

Adolescentes y redes sociales. Hábitos de uso en España

Adolfo Sánchez Burón
Poveda Fernández Martín*

1. Introducción

Es realmente sorprendente la velocidad de expansión en la utilización de las redes sociales en prácticamente todos los países del planeta, así como en las distintas esferas de sus sociedades. Para dar una idea de su alcance, puede hacerse un ejercicio rápido mirando en el buscador Google el *ranking* de número de búsquedas durante el último mes: en la mayoría de países está encabezado (o en los primeros puestos) por una red social como es Facebook. España, lógicamente, no escapa a este efecto global.

El estudio que se presenta en este artículo da continuidad al presentado hace un año, restringido geográficamente a la Comunidad de Madrid, donde ya se dejaba constancia de la extensión de uso de las redes sociales por parte de los adolescentes (Sánchez Burón, Rodríguez y Fernández, 2009). A este grupo de edad se le ha intentado catalogar con un sinfín de apelativos, como "nativos digitales", "generación 2.0", etc., intentando en todos los casos poner de manifiesto las características distintivas de uso de las herramientas disponibles en Internet, ya que suponen un cambio cualitativo con respecto a generaciones precedentes. Algunas de éstas pueden ser: la elevada comprensión intuitiva de las estructuras propias de dichas herramientas, la facilidad de uso o la rápida expansión de cualquier tipo de innovación (Messenger, redes, wikis,...) sin necesidad de las campañas de comunicación y publicidad.

Todo ello ha tenido principalmente dos consecuencias. En primer lugar, y unido a un desencanto evidente del mundo educativo, ha llevado en los últimos años a abogar

por un cambio necesario de metodología y planteamientos en el proceso de enseñanza y aprendizaje, centrado en satisfacer las necesidades del alumnado, especialmente por lo que se refiere a una nueva manera de aprender, donde las nuevas tecnologías aportadas por lo que se denomina la Web 2.0 asumen un papel central (Ros Perán, 2010). En segundo lugar, a un incremento de la investigación relacionada con la utilización de las redes por parte de los adolescentes, intentando explicar su elevado grado de uso, los motivos que les orientan a su utilización y cómo pueden afectar a distintos ámbitos de desarrollo de los adolescentes como son la personalidad o el desarrollo cognitivo, emocional o social (Boyd y Ellison, 2007; Gross, 2004; Lenhart y Madden, 2007; Pempek *et al.*, 2009; Wiley y Sisson, 2006). El dato que más llama la atención es precisamente el carácter dinámico de los hallazgos encontrados, de tal manera, que los resultados encontrados en las investigaciones se ven modificados en pocos años. Se pueden destacar al menos tres aspectos:

a) Parece que se mantiene un uso diferencial en chicos y chicas de estas edades, buscando las segundas una mayor relación de intimidad al emplear Internet, mientras que los chicos, si bien lo utilizan para interactuar con amistades, lo emplean en mayor medida para jugar con videojuegos de carácter violento.

b) Desaparece la influencia negativa que podía tener la red sobre los adolescentes. Hace pocos años, a principios de la década, en otras palabras, se observaba que había una relación entre uso de la red y aislamiento social; la aparición de las redes sociales provoca precisamente que esta relación desaparezca, e incluso se invierta, ya que una mayor utilización de estas redes mejora las relaciones sociales entre los adolescentes (Gross *et al.*, 2002).

* Departamento de Psicología. Universidad Camilo José Cela.

c) Un tercer aspecto que ha centrado la investigación en este ámbito es la gestión o experimentación de la identidad personal en contextos *online* (Livingstone, 2008). Se observa que la mayoría de las relaciones que se mantienen en Internet suelen ser con amigos cercanos con los que se mantiene una relación habitual *online* (y, en menor medida, con amigos más lejanos). Este hecho provoca que la experimentación con diferentes identidades no sea un fenómeno excesivamente extendido en la red, si bien, como en contextos *offline* se maneja la autopresentación ante otros intentando asumir roles de mayor edad, con más poder, etc. (Manago *et al.*, 2008).

homogénea (entre el 19 por 100 en los cursos menos representados, al 21 por 100 en los más representados). El rango de edades se situaba entre los 11 y los 20 años.

Con respecto a la población, es importante señalar que un objetivo de este estudio es observar cómo se inician los preadolescentes y adolescentes en las redes sociales, por lo que resulta oportuna y necesaria la inclusión de cursos como primero y segundo de ESO, aunque, como es sabido, la edad de inicio de las redes sociales se marca a los 14 años.

2. Método

2.1. Muestra

Se parte de una muestra incidental de 6.798 adolescentes, pertenecientes a 44 Centros educativos (públicos, concertados y privados) distribuidos en las 17 comunidades autónomas (gráfico 1). La distribución en función del sexo de los participantes arroja unos porcentajes homogéneos en varones y mujeres, muy cercanos al 50 por 100. Mientras que los cursos seleccionados para dar respuesta al estudio fueron los de Educación Secundaria Obligatoria (desde primero hasta cuarto curso, ambos inclusive) y primero de Bachillerato, mostrando una distribución de porcentajes muy

2.2. Instrumento de evaluación y procedimiento

El instrumento de evaluación empleado supuso una adaptación del utilizado en el de 2009, aunque manteniendo en gran medida la estructura original de cuatro apartados: variables sociodemográficas (edad, sexo, curso y rendimiento académico), hábitos de uso de Internet (tiempo de conexión, aplicaciones más empleadas, restricciones familiares,...), hábitos de uso de las redes sociales (grado de conocimiento, antigüedad, razones de uso, modo de conocimiento, preferencia por distintas redes,...), efecto de las redes en sus relaciones sociales (número de contactos incluidos en las redes, tipo de contactos, estrategias de privacidad, grado de influencia en sus relaciones), y actitudes y percepciones en la utilización de las redes (en este caso, se responde a la pregunta ¿cómo afecta, desde el punto de vista del adolescente, el uso de las redes sociales en su vida?). En este artículo se presentarán los resultados relacionados con los hábitos de uso de las redes sociales por parte de los adolescentes.

El cuestionario fue aplicado en el horario de clase en los centros escolares donde se había contactado previamente y recibido su visto bueno a participar en el estudio. El evaluador fue un profesional externo o un miembro de la plantilla del propio centro (orientador o profesor). La aplicación del cuestionario se llevó a cabo durante siete meses, desde diciembre de 2009 hasta junio de 2010.

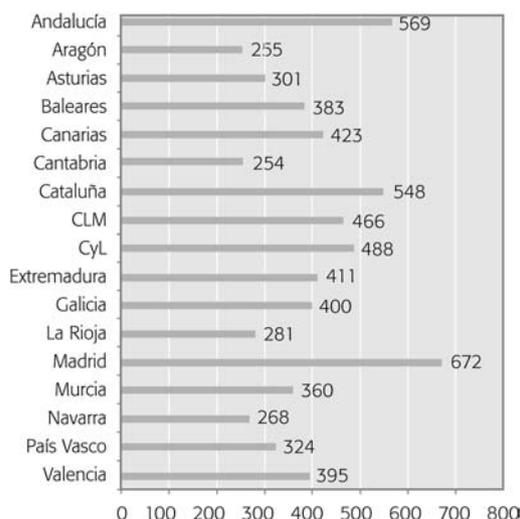
3. Resultados

3.1. Hábitos de uso de las redes sociales

En este apartado se mostrarán los resultados obtenidos en la parte del cuestionario que se refiere a hábitos de uso de las redes sociales, así como algunas cuestiones incluidas en la parte anterior, sobre utilización de Internet, y que sirve para aportar mayor claridad y comprensión de cómo

Gráfico 1

DISTRIBUCIÓN DE PARTICIPANTES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (frecuencias)

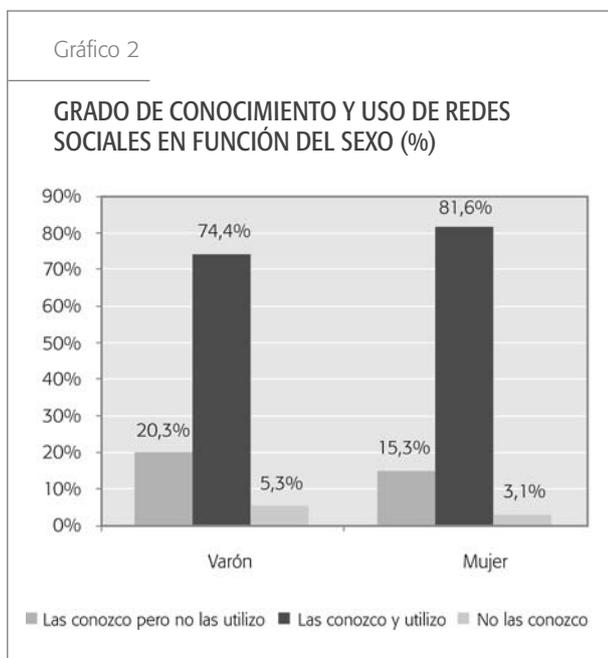


emplean los adolescentes las redes sociales con respecto a otras aplicaciones. Para mayor claridad, se ha dividido la presentación en seis apartados:

- Conocimiento y grado de utilización de las redes sociales.
- Procedimiento para llegar a conocer las redes sociales.
- Empleo de distintas aplicaciones de Internet.
- Preferencia por redes sociales.
- Modo de uso de las redes sociales.
- Motivaciones de uso de las redes sociales.

Conocimiento y grado de utilización de las redes sociales

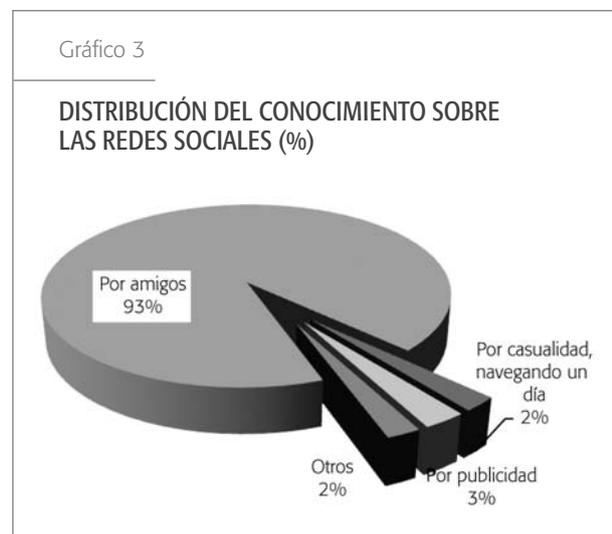
Cuando analizamos el grado de conocimiento y utilización de las redes sociales por parte de los adolescentes, lo primero que llama la atención es el volumen al que llega su penetración en esta población, con un 78 por 100 de personas de estas edades que dice conocerlas y utilizarlas; además, un 18 por 100 las conoce pero no las usa. Sólo un 4 por 100 de la población adolescente de las 17 comunidades consultadas dice no conocerlas. Debe tenerse en cuenta que la muestra se extiende desde los 12 hasta los 17 años (los porcentajes de estudiantes con edades superiores e inferiores a éstas es muy reducido), es decir, incluso en el grupo de edad inferior se emplea en gran medida.



Sin embargo, cuando profundizamos en el grado de uso se encuentran diferencias por grupos en función del sexo de los participantes (gráfico 2): el grupo de mujeres las utiliza en mayor medida (81,6 por 100) que el de varones (74,4 por 100); y como consecuencia, es inferior el porcentaje de chicos que dice conocerlas pero no las utilizan (20,3 por 100) que el de las chicas (15,3 por 100).

Procedimiento para llegar a conocer las redes sociales

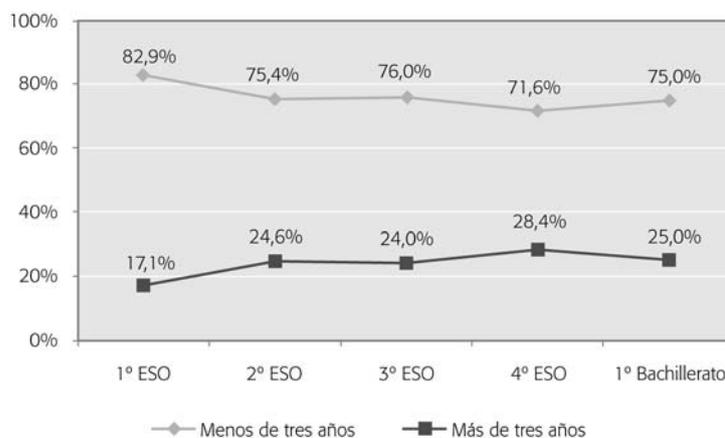
Al observar el procedimiento mediante el cual los adolescentes llegaron a conocer y empezaron a utilizar las redes sociales, es un dato sorprendente que el 93 por 100 de personas dice haberlas conocido mediante la transmisión personal, especialmente a través de amigos o familiares. Se pone de manifiesto la casi ausencia de efecto de las campañas tradicionales de publicidad en las aplicaciones difundidas mediante Internet, así como un efecto de globalización, dada la extensión de uso a nivel mundial (gráfico 3).



Para profundizar en estos resultados, se segmentó la muestra por grupos de edad (en función del curso de pertenencia) con el objetivo de poder observar si el nivel educativo influía en el grado de antigüedad en el uso de las redes. Las hipótesis de partida, lógicamente, era que en niveles educativos inferiores se emplearían en menor medida estas aplicaciones sociales. Efectivamente, se confirma la hipótesis, aunque en menor medida de lo esperado (gráfico 4): la diferencia entre el grupo de menor y mayor edad no es demasiado elevada: en primero de la ESO un 17,1 por 100 emplea las redes desde hace más de tres años, por un 25,0 por 100 en el grupo de más edad, primero de Bachillerato, siendo el grupo de cuarto de la

Gráfico 4

ANTIGÜEDAD EN EL USO DE REDES SOCIALES POR CURSO (%)



ESO quien muestra mayor porcentaje en este rango de utilización (28,4 por 100).

Este interesante efecto pone de manifiesto el *boom* que ha supuesto la aparición de las redes y su grado de expansión en prácticamente todas las edades, lo que ha llevado en la actualidad a la aparición de redes sociales dirigidas a grupos de edades inferiores a las que han participado en el estudio.

Empleo de distintas aplicaciones de Internet.

Al cuestionar el grado de utilización de distintas aplicaciones disponibles en Internet (gráfico 5), los adolescentes muestran unas preferencias muy claras por las redes sociales, desplazando a otras aplicaciones semejantes, como el *Messenger*, que antes de la aparición y expansión de las redes tenían un gran éxito.

Otras aplicaciones que parecen tener una utilización media son el mismo *Messenger*, comentar fotos o vídeos y descargar películas o música. Por último, tiene muy poco éxito entre la población adolescente las aplicaciones de subir vídeos, juegos *online* o la utilización de *blogs*, *chats* y foros, así como el bajo uso de *webs* de contenidos académicos.

Preferencia por redes sociales

En este apartado se preguntó por las redes preferidas, y para tener una imagen más precisa se plantearon otros dos

aspectos relacionados: las redes en las que los adolescentes han incluido sus perfiles (sus datos personales), ya que nos informa sobre en cuántas redes tienen intención de mantenerlas activas; y las redes que en la actualidad mantienen activas en el momento de la respuesta al cuestionario.

Uno de los resultados más sorprendentes en la utilización de redes sociales a estas edades es la amplia utilización de *Tuenti*, dado que desbanca a la red líder en edades más adultas, como es *Facebook*. El 80 por 100 de la muestra consultada manifiesta claras preferencias por *Tuenti*, frente a un 14 por 100 por la segunda (gráfico 6).

Sobre la segunda cuestión, en qué redes habían insertado su perfil, lógicamente tras los datos anteriores, la red en la que los adolescentes han incluido más sus perfiles es *Tuenti*, con un 86,7 por 100, mientras que lo mantienen en activo un 85,2 por 100. En segundo lugar, aparece *Facebook*, en la cual han insertado el perfil un 50,5 por 100 de los usuarios de estas redes, manteniéndola activa un 44,3 por 100. El resto de redes se encuentran a una gran distancia, como puede verse en los gráficos 7 y 8, en los que la tercera posición de este *ranking* la ocupa *Fotolog*, en la que han introducido su perfil un 18,8 por 100 de adolescentes, pero lo mantienen activo únicamente un 7,5 por 100.

Cuando se analiza el porcentaje de adolescentes que han introducido su perfil en una o varias redes sociales (gráfico 9) y el porcentaje de número de redes que mantienen activas en la actualidad (gráfico 10) se puede observar que lo más frecuente es haber introducido su perfil en una o dos redes sociales (48 por 100 y 33 por 100) y mantenerlas activas en un 57 por 100, si se trata de una

Gráfico 5

UTILIZACIÓN DE APLICACIONES DE INTERNET (%)

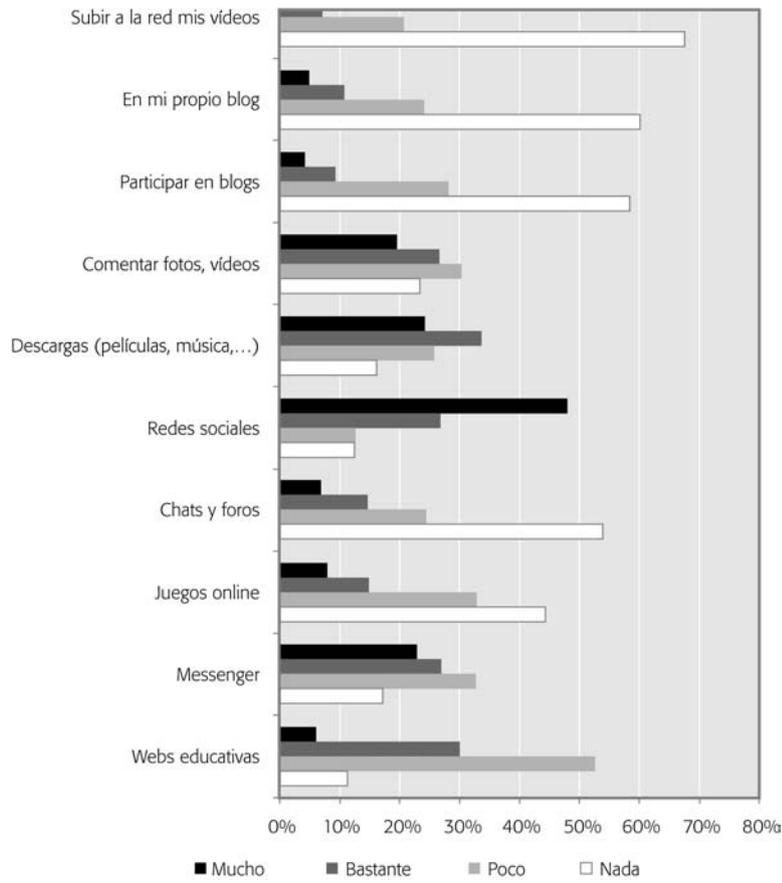


Gráfico 6

PREFERENCIA POR REDES SOCIALES (%)

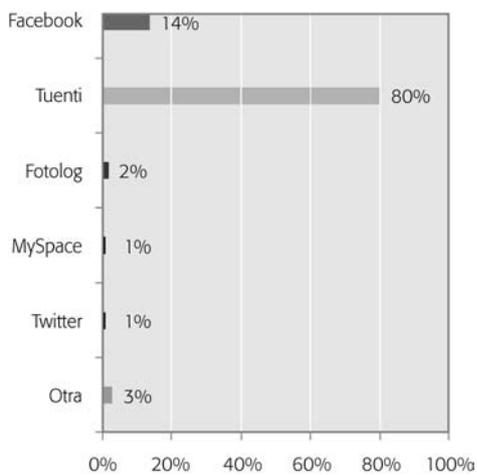
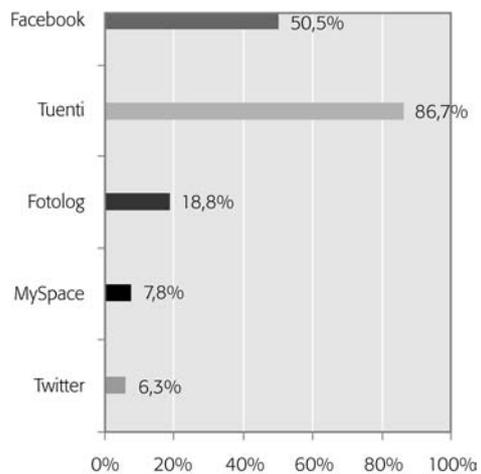
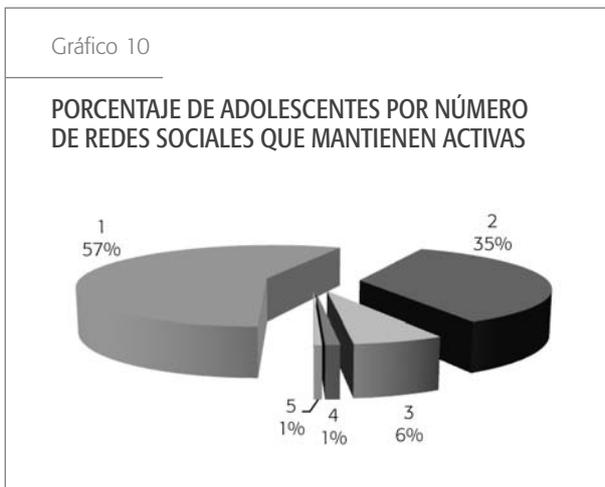
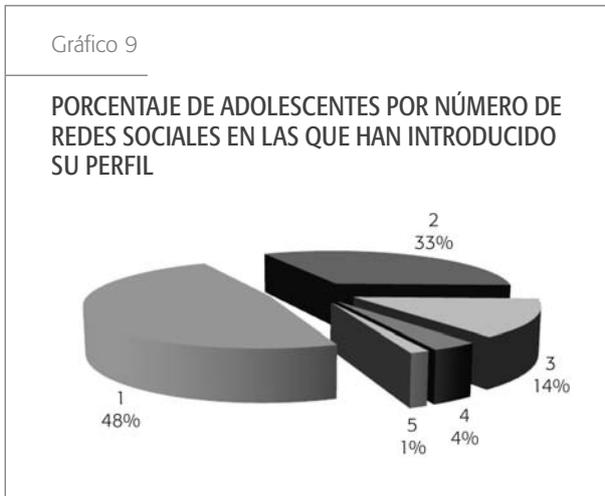
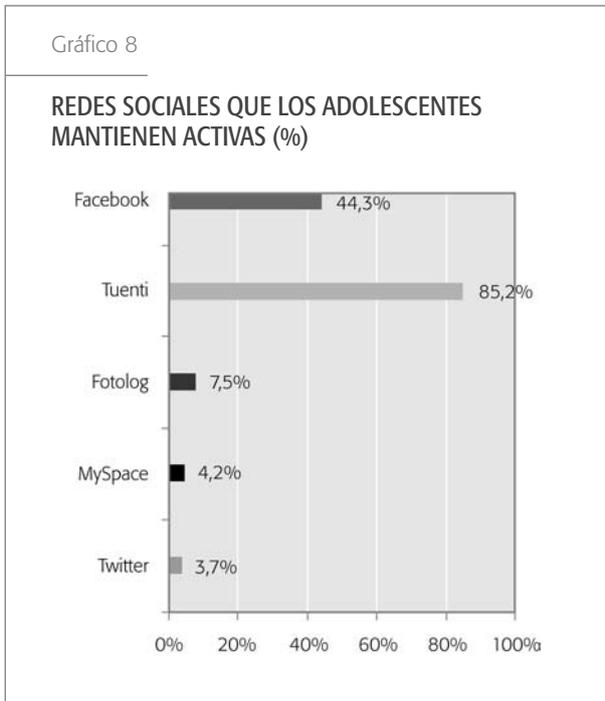


Gráfico 7

REDES SOCIALES EN LAS QUE LOS ADOLESCENTES HAN INTRODUCIDO SU PERFIL (%)





red social, y en un 35 por 100, si se trata de dos. En mucha menor medida aparecen reflejadas opciones como tres, cuatro o cinco redes sociales (19 por 100 en introducción de perfil y 8 por 100 en redes activas).

Modo de uso de las redes sociales

Para indagar sobre los hábitos de uso de las redes sociales, se preguntó por las veces diarias que se consultaban dichas redes. Las respuestas, como pueden verse en el gráfico 11, se concentran entre las opciones de "Varias veces al día" (39 por 100) y "Una vez al día" (27 por 100); en menor medida aparecen las otras tres opciones de respuesta ofertadas. Este resultado da una idea de la habitual utilización de las redes por parte de los adolescentes.



Motivaciones de uso de las redes sociales

Al preguntar las motivaciones por las que usan las redes sociales se les mostraron siete alternativas con opciones dicotómicas de respuesta (sí y no) y una última opción abierta (gráfico 12). Claramente destacan las razones de carácter social relacionadas con las amistades más cercanas o con otras no tan directas. Los adolescentes, cerca del 80 por 100, emplean las redes sociales "para mantener el contacto con sus amigos". Esa es la razón más seleccionada, seguida a gran distancia por "saber de gente con la que no se tiene relación habitual", con un 40 por 100. Por debajo del 20 por 100 se encuentran opciones como conocer gente nueva o ligar. Se observa también en otros estudios de carácter internacional, la finalidad relacional de este tipo de herramientas.

Otro aspecto relacionado con las motivaciones para usar redes sociales tiene que ver con el tipo de acciones o actividades que más ponen en práctica cuando están co-

Gráfico 12

RAZONES DE USO DE LAS REDES SOCIALES (%)

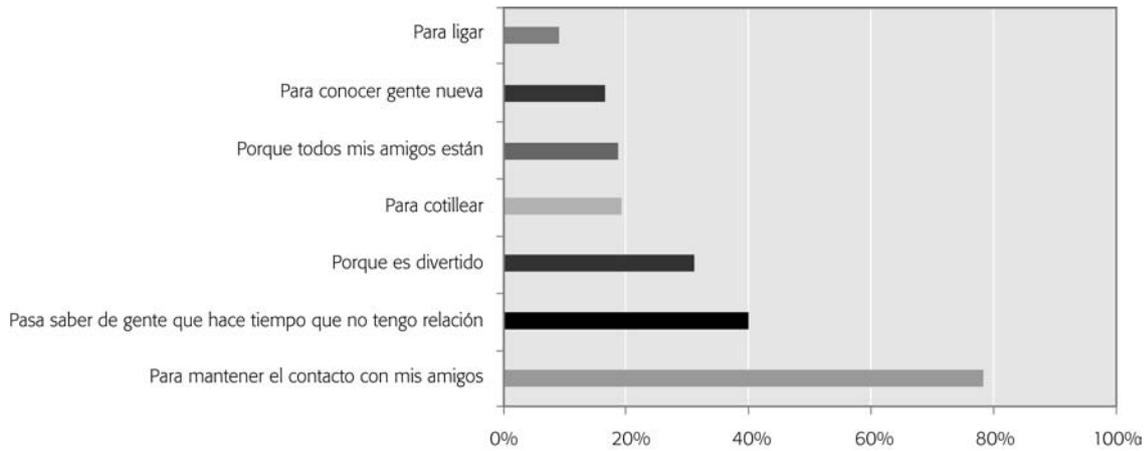
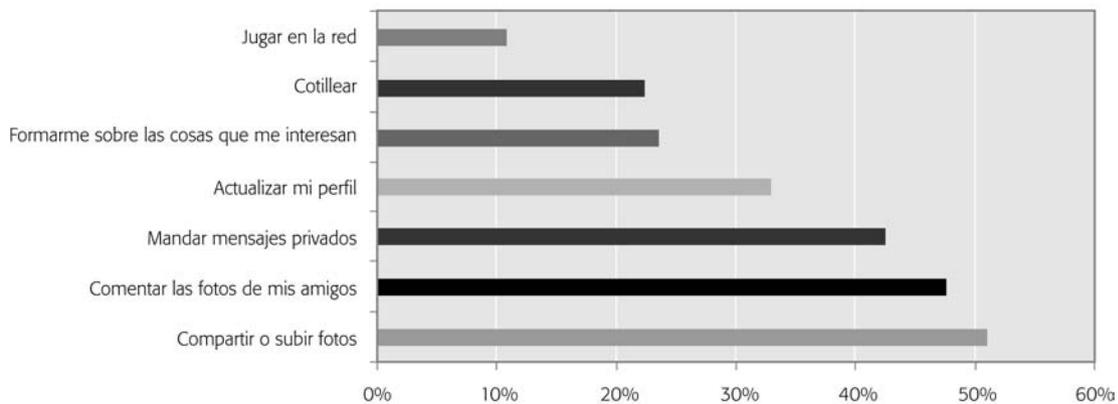


Gráfico 13

ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EL TIEMPO DE USO DE LAS REDES SOCIALES (%)



nectados a una red (gráfico 13). En este caso, la opción más seleccionada es “Compartir o subir fotos” (ligera- mente por encima del 50 por 100), seguido de “Comen- tar las fotos de mis amigos” (48 por 100) y “Mandar mensajes privados” (42,5 por 100). En menor medida aparecen “Actualizar mi perfil” (33 por 100), “Informarme por cosas que me interesan” (24 por 100), “Cotillear” (22 por 100) y “Jugar en la red” (11 por 100).

4. Conclusiones

Una de las primeras conclusiones que pueden dedu- cirse de este estudio y de otros semejantes es la idea de

globalización del uso de las redes sociales. Prácticamente todos los países manifiestan una elevada y extensa utiliza- ción de estas aplicaciones, independientemente de gru- pos de edades, clases sociales o cualquier otra variable sociodemográfica. Otra conclusión es el carácter dinámico de los resultados, esto es, estamos ante una nueva reali- dad que, lejos de aportar resultados estables, muestra cambios muy llamativos en estudios realizados con pocos años de distancia. Esto último supone la necesidad de lle- var a cabo investigaciones diacrónicas que permitan ob- servar la evolución de la interacción entre las personas y las tecnologías relacionadas con Internet y la Web 2.0.

Más concretamente, en el artículo presentado se puede observar la extensa utilización de las redes sociales

por parte de adolescentes, chicos y chicas, pero aportando una idea de que estas redes, que hace pocos años no eran ni conocidas, son en este momento una parte más (importante) en el establecimiento y desarrollo de sus relaciones sociales.

Por último, se puede concluir que pocos productos o servicios (tal vez ninguno) a lo largo de la historia del ser humano han tenido este grado de expansión en su utilización como el identificado para las redes sociales, iniciándose en el periodo de la adolescencia con un perfil sorprendente: aproximadamente en menos de tres años se extiende su utilización a cerca del 80 por 100 de adolescentes, que las han conocido fundamentalmente a través de la transmisión personal (más del 90 por 100). Y aún cabe hacer una anotación más: la red líder en este segmento de edad es *Tuenti*, una red social de carácter local que desbanca a la red líder a nivel global, como es *Facebook*.

Bibliografía

- BOYD, D., Y ELLISON, N. (2007), Social network sites: Definition, history and scholarship. *Computer-Mediated Communication*, 13 (1).
- GROSS, E. F. (2004), Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Applied Developmental Psychology*, 25: 633-649.
- GROSS, E.; JUVONEN, J., Y GABLE, S. (2002), Online communication and well-being in early adolescence: The social function of instant messages. *Journal of Social Issues*, 58, 75-90.
- LENHART, A., Y MADDEN, M. (2007), *Teens, privacy and online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
- LIVINGSTONE, S. (2008), Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10, 393-408.
- MANAGO, A.; GRAHAM, M., GREENFIELD, P., Y SALIMKHAN, G. (2008), Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458
- PEMPEK, T. A.; YEVDOKIYA, A., Y CALVERT, S. L. (2009), Collage students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227-238.
- ROS PERÁN, F. (2010), El acceso de los menores a Internet. *Cuadernos de Información Económica*, 215, 137-140.
- SÁNCHEZ BURÓN, A.; RODRÍGUEZ, L., Y FERNÁNDEZ, P. M. (2009), *Estudio sobre los adolescentes en el uso de Internet y redes sociales*. <http://www.slideshare.net/ucjc/hbitos-de-los-adolescentes-en-las-redes-sociales>.
- WILEY, C., Y SISSON, M. (2006), *Ethics, accuracy and assumption: The use of Facebook by students and employers*. Paper presented at the Southwestern Ohio Council for Higher Education Special Topics Forum, Dayton, OH.