Recibido: 25-05-2012 / Revisado: 12-06-2012
Aceptado: 23-09-2012 / Publicado: 01-03-2013

DOI: http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-01

● P. Colás, T. González y J. de Pablos
Sevilla (España)

Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes

Young People and Social Networks: Motivations and Preferred Uses

RESUMEN
Este artículo presenta los resultados de un estudio sobre la utilización que hacen los jóvenes andaluces de las redes sociales. Los objetivos fundamentales son: conocer los usos preferentes de las redes sociales, su frecuencia y los motivos que les impulsan a su utilización. Además se estudia si existen diferencias de sexo tanto en la frecuencia como en las motivaciones de uso. Se aplica un cuestionario para la recogida de datos. La muestra es de 1.487 adolescentes de Andalucía. Los resultados muestran que los jóvenes en su mayoría usan de manera habitual las redes sociales y se identifican dos vertientes motivacionales en su uso: una social y otra psicológica. No se hallan diferencias significativas entre sexos en cuanto a frecuencia de uso, pero sí en las motivaciones para su acceso. Las de los chicos son de tipo emocional, mientras que en las chicas predomina la motivación de carácter relacional. Los resultados obtenidos muestran coincidencias con investigaciones internacionales realizadas en contextos muy diferentes al presente estudio. En la discusión de resultados se plantean futuras líneas de trabajo, a la vez que se identifican implicaciones que los usos de las redes sociales tienen para la formación e integración social de una ciudadanía activa y participativa, así como para el enriquecimiento de dimensiones como el desarrollo del capital social y la educación.

ABSTRACT
This article presents the results of a study on the use of social networks among young Andalusians. The main objectives are to know the uses of social networks, their frequency and the motives behind their use. A questionnaire was used to collect the data. The sample includes 1487 adolescents in Andalusia. The results show that young people, for the most part, consistently used social networks. We identified two motivational aspects in this use: one social and the other psychological. There are not significant gender differences in frequency of use, but rather in the motivations for access. Boys tend to be the more emotional type, while girls were dominated by a more relational motivation. The results show similarities with international researches in environments that vary greatly from the present work. The conclusions suggest the need for future lines of work. This study also identifies the implications of social network uses for active citizenship and participatory training and social integration. These results are also important for the enrichment of dimensions such as social capital development and education.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS
Juventud, adolescencia, redes sociales, sexo, compensación social, capital social, educación, ciudadanía.
Young people, adolescence, social networks, sex, social compensation, social capital, education, citizenship.

❖ Dra. Pilar Colás-Bravo es Catedrática de Universidad del Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla (España) (pcolas@us.es).

❖ Dra. Teresa González-Ramírez es Titular de Universidad del Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Facultad de Educación de la Universidad de Sevilla (España) (tgonzale@us.es).

❖ Dr. Juan de Pablos-Pons es Catedrático de Universidad y Decano de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla (España) (jpablos@us.es).

1. Introducción y estado de la cuestión

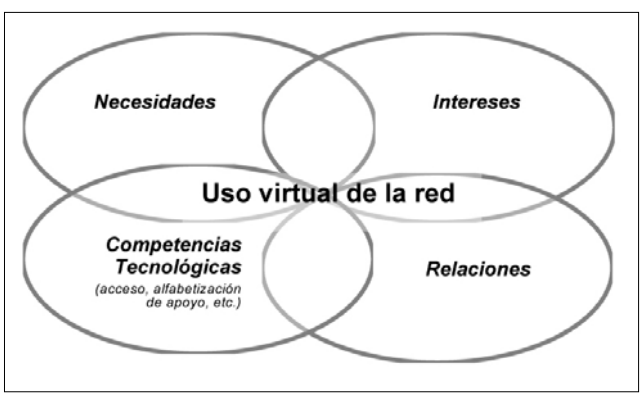
Las redes sociales virtuales constituyen un importante estadio en el desarrollo y uso de Internet, de ahí que sean objeto de investigación creciente en los últimos años, a pesar de que su trayectoria histórica como recurso sea relativamente reciente. En este sentido, Boyd y Ellison (2008) proponen una trayectoria del nacimiento y evolución de las redes sociales, identificando tres etapas desde 1997 hasta el momento actual. El primer periodo abarca desde su nacimiento en 1997 hasta el año 2001 y se caracteriza por la creación de numerosas comunidades virtuales que dan cabida a combinaciones diversas de perfiles de usuarios. A partir de 2001 comienza una nueva etapa caracterizada por el acercamiento de estas redes al escenario económico, es decir, se crean redes profesionales de intercambio y negocio convirtiéndose en un poderoso instrumento para la economía globalizada. En una tercera etapa, en el momento actual, las redes sociales atraen la atención de investigadores de diferentes disciplinas y campos de trabajo, al observar su enorme potencial como objeto de estudio para sus respectivos campos profesionales. De ahí que las redes sociales virtuales se conviertan en escenarios privilegiados para el desarrollo de prometedoras líneas de investigación. Un indicador de esta tendencia es el hecho de que revistas internacionales tales como «Journal of Computer-Mediated Communication» incluyan en sus líneas editoriales esta temática, al entender que la investigación puede ayudar a comprender las prácticas, implicaciones, cultura y significados de los espacios virtuales. Desde esta perspectiva se insta a hacer uso de diferentes metodologías de investigación, enfoques teóricos y tratamientos en el análisis de datos.

En este escenario investigador los nichos demográficos, es decir, poblaciones específicas, se constituyen en unidades muestrales objeto de interés científico. De tal manera que las poblaciones de jóvenes y adolescentes ocupan la atención de estudios internacionales recientes (Zheng & Cheok, 2011; Jung Lee, 2009; Notley, 2009; Subrahmanyam & Greenfield, 2008; Subrahmanyam & Lin, 2007; Subrahmanyam, Greenfield & Tynes, 2004) que abordan dos cuestiones claves: la frecuencia de uso de estas redes y sus motivaciones para utilizarlas. La pertinencia de estudiar este sector poblacional se justifica, por parte de estos investigadores, en el hecho de que los jóvenes cada vez con mayor frecuencia se expresan preferentemente a través de sistemas de comunicación virtual y la utilización de las redes sociales se hace cada vez más extensiva. Por otra parte, el estudio de las redes sociales utilizadas por jóvenes es especialmente relevante en tanto que ellos priorizan estas formas de comunicación respecto a las tradicionales, basadas en el contacto personal directo.

Recientemente Zheng y Cheok (2011) han analizado el uso que los jóvenes hacen de las redes sociales. Estos autores plantean que es necesario tener este tipo de información actualizada, dados los rápidos cambios que generan estas tecnologías. Si en el año 2008 solo el 30% de los jóvenes de Singapur hacían uso de las redes sociales, se ha constatado que, en 2011, el 99% de los jóvenes con edades comprendidas entre 7 y 24 años son usuarios de estas redes sociales. En nuestro estudio pretendemos obtener este tipo de información sobre una población de jóvenes y adolescentes que estudian en centros públicos de Andalucía (España).

Otra de las líneas de trabajo se centra en la detección de factores que explican el uso de las redes sociales. En este sentido podemos citar el trabajo de Notley (2009) que trata de identificar los factores clave que afectan al uso que los jóvenes y adolescentes australianos hacen de las redes sociales. A través de una metodología narrativa establece un modelo teórico explicativo que se compone de cuatro dimensiones, intereses personales, necesidades, relaciones y competencias tecnológicas.

En este estudio se plantea el concepto de exclusión e inclusión social digital, ya que detecta sectores



Notley (2009: 1.214).

de jóvenes excluidos de estas tecnologías. Esta misma temática la abordan otros autores de procedencia geográfica distinta (Zheng, Flygare & Dahl, 2009; Burrow-Sanchez, Call & Drew, 2011), con un enfoque metodológico cuantitativo. En la producción científica internacional se identifican preferentemente dos líneas de trabajo: la primera se centra en las motivaciones de

uso de las redes sociales en el plano psicológico. En ella se abordan cuestiones tales como diferencias individuales en los usos de las redes sociales (Zheng, Flygare & Dahl, 2009), motivaciones (Leese, 2009) e identidad (Calvert, 2002). La segunda línea de trabajo tiene una perspectiva más social, incorporando conceptos como capital y/o bienestar social.

Complementariamente a estas dos orientaciones, algunos autores (Burrow-Sanchez & al., 2011) indican la necesidad de investigar las redes sociales desde una perspectiva holística, estableciendo relaciones entre las dimensiones psicológicas, sociales y cognitivas. En este sentido algunos trabajos (Bianchi & Phillips, 2005; Eastin, 2005; Lin, 2006; Subrahmanyam, Smehal & Greenfield, 2006; Valkenburg & Peter, 2007) muestran que la comunicación social on-line de jóvenes está influida por la percepción de su identidad y autoestima, así como la compensación social y entorno social. Por otra parte, Subrahmanyam y colaboradores (2006) investigan la auto-construcción de la identidad de los adolescentes en el contexto de la comunicación social en línea, estableciendo relaciones entre identidad y comportamiento social.

También esta conexión entre características psicológicas personales y comportamiento social ha sido objeto de trabajos tales como el de Gross (2004) y Williams y Merten (2008), quienes concluyen que, si bien, las personas extrovertidas son las que exhiben una mayor frecuencia de uso de las redes sociales, las potencialidades de Internet, tales como el anonimato, la flexibilidad y la facilitación de múltiples interacciones, así como de lenguajes y medios de expresión, estimulan a las personas introvertidas a comunicarse con otros. Por otra parte, la reducción de las señales visuales y auditivas en Internet puede aliviar la ansiedad social que experimentan las personas introvertidas, y así desarrollar relaciones positivas con los demás de forma más rápida.

Desde una perspectiva social se trabaja con diferentes referencias y constructos. Así el constructo de compensación social se retoma recientemente para explicar el comportamiento de los jóvenes en las redes sociales. Este constructo surge en la década de los años veinte. Traduce la idea de que los logros de un grupo dependen de la relación de la persona con los otros miembros del grupo. Autores como Chak y Leung (2004), Valkenburg y Peter (2007), Valkenburg, Peter y Schouten (2006) lo incorporan a sus investigaciones sobre redes sociales. Otros estudios lo plantean como herramienta para facilitar la inclusión social (Notley, 2009).

También se incorpora a la investigación actual sobre redes sociales el término «capital social». A pesar de los debates que ha generado, existe consenso al entender el capital social como recursos o beneficios que se ponen a disposición de las personas a través de sus interacciones sociales (Lin, 1999). Más específicamente, el capital social puede ser entendido como los recursos integrados en la estructura social, a los que se tiene acceso y que los individuos movilizan en acciones intencionales (Lin, 1999: 35). Estudios recientes incorporan este constructo a la investigación sobre redes sociales on-line. Concretamente Greenhow y Burton (2011) abordan el potencial del uso de las redes sociales para la formación de capital social. El hecho de que las redes sociales sean utilizadas principalmente para compartir, colaborar e interactuar con otros, constituyéndose grupos y redes, hace a este constructo especialmente valioso como herramienta conceptual para la investigación sobre el tema que nos ocupa.

Los trabajos y líneas de investigación hasta aquí apuntadas ponen el acento en la relación de los jóvenes con las redes sociales, centrándose básicamente en variables que explican el sentido del uso de las mismas.

Nuestra aportación pretende sumarse a esta línea de trabajos planteándose como principal objetivo cien-

Las redes sociales on-line son para la juventud fuente de recursos que son utilizados para cubrir necesidades, tanto de índole psicológica como social. Sin embargo, las diferencias entre sexos en estas variables demuestra que tienen un papel compensatorio, ya que son los hombres los que mayormente recurren a ellas para cubrir facetas emocionales y reforzar su autoestima, mientras en el caso de las jóvenes prima una función relacional.

tífico conocer los usos que los jóvenes hacen de las redes sociales, tales como MySpace, Facebook, Twitter, etc. Concretamente tratamos de responder a los siguientes interrogantes:

• ¿A qué edad se inician los jóvenes en las redes sociales y cómo se distribuye la intensidad de uso según las franjas de edad?

• ¿Con qué frecuencia utilizan las redes sociales?

• ¿Tienen libertad para conectarse a la Red cuando lo desean o no?

• ¿Cuáles son los motivos que les llevan a utilizar las redes sociales?

• ¿Existen diferencias entre sexos en el uso y motivaciones en el uso de las redes sociales?

2. Material y métodos

La recogida de datos se ha realizado a partir de la elaboración de un cuestionario construido a partir de escalas nominales no excluyentes. La escala resultante (tabla 1) se configura tomando como referencia las revisiones teóricas realizadas (motivos psicológicos y motivos sociales), las ideas de expertos en tecnologías de la información, y la información directa de jóvenes aportada previamente a través de entrevistas abiertas sobre los motivos de uso de las redes sociales. Inicialmente se recoge información básica general de la muestra del estudio: sexo, edad, nacionalidad, tipo de centro donde realizan los estudios, nivel educativo y curso.

Edad de comienzo de uso de la red social:	
Frecuencia de uso : ☐ Diariamente ☐ Algunos días a la semana ☐ Algunos días al mes ☐ Ocasionalmente	
¿Puedes conectarte a la red cuando quieras? ☐ Sí ☐ No	
MOTIVOS DE USO DE LA RED SOCIAL	
Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos	
Para hacer nuevos amigos	
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos...	
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis amigos	
Puedo ser más sincero/a con mis amigos que cuando estoy con ellos	
La rRed me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	
Las redes sociales no son sólo lugares en donde nos encontramos sino que son un tipo de vida	
Otros usos (Indicar cuál/cuáles):	

Tabla 1. Ítems del cuestionario utilizados para recoger la información.

Los ítems del cuestionario fueron diseñados para recabar información sobre frecuencia de uso y motivos para conectarse a la red social. La tabla siguiente muestra los ítems que la conforman.

La versión inicial del cuestionario fue revisada por un panel de expertos (n=8), todos ellos investigadores especialistas en Tecnología Educativa. Esta revisión mejoró la propuesta de ítems, tanto en su contenido como en su redacción. Posteriormente, se hizo una versión electrónica del cuestionario para su cumplimentación vía Internet. Los centros educativos que participan en este estudio han dado el consentimiento para la participación de su alumnado. Los alumnos/as de la muestra fueron informados del estudio y fue solicitado su consentimiento para participar en el mismo. El tiempo estimado de cumplimentación del cuestionario fue de 10 minutos.

Los datos presentados en este estudio son representativos de la población de jóvenes andaluces y forman parte del proyecto de Investigación de Excelencia, financiado a través de una convocatoria pública, y titulado «Escenarios, tecnologías digitales y juventud en Andalucía», vigente en la actualidad. De la población total de jóvenes andaluces, que asciende a 283.423 sujetos, se ha obtenido mediante muestreo probabilístico estratificado y por conglomerados, estimado a un nivel de confianza del 95% y con un error muestral del ±2%, una muestra de 2.509 sujetos. Se ha trabajado con una muestra real de 1.487 jóvenes pertenecientes a la Comunidad Autónoma Andaluza en edades comprendidas entre 13 y 19 años, siendo 15 años la media de edad (que representa a la población total a un nivel de confianza del 95% y un error muestral de ±2,3%). Esta discrepancia entre muestra teórica y real se debe a diferentes incidencias que frecuentemente concurren en el trabajo de campo: cuestionarios nulos, cuestionarios en los que no se cumplimenta un ítem, olvido de la identificación, etc. Los sujetos de esta investigación cursan sus estudios en centros TIC (centros escolares que participan en las políticas educativas destinadas a la integración de las tecnologías de la comunicación en el sistema educativo). Esta muestra se compone de un 49,5% de chicos y un 50,5% de chicas. La mayoría de sujetos de la muestra cursa estudios de Enseñanza Secundaria Obligatoria: el 54,14% en 4º de ESO, y el 44,12% en 3º de ESO.

3. Análisis y resultados

Respecto al primer objetivo de nuestra investigación, es decir, la identificación de la edad de inicio en

el uso de las redes sociales, los datos obtenidos indican que la media de edad se sitúa aproximadamente en 12 años y medio, siendo la mediana 13 y la moda 12.

El gráfico 1 ilustra esta variabilidad. Como se puede apreciar el 71,7% de los jóvenes se incorporan a las redes sociales entre los doce y catorce años, porcentaje que alcanza un 94,99% si ampliamos el rango de edad de 10 a 15 años. El casi 5% restante se distribuye entre una franja previa que oscila entre 6 y 10 y otra posterior entre 15 y 17 años.

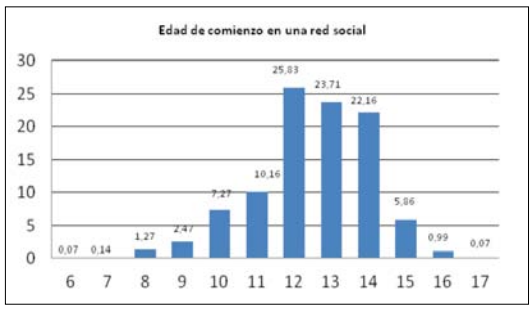


Gráfico 1. Edades en las que los jóvenes se conectan a redes sociales en porcentajes.

Por tanto esta información nos indica que es precisamente en la etapa de comienzo de la pubertad cuando los jóvenes comienzan estas prácticas de relaciones sociales online. Estos datos son congruentes con las teorías evolutivas de desarrollo psicológico, considerando esta etapa con el inicio de sus relaciones sociales y el valor dado a las amistades entre iguales. Sin embargo, un porcentaje escaso se inicia en una franja de edad anterior o posterior.

En relación a la frecuencia de uso de las redes sociales los datos obtenidos nos indican que el 64,4% de los jóvenes se conectan diariamente a las redes sociales, lo que sumado al 26% que lo hace algunos días a la semana, acumula un total del 90% de los jóvenes que hacen un uso habitual de las redes sociales. Estos resultados convergen con los obtenidos en otros estudios recientes sobre población de jóvenes andaluces

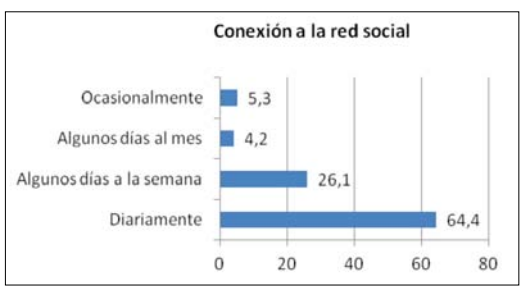


Gráfico 2. Porcentajes de la frecuencia con la que los jóvenes se conectan a redes sociales.

(Gómez, Roses & Farias, 2012), en los que se indica que el 91,2% de jóvenes universitarios, con una media de edad de 21 años, utilizan las redes sociales. Y también con estudios internacionales Zheng y Cheok (2011), en los que el porcentaje es aún más elevado, el 99%; o estudios realizados por Greenhow y Burton (2011) referidos a distintas poblaciones internacionales, en torno al 90%. En el gráfico 2 se detallan los porcentajes obtenidos en todos los rangos de respuesta.

No obstante, a pesar del elevado porcentaje identificado, cerca del 10% no hace un uso frecuente de estos recursos. Una posible explicación podría estar en el control paterno o familiar, o en la posible brecha digital. Sin embargo este bajo porcentaje de no utilización se refleja también en un estudio anterior referido a una población universitaria (Gómez, Roses & Farias, 2012). Esta coincidencia nos inclina a pensar que la brecha digital puede ser una explicación plausible, junto con otros factores como la procedencia de los sujetos, género, características de los sujetos, etc.

El análisis del grado de control familiar sobre esta práctica podría arrojar luz sobre esta variante, de ahí que indaguemos sobre esta cuestión. Los resultados obtenidos nos indican que más de las tres cuartas partes de los jóvenes se conectan a las redes sociales cuando quieren, sin tener limitaciones por parte de la familia; y el 22,3% parecen tener regulada esta actividad. Esto explicaría el 10% anterior y dejaría otro 12% de sujetos que se saltan las normas familiares en este aspecto. Por tanto, en síntesis podemos decir que el 94,99% de los jóvenes andaluces se conectan a las redes sociales en un rango de edad de 10 a 15 años, y que el 90% de ellos hacen un uso habitual de las redes sociales. Solo el 22,3% tiene unas normas de uso; el resto puede acceder a la Red sin ningún tipo de limitación.

El elevado porcentaje de uso de las redes sociales por parte de los jóvenes y adolescentes andaluces nos lleva a plantearnos otra cuestión importante: ¿Qué es lo que les impulsa a este uso? En el gráfico 3 se presentan los resultados obtenidos.

Como podemos apreciar en el gráfico 3, el principal motivo es el de «compartir experiencias con los amigos», el 82,8%, seguido de «saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo y las experiencias que vivimos», 51%, y para hacer nuevos amigos con un 45,6%. Estos tres motivos tienen como base común cubrir la necesidad social de los jóvenes de interactuar con sus iguales. En segundo término, en torno al 20-25% de las respuestas, los motivos se circunscriben a la dimensión más psicológica y afectiva, por ejemplo «me satisface saber que gusto y lo que me valoran mis

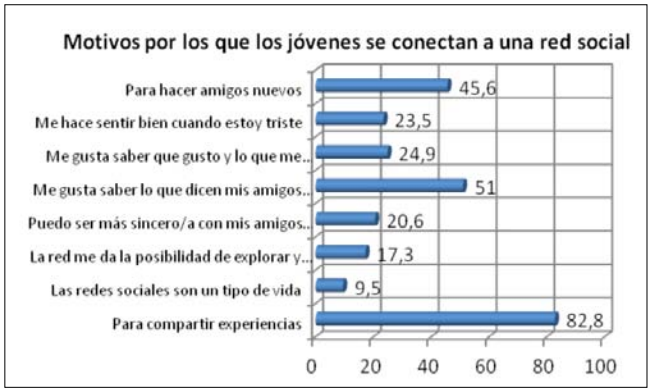


Gráfico 3. Motivos que los jóvenes identifican para conectarse a una red social en términos de porcentajes.

amigos» 24,9%, «me hace sentir bien cuando estoy triste», 23,5,%, y «puedo ser más sincero con mis amigos que cuando estoy con ellos», 20,6%.

Los motivos menos señalados son: «la Red me da posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera», el 17,3%, y por último «las redes sociales son un tipo de vida», el 9,3%. Estas dos últimas opciones pueden entenderse como un nivel intenso de uso de las redes sociales, o bien suponen un uso innovador y creativo de las mismas, de ahí la posible explicación de su reducida elección.

Por tanto, como síntesis podemos concluir que en los motivos de usos de las redes sociales se detectan dos áreas motivacionales básicas, una social que cubre en torno al 50% de la población y otra psicológica con la que se identifican en torno al 20% de la muestra objeto de estudio. Estas dos dimensiones cubren las necesidades básicas que la juventud tiene en esta etapa evolutiva. Estos resultados son coherentes y concuerdan con las actuales líneas de investigación y conclusiones obtenidas. Estudios internacionales muestran que el comportamiento de los jóvenes adolescentes en redes sociales online está motivado por factores de autoidentidad, confianza en sí mismos, compensación social y entorno social (Williams & Merten, 2008; Bianchi & Phillips, 2005; Eastin, 2005; Lin, 2006; Subrahmanyam, Smehal & Greenfield, 2006; Valkenburg & Peter, 2007).

Dado el fuerte impacto de la variable sexo en gran parte de las investigaciones actuales, procedimos a contrastar si dicha variable constituye un factor que marca diferencias significativas, tanto en la frecuencia de uso de las redes sociales, como en los tipos de usos y en las motivaciones para utilizarlas. Para contrastar estas hipótesis aplicamos la χ^2 para tablas de contingencia, dada la escala nominal de recogida de datos que utilizamos.

Los resultados obtenidos indican que no existen diferencias significativas entre sexos respecto a la frecuencia de uso de las redes sociales ($\chi2$ =2,005; p=.367). La correlación entre las variable sexo y usos de las redes sociales tampoco es significativa (coeficiente de contingencia =.046; p=.367). En el gráfico 4 se ilustran las posiciones de ambos sexos en esta cuestión. Esta visualización permite observar la similitud de comportamiento entre ellos.

Sin embargo, tal vez las diferencias entre sexos estriben más en los usos que en la frecuencia, de ahí que nos planteáramos contrastar estadísticamente si existen diferencias en los motivos que llevan a la conexión a las redes sociales. Los resultados obtenidos nos indican que las diferencias significativas se encuentran en tres variables: «Para hacer amigos nuevos» ($\chi2$=10,033 ; p=,002), con una correlación también significativa (coeficiente de contingencia =.102; p=.002); «me hace sentir bien cuando estoy triste», ($\chi2$=13,267; p=.,004), con una correlación también significativa (coeficiente de contingencia =.117; p=.004); «y me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo» (χ=13,920; p=.,00), con una correlación también significativa (coeficiente de contingencia =.120 p=.000). En el gráfico 5 se visualizan estas diferencias.

En el gráfico 5 podemos observar que las chicas, en mayor medida que los chicos, hacen uso de las redes sociales para hacer amigos, sin embargo los chicos superan a las chicas en los motivos: «Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo» y «Me hace sentir bien cuando estoy triste». Por tanto estos resultados parecen indicar que en el caso de los chicos

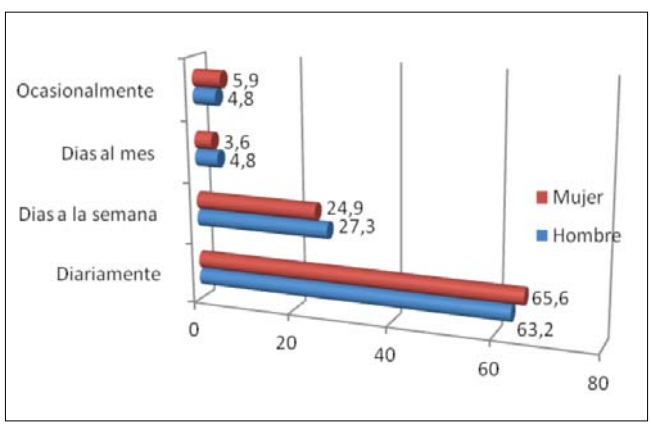


Gráfico 4. Frecuencia de uso de las redes sociales virtuales según sexo.

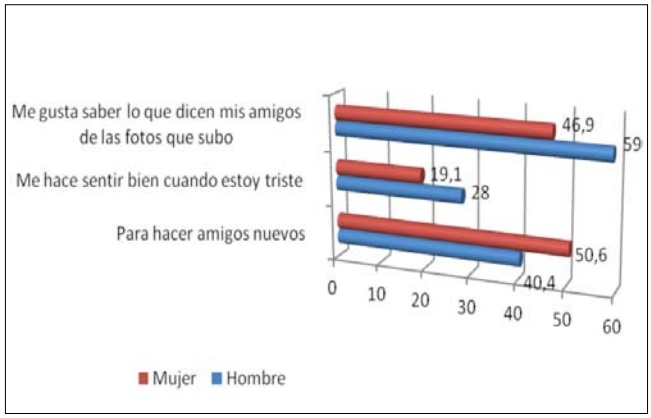


Gráfico 5. Variables en las que existe diferencia significativa entre sexos.

hay una motivación básica de índole psicológica y de reconocimiento personal, mientras en las chicas predomina un uso relacional/social. Estos resultados podrían interpretarse desde la perspectiva de los roles de género y/o de la psicología de género. Otros trabajos anteriores (Ertl & Helling, 2011; Lawlor, 2006) ponen de manifiesto la relevancia de la variable género en el estudio del comportamiento de los jóvenes en las redes sociales.

También cabría hacer otra interpretación de los resultados obtenidos desde la teoría del capital social. Las redes sociales on-line son para la juventud fuente de recursos que son utilizados para cubrir necesidades, tanto de índole psicológica como social. Sin embargo, las diferencias entre sexos en estas variables demuestran que tienen un papel compensatorio, ya que son los hombres los que mayormente recurren a ellas para cubrir facetas emocionales y reforzar su autoestima, mientras en el caso de las jóvenes prima una función relacional.

4. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en este trabajo nos permiten constatar y, por tanto, establecer como conclusiones principales del estudio, que el 94,99% de los jóvenes andaluces se conectan a las redes sociales en un rango de edad de 10 a 15 años. El 90% de ellos hacen un uso habitual de las redes sociales. Solo el 22,3% tiene unas normas de uso; el resto puede acceder a la Red sin ningún tipo de limitación. Los motivos que impulsan este uso se sitúan entre dos polos: el primero va dirigido a cubrir la necesidad social que tienen los jóvenes de compartir experiencias, y también de reconocimiento de su actividad ante los demás, estableciendo nuevas relaciones sociales.

Respecto a las motivaciones de los jóvenes, son preferentemente de tipo individual, dirigidas a cubrir una dimensión emocional; la red social es un espacio virtual que gratifica emocionalmente y que permite expresar los sentimientos íntimos de los jóvenes a través de la percepción que los otros tienen de ellos. Contrastados estos resultados en función del sexo, pudimos apreciar que no existen diferencias en cuanto a la frecuencia de uso, pero sí con relación a los motivos que impulsan su uso. Tres variables resultan estadísticamente significativas: «Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo», «me hace sentir bien cuando estoy triste», y «para hacer nuevos amigos». En el caso de las chicas andaluzas el motivo fundamental de uso es social, relacional (hacer nuevos amigos), mientras que en los chicos es de carácter individual, dirigido a reforzar variables internas del sujeto como individuo concretado en el refuerzo de su autoestima –«me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo»– y emocional –«me hace sentir bien cuando estoy triste»–. Estos resultados se ajustan al modelo de Notley (2009), en tanto que las motivaciones de uso de las redes sociales pertenecen a la esfera de intereses personales, así como a necesidades sociales de tipo relacional. Pero también concuerdan con otros estudios internacionales como los de Costa (2011), Flores (2009) y De Haro (2010) que inciden en el valor social y personal de las redes sociales para los jóvenes.

Estos resultados también podemos interpretarlos a la luz de los tres constructos que han soportado la realización de esta investigación: compensación social, capital social y ambiente on-line.

Desde el constructo «compensación social» dado el uso extensivo que hacen los jóvenes andaluces de las redes sociales desde una edad muy temprana, los resultados obtenidos nos indican el potencial que puede tener este recurso para formar a los jóvenes en procesos de construcción e inclusión social. La sociedad actual demanda a los jóvenes que desarrollen competencias vinculadas a la colaboración; desde esta perspectiva, las redes sociales se convierten en una plataforma en la que investigar cómo se obtienen los logros grupales a partir de la relación que cada persona como individuo establece con el resto de los miembros del grupo. En este sentido se conectaría con la línea de trabajos de Watts (2006) y Christakis y Fowler (2010). Este aspecto tiene un gran valor prospectivo de cara a cómo educar a los jóvenes para la consecución de logros, tanto personales como profesionales, en los procesos de construcción grupal y en definitiva de mejora social.

Este resultado constatado en nuestro estudio está directamente relacionado con otro de los constructos que ha servido de base a los datos obtenidos como es el de capital social; en este sentido las redes sociales no solo «entrenan» a los jóvenes en los procesos grupales orientados a la consecución de logros, sino que además se convierten en una fuente de recursos en la que cada uno «busca o usa» lo que necesita en cada momento. Este resultado no solo es importante para la formación de capital social como abordan los trabajos de Greenhow y Burton (2011), sino que además puede ser un importante recurso educativo para favorecer la equidad y el desarrollo de escuelas más inclusivas (Notley, 2008)

Los resultados aquí obtenidos son coincidentes con otros estudios internacionales. Estas investigaciones indican que los jóvenes hacen un uso extensivo de las tecnologías 2.0, destinado fundamentalmente a relacionarse con sus iguales y a canalizar la expresión de sus opiniones. Sin embargo, un grupo minoritario de jóvenes no utilizan estas tecnologías, lo que cabe explicar por motivos económicos, o por otro tipo de barreras. De ahí que las recomendaciones que se hacen de estos resultados se dirijan a indicar a las agencias dedicadas a conocer el comportamiento de los jóvenes en las redes sociales que trabajen en temáticas orientadas a la inclusión.

Los resultados aquí obtenidos son coincidentes con otros estudios internacionales. Estas investigaciones indican que los jóvenes hacen un uso extensivo de las tecnologías 2.0, destinado fundamentalmente a relacionarse con sus iguales y a canalizar la expresión de sus opiniones. Sin embargo, un grupo minoritario de jóvenes no utilizan estas tecnologías, lo que cabe explicar por motivos económicos, o por otro tipo de barreras. De ahí que las recomendaciones que se hacen de estos resultados se dirijan a indicar a las agencias dedicadas a conocer el comportamiento de los jóvenes en las redes sociales, que trabajen en temáticas orientadas a la inclusión. El estudio de Notley (2009) arroja luz sobre esta cuestión.

También se dispone de datos internacionales sobre los ámbitos que los jóvenes utilizan para hacer uso de las redes sociales. En este sentido se concluye que la mayoría de los jóvenes lo hace fuera de los centros escolares. De aquí se deriva que las recomendaciones a los profesionales se dirijan a propiciar un mayor desarrollo informal de estas «e-habilidades». Estas prácticas se observan como beneficiosas para la formación en valores de ciudadanía democrática, ya que permiten recoger las opiniones de los jóvenes y de esta manera ser agentes activos, tanto en las políticas locales como en las regionales y nacionales, robusteciendo así la democracia participativa. Se cuenta ya con buenas prácticas en este sentido, ya que se trata de incorporar estos recursos tecnológicos en las estructuras organizativas de los centros educativos, permitiendo así dar voz a los estudiantes a través de un medio que les es y, por un lado, habitual para ellos en la comunicación a la vez que rompe con las barreras personales que se tienen a esa edad, tales como timidez, inseguridad, vergüenza, etc. Recientes trabajos (Gil de Zúñiga, Jung & Valenzuela, 2012) indagan en cómo las redes sociales pueden contribuir a los procesos democráticos y a la creación de capital social.

En definitiva, lo que aquí se ha formulado permite sostener que las redes sociales tienen un gran valor educativo, además de ser un recurso importante para la formación tanto en valores personales como sociales, como así lo indican De Haro (2010) y Bryant (2007). La investigación sobre estas temáticas aún escasas puede arrojar luz sobre los procesos que dan forma a la interacción social como base para la mejora personal y social.

Apoyos

Este trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación de Excelencia titulado «Escenarios, tecnologías digitales y Juventud en Andalucía». Financiado en la convocatoria de Proyectos de Excelencia 2008/11 (HUM-SEJ-02599)

Referencias

BIANCHI, A. & PHILLIPS, J. (2005). Psychological Predictors of Problem Mobile Phone Use. *CyberPsychology & Behavior, 8 (1)*, 39-51.

BOYD, D. & ELLISON, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication 13*, 210-230.

BURROW-SANCHEZ, J., CALL, M., ZHENG, R. & DREW, C. (2011). Are Youth at Risk for Internet Predators?: What Counselors Need to Know. *Journal of Counseling and Development*, *89 (1)*, 3-10.

BRYANT, L. (2007). Emerging trends in social software for education. In *Becta*. *Emerging Technologies for Learning*, *2*. Coventry: Becta.

CALVERT, S.L. (2002). Identity Construction on the Internet. In S.L. CALVERT, A.B. JORDAN & R. COCKING (Eds.), *Children in the Digital Age: Influences of Electronic Media on Development* (pp. 57-70). Westport, CT: Praeger.

CHAK, K. & LEUNG, L. (2004). Shyness and Locus of Control as Predictors of Internet Addiction and Internet Use. *CyberPsychology & Behavior, 7(5)*, 559-570.

COSTA, J. (2011). Los jóvenes portugueses de los 10 a los 19 años: ¿qué hacen con los ordenadores? *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, *12 (1)*, 209-239.

CHRISTAKIS, N. & FOWLER, J. (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo afectan nuestras vidas.* Madrid: Taurus.

EASTIN, M.S. (2005). Teen Internet Use: Relating Social Perceptions and Cognitive Models to Behavior. *CyberPsychology & Behavior, 8 (1)*, 62-75.

ERTL, B. & HELLING, K. (2011). Promoting Gender Equality in Digital Literacy. *Journal Educational Computing Research*, *Vol. 45(4)*, 477-503.

DE HARO, J.J. (2010). *Redes sociales para la educación*. Madrid: Anaya.

FLORES, J.M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar, 33, XVII*, 73-81.

GIL-DE-ZÚÑIGA, H., JUNG, N. & VALENZUELA, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication 17*, 319-336.

GÓMEZ, M., ROSES, S. & FARIAS, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar, 38, XIX*, 131-138.

GREENHOW, C. & BURTON, L. (2011). Help from my «Friends» Social Capital in the Social Networks Site of Low-Income Students. *Journal Educational Computing Research*, *45 (2)*, 223-245.

GROSS, E.F. (2004). Adolescent Internet Use: What We Expect, What Teens Report. *Applied Developmental Psychology, 25*, 633-649.

JUNG-LEE, S. (2009). Online Communication and Adolescent Social Ties: Who Benefits More from Internet use? *Journal of Computer-Mediated Communication*, *14*, 509–531.

LAWLOR, C. (2006).Gendered Interactions in Computer-mediated Computer Conferencing. *Journal of Distance Education*, *21(2)*, 26-43.

LEESE, M. (2009). Out of Class. Out of Mind? The Use of a Virtual Learning Environment to Encourage Student Engagement in Out of Class Activities. *British Journal of Educational Technology*, *40 (1)*, 70-77.

LIN, H.F. (2006). Understanding Behavioral Intention to Participate in Virtual Communities. *CyberPsychology & Behavior, 9(5)*, 540-547.

LIN, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, *22 (1)*, 28-51.

NOTLEY, T. (2009). Young People, Online Networks, and Social Inclusion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *14*, 1208-1227.

NOTLEY, T. (2008). Online Network Use in Schools: Social and Educational Opportunities. *The Journal of Youth Studies Australia*, *27*, 20-29.

SUBRAHMANYAM, K. & GREENFIELD, P. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *Future of Children*, *18(1)*, 119-146.

SUBRAHMANYAM, K. & LIN, G. (2007). Adolescents on the Net: Internet Use and Well-being. *Adolescence*, *42*, 659-667.

SUBRAHMANYAM, K., GREENFIELD, P. & TYNES, B. (2004). Constructing Sexuality and Identity in an Internet Teen Chatroom. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *25*, 651-666.

SUBRAHMANYAM, K., SMEHAL, D., & GREENFIELD, P. (2006). Connecting Developmental Constructions to the internet: Identity Presentation and Sexual Exploration in Online Teen Chat Rooms. *Developmental Psychology, 42(3)*, 395-406.

VALKENBURG, P.M. & PETER, J. (2007). Preadolescents and Adolescents Online Communication and their Closeness to Friends. *Developmental Psychology, 43*, 267-277.

VALKENBURG, P., PETER, J., & SCHOUTEN, A.P. (2006). Friend Networking Sites and their Relationship to Adolescents Well-being and Social Self-esteem. *CyberPsychology & Behavior, 9(5)*, 584-590.

WATTS, D. (2006). *Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona, Paidós.

WILLIAMS, A.L., & MERTEN, M.J. (2008). A Review of Online Social Networking Profiles by Adolescents: Implications for Future Research and Intervention. *Adolescence*, *43*, 253-274.

ZHENG, R. & CHEOK, A. (2011). Singaporean Adolescents´ Perceptions of On-line Social Communication: An Exploratory Factor Analysis. *Journal Educational Computing Research*, *Vol. 45(2)*, 203-221.

ZHENG, R., FLYGARE, J., & DAHL, L. (2009). Style Matching or Ability Building? An Empirical Study on FDI Learners' Learning in Well-structured and Ill-structured Asynchronous Online Learning Environments. *Journal of Educational Computing Research*, *41(2)*, 195-226.