensación	1	2	3	4	5	Sí, me hacen sentir muy bien la mayor parte del tiempo
-----------------------------------	---	---	---	---	---	--

**17. ¿Alguna vez has mantenido contacto a través de las redes sociales con una persona desconocida? –Es decir, que la hayas agregado sin conocerla de nada o sin tener amigos/contactos en común-. (Marcar una sola respuesta)**

	No, nunca me he puesto en contacto con un desconocido a través de las redes sociales
	Alguna vez he contactado en la red con un desconocido, pero no lo volvería a repetir
	Más de una vez he contactado con desconocidos y es una experiencia que volvería a repetir

**18. Hasta qué punto es para ti importante...**

	Nada Importante		Muy Importante	
	1	2	3	4
1. Retocar las fotos que subes a tu perfil y dar una buena imagen de ti mismo	1	2	3	4
2. Tener un gran número de amigos agregados en tu perfil de la red social	1	2	3	4
3. Subir contenidos interesantes a tu perfil para que los lean otras personas	1	2	3	4
4. Hacer comentarios de los contenidos que suben tus amigos en su perfil	1	2	3	4
5. Tener una buena relación personal (cara a cara) con tus amigos	1	2	3	4

**A continuación tienes una preguntas sobre cómo eres cuando navegas en Internet y en las redes sociales**

**19. Cuando tengo tiempo para navegar...**

	Nunca o casi nunca		Con frecuencia	
	1	2	3	4
1. Suelo encontrar contenidos casualmente pasando de un enlace a otro	1	2	3	4
2. Si encuentro una página, blog o grupo que me interesa por sus contenidos lo agrego a mi perfil, al RSS, o a mis favoritos para seguirlo	1	2	3	4
3. Navegando por la red descubro contenidos y personas realmente interesantes al margen de los sitios que conoce todo el mundo	1	2	3	4
4. Me gusta buscar personas desconocidas con intereses similares a los míos o simplemente curioso en sus perfiles	1	2	3	4

5. Me gusta explorar por páginas de viajes, subastas o similares aunque no tenga intención de comprar	1	2	3	4
6. Para mí entrar en Internet y buscar contenidos es una forma de entretenimiento	1	2	3	4

**20. Señala si te identificas con las siguientes afirmaciones...**

	No me define en absoluto		Me define Bastante	
	1	2	3	4
1. Tengo una rutina muy definida cuando navego en Internet y no suelo entrar en sitios que no conozco o me han recomendado	1	2	3	4
2. Suelo confiar bastante en los comentarios que dejan otros usuarios en Internet cuando voy a hacer una compra, bajar un contenido o busco otro tipo de información	1	2	3	4
3. Cuando hago búsquedas en la red con Google, Yahoo o similar soy bastante directo, voy a lo que me interesa y no suelo explorar sólo por curiosidad	1	2	3	4
4. Pienso que en Internet hay contenidos que valen la pena pero también hay mucha "basura"	1	2	3	4
5. Sólo me interesan las redes sociales para estar al día y ver la actividad de mis contactos cercanos	1	2	3	4
6. Para mí la red social es una oportunidad para enterarte de muchas cosas y entrar en contacto con otras personas que tienen tus mismos intereses	1	2	3	4
7. Creo que gracias a las redes sociales puedes llegar a ser muy popular y tener mucho éxito	1	2	3	4
8. Hoy en día no te puedes fiar mucho de los contenidos de las redes sociales porque la gente se aprovecha del anonimato y muchos contenidos no son ciertos	1	2	3	4
9. Soy bastante crítico con los contenidos que veo en las redes sociales, para mi gusto hay muchas chorradas que no tienen credibilidad	1	2	3	4
10. Soy bastante escéptico en participar en eventos u otras acciones en las redes sociales que puedan dejar visible mi perfil a desconocidos	1	2	3	4

**Por último, unas preguntas sobre tu nivel académico**

**21. ¿Has repetido alguna vez curso en secundaria (ESO) o Bachillerato?**

<input type="checkbox"/>	Si, en la ESO
<input type="checkbox"/>	Si, en Bachillerato
<input type="checkbox"/>	No

**22. En la última evaluación de este curso: (marcar una sola respuesta)**

<input type="checkbox"/>	Has aprobado todas las asignaturas y has sacado 3 notables o más
<input type="checkbox"/>	Has aprobado todas las asignaturas
<input type="checkbox"/>	Has suspendido alguna asignatura (*)

**(\*) Si has suspendido alguna asignatura en la anterior evaluación, marca con una cruz las que correspondan:**

<input type="checkbox"/>	Matemáticas
<input type="checkbox"/>	Lengua
<input type="checkbox"/>	Inglés
<input type="checkbox"/>	Geografía e Historia
<input type="checkbox"/>	Filosofía
<input type="checkbox"/>	Ciencias Naturales
<input type="checkbox"/>	Física y Química
<input type="checkbox"/>	Tecnología
<input type="checkbox"/>	Otras

**23. ¿Te consideras buen estudiante?**

No, creo que podría mejorar	1	2	3	4	5	Si, absolutamente
-----------------------------	---	---	---	---	---	-------------------