

# JÓVENES Y COMUNICACIÓN. *LA IMPRONTA DE LO VIRTUAL*



# JÓVENES Y COMUNICACIÓN.

## *LA IMPRONTA DE LO VIRTUAL*

---

Ignacio Megías Quirós  
Elena Rodríguez San Julián  
Introducción: Amparo Lasén Díaz

© CRS - FAD, 2014

Edita:

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud  
Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)  
Avda. de Burgos, 1 y 3  
28036 Madrid  
Teléfono: 91 383 83 00  
Fax: 91 302 69 79

Coordinación del estudio:

Anna Sanmartín Ortí (FAD)

Autores:

Ignacio Megías Quirós  
Elena Rodríguez San Julián

Introducción:

Amparo Lasén Díaz

Búsqueda documental y de datos:

Paula Canal Rodríguez  
Pilar Nicolás Rodríguez

Trabajo de campo y análisis de datos:

Sociológica Tres, SL

Diseño de cubierta:

Estudio Chimeno

Maquetación:

Ediciones Digitales 64  
Plaza de Valencia, 9 - 28523 Rivas Vaciamadrid (Madrid)

ISBN:

978-84-92454-24-2

# PRESENTACIÓN

---

El uso de las TIC es el elemento que, muy probablemente, simboliza mejor, además de protagonizarlo, el cambio de época que estamos viviendo. Obviamente el análisis de la potencialidad y el impacto global de esos instrumentos sobrepasa en mucho el área de trabajo del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, pero hay un aspecto que sí nos debe ocupar porque incide en uno de nuestros núcleos de interés: el efecto que el uso masivo de esas nuevas tecnologías tiene sobre la forma de contactar, comunicarse y relacionarse de los jóvenes; en suma, sobre la manera en que esos jóvenes construyen su identidad y su “forma de estar en el mundo”.

Cuando el Centro se planteó la elaboración del presente texto, no quería en modo alguno insistir en lo ya sobradamente analizado y conocido: el impacto de las TIC en los mecanismos de información y aprendizaje, su papel en las dinámicas de ocio o su presencia en la organización del tiempo libre, por poner unos ejemplos. Mucho menos pretendía centrar el análisis en esos aspectos amenazadores a los que tantas veces se sitúa en primer plano: los malos usos como el ciberacoso, la violencia virtual, el uso sexual de los menores, la invasión de la privacidad del otro, etc.; esos peligros que, junto con el riesgo de la adicción o el supuesto efecto de incomunicación y ensimismamiento, se presentan no infrecuentemente en el “escaparate” del uso de las TIC por los jóvenes.

Todos los elementos citados son realidades que es preciso estudiar para objetivarlas, para potenciar las positivas y para neutralizar las negativas. Pero, insisto, no queríamos convertirlos en el centro de este estudio.

Lo que nos interesaba era algo mucho menos estudiado: cómo las TIC, sobre todo a partir de la dinámica de las redes sociales, están construyendo unas formas inéditas de identificación y de interacción. Las fórmulas para contactar, para comunicarse, para reconocerse, para “estar ahí”, para expresar ideas y emociones, para diferenciar lo personal de lo social, para constituir la propia autonomía, para salvaguardar la privacidad; todo está cambiando, no ya en su instrumentación o en sus dinámicas operativas sino, mucho más profundamente, en el sentido auténtico, en lo que se podría llamar la fenomenología de los elementos.

De eso va el trabajo; del análisis de los que, en una terminología feliz, en el texto se nombran como “yo online” y “yo offline”, de sus concordancias y diferencias, de su complementariedad y de las formas de interactuar con los otros “yos” para construir un “nosotros on-offline” que apunta a modelos sociales diferentes.

Obviamente, este trabajo no agota el tema. Sí abre un camino, del que ni siquiera sospechamos su trayectoria y su dimensión, pero que promete desvelarnos paisajes y situaciones totalmente inéditas; y que son el futuro, ya inmediato.

J. Ignacio Calderón Balanzategui  
Director General  
Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud

<b>1. Introducción: Las mediaciones digitales en la educación sentimental de los y las jóvenes</b> .....	<b>7</b>
1.1. Re-mediaciones digitales y agenda compartida .....	8
1.2. Inscripciones digitales .....	11
1.3. Intimidades mediadas: públicos y privacidades en Red .....	13
<b>2. Objetivos, metodología y diseño</b> .....	<b>17</b>
2.1. Presentación y objetivos .....	17
2.2. Metodología .....	18
<b>3. Usos, hábitos y valoraciones de los y las jóvenes en torno a las TIC</b> .....	<b>22</b>
3.1. Sobre Internet y las TIC en general .....	22
3.2. Sobre las redes sociales .....	48
<b>4. Maneras de <i>estar</i> y <i>actuar</i> mediadas por la tecnología</b> .....	<b>62</b>
4.1. Tecnología integrada e integrante, desde una teórica naturalización generacional .....	62
4.2. Coste de oportunidad y acumulación de contactos .....	70
4.3. La “incomunicación” .....	75
4.4. Renovación, obsolescencia y saturación .....	79
<b>5. La gestión del yo</b> .....	<b>84</b>
5.1. Yo <i>online</i> y yo <i>offline</i> .....	84
5.2. El rastro dejado y el cuidado de la imagen pública .....	89
5.3. Yo laboral y yo social .....	94
5.4. Gestión del tiempo, del grupo y de la agenda .....	98
5.5. La dependencia despreocupada .....	100
5.6. El exhibicionismo sentimental y algunas consideraciones sobre la madurez asociada a los usos tecnológicos .....	105

<b>6. La tecnología, “lo personal” y lo social</b> .....	<b>113</b>
6.1. Tecnología que acerca y tecnología que aleja .....	113
6.2. Lo personal, el ruido y la despersonalización .....	116
6.3. La personalidad a través del lenguaje: oral y escrito .....	121
6.4. Estrategias relacionales y TIC .....	127
6.5. El rechazo .....	136
6.6. Control y desconfianza en las redes sociales .....	140
6.7. La intimidad y la privacidad .....	148
6.8. Un caso específico: Twitter .....	155
<b>7. Conclusiones</b> .....	<b>160</b>
<b>8. Bibliografía</b> .....	<b>167</b>
8.1. Bibliografía citada .....	167
8.2. Bibliografía seleccionada .....	171

# 1. INTRODUCCIÓN: LAS MEDIACIONES DIGITALES DE LA EDUCACIÓN SENTIMENTAL DE LOS Y LAS JÓVENES

---

*“Antes que nada dejémoslo claro. No hay ‘generaciones’. Quizás hace tiempo, pero ya no. O si prefieren hay sólo una. Estamos juntos en esta mierda. Punto.”*

Richard Meltzer en James L Harmon *Take my Advice. Letters for the Next Generation from People Who Know a Thing or Two*

*“No hay nativos digitales. No hay generación net. Estamos todos juntos en esto. Eso es todo.”*

Steve Wheeler @timbuckteeth

Los y las jóvenes usan los ordenadores, los teléfonos móviles y otras tecnologías de información y comunicación (TIC) para hacer las mismas cosas que hacían sin ellas los y las jóvenes en otros tiempos: charlar con amigos, quedar, informarse, ligar, coordinar las actividades cotidianas, felicitar, solicitar y ofrecer ayuda, chismorrear, propagar rumores, acosar, jugar, leer, escuchar música, consumir pornografía, etc. Pero al participar estos dispositivos digitales en esas acciones, cambian las maneras, los tiempos, los espacios, los gestos, los significados.

Las mediaciones tecnológicas de las relaciones personales contemporáneas ofrecen una multiplicidad de formas y formatos: WhatsApps, foros, correos electrónicos, *posts*, páginas de contactos, redes sociales, *blogs*, *microblogs* y demás medios sociales, desde Tuenti hasta Flickr o Youtube, donde se comparten textos, mensajes, sonidos, fotos y vídeos. La adopción, omnipresencia y ubicuidad de estos dispositivos no es una mera cuestión cuantitativa. Su amplia difusión, personalización y la posibilidad de conexión permanente que crean, contribuyen a reconfigurar numerosos aspectos de la vida cotidiana y así como de los procesos de subjetivación y socialización contemporáneos. De tal manera que, parafraseando a la *hacker* madrileña Marga Padilla, no sería correcto ni productivo pensar la Red y sus aplicaciones como un instrumento que usamos, sino como un lugar de experiencia y de subjetivación, no tanto un medio de comunicación, como un espacio que habitamos y nos habita, una suerte de laboratorio del orden social (Padilla, 2013). Tanto el desarrollo de la Red como el de las múltiples prácticas digitales constituyen procesos en construcción marcados por la heterogeneidad, los antagonismos y las tensiones, desde sus inicios hasta ahora. Ordinarios porque son cotidianos y banales, pero también porque contribuyen a la transformación, reconfiguración, inscripción y estabilización de ordenamientos sociales.

Las visiones populares y mediáticas acerca de la relación entre jóvenes y TIC oscilan entre el mito de “nativo digital”, dotado de facultades naturales para el uso de estas tecnologías de las que los adultos carecen, y los distintos “pánicos morales” ligados a la adicción de los hiperconectados, la alienación de una desconexión y aislamiento facilitados por las tecnologías, así como los riesgos asociados a la sexualidad y al acoso propiciados por estos dispositivos y sus distintas aplicaciones (Feixa, 2005a; Gordo, 2008; Crawford y Goggin, 2008; Rodríguez San Julián, 2008). Unos imaginarios acerca de adolescentes y jóvenes que no son en sí muy novedosos: la creencia en la “natural” disposición hacia lo nuevo que invisibiliza tanto la existencia de procesos de aprendizaje como las distintas situaciones materiales de los y las jóvenes; el énfasis en su vulnerabilidad; la difícil negociación de su devenir autónomo respecto de los vínculos de cuidado y dependencia familiar e institucional; las proyecciones en los y las jóvenes de los temores acerca de las incertidumbres del futuro y las transformaciones sociales; la consideración de éstos como peligrosos, para sí mismos y para los demás, desde la concepción de Rousseau en *Émile* del niño como salvaje y el joven como bárbaro, y la generación de problemas juveniles por distintos agentes y agencias públicas que viven de ello (Martín Criado, 2005; Revilla, 2001). El protagonismo y la profusión de investigaciones y publicaciones acerca de las prácticas y usos juveniles en el campo de los estudios sociales sobre Internet, los teléfonos móviles y las TIC en general no han evitado la propagación de pánicos morales y mitos. Probablemente ese interés y temor generales han sido en parte la razón de esa sobrerepresentación juvenil en el ámbito de estos estudios, que en muchas ocasiones han contribuido también a propagar visiones erróneas, como en el caso del exitoso término de “nativo digital”, que junto al foco en las prácticas tecnológicas juveniles, tiene como efecto invisibilizar los elementos comunes entre las prácticas juveniles y las de los adultos, que “estemos todos en esto”, en el aprendizaje y desarrollo de las mediaciones digitales de nuestras interacciones y vidas cotidianas. Por ello es importante y sigue siendo igualmente necesaria la realización de investigaciones empíricas rigurosas, como la que se presenta en este libro, así como la comparación de los usos y prácticas entre los distintos jóvenes, y a su vez con los de los otros grupos de edad, para no caer en el error de atribuir a los y las jóvenes particularidades que no les son únicas.

En este texto exploraremos las nociones de re-mediación, agencia compartida e inscripción digital para exponer algunos aspectos de cómo los dispositivos tecnológicos contribuyen a la educación sentimental de los y las jóvenes actuales, a través de sus mediaciones del ámbito de la intimidad. Estas mediaciones introducen en dicha esfera nuevos espacios, como los entornos virtuales de la Red, y nuevos participantes al favorecer la aparición de nuevas figuras, cuando a la división de los otros entre los íntimos, los conocidos y los extraños, hay que sumarle el grupo de los desconocidos íntimos.

## 1.1. RE-MEDIACIONES DIGITALES Y AGENCIA COMPARTIDA

Al tratar de las relaciones entre personas y tecnologías nos encontramos a menudo con dos visiones contrapuestas pero igualmente erróneas: la de las tecnologías como instrumento neutral (cuyos usos y efectos dependen únicamente de la voluntad e intencionalidad de quienes los usan, y de los rasgos del contexto social donde se dan estos usos y prácticas) y la que defiende



un destino autónomo de la tecnología, un determinismo tecnológico donde los rasgos técnicos y la mera presencia, invención y desarrollo de los dispositivos explicaría sus usos y efectos. En cierto modo la noción de "nativo digital" (Prensky, 2001) o de "Generación Net" (Tapscott, 1998) son ejemplos de este determinismo que entiende que el cambio tecnológico es el motor del cambio social, ya que las tecnologías crearían por su mera presencia brechas entre grupos de edad y generarían transformaciones cognitivas en los y las jóvenes (Selwyn, 2009; Mesch, 2009; Jones y Shao, 2011).

Una atención detallada a las situaciones, prácticas y encuentros entre las personas y las tecnologías revela cómo en éstos se constituyen una suerte de actores y acciones híbridos que comparten su agencia y la articulan mutuamente en formas de cooperación y de conflicto, facilitadas por las mediaciones tecnológicas de intercambios, expresiones, acciones y actuaciones (*performance*). La acción resultante es una propiedad de entidades asociadas fruto del intercambio y la delegación de propiedades y competencias entre personas y artefactos en un proceso de aprendizaje individual y colectivo. La relación de adolescentes y jóvenes con sus dispositivos tecnológicos son un ejemplo de vínculo material y corpóreo que mediatiza otras interacciones. Usar un móvil o un ordenador implica que compartimos nuestra capacidad de hacer y actuar con ellos, ya que dichos dispositivos facilitan algunas prácticas, intercambios, actividades y modos de control, pero dificultan o impiden otros. De este modo, distintos usos y prácticas resultan del encuentro, y del encontronazo a veces, entre los dispositivos y los y las jóvenes con sus necesidades cambiantes, intenciones, deseos y particularidades, un encuentro donde también están implicados otras personas, grupos, objetos e instituciones. Así nos encontramos con una configuración cultural, social y personal de las tecnologías, pero también, recíprocamente, las personas y sus relaciones se ven transfiguradas por los usos y mediaciones tecnológicos, a través de esta agencia compartida entre personas y máquinas, donde no sólo están implicados usuarios y artefactos, sino también las condiciones de comercialización marcadas por operadores, servidores y propietarios de las plataformas, y las distintas regulaciones institucionales de dichos usos y prácticas. Así, por ejemplo, una conversación por el móvil o la elaboración y actualización de un perfil en una red social movilizan una pluralidad de actividades y formas de conocimiento social: como relaciones de género, encarnación y formas de hacer y habitar el cuerpo, pericias tecnológicas, reglas de etiqueta, habilidades lingüísticas, creatividad personal y colectiva, o gestión emocional. Estas tecnologías facilitan compartir las experiencias vividas al tiempo que contribuyen a crear y dar forma a estas experiencias.

Las mediaciones digitales son en realidad formas de remediación (Bolter y Grusin, 2000), de volver a mediar interacciones, prácticas, formas de comunicación, que ya estaban siendo mediadas. En primer lugar no deberíamos olvidar que la comunicación siempre está mediada, no sólo existen las mediaciones tecnológicas: el lenguaje, la escritura, la palabra, los acentos, la vestimenta, el peinado, el maquillaje, son formas de mediación que movilizan múltiples significados e interpretaciones. La noción de remediación se refiere, entre otros elementos, a los modos en los que una mediación tecnológicamente retoma, traduce e incorpora las anteriores mediaciones. Por ejemplo, podríamos ver en el *blog* una remediación de los diarios, ahora sin candado y de publicación inmediata. Las conversaciones por el móvil re-median las conversaciones por el fijo y las conversaciones cara a cara. Los procesos de remediación pueden favorecer cambios en nuestro modo

de experimentar parte de la realidad o una determinada relación social. Siguiendo con el ejemplo del *blog*, podemos detectar toda una redefinición de la intimidad y la reflexividad ya que, por el mero hecho de publicarse inmediatamente y permitir respuestas de quienes lo leen, transforma el sentido de esta escritura (Estalella, 2012). La noción de remediación da cuenta de extensión mediática, o hipermediación, contemporánea y de la aparente paradoja de que dicha proliferación de medios es provocada en buena medida por una lógica de inmediatez y transparencia: lograr unos dispositivos tecnológicos que nos conecten de manera rápida e inmediata con una experiencia sensorial lo más cercana posible a las interacciones presenciales (calidad del sonido, imagen, etc.), al tiempo que, como veremos más adelante, dichos dispositivos a través de las inscripciones digitales que facilitan de interacciones, localizaciones, actividades, comunicaciones, transacciones, vuelven más transparentes a quiénes los utilizan.

La noción de remediación tiene un triple sentido. Primero, en relación a los nuevos medios digitales donde unos medios se convierten en contenido de otros medios, como cuando vemos películas y programas de televisión en la Red en nuestras pantallas móviles. Así por ejemplo, las llamadas de móvil y los SMS remedian rituales amorosos previos encarnados en llamadas de fijo o cartas de amor, en cuanto formas de manipular las relaciones entre distancia y proximidad, y entre ausencia y presencia. Ahora los mensajes de WhatsApp remedian a los SMS y a los *chats* de mensajería instantánea en los rituales de intimidad y conectividad de las parejas, donde aparecen nuevos rasgos ligados a las características de los nuevos medios y al reposicionamiento de los anteriores. Así los *smartphones* y sus servicios de mensajería gratuita favorecen que las parejas que ya no utilizaban los mensajes de texto en sus rituales de contacto contemporáneo, vuelvan a hacerlo, intensifiquen su frecuencia y acompañen los mensajes de fotos, sonidos o vínculos a páginas web. La agencia compartida entre personas y dispositivos se produce en un particular entorno material poblado por distintas tecnologías cuyos usos, prácticas y consideraciones se ven modificadas, rearticuladas y reinterpretadas con la aparición y adopción de nuevas tecnologías. Así, por ejemplo, sucede respecto de lo que se considera invasivo o potencialmente molesto: los correos electrónicos que facilitan una interacción asincrónica, más rápida que las cartas pero menos intrusiva que una llamada telefónica, se convierten en invasivos en palabras de ciertos jóvenes usuarios en comparación con los mensajes dejados en las redes sociales. La aparición y adopción de nuevos dispositivos transforma la consideración de que sea lo más cómodo y lo más apropiado, así como las expectativas acerca de cómo deban comportarse los demás.

Segundo, la remediación también atañe a otras formas de mediación, no necesariamente tecnológicas, como cuando nuevas prácticas mediadas reanudan pretéritas *performances*, discursos, valores, interacciones y situaciones: hacemos lo que solíamos hacer (ligar, cotillear, coordinarse, quedar, acosar, etc.) pero con nuevos participantes (móviles, ordenadores, aplicaciones, *smartphones*...) y en este entorno reconfigurado, diferentes maneras, diferentes tiempos, lugares, significados y sujetos emergen, implicados en actividades, relaciones e interacciones similares. Así, por ejemplo, “el cuarto propio conectado” (Zafra, 2010) actual sería una remediación de la habitación de los jóvenes en tanto que cronotopo “reducto y laboratorio de microcultura juvenil emergente” (Feixa, 2005b), donde ya se jugaban procesos de subjetivación y autonomía relativas al entorno familiar habilitadas por otras tecnologías y medios (aparatos de radio, reproductores de música, televisiones propias), abriendo ahora esas prácticas a formas de públicos en red (*boyd*)

construidos a partir de privacidades conectadas, a formas de “ir por la vida en pijama” que desbordan los límites de lo doméstico en nuevas formas de intimidad pública y compartida.

Un tercer sentido del término remediación, relacionado con su etimología latina, se refiere a remedio o cura. En este caso, la intención es remediar, solucionar, algo a través de las TIC, como hacer que la distancia no elimine la presencia o mantener las relaciones con los pares dentro del espacio y tiempo familiares, escapando también, al menos en parte, a las obligaciones de sincronizarse con la familia. Otros ejemplos tienen que ver con la resolución de roces y conflictos; así, por ejemplo, enviar un mensaje o escribir en el muro de un amigo puede ser una manera de distender una discusión previa. Cura y control pueden solaparse, por ejemplo, cuando la conexión permanente que mitiga la distancia y separación entre amigos o miembros de una pareja se convierte en vigilancia y control, cuando las prácticas que refuerzan el vínculo amoroso lo ponen en peligro, en el difícil equilibrio entre reconocimiento y dependencia, conexión y control. Otro ejemplo de la ambivalencia del remedio de las mediaciones digitales también se da en las interacciones entre padres e hijos (Cabello, 2013) cuando los dispositivos que facilitan un mayor control y conectividad (Green, 2001) también son percibidos como fuente de riesgos, cuya gestión visibiliza los conflictos y contradicciones alrededor de la progresiva autonomía de los hijos.

La noción de remediación matiza las pretensiones acerca de la novedad y ruptura de los medios y dispositivos digitales; al tiempo que nos recuerda que las mediaciones no surgen con lo digital, y que, por lo tanto, es absurdo oponer las mediaciones digitales a una pretendida comunicación no-mediada, o pretender que en las formas de interacción cara a cara no se producen mediaciones también. De este modo, abordar el análisis de los usos y prácticas de las redes sociales por parte de los y las jóvenes como formas de remediación nos facilita discernir qué es lo que se repite, qué es lo que se reanuda, qué es lo que se reemplaza, qué es lo que emerge y qué es lo que se olvida, qué hábitos se adquieren y cuáles se pierden, así como qué conflictos se producen ligados a las transformaciones, por ejemplo en lo que atañe a las obligaciones, expectativas, normas de etiqueta y comportamientos considerados como apropiados. Sin olvidar que estas prácticas se dan en un entorno tecnológico cambiante, donde se producen una multiplicidad de mediaciones que involucran a múltiples actores, con las consiguientes formas de articulación y potenciales conflictos entre ellas.

## 1.2. INSCRIPCIONES DIGITALES

Los *smartphones*, ordenadores, webs y aplicaciones no sólo son mediadores de comunicaciones orales, escritas y visuales; son verdaderas máquinas para realizar y guardar inscripciones, en forma de números, sonidos, imágenes y textos. Inscriben las comunicaciones, los mensajes, los contactos, nuestra apariencia; al tiempo que contribuyen a inscribir, configurar y guardar el rastro de subjetividades y relaciones interpersonales. Así visibilizan, tanto para los propios usuarios como para terceras partes, las redes sociales, la presencia de los otros significativos y de sus lazos afectivos materializados en los textos, sonidos e imágenes enviados y almacenados. Así, estos dispositivos proporcionan información acerca de la cohesión, intensidad y reciprocidad de las relaciones, que se miden y cuantifican a través de los registros de llamadas y mensajes, los historiales de con-

versaciones, las bandejas de entrada y salida de los correos, los contadores de visitas o el número de “me gusta” o de *retuiteos*. Los vínculos creados en las relaciones íntimas (familiares, amistosas, amorosas y sexuales) son móviles y fluidos, pero dejan huellas, rastros, en la materialidad de los cuerpos y en la de los dispositivos tecnológicos que contribuyen a su creación, desarrollo y mantenimiento.

La posibilidad de guardar la traza de esos movimientos, de estabilizar el flujo afectivo de los contactos interpersonales, depende en gran medida de la materialidad de los objetos, los cuerpos y los artefactos. Por lo tanto, las prácticas digitales juveniles de las que se ocupa este libro, con su capacidad de inscribir los afectos e interacciones, participan de las formas de educación sentimental contemporáneas, en cuanto que mediatizan la comunicación, experiencia, expresión, exhibición en público y control de emociones y afectos, contribuyen al mantenimiento y gestión de los vínculos y re-median las relaciones de género. Son tecnologías afectivas y también tecnologías del yo (Foucault, 1990). La educación sentimental forma parte de la constitución de los sujetos. Esto se produce en el doble sentido de sujeto, como subraya Foucault (1982), tanto en la configuración de las subjetividades y del *self* como en los modos de sujeción a algo o a alguien, ya que constituirse como sujeto también implica el establecimiento y mantenimiento de distintos modos de dependencia, de estar sujeto al poder de otra personas, grupos, instituciones, y también sujetas a la propia concepción e ideas que nos hacemos de nosotras mismas y de nuestra particular identidad. Las interacciones e inscripciones que los y las jóvenes mantienen en sus prácticas de las redes sociales son ejemplos de ambos significados que sugieren una forma de poder que nos subyuga y nos da forma como sujetos. Las TIC y sus inscripciones participan de ambos aspectos: identidad, reflexividad auto-conocimiento por un lado, y vigilancia, control y auto-control, y dependencia en la otra. Estas formas de dependencia atañen tanto a la relación entre las personas y sus dispositivos, los objetos mismos y su contenido, cuando estas prácticas tecnológicas y comunicativas constituyen nuevos hábitos, se “incorporan” a los individuos, según reconocemos nosotros mismos en nuestras expresiones cotidianas<sup>1</sup>; como a las dependencias respecto de los demás mediadas y articuladas digitalmente.

Un ejemplo del papel de esas inscripciones digitales en las formas de educación sentimental juvenil contemporáneas son los procesos de aprendizaje de cómo vivir, configurar y acomodarse al propio cuerpo que se dan en la realización y exposición de autorretratos digitales o autofotos, usadas como formas de presentación de uno mismo en perfiles de redes sociales y páginas de contacto, y también parte de juegos de seducción y flirteo digital (Lasén, 2012). Estas prácticas son formas de presentación, de representación y de encarnación o configuración de los cuerpos. Se produce aquí una doble inscripción de los cuerpos: por un lado estos jóvenes realizan, comparten y exponen inscripciones digitales de los mismos en fotos y videos en sus múltiples pantallas, perfiles y memorias; por otro lado, los cuerpos se ven inscritos en tanto que estas prácticas, que

---

1. Una encuesta reciente realizada por Telefónica, *Global Millenium Survey*, con jóvenes de entre 18 y 30 años en 27 países, revela que cerca de un 40% reconoce que no podría vivir sin su *smartphone* (<http://survey.telefonica.com/>). En realidad este apego caracteriza también a otras generaciones, el reconocimiento de la imposibilidad o extrema dificultad de vivir tal y como lo hacemos sin nuestros móviles es una constante en mis investigaciones sobre usos del móvil de adultos y jóvenes adultos desde hace más de diez años.

implican aprender a usar las cámaras para hacerse autorretratos suponen la adquisición de capacidades, pericias y modos de percibir el propio cuerpo y el de los demás, desde formas de reconciliación con el propio cuerpo hasta modos de desasosiego. En estas prácticas se da también una reversibilidad de la mirada, ya que se encuentran en una relación recíproca con los otros que también muestran sus fotos o *webcams*. Así, este complejo juego de miradas consiste en exponerse al escrutinio de un público parcialmente escogido y seleccionado, eligiendo con cuidado cómo los demás nos ven, tomando en cuenta lo que creemos que son sus deseos y expectativas, con el fin de mantener su interés. Este juego es también un proceso de aprendizaje, a fotografiar, a posar y a tratar las imágenes, tomando en consideración los modelos disponibles y sus interpretaciones. Y ello forma parte de los procesos de encarnación contemporáneos, así como de las dinámicas de auto-conocimiento e identificación, donde están implicados personas (como fotógrafos, fotografiados y públicos) y aparatos. Los tres aspectos: representación, presentación (del cuerpo y del yo) y corporealización (*embodiment*) tienen que ser considerados juntos, en el mismo bucle, parte de la misma dinámica. Estas imágenes y actividades fotográficas que implican distintos individuos y dispositivos técnicos no sólo presentan y representan entidades que se encontraban ahí, sino que contribuyen a la configuración y transfiguración de los cuerpos y de los sujetos, revelando en algunos casos vulnerabilidades y disonancias entre las prácticas y los discursos, como en el caso de la práctica de los autorretratos de los varones heterosexuales en relación con lo que se considera apropiado según la noción hegemónica de masculinidad (Lasén, 2012).

De este modo, las prácticas digitales contribuyen a la educación sentimental de los sujetos, en parte gracias a la reflexividad que sus inscripciones facilitan, así como a la creación de ocasiones afectivas, hábitos, expectativas y obligaciones mutuas, además de generar reglas de etiqueta en relación a la comunicación en la pareja, la familia, con los amigos. Ayudan a mantener la cercanía y la distancia, participan en las relaciones de poder y control, en el desempeño y definición de los roles de género, y también en los conflictos y disonancias asociados a dichas relaciones (Prøitz, 2005b; Lasén y Casado, 2013). La educación sentimental comprende también la economía afectiva, esto es, la gestión de las emociones, de su expresión y observación, gracias al control facilitado por las mediaciones tecnológicas y a la selección de distintas modalidades de comunicación, por ejemplo, con el fin de salvar la cara y gestionar situaciones potencialmente embarazosas, ganando tiempo para pensar, para elegir las palabras, gracias a la elección de aplicaciones (voz, WhatsApp, videoconferencia) con distinto “ancho de banda afectiva” (Lasén, 2010a), es decir, que permiten distintas modalidades de exposición y auto-control al variar la información afectiva que transmiten. Las mediaciones afectivas digitales también contribuyen pues, a transformar los umbrales del pudor y la vergüenza, como en los ejemplos de los autorretratos, en formas de intimidad compartida que desdibujan los límites entre público y privado.

### 1.3. INTIMIDADES MEDIADAS: PÚBLICOS Y PRIVACIDADES EN RED

La intimidad siempre ha estado sujeta a transformaciones, a cambios históricos y geográficos y siempre ha sido el objeto de distintas mediaciones, como nos recuerda Elías con su concepto de proceso de civilización (Elías, 1988), que incide en que el vínculo entre privacidad e intimidad

no se ha dado siempre ni en todo lugar. Uno de los rasgos característicos de las redes sociales en tiempos del Internet móvil habilitado por los *smartphones* es la lógica de contacto permanente (Katz and Aakhus, 2002), de presencia conectada continua (Licoppe, 2004), facilitando formas de intimidades móviles donde se rearticula la relación con los espacios (Hjorth y Lim, 2012). La conectividad constante fuerza la renegociación de límites entre privado y público que se opera en muchas de estas prácticas tecnológicas, a las que van asociadas transformaciones concomitantes de la intimidad: respecto de sus espacios, tiempos, situaciones, ámbitos, y también respecto de aquellas personas que comparten nuestra intimidad. Las conversaciones e intercambios íntimos pueden irrumpir en cualquier momento y espacio.

Además los espacios en la Red (webs, *blogs*, redes sociales, páginas de contacto) facilitan que temas de conversación y prácticas considerados íntimos, relacionados con el cuerpo, la sexualidad, los afectos, se compartan también con desconocidos. Se produce entonces una modulación de la intimidad y de los íntimos, sin que sea posible definir una frontera estable y clara entre lo que está protegido por las barreras del pudor y lo que puede ser revelado en público, entre los íntimos y los extraños. Entre la categoría de amigos, conocidos y desconocidos, ¿cómo situar a aquellos de nuestros contactos a quienes nunca hemos visto, pero que han visto, oído y comentado múltiples aspectos de nuestras vidas?, ¿cómo categorizar a aquellos a quienes pedimos ayuda y contamos nuestras penas, o con los que hablamos periódicamente en foros o grupos de Facebook acerca de nuestros intereses lúdicos, musicales o deportivos? Y ¿qué suerte de íntimos desconocidos son también aquellos con los que compartimos juegos eróticos o conversaciones inesperadas en webs o *videochats* como *chatroulette.com*?

Estas prácticas implican cambios en las relaciones entre privacidad e intimidad. Son formas de intimidad compartida, con cierto público, aunque no con el público en general necesariamente, con las micro-audiencias de nuestros seguidores en las redes. Un ejemplo de cómo la intimidad se mueve desde la “pasión por la privacidad” de la burguesía del XIX (Gay, 1984) al poderío exhibicionista de estas prácticas: “al revelar sus vidas íntimas, las personas se liberan de la vergüenza y la necesidad de esconderse, que conduce a una especie de poderío exhibicionista” (*empowering exhibitionism*, Koskela 2004). Este aspecto liberador de la revelación de intimidades se reconoce a menudo de manera explícita, pero también plantea a los y las jóvenes usuarios difíciles negociaciones para participar de las revelaciones que generan humor, poderío y reconocimiento, y evitar la vergüenza ocasionada por una exposición no deseada. Algo nada fácil en unos espacios digitales caracterizados por el colapso de los contextos de la interacción (Wesch, 2009), en espacios donde confluyen muchos y distintos interlocutores potenciales, y donde nunca se tiene la certeza de quiénes van a ser las audiencias, ni de cómo va a circular lo que se expone.

La privacidad en estas prácticas según la definición de Sonia Livingstone (2008: 404) no está ligada a la exposición de cierto tipo de información, sino al control sobre quién sabe qué acerca de ti. Aunque, como subraya Danah Boyd, es imposible controlar totalmente nuestra información personal, por lo que se defiende la privacidad intentando controlar la interpretación de lo expuesto (Boyd, 2012). Así, por ejemplo, adolescentes y jóvenes que participan en estas prácticas desarrollan ciertas estrategias de control de sus fotos en las maneras en que dichas imágenes son fabricadas y escenificadas, en la elección de cuáles se muestran y cuáles no, en el posado,

la luz y los efectos. El control se ejerce también no permitiendo que otros puedan descargarse esas imágenes o compartiéndolas sólo con quienes comparten las suyas con nosotros. El desarrollo de ciertas normas de etiqueta para proteger el anonimato promueve formas de control adicional, como la regla de no mostrar el rostro y los genitales en la misma foto, y también expectativas acerca del comportamiento correcto de aquellos que visitan nuestros perfiles. Estas formas de control dependen también de las características de las diferentes aplicaciones utilizadas, que no siempre facilitan la tarea, como lo revelan las polémicas acerca de las normas de privacidad de Facebook o la manera en que están definidos los criterios de privacidad “por defecto” de muchas páginas de contacto. En cualquier caso se trata siempre de un control relativo, ya que una vez que estas imágenes se comparten, sus autores saben que no controlan lo que ocurre con ellas.

Los procesos de aprendizaje en el uso de las TIC y las redes sociales por parte de los jóvenes, muchas veces bajo la forma de “ensayo y error” comprenden estas estrategias de control de la propia información y accesibilidad que revelan que las transformaciones de la relación entre privacidad e intimidad no entrañan que los jóvenes se despreocupen de su privacidad, como puede verse a menudo en los medios. Así, una encuesta reciente el Pew Research Centre muestra que un número creciente de jóvenes está abandonando Facebook a favor de otras webs, porque hay demasiados adultos, entre ellos sus padres y conocidos, lo que deja claro que sí les importa quién pueda tener acceso a su información, así como que lo que es más molesto o causa vergüenza no es que desconocidos sepan sobre ti, sino que tus allegados (padres, amigos, novios, etc.) accedan y utilicen una información que no les estaba destinada<sup>2</sup>.

Por último, es importante recordar que los aspectos observados en este texto y las prácticas analizadas en este libro también caracterizan a los adultos y no son rasgos exclusivos de costumbres y culturas juveniles. La mediación de las TIC en las relaciones personales contemporáneas, la práctica y uso de los autorretratos, las transformaciones de la intimidad debidas a las mediaciones tecnológicas también son propias de los usuarios adultos, a pesar de la percepción mediática (y académica, en ocasiones) como estrictamente juveniles. Esta percepción y construcción, además de presentar una pretendida homogeneidad de los grupos de edad y de su pericia tecnológica, que no se corresponde con los resultados empíricos, corre el peligro de fabricar a la contra una ficción del adulto contemporáneo: estable, autónomo y menos creativo en sus usos tecnológicos, obviando datos como que, por ejemplo, la mayoría de los productores de contenido, quienes postean en *blogs*, suben vídeos y fotos, aportan comentarios, textos e informaciones en la distintas webs, son adultos mayores de 30 años.

Las remediaciones digitales de las vidas cotidianas juveniles forman parte de procesos de aprendizaje complejos, donde se conforma también la educación sentimental de quienes desarrollan estas prácticas, y su configuración como sujetos en una red compleja de múltiples vínculos con

---

2. Aunque en la misma noticia acerca de esta encuesta se afirma que a los y las jóvenes no les importa que otros accedan a su información personal, sin darse cuenta de la contradicción de sus titulares.  
[http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2013/05/22/actualidad/1369219617\\_858612.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2013/05/22/actualidad/1369219617_858612.html)

otras personas y colectivos, pero también con objetos y entornos materiales, poniendo en juego formas de reconocimiento y dependencia. Dichos procesos ponen de manifiesto que ni adolescentes ni jóvenes son nativos digitales, ya que tienen que adquirir una alfabetización digital y aprender unos códigos de etiqueta complejos e inestables, ni sus prácticas son el resultado de formas de determinismo tecnológico, sino de una agencia compartida con los dispositivos tecnológicos, sus posibilidades y sus coerciones, donde más que asistir a rupturas y novedades radicales, las innovaciones y prácticas emergentes son re-mediaciones, reanudaciones y traducciones, de prácticas, actividades, significados y relaciones existentes.



# 2. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y DISEÑO

---

## 2.1. PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

Mucho se ha escrito en el último lustro sobre jóvenes y tecnologías de la información y la comunicación. Desde las instituciones, los estudios sociales públicos o privados, y también desde la empresa y la industria del sector, han proliferado los acercamientos más o menos especializados a la manera en que adolescentes y jóvenes se desenvuelven con las nuevas tecnologías. Casi siempre desde la asunción de que la propia “juventud” procura que esa relación se entable de forma natural, inevitable y prácticamente indisoluble. El asentamiento de un imaginario colectivo en relación a tal idea, y la convicción de que el desarrollo tecnológico tiene implicaciones sobre la manera en que se socializan y relacionan las personas, sitúa estas investigaciones en el teórico foco de interés de la sociedad. No sólo porque resulta evidente que en torno a las redes sociales se están consolidando toda una serie de hábitos y expectativas, sino porque se intuye que esa interacción entre personas y nuevas tecnologías (más aún entre jóvenes y TIC) genera buena parte de las dinámicas que están procurando la transformación de la sociedad. Además, que el propio progreso en torno a la tecnología implique un movimiento constante, la aceptación de procesos de obsolescencia más o menos programada, y la necesidad de adaptarse a tal circunstancia, también incide en el hecho de que los estudios e investigaciones en este campo deban ser periódicamente revisados; a pesar de lo cual no resulta fácil escapar a la sensación de que la producción investigadora en esta dirección va inevitablemente por detrás del ritmo al que evoluciona la sociedad.

El presente monográfico afronta la manera en que las nuevas tecnologías se insertan en los procesos de socialización de adolescentes y jóvenes, han asentado nuevas expectativas y referentes simbólicos en sus estrategias relacionales, han redefinido o pueden redefinir algunos valores, y dan lugar a un nuevo paradigma en la exposición y gestión del yo (y del nosotros), en base a la interacción y complementariedad de lo *online* y lo *offline*. Análisis que centra su atención en las redes sociales y que, en cualquier caso, trata de huir de la aparente naturalización acrítica de la relación jóvenes-tecnología y su definición como “nativos digitales”, pues parte del convencimiento de que tal relación forma parte de un complejo proceso de aprendizaje y maduración en torno a lo que resulta ser una auténtica educación sentimental y personal. En este sentido, el análisis cualitativo que compone el grueso de nuestro informe sigue la línea perfectamente marcada desde la introducción teórica de Amparo Lasén, cuya lectura señalamos como esencial para situar al lector en la senda del posterior acercamiento cualitativo.

Tras un capítulo dedicado a la información cuantitativa, el análisis está estructurado sobre diversos ejes temáticos, en cualquier caso interrelacionados. “Maneras de *estar* y *actuar* mediadas por la

tecnología” (capítulo 4), en el que abordaremos cómo la relación con las TIC genera nuevos patrones de integración (y nuevas brechas); “La gestión del yo” (capítulo 5), que afronta las distintas maneras en las que tiene lugar y se interpreta la exposición personal en torno a las redes sociales, así como la organización y gestión del grupo de pares; las percepciones sobre el buen uso y el mal uso, a partir de las cuales se crean y consolidan las expectativas asociadas a los usos tecnológicos, y cobran sentido los juicios de valor, lugares comunes y estereotipos en torno a los mismos; la tecnología y la concepción de lo personal, que aborda la manera en que los propios usuarios y usuarias afrontan y establecen la relación entre “lo humano”, “lo personal” y “lo tecnológico”; las nuevas estrategias relacionales en torno a las redes sociales, que analiza la manera en que las redes sociales se insertan en los procesos socializadores de adolescentes y jóvenes; y las vidas públicas y el precio a pagar, que afronta la manera en que las redes sociales redefinen conceptos como la intimidad, o modulan determinados grados de renuncia en relación a la privacidad o a la posibilidad de ser controlados.

Para contextualizar tal análisis cualitativo, el presente monográfico ofrece también un acercamiento cuantitativo a partir del rastreo de fuentes secundarias y estadísticas (capítulo 3), que dibujan un panorama actualizado de los hábitos y expectativas de los y las jóvenes en España en relación a las TIC. También en perspectiva comparada con la UE para algunos datos.

De igual forma, en el capítulo 8, además de la bibliografía empleada a lo largo del monográfico, se ofrece un rastreo especializado en torno al tema que nos ocupa desde una perspectiva amplia, que se constituye en una puesta al día de las principales referencias bibliográficas sobre este tema que han aparecido en nuestro país desde 2007 hasta 2013. Herramienta útil, por tanto, para cualquier persona que quiera acercarse al tema.

## 2.2. METODOLOGÍA

### 2.1.1. Rastreo de fuentes cuantitativas

Para la puesta al día de los datos relativos a jóvenes y TIC se acudió a fuentes de referencia, que nos ofrecían tanto estadísticas en relación a la tenencia, los hábitos y las expectativas, como estudios sectoriales que también mostraban datos interesantes para nuestros objetivos.

Las principales fuentes consultadas fueron las siguientes (convenientemente referenciadas en la bibliografía):

- AIMC: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.
- CIS: Centro de Investigaciones Sociológicas: estadísticas y estudios.
- CE: Comisión Europea: Eurobarómetros.
- EUROSTAT.
- INJUVE: Informes de Juventud y estudios.
- INE: Instituto Nacional de Estadística.
- INTECO: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación.
- Ministerio de Cultura.

A partir de las fuentes primarias se elaboraron las tablas y gráficos que ilustran el capítulo 3: "Usos, hábitos y valoraciones de los y las jóvenes en torno a las TIC".

### 2.1.2. Análisis cualitativo

Los objetivos del estudio determinaron la necesidad de emplear metodologías cualitativas como instrumental básico de recogida de información. Su uso permite, frente a otras herramientas de investigación, la emergencia espontánea y libre de las narraciones de los y las participantes sobre sus percepciones y experiencias personales, en este caso en torno a las TIC y las redes sociales.

En base a estas premisas, centrales para el cumplimiento de los requerimientos que el estudio plantea, se escogieron dos técnicas propias de las metodologías cualitativas, como son el grupo de discusión y el grupo triangular.

En cuanto al grupo de discusión y a sus planteamientos, existe abundante literatura sobre sus fundamentos teóricos, aplicaciones prácticas y análisis<sup>1</sup>. Brevemente, apuntamos su especial idoneidad para adentrarse en los discursos grupales, explícitos y latentes, así como para recrear los argumentos, expectativas y referentes simbólicos en torno a un tema con tantas implicaciones personales y colectivas como el que nos ocupa. Toda esta producción de información, el discurso del grupo en definitiva, se realiza en un entorno controlado por un moderador, que procura siempre tener una mínima intervención sobre el proceso en las aproximadamente dos horas (como máximo) que dura.

Para el diseño de los **grupos de discusión** (con ocho participantes cada uno, que no se conocen entre sí), y teniendo siempre en cuenta que para recoger las diferentes posiciones discursivas los grupos deben ser homogéneos internamente, a la vez que heterogéneos entre ellos, se consideraron cuatro variables principales:

El **género** fue un factor de clasificación primario y se optó por realizar grupos separados de hombres y mujeres, además de alguno con una configuración mixta.

Otra variable de clasificación fue la **clase social**, elaborada alrededor de tres niveles (media-media, media-alta y media-baja), basados en la combinación de nivel socioeconómico (trabajo de los progenitores, status social) y formación (estudios de los progenitores y nivel de estudios propios).

La **edad** de todos los participantes estaba entre los 16 y los 26 años, dividida en los siguientes tramos:

- 16-18 años.
- 20-22 años.
- 24-26 años.

---

1. En este sentido, recomendamos el texto de Alonso (1998). *La mirada cualitativa en Sociología*. Madrid: Ed Fundamentos.

El **uso de redes sociales** fue otro factor de diferenciación, en función de las siguientes categorías:

- **Uso alto** se definió a partir de la constatación de ser usuario/a habitual (uso diario) de Facebook/Tuenti y/o Twitter, o similares, y por la posesión de móvil 3G/*smartphone* propio (con uso habitual de WhatsApp o programa similar).
- **Uso medio** de redes sociales implicaba que el/la participante manejara Internet y estuviera al tanto de la realidad de las redes sociales mediadas por la tecnología, pero que las usara de forma ocasional o no tan habitual (que conozcan Facebook/Tuenti y Twitter, aunque no tengan perfiles propios, o lo usen ocasionalmente).
- **Uso bajo** de redes sociales englobaba a las personas que no son usuarias de WhatsApp o programa similar para móviles, y tampoco de Facebook/Tuenti ni Twitter, ni Messenger.

En dos grupos también se consideró la variable **trabajo** (que los asistentes estuvieran trabajando en el presente de forma remunerada, ya sea el trabajo habitual/fijo o temporal).

Asimismo, parecía necesario representar una cierta **distribución territorial**, por la que se realizaron los grupos con jóvenes de localidades urbanas de gran tamaño (y de ahí la selección de Madrid), de contextos urbanos medios (Valencia y Bilbao), y algún grupo en una entidad poblacional más pequeña y representativa de otros contextos sociales (Toledo).

La combinación de todas estas variables dio como resultado la siguiente composición de los grupos de discusión:

### COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

EDAD	CLASE SOCIAL		
	MEDIA-BAJA	MEDIA-MEDIA	MEDIA-ALTA
16-18 años	Chicas Uso medio redes sociales Madrid	Mixto Alto uso redes sociales Bilbao	Chicos Uso medio redes sociales Madrid
20-22 años	Mixto Bajo uso redes sociales Valencia		Mixto Uso medio redes sociales Valencia
24-26 años	Chicos Alto uso redes sociales Toledo Trabajan	Mixto Bajo uso redes sociales Toledo Trabajan	Chicas Alto uso redes sociales Bilbao

Como complemento a los grupos de discusión realizados se decidió el empleo de una técnica que discurre paralela a los mismos, el **grupo triangular**. De uso más restringido, menos extendido que el grupo de discusión convencional, el triangular ofrece algunas ventajas por su planteamiento, esenciales en cuanto al objeto del estudio. No debe ser considerado simplemente como un grupo de discusión de tres personas, sino que, mientras que aquél refiere a lo social y colectivo, el triangular se centra más en las experiencias personales, susceptibles de ser rebatidas, discutidas o re-

frendadas por otros dos participantes con los que existe una relación previa. Además, el papel del moderador es más directo y participativo.

Por sus características y objetivos es necesario que el reclutamiento de los tres participantes sea, en cierto modo, especial. Para cada grupo triangular se buscó a personas que tuvieran relación previa (al contrario que en el grupo de discusión convencional, donde los participantes no deben conocerse previamente), mediada por las redes sociales. Es decir, que se comunicaran habitualmente a través de perfiles/aplicaciones como Facebook/Tuenti, WhatsApp, Twitter... Este diseño contribuyó a tener una perspectiva más directa sobre el empleo de las redes sociales en el grupo de pares, más cercana al uso directo que a la recreación de discursos sociales, y más unida al individuo y su realidad cotidiana.

La composición de los grupos triangulares fue la siguiente:

### COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS TRIANGULARES

GRUPOS TRIANGULARES	PERFIL
T1. Aranjuez	Chicos. 17-18 años
T2. Aranjuez	Chicas. 18-19 años
T3. Madrid	Mixto. 23-26 años

Tanto los grupos de discusión como los triangulares fueron grabados en audio y posteriormente transcritos para permitir su análisis. A lo largo del informe se desgranarán los fragmentos de estas transcripciones que ilustran el análisis, que muestran el perfil de los grupos de la siguiente manera:

CIUDAD, EDAD, GÉNERO, NIVEL DE USO DE REDES SOCIALES, CLASE SOCIAL<sup>2</sup>, TRABAJO (SI PROCEDE).

Los grupos triangulares se identificarán precediendo al perfil las siglas "GT".

El trabajo de campo fue realizado en el mes de octubre de 2012.

---

2. Para simplificar la referencia, en la clase social las clases "media-baja" y "media-alta" se reducirán a "baja" y "alta", respectivamente.

# 3. USOS, HÁBITOS Y VALORACIONES DE LOS Y LAS JÓVENES EN TORNO A LAS TIC

---

## 3.1. SOBRE INTERNET Y LAS TIC EN GENERAL

### 3.1.1. Equipamiento tecnológico

En primer lugar valoramos el equipamiento tecnológico de los hogares españoles, sin distinción de edades, ni de la persona que posee cada producto. No en vano la gran mayoría de los y las jóvenes que se constituyen en objeto de nuestro estudio pueden conectarse a Internet a través de dispositivos comprados por sus padres, que en algunos casos también proveen a sus hijos e hijas de teléfonos móviles.

Pues bien, en el año 2012 prácticamente el 96% de los hogares contaba con teléfono móvil, el 55% con ordenador portátil (incluidos *netbooks* y *tablets*), y el 48% con ordenador de sobremesa (Tabla 3.1).

Equipamiento electrónico que presupone conexión a Internet (menos en el caso de los móviles, en el que no se especifica), sólo superado por el 99,4% de la televisión o el 80% de la radio (INE, 2012).

De hecho, el mismo estudio del INE señala que prácticamente el 67% de las viviendas tiene acceso a Internet, siendo sólo un punto porcentual menos el porcentaje de viviendas con conexión de banda ancha (ADSL, red de cable, etc.). Es decir, que la práctica totalidad de los hogares con conexión a Internet poseen una conexión de banda ancha (Tabla 3.2).

Además, si observamos la evolución temporal desde 2004 (de nuevo en la Tabla 3.2), comprobamos que el número de hogares con Internet se ha doblado (del 34% en 2004 al 68% en 2012), y el de hogares con conexión de banda ancha ha crecido más del cuádruple (del 15% en 2004 al 68% en 2012). Al mismo tiempo, mientras las viviendas con teléfono fijo han descendido (bajando diez puntos en ese periodo), la tenencia de móviles ha aumentado casi catorce puntos, hasta alcanzar cifras bastante cercanas al 100% en 2012.

**TABLA 3.1. EQUIPAMIENTO DE PRODUCTOS TIC EN LAS VIVIENDAS PRINCIPALES POR TIPO DE EQUIPAMIENTO. POBLACIÓN: PERSONAS DE 16 A 74 AÑOS (%)**

TOTAL DE VIVIENDAS	15.529.687
Viviendas con televisión	99,4
Viviendas con ordenador de sobremesa	47,8
Viviendas con ordenador portátil (incluidos <i>netbooks</i> y <i>tablets</i> )	54,6
Viviendas con otro tipo de ordenador (agenda electrónica o similar, PDA, etc.)	5,8
Viviendas con teléfono fijo	79,7
Viviendas con teléfono móvil	95,9
Viviendas con cadena musical o equipo de alta fidelidad	58,6
Viviendas con radio	80,0
Viviendas con MP3 o MP4	46,9
Viviendas con video	43,3
Viviendas con DVD	74,4
Viviendas con fax	5,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2012.

**TABLA 3.2. EVOLUCIÓN DE DATOS DE VIVIENDAS (2004-2012) POR TIPO DE EQUIPAMIENTO. % SOBRE VIVIENDAS TOTALES (CON AL MENOS UN MIEMBRO DE 16 A 74 AÑOS)**

	2004	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Viviendas con ordenador (de cualquier tipo)	52,3	54,9	57,2	60,4	63,6	66,3	68,7	71,5	73,9
Viviendas con acceso a Internet	33,6	35,5	39,1	44,6	51	54	59,1	63,9	67,9
Viviendas con conexión banda ancha (ADSL, red de cable, etc.)	14,7	21,1	29,3	39,2	44,6	51,3	57,4	61,9	66,7
Viviendas con teléfono fijo	89,8	86,3	83,3	81,2	81,3	80,3	80,3	80,6	79,7
Viviendas con teléfono móvil	82,4	85,3	88,1	90,9	92,1	93,5	94,6	95,1	95,9

\* Para los años 2005 y 2006 se ofrecen los datos correspondientes a la 1ª ola (que son los homogéneos con el resto de la serie)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2012.

### 3.1.2. Frecuencia y tipos de uso

Atendiendo a la frecuencia de uso de Internet, y a partir de datos del INE (2013), en 2012 el 94,5% de los y las jóvenes entre 16 y 24 años había utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos tres meses, porcentaje que desciende hasta el 83,5% en el tramo de edad 25-34. Ambos porcentajes, además de elevados, son relevantes por cuanto la misma proporción para la población general corresponde al 65%. Es decir, primera muestra de que la población joven (y muy especialmente los más jóvenes) tiene usos más intensivos de Internet que el resto de la población (Tabla 3.3).

También resulta destacable que apenas existe diferencia entre quienes han utilizado Internet al menos una vez a la semana en los últimos tres meses y quienes han utilizado Internet en los últimos tres meses, lo que parece indicar que el uso de la Red tiende a ser más o menos intensivo, pero que en cualquier caso no es ocasional. Además, también comprobamos que son los y las jóvenes quienes más compran a través de la Red (el 33% de los jóvenes de 25 a 34 años, por un 28% de quienes están entre 16 y 24, y una media de la población general del 22%). Respecto al uso del teléfono móvil las diferencias no son muy apreciables ya que tienden a estar igualmente representadas en la práctica totalidad de la población.

Sí cabe destacar alguna pequeña diferencia por género: mientras en el tramo 16-24 años son las mujeres quienes ligeramente han usado más Internet al menos una vez por semana en los últimos tres meses (95,3%, por 93,7% de los hombres), en el tramo 25-34 ocurre al contrario: 84,1% de hombres por 82,9% de mujeres. En cualquier caso, proporciones bastante por encima de la media poblacional.

**TABLA 3.3. FRECUENCIA EN EL USO DE INTERNET, SEGÚN EDAD Y SEXO (%)**

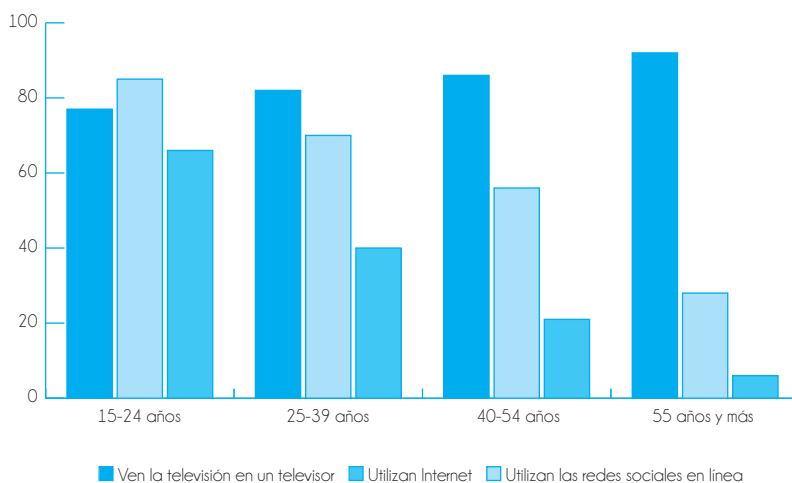
	TOTAL PERSONAS	EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES...				
		Han utilizado el ordenador	Han utilizado Internet	Han utilizado Internet al menos una vez/semana	Han comprado a través de Internet	Han utilizado teléfono móvil
<b>Ambos sexos</b>						
Total	34.484.188	72,2	69,8	65,0	22,3	94,3
16 - 24 años	4.190.147	97,2	96,2	94,5	28,0	99,0
25 - 34 años	6.765.942	90,1	88,8	83,5	33,0	98,7
<b>Hombres</b>						
Total	17.186.852	74,6	72,4	68,4	25,2	94,7
16 - 24 años	2.134.936	95,8	94,8	93,7	31,3	98,8
25 - 34 años	3.431.840	90,2	89,2	84,1	34,8	98,9
<b>Mujeres</b>						
Total	17.297.336	69,7	67,2	61,7	19,4	94,0
16 - 24 años	2.055.211	98,5	97,7	95,3	24,7	99,2
25 - 34 años	3.334.102	89,9	88,4	82,9	31,2	98,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2012.



Si ampliamos el campo de atención al conjunto de la Unión Europea, a partir de datos del Eurobarómetro de 2012 también comprobamos que la población joven es la que más usa Internet y redes sociales (Gráfico 3.1).

**GRÁFICO 3.1. PORCENTAJE DE PERSONAS POR EDAD QUE TODOS O CASI TODOS LOS DÍAS... (UE, 2012)**



Elaboración propia. Fuente: CE, Eurobarómetro, 2012.

Así, mientras que el 85% de los y las jóvenes de 15 a 24 años de la UE utiliza Internet “todos o casi todos los días”, porcentaje que se reduce al 70% en el tramo 25-39, y al 56% entre los 40 y los 54 años. Por otro lado, el uso “todos o casi todos los días” de redes sociales es del 66% en el tramo 15-24, del 40% en el tramo 25-39, y cae por debajo del 21% a partir de los 40 años.

Teniendo en cuenta los discursos (sobre todo) juveniles en torno a la necesidad de estar en las redes sociales porque “todo el mundo” está allí, quizás haya personas a quienes pueda sorprender que los datos de uso de redes sociales (en este caso para el conjunto de la UE) no sean algo más altos.

De igual forma, pese a que parece común asumir que el uso de Internet sigue creciendo entre la población en general, y muy especialmente entre los y las jóvenes, algunos datos también pueden resultar extraños, precisamente por indicar lo contrario. Por ejemplo, a partir de la AIMC y el EGM tenemos la posibilidad de observar la audiencia de Internet, medida a partir de los usuarios/as del día de “ayer”, y diferenciando además por tramos de edad (Tabla 3.4). Pues bien, considerando el tramo general de 14 a 34 años, lo cierto es que en todos los casos la proporción de usuarios “ayer” alcanzó su punto máximo hace varios años: para el tramo 14-19 años en 2003

(casi un 16%), para 20-24 en 2001 (19,5%) y para 25-34 años en 1997 (43,4%); en estos tres casos, respectivamente, la audiencia “ayer” en marzo de 2013 era de 10%, 9% y 24%. Además, la fuente original nos indica que tanto el número total de “usuarios ayer”, como los “usuarios ayer” mayores de 35 años, han crecido de forma leve pero regular en ese mismo periodo. Es decir, que o bien la proporción de usuarios y usuarias jóvenes de Internet (que es la más alta) se ha estancado después de un rápido crecimiento inicial, o bien la forma de medición no tiene en cuenta la aparición de las redes sociales como uso de Internet, o no lo entienden así los propios usuarios y usuarias.

**TABLA 3.4. AUDIENCIA DE INTERNET: USUARIOS DE AYER, SEGÚN EDAD (%)**

EDAD	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	MAYO 2012	MARZO 2013
14-19 años	9,3	9,3	14,5	15,6	14,4	14,9	11,9	10,7	10,3	10,1
20-24 años	14,7	15,7	19,5	16,9	15	13,4	11,3	10,2	9,9	9,4
25-34 años	43,4	35,4	31,3	31,7	30,6	28,6	28,1	26,1	25,1	24,1

Fuente: Elaboración propia a partir de AIMC, 2013.

En cualquier caso, observando el tipo de usos que se hacen de la Red también comprobamos que éstos tienden a ser mucho más frecuentes e intensivos por parte de la población joven en la mayoría de los casos.

En la Tabla 3.5 vemos que el uso más generalizado de Internet es recibir y enviar correo electrónico, función en la que precisamente la población joven se encuentra prácticamente a la par que el resto de población: la media general es de poco más de un 79%, mientras la proporción es de casi el 78% entre los 16 y los 24 años, y de casi el 80% entre los 25 y los 34 años. Sólo respecto a leer o descargar noticias, periódicos o revistas de actualidad *online*, y utilizar alguna aplicación basada en GPS, la media general se sitúa por encima del tramo más joven (16-24 años): tres puntos por encima en el primero de los casos y casi seis puntos por encima en el segundo; eso sí, en el tramo 25-34 las proporciones superan esa media general. Para el resto de actividades (leer o descargar libros electrónicos, jugar o descargar juegos, imágenes, videos y música, uso de servicios de *podcast*, y participar en redes sociales), la población más joven se sitúa claramente por encima de la media general. Destaca especialmente el caso de las redes sociales, pues mientras el uso (en los últimos tres meses) fue del 92% en el tramo 16-24 y del 78% en el tramo 25-34, la media general apenas superaba el 68%. También destacable es el 60% de jóvenes de 16 a 24 años que juega, descarga juegos, imágenes y videos (veinte puntos por encima de la media), el 27% de esa misma franja etaria que descarga *podcast* para recibir automáticamente ficheros de audio y video (siete puntos más que la media) o el 43% que realiza “otros usos”.

**TABLA 3.5. SERVICIOS DE INTERNET USADOS POR MOTIVOS PARTICULARES EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES CON UN DISPOSITIVO DE MANO. 16-34 AÑOS. 2012 (%)**

	16-24 AÑOS	25-34 AÑOS
Recibir o enviar correo electrónico	79.4	76.9
Leer o descargar noticias, periódicos o revistas de actualidad <i>online</i>	62.3	59.3
Leer o descargar libros o libros electrónicos	17.4	17.4
Jugar o descargar juegos, imágenes, videos o música	40.8	59.5
Uso de servicios de <i>podcast</i> para recibir automáticamente ficheros de audio o video	20.0	27.1
Participar en redes sociales	68.4	92.2
Otras actividades	39.8	43.2
Utilización de alguna aplicación de Internet basada en el GPS	55.1	48.3
TOTAL	2.744.556	3.456.673
TOTAL PERSONAS	10.853.790	

Otras fuentes (INJUVE, 2011; 2013) corroboran el alto uso que la población de 15 a 29 años hace de determinadas actividades en Internet, entre las que destacan el correo electrónico (80%), las redes sociales (77%), las búsquedas de información o documentación (74%), la descarga de música, vídeos o películas (63%), los foros, *chats* y sistemas de mensajería (55%), o incluso navegar por Internet sin ningún objetivo concreto (49%) (Tabla 3.6).

Sin embargo, como ocurría anteriormente a partir de los datos de la UE, en la observación de la evolución entre 2011 y 2012 de esos mismos datos podemos percibir ligeros pero interesantes descensos, precisamente por entrar en aparente contradicción respecto a la convicción general: desciende (once puntos porcentuales) la participación en foros, *chats* y sistemas de mensajería como el Messenger, la búsqueda de información o documentación (casi nueve puntos), la descarga de música, vídeos y películas (cuatro puntos), las gestiones con organismos de la Administración (tres puntos), el hecho de mantener un *blog* o página web propia (tres puntos), e incluso el uso de redes sociales (dos puntos); por el contrario, aumentan las compras *online* (doce puntos), las gestiones bancarias (otros doce puntos), el navegar por Internet sin objetivo concreto (poco más de dos puntos) y la búsqueda de empleo (apenas un punto).

TABLA 3.6. ACTIVIDADES EN INTERNET. 15-29 AÑOS. (%)

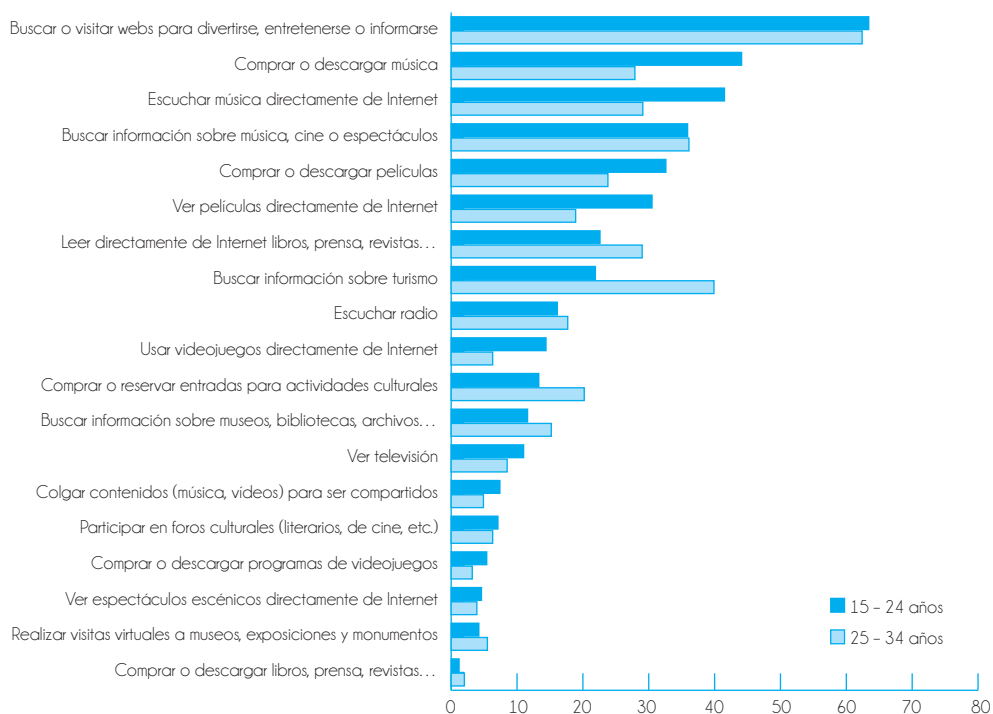
	EJ152 2011	IJE2012
Correo electrónico	76,3	80,4
Redes sociales	79,6	77,1
Búsquedas de información o documentación	82,0	73,9
Descarga de música, videos, películas...	65,9	62,6
Foros, chats, mensajería (Messenger)	66,0	55,1
Navegar por Internet sin un objetivo concreto	46,3	48,6
Comprar algún producto o servicio <i>online</i> (viajes, libros, entradas)	31,9	43,9
Gestiones bancarias	24,6	36,0
Buscar empleo	32,7	33,6
Gestiones con organismos de la Administración	23,6	20,6
Mantener tu propio <i>blog</i> o página web, colgar fotos o videos	21,5	18,3
Llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP)	16,2	13,4
Otros	1,7	3,7
N (total)	1.301	5.000

Fuente: INJUVE, 2011; 2013.

De forma más detallada podemos observar el tipo de actividades que realiza la población de 15 a 34 años que se conecta a Internet (para datos del Ministerio de Cultura, 2011). En este caso resulta interesante no sólo observar la jerarquía de actividades, encabezada por buscar webs para entretenerse o informarse, comprar o descargar música, escuchar música, buscar información sobre música, cine o espectáculos, comprar o descargar películas, ver películas, leer libros, prensa, revistas, buscar información sobre turismo, etc., etc. (Gráfico 3.2). Lo interesante es analizar las diferencias entre los tramos de edad, dentro del propio colectivo juvenil. Así, la franja entre los 15 y los 24 años destaca por realizar en mayor proporción la compra o descarga de música (44% por 28% en el tramo 25-34), escuchar música (41% por 29%), compra o descarga de películas (33% por 24%), visionado de películas *online* (30% por 19%) o uso de videojuegos *online* (14% por 6%). Mientras, el tramo 25-34 destaca por buscar información sobre turismo (40% por 22% en el tramo 15-24), comprar o reservar entradas para actividades culturales (20% por 13%), lectura de revistas y prensa (29% por 22%) o buscar información sobre museos, bibliotecas, etc.

(15% por 12%). Es decir, que la diferenciación es bastante clara, pues entre los 15 y los 24 años se opta por la gestión de un ocio basado en la gratuidad y el disfrute *online*, mientras a partir de los 25 (y hasta los 34) por la gestión de un tiempo libre que implica ciertos gastos y un disfrute necesariamente *offline*.

**GRÁFICO 3.2. PORCENTAJE DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA POBLACIÓN QUE SE CONECTA A INTERNET (15-34 AÑOS). ESPAÑA, 2011.**



Elaboración propia. Fuente: Ministerio de Cultura, 2011.

El *Informe de Juventud en España 2012* ofrece un análisis factorial a partir del cual podemos observar cómo se agrupan las principales actividades que realizan los y las jóvenes en Internet y vemos señalando (Tabla 3.7). En función de este análisis, el grupo de actividad principal, para población de 15 a 29 años, sería el “relacional y búsqueda”, principalmente definido por el uso del correo electrónico, las redes sociales, la búsqueda de información o documentación, y la descarga de música, vídeos, películas, etc. La segunda sería la denominada de “gestiones y compras”, compuesta por las gestiones bancarias, las compras *online* y las gestiones con organismos de la Administración. Y la tercera, la “comunicación especializada”, encuentra sentido en torno a llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP) y el mantenimiento de una web propia o *blog* (papel activo en Internet como usuario o usuario que produce información).

**TABLA 3.7. ACTIVIDAD EN INTERNET, SEGÚN GRUPOS FACTORIALES. 15-29 AÑOS, 2012**  
**UNIDADES: ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES**  
**CON ROTACIÓN VARIMAX. KMO: ,84**

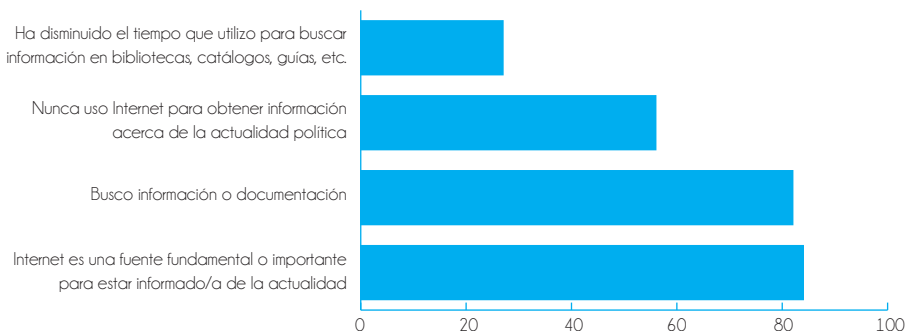
	RELACIONAL Y BÚSQUEDA	GESTIONES Y COMPRAS	COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA
Varianza total (50,2%)	22,5	16,5	11,2
Correo electrónico	0,759		
Redes sociales	0,734		
Búsquedas de información o documentación	0,652		
Descarga de música, videos, películas, etc.	0,608		
Foros, chats, mensajería (Messenger)	0,569		
Navegar por Internet sin un objetivo concreto	0,541		
Realizar gestiones bancarias		0,809	
Comprar algún producto o servicio <i>online</i> (viajes, libros, entradas)		0,720	
Gestiones con organismos de la Administración		0,634	
Buscar empleo		0,408	
Llamadas telefónicas por Internet (telefonía IP)			0,725
Mantener tu propio <i>blog</i> o página web, colgar fotos o videos			0,663

Fuente: INJUVE, 2013.

Tenemos diferentes posibilidades para cuantificar la manera en que los y las jóvenes usan Internet para buscar información. En primer lugar, a partir de datos de 2011 del CIS (Gráfico 3.3), comprobamos que el 84% de las personas de 15 a 29 años considera que Internet es una fuente fundamental o importante para estar informado/a de la actualidad. El 82% busca información o documentación en Internet (aunque más de la mitad no busca información política) y el 27% reconoce que el uso de Internet ha provocado que haya dejado de buscar información en bibliotecas, catálogos, guías, etc.

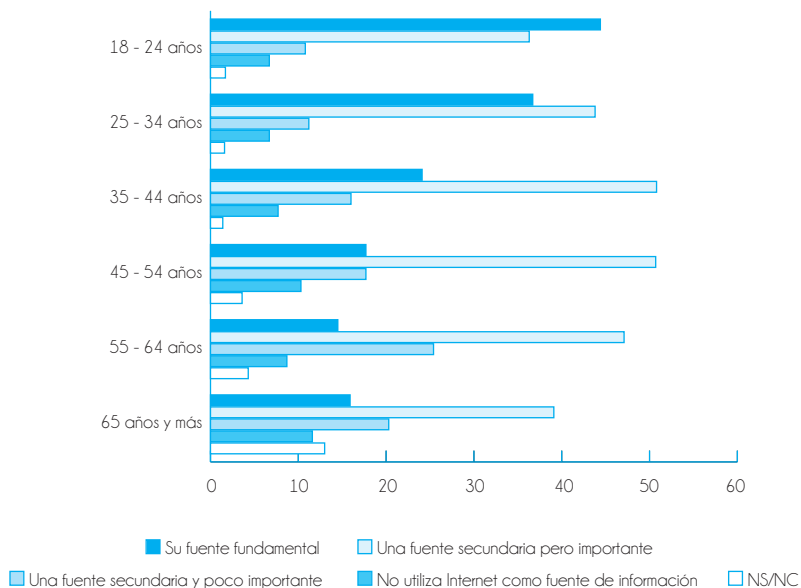
Observando las diferencias por tramos de edad, a partir del barómetro del CIS para 2012 (Gráfico 3.4), vemos que entre los 18 a los 24, en relación al resto de tramos etarios, Internet se constituye en la fuente de información “fundamental” (el 44% así lo asegura, mientras el 36% en ese mismo tramo considera que es una fuente de información “secundaria pero importante”).

**GRÁFICO 3.3. BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN INTERNET. 2011**  
**POBLACIÓN 15-29 AÑOS QUE UTILIZÓ INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2011a.

**GRÁFICO 3.4. USO DE INTERNET COMO FUENTE DE INFORMACIÓN, SEGÚN TRAMOS DE EDAD. 2012.**  
**PERSONAS QUE HAN UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES**



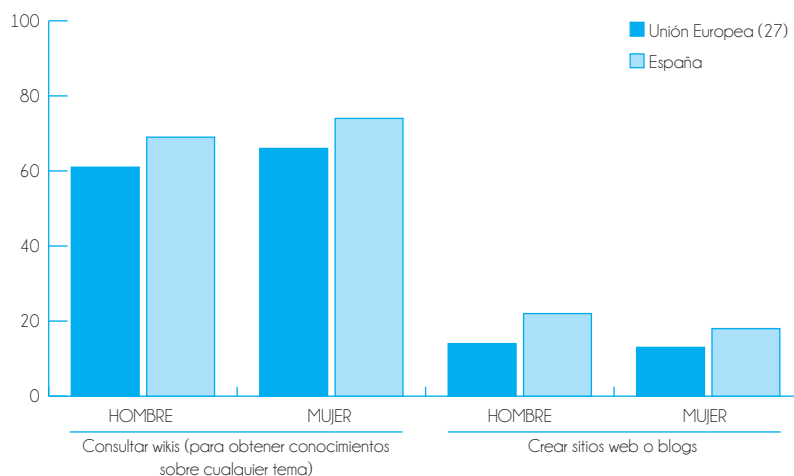
Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

La proporción de personas que consideran que es la fuente de información fundamental en el tramo 25 a 34 desciende hasta el 37% (aún así es bastante mayor que el porcentaje de quienes dicen lo mismo a partir de los 35 años), mientras el 44% dice que es una fuente secundaria pero importante. En general, para todos los tramos de edad superiores a 35 años, la mayor proporción de usuarios y usuarias de Internet considera que la Red es una fuente importante de información, pero “secundaria”. Son los y las jóvenes quienes valoran su utilidad en este sentido como “esencial”.

Contamos también con cierta perspectiva comparada de los usos de Internet de las personas jóvenes respecto a la Unión Europea (de 27 países miembro). En 2011 (Gráfico 3.5), mientras en España el 69% de los hombres y el 74% de las mujeres usa Internet para obtener conocimientos sobre cualquier tema, en el conjunto de la UE el porcentaje de hombres que realiza los mismos usos desciende al 61% entre los hombres y al 66% entre las mujeres. Por el lado de la producción de esa información, en España el 22% de los hombres y el 18% de las mujeres crearon sitios webs o blogs propios, cuando en la UE esos porcentajes eran del 14% y 13%, respectivamente.

De estos datos, por tanto, podemos sacar dos conclusiones. Por un lado, que tanto en España como en el conjunto de la UE las mujeres destacan a la hora de buscar información en la Red, mientras los hombres lo hacen a la hora de producir esa información. Por otro lado, que quienes producen esa información que circula por Internet son un porcentaje minoritario de los usuarios y usuarias, que en su mayoría buscan la obtención de conocimientos (y esto ocurre tanto en España como en el conjunto de la UE).

**GRÁFICO 3.5. PORCENTAJE DE PERSONAS (16-24 AÑOS) QUE UTILIZAN INTERNET PARA INFORMAR O INFORMARSE SOBRE TEMAS DIVERSOS. ESPAÑA/UE, 2011-2012**



Elaboración propia. Fuente: Eurostat, 2013.



### 3.1.3. Motivaciones para el uso y renunciaciones

Otra manera de abordar los usos y hábitos de los y las jóvenes en relación a las TIC e Internet en particular, es preguntar por las razones para su uso. Entre los 12 y los 18 años (según datos de 2009 ofrecidos por *El profesional de la información*, 2011), la principal motivación es “pasar el rato”, opción señalada por prácticamente un 76%. Las motivaciones siguientes son “obtener información para mis estudios” (70%), “descargar películas o música” (65%), “obtener información para temas de interés” (59%) y “relacionarme con gente” (51%). “Ver la televisión o escuchar la radio” y “distribuir mis propios contenidos” son opciones con menos del 40% de señalamientos Tabla 3.8).

En relación a estos datos cabe señalar que las razones para su uso encajan perfectamente con los hábitos concretos, articuladas ambas cosas en torno al entretenimiento general, la búsqueda de información (en este caso ocupa un lugar muy destacado la búsqueda de información para los estudios, sin duda porque la edad considerada es 12-18), y las relaciones personales (redes sociales). Destacamos de nuevo que la proporción de usuarios y usuarias que están motivados a producir sus propios contenidos e información en Internet es minoritaria, pero no despreciable.

**TABLA 3.8. RAZONES PARA USAR INTERNET. 12-18 AÑOS. 2009 (%). N = 2.054**

Pasar el rato	75,7
Obtener información para mis estudios	69,7
Descargar películas o música	65,4
Obtener información para temas de interés	59,2
Relacionarme con gente	50,8
Ver la televisión o escuchar la radio	39,3
Distribuir mis propios contenidos	35,7

Fuente: Sánchez-Navarro y Aranda, 2011.

De forma menos concreta y en relación al tema que nos ocupa, se pregunta la *Encuesta de hábitos y práctica culturales en España 2010-2011* (Ministerio de Cultura, 2011) por los motivos por los que se suele usar “el ordenador” (Tabla 3.9). Comprobamos que es claramente mayoritario el uso “por ocio o entretenimiento”, que alcanza el 93% (de quienes usan el ordenador) entre los y las jóvenes de 15 a 19 años, el 88% en el tramo 20-24, y el 79% en el tramo 25-34. Es decir, que a medida que aumenta la edad, disminuye progresivamente el uso del ordenador por mero entretenimiento (tendencia que se mantiene en los siguientes tramos de edad). En cualquier caso, esa misma tendencia decreciente también se produce respecto al uso “por profesión o estudios”:

77% en el tramo 15-19, 59% en los 20-24, y 49% en el tramo 25-34 (este aspecto posiblemente nos indique que el uso en este sentido estuviera más relacionado con los estudios que con el trabajo, más aún por cuanto los porcentajes siguen descendiendo a partir de los 34 años).

**TABLA 3.9. MOTIVO POR EL QUE SUELEN UTILIZAR EL ORDENADOR, SEGÚN TRAMOS DE EDAD, 2011 (%)**

	TOTAL suelen utilizar el ordenador	MOTIVOS PARA UTILIZAR EL ORDENADOR...		
		Por profesión o estudios	Por ocio o entretenimiento	No lo utilizan
TOTAL	57,6	34,7	54,5	42,4
15 - 19 años	93,8	77,4	92,7	6,2
20 - 24 años	89,9	59,4	88,3	10,1
25 - 34 años	82,6	48,7	79,3	17,4
35 - 44 años	72,8	41,6	68,6	27,2
45 - 54 años	60,0	36,5	54,3	40,0
55 - 64 años	36,4	19,6	32,6	63,6
65 - 74 años	15,7	3,8	15,1	84,3
75 años y más	3,8	0,9	3,8	96,2

Elaboración propia. Fuente: Ministerio de Cultura, 2011.

Seguramente sean más ilustrativos y variados los motivos para no usar Internet. Entre los y las jóvenes de 15 a 29 años, con datos de 2011 (INJUVE), los dos principales motivos para no usar Internet, entre quienes reconocían no usar la Red, son que no gusta o no interesa (señalado por un 27%, siendo esta proporción del 2,3% para el conjunto de jóvenes de esa edad), y que no tienen ordenador (24%, 2% de la población joven total). Otros motivos menos señalados son no tener tiempo (14%), no saber utilizarlo (12%), no tener fácil acceso (10%) o que “es caro” (6%). El resto de opciones no son reseñables (Tabla 3.10). Resulta destacable que, tras la opción principal, que hace referencia al gusto o interés (tras el cual no estamos seguros de poder saber si se pueden esconder otro tipo de motivos), y además de la opción que tiene que ver con la falta de tiempo, el resto de motivos principales para no usar Internet tienen claramente que ver con brechas digitales, tanto económicas (no tener ordenador, no tener fácil acceso, el precio resulta excesivo), como educativas (no saber utilizarlo). Ello nos transmite la clara idea de que la variable clase, como en tantas otras ocasiones, resulta esencial a la hora de analizar la relación de los y las jóvenes, en este caso con las TIC.

**TABLA 3.10. MOTIVOS PARA NO USAR INTERNET. POBLACIÓN 15-29 AÑOS, 2011 (%)**

	% NO USAN	% TOTAL
No te gusta, no te interesa	27,1	2,3
No tienes ordenador	23,7	2,0
No dispones de tiempo	14,4	1,2
No sabes utilizarlo	11,9	1,0
No tienes fácil acceso	10,2	0,8
Es caro	5,9	0,5
No confías en las nuevas tecnologías	1,7	0,1
Se pierde mucho tiempo con Internet	1,7	0,1
No contesta	1,7	0,1
Te preocupa la falta de privacidad de Internet	0,8	0,1
Otras respuestas	0,8	0,1
N (total)	118	1.419

Fuente: INJUVE, 2011.

De forma comparada por grupos de edad (Tabla 3.11), y en este caso con datos de 2012 (CIS, Barómetro junio 2012), observamos que la jerarquía de razones para no usar Internet (entre quienes afirman no usar la Red) es muy similar. Entre los 18 y los 24 años se señala también principalmente que no gusta/no interesa (25%), seguida de una serie de razones que se sitúan a la par (todas con un 12,5%): no lo necesita, no tiene tiempo, no sabe utilizarlo, no tiene fácil acceso, no tiene ordenador o por edad/problemas de salud. En el tramo 25-34 el principal motivo sigue siendo la falta de interés (32%) y también ocupan puestos destacados razones como que no lo necesitan (15%), no tienen fácil acceso (12%) o no tienen ordenador (12%). Pero pierde algo de peso, respecto al tramo de edad anterior, la falta de tiempo (7%) y aparecen nuevos motivos como que “es muy caro el acceso” (5%) o “es muy caro el equipamiento” (2%). Es decir, que con el aumento de edad aumentan los motivos relacionados con la ausencia de interés (en el tramo de edad 35-54 años la proporción de personas que dicen que no usan Internet por falta de gusto o interés es casi veinte puntos porcentuales superior a la del tramo 18-24). Y al mismo tiempo se subrayan algo más los motivos relacionados con las brechas económicas, sin duda porque a partir de cierta edad son ellos y ellas quienes tienen que hacer frente a los gastos asociados, mientras los más jóvenes posiblemente tienen los gastos cubiertos por sus familias. Cabe destacar también

que las personas menores de 34 años señalan en menor proporción que el resto que no usan Internet porque no saben usarlo, y que en ese mismo tramo, y muy especialmente los y las menores de 24 años, quienes parecen tener menos tiempo para su uso.

**TABLA 3.1.1. MOTIVOS PARA NO USAR INTERNET. 2012**  
**MUESTRA: PERSONAS QUE NO HAN UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES**

	EDAD					
	18-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 y más años
No le gusta, no le interesa	25,0	31,7	41,1	42,4	33,2	35,1
No necesita Internet	12,5	14,6	13,3	9,7	9,6	12,5
No dispone de tiempo	12,5	7,3	2,2	5,6	5,9	
No confía en las nuevas tecnologías					0,5	0,7
No sabe utilizarlo	12,5	7,3	16,7	24,3	29,4	32,2
No tiene fácil acceso	12,5	12,2	4,4	4,2	1,1	0,7
El equipamiento es muy caro		2,4	4,4	1,4	2,7	0,5
Es muy caro el acceso (teléfono, suscripción a banda ancha, etc.)		4,9	3,3	2,1	1,6	0,5
No tiene ordenador	12,5	12,2	8,9	4,2	11,2	9,2
Le preocupa la falta de privacidad de Internet						0,5
Se pierde mucho tiempo con Internet				0,7	1,6	
El acceso a Internet de banda ancha no está disponible				0,7	0,5	
Por la edad, problemas de salud	12,5					5,4
Otros			1,1	1,4		0,9
NC		7,3	4,4	3,5	2,7	1,9

Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

Suele existir una percepción generalizada en relación a que el creciente tiempo que pasan los y las jóvenes en Internet (apreciación que los datos no terminan de refrendar) va en detrimento del tiempo que se dedica a otro tipo de actividades. Tal apreciación se hace generalmente desde la perspectiva de una “pérdida” (dejar de hacer algo útil para hacer algo menos útil), y esas cosas que se dejan de hacer entrarán a formar parte de las expectativas en relación a los buenos y malos usos asociados a la tecnología, como veremos en el capítulo 4 y ya vimos en Gordo y Megías (2006). Pues bien, preguntados por las cosas a las que dedican menos tiempo por utilizar Internet, en 2011 los y las jóvenes de 15 a 29 años (INJUVE, 2011) señalaban especialmente dos: ver la televisión (47%) y estar sin hacer nada (46%). A bastante distancia se sitúa buscar información en bibliotecas (27%), leer (25%), dormir (19%), ir al cine (19%), estudiar (18%), oír la radio (18%), practicar algún deporte (17%), salir con amigos/as o estar con la pareja (17%) y, mucho más lejos, trabajar (4%). El 18% afirma que ninguna de ellas (Tabla 3.12).

Estos datos, en primer lugar, indican cómo Internet gana terreno a la televisión como medio a partir del cual se puede configurar una programación a la carta y sin injerencias ni control por parte de las familias, a pesar de que el uso de la televisión (incluso la televisión familiar) sigue siendo tan elevado como antes, y aún resulta complicado e impreciso medir el tipo de visionado de contenidos televisivos que se hace por Internet (Rodríguez, Megías y Méndez, 2012). También sitúan Internet como medio adecuado para llenar los huecos en los que no se hace nada, en base a su enorme potencial de entretenimiento.

Por otro lado, queda patente que la Red ha supuesto un golpe para algunos sectores de la industria del ocio, de la cultura y el entretenimiento (cine, literatura, radio y medios de información impresa), en base a su capacidad de ofrecer contenidos gratuitos y en tiempo real. No se puede negar tampoco que la capacidad de Internet como contenedor de información, y la velocidad de acceso a la misma, actúa en detrimento del tiempo que se dedica a acudir a bibliotecas u otro tipo de información impresa, como indican los datos. Y en el capítulo de las cosas que seguramente pueden despertar más alarma en algún sector de la población, estaría el tipo de cuestiones asociadas a dejar de atender responsabilidades (dejar de estudiar o trabajar, aunque la proporción respecto a este último concepto es muy baja), dejar de relacionarse (que no sería tanto dejar de relacionarse como hacerlo *online*, o más bien alternando lo *online* con lo *offline*, como también veremos en el análisis cualitativo) o dejar de cuidarse (dormir menos o dejar de hacer algún deporte).

En cualquier caso, todos estos datos no permiten dimensionar el auténtico impacto del tiempo que los y las jóvenes pasan en Internet sobre muchas de las cuestiones de fondo que se mencionan.

Atendiendo a las distintas franjas de edad dentro del colectivo juvenil, los mismos datos nos indican que, a partir de los 25 años, el impacto de Internet sobre el conjunto de actividades propuestas es mucho menor, algo en consonancia con datos anteriormente vistos, en el sentido de que son los y las jóvenes de menor edad quienes indican unos usos más intensivos de la Red. Entre los 15 y los 19 años sólo se puntúan menos que a edades posteriores las opciones estudiar y buscar información en bibliotecas, catálogos, etc., seguramente por el mismo y obvio motivo, el que tiene que ver con que son quienes están mayoritariamente en periodo estudiantil.

**TABLA 3.12. COSAS A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO POR UTILIZAR INTERNET.  
RESPUESTA MÚLTIPLE. 15-29 AÑOS. 2011 (%)**

	TOTAL	15-19	20-24	25-29
Ver la tele	47,2	49,3	49,2	44,0
Estar sin hacer nada	45,7	48,5	48,0	41,7
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías...	27,0	11,8	26,3	26,1
Leer	25,1	33,1	24,0	20,4
Dormir	18,8	22,9	18,6	15,9
Ir al cine	18,8	19,0	20,7	17,1
Estudiar	18,4	5,8	19,1	7,3
Oír la radio	18,1	20,4	21,2	13,9
Practicar algún deporte	17,4	28,9	17,7	14,9
Pasear, salir con amigos/as, estar con la pareja	16,7	20,4	17,0	13,8
Trabajar	4,5	20,7	4,9	3,3
Ninguna	17,6	13,8	17,9	21,4
TOTAL (N)	1.301	363	429	509

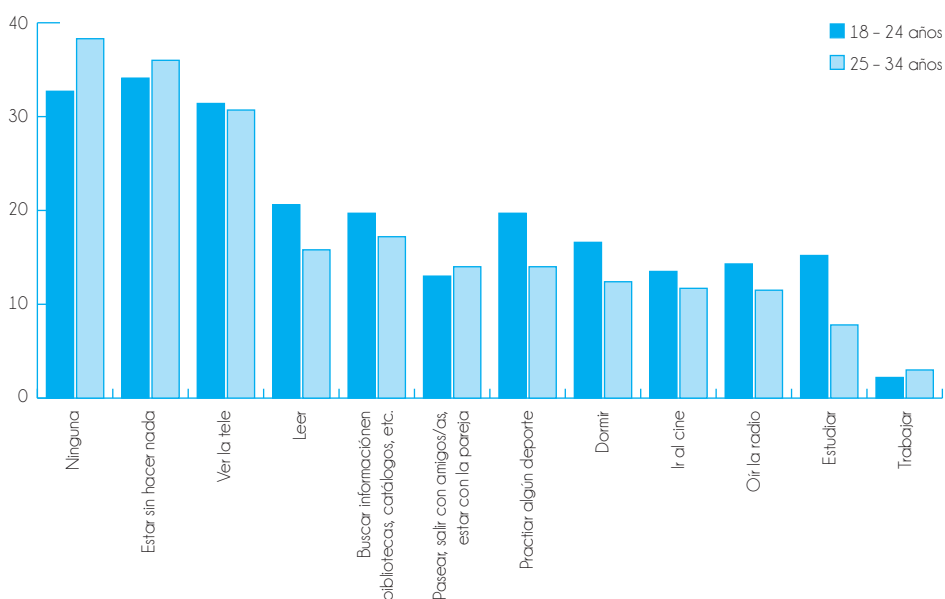
Fuente: INJUVE, 2011.

El Barómetro del CIS de junio de 2012 muestra los mismos datos asociados a las mismas categorías (Gráfico 3.6), aunque las distintas franjas de edad no nos permiten comparar con los anteriormente citados. En cualquier caso, sí que podemos señalar que los resultados resaltan en menor proporción que los anteriores las cosas que se dejan de hacer por dedicar tiempo a Internet. En primer lugar porque el 33% de los y las jóvenes de 18 a 24 años y el 38% de entre 25 y 34 señalan que no dejan de hacer ninguna actividad.

Las actividades más “abandonadas” siguen siendo no hacer nada y ver la tele, aunque en menor medida de lo que indicaban los datos de 2011 (recordemos que aquellos consideraban la población 15-19 años): 34% y 31%, respectivamente (proporciones que se mantienen casi a la par en el tramo de edad 25-34). En el entorno del 20% de los y las jóvenes de entre 18 y 24 años señala que deja de leer, buscar en bibliotecas y hacer algún deporte, datos bastante en consonancia con los anteriores si consideramos el tramo 15-24 años. Y entre el 13% y el 16% se si-

tuarían el resto de opciones, salvo dejar de trabajar, que sólo señala un 2% en el tramo 18-24. En este sentido, cuestiones como dejar de salir con amigos, dormir, ir al cine, oír la radio o estudiar, son menos señaladas en 2012 en el tramo 18-24 que en 2011 para el tramo 15-29. Como ya hemos señalado, la comparativa no es exacta, pero cuando menos denota que, en términos generales, el tipo de cosas que se dejan de hacer por utilizar Internet ha descendido entre 2011 y 2012, o cuando menos se ha mantenido en algunos casos.

**GRÁFICO 3.6. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE CREE QUE POR HABER UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES HA DISMINUIDO EL TIEMPO QUE DEDICA A ALGUNA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES. 2012 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

### 3.1.4. Impacto y necesidad

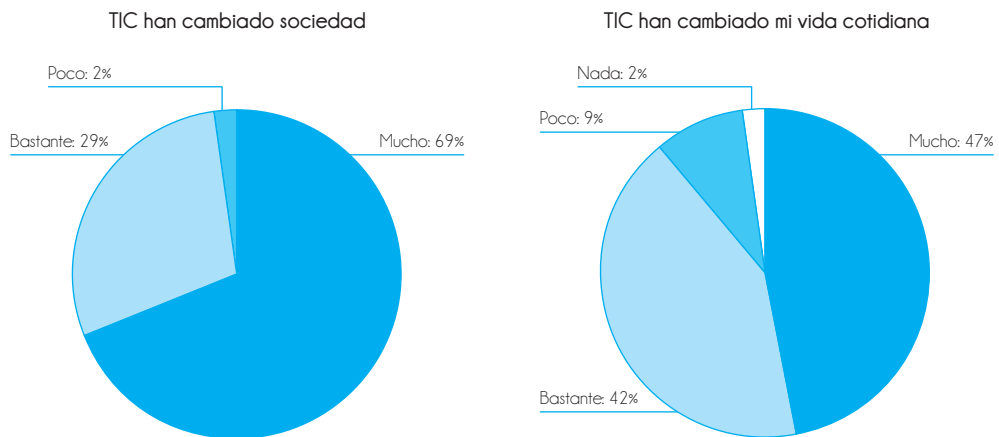
Más allá de los usos concretos, interesa saber cómo los y las jóvenes valoran la presencia de las nuevas tecnologías en su vida, y alrededor de qué aspectos se articula el interés que despiertan. Abordar esta temática desde una perspectiva cuantitativa nos permitirá contextualizar mejor los discursos al respecto.

En primer lugar estamos en disposición de observar en qué medida consideran que las nuevas tecnologías suponen un elemento que propicia algún tipo de cambio, en una doble perspectiva: para la sociedad y para uno mismo (Gráfico 3.7). Lo más destacable al respecto es que existe

una aceptación mayoritaria de que las TICs son un motor de cambio, aunque resulta evidente que tal circunstancia se observa mucho más para la sociedad en su conjunto, que para uno/a mismo/a.

Así, mientras el 69% considera que las nuevas tecnologías han cambiado “mucho” a la sociedad española, sólo el 47% afirma que han cambiado “mucho” la propia vida cotidiana. Si sumamos las categorías “mucho” y “bastante”, algo que nos da la medida de la consideración general de la TIC como elemento de cambio, obtenemos que el 98% señala que han cambiado “bastante o mucho” a la sociedad y el 89% considera que han cambiado “bastante o mucho” la vida propia. Además, para la vida propia un 9% reconoce que el cambio es “poco” (2% cuando se refieren al conjunto de la sociedad), e incluso un 2% afirma que no les ha cambiado “nada” la vida, mientras que para el conjunto de la sociedad se niega esta posibilidad de cambio de algún tipo.

### GRÁFICO 3.7. VALORACIÓN SOBRE HASTA QUÉ PUNTO LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS HAN CAMBIADO LA SOCIEDAD ESPAÑOLA Y HASTA QUÉ PUNTO HAN CAMBIADO LA VIDA PROPIA. 18-24 AÑOS. 2012.



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

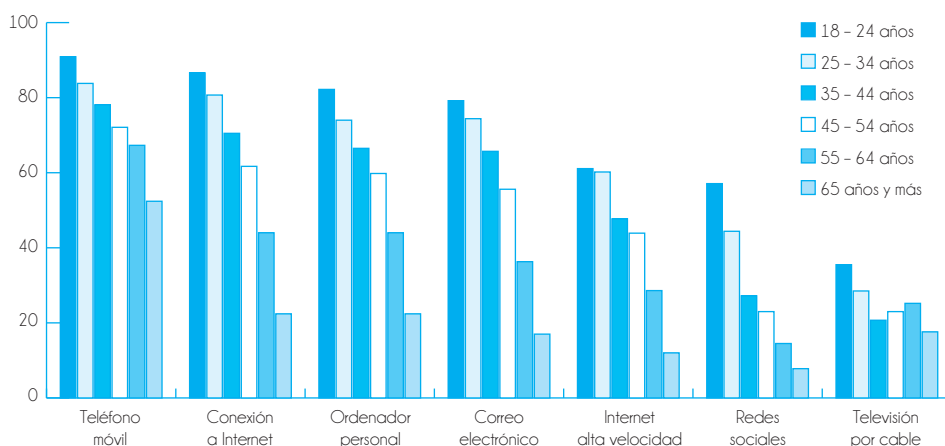
En definitiva, datos que encajan perfectamente con los discursos en relación a la existencia de una sociedad tecnologizada, que entabla una relación natural y necesaria con las nuevas tecnologías y no puede escapar a su influencia; al tiempo que, sin negar que la vida propia se ha visto alterada en algunos de sus aspectos, tienden a poner *paños calientes* sobre la manera en que la inevitable relación con la tecnología puede tener influencia en aspectos más personales: porque se parte de una concepción de las relaciones humanas que sobreentiende que lo “importante” tiene que ver con lo “físico” y el “cara a cara”, y en ese sentido, puede costar reconocer la influencia de elementos virtuales en contextos personales. Aspectos (ya apuntados en Gordo y Megías, 2006) que se abordarán y desarrollarán desde los discursos en el capítulo 4.



Centrando la atención en las tecnologías, dispositivos o aparatos electrónicos concretos, el 91% de los y las jóvenes de 18-24 años considera que el teléfono móvil es “bastante o muy necesario para la vida cotidiana”, porcentajes que siguen siendo altos pero se van reduciendo para otros elementos: conexión a Internet (87%), ordenador personal (82%), correo electrónico (79%), conexión a Internet de alta velocidad (61%) y redes sociales (57%).

Es interesante comprobar cómo todos los grupos de edad mantienen esa misma jerarquía en la importancia concedida a los mismos elementos, aunque van bajando progresivamente su valoración, de forma directamente proporcional al aumento de edad. Descenso progresivo y estable en la valoración de la importancia de distintas TIC, asociado al aumento de la edad, que marca su diferencia más importante respecto a las redes sociales: no llega al 45% el porcentaje de personas de 25 a 34 que consideran que las redes sociales son bastante o muy necesarias para la vida cotidiana (doce puntos por debajo del tramo 18-24). Y a partir de los 45 años esa valoración desciende por debajo el 27% (Gráfico 3.8).

**GRÁFICO 3.8. VALORACIÓN SOBRE SI DETERMINADOS APARATOS O NUEVAS TECNOLOGÍAS SON O SERÍAN MUY O BASTANTE NECESARIAS EN LA PROPIA VIDA COTIDIANA. 2012 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

La manera en que adolescentes y jóvenes sitúan las TIC en el contexto de sus prioridades vitales dice mucho de cómo las valoran. En este sentido, en 2011 el interés de la población de 15 a 29 años por los “avances tecnológicos” ocupaba uno de los primeros lugares de diversos temas propuestos (CIS, 2011b), sólo superado en todos los tramos de edad por la igualdad entre hombres y mujeres, en el tramo 20-29 años por el medioambiente, y en el tramo 15-19 años por el deporte

(Tabla 3.13). Interés por los avances tecnológicos que disminuye ligeramente a medida que aumenta la edad, pero tiende a mantenerse estable: lo muestran el 47% de los y las jóvenes de 15 a 19 años, el 43% de quienes están entre los 20 y los 24, y el 44% en el tramo 25-29.

Para todos los tramos de edad ocupa un tercer lugar, aunque varían los temas que lo preceden y suceden: entre los 15 y 19 años, la igualdad entre hombres y mujeres (50%) y los deportes (48%), por encima pero casi a la par que el medioambiente (45%) y bastante por encima de otros como la cultura (34%) o la inmigración (19%). Entre los 20 y 24 años tras la igualdad entre hombres y mujeres (48%) y el medioambiente (45%), y superando por poco a los deportes (42%) y la cultura (41%). Finalmente, de los 25 a los 29 años tras el medioambiente (50%) y la igualdad entre hombres y mujeres (48%).

**TABLA 3.13. INTERÉS RELATIVO DE LOS Y LAS JÓVENES (15-29 AÑOS)  
POR DETERMINADOS TEMAS, SEGÚN TRAMOS DE EDAD. 2011 (%)**

	15-19	20-24	25-29
El medioambiente	44,7	45,0	49,6
La religión	8,6	7,4	6,5
La cooperación al desarrollo	14,5	22,3	23,2
La cultura	33,8	40,9	39,7
Los conflictos internacionales	18,4	26,0	24,4
Los deportes	48,3	42,4	37,8
Los temas relacionados con la inmigración	19,2	26,0	29,7
La igualdad entre hombres y mujeres	50,4	48,7	48,5
Los avances tecnológicos	47,3	43,3	44,1

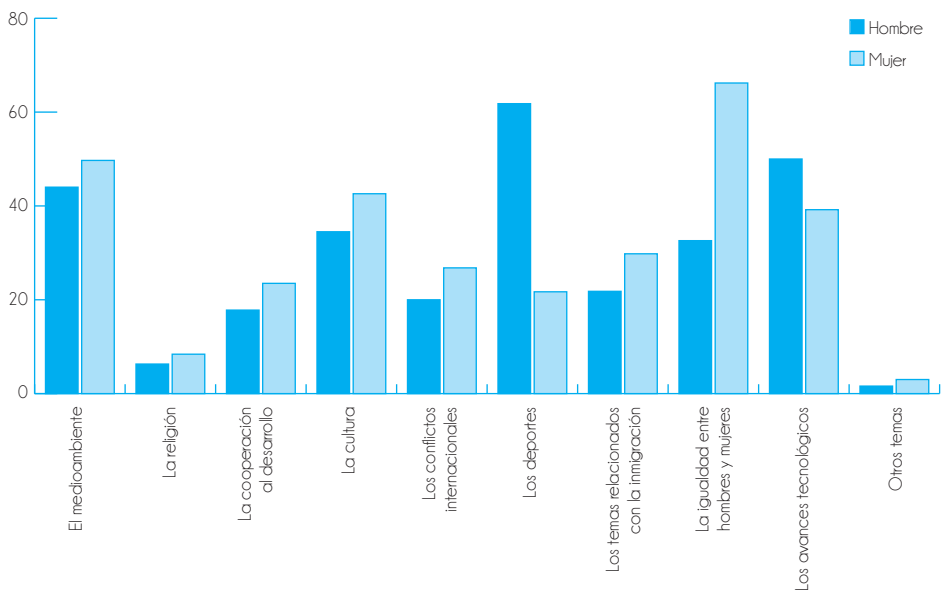
Elaboración propia. Fuente: CIS, 2011b.

Observar los mismos datos en función de la variable género (Gráfico 3.9), nos indica que son los hombres quienes más valoran los avances tecnológicos, pues uno de cada dos señala su interés por ello, cuando el porcentaje entre las mujeres es del 39%.

De todos los temas propuestos, sólo respecto al deporte muestran también los hombres un mayor interés (en este caso con una diferencia mucho mayor), y en el resto de asuntos es la mujer quien

manifiesta un mayor interés relativo. Es decir, hombres más interesados por la dupla deportes/tecnología, y mujeres con una paleta más amplia de intereses.

**GRÁFICO 3.9. INTERÉS RELATIVO DE LOS Y LAS JÓVENES (15 -29 AÑOS) POR DETERMINADOS TEMAS, SEGÚN SEXO. 2011 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2011b.

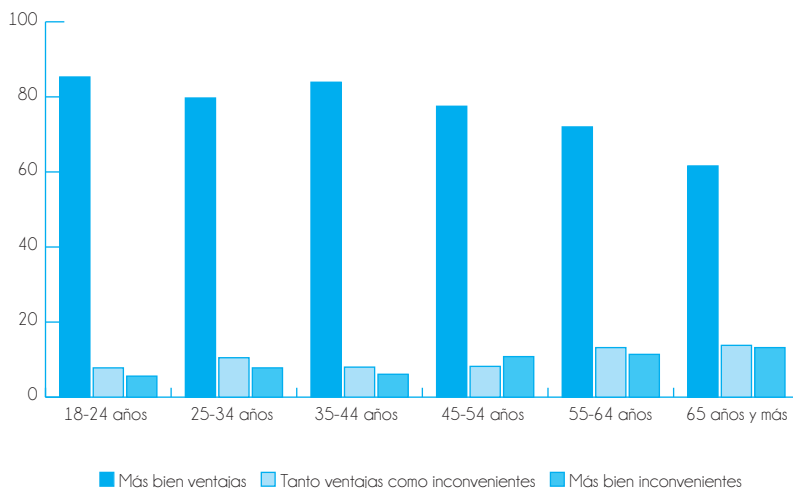
### 3.1.5. Ventajas y desventajas

La población de 18 a 24 años es la que, en relación al resto de edades, considera en mayor proporción que el resto que “el progreso científico y tecnológico” aporta “más bien ventajas” a la “calidad de vida de la sociedad española”.

Así lo afirma (a partir de datos del CIS, 2012) el 85,3% de las personas en ese tramo de edad, cinco puntos por encima de lo que manifiesta el tramo 25-34 (que incluso considera menos ventajas que el tramo 35-44). Además, entre los 18 y los 24 también se encuentra la menor proporción de quienes señalan que tal progreso tiene “más bien inconvenientes”: 5,6%, por un 7,8 en el tramo 25-34 (Gráfico 3.10).

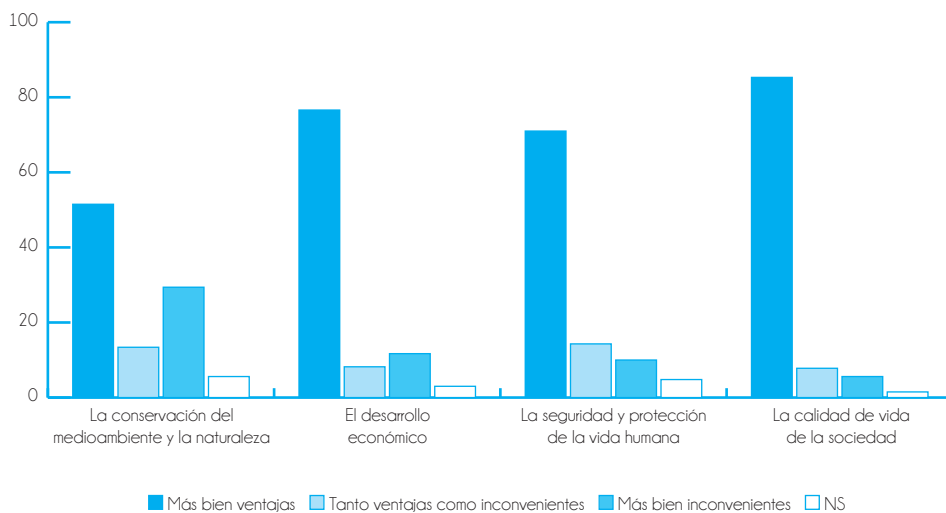
A partir de la misma fuente podemos observar la valoración de los y las jóvenes (18-24 años) en relación a si “el progreso científico y tecnológico” aporta más ventajas o inconvenientes a determinados aspectos de la vida (Gráfico 3.11). En este sentido, las valoraciones son muy positivas en general, pero las diferencias también son notables. La mayor proporción de quienes consideran

**GRÁFICO 3.10. VALORACIÓN SOBRE SI EL PROGRESO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO APORTA MÁS VENTAJAS O MÁS INCONVENIENTES PARA LA CALIDAD DE VIDA DE LA SOCIEDAD. 2012 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

**GRÁFICO 3.11. VALORACIÓN DE LOS Y LAS JÓVENES (18-24) SOBRE SI EL PROGRESO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO APORTA MÁS VENTAJAS O MÁS INCONVENIENTES PARA... 2012. (%)**

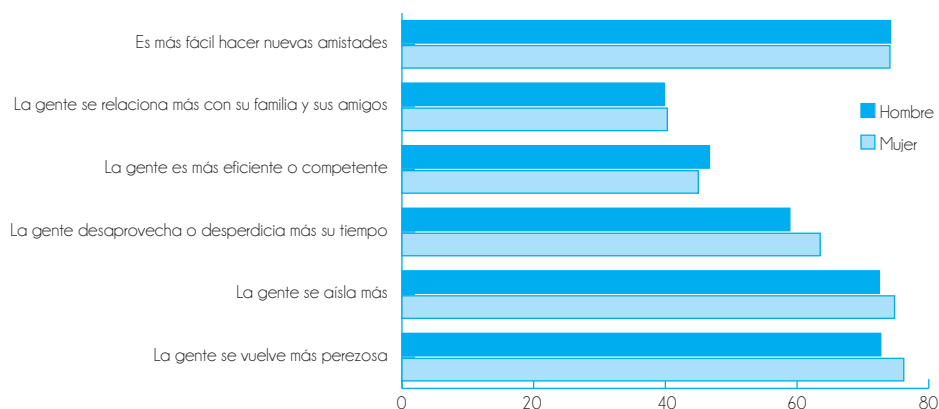


Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

que tal progreso aporta ventajas se produce ante la "calidad de vida de la sociedad", señalado por un 85%. A continuación estarían las ventajas para "el desarrollo económico" (77%), "la seguridad y protección de la vida humana" (71%) y "la conservación del medio ambiente y la naturaleza" (51%); sólo esta última opción presenta porcentajes importantes de quienes consideran que el progreso científico y tecnológico aporta "más bien inconvenientes" (29%). En cualquier caso, cabe señalar que el hecho de que se pregunte por el "progreso científico", además del "tecnológico", aleja estos datos del foco de atención específico de nuestro rastreo, si bien establece una clara asociación entre "progreso" (desde los discursos es evidente que TIC y progreso caminan de la mano) y "calidad de vida".

Más ajustados a nuestros intereses resultan los datos de la valoración de los y las jóvenes (15-29) respecto a la influencia de las nuevas tecnologías respecto a determinados aspectos de las relaciones entre las personas (Gráfico 3.12). Es interesante observar cómo las diferencias de percepción entre si las nuevas tecnologías provocan que sea "más fácil hacer nuevas amistades", u ocasionan que "la gente se aisle mas", son mínimas: el 74% de las mujeres, y la misma proporción de hombres, considera que es más fácil hacer nuevas amistades a través de las TIC, mientras que la proporción entre las mujeres que señalan que la gente se aísla más es prácticamente del 75%, siendo del 72% entre los hombres. Diferencias mínimas que dan buena muestra de las dualidades y contradicciones que plantean las relaciones de las personas con las nuevas tecnologías (asuntos sobre los que profundizaremos a partir del análisis cualitativo del capítulo 4). Y la disyuntiva se hace aún más patente cuando resulta mayoría la proporción de hombres y mujeres que señalan que las nuevas tecnologías no tienen influencia sobre que "la gente se relacione más con su familia y amigos" (55% de hombres y 54% de mujeres así lo señalan). Es decir, que se afirma que es más fácil hacer nuevas amistades, pero no que se tenga más relación con familia y amigos.

**GRÁFICO 3.12. INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS SOBRE LAS PERSONAS Y SUS RELACIONES, SEGÚN SEXO. 15-29 AÑOS. 2011 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2011a.

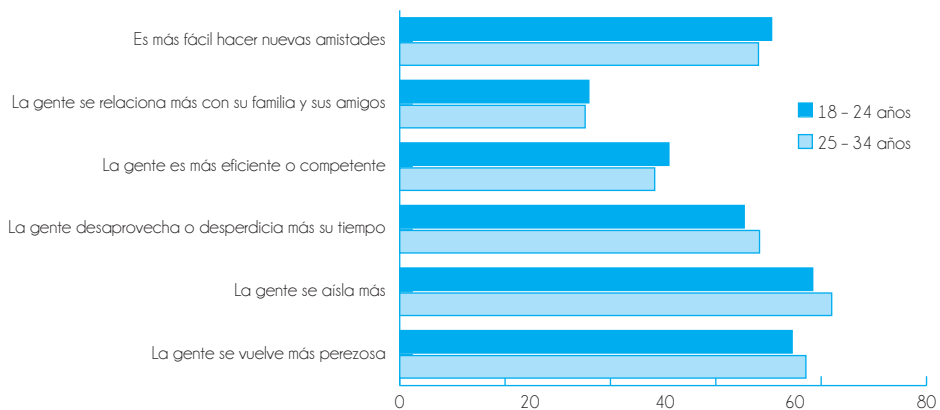
En esa línea de continua dualidad entre los beneficios del progreso y el precio que se paga por ello (de nuevo nos remitimos al capítulo de análisis cualitativo), algunos otros datos de este gráfico dan muestra de que las valoraciones generales no son ni mucho menos benévolas con las bondades absolutas de las nuevas tecnologías.

Así, mientras en torno al 75% (76% entre las mujeres y 73% entre los hombres) afirma que la gente “se vuelve más perezosa” por influencia de las nuevas tecnologías, y también son altas las consideraciones sobre que “la gente desaprovecha o desperdicia más su tiempo” (así lo afirma el 63% de las mujeres y el 59% de los hombres), sólo en torno al 45% (dos puntos más entre las mujeres que entre los hombres) afirma que con las nuevas tecnologías “la gente es más eficiente o competente”.

Finalmente cabe señalar la gran similitud entre géneros en las manifestaciones en este sentido, pues las respuestas presentan diferencias porcentuales muy pequeñas. Sólo respecto a tres de las opciones las mujeres destacan ligeramente sobre los hombres (y siempre con diferencias entre tres y cinco puntos porcentuales, no más); precisamente las tres opciones más críticas con las bondades de las nuevas tecnologías (aislan, vuelven a la gente perezosa y provocan que se desperdicie el tiempo).

Atendiendo a las diferencias por edad (Gráfico 3.13), existe una tendencia hacia el juicio más benévolo con las nuevas tecnologías entre los y las jóvenes de menor edad (en el sentido de que “la gente es más eficiente” y “es más fácil hacer nuevas amistades”), algo que sobre todo se acentúa por cuanto en el tramo 25-34 se puntúan más las opciones más críticas (“la gente desaprovecha o desperdicia más su tiempo”, “se aísla más” y “se vuelve más perezosa”).

**GRÁFICO 3.13. INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS SOBRE LAS PERSONAS Y SUS RELACIONES, SEGÚN EDAD. 2011 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2012.

Otra forma de calibrar las ventajas, en este caso de Internet, es indagando sobre la utilidad que le atribuyen a determinados aspectos o posibilidades que ofrece su uso (Tabla 3.14)<sup>1</sup>.

En este caso, los y las adolescentes y jóvenes (12-18 años) valoran que las mayores utilidades que ofrece Internet son “pasar el rato” (95%), “compartir contenidos propios” (82%), “saber lo que ocurre” (82%) y “encontrar información necesaria” (80%). En un segundo escalón estaría “hacer amigos” (67%), “hacer los deberes mejor” (61%) y “decir lo que pienso” (55%); y finalmente se situaría “aprender mejor, sacar mejores notas” (40%).

A partir de estos datos cabe destacar que la valoración sobre las utilidades es mejor en relación a las cuestiones que tienen que ver con el mero entretenimiento y la circulación de información.

También resulta interesante la aparente diferenciación entre la búsqueda de información (que podría tener que ver más con el entretenimiento que con otros aspectos), la buena realización de las responsabilidades escolares (Internet facilitaría hacer los “deberes” más cómoda y rápidamente), y el mejor aprendizaje y los mejores resultados académicos (que no quedarían asegurados a pesar de las posibilidades que ofrece Internet para facilitar los “deberes”).

**TABLA 3.14. VALORACIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE INTERNET.  
12-18 AÑOS. 2009 (%). N = 2.054**

Pasar el rato	95,1
Compartir contenidos propios	81,9
Saber lo que ocurre	81,8
Encontrar información necesaria	80,2
Hacer amigos	67,5
Hacer los deberes mejor	61,4
Decir lo que pienso	55,3
Aprender mejor, sacar mejores notas	40,3

Fuente: Sánchez-Navarro y Aranda, 2011.

1. A partir de la misma fuente diseñamos la Tabla 3.8, que específicamente preguntaba por los usos. La comparativa entre el tipo de usos que se hace y la valoración sobre la utilidad de esos usos sería interesante, pero en este caso no se puede realizar, pues las categorías propuestas en uno y otro caso son distintas.

## 3.2. SOBRE LAS REDES SOCIALES

### 3.2.1. Uso y presencia

Según datos del Observatorio Nacional de las Comunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), en 2010 el 78% de las personas entre 18 y 34 años conocía y utilizaba las redes sociales, por un 18% que las conocía pero no las utilizaba, y un 4% que no las conocía (Tabla 3.15).

**TABLA 3.15. CONOCIMIENTO DE REDES SOCIALES. 18-34 AÑOS. 2010. (%)**

Las conozco y utilizo	78
No las conozco	4
Las conozco pero no las utilizo	18

Fuente: ONTSI, 2011.

Con datos algo más recientes, podemos señalar que en 2011 casi el 10% de los y las jóvenes usuarios de TIC de 15 a 29 años no pertenecía a ninguna red social. Otra cosa será ver la frecuencia de uso de quienes sí tienen red social (Tabla 3.16): algo más del 71% la usó "ayer" (lo

**TABLA 3.16. ÚLTIMO ACCESO A UNA RED SOCIAL USUARIOS/AS. 15-29 AÑOS. 2011. (%)**

	TOTAL %	GRUPO DE EDAD		
		15-19	20-24	25-29
Ayer	71,20	78,00	78,30	60,30
Últimos 7 días	14,70	14,00	12,60	16,90
Últimos 30 días	3,00	1,10	3,00	4,30
Último año	1,00	0,80	0,90	1,20
Hace más tiempo	0,20	0,30	0,20	0,00
Nunca, no perteneces a ninguna red	9,60	5,20	4,40	17,10
No recuerda	0,00	0,00	0,00	0,00
No contesta	0,40	0,60	0,50	0,20
Total (N)	301	363	429	509

Fuente: INJUVE, 2011.



que nos ofrece la medida del uso diario), poco menos del 15% lo hizo en la última semana, el 3% en el último mes, y resulta insignificante el porcentaje de usuarios que lo hicieron hace más de un mes. Una conclusión inicial ante la lectura de estos datos es que el uso de redes sociales, entre quienes se reconocen usuarios y usuarias, es habitual, o no es.

Según edad, el tramo 15-24 años es el que claramente usa las redes sociales de forma más intensiva, pues el 78% de usuarios y usuarias lo hace con frecuencia diaria, mientras entre los 25 y los 29 años esa proporción se reduce al 60% (aumentando los usos de frecuencia semanal y mensual). Además, el 17% de los y las jóvenes usuarios de TIC de 25 a 29 años, no pertenece a ninguna red social, mientras por debajo de los 24 años apenas rondan el 5%.

Siendo más específicos, en el uso de redes sociales “por el móvil” (Tabla 3.17) también destacan los y las jóvenes de menor edad como protagonistas de los usos más intensivos: el 88% de los y las jóvenes de 15-18 años lo hace con frecuencia diaria, proporciones que bajan al 82% entre los 19 y los 24 (tramo que destaca por el uso con frecuencia semanal: 88%) y al 75% entre los 25 y los 30 años.

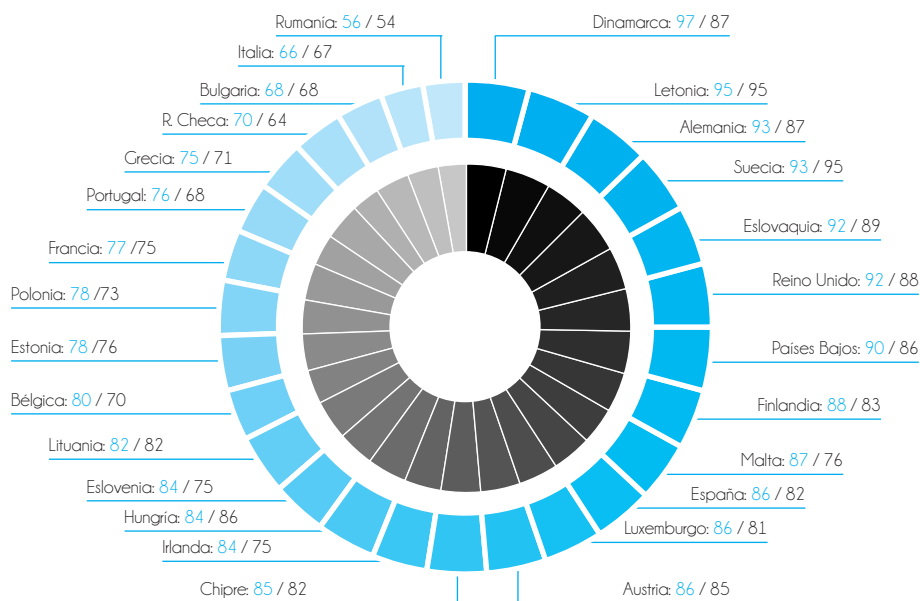
**TABLA 3.17. FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DE ALGUNA RED SOCIAL POR EL MÓVIL 2011. (%)**

	CON FRECUENCIA SEMANAL	CON FRECUENCIA DIARIA	BASE
Total	83	74	2.400
15-18 años	75	88	321
19-24 años	88	82	584
25-30 años	83	75	798

Fuente: Conecta-Nokia, 2012.

A nivel de la UE podemos ofrecer varias perspectivas del uso de redes sociales. En primer lugar, la diferencia entre hombres y mujeres a la hora de participar (sin hacer referencia a la frecuencia) en redes sociales (Gráfico 3.14). Pues bien, sólo en Suecia, Hungría e Italia la participación de los hombres es algo mayor que la de las mujeres (además por poco: dos puntos porcentuales en los dos primeros casos, y sólo uno en el caso de Italia); y en el caso de Lituania, Bulgaria y Letonia, las proporciones son equivalentes. En el resto de países de la UE la participación de las mujeres en redes sociales es mayor que la de los hombres, siendo especialmente destacables las diferencias en Malta (11 puntos), Dinamarca (10 puntos), Bélgica (10 puntos), Eslovenia (9 puntos), Irlanda (9 puntos), Portugal (8 puntos), Chipre (7 puntos), República Checa (6 puntos) y Alemania (6 puntos). La mayor participación de las mujeres se da en Dinamarca (97%), Letonia (95%), Alemania (93%) y Suecia (93%), y la menor en Rumanía (56%), Italia (66%) y Bulgaria (68%). Por su

### GRÁFICO 3.14. JÓVENES (16-24 AÑOS) QUE PARTICIPAN EN REDES SOCIALES PERSONALES\*, SEGÚN SEXO. UE, 2011 (%)



\* Creación de perfil de usuario, envío de mensajes u otras contribuciones en Facebook, Twitter, etc.  
Elaboración propia. Fuente: Eurostat, 2013.

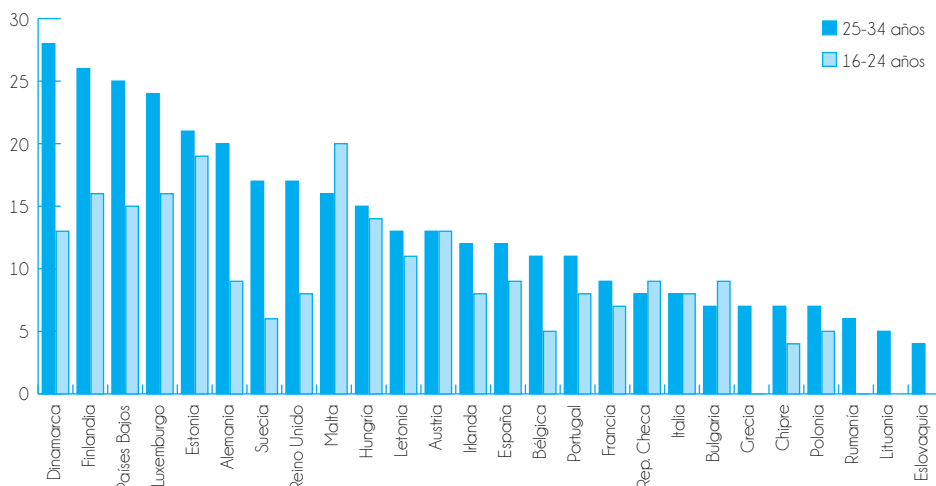
■ Gráfico externo: mujeres  
■ Gráfico interno: hombres

parte, la mayor participación de los hombres tiene lugar en Letonia (95%) y Suecia (95%), y la menor (de nuevo, y de forma muy destacada) en Rumanía (54%), seguida de República Checa (64%) e Italia (67%). España se sitúa en la zona media-alta, con un 86% entre las mujeres y un 82% entre los hombres.

Cuando a las redes sociales le añadimos el perfil profesional, y en este caso en función de la edad (variable teóricamente significativa a la hora de abordar los usos profesionales de las redes sociales), Eurostat nos ofrece otros resultados (Gráfico 3.15). Sólo en Malta, República Checa y Bulgaria, el uso de redes sociales profesionales es mayor en el tramo 16-24, que en el 25-34 (siendo la única distancia reseñable los cuatro puntos de Malta), mientras que en Austria e Italia las proporciones son equivalentes. En el resto de miembros de la UE la tendencia es la contraria, produciéndose las mayores diferencias en el tramo 25-34 respecto al 16-24 en Dinamarca (15 puntos), Alemania (11 puntos), Suecia (11 puntos), Finlandia (10 puntos) y Países Bajos (10 puntos). En España la diferencia es de tres puntos (12% de las personas entre 25-34 años usan redes sociales profesionales, por un 9% en el tramo 16-24).

La mayor proporción de uso de redes sociales entre los 16 y los 24 años se da en Malta (20%), Estonia (19%), Finlandia (16%) y Luxemburgo (16%), y los mayores porcentajes en el tramo 25-34 están en Dinamarca (28%), Finlandia (26%) y Países Bajos (25%).

**GRÁFICO 3.15. POBLACIÓN (16-34 AÑOS) QUE PARTICIPAN EN REDES SOCIALES PROFESIONALES\*, SEGÚN EDAD. UE, 2011 (%)**



\* Creación de perfil de usuario, envío de mensajes u otras contribuciones en LinkedIn, Xing, etc.  
Elaboración propia. Fuente: Eurostat, 2013.

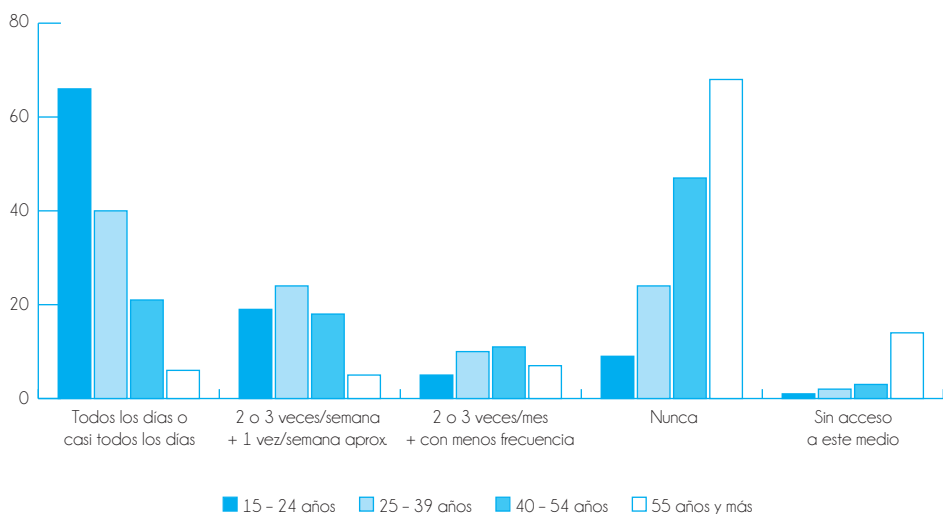
Atendiendo a la frecuencia de uso de las redes sociales a nivel UE (Eurobarómetro, 2012), podemos comprobar (Gráfico 3.16) que la franja de edad 15-24 es la que realiza un uso más habitual: el 66% lo hace “todos o casi todos los días” (cuando en la franja 25-34 esa proporción baja hasta el 40% y a partir de los 40 años comienza a descender del 20%), el 19% entre una y tres veces a la semana (frecuencia en la que destaca el tramo 25-34, con un 24%), el 5% con frecuencia más o menos mensual y el 9% no lo hace nunca.

A medida que aumenta la edad, aumenta la proporción de quienes no usan “nunca” redes sociales, porcentaje que ya alcanza el 24% para el tramo 25-34 años.

Si nos fijamos en las redes sociales concretas (Gráfico 3.17), Facebook es la preferida de los y las jóvenes de 15-29 años, con un 55%. La segunda sería Tuenti, con poco más de un 37%, y el resto estarían a muchísima distancia, pudiendo reseñar sólo a Twitter (2,2%), pues el resto (Google Buzz, Windows Lives, Badoo...) tendrían menos de un 1% de señalamiento de preferencia.

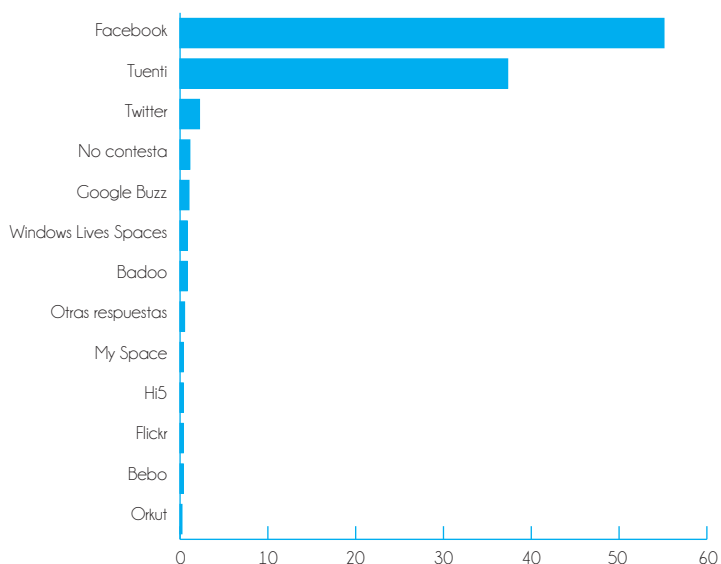
Remarcamos que el porcentaje se refiere a quien selecciona estas redes sociales en primer lugar. Es decir, que el uso de todas ellas será más alto de lo que muestran estos porcentajes, que indican la preferencia de unas sobre otras.

**GRÁFICO 3.16. FRECUENCIA DE USO DE REDES SOCIALES, POR EDAD. UE, 2012**



Elaboración propia. Fuente: CE, Eurobarómetro, 2012.

**GRÁFICO 3.17. PRINCIPAL RED SOCIAL QUE USAN LOS Y LAS JÓVENES (15-29 AÑOS). 2011 (% SELECCIONA EN PRIMER LUGAR)**



Fuente: IJE 2012.

En función de la variable de género (Tabla 3.18), sólo resulta remarcable que entre las chicas se prefiere algo más Facebook (57%, por 54% entre los chicos), mientras ellos optan en mayor medida por Tuenti (38%, por 36% entre ellas) y por My Space (5%, cuando entre las chicas es casi inexistente).

**TABLA 3.18. RED SOCIAL QUE SE USA PRINCIPALMENTE, SEGÚN SEXO.  
15-29 AÑOS. 2011 (%)**

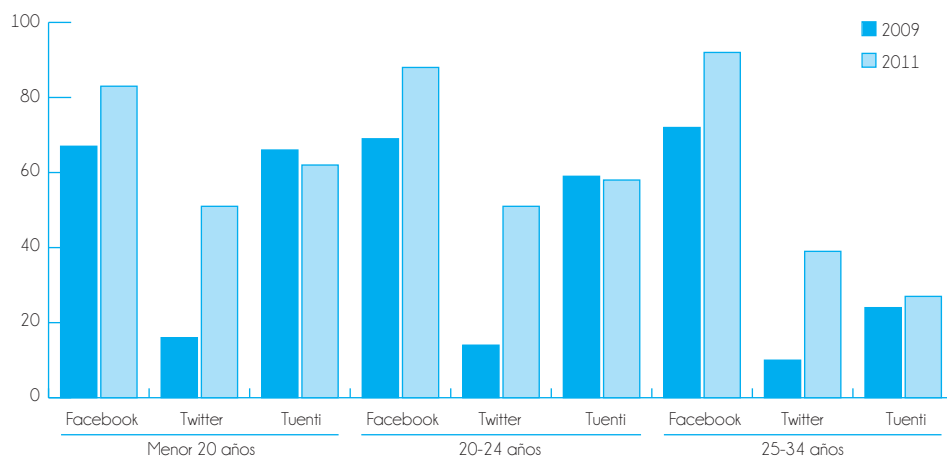
RED SOCIAL	TOTAL	SEXO	
		Varón	Mujer
Badoo	0,8	1,00	0,50
Bebo	0,3	0,20	0,30
Facebook	55,1	53,60	56,60
Flirck	0,3	0,20	0,30
Google Buzz	1,0	1,00	1,00
Hi5	0,3	0,20	0,30
My Space	0,3	5,00	0,20
Orkut	0,1	0,00	0,02
Tuenti	37,3	38,10	36,50
Twitter	2,2	2,00	2,40
Windows Lives Spaces	0,8	0,90	0,70
Otras respuestas	0,5	0,50	0,70
No contesta	1,1	1,70	0,50
Total (N)	1171	588	583

Fuente: INJUVE, 2011.

Según franjas de edad (Gráfico 3.18), entre los usuarios y usuarias de 15 a 19 años, la red social más usada es Facebook (83%), seguida de Tuenti (62%) y Twitter (51%). Entre 20 y 24 años el orden es el mismo, pero aumentando la preferencia por Facebook (88%) y disminuyendo la distancia entre Tuenti (58%) y Twitter (51%). Y entre los 25 y los 34 años aumenta aún más la distancia de Facebook (92%), Twitter ocupa el segundo lugar (39%), aun siendo menor su uso que en el

tramo de edad anterior, y Tuenti se desploma (27%). Además, si nos fijamos en la evolución temporal (2009-2011), observamos cómo el uso de Facebook y Twitter ha aumentado para todos los tramos de edad (Facebook entre 15 y 20 puntos, y Twitter entre 30 y 35 puntos), mientras ha descendido (aunque poco) entre las personas menores de 25 años y ha aumentado (también muy poco) para el tramo 25-34.

**GRAFICO 3.18. EVOLUCIÓN (2009-2011) EN EL USO DE LAS DISTINTAS REDES SOCIALES, SEGÚN EDAD. 15-34 AÑOS. RESPUESTA MÚLTIPLE (%)**



Fuente: IJE 2012. A partir de la fuente: AIMC ([www.aimc.es](http://www.aimc.es))

Finalmente, resulta interesante acercarse someramente al uso de redes sociales que hacen los padres y las madres, para poder tener una primera aproximación a las diferencias generacionales al respecto (diferencias que desde los discursos juveniles, y desde el imaginario colectivo, consolidarán determinadas expectativas, como veremos en el análisis cualitativo).

Pues bien, el 77% de los y las jóvenes de 15 a 29 años afirma que su padre no usa redes sociales, por un 79% que afirma que su madre no es usuaria (Tabla 3.19A y 3.19B). Sin embargo, al preguntar por el uso efectivo, los y las jóvenes afirman que casi un 18% de las madres son usuarias, por un 15% de padres (la diferencia entre uso y no uso se encontrarán en el desconocimiento, o en el hecho de que la pregunta no proceda, sobre todo por fallecimiento del progenitor).

A medida que aumenta la edad del joven o la joven, desciende la proporción de quienes afirman que el padre o la madre son usuarios/as de redes sociales, algo que quizás puede deberse a que jóvenes de menor edad tienen padres y madres de menor edad (justificación que se sustentaría en los datos generales de uso de redes sociales, que indican que las personas más mayores las usan menos).

**TABLA 3.19. USO DE REDES SOCIALES POR PARTE DE LOS PADRES Y LAS MADRES (RESPUESTA DE LOS HIJOS/HIJAS). 15-29 AÑOS. 2011 (%)**

	TOTAL PADRES	GRUPO DE EDAD		
		15-19	20-24	25-29
Si	15,30	23,80	16,00	9,00
No	76,60	70,20	77,10	80,40
No procede (no tiene padre o madre)	4,40	1,60	3,30	7,10
No sabe	3,30	4,10	3,30	2,80
No contesta	0,40	0,30	0,20	0,70
Total (N)	1.419	386	455	578

	TOTAL MADRES	GRUPO DE EDAD		
		15-19	20-24	25-29
Si	17,60	24,10	18,20	12,80
No	78,90	73,10	78,50	83,00
No procede (no tiene padre o madre)	1,50	1,00	1,30	1,90
No sabe	1,80	1,80	1,80	1,90
No contesta	0,20	0,00	0,20	0,30
Total (N)	1.419	386	455	578

Fuente: INJUVE, 2011.

### 3.2.2. Motivos para el uso

En 2009 (con datos de Sánchez-Navarro y Aranda, 2011) los motivos para el uso de redes sociales que esgrimían adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años eran, principalmente, “hablar con amigos” (79%), “saber qué hacen mis amigos” (67%), “hablar sobre lo que me interesa” (64%), “dar mi opinión” (61%), “enviar contenidos propios” (60%) y “enviar/recibir contenidos de otros” (59%). A más distancia se situaba “hablar con gente que no veo a menudo” (47%) y mucho más lejos

“pedir o buscar información sobre intereses” (28%), “hablar con familiares” (23%) y “solucionar dudas de los estudios” (18%). Es decir, un uso principalmente asentado en la relación y comunicación con los pares, y en la circulación de contenidos comunicacionales (Tabla 3.20).

**TABLA 3.20. MOTIVOS PARA EL USO REDES SOCIALES.  
12-18 AÑOS. 2009 (%)**

Hablar con amigos	79,5
Saber qué hacen mis amigos	66,6
Hablar sobre lo que me interesa	63,8
Dar mi opinión	61,2
Enviar contenidos propios	59,8
Enviar/recibir contenidos de otros	59,5
Hablar con gente que no veo a menudo	47,4
Pedir o buscar información sobre intereses	27,8
Hablar con familiares	22,7
Solucionar dudas de los estudios	18,0

Fuente: Sánchez-Navarro y Aranda, 2011.

Datos más actuales y para una franja de edad más amplia (15-29) nos ofrece el IJE 2012 (Tabla 3.21). Según estos datos, el principal motivo para el uso de las redes sociales sería el establecer “contactos con los que no ven frecuentemente” (74%), seguido de “compartir fotos, videos, etc.” (51%), “curiosear lo que hacen y dicen otros” (38%), “divertirse, entretenerse, pasar el rato” (27%), “estar al día” (22%) y “hacer nuevos amigos/as” (19%). Más lejos se situarían “ligar” (9%), “comunicar actividades/reflexiones” (8%), “buscar información relacionada con su profesión” (8%) o “no quedarse al margen” (5%).

Por tanto, resultados que abren la paleta de los motivos centrados en las relaciones y la comunicación, aportando los matices del mantenimiento de esas relaciones y la eliminación de las distancia física, y también del entretenimiento descomprometido y de la integración grupal y social (“estar al día” para no quedarse fuera).



**TABLA 3.21. MOTIVOS PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES. 15-29 AÑOS. 2012 (%)**

Buscar pareja	2,0
No parecer raro	2,4
No quedarse al margen	5,3
Buscar información relacionada con profesión	8,2
Comunicar sus últimas actividades, reflexiones	8,4
Para ligar	9,1
Hacer nuevos/as amigos/as	18,7
Estar al día	22,5
Divertirse, entretenerse, pasar el rato	26,8
Curiosear lo que hacen y dicen otros	38,4
Compartir fotos, videos, etc.	51,5
Contactos con los que no ven frecuentemente	73,9
Otro uso	0,1
NS/NC	1,9
N (total)	1.171

Fuente: IJE 2012. A partir de la fuente: INJUVE, 2011.

En función de las variables sexo y edad podemos observar algunas tendencias (Tabla 3.22). La mujeres puntúan más alto (y con diferencias destacables) motivos como “mantener contactos con los que no ven frecuentemente” (78%, por 70% de los hombres), “acceder o compartir fotos, videos, etc.” (55%, por 48% de los hombres) y “curiosear lo que hacen y dicen quienes utilizan la Red” (42%, 35% entre los hombres). Por su parte, los hombres destacan frente a las mujeres en “hacer nuevos amigos/as” (22%, frente a un 15% entre ellas), “ligar” (12%, con un 6% entre las mujeres) y “divertirse, entretenerse, pasar el rato” (29%, siendo del 25% entre las mujeres). En este sentido, podemos apreciar determinados matices diferenciales, en el sentido de que ellas optarían más por los motivos que tienen que ver con la relación y el contacto con personas a las que ya se conoce, mientras ellos optan más que ellas por motivaciones que se centran en el establecimiento de nuevos contactos.

En base a los tramos etarios, las tendencias más claras son que, a medida que aumenta la edad, aumenta la preferencia por “mantener contactos con personas que no ven frecuentemente” y por “buscar información relacionada con la profesión”, y desciende “estar al día de las informaciones de la Red”, “hacer nuevos amigos/as”, “ligar” (aunque se estabiliza la proporción entre los 20 y

los 29 años) y "divertirse, entretenerse, pasar el rato". Resultados que encajan perfectamente con los discursos en torno a los buenos y malos usos de las redes sociales y las TIC en general, y en torno a cómo los procesos de madurez y desarrollo personal teóricamente modulan y criban tales usos, como se analiza en el capítulo 4.

**TABLA 3.22. MOTIVOS PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES. 15-29 AÑOS  
(QUE UTILIZAN INTERNET). RESPUESTA MÚLTIPLE. 2011**

	TOTAL	SEXO		GRUPO DE EDAD		
		Varón	Mujer	15-19	20-24	25-29
Para mantener contactos con los que no ven frecuentemente	73,90	69,90	77,90	68,10	74,30	78,10
Para acceder o compartir fotos, videos, etc.	51,50	47,80	55,20	53,50	51,00	50,40
Para curiosear lo que hacen y dicen quienes utilizan la Red	38,40	35,20	41,70	36,50	39,50	39,00
Para estar al día de las informaciones de la Red	22,50	23,10	22,00	26,30	21,80	20,20
Para no parecer alguien raro	2,40	2,90	1,90	3,20	2,70	1,40
Para no quedarse al margen de algo que utiliza mucha gente	5,30	5,80	4,80	5,30	6,10	4,50
Para hacer nuevos/as amigos/as	18,70	21,90	15,40	26,00	17,60	13,80
Para ligar	9,10	11,70	6,50	11,40	8,30	8,10
Para buscar información relacionada con su profesión	8,20	7,50	8,90	5,00	6,60	12,40
Para buscar pareja	2,00	2,20	1,70	1,80	2,50	1,70
Para comunicar sus últimas actividades, planes, reflexiones	8,40	8,00	8,70	7,90	9,30	7,80
Para divertirse, entretenerse, pasar el rato	26,80	28,70	24,90	30,70	27,50	23,00
Otro uso	0,10	0,20	0,00	0,00	0,20	0,00
No sabe	0,10	0,00	0,20	0,00	0,20	0,00
No contesta	1,80	2,20	1,40	1,20	2,00	2,10
TOTALES	269,20	267,20	271,20	276,90	269,60	262,5
TOTALES (N)	1.171	588	583	342	408	421

Fuente: INJUVE, 2011.

### 3.2.3. Contactos, relaciones y amistad

El uso de redes sociales para entablar relaciones de amistad ha aumentado desde 2008 de forma constante y equilibrada en todos los tramos de edad comprendidos entre los 15 y las 34 años, como indican los datos recogidos en el IJE 2012 (Tabla 3.23).

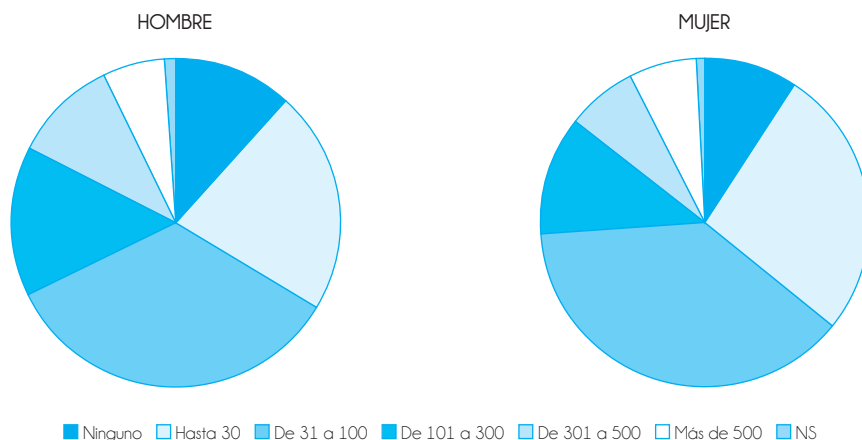
**TABLA 3.23. EVOLUCIÓN DEL USO DE REDES SOCIALES PARA RELACIONES DE AMISTAD. 2008-2011. 15-34 AÑOS (%)**

EDAD	2008	2009	2011
15-20 años	80	89	92
20-24 años	81	88	92
25-34 años	74	84	88

Fuente: IJE 2012. A partir de AIMC ([www.aimc.es](http://www.aimc.es)).

Como más adelante se analizará a partir de los discursos de los y las jóvenes que usan redes sociales, en las mismas se tiende a acumular contactos de muy diversa índole, procedencia diversa, vínculo variable y expectativas asociadas diferentes. A partir de los datos que ofrece el CIS (2011a), podemos cuantificar el número de esos contactos que aproximadamente tienen los y las jóvenes de 15 a 29 años, diferenciados por género: el 34% de los hombres tiene entre 101 y 300 contactos, por un 22% que tiene de 31 a 100, un 14% que tiene de 301 a 500, un 12% que tiene hasta 30, un 10% que tiene más de 500 y aproximadamente un 7% que es incapaz de cuantificarlos (Gráfico 3.19).

**GRÁFICO 3.19. NÚMERO DE CONTACTOS QUE SE TIENE EN LAS REDES SOCIALES. 15-29 AÑOS (QUE UTILIZAN REDES SOCIALES), SEGÚN SEXO. 2011 (%)**



Elaboración propia. Fuente: CIS, 2011a.

Por su parte, el 38% de las mujeres tiene de 101 a 300, el 27% de 31 a 100, el 12% de 301 a 500, el 9% de 31 a 100, un 7% más de 500 y cerca de un 8% no sabe cuántos contactos tiene.

Las cantidades reflejadas corresponden al número total de contactos, sin especificar la naturaleza de esos contactos. En ese sentido, la media general sería de aproximadamente 274, siendo esa media de 283 para los hombres y 264 para las mujeres (eso sí, con mayor desviación típica entre las mujeres que entre los hombres). Por tanto, hay una tendencia a tener mayor número de contactos en las redes sociales entre los hombres (Tabla 3.24). Atendiendo a la edad, a medida que ésta aumenta, disminuye el número medio de contactos totales: 393 entre los 15 y los 19 (con la mayor desviación típica), 261 de los 20 a los 24, y 184 para el tramo 25-29.

**TABLA 3.24. CONTACTOS Y RELACIONES CONSOLIDADAS (FUERA DE LA RED) EN LAS REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD. 15-29 AÑOS (USUARIOS DE REDES SOCIALES). 2011**

CONTACTOS TOTALES	TOTAL	SEXO		GRUPO DE EDAD		
		Varón	Mujer	15-19	20-24	25-29
Media (personas)	273,87	283,35	264,26	393,28	260,61	187,84
Desviación típica	593,18	551,11	633,32	805,35	338,27	564,13
Total (N)	1087	547	540	322	376	389

RELACIONES CONSOLIDADAS	TOTAL	SEXO		GRUPO DE EDAD		
		Varón	Mujer	15-19	20-24	25-29
Media (personas)	42,50	49,05	35,84	53,72	41,91	33,86
Desviación típica	70,05	83,26	52,62	74,77	84,65	45,12
Total (N)	1069	539	530	316	368	385

Fuente: IJE 2012. A partir de fuente: INJUVE, 2011.

Mucho menor será la cantidad, dentro de esos contactos totales, de los contactos que los propios usuarios y usuarias entienden que representan relaciones “consolidadas” (fuera de la Red). En este sentido, la media total es de 42,5 (con una desviación típica de 70), siendo de 49 para los hombres y 36 para las mujeres (con menor desviación típica en esta ocasión). Igual que ocurre con los contactos totales, los hombres también tienen más relaciones consolidadas entre sus contactos en redes sociales. Y también se cumple la tendencia respecto a la edad, pues mientras entre los 15 y los 19 se tiene una media de 54 relaciones consolidadas, la cantidad se reduce a 42 en el tramo 20-24 (franja etaria con la mayor desviación típica) y a 34 en el tramo 25-29 (Tabla 3.24).

Teniendo en cuenta que, como hemos visto, la gran mayoría de los contactos que se tienen en las redes sociales corresponden a personas con las que no se tiene una relación consolidada, resulta interesante observar en qué medida consideran los usuarios y usuarias jóvenes que pueden llegar a quedar (cara a cara) con una persona que han conocido por Internet (Tabla 3.25). A partir de datos de 2011 (INJUVE), podemos decir que el 70% de los y las jóvenes usuarios de redes sociales considera que es “poco probable” o “nada probable” que eso ocurra, y sólo un 28% afirma que es “bastante o muy probable” llegar a quedar con alguien conocido por Internet. Por tanto, la expectativa de establecimiento de nuevos encuentros mediados por las redes sociales tiende a ser baja.

Las mujeres son mucho más pesimistas en este sentido, pues cerca del 82% lo considera “poco o nada probable” (incluido un 48% que afirma que es “nada probable”), mientras los hombres parecen más abiertos a tal posibilidad: el 38% señala que es “bastante o muy probable”. El hecho de que tengan más contactos, y además estén más abiertos a la posibilidad de que esos contactos se concreten fuera de la Red, sitúa a los hombres como el género que parece aprovechar más (o por lo menos tiene la intención de aprovechar más) las posibilidades que ofrecen las redes sociales como medio para conocer gente.

A medida que aumenta la edad se niega más la posibilidad de llegar a quedar con alguien conocido por Internet, sobre todo en lo que se refiere a las posiciones más extremas al respecto: mientras entre los 15 y los 19 años el 34% afirma que tal cosa no es “nada probable”, entre los 25 y 29 años la proporción crece cinco puntos porcentuales. Sin embargo, es el tramo 20-24 el que presenta las mayores tasas de quienes creen que es “bastante o muy probable” quedar con una persona que se ha conocido por Internet, con prácticamente un 32% (proporción que se queda en el 26% tanto para el tramo 15-19, como para el 25-29).

**TABLA 3.25. OPINIONES SOBRE LA PROBABILIDAD DE LLEGAR A QUEDAR CON ALGUIEN CONOCIDO POR INTERNET. 15-29 AÑOS (USUARIOS DE REDES SOCIALES). 2011 (%)**

	TOTAL	SEXO		GRUPO DE EDAD		
		Varón	Mujer	15-19	20-24	25-29
Muy probable	8,40	10,50	6,20	9,90	7,20	8,30
Bastante probable	19,50	27,60	11,00	16,30	24,50	17,70
Poco probable	34,00	34,30	33,60	37,70	32,60	32,40
Nada probable	36,50	25,30	48,30	34,20	35,00	39,50
No sabe	1,50	2,10	0,90	1,90	0,70	2,00
No contesta	0,10	0,10	0,00	0,00	0,00	0,20
Total (N)	1.301	667	634	363	429	509

Fuente: IJE 2012. A partir de fuente: INJUVE, 2011.

# 4. MANERAS DE *ESTAR* Y *ACTUAR* MEDIADAS POR LA TECNOLOGÍA

---

## 4.1. TECNOLOGÍA INTEGRADA E INTEGRANTE, DESDE UNA TEÓRICA NATURALIZACIÓN GENERACIONAL

Resultan innegables las ventajas que aportan las tecnologías de la información y la comunicación, así como la manera en que generan nuevas opciones de comunicación, relación, información, participación, gestión del tiempo y entretenimiento.

La implantación de dispositivos tecnológicos multifunción, el crecimiento de la banda ancha, y la adaptación de la población a una realidad y un lenguaje tecnológico cada vez más integrado en lo cotidiano, provoca que elementos como la rapidez y la inmediatez, la comodidad y la “reducción” de distancias, sean cuestiones que prácticamente se asumen intrínsecas a nuestro tiempo, de tal manera que ya casi no se interpretan en clave de “ventajas” (en relación a un pasado más o menos cercano), sino de características necesarias para desenvolverse adecuadamente.

Si en Gordo y Megías (2006) ya señalábamos éstas y otras como las principales aportaciones de las TIC, en el momento actual la capacidad de estar en contacto con tus redes sociales cuando y como quieras, en tiempo real, de manera fácil y cómoda, es algo que, directamente se demanda de las TIC y se asume sin duda que te aportarán.

De tal premisa parten los y las jóvenes, que ya han crecido familiarizados con Internet, teléfonos móviles de última generación, portátiles y demás artilugios tecnológicos. Por ello enumeran las opciones que les aportan las TIC como elementos casi de primera necesidad, a los que están acostumbrados desde que comenzaron a desenvolverse en Internet y a usar redes sociales, y sin los cuales sienten verdaderamente que “les falta algo”. Y en esta enumeración de las cosas que les aportan las TIC (mayor y mejor capacidad para relacionarse, rapidez, inmediatez, comodidad, supresión de barreras espacio-temporales a la hora de comunicarse, acceso a información, entretenimiento, etc.), actualmente la perspectiva general incide en una tendencia que sin duda vienen marcando las grandes multinacionales tecnológicas (sobre todo de telefonía móvil): la posibilidad de tener “todo en la mano”, todo en uno (además de comunicarte puedes escuchar música, gestionar el ocio, el trabajo, acceder a información...), y todo en tiempo real.

Así, en el presente se ofrece una visión de las TIC como un todo integrado (frente a un pasado bastante cercano en el que se tendía a diferenciar más entre lo que te ofrecía un ordenador, un portátil, un móvil...), en torno a dispositivos electrónicos que te aportan todas las características y ventajas posibles, y que en sí mismos se asumen como un camino sin retorno.

Es decir, en este momento un teléfono móvil (por poner el ejemplo paradigmático y que representa la eclosión social de la tecnología) que no ofrezca la capacidad de integrar todas esas funciones, se considerará “obsoleto.”<sup>1</sup>

*—Pero vamos, que no sé, el WhatsApp está genial y todas las redes sociales también, porque, no sé, te ayudan a hablar, no sé, más rápido y... no sé. Estar todo el rato en comunicación con quién tu quieres.*

*—Sí es eso, que está muy bien porque ahorras mucho dinero y si quieres decirle algo a alguien y es urgente... bueno, tardas un minuto.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Las cámaras de fotos ya no las usa nadie.*

*—No, ahora el móvil.*

*—Nadie utiliza cámara de fotos. Todas las fotos que veas que se ha hecho todo el mundo: por el teléfono. Más que nada porque lo vas a tener a mano en el momento preciso para sacarlo y hacer la foto, no que lleves el teléfono, la cámara... o las cámaras de vídeo, eso ya... .*

*—Tampoco se usa. Ahora el móvil. Se ha comprado mi cuñado el iPhone 5 y te hace hasta trailer de película, así que fijate, para qué va a querer una cámara de vídeo.*

*—Para nada.*

GT ARANJUEZ, CHICAS, 18-19

*—Si es que... ya no hacen móviles como los de antes, jejeje.*

*—No.*

*—Lo malo es que ahora se te cae el móvil al suelo y ya... .*

*—Es verdad.*

*—Hay que usar el patata, de toda la vida.*

MADRID, CHICAS, 16-18, USO MEDIO, CLASE BAJA

Al hilo de esta exposición sobre las ventajas y requerimientos de los dispositivos electrónicos y la tecnología en general, cabe mencionar dos aspectos. Por un lado, no podemos dejar de señalar la evidencia de que las expectativas en relación a lo que un dispositivo tecnológico debe ofrecer, e incluso buena parte de la perspectiva general sobre las cosas que aportan las TIC, vienen marcadas por las grandes compañías y multinacionales del sector. Sus estrategias comerciales, el escalonamiento y dosificación en la creación y comercialización de nuevos dispositivos, *gadgets*, *software* y aplicaciones, la política de obsolescencia programada... Todo ello contribuye a crear

---

1. En el desarrollo de los grupos de discusión era bastante frecuente la alusión a situaciones en las que, por avería de sus terminales móviles de última generación, tenían que recurrir a antiguos modelos de móviles guardados y en desuso. Móviles que hasta hace pocos años representaban la punta de lanza del sector, y en este momento eran definidos como “antigualla” o “ladrillo”, hablando de ellos desde el sarcasmo y el humor. Incluso las personas que aún tenían ese tipo de teléfonos (sin 3G y sin WhatsApp o similar, por ejemplo), asumían con resignación (en ocasiones desde la convicción, pero en otras desde la brecha que supone no poder acceder a mejores dispositivos electrónicos) su posición “desfasada” dentro del grupo de pares.

(crea), el imaginario colectivo en torno a lo que es necesario y lo que no (tecnológicamente hablando), lo que es nuevo y lo que es viejo, lo que “está a la última”, etc. Y desde los usuarios (en este caso, los y las jóvenes) el análisis de las ventajas y posibilidades que te ofrecen las TIC no puede abstraerse a ello.

En este sentido, resulta muy esclarecedor el hecho de que, en los últimos años, la industria tecnológica haya evolucionado de hacer los dispositivos de comunicación, relación e información más pequeños (teléfonos móviles diminutos y ligeros, que se entendían como un avance en relación a los antiguos “ladrillos”), a dispositivos cada vez más grandes (móviles de última generación, *tablets*), en los que se integran todas las posibilidades de comunicación, relación, ocio, trabajo, etc., que la industria tecnológica puede ofrecer en ese momento. Estas políticas comerciales y sus mecanismos publicitarios, unido a la convicción general de que estar tecnológicamente integrado es estar “a la última” (y viceversa), y a la evidencia de que muchos de los avances que procura la industria en torno a las TIC hacen muchos aspectos de la vida más cómodos (otra cosa será ver a costa de qué), procuran, por ejemplo, que se entienda que la “comodidad” de un teléfono móvil ya no es tanto la capacidad de transportarlo sin casi notarlo (teléfonos muy pequeños, que se llevan en el bolsillo), como la posibilidad de tener todo integrado en ese dispositivo (aunque sea más grande y sea bastante más incómodo llevarlo encima).

Por otro lado, se ha consolidado una cultura multipantalla por la que los dispositivos tecnológicos permiten desempeñar muchas y diversas tareas a la vez, al tiempo que las propias personas intentan, procuran o son capaces de atender a cuestiones de diferente naturaleza al mismo tiempo. Así, por ejemplo, se difuminan muchas fronteras entre lo laboral, lo personal y el ocio. O, desde un mismo aparato, se pueden mantener distintas conversaciones simultáneamente, combinando además conversaciones pareadas o en grupo, presencial u *online*. Más adelante profundizaremos en las implicaciones de estas posibilidades, tanto en la manera de gestionar el yo como en relación a las estrategias y expectativas a la hora de relacionarse.

*—Lo del tema que han hecho ahora, en vez de tener un MP3, en vez de tener una cámara de fotos, lo han juntado todo en un móvil megafashion y te mola llevarlo, porque lo tienes todo ahí, es verdad. Tienes todo, tienes juegos, lo que quieras ponerle.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

Curiosamente, a algunos jóvenes plantearse este escenario de aparentes comodidades (todo en la mano, todo al tiempo y de manera inmediata), les sitúa frente al espejo de épocas en las que esto no era así, y los hábitos y estrategias en torno a la tecnología eran otros. Análisis que realizan en función de valores como el esfuerzo y que incidiría en el hecho de que la comodidad que procuran las TIC puede derivar en acomodamiento (como tengo todo en la mano, no me esfuerzo por buscarlo), a nivel personal, intelectual y relacional. Planteamiento que en la mayoría de los casos se queda en el plano de la teoría o la utopía, pues la mayor parte de estos jóvenes ya han crecido con una situación tecnológica similar y, por otra parte, lo asumen como la contrapartida (precio que se paga gustosamente) de una realidad cotidiana con la que se desenvuelven habitualmente. Además, en un planteamiento que generalmente se tiende a diferenciar entre los buenos y los malos usos tecnológicos, como veremos en el apartado correspondiente (5.5).



*—La gente, ahora mismo tiene un acceso a la información de todo, cualquiera puede ser pseudoculto porque lee en Wikipedia algo [...]*

*—La gente se cree que todo se consigue... es un gran problema de esta sociedad, que no estamos acostumbrados, sobre todo nuestra generación, a luchar por nada...*

*—Sí, pero como lo tenemos todo tan inmediato, lo queremos todo súper inmediato.*

GT MIXTO, 24-26, MADRID

Esta situación de “todo integrado” corre paralela a otro concepto que se maneja desde esa perspectiva de las TIC, pero en relación a su coste: el de la *tarifa plana*. Estrictamente, la tarifa plana sería la cantidad fija al mes (más impuestos asociados) que habría que pagar para disfrutar del servicio deseado (telefonía móvil, telefonía fija, Internet ADSL... por paquetes o todo junto). Pero el propio concepto traspasa las fronteras de la interpretación económica y parece entrar a formar parte de la perspectiva del “todo integrado”, pues más allá de esa tarifa es bastante habitual escuchar a los y las jóvenes afirmar que la tecnología que tienen a su alcance (normalmente refiriéndose al móvil), “además” es “gratis”, como si fuera ello una característica más del dispositivo en cuestión. Así, por ejemplo, sus terminales móviles les permiten ahorrarse el dinero que en otra época les podía costar determinadas operaciones (como mandar SMS). Por no hablar de que a buena parte de los y las adolescentes, y a no pocos jóvenes, sus padres y madres les pagan esa tarifa plana. En tal caso es bastante evidente que, para ellos y ellas, los usos tecnológicos son gratuitos.

*—Pues yo por ejemplo diría que ahora, con las tecnologías que hay, antes yo veía que teníamos un grupo más reducido que eran las amistades, los amigos o la cuadrilla más cercana. Y ahora, gracias a estas redes sociales o lo que sea mantenemos relación con más gente, que incluso no vive en nuestro país*

*—Sí, conoces a gente de fuera y ahora te relacionas vía Tuenti, Facebook, WhatsApp, todo eso.*

*—Y encima es gratis.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA

*—Moderador: ¿Por qué motivos se hace uno un Facebook?*

*—Porque lo tiene todo el mundo.*

*—Eso es, porque lo tiene todo el mundo.*

*—Además al final es, es gratis. Bueno, pagas una tarifa plana, o te la pagan tus padres o quien sea al mes, pero no te cuesta nada hablar por la mayoría de las aplicaciones ni por nada de eso, no tienes que llamar ni nada.*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO MEDIO, CLASE MEDIA

La oportunidad (las oportunidades) que ofrecen las TIC tiende a resumirse en la posibilidad de estar conectado con el mundo, tanto desde un punto de vista planetario o global (saber lo que ocurre, estar informado, poder canalizar mis opiniones al respecto...), como personal y relacional (estar conectado o poderme relacionar con “todo el mundo”).

Desde esta segunda perspectiva, que es la que fundamentalmente centra nuestro estudio, los y las jóvenes se insertan en un juego de ver y dejarse ver, que en sí mismo se constituye en un objetivo (junto a otros muchos) y constituye buena parte de las estrategias relacionales que sustentan las redes sociales. Y, en base a este juego, plantean la posibilidad, como ventaja, de mirar y no ser mirado (a lo largo del informe veremos cómo esta posibilidad se plantea desde la teoría, pues en la práctica se asume que hay un precio a pagar que tiene que ver con la certeza de que, efectivamente, también son mirados). Saber todo, de todos y en tiempo real, en un ejercicio que no se tiene rubor en señalar como “cotilleo”, pero que no preocupa (atendiendo a las connotaciones negativas del término) por ser generalizado y plantear las mismas reglas y normas para todo el mundo.

*—Yo a veces me quito el Tuenti y al rato me lo he puesto, aunque me lo vuelva a quitar, pero me meto.*

*—Más que nada es porque si no lo tienes es como que estás desaparecida, fuera de combate, nadie sabe de ti.*

*—Sí, porque nadie te va a llegar para preguntarte “¿Oye, dónde estás?”*

*—No, claro.*

*—La gente te manda un WhatsApp y si contestas, bien.*

*—O, como mucho, te mando un privado por Tuenti y ya lo verás cuando te metas.*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

En este contexto es común aceptar, de forma explícita, que las TIC y las redes sociales han creado una necesidad que antes no existía. La base de tal necesidad creada parte de la idea de que “todo el mundo” dispone de ese tipo de tecnología y, sobre todo, que “todo el mundo está” en las redes sociales. Por tanto, como “todo el mundo está” en las redes sociales se torna imprescindible ser parte de ellas para saber qué ocurre, para no quedarse fuera, para integrarse. Y es que no es solamente que todo el mundo esté integrado en esas redes sociales, sino que, fuera de ellas, parece que no ocurre nada, cuando menos nada interesante, nada que implique al grupo, a los pares. Quien no “está” se quedará “fuera” (del grupo, de las novedades, de las convocatorias, de lo que se dice, de lo que ocurre...), desactualizado. Y, además, para estar completamente “actualizado” hay que estar en tiempo real, aprovechando al máximo las posibilidades que brindan las TIC.

*—Pero hay como tres perfiles ¿no? El que le da importancia a estar actualizando cada vez por tres dónde está, con quién está. El que directamente se dedica a cotillear, y el que lo tiene ahí, pero no le da nada de uso.*

*—Yo por ejemplo soy de la última opción, lo tengo ahí, lo miro pero no soy de los que comento. Me gusta mirarlo [...]*

*—Para mí, principalmente, es estar actualizado, saber lo que ocurre.*

*—Te integra más, de alguna manera, en algo. En lo que sea. Si lo usas en la universidad es como que te integra más en la universidad, si es porque tienes un grupo o del trabajo, o tus amigas, te integras más. El sacarlo es como que te van a sacar... yo voy a mi clase igual, pero ya no salgo en el grupo de Facebook de mi clase.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Moderador: *¿Y con qué motivo pensáis que alguien se hace un Facebook o un Tuenti?*

—*Para ver a otras personas.*

—*Yo creo que para no sentirse excluido.*

—*Sí.*

—*Sí, yo creo que eso es lo primero.*

—*Porque todos lo tienen.*

—*Todo el mundo se hace cositas de éstas porque su amigo lo tiene. ¿Y tú no tienes Facebook? Pues las fotos del jueves pasado no las vas a poder ver.*

—*O lo que han comentado en no sé qué. "Ay, es que no te vas a enterar". Luego sí que es verdad que a lo mejor quedan y se están riendo de comentarios que se han hecho por allá.*

—*Claro, de cosas que tú no te enteras.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

—*Yo estoy conectada y estoy esperando que entre alguien para preguntarle "¿Qué tal?"*

—*Yo estoy pendiente porque no quiero borrarlo, por eso soy dependiente. Y porque si lo borrara no estaría bien. O sea, me sentiría que estoy perdiendo cosas, algo.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA

El reconocimiento por parte de los y las jóvenes de que las TIC y las redes sociales se han constituido en una necesidad, suele ir acompañado de cierta justificación que redondea un discurso en el que la generalización es la base de la despreocupación (no alarmará tanto decir que se está "enganchado" al móvil como manifestarlo respecto a otros bienes de consumo, por ejemplo). Por un lado se señala que "no pasa nada" si no tienes presencia activa en las redes sociales, o no dispones de las aplicaciones punteras, pero que, una vez das el paso (una vez que "lo pruebas") la creación de la necesidad es inmediata, por todas las puertas antes cerradas que te abre. Y no preocupa asumir que es una necesidad creada porque lo es para todo el mundo, y quien no ha sucumbido está fuera de donde hay que estar. Entonces la necesidad pasa a ser prácticamente irrenunciable.

—*Si no lo hubieras conocido pues... no te daría... te daría igual, porque nuestros padres han... se han criado sin eso, y vamos, han sobrevivido. Pero vamos, yo creo que a cualquiera nos quitan el WhatsApp y el Tuenti una tarde y no sabemos ni qué hacer. O sea, estás una hora viendo la tele y... ya no sabes ni qué hacer.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIA, CLASE ALTA

—*Yo sin WhatsApp no podría estar.*

—*Porque estás pendiente, "¿Me habrá hablado no sé quién?", y "Joder, ahora no puedo hablar". Y no haces más que estar dando vueltas. A ver, por poder, si es una*

*cosa como que se te ha roto el móvil... pero si tienes el móvil aquí al lado, es que estás estudiando y lo coges.*

*—Sí.*

*—Es inevitable, por mucho que lo tengas en silencio.*

*—Yo este verano me he tirado dos meses sin teléfono porque se me rompió y te digo que el primer día que tuve línea estuve todo el día. Pero vamos, que me dolía hasta la mano. Tienes hasta mono y todo.*

*—Sí. Es que sales del colegio y lo primero que haces es ¡pum!*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Pero es que además se interpreta que es una necesidad creada que responde a su tiempo y al requerimiento de una sociedad que necesita jóvenes integrados en y con las TICs. Parten de lógicas del mundo formativo y laboral (se asume que para estar bien integrado en el mercado de trabajo y para aprovechar al máximo sus posibilidades es necesario desenvolverse bien con las TIC); pero se deriva en lógicas de gestión personal y social (exprimir las posibilidades de relación, comunicación, ocio y entretenimiento, requiere de una presencia activa y constante en las redes sociales). Entonces, dicen, aprendes a manejarte con las TIC aunque no sepas o no te interesen (en principio, al menos), porque lo necesitas y porque la sociedad te “obliga”.

*—Es como una moda, como que nos llevan por un camino, no sé. Que tenemos que estudiar, luego trabajar, luego tal y tal, eso está ahí marcado. Y luego las redes sociales, entérate que todo el mundo tiene y por moda pues coges y te lo haces*

*—Si no lo tienes eres un bicho raro.*

*—Y si no lo tienes, ¿cómo contacto contigo?*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO MEDIO, CLASE MEDIA

Por tanto, el sujeto está constantemente conectado, de tal manera que las TIC están siempre presentes en las mediaciones personales, y las personas siempre están presentes en las TIC. Es lo que, anteriormente, Amparo Lasén denominaba la “agencia compartida”, y otros autores explican a partir del creciente protagonismo del “sujeto-red”. Así, García, Cruces y Urteaga (2012: 159) inciden en la paradoja “sustentada en la tradición liberal de una individuación extrema, que al mismo tiempo promueve un fuerte *ethos* de relacionalidad. O de hiperrelacionalidad, pues sólo se existe en relación, si se está en la Red”. Paradoja de situar la individuación extrema junto a la hiperrelacionalidad, entre el trabajo colaborativo y las apropiaciones individuales, entre la autoorganización y la dependencia tecnológica.

El argumento que esgrimen los y las jóvenes es que “nos ha tocado” vivir una época tecnológica en la que resulta imprescindible saber utilizar las TIC y exprimir al máximo sus posibilidades, y en la que las redes sociales constituyen una parte intrínseca y ya indivisible de la comunicación actual “normalizada”. Este argumento forma parte del discurso que socialmente presupone una naturalización generacional en relación a la tecnología. Es decir, que los y las jóvenes, por serlo, tienen la capacidad de desenvolverse adecuadamente con la tecnología como “nativos digitales”, por haber crecido de forma paralela a las TIC y las redes sociales y haber asimilado desde pe-

queños su lenguaje y sus claves. Perspectiva que ya analizamos en Gordo y Megías (2006), fundamentalmente en relación a los mitos de la sociedad tecnológica y de la relación jóvenes-TIC, y también en base a las brechas que ello propiciaba dentro del propio colectivo juvenil. Y perspectiva que adolece, como bien señala Lasén en la introducción, de obviar que la relación de los y las jóvenes con las nuevas tecnologías también requiere de aprendizajes como sujetos inmersos en complejas redes de relación, atrapados en juegos de dependencias y reconocimiento, que requieren de procesos de alfabetización digital y asimilación de códigos inestables, todo lo cual contribuye a su educación sentimental.

*—Nos ha tocado a nosotros esta masificación, que se haya expandido tanto.*

*—Yo por ejemplo, hasta casi nada no tenía Internet.*

*—Sí, es que las redes sociales están desde hace poco.*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO MEDIO, CLASE MEDIA

*—Forma parte de una evolución de la comunicación actual.*

*—Sí, de las relaciones sociales.*

*—Te acostumbras y tú mismo te adaptas. ¿Puedes vivir sin ello? Yo personalmente sí, porque cuando viaja, parece que estás a la mínima que entras a un bar y miras si hay wi-fi. Pero tampoco lo he echado en falta .*

*—Se puede perfectamente, sí.*

*—Sí, se puede.*

*—Sin duda, pero claro, en tu día a día...*

*—Sería otra vez muy engorroso.*

GT MADRID, MIXTO, 24-26

*—Sí, pero antes de eso, nadie tenía móviles, todos se encontraban, todo el mundo quedaba... y no había ningún problema. [...]*

*—Claro, también estamos hablando de antes, lo que pasa que es que la vida ha cambiado mucho.*

*—Sí claro que sí.*

*—Ahora es todo más grande, antes iban todos a comprar a la misma tienda y ahora hay 20 centros... ¿sabes?*

*—Sí, sí, sí... que los tiempos cambian.*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Más allá de los puntos débiles que muestra el argumento de los “nativos digitales”, o de que pueda incorporar diferencias esenciales en función de diversas variables (como la clase social o la formación), lo cierto es que procura una diferenciación generacional que tiende a aceptar el conjunto de la sociedad. Desde los propios jóvenes suele incidirse, generalmente, en la mayor “torpeza” de los adultos (refiriéndose a sus padres y madres), pero también en un manejo con más “cuidado”, en base a un mayor desconocimiento de las claves comunicacionales de las redes

sociales. En cualquier caso, con independencia de las consideraciones relativas a las mayores o menores aptitudes y mejores o peores actitudes ante la tecnología, y reconociendo que sus padres y madres tienen cada vez menos “temor” a los usos tecnológicos existe una diferencia de fondo que resaltan en relación al uso diferenciado de las redes sociales por parte de jóvenes y adultos: frente a la casi imperiosa necesidad juvenil de ampliar sus redes sociales y no perder oportunidades, parecería que los adultos ya tienen el círculo de relaciones cerrado, en base también al discurso relativo a la madurez como momento de criba de amistades (Rodríguez, Me-gías y Sánchez, 2002), y en función de la presuposición de que en épocas adultas ya se cuenta con pareja y familia estable (sólo los adultos que buscan pareja parecen tener justificada su presencia activa en redes sociales, bajo esta perspectiva).

*—Moderador: Me estáis diciendo que se puede usar igual a todas la edades... ¿vuestros padres también?*

*—Sí, yo de hecho tengo hasta a mi abuelo.*

*—Lo único que ellos igual tienen más cuidado, igual sólo con gente que conocen.*

*—[...] ]*

*—La cosa es que eres joven y quieres encontrarte a más gente, igual. Y si ya eres mayor, ya tienes tu círculo...*

*—Hombre, yo creo que los mayores las usan más para hablar con gente con la que han perdido el contacto. Mi padre ha vuelto a hablar con un montón de gente de la mili que ya no tenía contacto con ellos.*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO MEDIO, CLASE MEDIA

## 4.2. COSTE DE OPORTUNIDAD Y ACUMULACIÓN DE CONTACTOS

Como ya apuntamos, además de toda la serie de ventajas y comodidades que pueden aportar las TIC, el sentido de “estar” en las redes sociales tiene que ver con el motivo inicial, así reconocido por los y las jóvenes, de no quedarse “fuera”. Motivo que evidentemente no resulta exclusivo de la relación jóvenes-tecnología, pero que cobra una fuerza especial por cuanto que en torno a las redes sociales se articulan nuevas maneras de “gestionar” e integrar el grupo de pares, tanto en lo que se refiere a la mera organización de la “agenda” (quedar, comentar, etc.), como a la hora de establecer las expectativas y estrategias relacionales.

Si bien cuando se habla de “estar” entre las personas que tienen un uso más alto de redes sociales se hace referencia a interactuar (mostrarse activo/a en el uso de las redes sociales), lo cierto es que la lógica de esta necesidad de integración tiene que ver con el hecho de estar en las redes sociales aunque no se usen demasiado, “por si acaso”: para que te puedan buscar y encontrar, para no perder posibilidades de relacionarte, de quedar, de enterarte, de pertenecer a un grupo que se mueve al ritmo que marcan las redes sociales.

En base a esto, se vive como cierta la necesidad de estar localizable y poder localizar; aunque seguramente en esta balanza pese más el hecho de estar localizable para no perderte nada

de lo que te puedan ofrecer, de lo que te puedan contar, de a quién te puedan presentar o a quién puedas conocer<sup>2</sup>. Y precisamente tal balanza explica nuevas maneras de concebir elementos como la aceptación y el rechazo, como veremos en el apartado correspondiente.

*—Es el punto de tenerlo para poco a no tenerlo. Lo digo porque yo tenía y quitármelo me costó una burrada. No lo usaba casi pero es que decía “coño, si me lo quito es que no tengo Facebook”. Es el punto ese, no lo uso casi pero si me lo quito me va a faltar algo. Que no pasa nada, sigo viva. Es el punto ese de que lo tienes, por lo que pueda pasar.*

*—[...] ]*

*—Sí estoy de acuerdo, sí. Si lo tenemos es porque más o menos lo necesitamos, lo usamos y le damos cierta importancia, lo que decías. A mí me costó quitármelo, porque era ¡ostrás! ¿y ahora qué? Por poco que lo usemos, eh, lo usaba poquísimo. Pero quitármelo... bueno, aparte de las 30.000 condiciones para poder salir, para poder borrar tu cuenta, que es brutal. Te la haces en seguida, pero bórratela. Pero aparte de esto, sí que le damos importancia, si no, no lo tendríamos.*

*—Sí, pero no el hecho de la importancia de poder comentar una foto porque sí...*

*—No, el hecho es estar, figurar en algo.*

*—Que te puedan buscar.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Yo es que, la verdad, tengo ¿los típicos eventos éstos que mandan a los móviles? “Pasadme los móviles”, tal... Pues tú lo miras, coges los móviles, tal... Y digo: “Pues me interesan éstos”. Pues los coges, los guardas por si pueda pasar algo.*

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

En el contexto de esa fantasía donde siempre puede ocurrir lo excepcional, cuando hablan de “no perderse nada” los usuarios más intensivos remarcan que ello se tiene en cuenta “incluso durmiendo” (dejando el teléfono junto a la cama, por si a media noche suena algún mensaje). En este sentido, y asumiendo la necesidad creada, es habitual el reconocimiento explícito de que resulta difícil “desconectar”, que literalmente engloba los significados de tener la capacidad de estar solos, alejados temporalmente de las redes sociales y la posibilidad de conversación constante; pero también del propio hecho de “desconectarse” de la presencia *online*, de decidir no estar conectado a las redes sociales, quedando al margen de lo que en ellas ocurre (aunque sólo sea temporalmente).

*—Eso también, hay mogollón de gente que se queja, “es que no sé por qué hablas por el WhatsApp a esas horas”. A ver, es que si quieres dormir, yo cuando duermo apago el móvil.*

---

2. Esta fantasía por la que existen infinitas posibilidades que se abren ante ti, por la que siempre pueden existir nuevas oportunidades de diversión y que, aunque no terminen de concretarse, siguen retroalimentando la ilusión de lo inesperado, nos recuerdan, salvando las distancias, a clásicos discursos asociados a las dinámicas del ocio nocturno y la expectativa de excepcionalidad asociada. Encontramos referencia de ello en Rodríguez y Megías (2001), en Rodríguez, Megías y Navarro (2005) y en Megías (2008).

—Yo quito el sonido.

—Yo lo apago y lo quito de la habitación, porque me dan mal rollo todas las cosas estas por la noche. Me dan venadas, eh, igual un mes no, pero ahora estoy otra vez. Apago el ordenador, el general, todo. Y lo llevo fuera de la habitación. Entonces, luego hay gente que se queja porque dice que le despierta el sonido del móvil, y tú realmente si está súper cansado y quieres dormir, no dejas el móvil en vibración en la mesilla, ¿no?

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

Así, el coste de oportunidad de no estar en las redes sociales será considerado mayor que el coste de oportunidad que supone dejar de hacer las cosas que no se hacen mientras se pasa tiempo en ellas. Porque el tiempo que se pasa en las redes sociales, así se reconoce, se quita de hacer otras cosas (en el capítulo 3 se cuantifican algunas de ellas), cuya ausencia no será aparentemente tan “grave” como el hecho que supondría perderse todo lo que las redes sociales ofrecen. En este sentido, la perspectiva integradora siempre incide en la necesidad de establecer una complementariedad entre las actividades *online* y *offline*, de tal manera que se aproveche de las TIC todas las posibilidades que ofrecen para procurar entretenimiento en los dos universos, pero sin sustituir uno por otro (que el tiempo que pasas en red no impida que te relaciones físicamente). Este argumento ya servía para identificar los discursos en torno a las buenas prácticas asociadas a la tecnología antes de la gran explosión de las redes sociales (Cordo y Megías, 2006), pero quizás ahora muestra la particularidad de que la interacción *online* se interpreta desde un mayor grado de autonomía respecto a la *offline*. Es decir, que ya no existe inconveniente en que la comunicación en red se constituya en un fin en sí mismo, y no en simple medio para poder desarrollar más actividades “cara a cara”.

—Si tú quisieras, no tendrías Facebook, lo tienes porque quieres.

—Está clara, pero es que casi ya lo tengo por obligación, porque hay compañeros de la universidad, por ejemplo, que dicen “te paso por Facebook tal cosa”.

—O sea, la gente ahora se conecta a la universidad por el Facebook

—Claro.

—Yo no tengo Facebook y no me entero de la mitad de cosas que pasan en la uni. Porque alguna amiga me manda por el móvil...

—Y luego te obliga a mirarlo todos los días, porque si no lo miras un día que han dicho algo importante, ya estás un poco desactualizado.

—Claro, ésa es otra, te pueden enviar una cosa y puedes estar que no te has metido en una semana en el Tuenti o el Facebook y lo ves al cabo de una semana.

—Y no te enteras de nada.

—Es como el raro ¿no? El que no tiene Facebook ya es raro.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

En base a esa necesidad de no perderse nada y de multiplicar las oportunidades de que ocurra lo excepcional, se crea cierta necesidad por acumular “contactos”. Así, se reconoce sin rubor



que, más allá de amigos cercanos y conocidos de primer o segundo orden, Facebook, Tuenti, Twitter, etc., están repletos de contactos que se intuye nunca se utilizarán de forma directa<sup>3</sup> e incluso pertenecen a personas difícilmente identificables, pero que se mantienen "por si acaso". Esta acumulación de contactos se llega a decir que está al margen de la propia voluntad, en un ejercicio que parece presuponer que entrar en el juego de las redes sociales implica abandonarse a sus reglas, entre las que estaría esta exigencia de hacer lo posible para no perder ninguna oportunidad y no quedarte sólo en el círculo de amistades y relaciones que ya posees al margen de esas redes sociales: si el objetivo de las TIC es complementar tu yo *offline*, la meta será intentar establecer redes nuevas, ajenas (por lo menos en un primer momento) a las preexistentes. "Nunca se sabe" parece ser el lema, precisamente porque en la negativa encuentran su justificación: si no estoy en las redes sociales y sigo su lógica de la acumulación, sé conscientemente que no voy a optar a las oportunidades de comunicación, relación y diversión que, quizás, me puede ofrecer mi participación activa en las mismas.

—Moderadora: *Y en Tuenti, más o menos, ¿cuántos contactos, cuántos amigos tenéis?*

—*Amigos verdaderos, poquitos; pero amigos porque los conoces, un montón.*

—*Yo, creo que tenemos más de los que deberíamos, muchas veces.*

—*Yo hace un año tenía más de quinientos, tenía un montón de amigos, y he empezado a mirar sus perfiles y conocía a casi todos, algunos de vista, pero otros ni me sonaban [...]*

—*Yo es que en un principio tampoco acepto a cualquier persona, si no lo conozco de nada, a no ser que los conozca de vista. Y depende de la persona. Porque uno me puede caer mejor que otro, aunque no les conozca bien y depende, pero de todas formas, creo que tengo más amigos de los que debería.*

—Moderadora: *Cuando dices "debería", ¿a qué te refieres?, ¿qué tiene de malo?*

—*No que me pueda perjudicar tenerlos, pero que tampoco me convenga... no es eso, sino que tampoco me sirve de nada tenerlos.*

—*Tampoco vas a hablar con ellos si no tienes una relación de amistad, los tienes ahí como de adorno.*

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

—*Y luego hay gente que parece que hace colección de amigos, a ver quién tiene más amigos.*

—*Luego hace una captura de pantalla para que salgan los amigos que tiene.*

—*Puedes tener igual 500 amigos agregados pero al final...*

—*No llegan ni a la mitad.*

—*Sí, al final igual son 20 con los que hablas. Es otro tipo de amistad, entre comillas.*

BILBAO, 16-18, MIXTO, ALTO USO, CLASE MEDIA

---

3. Al final del capítulo 3 observamos como adolescentes y jóvenes usuarios de redes sociales no se muestran especialmente optimistas con la posibilidad de llegar a quedar con personas que han conocido por Internet: el 70% de los y las jóvenes de 15 a 29 años señala que es "poco o nada probable" que eso ocurra.

—¿Y la gente por qué agrega? Para decir mira, tengo 500 amigos, al final.

—Pues eso es muy triste porque yo también he visto gente que te agrega al Facebook y luego te cruzas con ellos en la calle y no te saludan.

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

Es común escuchar a los y las jóvenes usuarios de redes sociales comentar cómo agregan a numerosos contactos que luego olvidan, y “purgan” periódicamente sus agendas de contactos, pero sólo después de un tiempo prudencial en el que han contrastado la imposibilidad de establecer una conexión real con ese contacto, que además se intuye que no servirá para ampliar la red de contactos de forma atractiva. En este sentido, el criterio y sentido común que los propios jóvenes atribuyen a un uso responsable y maduro de las redes sociales, parece quedar en suspenso (pues así lo reconocen) durante las noches de fiesta de los fines de semana, momento en que se reconoce que se tiene “manga ancha” con las personas a las que se agrega al WhatsApp, Facebook, Tuenti o similares. Tales noches nutren la agenda y contribuyen a esa acumulación, incluso pasando por encima posible “riesgos” (nunca sabes cómo puede ser un contacto que agregas sin apenas conocer), y siempre con la esperanza de que se pueda “rescatar” algo positivo (un contacto) de entre toda la acumulación. Ejercicio que requiere dedicación y que, en sus propias palabras, provoca que, por ejemplo en Facebook, se genere una masa de información difícilmente controlable. Precisamente en lo incontrolable de la información relacional que poseen descansa buena parte de la expectativa de excepcionalidad (nunca sé lo que me puedo encontrar, y siempre tengo un hilo que seguir, una red de amistades que rastrear).

—Sí, pero es que hay mucha gente que sale de fiesta por ahí...

—Y al día siguiente te encuentra con dos peticiones de “¡Eh!, ¿qué tal?”

—Y tú, ¿quién es éste?

—Sí.

—Claro, pero como a mí personalmente... yo el Tuenti, tampoco para mí no es una cosa de las que... yo sí que lo tengo ahí, como en plan buche... son gente que... a lo que estaba hablando... que yo no lo pido el número de teléfono, pero a lo mejor el día de mañana, por lo que sea la tengo que ver...

—La tengo...

—O es alguien de por ahí que... que he conocido de algo y el día de mañana me voy a vivir ahí. ¿Sabes? Ya tengo a alguien conocido, que lo puedo localizar por el Tuenti.

—O preguntarle dónde puedo buscar trabajo, y tal...

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

—En las redes sociales, claro, tienes a gente que son tus amigos y a millones de gente que son conocidos.

—O fans extraños, jeje, de “Vamos a cotillear”. Gente de tu mismo rollo o que he compartido unas copas con él, o esa amiga de este chaval, que me cae bien y que la agregas.

—O gente con la que te has pillado un pedo una noche y has acabado siendo su mejor amigo esa noche, y no has vuelto a saber nada de su vida.

—[...]

—El WhatsApp es más personal, no deja de ser un chat. Facebook es una masa de información que no puedes controlar.

GT MADRID, 24-26, MIXTO

### 4.3. LA “INCOMUNICACIÓN”

El hecho de que las redes sociales sirvan de nexo de integración grupal y sean elemento de primer orden en la configuración y gestión del tiempo de los y las jóvenes (así como de buena parte de la sociedad), provoca que se cree la sensación, así reconocida, de sentirse aislados sin tales elementos.

Resulta evidente que en torno a las TIC se articula una nueva percepción de lo que significa estar “aislado” o “incomunicado”, en función de la necesidad creada que comentábamos con anterioridad. Y parece claro que todos esos jóvenes que señalan que se sienten aislados o incomunicados cuando pasan un lapso de tiempo más o menos largo sin poder “conectarse”, en sentido estricto, no lo están, pues cuentan con otros muchos medios para poder relacionarse y comunicarse. De hecho son recurrentes los ejemplos en relación a un tiempo pasado (muchas veces recordado con cierto tono de cínica añoranza), en el que no existían las redes sociales, o no estaban tan desarrolladas, “y no pasaba nada”.

Pero lo cierto es que, una vez creada la necesidad, una vez consolidadas las redes sociales como elemento de relación, comunicación e integración de primer orden, si lo sienten así es porque, efectivamente, son reales los procesos por los que el grupo de pares *desconecta* de quien no está (constantemente) conectado, provocando esa sensación de incomunicación. Además, la ausencia de los dispositivos tecnológicos intensifica la ausencia de los demás, que siempre están virtualmente presentes en el móvil, en el ordenador... Todo ello se ejemplifica muy especialmente en el teléfono móvil (como dispositivo integrador de muchas opciones de comunicación), sin el cual muchos jóvenes manifiestan sentirse “desnudos” y casi desamparados, ante la ausencia del cordón umbilical que les une con el grupo, o incluso con el mundo.

—En el pueblo, es estar allí con amigos míos, y gente que no tenía tarifa “Oye, déjame el móvil que me conecte”. Espérate a llegar a tu casa, ¿no?

—Claro.

—Es que salir de casa sin el móvil es como ¡Nooooo!

—Sí, como que has salido desnudo.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

La afirmación de que se comienza en las redes sociales porque “está todo el mundo”, se corresponde con lo que los y las jóvenes sienten como certeza, y es que el grupo de pares ejerce una

importante presión para estar, para no ser el raro o la rara que no participa de los medios de comunicación comunes, que todos y todas asumen que son los más cómodos y eficaces, casi los únicos (por eso se sienten incomunicados sin ellos).

Así, incluso reconociendo la simpatía y el aprecio por personas que voluntaria o involuntariamente se quedan fuera de tal dinámica que marcan las redes sociales, se acepta que, tarde o temprano, esas personas quedarán casi irremediabilmente aisladas, marginadas. Marginación que seguramente no genera las connotaciones negativas que pueden articular otro tipo de marginaciones, pero que en la práctica se ejerce de forma estricta por cuanto deja a esa persona, efectivamente, al margen de las dinámicas grupales. Tal es la integración en torno a las TIC que no parece contemplarse el esfuerzo grupal por romper la brecha tecnológica entre pares: o te adaptas a los tiempos (es decir, participas de y en las redes sociales) o te quedas fuera.

*—Es que es como presión de grupo, o sea, yo no conozco a... buena, conoceré a dos o tres personas que no tengan Tuenti de... así de mi colegio, de mi edad. Entonces... es para no ser, no sé, el raro de...*

*—Sí.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Luego parece que si no tienes Facebook o algo así estás perdido con la gente, igual los planes se hacen ahí y se quedan ahí, y si no tienes como que te cuesta enterarte.*

*—Sí, o el que no tiene contacta por WhatsApp... no tiene ningún correo especial, sólo tiene WhatsApp.*

*—Buena, por lo menos tiene WhatsApp. En mi cuadrilla hay gente que no tiene WhatsApp ni Facebook ni nada, hay gente que todavía no tiene, ni quiere.*

*—Los que no quieren no salen.*

*—A mí me paso en diciembre que perdí el móvil. Pobre, ¿verdad? Sí, pero además yo tenía una permanencia de un montón de tiempo y no tenía ni un duro y dije, no me voy a comprar. Entonces estuve 8 meses sin WhatsApp y me sentía súper marginada. Y enfadada. Y llegaba a mis amigas y decía, ¿pero qué cojones pasa aquí, no me vais a llamar? "Ah, pero lo hemos puesto en el WhatsApp". ¿Y cómo quieres que yo me entere? "No vamos a ir llamando de una en una a toda la peña que no tiene". Pues sí deberías... y ahora he vuelto al WhatsApp y no llamo, jajaja, es súper fuerte.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Pues ahora mismo... todo el mundo está con el WhatsApp, es imposible... si no tienes WhatsApp estás como en una burbuja alejado del mundo... por así decirlo.*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Incluso desde el discurso que encumbra la amistad como valor de orden superior, bien escaso ("a los verdaderos amigos los cuentas con los dedos de una mano") que resiste viento y marea, tiempo y contratiempos, esta concepción grupal de los usos tecnológicos acepta que los buenos

amigos no te abandonarán ni dejarán que se haga efectivo el mencionado aislamiento por no estar presente en las redes sociales, pero siempre y cuando tal situación sea temporal o con visos de ser finita (no parece contemplarse otra posibilidad). Situación que nos remite a la manera en que precisamente los propios jóvenes analizan la amistad como valor que representa lo más deseable, mediado y modulado por elementos que a la postre se hacen imprescindibles para su consolidación, estabilidad y duración: la “presencia” y el “roce” (Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002). Si antes de la eclosión de las redes sociales la necesaria presencia de los amigos parecía ser exclusivamente “física”, y el roce lo procuraban los encuentros “cara a cara” y quizás también aquéllos mediados por el teléfono y determinado tipo de *chats* (como el Messenger, actualmente poco usado), ahora las redes sociales son elementos de primer orden en tal sentido, y la presencia *online* también desempeña gran importancia para la integración grupal de adolescentes y jóvenes. En este sentido, el grupo presiona para ser más grupo, pues a través de las redes sociales estrecha sus lazos y gestiona de manera conjunta sus recorridos y sus tiempos, y modula y dota de significado sus expectativas y percepciones.

*—Hombre en redes sociales, tus amigos son tus amigos. Vamos a ver, aunque no tenga chat, si les digo “Oye, estoy jodido, se me ha roto el móvil, hasta la semana que viene no tengo”, son mis amigos, se van a preocupar. Uno de ellos o todos, cada uno en un momento se encargarán de quedar ellos y ponerme al día a mí.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Los y las jóvenes que tienen un uso bajo de redes sociales, o no tan intensivo, reconocen esa presión grupal y asumen que son “raros” por no entrar en la dinámica que, también reconocen, marca el devenir cotidiano de lo que entienden es la mayoría de gente de su edad. En ocasiones este reconocimiento es acompañado de la extrañeza que procuran unas claves del lenguaje y la comunicación mediada por la tecnología que observan ajenas, autopoicionándose al otro lado de una brecha tecnológica (a veces por ausencia de los recursos económicos necesarios para estar “a la última” en TIC, otras por desconocimiento o desinterés) que les deja “fuera”. Y siempre intentando dejar clara su individualidad desde la afirmación de que no tienen obligación de usar unos medios de relación y comunicación que no entienden imprescindibles, aunque son perfectamente conscientes de que socialmente se han constituido en una necesidad creada cuyo uso generalizado (sobre todo en el seno del grupo de pares durante la adolescencia y juventud) procura que su comportamiento sea analizado como excluyente, incluso por ellos mismos.

*—Reconozco que de mi grupo de amigos me llaman un poco bicho raro porque no tengo de nada.*

*—Sí. A mí me pasa lo mismo.*

*—Entonces es del rollo, bueno, si queréis algo me llamáis, tampoco cuesta tanto un mensajito, 15 céntimos por favor... “ay, ay, ay”. Y a veces me entero de las cosa súper tarde.*

*—A veces no te enteras de nada, eso sí.*

*—O te enteras tarde, pero la verdad es que me da igual.*

*—[...] ]*

*—No, pero que a mí la gente me ha llegado a decir “te vas a quedar sola en casa”. Y yo pensando... ah, y vosotros no, que os quedáis ahí para hablar en casa, para estar conectado. Y luego soy yo la que se va a quedar sola. O del rollo, “es que no estás accesible, si la gente no te pilla por ahí, no te van a llamar”. Es que si me tienen que llamar por tener o no tener Facebook o WhatsApp, Tuenti o lo que sea, pues no sé... en teoría es tu gente.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

Las personas que optan voluntariamente por situarse al margen de las dinámicas que marcan las redes sociales tienden a ser consideradas como “raras”, “pasotas” o “independientes”, etiquetas que claramente les confrontan o sitúan frente al grupo, que es el que marca las expectativas y percepciones generales. Pero en algunos casos también pueden ser consideradas como “auténticas”, desde una perspectiva que incide más en el halo romántico que puede generarse en torno a épocas pasadas donde la comunicación era más “cara a cara”, y cuando el discurso general incidía más en la “verdad” que supone el contacto físico frente al virtual, la palabra frente al mensaje, y el juego de certidumbres e incertidumbres era distinto (sabía a qué hora quedaba y con quién, y eso no variaba ni era fuente de sorpresas, mientras ahora los planes son flexibles e intercambiables, algo que procura que se confíe menos en la seriedad y la buena voluntad de las personas, pero genera esa sensación de constante excepcionalidad que ya hemos señalado anteriormente). En este sentido, quienes no usan redes sociales parecerían los últimos románticos, casi últimos mohicanos de un tiempo pasado (hace muy poco, no olvidemos) que no volverá. Además, ese reconocimiento parece casi siempre ir acompañado de la convicción de que estas personas acabarán pasando por el aro (empezando por los entornos laborales y de ahí al resto), pues de lo contrario la marginación social podrá con ellas.

*—Yo conozco uno que no tiene nada. Bueno, ahora tiene un WhatsApp, pero porque le han regalado un móvil con la compañía nueva y es bastante... se la pela todo.*

*—Moderador: Decís que casi no conocéis a nadie, es como que la gente que opta voluntariamente por estar fuera de eso...*

*—Como un poco el raro.*

*—Un poco el pasota, sí.*

*—Yo personalmente pienso que las personas cuanto más actualizadas y más conocimientos tengan, mejor; entonces una persona que no tiene nada de nada es como decir paso de todo, me da igual, me da igual la gente.*

*—No me busquéis...*

*—Este en concreto que te digo es mucho más auténtico y mucho más amigo que cualquiera que tiene todo, Facebook y todo. Igual al no tener nada de eso, lo que decíamos antes, la comunicación es más personal y las amistades también. Igual al no tener eso le hace que sea más personal en el trato contigo.*

*—También es posible.*

*—Yo de las dos personas que conozco una ya tiene 21 años y hasta este año no tenía ni teléfono móvil. Y son bastante pasotas, sí. Si eso voy o si eso no voy. Quedamos si eso y si no, no quedamos, da igual.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

Desde las posiciones más críticas y voluntariamente alejadas de las redes sociales, por su parte se juzga el comportamiento que se entiende mayoritario desde la tendencia al aborregamiento y al acomodamiento (lo hacen porque lo hace todo el mundo y no piensan en otras posibilidades), desde el riesgo que supone su uso indiscriminado e incontrolado (están enganchados), y desde lo que entienden es una manera de priorizar valores equivocados (los bichos raros son ellos que no valoran las cosas verdaderamente importantes).

—Yo me considero que voy más a mi bola que la gente que tiene redes sociales.

—Eso sí.

—Efectivamente.

—En todos los sentidos. Si alguien quiere algo me busca, no me pregunta en todo momento qué estoy haciendo, dónde estoy...

—Ni tienes la obligación de entrar para enterarte.

—No, pero sí es verdad que el tiempo que utiliza la gente en estar en las redes sociales tú a lo mejor estás con algún hobby que gente que está súper metida en redes sociales... ¿Y tus hobbies?, "Entrar al Tuenti, entrar al Facebook" ¿Y qué más haces aparte de eso? "Pues no lo sé". ¿Te gusta ir al cine, te gusta leer? "No lo sé". Y es un poco eso, si no utilizas el tiempo en eso lo utilizas en otras cosas, más productivas probablemente.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

## 4.4. RENOVACIÓN, OBSOLESCENCIA Y SATURACIÓN

La integración que procura la relación jóvenes-TIC se articula en torno a una industria cuya característica principal es la renovación constante (tanto que la misma procura la identificación con marcas y productos) y ello incide en el hecho de que precisamente el "estar a la última" sea condición necesaria para muchos de esos procesos de integración. En este sentido, la persona que no quiera quedarse aislada o incomunicada habrá de estar preparada para conocer "lo último", y adaptarse a los cambios de la industria tecnológica. Así, se asume la necesidad de adaptarse, aunque realmente no se perciba la necesidad real de dejar atrás tecnologías o aplicaciones que funcionan y son útiles.

Resulta paradigmático el ejemplo del Messenger, sistema de *chat* y mensajería que en su día se constituyó en la puerta de entrada de muchos jóvenes a las redes sociales, y que supuso la eclosión de una nueva forma de relacionarse y comunicarse (Gordo y Megías, 2006). Actualmente, prácticamente la totalidad de los y las jóvenes que comenzaron usando el Messenger y actualmente se relacionan por Tuenti, Facebook o WhatsApp, consideran tal aplicación como un "clásico", algo desfasado, pese a que la lógica de muchos de los sistemas que emplean en la actualidad no dista mucho de aquélla. Y precisamente es la política comercial de la industria en torno a las TIC la que marca las características que se presuponen a la tecnología "moderna" (frente a lo antiguo), cuya ausencia determinará los productos "desfasados" (actualmente, los que no tienen todo integrado, por ejemplo).

—Yo soy más clásico, soy más de Messenger.

—Yo igual.

—Yo dependiendo de cómo sea la historia... como...

—Un poco bastante, pero yo ahí me he quedado...

—Yo siempre he sido defensor y a mí me ha gustado mucho el Messenger, pero... se ha ido quedando...

—Está un poco anticuado...

—Sí, el problema es que vas perdiendo amigos, que dejan de conectarse porque la gente es más de WhatsApp, de Tuenti... o de Facebook, por ejemplo.

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

—El caso del Messenger... tú puedes seguir utilizándolo, pero tus amigos o tus conocidos se van, se van al WhatsApp o al... Tuenti. Entonces te quedas solo. Tienes que seguir a la corriente, por así decirlo.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

La dinámica de los grupos procuró que, a pesar de ser adolescentes y jóvenes, hablasen de la tecnología y las TIC en términos de antes/ahora, de nuevo/desfasado, adoptando una perspectiva de la evolución de las redes sociales que incluso puede denotar cierta añoranza (más romántica que real, pues en lo que a este tema respecta el discurso mayoritario está convencido de que lo nuevo es mejor), cuando hablan de cambios que tienen lugar en periodos temporales muy cortos. Claro que, cuando el crecimiento de las redes sociales es paralelo al propio crecimiento personal, más aún en un momento en que desempeñan un papel importante en sus estrategias de socialización, parece natural que el proceso se viva de forma tan intensa.

Desde su experiencia como usuarios y usuarias, adolescentes y jóvenes asumen la pronta obsolescencia de las redes sociales y las tecnologías que las soportan y se adaptan a tal circunstancia. Asumen el continuo movimiento de la industria tecnológica, la constante renovación, el hecho de que lo que hoy se considera válido mañana puede resultar desfasado y, en base a tal planteamiento, modulan sus expectativas y manejan sus filiaciones (no hay problema en "abandonar" programas o TIC que antes eran consideradas tan importantes, el Messenger). Y vislumbran un futuro en relación a la evolución de las TIC en el que todo girará en torno a las redes sociales.

—El WhatsApp es mandar mensajes gratis, son mensajes gratis.

—Es un chat, es un chat.

—Sí.

—Que seguramente acabará evolucionando en una red social, yo pienso.

—Pues seguramente.

—Se trata casi como una red social porque luego acabará teniendo ahí un álbum, acabará teniendo experiencia.

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA



Pero, además, esa perspectiva en movimiento también adopta un punto de vista crítico con la propia industria tecnológica, a partir de argumentos que sin duda pretenden legitimar su propia voz como usuarios experimentados y maduros, conocedores de las claves de las TIC y de las reglas del juego de la mediación tecnológica. En este sentido, no pocas voces inciden en que la obsolescencia que caracteriza a la industria, sobre todo en torno a las redes sociales, es programada por las grandes empresas del sector que buscan multiplicar sus beneficios a partir de procurar el “enganche” de sus usuarios, entre los cuales asumen que son parte esencial los y las jóvenes. Obsolescencia programada que no estaría justificada por el progreso y la evolución, sino por las lógicas comerciales. El análisis, por otro lado, no impide que esos mismos jóvenes se integren en esas dinámicas comerciales, aceptando que es muy complicado escapar de ellas (para no quedar fuera, marginado, como vimos) y asumiendo que también son víctimas de esas necesidades creadas; pero haciéndolo desde la convicción de que ser conscientes de ello procura que sea su voluntad la que tiene la última palabra (participo porque quiero, porque me resulta útil y práctico), y que no se sientan engañados/as.

*—Pero yo creo que en el fondo todas son igual, al principio de todo era Messenger y todo el mundo estaba ahí metido, en cambio ahora nadie te pregunta si tienes Messenger.*

*—Claro, se ha quedado atrás.*

*—Luego vino Tuenti y Facebook, ahora ya te dicen más si tienes WhatsApp que decirte Tuenti, Facebook o Twitter. Y en realidad es lo mismo, conectarte para hablar con la gente, es como que se van renovando para que sigas enganchado ahí.*

*—Claro, para que no te canses. Cuando te cansas del Facebook te sacan otra cosa.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

La otra cara de la moneda de la necesidad constante de adaptarse a los cambios y avances, unida al hecho de que las redes sociales están presentes en buena parte del día a día de muchos de ellos y ellas, y de la ya comentada expectativa de estar siempre presente y “disponible”, es llegar al punto cercano a la saturación. Cuando tantas cosas giran en torno a las redes sociales, y sobre todo cuando la información y la actividad generada resulta difícilmente asimilable y manejable (demasiados contactos, relaciones superficiales, mensajes por responder, ruido comunicacional, expectativas que cumplir y que contrastar...), todas las ventajas de las TIC pueden llegar a dejarse de lado ante la necesidad de detener el ritmo de la actividad que generan y el tiempo que absorben. Aunque entre los usuarios más intensivos, e incluso entre usuarios medios aunque habituales, tal argumento parece abanderarse con la boca pequeña, en un ejercicio de cierta justificación sin duda marcado por el discurso general sobre los buenos y malos usos de la tecnología (que abordaremos posteriormente). Es decir, que ante el planteamiento de que buena parte de los malos usos asociados a las TIC y las redes sociales tienen que ver con el tipo de cosas que se dejan de hacer por “estar” en esas redes sociales, y con la posibilidad de enganche que procuran, remarcar la necesidad de echar de vez en cuando el freno al ritmo o la frecuencia de uso, se observa como un uso maduro y consciente de las TIC. Así, no es extraño que las expresiones que denotan cierto agobio por el tipo de actividad vacía o inútil que generan las redes sociales (en el sentido de no ser considerada necesaria, productiva, provechosa)

no se acompañe de acciones en pos de eliminar o reducir voluntariamente esa actividad, como no establecer tantos contactos, no participar en tantas redes, o hacerlo menos, no contribuir al ruido comunicacional, etc. De nuevo, la lógica del “por si acaso”.

—Como que ha perdido chispa en las relaciones personales, porque puedes saber lo que está haciendo la otra persona. Te envía una foto “estoy en el supermercado”... ha perdido como la chispa de no ver una persona en tres días y que te cuente, a veces me pasa con mis amigas y es como ¿qué nos contamos?

—Ya sé por dónde vas.

—Es verdad.

—Ya lo sabemos todo, lo que has comido, lo que has cenado.

—[...] A mí sinceramente al principio me encantaba, pero ahora ha llegado un momento que hasta me agobia, ha creado una necesidad a todo el mundo que realmente no era necesaria.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

—En el WhatsApp si tienes el móvil encendido vas a estar recibiendo mensajes que... si quieres estudiar o algo, o hacer otra cosa que no te molesten, te tienen... te dan ahí el coñazo.

—Puedes silenciar o bloquear a alguien si no quieres que te mande un mensaje.

—Ya.

—Ya, pero podría haber una opción que sea, no sé, desconectar el WhatsApp o algo. Como por ejemplo el Tuenti.

—No, si se puede, puedes salirte.

—Lo que pasa que... Vamos, yo por ejemplo no lo hago.

—Claro.

—Yo tampoco.

—Yo tampoco.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Moderadora: Y globalmente, ¿qué experiencia es la que tenéis?

—Es buena. Si no ya habríamos cerrados las cuentas.

—No, pero también se está volviendo cansada para mí.

—Pero todavía te sigue rentando.

—Exacto, exacto. Pero tenemos un volumen de gente en Facebook que llega a cargar, no desconectas nunca.

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Sí que se muestra mayor sensación de saturación entre los usuarios menos habituales y los bajos usuarios (que teóricamente tienen menores posibilidades de “agobio” en base a su menor uso... quizás, según casos, motivado por un pasado de uso más intensivo). Jóvenes con un aparente

menor interés en participar de las dinámicas que generan el ruido comunicacional y el tráfico indiscriminado de información, y que incluso llegan a señalar que prefieren vivir tranquilos y tranquilas en cierta “ignorancia”, antes que ser arrastrados por el torbellino de unas claves de comunicación y relación que no entienden tan cercanas, o respecto a las que no se sienten tan a gusto (“180 mensajes... casi prefiero no enterarme de tantas cosas”, decían en un grupo de usuarios poco habituales). Entre estos jóvenes (aparente minoría) que se excluyen voluntariamente de dinámicas que determinan buena parte de la comunicación entre sus pares, también se llega a plantear cierta desconfianza en el propio medio tecnológico, encarnado en Internet. En este sentido, manifiestan la incomodidad ante el hecho de realizar compras *online*, o su preferencia por entregar un *curriculum* en mano antes que enviarlo por *mail*, por ejemplo. Desconfianza ante todo aquello que no parece directamente controlado por el ser humano (en el sentido de que no esté mediado por ningún dispositivo electrónico o tecnológico) y que también asumen que se aleja de la necesidad de adaptarse a los tiempos que corren, irremediablemente marcados por las TIC.

*—El WhatsApp, vale, me parece muy bien, mensajitos gratis y tal, lo he usado. Y al final me lo he acabado quitando. Todo el día ahí... ¿tú quieres algo? Si es algo importante te llamarán al teléfono y si no, llamarás tú. Si no, estás todo el día estresado, no piensas en otra cosa, quién me ha hablado, quién no me ha hablado, voy a hablarle a ésta...*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

# 5. LA GESTIÓN DEL YO

---

## 5.1. YO ONLINE Y YO OFFLINE

En torno a las redes sociales se ha generado un nuevo paradigma de la exposición pública del yo, que combina la presencia *online* y *offline*. Evidentemente, la presencia y presentación *online* de la persona no es una novedad y ya comenzó a naturalizarse a partir de la eclosión del Messenger, con gran predicamento entre jóvenes que descubrían y normalizaban una nueva forma de relacionarse y gestionar sus redes de amistad. Sin embargo, sí es cierto que por aquel entonces la presentación “virtual” tendía a contraponerse en cierta manera a la “presencial”, en términos de ficción/realidad, en torno a las consideraciones sobre lo superfluo/lo importante, en base a lo que se entendía era un menor grado de confiabilidad (siempre proyectado en otros), y a determinados juegos de seducción sustentados en el parapeto de la no presencia (Gordo y Megias, 2006).

Desde entonces y poco más de un lustro después, la aparición de nuevas redes sociales, la generalización del uso de las mismas, y cierto proceso de madurez en la asimilación de las claves comunicacionales que implican, han propiciado que el análisis y las expectativas asociadas a la presentación pública del yo adquieran matices distintos. Así, se parte de la idea de que existen distintas perspectivas de la personalidad, del yo, que se manifiestan a través de las características del medio empleado para relacionarse y comunicarse, siempre desde la lógica de la practicidad y la comodidad<sup>1</sup>. Pero todas esas perspectivas, determinadas por las claves del lenguaje oral y escrito, cada cual con sus ventajas y condicionantes, muestran un lado cierto de la persona: yo soy todos estos, en todos los medios, y asumo que mi exposición en cada terreno es y ha de ser distinta, pues se realiza en torno a claves comunicacionales diferentes. Para todo el mundo es igual, y como todo el mundo conoce las claves y se atiende a ellas, no hay engaño. Como si todos estos años en los que las redes sociales se han asentado y generalizado hubieran dado pie a desarrollar entre quienes se sienten más familiarizados con su funcionamiento, un estado de cierta asimilación madura de los significados y significantes que se ponen en juego a su alrededor, de las expectativas y condicionantes que se articulan, y ello hubiera contribuido a la normalización y asimilación de las mismas como parte inseparable de la comunicación, que ya no se entiende de otra manera. Pero ello no quita que esa teórica asimilación no requiera de un proceso de aprendizaje, en ocasiones complejo.

---

1. “Miller (1995) presentó una serie de trabajos sobre la presentación del *self* en la vida electrónica basándose en la información sobre uno mismo que los individuos presentaban en las páginas personales, llegando a diferenciar cinco modelos distintos de presentaciones: el personal, con meras descripciones de cómo y quién es el autor; el institucional, como miembro de una organización; el grupal, principalmente presentándose no sólo a sí mismo sino también a sus allegados; la exhibición de opiniones, en el que se remarcan los centros de interés de los individuos, y la difusión de cualidades, trayectorias laborales o capacidades del propio sujeto.” (Escobar y Román, 2010: 2).

*—Eso hay que vigilarlo mucho, porque como es una cosa del día a día, todo lo que subas, todo lo que comentes, todo lo que hagas tiene que ser de ese perfil concreto que tú quieres, no de cómo eres. [...]*

*—Por eso, físicamente, pero yo te digo más de, pues qué intereses tienes, qué ideales políticos, gustos de lo que sea, da igual. Puedes salir en las fotos como quieras.*

*—Pero mostrar esa forma de ser... tienes que seguirla, es complicado. Sale tu yo.*

*—Ahí está, es complicado ser una cosa que no eres, en ese sentido, con lo de las fotos.*

*—O que sigues a páginas, joder. No es que pongas esto o lo otro, sino lo que te gusta. Como si tú pones a mí me gusta [...], no me gustan programas basura, cosa de éstas...*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

En este sentido, asumiendo sin duda que las claves del lenguaje escrito y oral son distintas, que la presencia *online* y *offline* presenta claves diferentes, se entiende (sobre todo desde usuarios habituales de redes sociales) no sólo que no es necesario mentir en la presentación *online* del yo, sino que tampoco es conveniente. Y en este punto apreciamos la mayor diferencia respecto a años atrás. La asunción y el reconocimiento explícito de que a través de las redes sociales la persona se muestra diferente que en el "cara a cara", y que así tiene que ser en base a las características del medio, despoja de todo atisbo de sospecha a la presentación del yo en la Red (antes observada con mucho mayor recelo, aunque fuera proyectando esos recelos sobre otras personas). Por ello el discurso general aboga por no mentir en las redes sociales, e incluso aprovechar las características y claves del medio para llevar al extremo una parte de la personalidad que no se puede expresar de otra manera, mostrándote "tal como eres"... en ese medio. Porque se acepta que mostrarte tal como quieres mostrarte, siendo conscientes de que no es la única manera en que puedes mostrarte, pero sin engañar a nadie porque todo el mundo acepta, aplica y aprovecha las reglas del juego, es parte indispensable de la lógica del aprovechamiento de las redes sociales.

*—No, yo en una cuenta yo no suelo mentir, porque vamos, vamos, si alguien además que tú conozcas en persona no tiene sentido, ¿me entiendes?*

*—Es que en las redes sociales si tienes... o sea, ven tus fotos. No puedes decir que eres rubio, ojos azules...*

*—En las redes sociales no puedes... no tiene sentido mentir allí.*

*—[...]*

*—Pero si conoces a una persona de eso un día no conoce tu personalidad... Puedes decir que, yo qué sé, qué eres millonario y trabajas en un plató y...*

*—Pero eso también puedes decirlo en persona.*

*—Claro.*

MADRID, 16-8, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

Por tanto, a pesar de que en ocasiones las redes sociales tienden a estar bajo la sospecha de la mentira y el engaño, y los propios usuarios y usuarias reconocen que la mentira existe, lo cierto

es que la tónica general incide en que integrarse en las dinámicas que determinan estas redes sociales supone hacerlo desde la aceptación de sus reglas y desde el conocimiento de sus claves, ventajas y limitaciones. Y aceptando que mostrar una parte “aumentada” de tu identidad no supone mentir, sino amplificar tu yo. Como señalan Reig y Vilchez (2013: 67) “es difícil crear identidades idealizadas en el estado actual de la red social, sobre todo si recordamos que no somos los dueños exclusivos de esta. Además, la propia relación que establecemos en Internet, donde no nos vemos las caras, donde la confianza, elemento esencial en el que basar nuestros juicios y decisiones, debe traducirse a lo virtual, provoca que exijamos responsabilidad sobre sus perfiles a nuestros contactos, que además pueden conversar, interactuar con nuestras autodefiniciones para también ajustarlas a la realidad. Cuando evolucionamos como usuarios, somos, y nuestros jóvenes también, más auténticos en las redes sociales.”

A pesar de ello, resulta evidente (y asume todo el mundo) que habrá gente que mienta en las redes sociales, de igual manera que hay personas que lo hacen en el “cara a cara”. En este sentido, jugar con el riesgo de que alguien te mienta es algo a lo que hay que enfrentarse tanto a nivel *online* como *offline*, en cada terreno a partir de claves distintas, que por otro lado se conocen. Sólo entre quienes son bajos usuarios de redes sociales, o menos intensivos, o entre quienes han vivido alguna experiencia negativa en su uso pasado de redes sociales, se alzan voces más críticas con la presentación del yo “no presencial”, en ocasiones poniendo en duda la buena intencionalidad o su correspondencia con “la realidad” (interpretada como lo que ocurre en el cara a cara). Pero en el conjunto de argumentos resultan voces minoritarias.

*—Y qué pasa, el problema y el peligro de hoy en día es cuando hablas con alguien que ni siquiera es conocido, te han presentado en plan “agrega a Choni Atiquemas-tedá”, por ejemplo, que suelen ponerse mucho. Entonces la agregas y a lo mejor te dice, soy simpática, tal, no sé qué. Y dices, “Me gusta el manga” y ella “Ay, qué bien” y en el fondo, en la vida real dice “Vaya friki”. Y le ha pasado a amigos míos, que de repente quedas y dicen “Madre mía, es todo lo contrario a lo que había hablado yo con ella en WhatsApp”.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

El argumento general incide en la idea de que lo que se muestra a través de Internet, la exposición que se hace de uno mismo a través de las redes sociales, es la realidad mirada desde un punto de vista y adaptada a unas claves, reglas y condicionantes comunicacionales concretos. En este sentido, las voces más críticas resaltan el hecho de que esa mirada parcial (conformada por emisor y receptor) tiende a estar elaborada en torno a un estándar de juventud que tiene a la fiesta, la diversión y el hedonismo como bandera, y que alrededor de esos elementos se construyen determinadas “vidas postizas” (en sus propias palabras) que exponen el lado socialmente más atractivo (en base a ese estándar de juventud) de cada persona, retroalimentando así el juego de seducción y los estereotipos.

*—Simpáticos somos todos por Facebook [...]*

*—No simpático, es un estándar, un estándar de un perfil de juventud. Una persona entre 18 y 25 está en el perfil de que se va de fiesta, se cuelga las fotos. Y a lo mejor*

*una persona de esa edad no es así, y para cumplir con el estándar como que se idealiza y se hace una apariencia.*

*–[...] ]*

*–Bueno, hay tipos de perfiles en Facebook, el casero, el viajero. . .*

*–O sea, salir de fiesta, de viajes, ésas son las fotos que salen más en Facebook.*

*–La paella que te has comido el domingo, una foto con tu abuela.*

*–Es como que tienes que tener tipos de fotos, fotos de fiesta, fotos de viaje.*

*–De estudiar y esas cosas poco, eh.*

*–Porque eso no mola.*

*–De estudiar y de currar pocas fotos, jajaja.*

*–Eso no vende.*

*–[...] ]*

*–También enseñan las vidas postizas del Facebook, que digo yo, porque en el Facebook ¿tú que cuelgas? Las fotos de cuando estás de fiesta, de viaje, una vida como súper guay. Quiero decir que en tu día a día tienes broncas, vas a clase, jaja. Tú te creas ahí una papeleta ideal.*

*–Pero tú ves el Facebook de una persona y sabes más o menos cómo es.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

En base a las diferentes claves que se ponen en juego (en el apartado 6.3 abordaremos con más detalle las diferencias que los usuarios establecen entre la comunicación oral y escrita), la presentación del yo *online* tiene algunas ventajas que adolescentes y jóvenes mencionan. La de más inmediato reconocimiento tiene que ver con que la no presencia física ayuda a superar la vergüenza a la hora de relacionarse, posibilita “romper el hielo”, de tal manera que se entiende que se democratiza el flirteo y la posibilidad de conocer gente. Se asume incluso que en torno a las redes sociales se da un uso “terapéutico” (Gordo y Megías, 2006), en el sentido de que resultan esenciales para que personas que carecen de determinadas habilidades sociales puedan entablar relaciones (siempre otros), puedan conocer gente o, al menos, no sentirse tan solas. Un uso no estigmatizado, encuadrado dentro de la lógica de aprovechar todas las oportunidades que te brindan las TIC, a pesar de que ese uso graviten estereotipos más o menos asociados a usos no tan normalizados (“*freaks*”, “*raros*” . . .). Eso que se entiende como una democratización de la comunicación (dejando ahora de lado el hecho de que existirán ciertas barreras de clase que procuran nuevas brechas en ese sentido), y que desde el discurso de la “normalidad” se asume que permite superar una primera barrera (la que se supera a través de la presentación *online*), que una vez traspasada puede tener su continuación en la exposición del yo *offline*. Es decir, que las redes sociales te brindan la posibilidad de relacionarte y no sentirte solo. . . si estás solo (“yo no”, se suele dejar caer).

*–Yo era de los que. . . de las personas que eran vergonzosas y de que, como dice él, que es que no cruzabas ni una palabra cuando estabas cara a cara. Pero. . . luego gracias al Tuenti, la verdad es que me pude desenvolver mejor y hablar mucho*

más. Y luego que esa persona se va. Que yo soy de verdad majo y que soy... no sé... más gracioso que si me ve, por ejemplo, cara a cara. Porque cara a cara a lo mejor yo no hablo, porque yo soy una persona vergonzosa pero...

—Te sientes más seguro.

—Claro.

—Pero si ya has tenido contacto con él a través de Tuenti o de alguna... pues luego ya no te da vergüenza. Y ya sabes de qué hablar con él por lo menos.

MADRID, 16-8, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—La gente que sea así, más vergonzosa...

—Para esa gente igual sí que les viene bien, se aprovechan de eso para hacer amistades.

—Pero al fin y al cabo siempre van a tener que llegar al mismo sitio, se van a tener que ver. Y cuando se vean, habrán hablado lo que hayan hablado pero realmente no se conocen. Tienen que llegar a un encuentro, y cuando llegue el momento va a ser igual que si no se han visto nunca.

—Claro.

—Pero ya han roto el hielo, es como la reunión esta de aquí, yo te digo que ahora tenemos aquí una pizarrita y te digo que escribiríamos antes de hablar.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

—Es que es una manera, también de... de no estar solo, si estás muy solo.

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Uno de los aspectos más interesantes a la hora de analizar la presentación del yo *online* es que encuentra pleno significado en un proceso de dos caras, en el que parece tan importante la persona que se muestra como la que mira. Es decir, que para la presentación del yo virtual (esas "vidas postizas" que se dice desde el argumentario más crítico) es imprescindible que otros te miren (te analicen, te interpreten, te lean, te respondan... que no sólo te "vean"), algo que implica una participación activa y consciente en las redes sociales. De ahí que sea esencial saber quién te mira, a quién llega la proyección *online* de tu imagen, pues en base a esa certeza se podrá saber cómo está construyéndose tu yo virtual y se podrán adaptar las estrategias si se considera necesario (si no me miran... ¿por qué no me miran?, ¿qué hago mal?, ¿qué tengo que hacer para que me mire quien quiero que me mire?).

—Yo creo que lo que la gente está deseando es saber quién entra en el Facebook.

—Se puede ver, eh.

—¿Cómo?

—Desde una página externa. Quién te ha visitado, a qué hora, qué ha mirado exactamente... todo. Incluso desconocidos, no te dice el nombre, pinchas y ya te sale el nombre de quién te ha visitado [...] Hasta desconocidos totalmente, todo. Lo que ha visto, cuántas fotos ha visto y la hora exacta. Todo.



—Eso está bien.

—[...]

—Si tienes un Facebook y ves que en un mes nadie te haya comunicado, nadie te haya puesto un “me gusta”, o en tres días nadie te ha mandado un WhatsApp... ¿qué está pasando? O sea, soledad en ese sentido. Sí que es verdad que estamos pendientes de esto quien más y quien menos, eh.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

En esa proyección basada en una doble mirada, los riesgos asociados se interpretan en dos sentidos fundamentales. Por un lado, atendiendo a la necesidad de adaptar las estrategias en la exposición del yo (cuando se crea conveniente) y en base a lo que el discurso tópico general interpreta como una mala utilización de las claves comunicacionales del medio, el riesgo es caer en cierto exhibicionismo sentimental que llegue a incomodar al receptor; cuestión que entra de lleno en las interpretaciones sobre los malos usos de las TIC, y que veremos más adelante.

Por otro lado, el hecho de que la proyección del yo *online* también dependa de quien mira implica que, según dicen, puedan ser malinterpretados por motivos ajenos a tu voluntad. Es decir, que a partir de cómo otros perciben tu imagen, del ruido que se puede llegar a generar en la Red, de una incorrecta e involuntaria utilización de las claves comunicacionales de las redes sociales, o incluso de la mala voluntad de los interlocutores, se puede llegar a generar una imagen que se escape al control del emisor. De nuevo, riesgos que las posturas más integradas y normalizadoras con los usos tecnológicos asimilan a los que pueden darse en la “vida real”, que asumen sin preocupación en base a las ventajas y comodidades de que disfrutan y, sobre todo, en función de lo que interpretan es un uso correcto de las redes sociales (yo sé cómo funcionan, qué tengo que hacer para minimizar los riesgos que pueden suponer).

—Hay veces que alguien que no tiene nada que ver con otra persona, a través de fotos o lo que sea, sabe más de ti de lo que crees, y luego te sorprende. Te dicen, oye pues no sé quién está saliendo con ésta... ¿Y cómo te has enterado? Pues porque lo he visto publicado...

—Pues eso es una movida. Me pasó que había una chica que tenía una foto mía y no sé cómo. O sea, en plan, la había subido ella.

—[...]

—Es como todo, tienes un amigo que es bien de poligono y marronero y tal, sales con él y bueno, entienden que tú no lo eres, vamos. Pero si ves a uno por ahí dices “tiene que ser un chulo que lo flipas” y luego no lo es.

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

## 5.2. EL RASTRO DEJADO Y EL CUIDADO DE LA IMAGEN PÚBLICA

Como comentábamos en el epígrafe anterior, la imagen pública asociada a la presencia *online* tiene que ver con la manera en que cada cual se expone y se muestra, pero también con la forma en que otros te miran, te referencian e interactúan contigo. Así, para “cuidar” esa imagen pública

hay que asumir, como cuentan los y las jóvenes, que existe un yo que se gestiona personalmente, pero pueden existir otros que circulan libremente. Es decir, que aunque controles tu “perfil” no puedes controlar los perfiles alternativos sobre ti que circulan por la Red, que pueden alejarse mucho del deseado. Es entonces cuando se corre el riesgo de lo que llegan a considerar una vida paralela, al margen de tu voluntad. De ahí que manifiesten la necesidad de evitar que otras personas “me saquen mal” (en fotos, en referencias, en conversaciones), cuestión que convierte el cuidado de la imagen pública en un ejercicio de alerta constante, actualización y renovación casi en tiempo real, que de nuevo incide en la necesidad de mostrarse activo en las redes sociales como forma adecuada de estar en ellas.

*—Luego llega la típica colega súper maja que te sube una foto de las 5 de la mañana con un pedo que ni Alfredo, con una que flipas y te etiqueta ahí. [risas]*

*—Y te despiertas y dices ¿De qué vas tía? Dices, te denuncio, jaja.*

*—Es peor ahora con los móviles, porque antes tenías que hacerlo en el ordenador, ahora está ahí, en el momento la sacas y la subes. Luego te acuerdas al día siguiente y cuando la ves, lloras. [risas]*

*—Y la tienes que borrar a toda ostia, lo que has subido.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

En este sentido, algunas de las diferencias importantes que los usuarios establecen entre las distintas redes sociales tienen que ver con esa capacidad a la hora de controlar, personalizar y privatizar los procesos de relación y comunicación. Es decir, que sean más manejables en términos de gestión privada de la imagen pública. En función de esta lógica justifican los adolescentes el éxito de Tuenti o WhatsApp, a pesar de lo cual no dejan de reconocer que también tienen sus inconvenientes (que tienen que ver con el control, el estar y sentirse controlados, como veremos más adelante), que en cualquier caso les compensan.

*—Ahí puedes publicar ahora mismo que estás en cualquier lado. La gente también comenta. Estás todo el rato comentando cosas. En cambio, en Tuenti no hace falta, hablas tú con quien quieres y ya está. Y con el WhatsApp igual, hablas, hablas tú con quien quieres y nadie se entera ni nada.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

El yo *online* está compuesto por la manera en que el usuario se relaciona y comunica en las redes sociales, la manera en que se expresa y se muestra, pero también a partir de todo el rastro que va dejando a lo largo de su historia como usuario o usuaria: las fotos que se suben o etiquetan, las canciones que se escuchan públicamente, los gustos que se comparten, los lugares (físicos o virtuales) que se visitan, etc., etc. Elementos que procuran que los usuarios de redes sociales estén constantemente dejando huellas, que dan testimonio de en qué contexto se mueven, qué priorizan, qué les gusta, qué expectativas tienen... En definitiva, de cómo son.

Y en este ejercicio de ir dejando rastro, de configurar un auténtico “historial de tu vida” en tiempo real, las fotografías ocupan un espacio especialmente relevante, como elemento que permite la notificación y la integración: estuve, participé, pertenezco... y tengo pruebas. En este sentido,

de nuevo debemos remarcar la importancia de la industria tecnológica y grandes empresas de telecomunicación, que marcan el paso de la evolución de los dispositivos, priorizando elementos que la sociedad asume como nuevas necesidades básicas en relación a la comunicación. Prueba evidente es el hecho de que los nuevos terminales telefónicos integran dispositivos fotográficos cada vez más potentes (que en muchos casos hacen prescindible la adquisición de cámaras fotográficas para un público medio), y además vuelcan buena parte de sus estrategias comerciales en priorizar la importancia de tales dispositivos, que hasta hace no tanto tiempo (tiempo en que las redes sociales no estaban tan desarrolladas ni giraban tanto en torno a este concepto del “rastreo”) carecían de tanta importancia para el usuario<sup>2</sup>.

*—Todo el tema de las fotos. Empiezas a mirar las fotos de pareja, ves la fotos de alguien y le ves durante su historia del Facebook en plan, jaja “Te quiero mogollón, no sé qué”.*

*—Los collages.*

*—Los collages de amor... y luego de repente está super enamorada y al mes siguiente está enamorado con otro, y al mes siguiente de otro. Qué guay tío... esto cuando seas mayor tienes que flipar. Este fue un mes muy duro, cinco personas diferentes ahí, en tu vida.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Moderadora: ¿Pero por qué preferís poner una foto que escribirlo, por ejemplo?*

*—La foto es como un recuerdo.*

*—Es la prueba real de que ha pasado eso. Tú a lo mejor lo puedes decir y te pueden creer unos y otros no, pero con la foto tú ya... .*

*—Es como que corroboras que es cierto.*

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

Además de contribuir a crear y gestionar el yo *online*, el rastreo actúa a nivel personal como recuerdo, como elemento que permite la rememoración de gestos, palabras, imágenes, etc; por motivos afectivos, sentimentales, o incluso para guardar “pruebas” de cualquier tipo. Por ello también se guardan mensajes de móvil, conversaciones de WhatsApp, *mails*. . . Como señala Lasén (2010: 3), “la posibilidad de guardar la traza de esos movimientos, de estabilizar el flujo afectivo de los contactos interpersonales depende en gran medida de la materialidad de los objetos, los cuerpos y los artefactos. Móviles, ordenadores y webs no sólo son mediadores de comunicaciones orales, escritas y en imágenes, son verdaderas máquinas para realizar y guardar inscripciones (Ferraris,

---

2. Resulta muy esclarecedora la campaña publicitaria de la operadora de móvil de Tuenti, que gira completamente en torno a esa idea del terminal telefónico como dispositivo tecnológico que integra las redes sociales, de tal manera que las propias llamadas telefónicas (y las tarifas asociadas, por tanto) pasan a un clarísimo segundo plano en pos de la posibilidad de estar más y mejor presente en las redes sociales en boga entre adolescentes y jóvenes (entre la que destaca la propia Tuenti, que sin duda intenta aprovechar el tirón). Así lo atestiguan campañas con lemas como “Menos bla, bla, bla y más fotos de pies”, o “1CB son 16.093 fotos de #Morritos”.

2005), en forma de números, sonidos, imágenes y textos; inscriben las comunicaciones, los mensajes, los contactos; al tiempo que contribuyen a inscribir, configurar y guardar el rastro de subjetividades y relaciones interpersonales. Así visibilizan, tanto para los propios usuarios como para terceras partes, las redes sociales, la presencia de los otros significativos y de sus lazos afectivos materializados en los textos, sonidos e imágenes enviados y almacenados.”

Pero ese rastro también permite y resulta operativo para la integración grupal, pues hace partícipe al grupo y lo refuerza. Así, la interacción grupal que tiene lugar a partir del yo *offline* no encuentra su límite en la presencia física, y las imágenes que sirven de testigo de los momentos de unión y diversión grupal (de fiesta, de excursión, en un concierto, en una casa...) sirven para rememorar esos momentos. A través de los comentarios y etiquetas *online* no sólo se experimentan de nuevo esos momentos de diversión sino que, al mismo tiempo, se sitúa al grupo frente al resto, y se refuerzan los lazos de unión de sus integrantes, que forman parte de algo respecto a lo que se sienten seguros en base a esas “huellas”, a esas “pruebas” (mostramos lo que nos ha pasado a todos, dónde estábamos, cómo nos divertimos...). En este sentido, las redes sociales muchas veces se constituyen (como dijo alguien en un grupo de discusión) en auténticos “contenedores públicos”, donde se alojan todos los rastros que dejan los actos, hábitos e interacciones personales y grupales, para que los observe quien pueda y quiera.

*—Yo lo utilizo sobre todo para subir música, lo que más. Y para subir la fotos de la noche anterior o del viaje que nos hemos hecho. Las subimos ahí para que las comenten amigos que no han podido venir o lo que sea.*

GT MADRID, 24-16, MIXTO

*—No sé... es algo normal ya. Ahora dices: “Una foto, para el Tuenti”.*

*—Para tener un recuerdo también.*

*—A lo mejor sales de fiesta y dices: “Mira, dónde estábamos”.*

*—Y luego comentas las cosas que han pasado y te ríes, ¿sabes? de lo que te ha pasado.*

*—[...]*

*—Yo es que cuando subo una foto pienso que, bueno, que sí, que la puede ver al final todo el mundo... pero que yo, por ejemplo, si la subo, la quiero comentar con mis amigos. No quiero... , o sea, que sé que al final la va a ver todo el mundo, pero... no sé... No piensas que... La pongo para que sepan dónde estoy, pero... Pero bueno, la gente que tengo en el Tuenti es porque no me importa que sepa dónde he estado.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

Si bien este rastro del que hablamos resulta tremendamente operativo para la integración grupal, y dota de sentido a buena parte de las interacciones y relaciones que se establecen a partir de las redes sociales, lo cierto es que, en ocasiones, puede llegar a convertirse en un lastre. Así lo interpretan algunos usuarios y usuarias, que explican cómo la huella de tu presencia virtual puede “perseguirte”, y de hecho te persigue, en dos sentidos.

Por un lado, a partir de la presencia de un yo *online* que se escape al control de la persona (como ya apuntamos) y corra de forma paralela, generando una imagen muy alejada de la que se quiere transmitir; y que deja un rastro casi imborrable (*las huellas*) contra el que resulta muy difícil luchar. El caso más extremo sería la suplantación de tu yo virtual (que se hagan pasar por ti) situación respecto a la que quién más quien menos tiene alguna referencia (“yo conocí a alguien que...”).

Por otro lado, el rastro como rememoración puede volverse en contra del usuario de redes sociales cuando se constituye en “prueba” (conversaciones, imágenes...) de infidelidades, traiciones, mentiras. Así, mientras las palabras dichas vuelan, las escritas permanecen, como las imágenes. Es entonces cuando nos encontramos ante la paradoja de que, pese a que la comunicación a través de las TIC y las redes sociales es flexible, ágil y rápida (y tales elementos se constituyen en parte esencial de lo que se consideran sus ventajas), también deja un rastro permanente que puede anclarte al pasado, a actos o errores cometidos en el pasado y en torno a los cuales se ha alimentado o constituido una parte de tu yo *online* que resulta difícilmente controlable y rebatible.

*—Yo el otro día, justamente, no sé por qué, me dio por ver el Fotolog de hace... de 2008 o de 2009. ¿Tú sabes cómo vestía?*

*—Yo porque lo borré... pero una vez que...*

*—Ya, ya, ya... yo también.*

*—Madre mía. Y claro, vi... un comentario del 2010, ¿sabes?, de hace dos años... y dice “Aquí está en su época rave”. Y yo: “Madre mía, ¡qué vergüenza da esto!”*

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

*—Lo malo que tiene el WhatsApp es que si tú no borras la conversación se queda ahí, puedes enseñárselo a quien quieras.*

*—Bueno, pero en el Messenger también, porque te metes en la página de los archivos...*

*—Y se queda ahí, se queda todo guardado.*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Quizás en base a estas consideraciones, y a las propias características y condicionantes que impone el medio tecnológico, se refuerce la convicción de que es necesaria una participación activa en las redes sociales, también en lo que se refiere al hecho de ir constantemente revisando y proyectando la imagen que se quiere dar, el yo *online* que complementa al yo *offline*.

En la línea de lo que señalan Escobar y Román (2010: 3) en relación a la construcción del *self* en el ciberespacio, que inciden en la idea de *self* no como una entidad estática “sino como construida a lo largo de la vida. Sin embargo, la percepción de que está abierta a modificaciones no implica que el individuo descarte la continuidad y coherencia interna en la narración de sí mismo.”

### 5.3. YO LABORAL Y YO SOCIAL

Al principio del informe ya apuntamos cómo la cultura tecnológica multipantalla tiende a difuminar las fronteras entre “lo laboral” y “lo social” (referido al ocio y tiempo libre), y entre los espacios físicos y virtuales que determinan esos entornos. En algunos espacios se rompe la separación entre el yo *offline*, antes exclusivo (trabajo, colegio, casa...) y el *online*, entre lo normativo y lo social, lo privado y lo público: estoy con mis amigos/conocidos todo el tiempo, en cualquier lugar.

Al mismo tiempo, pese a que las redes sociales encuentran su origen en la lógica de la tecnología aplicada al trabajo y la productividad, y que está ampliamente generalizado el discurso en relación a que “hoy en día” resulta imprescindible dominar las TIC y “estar” en las redes sociales para no perder oportunidades e integrarse adecuadamente en el mercado laboral, lo cierto es que buena parte de los y las jóvenes defiende que el uso de redes sociales tiene que ver con el mero entretenimiento: “las redes sociales no son tecnología, es ocio”, se escuchó en uno de los grupos. Y por todo ello resulta interesante abordar (de forma somera, pues este análisis requiere de un acercamiento mucho más enfocado y dirigido) de qué manera se produce el teórico desdoblamiento entre el *yo laboral* y el *yo social*, en relación a la mencionada diferenciación entre el *yo online* y *offline*.

La existencia de dispositivos tecnológicos en los que todo está integrado, que te acompañan constantemente y provocan que la presencia en las redes sea permanente (no es que los y las jóvenes usen las redes sociales; es que *están* en las redes sociales), hace que el yo integrado deba tener en cuenta en todo momento cuál es su interlocutor, y de qué manera le percibe y observa (algo que, como vimos, dota de sentido a la propia presencia en las redes sociales: si no nos miran no existimos, y según nos miren, así seremos). Mientras antes espacios claramente delimitados, como la oficina (como ejemplo de un entorno laboral) y el bar (ejemplo paradigmático de un entorno de ocio y esparcimiento), marcaban de forma ineludible el tipo de relaciones que se tenían en ellos, y la manera en que cada persona se presentaba ante el resto, ahora las redes sociales han difuminado notablemente esas fronteras simbólicas.

Así, en los entornos laborales se tiene la posibilidad de interactuar con personas ajenas a los mismos y entablar conversaciones y relaciones en torno a cuestiones ocurridas en el tiempo libre, o planificar proyectos de ocio. De igual forma, es común que durante los espacios y tiempos de esparcimiento se atienda simultáneamente a responsabilidades laborales, a las que buena parte de la población siempre parece atada a partir de la presencia constante de sus móviles de última generación, *tablets* y similares, auténticas sucursales de sus oficinas, que les acompañan siempre.

Además, a todo esto se le une la posibilidad de que las personas con las que se comparte el tiempo de trabajo o el tiempo de ocio puedan acceder a los perfiles, aplicaciones o plataformas tecnológicas a partir de las cuales te relacionas con personas pertenecientes a entornos simbólicos distintos (gente del trabajo que accede a tus perfiles de Facebook o Twitter y lee tus conversaciones amistosas, o ve tus fotos de fiesta y diversión; amigos o amigas que contemplan tus perfiles profesionales y analizan tus dinámicas laborales...). Por no hablar de la capacidad de control y criba que brinda a las propias empresas, asunto que abordaremos más adelante.

Los argumentos inciden en la importancia de cuidar la presentación del yo en función de si se realiza en la vida laboral o en la vida “personal”. Cuidado que tiene que ver con la gestión de los perfiles personales, las imágenes que se asocian a ellos, el lenguaje que se emplea en redes sociales profesionales o personales, etc. Mientras la imagen pública/laboral debe ser “presentable”, en la que se comparte con las redes de amistad las normas de intimidad y privacidad son otras, los juicios de valor se establecen de forma bien distinta, y el lenguaje y las expresiones dejan de lado la corrección que se presupone en entornos laborales. Por ello se considera importante evitar que en los círculos del trabajo o cercanos al trabajo se tenga acceso a los perfiles personales (de Facebook, Tuenti, Twitter...), estableciendo *nicks* difícilmente rastreables. O se evita poner según qué fotos o qué frases de presentación en perfiles de WhatsApp a los que puede tener acceso personal del trabajo.

*—Pero también lo que has comentado tú, que todas las fotos luego en un futuro... igual tu empiezas con 16 años en una red social y a medida que te vas haciendo mayor vas entrando un poco más en el mundo laboral y te das cuenta de que tienes ahí unos documentos que no te interesa para nada que los vea alguien de tu entorno laboral. Entonces está un poco mal, porque por mucho que no sea una foto tuya, igual la ha subido una amiga tuya y no la puedes eliminar, esa foto se queda ahí. Al final estás haciendo un historial de tu vida que puede cogerlo cualquiera.*

*—Eso, eso es.*

*—Y por mucho que la elimines está en la base de datos. Y sólo con tu e-mail te pueden encontrar. Tú por ejemplo, si ahora vas a una empresa, pues con lo que sale en tu curriculum, tu e-mail, tu no sé qué... se ponen en el Facebook, meten tu e-mail y pueden entrar. Y seguramente tengan a gente así, que sepa...*

*—Miran a ver si das buena imagen a la empresa.*

*—Sólo con el e-mail.*

*—Si por mucho que pongas privacidad a tope siempre te pueden entrar.*

*—De hecho haz la prueba, mete el email y si lo encuentras... yo lo he hecho por si acaso.*

*—En plan de prueba.*

*—Por eso hay que tener dos e-mails, uno formal y el otro... eso es así, jaja.*

*—Clara, yo de todas formas tengo dos.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Cuestión de trabajo y todo, al final.*

*—Date cuenta que yo voy a un evento, hago fotos y tengo al día siguiente diez requests de gente que quiere su foto, y la única forma de conseguirlas es dar la tabarra por Facebook.*

*—Teniéndote agregado.*

*—Y te vas a comer todo lo demás, todo lo que ponga. Y a lo mejor esa persona conoce a una persona que necesita un fotógrafo un día y me escribe, y tengo ahí un*

*trabajo. Es que ahora mismo el trabajo, como casi no hay, aparece de estas formas, del boca a boca.*

*—De hecho es que es como funciona, ahora mismo. Yo aparte trabajo llevando a grupos y tal, como manager, y muchas veces es gracias a que han visto fotos tuyas en no sé dónde y te llaman “No sabía que veníais aquí a pinchar, ¿os importaría venir a tal sitio?” Y claro, es por eso, o tú subes un tema del grupo que llevas, y si hace mucha repercusión y tal, pues todo va linkeado al Facebook. Entonces, yo por eso lo tengo bastante abierto, manga ancha con agregar a gente, porque no lo utilizo de una manera muy personal. Me da igual, ¿qué vas a ver, cuatro fotos mías borracho? Me da igual, el que más y el que menos alguna vez me ha visto, porque es lo que tiene trabajar de noche.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

La inmensa mayoría de los y las jóvenes consideran que el uso laboral (incluso escolar) de las redes sociales forma parte del presente y de la realidad del mercado de trabajo, constituyéndose en lo que consideran una necesidad: tienes que estar en ellas y saber usarlas para evitar la exclusión y maximizar las oportunidades a la hora de encontrar trabajo. Tanto es así, que afirman que “quien no tenga Internet hoy en día está un poco perdido”. En este sentido se asumen nuevas brechas relacionadas con la tecnología, que en última instancia nos remiten a la variable clase como elemento clave en el establecimiento de estas fracturas sociales. Si hay empresas e instituciones que sólo ofrecen información relevante de manera *online*, o si acceder a la información de la manera más rápida y directa (más competitiva, en un contexto en el cual quien llega el último habrá perdido las opciones) supone hacerlo a través de Internet; si es más rápido hacer llegar un *curriculum vitae* por *mail* (a veces es la única manera); si muchas empresas consideran que parte importante en el proceso de selección de personal tiene que ver con el rastreo de los perfiles y redes sociales de los candidatos y candidatas, o si el mismo hecho de no participar en las redes sociales puede ser considerado por los empleadores como signo de no estar integrado en los procesos normalizados de relación y comunicación que deberían corresponder a una persona que gestiona adecuadamente su yo profesional. . .

*—Lo uso mucho para poner mis trabajos. “He estado trabajando para tal”. La gente, yo tengo muchos clientes, tengo mucha gente que me puede dar curro, si ven que yo tengo ese volumen de trabajo en seguida se interesan. “Ostias, este tío está trabajando, tiene mucho volumen”. Aunque sea falsearlo, muchas veces.*

*—Hombre, todo el rato. De hecho ahora eso es otro clásico. Es necesario [ . . . ]*

*—Pero el uso de estas cosas es más real. No es como “Voy usar esto que mola mazo”, te voy a llamar igualmente pero voy a usar esto. . . yo también lo uso para el trabajo y es un movimiento continuo, de rapidez, es una facilidad constante.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

*—Por ejemplo hay una red que es LinkedIn, ¿la conocéis?*

*—Sí.*

*—Es más para gente de empresas.*



—Claro, por eso. No sé por qué las empresas publican por Facebook.

—“He trabajado 5 años de director comercial en no sé dónde” como es un poco tu currículo ¿no?

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Te hacen tenerlo.

—Sí, poco a poco te van metiendo y lo tienes que gastar y punto, porque quieren. Pero realmente estás obligado, a mí no me gusta y no lo quiero gastar.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

En última instancia, incluso las posiciones más adheridas a esta idea juegan con la fantasía de poder ganarse la vida a partir de las redes sociales como elemento en sí mismo de enriquecimiento, como medio de generar ingresos a través de publicidad, concursos, juegos de azar, sorteos, trabajos puntuales, estrategias piramidales de ingresos, etc.

—El año pasado, por ejemplo, estuve trabajando cuatro meses, poniendo publicidad de una marca de cerveza para la que yo trabajaba, para que tuviese más visitas la web. Entonces a mí me pagaban un extra, yo tengo bastantes amigos en Facebook a lo tonto, entonces vieron que podría funcionar y me daban dinero por poner publicidad, a lo tonto.

GT MADRID, 24-26, MIXTO

—Además ahora también puedes conseguir dinero, ganarte la vida... es difícil, tienes que tener mucha suerte en todo eso, pero por ejemplo en YouTube ya puedes ganar un dinero con tus videos si tienes un montón de visitas, y eso lo consigues también promocionando tus vídeos, que la gente los vea, porque si no tienes nada, tú subes un video pero la gente ¿cómo lo conoce? No va a ir por casualidad a un video que ha subido alguien que no ha subido nada.

—Todo eso es bueno, las redes sociales...

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

Todo eso, según consideran unos jóvenes que en su mayoría aún no están integrados en el mercado laboral, te “obliga” a tener conocimientos en relación a las TIC y a estar en las redes sociales. Sin embargo, esta perspectiva, que marca claramente sus expectativas futuras (adaptarse cuanto antes, pero fundamentalmente para poder estar integrados laboralmente en un futuro próximo), parece presentarse en un escenario en el que la integración a través de la tecnología aún se puede conseguir a través del ocio, las relaciones y el entretenimiento, y no tanto las responsabilidades.

En este sentido, el panorama que dibujan para la siguiente generación es distinto: según dicen, “nosotros podemos sobrevivir sin ello, pero nuestros hijos no van a ser capaces”. Bien es cierto que esta perspectiva suele ser abanderada por los usuarios menos intensivos de redes sociales, o quienes se sitúan al margen de las mismas.

## 5.4. GESTIÓN DEL TIEMPO, DEL GRUPO Y DE LA AGENDA

La lógica de la gestión del yo sobre la que se asienta buena parte del éxito y el sentido de las redes sociales, no sólo tiene que ver con la forma en que las TIC permiten a los usuarios presentarse y relacionarse; también con la manera en que permiten organizar las redes de contactos, amistades y relaciones (las “redes sociales”, en sí mismas), y las posibilidades que ofrecen a la hora de gestionar el tiempo. Todo ello, desde la premisa de buscar el orden práctico ante todo, empleando de forma flexible y adaptable a necesidades cada medio, cada dispositivo, cada red social.

De forma evidente y explícita, los y las jóvenes señalan que las TIC permiten organizar la vida en tiempo real, de la forma más cómoda, eficaz y entretenida posible. La inmediatez y la capacidad de interacción permiten “no perder el tiempo”, aspecto que se ensalza como un valor imprescindible y consustancial a la sociedad tecnologizada en la que vivimos. Estar conectado es estarlo permanentemente, aprovechando al máximo las posibilidades de esa conexión, y organizando la propia vida en torno a esa conexión y a la gestión de las redes sociales que procura. Se habla, se relaciona y comunica cuando cada cual quiere... porque siempre se puede. Gestión del tiempo que encaja en la lógica de no perder ninguna oportunidad, en este caso maximizando la posibilidad no sólo de organizarse, sino de aprovechar las opciones multitarea que ofrece un sistema tecnológico multipantalla (mantener varias conversaciones a la vez, atender ocio y trabajo de forma simultánea, cambiar planes sobre la marcha, etc.).

Dentro de las posibilidades que ofrecen las TIC en relación a la gestión del tiempo, entre los y las jóvenes parecen adquirir especial relevancia las relacionadas con la manera en que se organizan y gestionan los grupos de pares, sin duda porque constituyen parte esencial de su día a día, además de por ser referente integrador de primer grado. Fundamentalmente en lo que se refiere a las dinámicas de comunicación grupal y a la forma en que se trasladan del plano *online* al *offline*. Con el grupo existe la posibilidad de hablar de forma simultánea, de tal manera que es el grupo el que se constituye en el propio interlocutor de cada usuario, a partir de unas dinámicas que, se reconoce, presentan mucho ruido a la hora de entenderse (conversaciones que se solapan, difícil juego de pregunta-respuesta, confusiones, malentendidos...), pero que presentan ventajas que compensan todo eso.

Los planes del grupo se pueden desconvocar y convocar en tiempo real, de tal modo que han cambiado las normas y el protocolo a la hora de quedar *offline* a partir de “quedadas” *online* (en ese ejercicio de traslado *online-offline* que comentábamos). La inmediatez y rapidez que ofrecen las redes sociales se aplica en el momento de convocar al grupo, pero también en el de desconvocar. Por ello parece que no existen los planes fijos y se asume que las convocatorias son flexibles, modificables, adaptables. Ello procura que siempre haya que estar pendiente del móvil (como paradigma del dispositivo integrador) para actualizar los planes, los recorridos, en un ejercicio de cierta esclavitud respecto al dispositivo tecnológico que puede resultar paradójico si lo situamos frente al espejo de la libertad de movimiento y capacidad de adaptabilidad que se atribuyen como ventajas.

*—También para lo que es bueno, por ejemplo es para hacer por ejemplo una quedada. Porque antes tenías que ir uno por uno. Hacer un grupo en el WhatsApp o en*

*el Tuenti y haces una quedada con todos. Eso también me parece bueno. Para hacer un evento o algo. [...]*

*—Ese es el principio para quedar, porque después bueno, sales y no hace falta, pero para quedar, es también para lo que vale.*

*—Antes estabas en el colegio y decías, a las 5 quedamos en principio... Y ahora con el WhatsApp...*

*—Claro, ahora dices: "Me voy que tengo prisa, pero hablamos por WhatsApp".*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Yo creo que luego está bien para organizar grupos y cosas así. Por ejemplo yo, que soy bastante despistada, los grupos me sirven para organizar eventos, cumpleaños, regalos, si hay que pagar tal cosa, viajes de verano, todo, muchas cosas.*

*—Sí, de agenda o lo que sea.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

La capacidad de movimiento (entendido no sólo como el físico sino como capacidad de adaptarse, de reaccionar, de interactuar...) deviene entonces en necesidad y exigencia de movimiento, como elemento en sí mismo de integración. Fundamentalmente, frente a lo que se entiende como quedarse estancado, parado (anticuado), elementos que irían en contra del universo simbólico que representan las TIC (siempre en movimiento, siempre "avanzando"). Y, en lo práctico, la integración tiene que ver con adaptarse a la manera en que el grupo gestiona sus encuentros: mientras antes te quedabas fuera si no acudías a la cita previamente convocada (*offline*), ahora te quedas fuera si no estás presente en el medio a partir del cual se convoca la cita, que presupone que esa misma cita se podrá cambiar sobre la marcha y que el cambio no requiere mayor justificación. Es decir, que da igual que en el colegio hayas acordado una cita grupal para después de clase, que si el grupo decide cambiarla vía WhatsApp se cambiará, aunque alguno de sus miembros no tenga y, por tanto, no se entere del cambio; a partir de ahí, la voluntad y el "esfuerzo" por informar a quien esté al margen del grupo *online* sólo dependerá de acciones individuales, pero no se presupone como un comportamiento del grupo. Dependencia, por tanto y de nuevo, de la propia capacidad de movimiento del grupo (estar en el grupo *online* para poder estar en el grupo *offline*).

*—Ya estás acostumbrado a tu chat de grupo con X gente y ahí pones "Estamos aquí". Y esto es joder, ahora tengo que llamar a éste, y al otro que también está en el grupo". Pues eso, una molestia. Estás acostumbrado a dejar la información ahí y listo, cada uno que se apañe.*

*—Antes era, pones ahí una cosa y todo el mundo va porque es real, vamos a estar ahí. Pero ahora, como cambian las cosas cada vez por tres gracias a esto, no tienes unos planes fijos. Estás todo el rato en movimiento.*

*—Sí.*

*—Sí, y ahora porque puedes avisar y eso, y avisas a todos.*

*—Antes era más de quedar en un sitio y todo el mundo ahí. Después ya nos moveremos.*

*Ahora es como "Oye, que voy con tal a nosedónde, pero ya te aviso ahora", es como más dinámico, por decirlo así.*

*—Antes era "A las siete en la plaza", y al que no estaba le daban por culo.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

*—Con el WhatsApp cuando quedas con alguien estás todo el rato por el camino: "¿Por dónde vas?"*

*—¿Dónde estás? ¿Cuánto te queda?*

*—"Estoy llegando". [...]*

*—O por ejemplo, quedas con alguien y te pierdes y le dices: "Voy por aquí, estoy viendo una panadería y una cafetería, estoy en la calle tal...". Y te va indicando.*

*—O le puedes mandar tu ubicación, una foto, un vídeo...*

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

Además de esta modalidad de gestión del tiempo y de la posibilidad de organización de las dinámicas grupales, dentro de la lógica del "por si acaso", las redes sociales permiten la gestión personalizada de la agenda de contactos y redes de amistad, que para los usuarios supone un elemento más dentro del mejor aprovechamiento de todas las oportunidades que brindan las TIC. Gestión de la agenda que tiene que ver tanto con las posibilidades que se dispone a la hora de agregar (y borrar, llegado el caso) a tus redes sociales a personas que puedan interesarte en sí mismas o como puente o nexo hacia otras personas y redes; y también con la manera en que se pueden organizar, dividir, intercambiar y clasificar todos los contactos ya existentes, de tal manera que se facilite el aprovechamiento de las posibilidades que ofrezcan, siempre bajo la perspectiva de la rapidez y la facilidad. En este sentido, conviene destacar que, según se extrae de la forma en la que los y las jóvenes usan las redes sociales y hablan de ello, esta gestión de la agenda tiene un mero carácter práctico, y que por ello no conviene buscar un sentido último de los porqués y de los motivos por los que se lleva a cabo tal gestión de la agenda. Se usa a demanda, en base a necesidades y según las características de la red y las posibilidades que ofrece. Así, el uso depende más de las posibilidades que ofrece la red social que del propio interlocutor, y siempre con el objetivo último, tantas veces señalado, de no perder oportunidades.

## 5.5. LA DEPENDENCIA DESPREOCUPADA

El sentido en que los y las jóvenes interpretan y dotan de significado al tipo de usos que realizan de las TIC y las redes sociales, inevitablemente contribuyen a generar expectativas y percepciones sobre su relación con la tecnología. Fundamentalmente en lo que se refiere a cómo se entienden los malos usos, teniendo en cuenta que, esencialmente, las TIC y las redes sociales son analizadas en términos de "ventajas" y de "progreso". El punto de partida de estos argumentos descansa en la idea de que todo avance plantea una contrapartida que hay que saber manejar (por lo general todo usuario se siente en disposición de controlar esa contrapartida peligrosa): que multiplicar los canales de relación y comunicación también genera nuevas brechas, que en los márgenes del nuevo escenario de comunicación "normalizada" aparecerán nuevos tipos de mar-

ginalidad social, que multiplicar los flujos de comunicación puede generar un ruido y una saturación que procure que se pierda o desvirtúe el sentido último de algunas relaciones personales, o que el hábito de uso en torno a las redes sociales alcance cotas de “enganche” que lo haga incompatible con otras actividades cotidianas. Algunas de estas cuestiones ya se han apuntado en apartados anteriores.

Así, indicábamos algunos “malos usos” (siempre desde la perspectiva de los y las jóvenes) asociados al hecho de que la cultura de la tecnología integrada e integrante (tener todo a mano y en tiempo real; todo el universo en un dispositivo móvil) puede llegar a acomodar y elimina el esfuerzo, sobre todo frente a las relaciones sociales y la sociabilidad entendida de forma “tradicional” (física). Ya en Gordo y Megías (2006) se señalaba cómo buena parte de las interpretaciones sobre los malos usos asociados a la tecnología tenían que ver con el *deber ser* de las relaciones tecnosociales, en torno a la interpretación de lo que se consideraban relaciones “verdaderas” (las que se producen en el “cara a cara”), y en base a lo que se interpretaba como el coste de oportunidad de estar en las redes sociales (las cosas que se dejan de hacer por un uso abusivo de las TIC). Lo cierto es que un aspecto esencial que marca el análisis de la presente investigación tiene que ver con la manera en que ha evolucionado esa interpretación sobre el *deber ser* de las relaciones, pues resulta evidente que el desarrollo y penetración de las redes sociales en las dinámicas comunicacionales de adolescentes y jóvenes, ha redefinido de forma importante la manera en que se interpretan y analizan las pautas de relación “normalizadas” entre los y las jóvenes. Ya lo hemos visto en relación a la complementariedad del yo *online* y *offline*, y también lo veremos cuando hablemos de las nuevas estrategias relacionales en torno a las redes sociales, en el apartado correspondiente.

Es por ello que los discursos sobre los malos usos inciden más en los elementos que hacen referencia al riesgo de “enganche”, y con el exceso de exposición personal (que abordaremos en el siguiente capítulo y también en relación a los conceptos “privacidad” e “intimidad”). En primer lugar, buena parte de las consecuencias “negativas” atribuidas al uso de las redes sociales tienen que ver con su capacidad para generar una “dependencia” donde no existía (la sensación de estar completamente incomunicados sin dispositivos que hasta hace poco no tenían, por ejemplo). Y en este sentido, la perspectiva que se tiene sobre las redes sociales es la de un mundo de posibilidades de relación y diversión que te avasalla, te atrapa y introduce en una dinámica de la que resulta complicado salir, por un lado en base al nivel de uso y de dedicación que requiere, y por otro en función de su capacidad de control, aceptada como contrapartida indisoluble (acepto estar un poco controlado porque yo también puedo controlar).

Así, se llega a reconocer la necesidad de disponer de una “conexión” constante (conexión wi-fi como cordón umbilical que te une al mundo), pero también el hecho de que existe cierta dependencia de la propia capacidad de relación y movimiento. Y, en última instancia, de la gente: necesito que estén ahí, que interactúen conmigo, que me miren y doten de sentido a mi yo *online*. Dependencia de las personas que no es otra cosa que dependencia de los dispositivos tecnológicos que permiten estar en contacto permanente con la gente que forma tus redes sociales, y cuya ausencia intensifica la ausencia del otro y agudiza la sensación de “incomunicación”. Es entonces cuando surgen nuevas formas de ansiedad social ligadas a la ausencia de los dispositivos tecnológicos en torno a los cuales se organiza y gestiona el día a día y que, en palabras de los propios usuarios, pueden llegar a convertirse en una “obsesión”.

—Está claro que te hace dependiente, porque te crea necesidad de estar todo los días mirando.

—Moderador: También tienes más libertad de movimiento, a lo mejor.

—Sí, es que también te permite tener a mano... lo que no significa estar todos los días o cada dos o tres día diciendo "Eh, ¿qué tal?" Lo tienes ahí como forma de contactar.

—Pero en general dependiente de la gente, estamos pendientes de si nos han hablado... si en tres días no nos han dicho no sé qué, decimos "¡Ostrás! Han pasado de mí". Eso es depender de la gente cada vez más, actualizar, no sé qué.

—Un hábito ¿no? Entrar en eso es un hábito, realmente [...]

—Dependencia de la gente, a lo mejor. Si hay libertad para comunicarse, pero está dependencia de estar pendiente de las personas, de lo que hace, de lo que dicen...

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

A pesar de que de las TIC se destaca su capacidad para gestionar la agenda en tiempo real y para integrar todas las redes sociales de forma sencilla y veloz, lo cierto es que resulta común la asunción de que "quita tiempo". Fundamentalmente porque analizan que es un elemento de entretenimiento de primer orden, que hace que pases "las horas muertas", entendidas como horas improductivas desde la perspectiva de lo que consideran "importante" (no hago nada "de provecho"). Se afirma que las redes sociales (con el WhatsApp a la cabeza) han pasado de ser un medio para comunicarse de forma puntual y funcional (hablar para quedar y "verse"), a un fin en sí mismo de la comunicación (limitarse a hablar por WhatsApp y no quedar, por ejemplo).

—La pérdida de tiempo... Hay mucha gente que se tira todo el día en Facebook y en vez de, ya no digo leer un libro, en vez de ver una serie o algo, la gente todo el día en Facebook y WhatsApp.

—Claro, y a lo mejor si tienes obligaciones que hacer y estás enganchado al Facebook, pasa el tiempo y no te has dado cuenta.

—Lo primero mirar el Facebook.

—Sí, pasa el tiempo.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Yo creo que es una adicción, en realidad es una adicción.

—Es como una adicción social, por así decirlo. Estás comiendo con la familia y estás pendiente del móvil. Estás quedando con los amigos y estás pendiente del móvil y no estás disfrutando o... estando en el momento, viviendo el momento que estás teniendo.

—Exactamente, yo creo que es una adicción y las adicciones son malas... casi todas. Porque es que es excesivo, estar ahí con el móvil... cuando estás con gente es por algo.

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Es entonces, en la observación del tipo de cosas que se dejan de hacer por estar en las redes sociales, en las responsabilidades que se dejan de atender o las oportunidades que puedes llegar a perder mientras pasas esas “horas muertas” (curiosamente, de nuevo bajo esa perspectiva de aprovechar al máximo las oportunidades, que en sí misma sustenta los discursos sobre las TIC), cuando se interpretan los usos perniciosos. A partir de esta asunción generalizada, existen dos argumentos que sirven para eliminar o disminuir la sensación de culpa y responsabilidad personal (por el hecho de aceptar que se tiene cierto nivel de “enganche”). Por un lado, asumir la naturalización de su relación generacional con las TICs como contexto indisoluble a su condición juvenil, algo que marcaría la necesidad e inevitabilidad de su uso intensivo de redes sociales. Por otro lado, proyectar sobre otros los “verdaderos” usos perniciosos.

En primer lugar, la asunción generalizada de que esta situación es común a toda una generación de adolescentes y jóvenes, aparentemente despoja de cualquier atisbo de preocupación o culpabilidad a quien se manifiesta en este sentido (“todos estamos igual de enganchados”, “nos ha tocado vivir este tiempo”, etc.). Mientras los usos abusivos antes tendían a atribuirse a las posiciones situadas en los márgenes de la “normalidad”, la generalización del uso de redes sociales inserta esos usos intensivos (que en ocasiones serán abusivos) dentro de lo que se interpreta como un hábito que responde a su “naturaleza” como jóvenes y al contexto de desarrollo tecnológico que les ha tocado vivir. Ahora la asunción de la “dependencia” no es vergonzante por generalizada, y en base a lo que entienden que es un patrón temporal propio de la edad, las modas y las tendencias: te “enganchas” y “desenganchas” por épocas (ahora es lo que toca, ya se me pasará...).

Los y las jóvenes asumen que es “normal” estar/pasar mucho tiempo en las redes sociales, algo que provoca que el listón o la frontera del abuso se difumine (¿cuánto es mucho uso de redes sociales cuando lo “normal” es usarlas constantemente?). Sí existen algunos matices diferenciales respecto a lo observado en Gordo y Megías (2006), fundamentalmente en relación a las nuevas posibilidades que ofrecen dispositivos tecnológicos antes no desarrollados, sobre todo en lo que se refiere a los *smartphones*. Así, mientras antes la dependencia del móvil sólo se asumía en base a la imposibilidad de estar localizable sin él, ahora también tiene que ver con la imposibilidad de poder conversar en sí misma, de perder capacidad de interacción constante, en tiempo real, con el grupo; de estar en el grupo, en definitiva. Imposibilidad, por tanto, de integración. Algo que sin duda se vive de forma mucho más preocupante y, por ello, agudiza la sensación de necesidad y minimiza la culpabilidad atribuida al hecho de “estar siempre pendiente” del móvil.

*—Te hablo de mi conocida, que si tiene 17 o 18 años dentro de lo malo no es lo peor, tampoco hace daño a nadie... Si se quiere enganchar, ya se desenganchará, es como un juego. Te enganchas una temporada y después te desenganchas, yo hace una temporada estaba enganchado a Tuenti y ahora ya no tengo. Va por temporadas.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

En segundo lugar, resulta común la mencionada tendencia a atribuir a otros los malos usos asociados a la tecnología (ejercicio de proyección que resulta clásico en numerosas dinámicas sociales y respecto a temas bien distintos). Fundamentalmente en torno a la idea de que se poseen

los adecuados conocimientos técnicos y simbólicos del medio tecnológico, se cuenta con las habilidades sociales adecuadas (ya sean *offline* u *online*) y se tiene la madurez adecuada y el “sentido común” necesario... que otras personas no tienen. Pese al generalizado reconocimiento de que, en mayor o menor grado, las TIC y las redes sociales provocan cierta dependencia, es argumento común plantear que, a la hora de la verdad (ante la disyuntiva entre una concepción de las relaciones sociales mediadas por el cara a cara o mediadas por las TIC), uno mismo valora las cosas “verdaderamente importantes”, las auténticas “necesidades”, y prioriza su independencia (frente a la dependencia de otros).

Argumento sin duda engañoso por cuanto parte de una disyuntiva que ya no se asume como tal (yo *online* y *offline* como caras de una misma moneda, complementarias e inseparables), y por cuanto sólo se explicita ante eventuales (y temporales) “accidentes” logísticos que les impiden disfrutar de los dispositivos tecnológicos a los que están acostumbrados y acostumbradas (quedarse sin WhatsApp, como ejemplo empleado recurrentemente en los grupos, a sabiendas de que la situación planteada tenía rápida “solución”). Además, cuando la mirada se traslada del “yo” al “nosotros”, cuando va de lo personal a lo grupal, la perspectiva en relación al sentido de los usos resulta ser bastante más crítica.

—Yo realmente creo que la mayoría de los jóvenes no lo usa en el buen sentido.

—Ya, ya, eso te digo.

—Es rollo súper adicto, como quien está enganchado al tabaco, están enganchados con las redes sociales. Incluso de entrar un montón de veces al día a ver si no sé quién ha escrito el estado, o sea, ya no es por ver lo tuyo.

—O a ver si tienes algo.

—Yo qué sé, si entro y miro lo mío y ya está... pero es que a lo mejor de una hora que están conectados están cinco minutos viendo lo suyo y el resto de la hora viendo a ver el otro qué ha escrito, a ver esto, lo otro.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

—Nos ha creado una adicción, una necesidad. A mí se me estropeó el móvil, por ejemplo, y necesito llegar a casa y mirarlo.

—Y si no lo tienes realmente... es que no lo necesitas.

—No estoy de acuerdo, pasas dos o tres días sin móvil, sin WhatsApp, Tuenti, Facebook, sin tu mail...

—Sí, lo pasas mal.

—Y luego te das cuenta que estás súper bien, súper a gusto. A mí me ha pasado, he estado dos semanas de viaje y estaba súper a gusto, es que no tengo la necesidad de salir todo el día con el móvil y haces muchas otras cosas.

—Y haces por ver a la gente, si alguna se me ha estropeado y no tenía Internet ni wi-fi ni nada, hago por ver a la gente y de la otra forma lo que decías, les pego un toque y tal y ya está.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA



Cabe destacar, no obstante, que los usuarios más intensivos tienden a ser más prudentes en este sentido, asumiendo más su "enganche" en base a unos hábitos que hacen difícil escapar a la sospecha. También, por supuesto, ante la certeza de que son muchos y muchas, de que no son los únicos.

*—Muchas veces, yo también me he dado cuenta que paso muchas horas conectada y que no hago nada, es como una especie de adicción, porque mogollón de veces entras a mirar cosas que ni te importan. Y luego también el WhatsApp... es un desfase.*

*—Es que es una enganchada, es que todo el día.*

*—Estás todo el día ahí.*

*—En el trabajo...*

*—Es que el móvil, algún día lo he dejado en casa, jaja.*

*—Sí, pero es que si te lo dejas un día estás mal, jaja.*

*—Si se me olvida el móvil, vuelvo a casa.*

*—Y te quedas sin batería y ¡bueno, jaja!*

*—Esa es otra, yo ahora veo que la gente lleva el cargador en el bolso*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Muchas veces estás inmerso en eso y te olvidas realmente de las personas que están al lado.*

*—Totalmente.*

*—Por eso yo pienso que es excesivo, tantas redes sociales y tantas cosas...*

*—Es que la gente se engancha, es que es lo malo que tiene algo que se engancha la gente.*

*—Sí, la verdad es que tú te lo quitas y ¿qué haces?*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

## 5.6. EL EXHIBICIONISMO SENTIMENTAL Y ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA MADUREZ ASOCIADA A LOS USOS TECNOLÓGICOS

Por lo general, cuando los y las jóvenes hablan de malos usos asociados a las redes sociales, tienden a centrar sus argumentos en la necesidad de establecer unos límites a la exposición personal. La cotidiana y constante presencia de las redes sociales en sus vidas y su inserción como plataformas a partir de las cuales no sólo se relacionan y comunican, sino que también se muestran y proyectan su persona hacia el resto, provoca lo que se entiende es una excesiva exposición de parcelas íntimas (sentimentales, personales, incluso físicas); fundamentalmente porque el propio medio propicia que la proyección personal pueda llegar de forma indistinta a personas que te conocen (y pueden recibir tu imagen de una manera) y personas que no. Personas, pues, que se "desnudan" en público, en algo que se interpreta como un exhibicionismo sentimental en tiempo

real. Entonces, el discurso desde los buenos usos de las TIC incide en la sensación de sentir pudor ante el exhibicionismo ajeno. Por constatar que se entra en una esfera excesivamente íntima de una persona que ha decidido dejar de hacerla íntima (o no es consciente de la dimensión pública de su alcance). Porque se proyectan penas, desencantos, desamores, quejas y otras cuestiones de la esfera personal que implican la muestra de sentimientos que no todo receptor puede interpretar, entender ni aceptar de la misma manera (curiosamente cuando el “exhibicionismo” es en torno a cuestiones positivas no despierta tanta crítica). Y porque se señala que se producen expresiones públicas dirigidas a un solo interlocutor (en el sentido de que sólo puede entender un interlocutor), que contribuyen a aumentar el ruido en la comunicación mediada por las redes sociales, posiblemente con el único objeto de plasmar la presencia en esas redes sociales, contrastar la propia capacidad de interacción, mostrar el alcance de los contactos y “amistades”, o simplemente dar fe de tal o cual cosa.

*—Yo no lo hago, ya lo que faltaba... Pero que hay mucha gente que le encanta exhibir todo lo que hace durante su día, donde ha estado, con quién: “He estado en el bar tal”, es que te lo ponen.*

*—Sí, y al momento el móvil lo sube a Facebook.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Yo tengo 200 contactos que es lo que dice él, o llorando... aunque sea una persona que hayas hablado tres veces con él, por su éste, ya sabes si le ha dejado la novia, si se ha muerto su perro. Y es algo que aparte, lo sentiré mucho por él, pobrecito, pero me la suda totalmente, hasta límites insospechados. Entonces yo creo que eso también es un error, malinterpretar eso.*

*—Utilizarlo para abrir demasiado tu privacidad, como contar todo. Porque al final están saliendo tu fotos, cuando estás de fiesta, tus fotos de tal. Vale, pero además de eso me cuentas que fulanita te ha hecho tal faena... no me interesa. A lo mejor es por el uso que yo le doy al Facebook, pero a mí la gente que ya me cuenta todo... mira, no. Y si no eres mi amigo, no me interesa saber todo esto de ti.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

El hecho de “mostrar tu vida a gente que no tiene que saber de ella”, y de constatar (siempre respecto al uso que hacen otros) que “no lo disfrutas si no lo ven los demás”, se constituyen en dos ideas bandera desde los discursos que diferencian “buenos” y “malos” usos de las TIC y las redes sociales. Evidentemente existirá acuerdo generalizado en torno a la idea de que la exposición de la intimidad debe contemplar unos límites asociados a la esfera del decoro, la educación, el pudor, la cultura y el sentido común. Pero cabe mencionar dos aspectos que destapan algunos matices y pequeñas contradicciones que inciden en lo imbricado de la mediación tecnológica con la esfera de lo personal.

Por un lado, y como ya señalamos anteriormente, la proyección del yo *online* alcanza pleno sentido desde la mirada del otro. Como señalan Lasén y Gómez (2009: 9), “estas formas de reconocimiento público constituyen en muchos casos intentos por reconciliarse con el propio cuerpo y la propia apariencia a través de la mirada del otro”. Claro que, como también vimos, en ocasiones

la propia naturaleza del medio (flexible, abierto, ágil, en movimiento... pero que también genera “ruido”, resulta difícilmente abarcable y deja “rastros”) procura que resulte complicado controlar determinados aspectos de esa proyección en base a lo que otros usuarios puedan proyectar sobre ti.

Por otro lado, al mismo tiempo que se critica el mencionado exhibicionismo, se reconoce que se aprovecha esa actitud de “otras personas” para saciar el morbo, la curiosidad y las ganas de “cotilleo”; aspectos que, de forma explícita, forman parte del “juego” de entretenimiento en que también se constituyen las redes sociales. Es decir, que se tiende a criticar un aspecto de la comunicación mediada por las TIC que, en sí mismo, se constituye en parte importante de la “diversión” asociada a su uso. “Juego”, recordamos (porque así lo hacen los usuarios y usuarias), que es público, conocido y en el que toda persona que se adentra conoce (o debería conocer) las reglas, las claves.

*—Le encanta exponer, y sus fotos de fiesta... yo lo odio, que la gente sepa dónde he ido el fin de semana o que me he puesto borracha y estoy una cara ahí... no me gusta que la gente me vea, claramente.*

*—Pero tiene un componente de morbo, de curiosidad. A mí no me gusta nada, eh, pero yo me pongo a ver fotos y me paso media hora, he estado viendo fotos de otra persona y no me he enterado.*

*—Y a lo mejor esa persona me importa nada, no sé ni quién es.*

*—Pero como te sale en las actualizaciones...*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

En esta exposición de las formas de exhibicionismo personal que trascendería los límites del “juego” aceptado y aceptable, se produce cierta *guerra de sexos*. O más bien, cierta proyección de los hombres hacia las mujeres, a quienes atribuyen mayor protagonismo y mayor propensión a ese exhibicionismo, empezando por la esfera de lo físico. Así, en torno a la exposición de imágenes (fotografías) privadas, en actitudes insinuantes o en contextos desenfadados, se genera todo un alboroto y una discusión que los chicos aprovechan para desviar la atención de esos malos usos sobre el género opuesto. Resulta evidente que, de una u otra manera, los hombres también muestran y exhiben esas imágenes privadas que pretenden proyectar una imagen determinada de su persona. Ante la constatación, se escudan en que esas fotografías son y muestran situaciones “normales” (frente a lo que no entienden que sea “normal” en las imágenes de las chicas), en un ejercicio que pone de manifiesto las diferencias de género y los condicionantes culturales y sociales que provocan determinadas desigualdades al respecto, fundamentalmente en la interpretación y sanción pública de algunos actos.

*—Sí, las chicas suben muchísimas más fotos que los chicos.*

*—Y si les das una cámara y un baño ya ni te cuenta.*

*—[Risas]*

*—Los chicos, por lo general, pues... a no ser que estés con tus amigos y eso, no vas a poner a hacerte fotos.*

—Claro.

—O sea, te haces dos o tres, pero no cincuenta.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Yo creo que algunas chicas lo utilizan para exhibirse, están todo el día haciéndose fotitos delante del espejo.

—Yo lo veo igual, y creo que a los chicos...

—Nos da igual.

—Sí, nos da igual. Yo creo que si tenemos que subir una foto la subimos y si no da igual, no pasa nada. Pero creo que muchas de ellas están pensando en "Vamos a hacer una foto y a subirla, y tal".

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

Más allá de ese exhibicionismo sentimental, los usuarios y usuarias más o menos habituales cuentan con relatos de malas experiencias que incidirían en el sentido de los "malos usos" de las redes sociales. Así, el exceso de exposición personal no sólo provoca que pueda quedar dañada tu imagen pública, o que te haga una persona más vulnerable y expuesta, pues también multiplica las posibilidades de que interactúes con quien no debes, con personas que socialmente sí están ubicadas en los márgenes de la "normalidad", incluso de la ley ("raros", "pervertidos", "acosadores"...). Personas que, bajo el prisma de buena parte de usuarios y usuarias, encarnan el lado más "peligroso" de Internet, y que en esa encarnación parecen despojar de tanta preocupación al resto (la inmensa mayoría), cuyas malas prácticas o descuidos se atribuirían a pasajeras épocas de inmadurez, o simplemente a periodos de despreocupada diversión.

Sin entrar en el relato de usos y situaciones asociadas a las TIC y las redes sociales que evidentemente constituyen un delito grave e inadmisibles, en torno a las cuales se genera la imagen de quienes encarnarían el "peligro" de Internet, sí es común la exposición de toda una serie de "personajes" que el usuario habitual se encontrará en uno u otro momento de su presencia en las redes sociales: la persona que se mete en la cuenta de otra para suplantar su personalidad, la que "malmete", la que habla mal de otra, la que sólo pretende ligar, etc., etc. En cualquier caso, y siempre desde esa perspectiva de que participar y estar en las redes sociales supone (sobre todo durante la adolescencia y juventud) un juego en el que se conocen las reglas (y cuando el objetivo es el entretenimiento algunas de las "reglas" pueden no responder a lo que se entiende como responsable o recomendable en otras esferas), y que juegas sólo si quieres. En este sentido, los propios usuarios y usuarias brindan un ejemplo bastante gráfico: en las redes sociales te puedes encontrar con gente rara... igual que puede ocurrir en una discoteca (y no pasa nada porque sabes en qué lugar está y qué puede querer la gente que allí está y cómo puede comportarse).

—Yo tengo un amigo que tiene 28 años y me dice "Yo me he hecho del Badoo porque hay mogollón de chavalitas y quedo con ellas para follar".

—Sí...

—Así de claro, y me dice "Yo no quiero conocerlas por ahí, si las conozco por ahí ya sé también qué quieren ellas. Y yo no quiero encontrar una novia para eso".

*“Si, que es maja, jiji, jaja, pero es para lo que es. Ya me encontraré una tía normal”.  
Esa es otra. . .*

*—Hay cuatro normales, jaja.*

*—Es que no hay ni ahí, ni en las discotecas, ni en los bares ni en ningún lado. . .*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA

A la hora de proyectar los malos usos de las redes sociales, y partiendo de la base de que no parece fácil reconocer ser protagonista de esos malos uso, más allá de una “dependencia des-preocupada” también resulta operativo el clásico argumento “antes, más, peor”: las personas (adolescentes, incluso niños) empiezan “antes” que nunca a desenvolverse con la tecnología y a usar redes sociales; las usan mucho “más”, de forma más intensiva y descontrolada (se “enganchan” más); y las usan “peor”, de manera más inconsciente y con menor criterio en base a la inmadurez con la que comienzan a estar presentes en las redes sociales. Ejercicio de proyección sobre la siguiente generación de los malos hábitos y malos usos que se enuncia con independencia de la edad de quien defienda tal argumento<sup>3</sup>.

*—Yo creo que antes, generalmente, y no es por ser antigua, porque yo vivo bien con el Facebook y eso, pero yo creo que antes estabas como más. . . menos ignorancia tampoco, pero como que. . .*

*—Sí, porque tenías 15 años y no necesitabas el móvil. Pero la gente que tenía 25 cuando tenías tú 15 no hacía eso, no subía fotos de “Estoy comiendo en el (...)”, y te ponía un chuletón, pero la gente no sé. Ahora es todo el rato eso, y es que te estás acostumbrando, la gente más pequeña se está acostumbrando. . .*

*—... escriben en el Facebook ya, y Tuenti.*

*—Y Twitter y demás.*

*—Yo, por ejemplo, cuando teníamos 14 o 15 años salías a la calle a buscar a la gente si no habías llamado a nadie; si te encontrabas a alguien, bien; si no, te volvías a tu casa.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA

Tras este argumento encontramos evidentes contradicciones que sitúan a los usuarios y usuarias ante el espejo de sus hábitos. Principalmente porque tienden a reconocer que las diferencias entre el uso que actualmente hacen de las redes sociales y el que hacían cuando tenían la edad de los y las adolescentes sobre quienes proyectan los malos usos, no tienen tanto que ver con la actitud o los valores que se ponen en juego en torno a la comunicación mediada por las TIC, como con las distancias que marcan los avances tecnológicos (hay aplicaciones y redes sociales

---

3. Señalamos que este argumento es “clásico” porque lo hemos ido manejando y analizando desde hace años sobre cuestiones de la más diversa índole, siempre que implicaran algún tipo de comportamiento, hábito o actitud que se encontrara dentro de la esfera de lo socialmente censurable. Resulta paradigmático en este sentido el ejemplo en torno a los consumos de drogas, legales o ilegales (Megías, 2001; Megías, 2004; Megías y Elzo, 2006; Rodríguez *et al.*, 2008; Megías, 2010), o a los riesgos asociados al ocio juvenil (Ballesteros *et al.*, 2009). Pero la experiencia investigadora nos hace señalar que este ejercicio de proyección sobre otros (sobre los eslabones más débiles de la cadena, por lo general) se produce alrededor de temas de la más diversa naturaleza: los consumos culturales, la educación, la política, el sexo. . .

que antes no existían, o no de la misma manera). Salvando estas distancias, la idea que subyace es “yo hacía lo mismo”. Es entonces cuando surge el concepto “madurez” como elemento que determina el uso diferencial, de tal manera que se llega a admitir para uno mismo el “antes” y el “más”, pero se sigue proyectando sobre otros (los inmaduros), el “peor”. En este sentido, ante el reconocimiento de que en su día se estableció contacto con las redes sociales a una edad a la que actualmente atribuyen buena parte de los malos usos, incluso se señala que, al fin y al cabo, las barreras etarias tampoco son tan efectivas porque dependen de la madurez de cada cual, y puede haber una persona más responsable con 12 años que otra con 16. Claro que no parece muy posible que alguien se sitúe en posición de decir que es la persona irresponsable de 16; más bien al contrario.

*—No, pues yo suelo quedar así, porque cuando me hice Tuenti tenía que tener 14 años, y yo tenía 13.*

*—Yo creo que no, que no los tenía. Y fue esa época, que debe ser justo... fue cuando más gente se hizo, y empezaron a quitárselo a un montón de amigos míos porque averiguaron que no tenían la edad, y eso. [...]*

*—Yo creo que demasiados niños... de 11, 12 o 13 años de edad tiene Tuenti. Y dices también: “Madre mía, si yo a tu edad estaba jugando a las canicas”.*

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

También resulta interesante comprobar cómo parte importante de la proyección de los malos usos tienen que ver con lo que se presupone que es la ignorancia de la propia realidad de esos malos usos. Es decir, usuarios que no son capaces de observar sus hábitos con perspectiva, no se dan cuenta de sus errores, ni calibran la repercusión de los mismos, ni de su presencia *online*; ya sea por inmadurez, o por no manejar las claves de Internet y las redes sociales, ya sean simbólicas (lenguaje, manera de proyectar y gestionar el yo, manera de relacionarse, percepciones y expectativas asociadas...) o técnicas (funcionamiento de los programas, cláusulas de confidencialidad, presencia de la publicidad...). Es el uso continuado de Internet y redes sociales el que hace que manejes las claves esenciales de su funcionamiento y, en este sentido, no pocos usuarios y usuarias reconocen que su dominio actual tiene que ver con haber empezado a una edad muy temprana, que es precisamente una de las cosas que suele atribuirse al origen de buena parte de los malos usos. Así, los riesgos que parecen existir para los más jóvenes usuarios de redes sociales, no se contemplaron para uno mismo, o se observan actualmente como una oportunidad de aprendizaje que ahora se niega para otros.

*—Moderador: Entonces ¿a partir de qué edad pensáis vosotros que una persona se puede desenvolver bien, o sea, sin peligro de...?*

*—Yo creo que 16 años.*

*—15 o 16.*

*—Sí.*

*—Entre 14 y 15.*

*—Depende mucho de la persona, depende de cómo sea de madura, con 14 años yo creo que mucha gente está capacitada.*

—Yo creo que debe ser a los 15, pero ya depende de la madurez de la persona.

—Clara.

—Sí.

—A ver yo me lo hice con 12, pero...

—Sí, algo así.

—Yo también.

—Pero también cometía mis errores, por eso no lo veo bien.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Es que es una herramienta de doble filo. Se ve sobre todo en el nivel de uso, no sé, la madurez de uso de estos medios. Yo veo los comentarios de los típicos canis a lo Gándia Shore, que es que no hay más que verlos [...]

—Yo llevo usando redes sociales desde los 12 o 13 años y porque me emperré, dije "Necesito esto porque tengo estas inquietudes" y mis padres me lo pudieron dar. Vale, de puta madre. Pero la gente que no ha tenido ni interés, tenía sus relaciones del barrio, ahí abajo, sus Facebook personales. El banco del barrio. No han tenido necesidad, ¿por qué? Porque no vive en una gran ciudad. Ahora, de repente se pone de moda esto y te encuentras que esta gente lo usa de una forma... mi familia, mi primo, lo metes en Gándia Shore y se pule a todos, porque es increíble, le ves el Facebook, comentando... tiene mi edad y ya tiene en camino a un hijo, esa es la diferencia. Y él coge y pone fotos de su novia con la tripa y tal, y comentario de mi tío "Es precioso y tal", cosas que en la puta vida... y en realidad es súper bonito, tu familia comentando cosas preciosas, pero no se dan cuenta de que es público. No hagas eso, es ridículo, en el fondo no le interesa a nadie.

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Estos argumentos sobre la madurez giran en torno al continuo antes/ahora, en base al cual se diferencia de los más jóvenes, pero también se proyectan en un futuro cercano. Es así porque se asume que cuando "creces" comienzas a usar otros dispositivos tecnológicos, otras aplicaciones, otras redes sociales, como consecuencia de que tienes otro tipo de necesidades. Uso "adulto" ("maduro") de las redes sociales normalmente asociado al trabajo y a la gestión del yo en el mundo laboral, y también a la consolidación y la conservación de relaciones (en torno al concepto amistad, pues dicen que ya no se usa tanto para "ligar", pero, ¿en base a qué realidad señalan los más jóvenes que los adultos no usan las redes sociales para "ligar"?) como la comunicación con gente que está lejos, o a la búsqueda de antiguas amistades. Uso diferencial que justifica en cierta medida los usos de adolescentes y jóvenes en torno al mero entretenimiento, al tiempo que pueden servir de coartada para jóvenes de mayor edad y adultos para compaginar algunos de esos usos "adultos" con muchas de las mismas cosas que hacen los más jóvenes.

—Yo creo que cada vez se te hace más aburrido ya no sólo de... porque lo tengas desde hace mucho, sino porque ya maduras, y ya te parece una tontería estar ahí todo el día enganchado, porque sabes que no lo necesitas.

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

—Pero yo creo que la gente más mayor, por trabajo...

—Yo creo que son más responsables, pero siempre hay de todo.

—Claro.

—Es un uso más responsable, es lo que hemos estado hablando todo el rato, no creo que una persona normal, con una vida normal esté en su casa colgándose fotos ahí... ¿Que los habrá?, seguro. Pero yo creo que, en general, se hace un uso más responsable.

—Sí, más responsable, que se cortan más. Pero yo tengo compañeros de gimnasio, algunos tienen veintitantos largos, veintiocho y treintaitantos y siguen con su Badoo, con su Facebook y conociendo también a gente, pero lo que está diciendo él, con más restricciones, más sabiendo lo que haces, con más cabeza

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

En cualquier caso, en última instancia, y ante lo que en ocasiones se revela como contradicciones en las que quedan atrapados los propios hábitos, el argumento último será que el problema tiene que ver con Internet en general, como territorio inabarcable e incontrolable. "Lugar" en constante redefinición que impide *poner puertas al campo* de la comunicación, las relaciones y el entretenimiento. En ese terreno se desarrollarán muchísimas cosas buenas y algunas malas. Pero, desde este argumento, no merece la pena preocuparse por muchas de ellas (los malos usos, por ejemplo), porque irán transformándose y escaparán a nuestro control.

—El problema ya no es el Tuenti, sino Internet en general. Que con esa todavía no sabes muy bien.

—Pero es que tampoco puedes poner una barrera para la gente responsable o no responsable porque tú puedes tener 16 años y ser responsable y no ser responsable, y ¿qué pones?, para hacer barreras. No puedes hacer tampoco nada.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Es que todo lo que nos rodea... desde los más pequeños hasta los más grandes...

—Mi sobrina tiene WhatsApp, ya, con 8 años... [...]

—Yo es que no lo veo nada bien, ¿sabes? Porque yo mira, mis primas ahora, con doce años... [...]

—Internet no es bueno.

—Eso es...

—Con 12 años no tiene ni pies ni cabeza tener Tuenti.

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA



# 6. LA TECNOLOGÍA, “LO PERSONAL” Y LO SOCIAL

---

## 6.1. TECNOLOGÍA QUE ACERCA Y TECNOLOGÍA QUE ALEJA

Como vemos a lo largo de todo el informe, la valoración que hacen los y las jóvenes sobre las TIC es eminentemente positiva, muy centrada en las ventajas y comodidades que procuran y en el hecho de haberse constituido en parte indisoluble de sus estrategias relacionales. No es menos cierto que, de forma paralela, también se señalan algunas contrapartidas menos favorables, que generalmente tienen que ver con la manera en que se entienden las cuestiones “personales” y los procesos de comunicación e incomunicación. En este y los siguientes epígrafes abordaremos tales disyuntivas, que por lo general son analizadas desde la perspectiva de constituir parte del “precio del progreso”, pero que en cualquier caso se tiende a pagar gustosamente, siempre dentro de los límites de lo aceptable según las percepciones y expectativas respecto a los buenos y malos usos tecnológicos que hemos visto.

En primer lugar, y partiendo de la convicción aparentemente generalizada de que estamos viviendo en un mundo “frío”, articulado en torno a valores tendentes al individualismo y despojado del calor que procuran las relaciones humanas cercanas y fraternales, las posturas más integradas en las redes sociales afirman que las TIC suponen una ayuda a la hora de acercar a las personas y reforzar puentes de comunicación que procuren lazos de unión personales. En este sentido, se maneja el ejemplo paradigmático de las grandes ciudades, llenas de oportunidades y servicios, crecidas al ritmo del progreso y de los mercados, pero en las que la vida se torna hostil y la comunicación entre los ciudadanos desconfiada y difícil, cuando no improbable<sup>1</sup>.

Pues bien, situados ante este panorama que ellos mismos dibujan, los argumentos mayoritarios, defensores de las bondades tecnológicas afirman que, pese a que en torno a las redes sociales se puede establecer una comunicación “fría” (como el mundo “frío” que la alberga), actualmente se constituyen en la principal ayuda para establecer lazos entre las personas. Es decir, que si no existiera la comunicación a través de las redes sociales, sería mucho más complicado relacionarse.

---

1. En relación a la ciudad como marco en el que realizan este análisis, cabe destacar que en más de una ocasión en los grupos de discusión, jóvenes usuarios de redes sociales residentes en grandes urbes, empleaban justo el escenario contrario para escenificar sus “debilidades” en torno a los usos tecnológicos. Así, contaban cómo cuando iban “al pueblo” sentían mucho más su dependencia tecnológica (respecto al móvil, por ejemplo). Por un lado, porque el entorno procura opciones alternativas que en la ciudad no se contemplan, como poder quedar y ver a la gente sin la mediación del móvil. Por otro lado, porque precisamente en ese ambiente (que ya no es “frío” ni “hostil”) se descubren atados a dispositivos que intuyen que allí no necesitan, pero respecto a los que se han creado una necesidad. Y en algunas ocasiones, porque la experiencia de estar “desconectados” les procura momentos de inesperada tranquilidad (siempre sustentada sobre el hecho de que, cuando quieran, vuelven a estar “conectados”).

—También nosotros vivimos en Madrid, no sé. Tú antes vivías en un sitio más pequeño. Las relaciones entre las personas son mucho más difíciles porque hay mucha más distancia. Yo, por ejemplo, vengo de al lado del aeropuerto. . . Y a mí ir al centro me supone 45 minutos. En ese momento pueden pasar miles de cosas, y te sientes también muy desconectado. Yo, por lo menos, porque no me cuesta mucho viajar esos 45 minutos. . . bueno tú también vives lejos. [. . .] Por eso tiro también mucho de redes sociales para estar al día.

GT MADRID, 24-26, MIXTO

El argumento parece partir de un discurso en clave de añoranza en relación a la pérdida del “contacto tradicional” entre las personas, a pesar de que la tecnología resulte imprescindible para acercar a la gente en el espacio/tiempo, estableciendo esos primeros puentes a partir de los que se puede crear, reforzar o mantener una relación. Pero desde las posiciones que corresponden a los usos más intensivos, tal discurso no parece responder a sus comportamientos concretos. Y en este caso no podemos olvidar que desde los “buenos usos” (que todo usuario asumirá) resulta imprescindible el reconocimiento de las cosas “verdaderamente importantes” (el trato “humano”, “cara a cara”, la amistad física. . .), como justificación de las contrapartidas asumidas y el precio a pagar. Porque lo cierto es que implícitamente, incluso explícitamente, desde esas mismas posiciones se reconoce que hay cosas “importantes” que ocurren en las redes sociales, desde los propios procesos de integración grupal y social, hasta las estrategias de comunicación que suponen los pasos previos al establecimiento de ese “cara a cara”, y que hace de las redes sociales el perfecto complemento a las relaciones *offline*.

Se asume que el riesgo asociado a determinados usos de las TIC tiene que ver con un doble filo. La tecnología permite mejorar la eficacia a la hora de gestionar el yo y organizar la agenda, y de agilizar y multiplicar las oportunidades de relación y comunicación; pero, al mismo tiempo, complejiza los procesos y el flujo de relaciones, multiplicando las redes, las posibilidades, los interlocutores, propiciando que se multipliquen también las estrategias de comunicación, las expectativas, etc. Escenario de posibilidades que se intuye casi infinito, pero que precisamente por ser inabarcable provoca que en muchas ocasiones esté definido por el ruido, y por desviar el foco de interés y atención de las cosas que generalmente se entienden como “importantes”. Y escenario en el que se establece (muchos) lazos volubles, ligeros, relaciones blandas. En este sentido, algunas voces interpretan que se enfrían las relaciones sociales, a partir de una “despersonalización” que siempre tiene como referente la necesidad del contacto físico/visual.

En la práctica, se dice que las redes sociales y las relaciones *online* que en ellas se establecen no sustituyen a las relaciones *offline*, pero pueden llegar a perjudicarlas (“si no estuviéramos tanto en las redes sociales quedaríamos más”)<sup>2</sup>.

---

2. No podemos menos que remitirnos a los datos señalados en el capítulo 3, que indican que casi el 17% de los jóvenes de 15 a 29 años señalan que por “utilizar Internet” ha disminuido su tiempo de “pasear, salir con amigos/as o con la pareja” (porcentajes que son superiores para otras actividades, relacionadas con la cultura, el ocio o el estudio). Quizás si la pregunta hubiera añadido a “utilizar Internet” el “estar y usar las redes sociales”, el porcentaje hubiera sido otro. En cualquier caso, valga para contextualizar el peso del discurso frente a los datos.

*—Las redes sociales no son malas, son como un punto de encuentro, si tú necesitas hablar con alguien, decirle algo a alguien, vas ahí y seguro que lo encuentras, antes o después lo encontrarás. Si no tienes eso, le llamas, también, pero el WhatsApp es gratis, te ahorras eso.*

*—Dentro de unos límites, siempre que no sobrepase la necesidad.*

*—Siempre que no anule lo personal, digamos, que sea como complementario a lo mejor.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Yo creo que muchas veces es también inconscientemente, que no te das cuenta y poco a poco... dices "Pues hace un mes que no hablo con tal persona".*

*—Moderadora: Hablar, te refieres a hablar personalmente.*

*—Sí.*

*—O por redes sociales. Normalmente hablamos por redes sociales. Aunque no le veas, como hablo con él por aquí, ya no le llamo para quedar o lo que sea.*

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

Las redes sociales también procuran la dualidad entre lo que se entiende por "cerca" y "lejos". Por una lado, porque resulta evidente que pueden procurar mayor proximidad con personas que físicamente se encuentran muy lejanas, eliminando en ese sentido la distancia física, y difuminando las fronteras espacio/tiempo (te comunicas donde quieras, cuando quieras). Además, dicen adolescentes y jóvenes usuarios, acerca a las personas en el sentido de que, en tiempo real, puedes conocer estados de ánimo de gente que quizás no puede o tiene mayores dificultades para mostrarlos de otra manera. Redes sociales como punto de encuentro complementario al "físico" que, bajo esta perspectiva, provoca que "te relacionas más que antes".

*—Está muy bien para comunicarse, con los años en mi entorno ha empezado a irse mucha gente a trabajar y vivir fuera, es una manera de seguir manteniendo un poco el contacto. Porque sí, por carta, lo que tú dices, la mandas, pero igual tengo que esperar... al final te da pereza*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—A mí me pasa con la gente de Galicia también, que no la veo casi nada, salvo que ellos vengan a algo en Madrid. O cuando yo voy, que ni siquiera me da tiempo. Entonces "¿Qué tal os va?" No es tan diario, pero sí a lo mejor una vez a la semana. Al final tienes más relación, sabes más de la otra persona y te mantienes más al día que de la otra manera.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

*—Si tú ves a una amiga que ha puesto algo de bajón piensas ¿qué le habrá pasado con el novio? o cualquier cosa. Y a lo mejor hasta la llamas apostada y la preguntas qué le pasa, cuando a lo mejor si no ves eso no se lo preguntarías, si está bien o mal.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

Sin embargo, la otra cara de la misma moneda que es asumida por el discurso mayoritario (aunque usos más o menos intensivos hagan hincapié en unos u otros aspectos), incide en que la complejización de los procesos de comunicación puede procurar precisamente una pérdida de implicación personal con lo más próximo. Por un lado, porque aunque se establecen nexos de unión y contactos más habituales, estos son más volubles, más frágiles, menos “intensos” (en sus propias palabras); y además la conexión permanente puede llegar a saturar hasta el punto de que se pierda la “chispa” de las relaciones (“si estás todo el día en WhatsApp, ¿qué te vas a contar cuando te veas?”). Por otro lado, porque en ocasiones se genera una evidente lejanía (por in-comunicación) con quien tienes al lado. En este sentido es recurrente el ejemplo de personas sentadas a una misma mesa, en silencio y prácticamente sin mirarse, cada cual absorta en responder a una conversación distinta a través de su teléfono móvil. En ese momento se puede producir la paradoja de estar más cerca de los que están lejos que de los que están cerca.

*—De la que tienes al lado te alejas, de las que tienes lejos te acercas porque estás más en contacto. Pero luego vas a tomarte un café y en vez de estar hablando con la que tienes enfrente, estás con el móvil mirando otras cosas, te estás alejando.*

*—Es que muchas veces quedas con esa persona, ¿pero qué es lo que tienes que contar?, si se lo has contado todo.*

*—A mí no me parece tanto. Yo por ejemplo, no siento que me aleje de mis amigas, siento que me entero de más cosas... chorradas, pero bueno, te enteras, pero si realmente son tus amigas quedas con ellas, te tomas un café...*

*—Igualmente quedas con ellas, pero estás pendiente de otra cosa.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—A veces quedar con una amiga para tomar algo y decirle “Tía, guarda el móvil”, o sea, que has quedado conmigo y no me estoy enterando de nada.*

*—Y de estar en el mismo grupo de amigos, estar físicamente allí y uno con otro estar hablando por WhatsApp.*

*—Sí, eso pasa.*

*—Eso es muy fuerte.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

## 6.2. LO PERSONAL, EL RUIDO Y LA DESPERSONALIZACIÓN

En Gordo y Megías (2006) ya analizamos como el discurso mayoritario sobre la inserción de las TIC en la vida de los y las jóvenes, al tiempo que ensalzaba las virtudes y ventajas del desarrollo de las redes sociales, la necesidad de naturalizar la relación con la tecnología y de adaptarse a los cambios que procura, también manejaba la contraposición entre lo físico y lo virtual a la hora de connotar el sentido de los usos. Así, implícita y explícitamente se incidía en que “lo personal” se presupone “físico”, que “lo importante” está mediado por el “cara a cara”, y que la amistad es presencial. En base a esta aceptación generalizada, la inserción de la tecnología en las

relaciones entre personas y en sus estrategias de comunicación, habría de ser complementaria a lo que ocurre en la “vida real” (la física, presencial), siempre procurando ampliar y mejorar las posibilidades de relación en ese contexto *offline*, pero nunca sustituyendo al mismo. Como se señalaba entonces: “Estas observaciones sobre la autogestión y la proyección del yo a través de las TIC están constantemente puestas en relación con lo que los planteamientos referidos a las relaciones ‘verdaderas’, o parámetros de la ‘normalidad’ en lo que se refiere a las interacciones entre las personas. Y en base a estas consideraciones, lo importante, lo ‘trascendente’ con los conocidos ocurre en el ‘cara a cara’, en el contacto físico y ‘personal’, aunque lo íntimo, lo más nuestro, lo intocable, se desplaza paulatinamente, para un sector de la población, a ser narrado y reflexionado en la interacción virtual que proporciona la cultura Messenger con extraños, conocidos, o con aquellos ‘agregados’ que no tiene una presencia habitual en nuestras otras vidas ‘reales’, o a los que no debemos ningún tipo de explicación o coherencia en el día a día. Así, en base al planteamiento que tiene más de políticamente correcto, los usos adecuados pasarán por una progresiva criba y selección de contenidos y aplicaciones, que en ningún momento propicie la sustitución de las relaciones ‘verdaderas’, sino que incluya las opciones que presentan las nuevas tecnologías en el entramado de nuevas oportunidades y nuevas opciones de ocio, trabajo y relaciones (o lo que podríamos denominar ‘yotredad’ atendiendo a la suma y funcionalidad de la alteridad virtual).” (Gordo y Megías, 2006: 204).

Entonces se apuntaba que, “para un sector de la población” (los más integrados con los usos tecnológicos), las parcelas “íntimas” de las relaciones se iban (también) desplazando “paulatinamente” al terreno *online*. En este sentido, el presente acercamiento dibuja un escenario en el que la diferenciación entre el yo *online* y *offline*, como hemos visto, no se hace en términos de oposición, sino de complementariedad, como dos caras de una misma moneda, que adquieren sentido en base a la características y naturaleza de cada contexto (el virtual y el presencial), pero que en conjunto conforman una perspectiva más amplia del yo. Es decir, que ya no existe (o no tanto) la tendencia a poner bajo sospecha la proyección del yo *online* (como un yo mentiroso, falso). Consecuentemente, a partir de la aceptación de que el yo *online* es un yo “verdadero” (los habrá falsos, como también ocurre presencialmente), aunque sea diferente, las consideraciones respecto a la idea de que las cosas “importantes” sólo tienen lugar en el cara a cara, quedarán convenientemente matizadas.

Por un lado, porque las diferencias entre el lenguaje escrito y oral (sobre las que hablaremos más adelante) propician que el yo *online* sea capaz de manifestarse de manera distinta, con menor vergüenza y sin las cautelas que en ocasiones propicia la presencia, el gesto, el tono... Explotación de una manera diferente de expresión que no se estigmatiza, en base a la lógica de la mejor gestión del yo y del aprovechamiento de todas las oportunidades que ofrecen las redes sociales. Así, se percibe que, a pesar de que el punto de partida es el mismo (lo “importante” se da en el “cara a cara”), entre otras cosas porque la asunción de lo contrario tiende a ponerse bajo sospecha como muestra de determinadas carencias en relación a las necesarias habilidades sociales, existe una clara tendencia a aceptar que el yo *online* también representa una parte importante del yo y que, por tanto, las cosas que tienen lugar en el espacio virtual también son “importantes”. En la práctica, es común reconocer lo esencial de los primeros contactos “virtuales” como base sobre la que asentar futuras amistades, la importancia de la presencia cons-

tante que procuran las redes sociales como elemento que procura el “roce” que sustenta esas relaciones de amistad, o la forma en que sirven como contexto en el que también se dirimen conflictos personales o de pareja, o se muestran afectos y sentimientos (en el ámbito de la pareja se reconoce que por WhatsApp, por ejemplo, se mantienen acaloradas discusiones, incluso se producen rupturas).

*—La verdad es que antes de que existiera el WhatsApp era más por mensaje o por Tuenti, pero casi siempre ha sido contacto por redes.*

*—Moderadora: ¿Y les habéis conocido por las redes? O no, les habéis conocido fuera.*

*—Yo lo conocí fuera, pero luego...*

*—Luego haces más amistad por ahí.*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Pero el aspecto clave que procura este paulatino cambio entre adolescentes y jóvenes (que corre paralelo al crecimiento y generalización de las redes sociales) es que ya no parecen diferenciar entre la presencia *online* y *offline* como realidades distintas y, sobre todo, alternativas. Cuando la presencia en las redes es constante y cuando los dispositivos tecnológicos acompañan en todo momento a sus usuarios, casi como prolongación del propio cuerpo, las personas se constituyen en una especie de híbrido entre su presencia virtual y física, que resultan indivisibles, casi indiferenciables: en todo momento estoy proyectando ambas caras del yo y, por ello, en todo momento se producen y se reflejan las cosas “importantes”, que se alternan de la pantalla del *smartphone* a la conversación presencial (puedo estar de fiesta con los amigos y al tiempo discutiendo con la pareja por teléfono, por ejemplo). En base a este planteamiento, en el que las distintas facetas de la personalidad y las relaciones de diferente naturaleza se muestran de forma alterna o simultánea, y se entrecruzan, y en base a las diferentes normas que marca el medio en que tienen lugar, la distinción que marca la línea a cuyos lados tienen o no lugar las cosas “importantes” pierde buena parte de su sentido.

*—Las cosas importantes siempre se tienen que hablar a la cara.*

*—Claro, claro.*

*—Que a lo mejor no lo haces, y prefieres hablar por teléfono, pues vale, pero... [...]*

*—Moderadora: No pues lo digo porque... me imagino que lo habréis oído vosotros igual que yo. Pues la cantidad de gente, de parejas, ahora, que se rompen por móvil.*

*—Sí.*

*—Que se comunican algo que es importante...*

*—Por eso lo digo que es muy cómodo hacerlo, pero...*

*—Moderadora: ¿Qué pasa ahí? Desde vuestro punto de vista, eso, ¿qué es?*

*—Pues que es más fácil, que es más fácil. El ser humano busca lo más fácil porque somos vagos.*

*—Claro que es la opción cobarde, te o digo, eh... deajo el móvil ahí... y escribeme lo que quieras... y parece que eso...*

—Claro.

—Y hasta luego.

—Claro, dar la cara siempre es más de ¡Huy! Así que si no das la cara dices te dejo, ¡Ala!

—Sí, pero en cuanto a eso, ya estaríamos hablando... estaríamos saliéndonos de este tema, que no tiene nada que ver, de que te deje tu pareja por WhatsApp ¿sabes?

—Es que eso sería muy serio ¿sabes?

—Claro.

—Claro es que esa teoría ya estaba con el mensaje de texto, eso de dejar por mensajes y eso... pues estaríamos en lo mismo, ¿sabes?

—Claro, pero por eso te digo, porque no es serio...

—Ya pero hay gente que lo hace que esa es la cuestión, por eso lo hablamos, porque hay gente que lo hace...

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

—Sí, pienso que es verdad que cada vez nos comunicamos más en este sentido, de estar en las redes sociales, el WhatsApp, no sé qué. Además, los teléfonos, casi todo el mundo lleva un teléfono con Internet, etc. Pero pienso yo que cada vez es más impersonal esa comunicación, de alguna manera. Pues eso, a lo mejor antes pasaba tres semanas y no habías visto a una persona o un amigo, lo que sea, y le llamabas. Ahora con mandar un WhatsApp de "¿qué tal?" ya está, no hace falta a lo mejor llamar ni quedar. Entonces sí que es verdad que cada vez nos comunicamos más pero a lo mejor de una manera más impersonal.

VALENCIA, 20-22, MIXTO USO MEDIO, CLASE ALTA

Más allá de la teórica diferenciación en relación a la cual tendrían lugar las relaciones "verdaderas" y las cosas "importantes", las consideraciones en torno a los elementos que componen "lo personal" en las relaciones mediadas por la tecnología tienen que ver con la escenificación de esas relaciones, en base al nuevo escenario que propician las redes sociales. Es así porque al tiempo que las TIC ayudan a la coexistencia de espacios, tiempos y relaciones, multiplicando los flujos que se entrecruzan, también provocan interrupciones y fragmentaciones de otros momentos y relaciones, algo que genera la necesidad de renegociar los códigos de conducta en la comunicación que tiene lugar a través de las redes sociales. Asistimos a una situación en la que las conversaciones están abiertas constantemente y entre personas que alternan situaciones grupales y personales: unas están juntas, otras en otra ciudad; algunas aprovechan los huecos entre conversaciones para actualizar otras conversaciones "aparcadas"; se alterna comunicación oral y escrita, uno a uno y en grupo, etc. Situación que provoca la dualidad ya comentada entre la tecnología que acerca y que aleja, que ayuda a mejorar las relaciones y, a la vez, puede contribuir a que las relaciones sean más volubles y pasajeras.

En función de este doble filo, lo que los y las jóvenes suelen interpretar como proceso que "despersonaliza" (en el sentido de que suprime el carácter "personal" de las relaciones y conversa-

ciones) tiene que ver con la ausencia de pausas que asienten la comunicación y, sobre todo, con la presencia de un *ruido* constante que provoca lo que entienden es una pérdida de “calidad” en las conversaciones. Fundamentalmente en la conversación grupal “desordenada”, en la que se “pierde el tema” (empezar hablando de una cosa y acabar de otra) y suele salir a flote lo superfluo frente a lo importante, en un proceso que parece incomunicar en el corto plazo. Es común escuchar ejemplos de cómo un usuario o usuaria puede llegar a ser *testigo escuchante* (del ruido) de conversaciones que tienen lugar a su alrededor, como miembro de un grupo al que se pertenece pero del cual quizás se está fuera en función del contexto concreto, o cuyos miembros no comparten rutinas y experiencias que vertebran una conversación grupal ordenada o con sentido para todos sus miembros (por ejemplo, tener un grupo de WhatsApp con antiguos compañeros del colegio con los que no se tiene contacto habitual). Tal sería el precio que se paga por estar, poder participar cuando quieras y no perder las posibilidades que te pueda ofrecer esa integración grupal.

*—Sí que están estos momentos de que a uno le suena el móvil y tiene que contestar, y ya ves al otro que lo saca. Y como el otro está solo, también lo saca y acabáis los tres hablando con personas diferentes. Y ya cuando acaba uno, al minuto acaba el otro, luego el otro y se retoma la conversación normal.*

*—O que hayas quedado con otro, que sólo seáis dos y te estén escribiendo por WhatsApp y decir “Espera, que tengo que contestar”, y dejar a la otra persona descolgada. En ese aspecto no es lo más cómodo.*

*—Pero es verdad que es eso, se ha creado un hábito.*

*—Y como es algo tan inmediato te exige una respuesta como más inmediata, por lo menos a mí.*

*—Y lo peor es eso, tú ya entiendes que la otra persona tiene que contestar, y con la misma, sacas tu móvil y “Bueno, aprovecho y comento esto”.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Frente a ese ruido generado por las conversaciones grupales, las conversaciones uno a uno representarían la posibilidad de la pausa y la reflexión que personalizan los contenidos. Y sin embargo, el hecho de tener abiertas numerosas conversaciones uno a uno, incluso alternando el espacio *online* y *offline* (estar charlando con un amigo/a y al tiempo *chateando* con otro, u otros, por ejemplo), también genera el ruido que los argumentos más críticos emplean para situar a las TIC en el centro de los nuevos patrones de comunicación que provocan que se pierda lo que entienden como “calidad” de las relaciones, desde la añoranza de otras épocas. Mientras el discurso más integrador parte de la perspectiva de la gran urbe hostil y tendente a la incomunicación (como consecuencia del individualismo y la desconfianza), en la que las redes sociales procuran una nueva y esencial oportunidad de comunicación, desde esos planteamientos más críticos (abanderados por usuarios poco intensivos) no sólo se señala el ruido en la comunicación como elemento que precisamente procura altas dosis de incomunicación. También se remarca el peligro latente que supone que los niños y niñas dejen de hacer cosas “propias de su edad” por *enredarse* en las TIC, o que olviden otras formas de relacionarse que no giren en torno a las redes sociales. En base a este planteamiento se llega a dibujar un futuro (cuando no presente) casi



apocalíptico, en el que la llamada sociedad de la información y la comunicación provocará, como consecuencia de la mala utilización de los elementos tecnológicos a su alcance, personas aisladas, encerradas en casa, interactuando sólo a través de las pantallas de sus ordenadores y móviles de última generación.

—Yo creo que aísla un poco de la realidad que vivimos, porque estás todo el día enganchado y no sales a la calle, conoces. . .

—Es cierto, mucha gente se queda en casa.

—Antes nos pasábamos el día en la calle, en un bar. Ahora todos en casa.

—Antes salía la gente y hablaba, ahora se quedan en casa porque como ya tienen cómo hablar, ya no salen. Pegados a una pantalla todo el día.

—Clara.

—Ves a niños de 10 años con móviles, pero con móviles que como vean el mío. . .

—Es verdad. . .

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

—Yo considero que esto irá a más si cabe, el contacto personal va a disminuir aún más. Incluso está el Skype. Ya para qué vas a quedar con él, te quedas en tu casa y no te hace ni falta.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

### 6.3. LA PERSONALIDAD A TRAVÉS DEL LENGUAJE: ORAL Y ESCRITO

Como hemos señalado, los *yoes online* y *offline* se observan como dos manifestaciones de la personalidad distintas pero complementarias, sujetas a distintas normas, expectativas, y referentes. El lenguaje empleado en cada uno de los “terrenos de juego” tendrá diferentes implicaciones, marcará de manera esencial el sentido de tales normas y expectativas, y procurará distintas maneras de mostrarse. Por ello resulta importante analizar de qué manera los usuarios y usuarias de redes sociales observan el tipo de ventajas y condicionantes, y cómo los aplican a sus usos y hábitos relacionales, en cada uno de los lenguajes que definen la exposición del yo: oral y escrito.

Desde la perspectiva de que las cosas “importantes” deben ser tratadas en el “cara a cara”, el lenguaje oral tiende a situarse en el centro de la comunicación que se asume de “calidad”, más desde ese discurso que asimila lo “personal” con lo “presencial”, que desde el análisis del propio contenido. Se afirma que la comunicación cara a cara ofrece más “pistas”, asentadas en el tono, los gestos, la expresión. . . . Y que precisamente por ello, por ser una comunicación en la que la implicación personal se muestra de tan diversas maneras, casi sin vuelta de hoja, es el lenguaje apropiado para expresar las cosas “serias”, los sentimientos, las emociones, los desencantos y enfados. Cuando menos en última instancia, y como muestra de lo que se entiende como respeto por el interlocutor: lo personal requiere de presencia (“no es correcto dejar a una pareja por WhatsApp”).

A pesar de que el lenguaje oral pone en juego muchos elementos como los señalados (tono, gesto...), podría resultar curiosa la asunción general de que, frente al escrito, es un lenguaje que evita “confusiones”, por ser más claro, y directo (en tal caso, parece darse por hecho que todos esos elementos que componen el lenguaje oral refuerzan la misma idea o sentido). Otro factor destacado a la hora de señalar que es la manera apropiada de hablar de las cosas “importantes”. En función de estas consideraciones, también se produce una dualidad interesante desde el momento en que se acepta que a través del lenguaje oral se “aclaran” las cosas más rápido, de forma más inmediata (en base a la mayor claridad de exposición y el menor riesgo de confusión, se entiende); pero, al mismo tiempo, el lenguaje oral se asimila con una forma de expresión más pausada.

Por todo ello, la expresión oral mostraría desde el discurso teórico mayoritario (que tiene mucho de *deber ser*, en base a lo que se entiende por comunicación “personal”), un yo más “serio”, personal y trascendente. En el lado contrario, la presencia física procura mayores dosis de temor, vergüenza, duda, etc. El gesto y el tono ponen en juego más elementos ante los que interactuar, que en algunos casos pueden situar al interlocutor en una posición de evaluación incómoda. Por eso se acepta que cuesta más decir algunas cosas cara a cara, que hay menos valor para expresar según qué cuestiones, y que es entonces cuando las redes sociales desempeñan un papel esencial como trampolín de todas esas emociones, sentimientos, quejas, disputas, etc.

*—Si tú quieres comunicarte con tus amigos realmente, los buscas.*

*—Quedas con ellos.*

*—O realmente cuando hay algo importante, cuando necesito algo importante, no entiendo un problema, pues tal, te llamo. No me voy a poner una hora a escribir por WhatsApp.*

*—Ya, bueno, pero te estoy hablando de cosas concretas, en plan de esto es así o así. Si tiene que hacer la parrafada obviamente no, le llamas.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Se ha creado una especie de cobardía a hablar las cosas a la cara y mirando directamente a los ojos. Yo no me considero así, me gusta decir las cosas a la cara, siempre y de buen rollo. Hay gente que no.*

*—Moderadora: ¿Por qué lo llamas cobardía?*

*—Porque no tienen las narices de coger y hablarte claro.*

*—Porque es más cómodo escribirlo y no ver a la persona, la reacción que está teniendo.*

*—Lo típico de “Te dejo por mensaje”.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Frente al lenguaje oral, el escrito presupone otra manera de expresarse, en muchos casos fundamentada en la teórica mayor facilidad para romper las barreras de la timidez y el temor. Por un lado porque la ausencia (física) sirve de parapeto tras el que poder lanzar los mensajes y esperar una respuesta sin ser (físicamente) observados ni juzgados; y por otro, porque se asume que la

comunicación o el contacto *online* no presupone una posterior comunicación o contacto cara a cara (puede que sí, pero el hecho de que esté en la mano de la propia persona el que ello se produzca o no, otorga la tranquilidad de jugar con la baza del anonimato o el olvido).

Otra versión de uno mismo que, por contraposición al yo *offline*, tiende a etiquetarse como más intrascendente, más despreocupada y centrada en el entretenimiento, más osada y posiblemente elocuente. Evidentemente, cuestiones y adjetivos que responden a un ejercicio de simplificación, pero que sitúan muy bien el contexto en el que se pone en juego el yo *online*, ante una comunicación *offline* que se asume más complicada (o complicada en otro sentido, pues la comunicación *online* también tiene sus normas, que hay que saber manejar). Y es por ello, pese a que el discurso del deber ser remarque que las cosas “importantes” y “personales” tienen que producirse en el cara a cara, que entre los y las jóvenes usuarios se extienda la convicción de que se habla más en redes sociales que en persona, por comodidad, vergüenza y “falta de tiempo”. Realmente que la comunicación *online* coma parte del terreno a la presencial, encaja perfectamente en la lógica de la mejor gestión del yo que procuran las redes sociales (la idea es: ¿por qué desaprovechar la oportunidad de expresarnos de una manera más fácil y cómoda, frente a las dificultades que puede suponer algún tipo de comunicación cara a cara?).

*—Hay veces que cuando quieres contar algo largo o complicado, pues dices mira: “Te voy a llamar por el fijo, que tarde... menos”.*

*—Sí, pero claro, tampoco puedes decir algunas cosas por... Bueno es que... No... no dices las mismas cosas a la cara que a... por detrás de una pantalla...*

*—Siempre detrás de una pantalla eres más valiente... y dices algunas cosas que luego a la cara no te atreves a decirlas.*

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

*—A todos yo creo que nos cuesta menos escribir que hablar en principio, yo creo, en general.*

*—Todo tiene su parte buena y su parte mala, exactamente.*

*—Sí, pero ya no es que sea mejor ni peor, nos es más fácil decir las cosas por escrito que hablar, en un principio.*

*—Claro, pero eso también es porque se nos ha dado la oportunidad de poder decirlo así. [...]*

*—Antes la gente era como más valiente, no sé, ahora es mi oportunidad, ahora o nunca.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—En el momento en que estás conectado y necesitas decírselo, y no puedes aguantar las dos horas que vas a tardar en quedar con esa persona, o lo que sea...*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

Respecto al lenguaje escrito que caracteriza la comunicación *online*, resulta interesante observar cómo tiende a interpretarse como más irreflexivo y menos “natural” y espontáneo y cómo se le atribuye

buye la ventaja de la inmediatez y la velocidad (en la línea de las características que definirían a las TIC en su conjunto), al mismo tiempo que, desde la práctica de su uso, se reconoce que expresarse a través de ordenadores o *smartphones* permite la pausa y la reflexión que procura la capacidad de releer, reescribir, corregir o borrar las ideas a expresar, que pueden ser revisadas y retocadas antes de ser transmitidas (algo que en la expresión oral no es posible). En la línea de lo que señalaba Lasén (2006: 162), “el uso del móvil entraña la renegociación de las normas sociales sobre la exhibición de emociones en público, también participa en la gestión y expresión de afectos y emociones. Los móviles facilitan la posibilidad de elegir si se van a revelar o no las emociones sentidas, por ejemplo usando un canal más ‘frío’ como los mensajes de texto en lugar de la llamada, con el fin de evitar ser traicionados por la voz y poder pensarse dos veces lo que van a decir y responder. Los móviles contribuyen al autocontrol y por lo tanto también facilitan cierto control sobre la respuesta del otro”.

Curiosamente, frente al *deber ser* de la expresión oral en las relaciones humanas, se tiende a penalizar esa capacidad de reflexión que permite un medio que suele tildarse de irreflexivo (rápido, voluble), precisamente por mostrar un lado quizás más “intelectual” y “descomprometido”, que parece contraponerse a lo “natural” y “personal”. Perspectiva anclada en los argumentos más críticos sobre la “verdad” de los *yoes* virtuales (en el sentido de que esa reflexión es puesta bajo sospecha pues puede esconder el engaño), pero que sin duda muestra el complejo universo simbólico que socialmente rodea y da sentido a las relaciones humanas y la comunicación entre personas, y en el que la tecnología ha entrado, valga la expresión, como elefante en cacharrería. En el lado contrario, las posiciones más integradas y convencidas de la complementariedad y necesidad de los distintos *yoes*, así como quienes asumen y admiten un uso terapéutico de las redes sociales (basado en la necesidad que procuran determinadas dificultades a la hora de comunicarse cara a cara), incidirán precisamente en que ese punto de reflexión y pausa muestra una parte de la personalidad que no se puede mostrar de otra manera, y que no deja de formar parte y definir a la persona.

*—No es lo mismo decirle a la cara, a alguien algo, que decírselo por Messenger o por WhatsApp y esas cosas...*

*—Hasta te salen mejores palabras y todo...*

*—Te vuelves un poeta, ¿no?... jajaja.*

*—Estás hablando con una chica y la camelas de lujo con el móvil...*

*—Sí, sí... es que no, no con ese tema pero en cuanto para todo...*

*—Pero porque tienes tiempo de reacción, tiene más tiempo para pensar...*

*—Es verdad.*

*—Todo lo que tienes que escribir... tienes que escribirlo antes de enviarlo y puedes leerlo dos veces y puedes decir: ¡Huy, no esto no! Y pongo lo otro... porque mientras que estás hablando no tienes esa opción...*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

*—Bueno, de todas formas a veces puede ser mejor, porque tú vas igual a decir algo y según lo has escrito, no lo has enviado todavía, lo borras porque te lo piensas dos veces y escribes otra cosa.*

*—También es una forma de pensarte dos veces lo que vas a decir, porque a veces si lo lees... bueno, si tienes que decir algo muy deprisa estás ahí mandándolo al momento, pero muchas veces igual lees otra vez lo que estás respondiendo y dices “igual tengo que cambiarlo”.*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

Los y las jóvenes señalan que el dominio o no del lenguaje escrito, o más bien la ausencia de elementos que contribuyan a matizar el tono o la intención, puede provocar malentendidos. Así, y siempre en contraposición al lenguaje oral, se tiende a asumir que el mensaje no permite una expresión “personal” completa (a pesar de que no pocos usuarios y usuarias destacan lo esencial que resultan las redes sociales para poder relacionarse de la manera que más les conviene y más posibilidades les ofrece). Objetos como los emoticonos y elementos multimedia, como audios, imágenes o vídeos, ayudan a completar el sentido de los mensajes (como en el lenguaje oral ocurre con los gestos o el tono).

Según se desprende de los argumentos generales de adolescentes y jóvenes el “tono” es la medida de la intercomunicación personal, el elemento que redondea el sentido de la conversación. En este sentido, el lenguaje *online* encuentra sus dificultades. Ante esta perspectiva, se afirma que si “conoces” a la persona con la que te comunicas *online* (si la conoces a partir de un contacto habitual previo), se minimiza el riesgo de confusión y malentendidos. Sin embargo, al mismo tiempo se afirma que el vínculo estrecho también genera discusiones y confusiones, precisamente por el mayor uso y presencia de comunicación mediada por redes sociales. Así, frente al discurso de lo “importante” y “personal” como lo “presencial”, es común reconocer que se multiplican las discusiones y enfados con la pareja a través de WhatsApp, por ejemplo, a pesar de lo cual en muchas ocasiones se prioriza la inmediatez y comodidad que procura la comunicación *online*. Finalmente, la frecuencia de uso y la experiencia en la interacción *online* con interlocutores concretos (cada interacción marca sus pautas y expectativas de comunicación *online*, que servirán de guía de buenas prácticas o *netiqueta*), establece la medida de la interpretación y el dominio del lenguaje. Tanto, que algunos usuarios manifiestan haber llegado a ser “expertos en interpretar la escritura”.

*—Yo creo que nos hemos vuelto, no sé, expertos a la hora de reconocer... mi novia, sé cuándo está enfadada por cómo escribe.*

*—Clara, por supuesto.*

*—Es increíble, pero es así. Nos hemos vuelto unos expertos en interpretar la escritura.*

*—Bueno, llámalo interpretarla... ha llegado un punto en que tanto hablar de manera escrita y no por ejemplo, con una entonación por teléfono o cara a cara, lleva a malinterpretaciones.*

*—Pero las malinterpretaciones vienen casi siempre con gente con la que no tienes la confianza adecuada, o rollo discusiones de pareja, de amigos, que ahí claro, van a llevar a error siempre, todo el rato.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

*—Por ejemplo, las broncas son más tremendas.*

*—Moderador: ¿Más tremendas?*

—Porque no controlas los tonos.

—Clara, no controlas.

—Moderador: Y si son más tremendas, ¿por qué se hacen por el WhatsApp?

—Porque si tú vas a discutir con alguien no le coges y dices “Vamos a discutir por teléfono que así es más light la discusión”.

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

—Aparte el WhatsApp es que se malentiende, primero porque la gente no sabe ni hablar.

—Eso también.

—Y los puntos, las exclamaciones, las comas, las interrogaciones, son muy importantes. O por ejemplo, si tú no estás viendo la cabeza y no me pones interrogantes, entonces malinterpretamos muchas cosas también.

—No escuchas el tono de voz.

—Claro, no sabes cómo lo dice, si lo dice bien o si está enfadada.

—No sabes diferenciar una broma, en el tono en que lo dicen.

—El tono, y porque tendrías que estar escribiendo tus comas, tus puntos, tu ortografía. . .

—Es verdad, si escribes, sólo tú sabes cómo lo dices.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

—Por WhatsApp tú no sabes si te lo están diciendo de broma, si te lo están diciendo de verdad, es que no lo sabes. No es lo mismo a la cara; si lo estás diciendo de broma, te ríes o cualquier cosa. Si estás enfadado, se te ve que estás enfadado, y por WhatsApp no sabes si te lo están diciendo de broma, de verdad. . . no sabes.

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Sobre la manera en que se emplea el lenguaje escrito y la ortografía, se reconoce que se ha generado un “lenguaje viciado”, en el sentido de que las normas ortográficas pueden quedar en segundo plano cuando lo que requiere la comunicación *online* es rapidez, fluidez e inmediatez. Es decir, que la prioridad tiende a ser que la comunicación sea práctica y si se escribe correctamente será porque, de alguna manera, te resulta práctico también (por el tipo de interlocutor, por tratarse de contexto laboral, por mantener u ofrecer determinada imagen. . .). En caso contrario, las normas ortográficas parecen estar en otra clave. Eso sí, cabe mencionar dos puntualizaciones a este planteamiento esgrimido implícita o explícitamente por un sector de los usuarios y usuarias de redes sociales. En primer lugar, que el argumento tiende a perder peso con la edad, entre otras cosas en función de lo que se entiende que debe ser la comunicación “adulta”. En segundo lugar, que los propios usuarios señalan que, frente a los SMS de los móviles (en los que se procuraba acortar, comprimir y ajustar palabras para reducir el coste), la actual mensajería instantánea (integrada en la tarifa general del móvil, lo que hace que se asuma como gratuita) permite “escribir bien” de nuevo. Otra cosa es que determinadas maneras de expresarse estén ya “viciadas” por la ausencia de algunas normas ortográficas.

—Lo que me pasa a mí es que me está jodiendo lo de escribir con en SMS y redes sociales, a veces en clase sí me pasa. . .

—Igual le pones “aquí” con k de kilo, cosas así.

—Moderador: ¿Puede ser un problema?

—Hombre. . . sí.

—Es un problema.

—Eso es grave.

—Al final depende. . . yo, en general, escribo todo; a veces estoy escribiendo y no pongo tildes, o sea, que al final también se pierde el control que tengas tú y lo que quieras escribir. Un SMS es más lógico porque te cobran por pasarse de un mensaje, entonces ahí tienes que acortar como puedas, pero tampoco tardas mucho en poner “cuándo” con “c” o con “k”, no sé. . .

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

—Ahora mismo yo creo que se abrevia menos que cuando yo empecé a tener móvil. Yo creo que la gente se está dando cuenta que es más cómodo escribir toda la palabra.

—Que tener que pensar qué vas a quitar y que lo pueda entender la otra persona.

—Eso se hacía sobre todo para el mensajito, para que te quepa.

—Para que no te ocupara más.

—Es que cuesta lo mismo escribir “voy a ver”. . .

—Pero es que hay gente que no sabe cómo se escribe.

—Hay gente que no sabe cómo se escribe, ya.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

## 6.4. ESTRATEGIAS RELACIONALES Y TIC

Más allá de los planteamientos y expectativas asociados a las “buenas” y “malas” prácticas en relación a la tecnología, y a las consideraciones respecto a cuáles son las cuestiones “importantes” cuando de relaciones humanas se habla, al hacer referencia a las estrategias comunicacionales y relacionales mediadas por las redes sociales también se abandera una perspectiva “práctica” como patrón de uso. Asumiendo que las relaciones “físicas”, “cara a cara” no desaparecerán, el discurso mayoritario destaca la necesidad de “adaptarse” al nuevo escenario que determinan las redes sociales, pues en la complementariedad de las relaciones *online* y *offline* descansará la razón de ser del aprovechamiento de las nuevas posibilidades que ofrecen las TIC.

Dicha adaptación, asumida ya como inevitable para quien quiera “estar en su tiempo” procurará que la comunicación a partir de las redes sociales entre a formar parte de la comunicación cotidiana, “normal”, despojada de toda excepcionalidad. Es evidente que cada medio, red social o dispositivo tecnológico, determinará distintas posibilidades y limitaciones a la hora de comuni-

carse. Pero lo cierto es que a la hora de analizar los nuevos patrones de comunicación entre adolescentes y jóvenes, y tratando de distinguir entre posibles referentes y expectativas asociados a tales o cuales medios, unos u otros interlocutores (¿se habla de cosas distintas, o de forma distinta, a partir de unas u otras redes sociales?, ¿con personas distintas?, ¿se usan diferentes redes sociales para hablar con personas distintas?), la estrategia que guía los hábitos en el uso de las TIC siempre parece seguir el mismo *leitmotiv*: usar lo que resulta más práctico y cómodo, lo que procura una mejor gestión del tiempo y la agenda, y lo que facilita la gestión y exposición del yo en la manera en que se pretende.

Como hemos visto, el lenguaje escrito (*online*) facilita tanto el romper el hielo en el establecimiento de nuevas relaciones, como evitar la vergüenza a la hora de consolidar otras relaciones en las que no existe tanta confianza, y además ello se realiza desde un clima colectivo que defiende el aprovechamiento no estigmatizado de tales recursos. Mientras hasta hace no tanto la mensajería era considerada como un medio, fundamentalmente para quedar, una plataforma que facilitaba posteriores encuentros *offline* (aunque el Messenger introdujo además un nuevo escenario de posibilidades: Gordo y Megías, 2006), ahora los argumentos mayoritarios inciden en la idea de que ese tipo de comunicación (fundamentalmente desde el desarrollo de programas gratuitos, como WhatsApp) se constituye en un fin en sí mismo, lugar en el que tienen lugar las relaciones y escenario en el que también ocurren las cosas. En este sentido, la concepción de lo “personal” también adquiere pleno sentido a partir del uso que se hace de las redes sociales. Es más, para los usuarios más habituales e intensivos se podría decir que sus relaciones personales no tienen sentido fuera de las redes sociales, desde el momento en que asumen que el nuevo escenario requiere de la mejor gestión del yo *online* (como complemento del yo *offline*) como única manera de aprovechar todas las posibilidades y oportunidades que ofrece un escenario social sin vuelta atrás y al que resulta imprescindible adaptarse.

En el juego de la comunicación mediada por las TIC, según cuentan adolescentes y jóvenes, aparentemente ya sabes qué va a ocurrir: quién escribe, quién te contesta, quién te lee, qué puede contestar cada cual, qué decir para que se dé por aludida la persona indicada... Este ejercicio, en el que todos los usuarios parecen participar de un juego en el que no hay engaño porque las reglas son conocidas, tiende a interpretarse como pleno de libertad, precisamente desde esa perspectiva de una mejor capacidad para gestionar el yo. Se podría pensar que curiosamente, pues esta sensación de libertad (asociada a las enormes posibilidades que brinda gestionar la manera o maneras en que te expones, los momentos, los tiempos, las redes de amistad, etc.) parece estar precisamente ligada a movimientos y pasos que aparentemente no son tan autónomos. Por un lado porque responden a esas normas comunes que todos y todas parecen conocer y seguir; por otro porque dependen de estrategias comerciales e industriales de grandes compañías tecnológicas; y además porque generalmente implican determinada pérdida de intimidad o privacidad, o la aceptación de determinado grado de control. Más adelante profundizaremos en estos últimos aspectos, pero baste ahora recordar las palabras de Lasén (2010b: 2) en este sentido: “Las TIC actuales tienen un papel importante en el establecimiento de la confianza y de nuevas obligaciones mutuas, además de generar reglas de etiqueta en relación a la comunicación en la pareja, la familia, con los amigos. Ayudan a mantener la cercanía y la distancia, participan en las relaciones de poder y control, y en el desempeño y definición de los roles de género.”



—Pero el problema es que no se ha sustituido a la mensajería, en realidad, porque antes con la mensajería era una forma de quedar.

—Eso, ahora no.

—Pero antes, como se está diciendo... ahora es hablar por ahí. Ahora ya no existe un cara a cara.

—[...]

—Pero la costumbre no la vas a perder, porque...

—Sí, pero si esto va evolucionando a más, tío, y la gente se queda en su casa hablando por el WhatsApp.

—[...]

—Eso... la costumbre nadie te la va a quitar, porque tú siempre vas a hablar con tu madre, con tu padre, con tus abuelos... siempre va haber alguien que tenga WhatsApp, con quien tengas que hablar cara a cara... tus amigos... La costumbre esa no se te va a quitar, pienso yo... ¿sabes?

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

—Por ejemplo, libertad en el sentido de que a lo mejor estás [...] y sabes lo que puede ocurrir y lo que no, lo que te puede convenir.

—Totalmente, tú ya sabes cuando estás poniendo no sé qué, tú sabes probablemente quién te va a contestar a ese mensaje.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

En este contexto en el que las redes sociales provocan cierta redefinición de cómo se interpreta el contacto "personal", adquiere gran importancia el hecho de que los dispositivos electrónicos y tecnológicos (teléfonos móviles de última generación, fundamentalmente) han consolidado su presencia permanente en el día a día de los y las jóvenes, constituyéndose en aparatos que en sí mismos forman parte del usuario y su mundo, y sin los cuales, como hemos visto, éste se siente virtualmente incomunicado. Sin el móvil se agudiza la ausencia del otro y se debilita la percepción de integración grupal. Ya en Rodríguez, Megías y Sánchez (2002) señalamos cómo el análisis que hacían los y las jóvenes sobre la amistad como valor absoluto y esencial se apoyaba en argumentos tremendamente críticos con el mismo, que al tiempo que lo ensalzaban como máxima expresión de lo socialmente deseable, y como oasis de estabilidad, confianza y seguridad (junto a la familia), insistían en destacar la enorme dificultad para su consolidación y supervivencia en una sociedad que se muestra hostil y dificulta su existencia. Pues bien, precisamente entonces apuntábamos como los discursos en torno a la amistad sólo auguraban su consolidación entre las personas si coexistían dos circunstancias esenciales en las relaciones: la "presencia" y el "roce". Entonces señalábamos que: "El contacto implicará compartir vivencias cotidianas, problemas, momentos de diversión... todo lo cual contribuirá a que las personas se conozcan mejor, base sobre la que se asienta la confianza. Si el contacto se pierde, dejarán de compartirse todas esas cosas, todos los momentos buenos y malos que consolidan una relación. [...] Un amigo lo es 'para lo bueno y para lo malo'. Por tanto, si no está en esos momentos, buenos o malos, la amistad se debilita. En ese sentido, conviene señalar que cuando hablan de contacto lo hacen en términos de

contacto físico/visual, algo que da sentido al término (tantas veces empleado por ellos) roce y que explica muchas de sus teóricas resistencias a aceptar las nuevas tecnologías de comunicación virtual (Internet) como medio para establecer verdaderas relaciones de amistad (teóricas resistencias que, a la postre, no ponen en práctica).” (Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002: 36).

Es evidente que, en este momento, además de que no se señalan tales resistencias (o se hace desde posiciones minoritarias), las redes sociales se han constituido en el elemento que propicia el “roce” constante y permanente. Por ello se reconocen como medio esencialmente bueno para el asentamiento de las relaciones de amistad, además de intrínseco a las propias estrategias relacionales. Incluso se acepta que las relaciones de pareja se asientan gracias a las redes sociales, reforzando lazos afectivos, procurando una presencia más habitual y asentando una confianza que, eso sí, tiene que lidiar con el control y la desconfianza que también generan esas redes (en el siguiente apartado abordaremos este tema).

—Moderadora: *¿Y cómo sois cuando estáis en el WhatsApp, cuando estáis en las redes?*

—*Pues como estar aquí ahora mismo hablando.*

—*Sí.*

—*Es lo mismo.*

—*Porque muchas veces son las dos de la mañana y si no estoy durmiendo y veo que ella está conectada, le digo “¿Qué haces”, “Pues viendo la tele, ¿y tú?” Pues yo también.*

—*Pero como lo hablaríamos normal.*

—*Como si estuviéramos juntas.*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

En el lado contrario, también es cierto que resulta común asumir que la mayor posibilidad de estar siempre en contacto con las redes de amistad genera más dependencia. Dependencia de las personas y de las relaciones, pero sobre todo de la propia capacidad de conexión y de interactuar, en la línea de aprovechar al máximo todas las posibilidades y no perder ninguna de las oportunidades que te brindan las TIC.

A la hora de establecer contactos mediados por las redes sociales, y más allá del general reconocimiento de la gran utilidad de las redes sociales para “ligar”, lo cierto es que cuando se describen los primeros momentos de tales contactos se hace desde una inconcreción bastante acorde con el enorme (y posiblemente inabarcable) escenario de posibilidades que se les presentan. Por un lado, se plantean situaciones en las que el nexo de unión tiene que ver con ámbitos de interés comunes, gustos compartidos que se hacen públicos y propician el primer contacto a partir de cierta identificación (“me gusta”, en Facebook). Por otro lado, pueden existir redes de amistad compartidas, que procuran el contacto a partir del ejercicio de situar el contexto y algunas relaciones concretas entre contactos compartidos (en ocasiones siguiendo pistas e hilos concretos, en otras de forma casual). Estos procesos, que legitiman el contacto a partir de compartir ciertos gustos, intereses o redes sociales, parecen quedar en suspenso durante las noches de

fiesta y diversión, en las que resulta común anotar y entregar direcciones y *nicks* asociados a redes sociales sin que medie más que el interés puntual, quizás desdeñado en una segunda fase, pero anotado o entregado “por si acaso”.

*—Depende también a lo mejor de lo que él o ella escriba en Twitter, y a lo mejor tú te sientes identificado con lo que escribe y a lo mejor sí piensas que puede tener algo en común contigo.*

*—Sí, por ejemplo, en el Tuenti, en el tablón, la gente casi nunca escribe nada, suele poner canciones. Y dices “Joer, le gusta la misma música que a mí”.*

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

*—Moderadora: ¿En qué tipo de cosas os fijáis en los perfiles?*

*—La foto.*

*—Moderadora: Las fotos para identificar a la persona. ¿Y segundo?*

*—Los amigos que tienes en común con él.*

*—Sí, los amigos que conoces y que también de él o ella son amigos [...]*

*—Y bueno, a lo mejor conoces a una parte de los de la foto y a otros no. Pues miras la etiquetas para ver quiénes son.*

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

Resulta evidente que cada vez está mucho más asumido y normalizado el hecho de “conocer” gente (en el sentido de establecer lazos antes inexistentes, o cierto grado de intimidad) a través de las redes sociales, sin que medie presencia o conocimiento *offline*, o ese conocimiento sea simplemente “de vista” o muy puntual. O bien las relaciones generadas a partir del uso de las TIC se aceptan como un paso que, eso sí, necesita ser refrendado en el “cara a cara”, como objetivo último de las estrategias relacionales.

Así, el discurso sobre lo “aceptable” y lo “importante” en las relaciones humanas sitúa de nuevo en primer plano la mediación “física”, siquiera como medio para legitimar el proceso. Por ello es común escuchar cómo se requiere una presentación “oficial”, un nexo introductor que en ocasiones casi se describe como una “pedida”, y a partir de la cual sí que existen más elementos que pueden consolidar una relación en torno a una o varias redes sociales. Entonces sí que señalan que una persona que has conocido en una red social, sin saber muy bien cómo ni por qué, “se mete en tu vida”.

*—Es como que coincides una tarde, te cae bien y la agregas, y esa persona de repente se mete en tu vida, quieras o no.*

*—Sí, tú pones “Voy a este concierto”. “Ah, pues yo también quiero, pero hoy no puedo ir, al siguiente que tocan no sé quién, sí”. Y cuando van a tocar te lo ponen en tu muro, y a lo mejor a esa persona solo la has visto una vez en tu vida.*

*—A mi novia actual la conocí más o menos así. Me conocía de gente en común y vio que hacía fotos, ella es muy de Twitter y le gusta mucho cotillear y estar al día y me agregó. Y “¿Vamos a este concierto?”, me conoció de esa forma. También podría*

*haber dicho "¿Ésta quién es? Paso de ti". Pero me cayó bien, me dio buen rollo y quedé con ella. Y mira, es una historia bonita.*

*—Hombre, salen historias bonitas de Internet.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

*—Es que ahora la gente se conoce por redes.*

*—Siempre por redes.*

*—Antes era más de quedar y conocerse en persona, ahora te tiras un tiempo con él hablando por redes, que no sabes si te está mintiendo o no, y luego ya quedas.*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

*—Antes de agregarle o lo que sea, a mí por lo menos me gusta que me lo hayan presentado antes, o haber coincidido en alguna fiesta.*

*—Que tenga sentido, también [...]*

*—Vas haciendo amigos. De algún día hablar con ellos y luego ya empezar a hablar por Tuenti y luego pedir el WhatsApp y empezar a hablar algo más.*

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

Esos primeros momentos en los que se realizan los contactos resultarán de gran importancia, según reconocen los usuarios y usuarias. Es entonces cuando se establecen determinadas pautas en función de las cuales se interpretará y valorará el comportamiento de tu interlocutor asociado a las redes sociales, y se generarán las expectativas sobre las cuales se va construyendo la relación. Pautas asociadas al tipo de respuestas, a la cantidad de interacción y el tipo de presencia en una u otra red social, el lenguaje que maneja, el sentido del humor, la manera de emplear otros recursos audiovisuales, etc. Todos estos elementos contribuirán a conformar la imagen *online* de tu interlocutor y, en función de los mismos, se adoptarán y adaptarán las propias estrategias a la hora de relacionarse.

*—Yo creo que desde el minuto uno, ya en las primeras semanas, por así decirlo, vas a crear unas pautas de comportamiento.*

*—Claro, sí.*

*—Hay parejas que no todos los días se dicen por WhatsApp "Te quiero" y hay parejas que sí. Entonces, si en una de esas parejas que sí, uno le pone a su novia "Te quiero" y no te contesta hasta dentro de tres días, pues igual algo está sucediendo.*

*—Algo está pasando.*

*—Esas pautas también suceden de manera verbal. [...] Entonces todo ese tipo de pautas se marcan también en Facebook y sobre todo en WhatsApp. Y lo que decía él, tú intuyes cuándo alguien está mal, tu pareja, amigos, todo el mundo. Cuándo alguien quiere salir de fiesta, cuándo alguien quiere que vayas a su casa. Se entiende perfectamente, vaya.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Desde la perspectiva de adaptar la tecnología y los soportes a las necesidades y a la estrategia de la gestión práctica, sí que es posible apreciar una evolución en el significado y el uso de alguno de esos mismos soportes, sobre todo en la distinción entre la exposición *online* y *offline*. Nos referimos fundamentalmente al teléfono móvil, que en su versión de última generación (*smartphones*) encarna el aparato tecnológico integrado, máxima representación del “todo a un clic”. Así, el número de teléfono ya no presupone el contacto oral, sino el contacto *online* a partir de programas gratuitos (o prácticamente gratuitos) como WhatsApp o (más recientemente) Line. En este sentido, tener o averiguar el número de teléfono de una persona con la que se pretende entablar algún tipo de relación no presupone la conversación telefónica, y en un primer momento ni siquiera la opción de quedar físicamente (a pesar de que pueda estar en el horizonte). Será un paso (necesario) para entablar y asentar unos lazos que se estrecharán en el terreno virtual, y sólo a partir de entonces se entiende que se está en disposición de pasar al siguiente nivel. Tanto es así, tan clara parece la estrategia entre usuarios y usuarias, que en ningún momento se espera la llamada (de alguien que ha conseguido tu número de teléfono en una noche de diversión, por ejemplo), salvo que la otra persona sea una “zumbada” (*sic*) que desconozca las aparentemente básicas normas de comportamiento en las redes sociales.

Cuando los mensajes de texto son la norma que marca la pauta de la comunicación, la voz es el nexa que personaliza; y es en este paso en el que entra en juego la vergüenza, la timidez, el recato, la prudencia, la inseguridad... El contacto habitual a partir de redes sociales procura que, al contrario que ocurría hace tiempo (llamar a casa de los padres para intentar concertar una cita en la calle), el discurso mayoritario entre adolescentes y jóvenes asume que no es necesario pasar por ese momento que, quizás, supone mayor “apuro”. Es decir que, por lo general, del contacto *online* (que habrá asentado las bases de cierta confianza) se pasa al encuentro *offline*. Curiosamente, los mismos argumentos que señalan que la comunicación cara a cara cuenta con más elementos que sirven de referente (mirada, gesto, tono, aspecto, etc.), tanto para mejorar el entendimiento y reducir la posibilidad de confusión, como para aumentar la vergüenza y la timidez, despojan a la conversación telefónica (teóricamente un paso intermedio entre la comunicación virtual y la presencial) del sentido que antes tenía.

Por un lado, porque la naturalización del hábito de relacionarse y comunicarse a través de las redes sociales es tal que se asume como algo intrínseco a la naturaleza de las actuales relaciones entre adolescentes y jóvenes. Por otro lado, como también señalan, porque el hecho de que seguramente el contacto telefónico “hablado” sea el único que implique o pueda implicar algún coste económico, se procura que quede en segundo plano.

*—La verdad es que da como más vergüenza hablar por teléfono con la gente, igual.*

*—A mí por ejemplo, me da más vergüenza hablar por teléfono que hablar a la cara. Con cualquier colega hablas a la cara, pero llamarles...*

*—Es diferente... es una chorrada, pero al final...*

*—Ya, pero hablas cara a cara y ves a la otra persona, sus gestos, sus reacciones. Hablas por teléfono y ¿qué estará pensando?, ¿qué cara habrá puesto?*

—Cuando ya me fui en vez decirme tal, cómo te llamas, me dice “Oye, ¿que no me vas a pedir mi WhatsApp?”

—Y luego ¿cómo te saludo?, ¿X, señor X?

—Y fue eso “¿No me vas a pedir mi WhatsApp?”, no cómo me llamo, de dónde eres, dónde vives. . .

—Es lo que dices tú, ahora es directamente “¿Me das tu WhatsApp?”, no tu número, tu WhatsApp. . .

—Que en realidad es tu número de móvil. No sé, a lo mejor luego es una zumbada que te llama. . .

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

Aceptando que sus relaciones están mediadas por la tecnología (eso “es así”, dicen), dentro del complejo entramado de redes sociales no dejan de distinguir entre distintos niveles de amistad y de relaciones (en la línea de distinción entre amigos y conocidos que se hacía en Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002). Contactos y relaciones con distintos niveles de implicación, de confianza y de conocimiento, pero que se entrecruzan constantemente, en el continuo ir y venir entre conversaciones, que alternan lo presencial y lo virtual, lo grupal y lo individual, incluso lo laboral y lo ocioso.

En este sentido existen dos elementos que resulta interesante destacar. Por un lado, que pese a que el concepto de “amigo” sigue girando en torno a los elementos que hacen de este valor algo único, deseable y limitado (Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002), se produce cierta redefinición de los lazos que determinará el resto de relaciones (los “conocidos”, los “colegas”, los “compañeros” de colegio o de fiesta. . .), en el sentido de que parecen ampliarse los parámetros aceptables de lo que es necesario para entablar o comenzar una relación más o menos habitual (*online*). Así, lo que podría entenderse como un mínimo lazo (un WhatsApp, una dirección de Facebook o Tuenti, un Twitter. . .), ya es un lazo suficiente para engrosar la lista de “conocidos” (recordemos la lógica de la acumulación “por si acaso”).

Y es aquí donde entra en juego el segundo de los elementos interesantes. Porque a partir de esa acumulación de contactos (“más de los que deberíamos”, dicen con la boca pequeña), que las voces más críticas denominan amigos “postizos”, el propio discurso presupone determinados momentos de “criba” (decidir que hay contactos con los que no se tiene relación o que no quieres que sigan formando parte de tus redes sociales). Criba que, como veremos en el siguiente epígrafe, no resulta tan sencilla. Por tanto, las redes siguen repletas de “conocidos” (“postizos” o no) que en buena parte de los casos, no dejarán de serlo, ni por entrar en un nivel de relación mayor, ni por desaparecer (aunque en algunos casos, puedan entrar en el olvido).

—Como en el grupa, si somos 52, yo tengo conocidos y amigos. Yo eso lo diferencio mucho, tengo 4 amigos dentro de 52; los demás, para mí, son conocidos. Conocidos de fiesta, de grupo, de parque, pero conocidos. Pero no les voy a llamar para decirles que tengo un problema. Sí, nos vamos de fiesta todos juntos, nos vamos de camping todos juntos. . .

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

—Lo que pasa es que es un poco así, porque tú para felicitar escribes en el Facebook o lo que sea y te das por felicitado, antes te llamaban. . .

—Un mensaje, ahora el WhatsApp. . . es súper cutre.

—A mí no me parece cutre, la gente más allegada a ti sí que te va a llamar o va a quedar contigo para tomar un café. Pero hay mogollón de gente en el Facebook que son amigos tuyos. . . ¡por aquí!

—Ya.

—Te felicitan, y luego en la calle no te saludas con ellos.

— . . . pero si conoces a alguien de fiesta una noche y le agregas al Facebook, jaja.

—Sí, pero luego deja de saludarte y de hablarte, te tiene ahí y te felicita. Y qué más te da a ti.

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE MEDIA, TRABAJAN

Esta tendencia a la acumulación de contactos, que parece redefinir el concepto de “conocidos” y las estrategias a la hora de relacionarse, sirve a algunas voces críticas con el nuevo escenario que determinan las redes sociales para establecer diferencias entre lo que entienden es “saber relacionarse”. Hablamos de usuarios y usuarias de baja intensidad para los que ser socialmente activo en la calle, en el sentido de relacionarse mucho y con gente muy diversa (ser extrovertido o extrovertida, integrarse rápido en nuevos grupos, entablar relaciones efímeras, etc.), se ve como muestra de habilidad social y popularidad, hacer lo mismo *online* es puesto bajo sospecha como muestra de que posiblemente no se puede o sabe hacer lo mismo en el cara a cara, que desde esta perspectiva marcaría la frontera de las buenas prácticas sociales.

—Es problema nuestro, de la dependencia de cada uno. Si tú no sabes relacionarte es imposible que tengas amigos. Eso ya es problema de cada uno, yo tengo amigos que tampoco se relacionan y tal, que me vienen a mí y me dicen “es que tío, conoces a tanta gente”. Pues porque yo no le niego el saludo a nadie

—Claro

—Pero todos son personas físicas, yo conozco a 80 físicas y a ninguna virtual. . . ]

—Pero es que tampoco te hace falta una red social para conocer gente. Tú puedes salir y conocer gente en la universidad, en el bar, cenando una noche, paseando al perro.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

En el lado contrario (y en cierta medida también incluso como parte del mismo discurso) el argumento implícito es relacionarse por encima de todo (también en la línea de la asociación de “ser humano” como “ser social” que se desarrollaba en Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002), y saber cómo hacerlo aprovechando todas las posibilidades que tienes a tu alcance. A partir de esta premisa, incluso saber “estar solo” se interpreta como saber relacionarse, en el sentido de hacerlo cuando se quiera y se necesite. Soledad, por tanto, que también entraría en la mejor gestión del yo. Incluso asumiendo que las redes sociales generan nuevas necesidades, nuevas dependencias, a partir de este argumento los “raros” serán quienes “no ven la soledad” y, por tanto, no gestionan adecuadamente sus hábitos en torno a las TIC ni su exposición pública.

*—Es que es una manera, también de... de no estar solo, si estás muy solo.*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

*—No sólo de decir que no puede estar un día solo en mi casa, me refiero a no tener un grupo de amigos, familia que me quiera... claro que puedo estar un fin de semana en mi casa viendo películas o tumbado en la bartola, pero sé que tengo ese grupo de amigos para decir ¿quedamos para tomar una cerveza?*

*—Que si te cansas de estar solo, tienes ahí...*

*—Tienes esa opción, pero creo que hay gente que no la tiene y creo que no sabe estar solo, yo si me viera en esa situación creo que tampoco sabría estar solo sin tener un "¿salimos a dar una vuelta?" Hay gente que no tiene esa opción, porque no tienen amigos.*

*—Es que puede ser que las redes sociales les hagan un favor, aunque sean amigos virtuales, entre nada y...*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

## 6.5. EL RECHAZO

Vale la pena detenerse específicamente en la manera en que es entendido el rechazo en el contexto de la interacción en las redes sociales. Nos referimos al hecho asociado a lo que comúnmente se entiende por "bloquear" o "borrar" contactos (que piden "agregarse" a tus redes sociales, o que ya están y se quiere suprimir), o simplemente a la opción de no atender a Whats-Apps, mensajes o llamadas. Y hacemos esta puntualización porque, como ya se mencionó en el inicio de este análisis, existe otro rechazo (entendido en este caso como marginación) asociado al hecho de no estar en las redes sociales, que procura auténticas brechas y dificulta la integración en el grupo de pares.

Desde los y las jóvenes usuarios, se entiende que "bloquear", "rechazar" o "ignorar" es muy sencillo y forma parte de la cómoda gestión del yo y de la agenda. El planteamiento teórico inicial es fácil y encaja perfectamente en esa lógica: mis redes están compuestas por las personas que quiero que las compongan. A partir de ahí, se tiende a dar por hecho que llegará un momento de "criba" en el que se "limpien" los contactos que no resultan operativos (porque no aportan nada, porque generan ruido, porque caen mal, etc., etc.), y se establezcan pautas de adscripción algo más exigentes (para no aceptar contactos que posteriormente habrá que "limpiar"). Planteamiento similar al que desarrollan los propios jóvenes al hablar del valor amistad asociado al paso del tiempo y la madurez: según creces y diversificas tus intereses y responsabilidades se produce una criba en el grupo de amigos, que se reduce a un núcleo fuerte que es el que, en teoría, te acompaña toda la vida (Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002).

Sin embargo, aunque en teoría el ejercicio de "criba" se hace con facilidad, pues está al alcance de un solo clic y además cuenta con el parapeto de la ausencia "física" (además de encerrar otros significados, se entiende que es mucho más incómodo un rechazo "cara a cara"), lo cierto es que en la práctica no resulta tan sencillo "rechazar". Eso sí, casi siempre aludiendo a la práctica



de otros usuarios y usuarias (o de uno mismo, pero en el pasado), que serán quienes acumulen contactos innecesarios o se vean envueltos en dinámicas de comunicación que no desean, pues para uno mismo se tiende a aceptar haber alcanzado ese nivel de “madurez” que permite la “criba” y la capacidad de elección.

En primer lugar, porque se entiende que, en muchos casos, “no hace falta”: basta con “ignorar” al contacto (no interactuar con él o ella, no responder a su llamada o mensaje, no responder a sus “peticiones de amistad”), que previsiblemente se dará por enterado o enterada y cejará en su empeño. En última instancia, se asume que “ya habrá tiempo para borrar”, argumentos que nos remiten a la ya mencionada lógica del “por si acaso”. Ejercicio, como tantas veces, que intenta minimizar las posibilidades de perder alguna oportunidad de las que te puedan ofrecer las redes sociales. En este caso, la reticencia al rechazo encuentra sentido desde la perspectiva de que “nunca se sabe”, y de que quizás un contacto rechazado o bloqueado hoy (incluso no contestado en tiempo real) te podría abrir determinadas puertas mañana; o alguien que no gusta o no conoces bien hoy, quizás puede convertirse en relación de algún tipo mañana.

*—Antes, si no hablabas con alguien normalmente y le llamabas a casa o así, era porque no estaba o porque igual alguna vez no te apetecía coger el teléfono. Pero ahora, como sabes que la mayoría de la gente tiene el móvil encima, si no te coge el teléfono es porque no le da la gana. Entonces te sientes como rechazado.*

*—Como que no quiere cogerte a ti.*

*—Rechazado porque te está rechazando la llamada. Realmente tampoco es en plan que te sienta fatal, pero vamos, que quieres salir de casa y está todo el mundo con el móvil al lado y estás venga a llamar a la gente y nadie te coge, ¡me cago en la leche!, tengo 30 personas en la cuadrilla, 30 móviles todo el día pegados en la piel y nadie me coge el teléfono. A mí eso me da rabia, porque hay gente que sé que nunca cogen el teléfono, porque lo dejan en el coche o porque lo llevan en silencio o lo que sea.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Si te bloquean es que no te quieren.*

*—No, jeje.*

*—Una amiga no te bloquea.*

*—Claro.*

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

El sentido de la aceptación y el rechazo en las redes sociales tiene que ver con la mencionada lógica de la mejor gestión de las oportunidades, pero también con la manera en que se interpretan las relaciones personales en la Red, en la línea de lo desarrollado en el epígrafe anterior. Desde la asunción general de que una amiga o un amigo no te “bloquea”, también se señala que las relaciones *online* (en el grado que sean) tienden a ser bastante menos exigentes que las *offline*. Aceptando esto, y desde la convicción de que sentirse rechazado en términos generales es “duro”, y rechazar es “incómodo”, se maneja cierta política de *manga ancha* al respecto, de

tal manera que se establece un *status quo* que evita el conflicto o los desencuentros. Sabiendo que el rechazo *online* genera o puede generar "tirantez" y que es interpretado como un desprecio, en muchos casos se señala como innecesario, incluso en el sentido en el que se desdoblaron las relaciones *online* y *offline*, a partir de la siguiente idea: si en la Red se juega con otras normas, otros referentes, otro lenguaje, si el *yo online* es distinto (pero complementario) del *offline*, por qué provocar enfrentamientos o desencuentros que sólo alcanzan pleno sentido en la comunicación cara a cara, o que pueden trasladarse desde un contexto virtual (en el que son evitables, según lo dicho) a uno presencial, en el que van a resultar mucho más incómodos.

—Por lo general no se suele ignorar a gente, no sé...

—Moderador: ¿Y eso por qué?

—Pues, a ver, es que si es una persona de tu colegio y te ha enviado una petición y le has ignorado y ya pasando un mes y sigues sin aceptársela, pues el chaval va a ver que le has ignorado y han pasado dos meses y sigues sin aceptársela. Vamos... el chaval va a saber que... que no has querido... nada con él. No sé...

—Pero también un poco es, así es la vida, ¿sabes?

—Sí, claro

—No te puede caer bien todo el mundo. Si no te gusta, pues es lo que hay. Yo qué sé...

—Pero si no le aceptas en el Tuenti o en el Facebook, tampoco le vas a aceptar en la vida real. También te va a caer mal.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Yo si tengo alguien que me cae definitivamente mal ni le acepto ni le agrego. Y si ya le tenía agregado y ha pasado cualquier movida y te has dado cuenta de cómo es, y no te cae bien, pues le eliminas y ya está, no sé. [...]

—Moderador: ¿Cómo se lo ha tomado la otra persona?

—Es que no lo he hablado con ella porque no me hablo con ella.

—Ignorar y ya está.

—Normalmente si ha sido un cabreo mutuo, pues se da por hecho.

—Tampoco tienes que borrar a alguien porque te hayas enfadado, si llevas mucho tiempo sin hablarte, igual llevas dos años y le tienes ahí... pues para tenerlo ahí, no.

—Hombre, muchas veces hay muchos tipos de enfado. Y sin más te da igual, o puede ser un enfado con alguien que no quieres que siga viendo tus fotos y tus cosas, tu información. Y en ese caso supongo que le eliminas.

—[...]

—Moderador: ¿Os han rechazado alguna vez? Quiero decir, que no han admitido vuestra petición o...

—Pues jode.

—Es que tampoco te pone “te han ignorado”, tú lo deduces un poco, pero si le puedes mandar otra vez la petición será que o lo ha denegado, o si ves que no te acepta en mucho tiempo y ha entrado eso es que tampoco ha aceptado.

—Moderador: ¿Y cómo sabes que ha entrado?

—Si lo tiene abierto sí que puedes mirarlo, no lo tiene que está conectado.

—Vamos, pero jode. Todo tipo de rechazo molesta.

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

Por otro lado, la propia gestión de la imagen que se proyecta, unida a la asunción de que el rechazo provoca incomodidad y transmite desprecio (no aprecio), refuerza la tendencia a la inmovilidad o al aplazamiento de decisiones; porque “¿qué pensará de mí?” Así, se llega a reconocer cierta tendencia a “quedar bien”, que desde el discurso se justifica como una mejor gestión de las redes sociales.

—Si estás todo el día con ello te llega a cansar.

—Sí, porque muchas veces a lo mejor quieres desconectar y te empiezan a hablar y claro, por no hacer un feo a la otra persona... pero sobre todo es cuando quieres desconectar, que no tienes ganas, has estado todo el día hablando [...]

—Yo siempre que puedo intento leerlo, intento contestarlo, pero si veo que no, lo dejo sonando y lo miro después.

—Yo algunas veces bloqueo a la persona con quien estoy hablando, por pesado. Y luego “Anda, me he quedado sin cobertura” y ya está.

GT ARANJUEZ, 17-18, CHICOS

Finalmente, en este juego de interacciones, que incluso se reconoce que puede llegar a cansar o saturar, se emplea de guía implícita el lema de “no cerrar puertas para que no me las cierren”, y se considera necesario respetar las normas no escritas que permiten seguir jugando para que no se termine la partida. Así, será mejor “que no piense que paso de él/ella”... o por lo menos que no sea yo quien ofrezca muestras de tal cosa (a través de Facebook, Tuenti...); que no sea yo quien rompa las reglas del juego, en definitiva (no vaya a ser que me quede fuera).

—Hombre, puedes tener 450 amigos o algo así. Pues eso no es la gente que tú quieres, porque hay gente que la agregarás sin...

—Ya pero... si la has agregado también es por algo, no sé. Yo es que, a ver, yo soy de las personas que tengo a los necesarios, ¿sabes? O sea, no soy una persona que agrego, no sé... al primero que pilló, o que le he visto de hoy.

—Hombre, pero eso tampoco es...

—Si de verdad quieres a alguien pues, a no ser que te caiga mal o algo tampoco le vas a ignorar.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

Pero no podemos dejar de señalar cómo en el seno de este discurso surgen algunas voces que destacan las contrapartidas que supone aceptar este tipo de dinámicas. Fundamentalmente en

relación a lo que se entiende como cierta pérdida de autonomía o de capacidad de elección (hablar o contactar “realmente” con quien se quiere), que curiosamente entraría en contradicción con la mencionada lógica de la mejor gestión del yo. En este sentido, se asume como uno más de los “precios a pagar” por aprovechar las ventajas de las TIC y las redes sociales, y de estar integrado en ellas. Precio que también se interpreta en relación a las nuevas dependencias, a determinadas cuestiones relativas a la exposición personal pública, o al control que se percibe y a la intimidad que se pierde (dos aspectos que abordaremos a continuación). Precio, en cualquier caso, que parece pagarse gustoso y sin aparente duda.

*—Depende de los contactos que tengas, si tienes a alguien que es un pesado, yo lo borro y ya está, así no me molesta.*

*—Ya, pero igual es un amigo tuyo que es muy pesado.*

*—¿Y no lo puedes bloquear?*

*—Lo bloqueas, pero se nota que lo has bloqueado.*

*—Pues le digo “Oye mira, no me molestes” y punto.*

*—Es que eso también es malo, porque ya no decides tú con quién quieres hablar, ya es como que tienes la puerta abierta a todo el mundo.*

*—Y si lo niegas es como que haces algo mal.*

*—Ya no decides tú, te saludan y por compromiso tienes que responder. De la otra forma, si tú no quieres, no tienes la obligación. Pero ya no es sólo que tú tengas a esa persona en tu teléfono, en tus contactos, ya te tiene él a ti, tiene acceso a ti. Y eso no sé, entra un poco en la privacidad de cada uno ¿no?*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

## 6.6. CONTROL Y DESCONFIANZA EN LAS REDES SOCIALES

A partir del discurso que asume que aprovechar las ventajas del progreso tecnológico e integrarlas en la vida supone también cierto “precio a pagar”, que el hecho de estar en las redes sociales presupone que puedes ser localizado y situado casi en cada momento, y que las huellas del rastro que se deja (a partir de fotos, mensajes. . .) pueden ser seguidas por gente con la que se tiene una relación muy diversa, las posiciones que se generan siempre basculan entre las sensaciones de mayor libertad o nueva dependencia, de creciente autonomía de mayor control. En este apartado abordamos las maneras en que los y las jóvenes perciben que se establece el control en torno a las redes sociales (entre amistades y parejas, por parte de los progenitores y desde el propio sistema y las grandes corporaciones).

### *Entre amistades y parejas*

El hecho de estar siempre localizable, poder localizar a tus amigos o conocidos y la presuposición de la interacción permanente, en tiempo real, procura también la sensación de que, en no pocas ocasiones, no se posee libertad total a la hora de decidir si contestar, de pasar desapercibido,

o de vedar ciertas parcelas de la intimidad frente a una red de contactos que está constantemente observando. Se asume que a través de las redes sociales resulta sencillo establecer un control personal sobre el otro, desde la observación del rastro que deja en la Red (o que dejan otros), hasta las maneras en que los nuevos sistemas de mensajería establecen los mecanismos de entrega y recepción de mensajes (el ejemplo más paradigmático y recurrente es el de WhatsApp, sistema de mensajería que te permite saber si tu interlocutor ha recibido el mensaje, y a qué hora se ha producido su última conexión). Pues bien, aceptar que eso es así, que cualquiera que esté en tus redes sociales puede saber cosas de ti que quizás hubieras preferido reservar para un círculo más íntimo, que cualquiera que tenga tu número de teléfono podrá saber si has preferido obviar o no contestar un mensaje recibido, o si mentías al decir que tenías el teléfono apagado o estabas en tal o cual lugar, entra dentro del juego de cartas boca arriba que tantas veces hemos comentado a lo largo de este informe: acepto estar controlado porque yo también puedo hacerlo, porque me interesa y me viene bien tener la posibilidad de poder controlar a según qué personas. O simplemente porque no me importa, porque me “compensa”.

Es entonces cuando, en cierta medida, te ves “obligado” a responder los mensajes (por ejemplo), porque tú también esperas ser respondido. O cuando renuncias a la posibilidad de no ser controlado en algún sentido, si eso supone que tú tampoco puedes hacerlo con otros usuarios. El ejemplo surgía en los grupos espontáneo y claro: WhatsApp tiene la opción de desactivar el mecanismo que permite que sepan cuándo ha sido tu última conexión, pero implica que quien opta por esa opción tampoco podrá saber esa misma información de sus contactos; pues bien, ante tal disyuntiva, la opción mayoritaria es seguir tal cual, participando del juego.

*—Sí, es una fuente de control.*

*—Por ejemplo, con el WhatsApp que ahora puedes mandar tu ubicación, tu imagínate, por ejemplo que estás por ahí y te llama tu novia y te dice: “¿Dónde estás?” y tú dices: “En tal sitio...” Y te dice: “No, no, mándame tu ubicación”.*

*—Ya ves...*

*—No te digo que es porque hagas algo malo, pero ya no tienes opciones si quieres darle una sorpresa, quieres hacer lo que sea y claro, con eso no tienes opciones...*

*—Ahora saben a qué hora te has conectado, a qué hora te has desconectado...*

*—Saben todo...*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

*—A ver, yo soy de los que piensa que las redes sociales no han hecho ningún bien. He tenido Tuenti, Messenger, todo eso. Y al final me he quitado de todo eso, porque es una de las cosas que tú hoy en día, en cinco minutos, si eres un poquito avisado, puedes saber quién es una persona, dónde vive, con quién va, con quién se junta.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

*—Es que es la cuestión, a la gente no le gusta que le controlen, pero la gente controla a la gente. No te gusta que te controlen pero luego tú te metes ahí a ver a la prima de no sé quien, a no sé quien...*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Esta cuestión se agudiza aún más en las relaciones de amistad y pareja, donde el hecho de constatar que la contraparte ha leído o no un mensaje, ha contestado o no, llega a constituir motivo de discusión, dudas y sospecha (¿por qué no me contesta?, ¿qué otras prioridades tiene antes que contestarme?, ¿habrá contestado a otras personas y no a mí?, ¿soy menos importante para él/ella que otras personas a las que sí contesta?). Entre parejas se llega a asumir que estar siempre “disponible” es una obligación intrínseca a la propia relación, o incluso que se tiene el deber de permitir la accesibilidad al propio terminal telefónico, como prueba de que nada se oculta y de que la confianza es plena (Lasén, 2010b).

*—Imagínate, te mandan un WhatsApp o algo, “Ah, no, es que no lo he visto.” Mentira, sí lo has visto.*

*—A mí me parece mal que lo quiten, yo si no contesto y ven que me acabo de conectar y me dicen “Es que no has contestado”, pues no, porque no me ha dado la gana contestarte, o estaba haciendo algo.*

*—Claro, ya está, no estoy obligada a contestarte. . .*

*—Pues claro, yo si le mando, imagínate, a mi novio un WhatsApp y no me contesta y me dice que no lo ha leído y sí lo ha leído, pues que no me tome el pelo, que la tecnología también tiene que estar para algo.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Luego también hemos dicho que hay veces que te mandan un WhatsApp y como está el double check ese, la otra persona sabe que lo has visto, y tienes que contestarle por fuerza, porque si no parece que estás pasando de ella.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

Esta necesidad de transparencia total que redefinen las redes sociales (pues otra cosa se entiende como traición), y el hecho de que la posibilidad de control sea grande, provoca que se entable toda una batalla de tentaciones y celos. Principalmente porque los propios usuarios y usuarias afirman que, en torno a Facebook, Tuenti, WhatsApp, etc., se siembra la semilla de numerosas infidelidades. Por lo fácil que resulta acceder a otras personas, por las posibilidades de flirteo y conquista que ofrece el propio medio, y por la propia naturaleza del juego que se pone en práctica en la gestión y exposición del yo *online*.

En este sentido, todo usuario y usuaria parece conocer algún caso de infidelidad mediado o gestado en las redes sociales, de igual forma que es habitual escuchar historias de parejas que se han formado a través del conocimiento en redes sociales.

*—Hombre, Facebook ha roto más parejas que nadie en la historia, está clarísimo.*

*—Sí, sí. Porque te estás enterando de todo lo que hace tu pareja todo el rato. Entonces tampoco es sano, yo creo eso. Cada uno tiene que tener su privacidad, estés con quien estés.*

*—Aparte la facilidad que hay ahora, que tú conoces a una persona, tienes novia. Conoces a una tía de esa noche, que te has pillado un moco limonero y en cuanto*

*ella te busque por Facebook o le des tu número, ya puede estar hablando contigo sin el paso este de llamar a alguien aunque no le conozcas. Pero ya por chat "Hola, jaja".*

*—Ya, ha cambiado, sí.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

*—Para ligar también está muy bien.*

*—Pero también es un inconveniente si tienes novia. Porque... vamos, tienes que estar atento, de que yo qué sé... De si "ronean" con ella o algo y si... yo qué sé. También con mucho cuidado, como tú has dicho. [...]*

*—Por los celos.*

*—A lo mejor tienes una amiga y te empieza a comentar y ya está la novia ahí atenta.*

*—Claro, tú no puedes estar hablando con tu amiga porque luego todos malinterpretan.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

*—Todo el mundo se controla, yo creo, a sí mismo. Por eso cada vez las parejas se rompen más, por eso.*

*—Sí, y por todo. Estás en tu casa y... "Mándame la ubicación" y sale tal calle, a saber. "Ah, ¿no estás en tu casa?" o "No te la mando". Si no la mandas, será por algo.*

*—Claro.*

*—Entonces, aunque luego esté en su casa... pero ya estás diciendo "Si no me la manda es porque no está en su casa".*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Al hilo de estos argumentos, de nuevo surge la puntualización de que son las chicas quienes se muestran más celosas y encuentran en las redes sociales motivos de desconfianza, tanto respecto a sus parejas como a la relación de amistad entre ellas. El discurso no hace más que trasladar al ámbito tecnológico la tradicional diferenciación de género en ese sentido (que ambos géneros tienden a alimentar desde sus discursos y desde la proyección de estereotipos que realizan), por la que las chicas serían más apasionadas, intensas y profundas en sus relaciones, al tiempo que desconfiadas, celosas y "traicioneras", mientras los chicos serían más simples, llanos y superficiales, a la vez que nobles y pragmáticos (Rodríguez, Megías y Sánchez, 2002). Y las redes sociales contribuirían a magnificar tales extremos, otorgando además una visibilidad pública a cuestiones que, de tal forma, se amplifican.

*—Yo voy a decir una cosa... Sé que hay muchos más piques entre chicas por Facebook o por redes sociales que entre chicos.*

*—Ah, sí, eso sí.*

*—Estoy totalmente convencido, ya empezó con Fotolog... Y en Facebook igual. Aquí sí que de hecho hay millones de chicas que se dejan de hablar, porque ahora hay turbo amistades, que es algo muy de las redes sociales, de repente hay turbo amis-*

*tades. Tías que se odian pasan a ser súper amigas y a comentarse todo, y a los dos meses se vuelven a odiar porque una es amiga de otra que no debería ser amiga. . . y eso lo hay todo el rato. Y lo veo mucho más en chicas que en chicos. Porque en chicos sí que veo que se fortalecen un poco más las amistades, pero en tías sí que veo eso. . . [...]*

*—Pero es que no sé, las tías en general sí nos picamos un poco más entre nosotras, pero creo que no es culpa de Facebook, creo que es en general. El Facebook, lo que pasa es que lo muestra más al mundo.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Finalmente, resulta importante remarcar de nuevo que todas estas cuestiones dependen de las capacidades tecnológicas de los distintos operativos y terminales, y de las propias políticas de los operadores y empresas del sector tecnológico, que deciden si se puede o no ver la hora de conexión, la existencia de los contratos de parejas, la manera en que pueden circular y etiquetarse las imágenes, etc., etc. Una nueva muestra de la "agencia compartida" entre personas y tecnología que desarrolla Lasén en el capítulo de introducción.

### *Por parte de padres y madres*

Muy alejado del uso que tienen con los pares, la gran mayoría de los y las jóvenes usuarios de redes sociales explica cómo la relación con su padres y madres (quizás también con otros familiares adultos) tiene como objeto, fundamentalmente, el control de sus actividades, recorridos y horarios. Control agudizado a partir de la aparición del WhatsApp, pero que también puede producirse a través del seguimiento de perfiles en Facebook o páginas similares. En este sentido, es bastante común explicar cómo padres y madres acceden a comprar (y pagar mensualmente) dispositivos móviles a sus hijos e hijas, no sólo como elemento que aparentemente se ha constituido en objeto de primera necesidad, o como medio de integración grupal y social (en base a esa necesidad creada), sino como forma más eficaz para tener cerca y bajo cierto control a hijos e hijas. Por su parte, adolescentes y jóvenes asumen la contrapartida como vía más rápida para acceder a un tipo de tecnología que, de otro modo, estaría fuera de su alcance. Otra cosa será "agregar" a sus padres a sus perfiles personales.

*—Claro, ya te tienen controlado. Mis padres tienen WhatsApp también.*

*—Mi madre también, pero me llama.*

*—Yo le voy a poner a mi madre, que si no la tengo que mandar mensajes.*

*—A mí me manda mensajes al WhatsApp, de "¿dónde estás?". . .*

*—Y no apagues el móvil. . .*

*—La bloqueas, da igual, ja ja.*

*—Mi madre tiene números de mis amigas, por si acaso yo no cojo.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Mi padre tiene Facebook y paso de agregarle también, no le voy a agregar.*

*—Yo nunca tendré a mis padres. . . en Tuenti o en Facebook, o ninguna de esas.*



—Moderador: ¿Por?

—Porque no tienes libertad, directamente. No... no sé. No tienes la libertad que, por ejemplo, si no están no puedes hacer cualquier cosa. Si te vas a un sitio y no quieres que, por ejemplo, él lo sepa, pues... Si tú subes una foto del día de ese sitio, ya lo va a saber. Pues esa intimidad tú no la vas a tener.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

—Yo de hecho a mi familia no la tengo.

—Yo tampoco.

—Yo tengo a mi padre solo, pero bueno, le da bastante igual también.

—Es que no lo entienden. Yo a lo mejor subo una foto y el comentario típico del padre "Qué, ya te has puesto tibio ayer"... es que no me apetece.

GT MADRID, 24-26, MIXTO

Más allá de asumir esa contrapartida, los y las jóvenes (al menos desde los discursos mayoritarios) señalan que la comunicación con sus padres y madres vía redes sociales no tiene mayor contenido, incluso ni razón de ser. Fundamentalmente porque tiende a ser entendida en clave generacional, porque suele tener el entretenimiento descomprometido como fundamento, y porque pone en juego toda una serie de claves y de elementos simbólicos y de integración que no reconocen en torno a las figuras de autoridad. Incluso se asume que el lenguaje es distinto, así como los temas a tratar y la forma de hacerlo. Por ello, incluso señalan que los adultos "no entienden" la manera de comunicarse a partir de las redes sociales, el tipo de cosas de las que se hablan, ni cómo.

Se afirma que con padres y madres sólo se habla de "tonterías", de cosas que no son "importantes" y que podrían llegar a sentirse "ridículos" si traspasaran esa barrera del simple control de horarios. Es por eso que no resulta extraño escuchar cómo en ocasiones se crean perfiles en redes sociales que procuran que el rastro dejado sea difícil de seguir por parte de padres, madres u otros adultos, como forma de no mostrar una parte del yo (el *online*) que es posible que no entiendan o acepten, o simplemente que enseña cuestiones personales que cuesta o no se quiere compartir con figuras que, según épocas vitales, parecen alejadas del universo propio. Claro que seguramente podría llegar a decirse lo mismo respecto a la convivencia *offline*, también compleja durante los años de adolescencia. En este caso, las redes sociales simplemente ofrecen otro escenario en el que se puede producir el desencuentro o la incompreensión, a partir de elementos que, posiblemente, ofrezcan mayores dosis de seguridad a los menores por sentirlos más cercanos.

—Mi padre tiene WhatsApp, y es más pesao. Todo el rato me envía cosas de... "¿Dónde estás?" No me pregunta ni qué tal estás ni nada.

—A mi también, el mío sólo envía videos de chistes.

—Lo usa... lo usa como si fuera un niño de...

—Y las, las cadenas estas de: si no envías un mensaje a tantas personas, pues... te las reenvía y todo.

—A mí eso me pone nervioso.

—Sí, a mi también. Pues... él me las envía. [...]

—Yo para... para avisar cuando vas a llegar más tarde. Es que me siento ridículo hablando con mi padre por WhatsApp.

—No vas a gastar llamada... Dices: "Que voy a llegar más tarde", y ya está.

—Claro, para eso sí. Pero hablar, hablar, yo me siento ridículo.

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

### Por parte del sistema y las grandes empresas/corporaciones

En un contexto de desarrollo tecnológico en el que la capacidad de estar constantemente interconectado supone que muchos datos personales quedan registrados y circulan por la Red, y que el hecho de poder contactar y localizar a otras personas implica que quien puede hacerlo también está localizable, el sistema industrial, empresarial y de poder que sustenta tal escenario es puesto bajo sospecha. Porque en una sociedad eminentemente marcada por el desarrollo de las TIC crece más que nunca la convicción en torno al tópico de que "la información es poder", y precisamente son los propios usuarios quienes, al tiempo que representan el potencial y el futuro de las redes sociales, se constituyen en el elemento más valioso para quien quiera sacar provecho de la información que ponen en circulación.

Registrarse y usar redes sociales supone poner a disposición de empresas privadas y organismos públicos numerosos datos personales (muchas veces sin ser plenamente consciente de ello), que se constituyen en información valiosa en muchos sentidos. Desde el punto de vista económico, comercial e industrial, como elementos esenciales en la determinación de nichos de mercado y en la detección de necesidades y oportunidades de negocio. Desde el punto de vista del poder y las fuerzas de seguridad, como forma de control y vigilancia, ya sea en base a sospechas fundadas, ya en base a teóricas necesidades de prevención, como medio de información y adoctrinamiento más o menos subliminal, más o menos explícito. Incluso a niveles más reducidos, como medio a través del cual las empresas pueden "espíar" a sus empleados y empleadas. Cuestiones todas que, a pesar del trasfondo de ilegalidad que transmiten, tienden a ser asumidas como habituales (como si de *Un mundo feliz* de Huxley se tratara) y que además tienden a indiferenciar al "enemigo", en base a la percepción de una suerte de gran hermano vigilante, frente a una ciudadanía indefensa y, en cierto modo alienada: "saben quién eres"... "saben todo".

—Yo estuve dos años en Teleco y tú realmente si te quieren encontrar... ¿tú entras desde tu casa, verdad? Tienen el IP de tu ordenador marcado, saben de dónde estás entrando, es que realmente cuanto más sabes de esas cosas es una putada, porque saben dónde estás, igual que con el móvil, igual que con todo.

—[...]

—Claro, saben mogollón.

—Pueden mirar todo.

—Y tú vives en tu mundo feliz de "anda, si yo lo pongo en privado cómo van a entrar".

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—No sé si sabéis que el Tuenti es de la Policía, lo usa la policía. Yo, que estoy estudiando para eso lo sé, es una de las redes sociales en las que han pillado mucha gente.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

*—Tiene información tuya, que me parece que cuando entras en el registro, hay unas políticas de seguridad, aceptas de que esos datos que estás metiendo...*

*—Los das a la empresa, tus datos, fotos, ya son de Tuenti, y de Internet. Son suyos...*

*—Sí, sí...*

*—Pueden hacer lo que quieran, en teoría...*

*—Sí, en teoría, sí.*

*—Hay diferentes..., vamos, temas por ahí abiertos, que incluso Facebook tiene una base de datos de reconocimiento de caras y demás... y eso es una historia también, porque es información confidencial, saben tus gustos, se habla de...*

*—Saben todo...*

*—Saben quién eres.*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Sin embargo, la aparente alarma o preocupación que teóricamente acompañaría a tal asunción, parece diluirse en función de varios aspectos. Por un lado, porque se asume cierta parte de culpa desde el momento en que no se atiende a las condiciones de privacidad ni a las contrapartidas asociadas al hecho de dar de alta un perfil en una red social (suele ser común reconocer que no se leen las largas y farragosas políticas de privacidad), hecho que conduce al desconocimiento respecto a cuestiones como de quién son las imágenes o datos que se suben a la Red. Por otro lado, porque se acepta, como tantas veces respecto al tema que nos ocupa, que es un "precio que se paga" de buena gana, principalmente porque las ventajas que reporta son inmediatas, mientras los inconvenientes apenas se intuyen en el medio o largo plazo. Y, sobre todo, porque parece generar cierta tranquilidad el hecho de que "todo el mundo" está igual (todos "controlados"), y es inevitable. Ante tal convicción, y desde la premisa de que "no puedes vivir angustiado", existe un sentimiento generalizado de tranquilidad.

*—Tuenti de hecho ya tiene todas tus imágenes, puede hacer con ellas lo que quiera.  
—[...]*

*—Y muchas veces venden tu información a otras empresas. Muchas veces, cuando te abres una cuenta nueva igual en un foro o algo así, te dicen que no van a vender tu información, pero hay veces que las empresas compran la información para enviarte publicidad o lo que sea.*

*—Moderador: ¿Y eso no preocupa? No sé, ¿os compensa en cualquier caso?*

*—Preocupar, sí, pero eso a todo el mundo le debería preocupar.*

*—Si todos tienen, ¿qué va a pasar?*

*—Me pasa a mí y le va a pasar a todos.*

*—Hombre, en general tienes que tener cuidado con todo, pero tampoco puedes vivir angustiado, tú ahora mismo puedes ir a la calle y que un tío te de el palo y te pegue una paliza, pero no puedes vivir con ese miedo de “voy a salir a la calle y que me pase esto”.*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

En cualquier caso sí que existe una posición, minoritaria y asociada a los perfiles juveniles más alejados de las redes sociales, que señala contrapartidas como las mencionadas (unidas al riesgo que pueden suponer las redes sociales para desvirtuar o acabar con las relaciones interpersonales “físicas”), para poner en duda el “lado bueno” de este tipo de desarrollo tecnológico: el “precio a pagar” es excesivamente alto, y sobre tal convicción edifican una perspectiva un tanto apocalíptica o tremendista en relación al progreso tecnológico.

*—Sí es verdad que las redes sociales mueven mogollón. Yo tengo una empresa y me hago un perfil de esos y solamente cuelgo cosas de mi trabajo, me doy a conocer a un montón de gente...*

*—Claro, y también para ver si sus trabajadores hacen cosas... para controlar un poco.*

*—Pero claro, ahí es lo que yo he dicho antes. En ese sentido lo veo bien, porque mi madre a lo mejor tiene Facebook, pero mi madre lo utiliza para el hospital, el consorcio de los compañeros y para familia que tiene en Alemania, alguna foto de la familia.*

*—Es que estáis diciendo que las redes sociales son buenas para unas cosas y malas para otras. Para mí las redes sociales son Whatsup, Tuenti, Facebook y otra cosa son los correos electrónicos. Yo te digo que me llamo pericodelospalotes@gmail.com, tú no puedes ver ni dónde vivo ni fotos, ni cara, ni nada. Entonces eso es otra cosa. Otra cosa son las redes sociales, que tú subes fotos, pones tu perfil, vale, y miras donde tiene su perfil...*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

## 6.7. LA INTIMIDAD Y LA PRIVACIDAD

La aceptación general de las contrapartidas que supone aprovechar las ventajas (y la “necesidad”) de estar en las redes sociales, adquiere buena parte de su sentido a la hora de abordar el concepto intimidad. Como punto de partida podemos señalar que, en líneas generales, y fundamentalmente desde los usuarios y usuarias habituales, se asume una ruptura del límite de la intimidad o más bien una modulación del mismo. Y ello se tiende a aceptar desde la teórica despreocupación que produce la naturalización de su relación cotidiana con las redes sociales, y la supuesta generalización de la misma. Desde la explicitación de que “todo tiene su parte buena y su parte mala”, y sobre todo aceptando que cuando entras a formar parte del juego ya sabes cuáles son las consecuencias y qué “precio se paga” (por “el progreso”, como dicen), parece evidente que el lado menos bueno no preocupa tanto, y su precio compensa en relación a todo lo positivo que ofrece.

—Moderador: *Entonces si tú sales un sábado y subes una foto, ¿la ve tu madre?*

—Claro [...]

—*A mí me ha pasado que mi madre no sabe que voy a salir y salgo, y luego ve la foto...*

—*Pero que tampoco tienes que hacer barbaridades, no sé, jeje.*

—*Igual estás bebiendo... y no sé. Dice tu madre "estás con cara de tal". Ya mamá, pero es que...*

BILBAO, 16-1U, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

—*Depende de cada uno. Hay chicas que cuelgan en sujetador y bragas una foto, eso para mí es intimidad; para la otra persona, no. O que sepan que he estado en no sé qué discoteca. Eso para mí no es intimidad. No me importa en un principio que se sepa. Pero que me vean haciendo no sé qué, o las fotos esas del espejo típicas, para mí, eso sí es intimidad. Depende de cada persona. Lo que tú quieras que quieran ver.*

—*Exacto, es intimidad porque tú ves que es intimidad, pero entonces ¿para qué lo has subido?*

—*A ver, yo sí que alguna vez he subido una foto, pero el objetivo de la foto que subo es que la gente lo vea. Yo, por ejemplo, subo fotos de partidos y el objetivo es que la gente pueda ver los partidos.*

—*Y cosas que a ti no te importan que se vayan a ver. Lo que cuelgues se va a ver, está claro. Y eso depende de cada persona.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

Que otras personas accedan a ti se asume como la contrapartida de poder acceder a otros, pero además se interpreta como parte de las propias claves comunicacionales del medio tecnológico. Es así porque la comunicación se entiende pública, para todos los usuarios y usuarias (para los amigos, los conocidos, e incluso los desconocidos). Evidentemente que las redes sociales permiten una comunicación más íntima o personal, más privada. Pero la propia naturaleza y sentido del estar, y la ya mencionada lógica de la mejor gestión del yo y de las oportunidades, presupone que la participación en la mayoría de las redes sociales debe tener, cuando menos, una parte o fachada pública, tras la cual quizás se pueden esconder otras más privadas, pero que en cualquier caso ya parte de la aceptación de esa proyección pública del yo *online*, de esa intimidad compartida, y de la renegociación de los límites entre lo privado y lo público. Se pone en juego, en mayor o menor grado, una imagen para gente que no te conoce, ni conoces. Y no parece importar, como dicen, "si escondes algo, no lo haces por ese medio" ya que hay redes que se usan "para que la gente se entere de tu vida". Aceptar esto, la naturaleza de las redes sociales como canal abierto, público, en movimiento, flexible... es asumir tales renunciaciones, e incluso encontrar distintos sentidos a tradicionales concepciones de la privacidad y la intimidad. Además, desde el mismo momento en el que se abre un perfil, en el que se ceden a las plataformas y compañías tecnológicas determinados derechos de imagen y privacidad que en otras circunstancias se entenderían de otra forma.

*—Estamos en lo que hablamos, que yo creo que luego nadie se preocupa del tema... que pasan muchas cosas, muchas historias con esto de las redes sociales, pero nadie se preocupa de nuestra privacidad... [...]*

*—El problema de la privacidad, es que cuanto más privacidad tuviesen esas redes sociales, más difícil es encontrar a una persona.*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Lejos de centrar el foco de atención en las pérdidas, muchos argumentos inciden en destacar lo positivo de formar parte de ese juego de permanente conexión, interrelación y exposición. Reig y Vilchez (2013: 77) manejan el concepto de “intimidad abundante o aumentada”, y señalan que “son cada día más las evidencias de que los servicios de las redes sociales, comunicación sincrónica desde móviles, están favoreciendo el reconocimiento y expresión emocional de nuestros jóvenes, haciéndoles más hábiles en ello y, sobre todo, más felices”. Planteamiento que centra su atención en la capacidad de las redes sociales para multiplicar las posibilidades de relación, su potencial como elemento de integración y expresión grupal, y en la posibilidad de un uso terapéutico que abre puertas a jóvenes tímidos y emocionalmente más retraídos (desde la concepción *offline* del yo). Un planteamiento que también debe tener en cuenta el discurso de los propios usuarios y usuarias jóvenes, que señalan el exceso de exhibicionismo y exposición sentimental como fuente principal de los malos usos asociados a la tecnología. Otra cosa será valorar cuánto se considera “exceso”, y si es lo mismo para todos y todas.

En cualquier caso, incluso asumiendo las renuncias, a la hora de determinar los límites de la intimidad existirán grados, siempre desde la explicitación de que sólo el propio usuario o usuaria de redes sociales gestiona su yo *online* y decide a cuánta privacidad se renuncia y qué personas pueden acceder a determinadas parcelas de la vida y de los sentimientos. Desde la convicción de que si se renuncia a parte de la intimidad se hace porque se quiere, esta renuncia se asume consecuente, no se estigmatiza. En este sentido, el límite de la intimidad será flexible y sujeto a decisiones personales e intransferibles, cuestión que provoca un clima de aceptación cercana al “todo vale” (si la decisión es independiente y voluntaria), que en ocasiones provoca matices contradictorios que ya hemos apuntado: al tiempo que se critica el exhibicionismo sentimental y el hacer públicas cuestiones excesivamente privadas, se acepta que el que la gente lo haga (siempre otros) alimenta el juego que dota de sentido a la Red, y además contribuye a generalizar ese clima de “intimidad aumentada” del que uno mismo puede participar.

*—Es una forma muy gratuita de cotillear a todo el mundo, pero bueno, también es lo que tú dejas cotillear.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Yo creo que también una ventaja que ha tenido Tuenti es que, por ejemplo, antes tú si querías te veía todo el mundo y el, o sea, el modo de privacidad a mí que me importa muchísimo porque a mí no me gusta que se metan a ver lo que tú tienes, o yo qué sé... o a la gente que tú quieres... no sé. A mí no me gusta eso, y no sé... Creo que lo de, lo de poner que sólo te vea la gente que tú quieres, a mí eso la verdad es que me gusta mucho. No que te vea todo el mundo.*

MADRID, 16-18, CHICOS USO MEDIO, CLASE ALTA

En este juego de balanzas que parte de la idea de que participar de las redes sociales implica que sólo te ve la gente que tú quieres, pero siempre te ve gente, se tienen en cuenta dos aspectos a la hora de manejar la privacidad. En primer lugar, en qué punto se establece la frontera de lo que se muestra y lo que no, lo que se dice y lo que se calla, que compondrá para el resto el límite de tu intimidad y de sus expectativas al respecto. En este sentido, en torno al uso de las redes sociales se admite con naturalidad que esa frontera se ha trasladado, mostrando parcelas de la vida antes restringidas a círculos íntimos, y ahora abiertas a personas con las que se mantienen relaciones mucho menos cercanas. Así, las imágenes que componen tu perfil o el de otras personas (que te “etiquetan” y te muestran en público), los vídeos que se destacan, las palabras que se dicen en público, muestran espacios (físicos, emocionales) que componen tu yo *online*, de tal forma que incluso traspasa la parcela de privacidad que se mantiene *offline*. Es decir, que la gente puede saber cómo es tu habitación, tu colegio, incluso cómo es tu familia y cuáles son tus amigos... quizás sin tener una relación que propiciara ofrecer esa información de forma *offline*. Atendiendo a esto, y a la aceptación de que sólo cada usuario o usuaria puede decidir dónde sitúa dicha frontera, el límite será no traspasar las fronteras de otros (no hacer públicas cosas de su vida privada que no quieren que lo sean).

En segundo lugar, el sitio en el que se establece la frontera de la intimidad también tiene que ver con las propias características de cada red social, que ofrecerán más o menos posibilidades de salvaguardar espacios de privacidad en función de su razón de ser, los referentes que manejan, sus posibilidades tecnológicas, los teóricos objetivos que sustentan su uso, e incluso la capacidad que ofrecen para “restaurar” la intimidad (por poner un ejemplo de esto último, en los grupos mencionaban la existencia de “trucos” en el WhatsApp para que el interlocutor no supiera tu hora de conexión). Por ello, estar en una u otra red social también tiende a interpretarse como una manera de optar por un mayor o menor grado de intimidad, o por una manera de jugar con la privacidad de una u otra forma. En este sentido, se entiende que Facebook, por su propia configuración y razón de ser, muestra más de uno mismo que Twitter o WhatsApp, por ejemplo.

—Con tu grupo de amigos “Oye, he visto este concierto y ha sido la leche”. Vale, pero ya. Pero no vas contando que has discutido con no sé quién.

—Moderador: Eso no lo contáis...

—No.

—Yo no, en Facebook no. Cero.

—Moderador: ¿Y en WhatsApp sí?

—En WhatsApp sí. Si he tenido una historia con alguien pongo “Este tío es un x”, y me quedo tan ancho.

—Son tus amigos, no es publicarlo a todos... [...]

—Si yo pongo una actualización de “Me gusta este grupo”, alguno de ellos puede darle a me gusta, pero en Facebook no voy a hablar con ellos solamente. En cambio en el chat sí. Les cuento “Me ha salido este curro”. “Ah, pues me alegro”. “Yo conozco a no sé quién que trabaja ahí”... pero en Facebook no lo vas a hacer así.

—Yo creo que el Messenger era más privado. Ahora el Tuenti no sé... hay muchas fotos, la conversaciones... no sé.

—Sí, porque antes la únicas fotos que tú veías era la que tenías de principal, que se cambiaba y eso, pero ahora es mucho más cotilleo todo.

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Estas estrategias fundamentadas en controlar el alcance de la intimidad a partir del dominio y control de las redes sociales que la amplifican, encuentran también apoyo en las palabras de Reig y Vilchez (2013: 71 y 72), que inciden en que modular esa intimidad no supone que los y las jóvenes se despreocupen de su privacidad (algo que ya señalaba Lasén en la introducción): "Para muchos jóvenes, la privacidad no es ocultar información sino gestionar su alcance, lo que se comparte, cómo se presenta, quién accede a cada cosa, etc. Así, una nueva investigación de Danah Boyd y Eszter Hargittai (2010) mostraba como son ciertas las observaciones que algunos/as veníamos haciendo: no es verdad que a los jóvenes no les preocupe la privacidad. Resulta, por el contrario, que es un tema que ocupa su tiempo, registrándose múltiples modificaciones de sus perfiles en Facebook durante 2009. Más concretamente, el estudio destacaba que la mayoría de los usuarios de Facebook había modificado sus condiciones de privacidad por lo menos una vez en 2009, siendo ésta una práctica en aumento, tanto en usuarios frecuentes como ocasionales. [...] En general, los jóvenes tienen en cuenta la privacidad, pero algunos de ellos y de los adultos se equivocan al elegir una estrategia de protección."

Con independencia del posible análisis de los datos a los que hacen referencia, y sin pretender señalar que a los y las jóvenes usuarios de redes sociales no les preocupe su privacidad, lo cierto es que no podemos negar que los discursos al respecto muestran, cuando menos, una revisión del concepto "intimidad" a partir de una nueva manera de gestionar el yo. La idea de fondo sería que la consolidación de las redes sociales como medio de relación y comunicación entre adolescentes y jóvenes, y el hecho de que muchos de ellos y ellas hayan crecido con ello y estén madurando de la mano de esos procesos de socialización (como parte de esa "educación sentimental" de la que habla Lasén), ha provocado que ya no se entienda la intimidad como antes, o más bien se entienda en un sentido más amplio, flexible y moldeable (en la línea de la "intimidad aumentada" mencionada). Así, queda un tanto difuminada la frontera entre lo privado y lo público, en función de necesidades y también como muestra del desdoblamiento entre el yo *online* y *offline*.

Como ya señalamos, existen cosas privadas que no se hablan personalmente (en contra del discurso de "lo importante se habla cara a cara"), e incluso se reconoce que puede existir mayor complicidad y confianza en un mensaje *online* que en el cara a cara. Igualmente, como apuntamos, no parece existir rubor en mostrar espacios antes vedados, como la habitación o el domicilio particular, pues el escenario ahora es mucho más grande y trasciende esos límites.

La frontera de la privacidad parece empezar en otro contexto: no en el acceso al medio (y, por tanto, a los ojos de otros muchos usuarios y usuarias), sino en la puesta en práctica de la comunicación en el filo que hace complementarios el yo *online* y *offline*. Entonces, a partir de esa conjunción entre lo virtual y lo presencial, sí se entiende que se accede a la intimidad de la otra persona.



—Por ejemplo, yo con mi novio, yo le digo, tú me das tu contraseña y yo te doy la mía. Ya está. [...]

—Yo la verdad, no tengo que esconder nada con nadie.

—Yo igual, yo igual. ¿Para qué? Si yo tengo que esconder algo, ¿sabes?, pues no te lo daría.

—Hombre, si escondes algo no lo harías por ese medio.

MADRID, 16-18, CHICAS, USO MEDIO, CLASE BAJA

Aceptar esto provoca que no resulte tan extraño escuchar cómo algunos adolescentes y jóvenes asumen que, cuando la relación es de confianza, no importa intercambiar terminales y teléfonos móviles, o incluso compartir contraseñas (para conseguir el fin de estar constantemente conectada, por ejemplo), siempre a partir de una ley no escrita que señalaría que no se puede (no se debe) intercambiar identidades virtuales.

—Imagínate... imagínate que ella se está planchando el pelo y yo estoy en su casa. O al revés. Suena el teléfono, "cógelo". Yo me sé la contraseña. "¿Quién es", pues es no sé quién. "Ah, pues contéstale esto". Y le contestas tú. O que se quede ella sin batería y me diga ella "déjame el teléfono", y ya se sabe cómo se desbloquea, cómo se va a no sé dónde...

—Moderador: Pero vuestra clave de acceso, por ejemplo, para entrar en, no sé, Tuenti...

—Sí.

—Sí, porque muchas veces le digo a ella "Déjame tu contraseña que quiero ver a no sé quién".

—Por ejemplo, y yo la digo "Claro, métete".

—Moderador: Y por ejemplo, contestar desde su perfil tú como si fueras ella...

—Eso no

—No. [...]

—Yo creo que eso ya es invadir la privacidad de una persona. [...] Yo, por ejemplo, sólo me meto para ver a personas, no me meto para hablar con contactos de ellas ni nada. Lo primero, cuando me conecto a su Tuenti, desactivo el chat. Porque si le hablo a alguien, se va a pensar que es ella y soy yo.

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Frente a todas estas cuestiones, que componen los principales argumentos de los y las jóvenes usuarios, existen dos posiciones que llevan al extremo los posicionamientos al respecto. Por un lado, quienes tienden a situarse en los márgenes de la integración tecnológica (usuarios de poca intensidad u ocasionales), mantienen la convicción de no ceder ante las contrapartidas y preservar la parcela privada sin injerencias: en las redes sociales no hay intimidad, o se renuncia a demasiadas parcelas de intimidad, en un ejercicio que iría desde el desconocimiento del medio, hasta el exhibicionismo.

—En las redes sociales no tienen intimidad.

—En las redes sociales no hay nada de intimidad.

—Moderador: ¿El concepto de intimidad es diferente del que tienen ellos?

—O que no les importa, o que prefieren ver a otras personas y que puedan verle, no sé.

—Yo es que por ejemplo sí que soy súper recelosa de mi intimidad. De aquí para adentro es mío. Y sí que hay gente que le puede más el cotilleo.

—Sí, el cotilleo, efectivamente.

—De mirar, con tal de cotillear que entren, que entren aquí en mi espacio y que cotilleen todo lo que sea.

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO BAJO, CLASE BAJA

Por otro lado, desde las posiciones más integradas (entre los usuarios de alta intensidad), y a partir de la asunción de que el “cotilleo”, la necesidad de control y el interés por las vidas ajenas son elementos que responden a la naturaleza humana (motivo por el cual no se puede culpar al medio, a pesar de que éste procure la amplificación y multiplicación de los mismos), se asume plenamente la redefinición y puesta al día del concepto “intimidad”. Incluso desde su propia puesta en valor: “la intimidad está sobrevalorada”, se llegó a escuchar en un grupo.

—Tengo intimidad para mis cosas, que a mí me parecen íntimas. A mí... que me vean mis amigas, o que vea mi familia una foto... me parece que puedes tú estar paseando en la calle o por ahí y verme también. No voy a sacar un foto con mi novio en la cama, porque eso para mí es intimidad.

—Pero luego igual tienes gente que te está viendo a la que tú no le preguntarías si te has echado novio, si estás en la cama, si tienes una foto con él. Eso, con quién andas, dónde andas...

—Pero lo haces porque te da igual, tú realmente algo que no quieres que la gente no sepa, lo intentas ocultar.

—Claro, intentas no publicarlo. También eso, que al final intimidad tienes poca porque...

—La que tú quieras, la que tú te guardas.

—Aunque sea general y que en la calle también lo puedan ver, dónde trabajas, dónde estudias, con quién andas, quién es tu familia, por dónde sales, qué comes, porque la gente saca fotos a lo que come y lo sube. Todo, no es que sea súper privado y no quiero que lo sepan, pero tampoco tengo intimidad. Cómo es tu habitación lo sabe todo el mundo.

—Sí.

—Tú no la vas enseñando pero al final hay una foto en la que sales con una amiga haciendo el chorra en una habitación y es la tuya. Y está en Internet.

—Pero, a ver, yo pienso... ¿Y qué?

—A ver, te da igual porque tienes Facebook y si te importase tanto no tendrías, te quitarías esas cosas, te da igual. Pero sí es verdad que pierdes intimidad, mucha.

—Sí, sí. Pierdes intimidad pero creo que la intimidad está sobrevalorada en algunos casos, sí que hay cosas que es importante mantenerlas en la intimidad y cosas como tu habitación, no sé ya a quién le puede importar. O con quién andas con tus amigas, que te vean por ahí como dices tú, o por dónde andas.

—Yo no digo que les importe o no, digo que ya no la tienen, ya está ahí.

—Por eso digo, que está sobrevalorada.

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

## 6.8. UN CASO ESPECÍFICO: TWITTER

En general, las percepciones e impresiones acerca de Twitter son básicamente independientes del uso más o menos intenso de redes sociales, y el grado de conocimiento sobre sus características y manejo es muy variable entre los diferentes perfiles. En todo caso existe un acuerdo común en calificarla como una red social que está “de moda” (a pesar de que el uso entre los propios integrantes de los grupos sea bajo), en parte propiciado por lo que consideran es su relativa novedad en el conjunto de la ofertas de redes sociales. A esta “moda” contribuiría especialmente su uso por parte de protagonistas de la vida pública (deportistas, famosos, políticos...), que en ocasiones son “seguidos” activamente y en otras simplemente alcanzan notoriedad pública a partir de lo polémico de sus manifestaciones. A la amplificación de esta notoriedad contribuirían los medios de comunicación (adoptando los *tweets* de personajes públicos como un medio más para “informar” sobre ellos), que también hacen un empleo intensivo de esta red social para realizar todo tipo de convocatorias o canalizar la participación de sus seguidores.

—No, pero no sé... El Twitter es una fuente de información, de hecho desde Twitter se han hecho incluso las manifestaciones estas últimas, se han convocado desde ahí... yo por eso sí lo veo útil.

TOLEDO, 24-25, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Las percepciones sobre Twitter se fundamentan en dos dimensiones, básicamente derivadas de sus características funcionales como red social. Por una parte, se tiende a evidenciar lo limitado de su utilidad como plataforma social al nivel que entienden otras redes sociales (incluso señalando cierto sentido de ininteligibilidad), debido esencialmente al límite de los 140 caracteres que impone una esquematización de la comunicación. Así, la acotación física de los mensajes, además de otros elementos, parecen restringir su empleo a la transmisión de estatus personal inmediato (el aquí y el ahora como valor primario), la exhibición de la rutina y la anécdota, o la reflexión intrascendente. Dimensión comunicativa mucho menos valorada que las posibilidades de relación más profunda con el círculo de amigos que ofrecen otras redes sociales, como Facebook o Tuenti, que permiten comentarios más extensos y pueden ser acompañados de otros elementos iconográficos. Frente al carácter más relacional-profundo y de relato que parecen propiciar éstas, a Twitter se le asocia una dimensión más informativa, de orden puntual y superficial por sus limitaciones; y una comunicación que necesariamente debe ser actualizada constantemente si se

desea sacar el máximo provecho a esta red social (algo que, por otra parte, responde al propio universo simbólico generado en torno a las TIC, como hemos visto a lo largo del informe). En este sentido, esa necesidad de estar constantemente pendiente de la Red, frente a redes sociales que permiten una gestión de los contenidos más flexible, sirve de argumento para quienes manifiestan mayor desapego por Twitter.

*—Me iba a hacer, pero tener que poner lo que hago en cada momento. . .*

*—Yo lo tengo, pero no lo entiendo bien y lo dejé ahí. . .*

BILBAO, 16-18, MIXTO, USO ALTO, CLASE MEDIA

La perspectiva de tener que “conectar con el mundo”, unido a la convicción de que en Twitter se emite “en abierto” (cualquier usuario te puede “seguir” y es capaz de recoger y reenviar un *tweet*) resuena a la hora de plantearse qué se puede publicar y qué no conviene, para no correr el riesgo de caer en la banalidad o en el relato de lo intrascendente. Precisamente éste es el riesgo que buena parte de quienes no son usuarios de Twitter (la mayoría de los y las jóvenes de los grupos realizados) señalan al hablar del uso que hacen los amigos e incluso los personajes a los que se sigue. Desde estos argumentos se señala también el peligro de traspasar los límites aceptables en la exhibición pública de una intimidad cuyo alcance trasciende al grupo de amigos. Así, la exposición personal a través de Twitter genera no pocos conflictos, siempre en torno a lo que se entiende que es un contenido comunicacional cargado de intrascendencia, pero que evidencia dudas sobre los límites de lo que es “anunciable”, e incluso puede jugar con la “obsesión” en la que pueden derivar determinados malos usos (en la línea de los malos usos analizados en el grueso del informe).

*—Es como con el Twitter, “Qué mal, he perdido el metro”, “Qué mal, estoy esperando”.*

*—“Buenas noches, me voy a la cama” jaja.*

*—Sí, esas cosas.*

*—Que no le interesan a nadie.*

*—Eso es.*

BILBAO, 24-26, CHICAS, USO ALTO, CLASE ALTA, TRABAJAN

*—Sí es útil, pero también pienso que en plan famoso, pues si en plan famoso a mí me parece extraño seguir a una persona. . .*

*—Es casi obsesivo, no sabes si sigues en la realidad o no. . .*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Esta característica le otorga cierto sentido de irrelevancia en cuanto a sus posibilidades como elemento de interacción con el grupo de pares, porque parece más difícil profundizar en aquello que se comunica, y porque no se generan espacios de intercambio colectivo al modo y manera en que lo hacen otras redes sociales. Es evidente que el objeto y las características propias de esta red social no giran en torno a esta idea, que sin duda sí sustenta redes como Facebook o Tuenti. Pero lo cierto es que el análisis general que hacen los y las jóvenes sobre Twitter (un análisis que, por supuesto, se queda en lo superficial, pues no era objeto específico del trabajo de campo

realizado), se contextualiza en base a toda la panorámica de redes sociales que están en su mano, y en base a su capacidad como elemento de integración grupal y a su aportación como tecnología que procura una mejor gestión del yo, del tiempo y de la agenda (como se explica en el informe). En este sentido, Twitter tiene la partida perdida de antemano.

*—Yo Twitter lo tengo desde hace un par de años y todavía no he subido un solo tweet, es que no tengo nada que decir, las cosas que quiero decir se las digo a mis colegas, no las estoy publicando ahí para que las lea todo dios.*

GT MADRID, 24-26, MIXTO

En general, esta supuesta debilidad inicial que aparece cuando se intenta vincular como herramienta de relación con el grupo de pares se transforma en potencial cuando se trasciende de la esfera de lo privado-relacional y se adentra en lo público-social, entendido como mecanismo de traslación de la propia imagen más allá de la frontera de las propias redes sociales (las que se “controlan” a través de Facebook o Tuenti, por ejemplo). Así, Twitter se percibe más como un receptáculo de información que como un medio de relación-comunicación. Y trasciende el sentido de red de uso más o menos privado (entre amigos y conocidos) para transmutarse en un espacio público de intercambio generalizado, a diferencia de otras redes. Desde esta perspectiva, los mismos valores de inmediatez, simplicidad y rapidez de interacción le confieren una dimensión de ventana de comunicación con el mundo en “tiempo real”, con infinitas posibilidades a la hora de estar conectado a los eventos o personas que resulten de interés. Esta virtud de nexo comunicativo está recogida específicamente en la posibilidad de seguir a alguien (ya sea persona privada o celebridad de cualquier tipo), o a algo (grupo, red, asociación, organización, etc.), y de poder hacerlo de manera individual o temática. También en rastrear determinados eventos o adentrarse en temas más específicos que sean de interés.

*—Claro, también por ejemplo el Twitter viene bien para . . . si están echando un partido y tú no tienes ese canal para verlo, pues . . . para navegar en Marca o . . . programas que tengan Twitter de fútbol, y ver cómo va el partido, te lo va narrando y esas cosas. A mí me viene bien para el deporte y todo eso.*

*—A mí también eso es lo que más me gusta de Twitter, que también, no sé, te acerca un poco más a la gente famosa, no sé, como por ejemplo Iker Casillas, Falcao. . . Esa gente, no sé. Yo, por ejemplo, soy muy aficionado a deportes, y no sé, eso es lo que más me gusta.*

MADRID, 16-18, CHICOS, USO MEDIO, CLASE ALTA

Por otra parte, si se accede y se valora Twitter desde esta dimensión, se propicia el sentimiento de formar parte de una línea de comunicación global, de ser integrante de la cadena de información que permite estar al día de las últimas novedades o eventos, de atrapar fragmentos de realidad que interesen (“alguna frase con la que te sientes identificada”, se escuchó en un grupo), e incluso de convertirse en protagonista si se *tuitean* o *retuitean* mensajes considerados como importantes o trascendentes. Entonces, para los y las jóvenes, el valor de esta red no estará tanto en la creación de la información, sino en el hecho de recibirla de forma permanente e inmediata, y poder trasvasar la misma a otros, acentuando un valor primario y básico entre los y las jóvenes.

Entonces sí se genera integración personal y grupal en torno a ese acto de “estar a la última” y de constituirse en eslabón básico de una cadena global.

*—Yo sí, porque a mí el politiquero y esas cosas me gustan. Si va a haber una manifestación o cuando han sido todas las manifestaciones... todo eso está seguido en Twitter, antes de que la noticia llegue a la tele está en Twitter. Por ejemplo, la huelga general, el niño ese al que le abrieron la cabeza, yo ya le había visto la cara antes de que saliera en televisión. Porque la foto ya la habían subido hace horas.*

GT ARANJUEZ, 18-19, CHICAS

Esta capacidad para conocer, recoger y transmitir de forma inmediata temas de la actualidad, de lo que está sucediendo en el momento y es objeto de atención pública, confiere a Twitter el valor de configurarse como una red específica y especial, alejada de las rutinas y pautas de comunicación del grupo de pares que están amparadas en otras redes sociales. Así, en cierto sentido, le otorga un sentido de uso restrictivo, muy acotado para ciertos requerimientos informativos, y que connota cierta carga de “intelectualidad”; fundamentalmente si lo que se persigue con su uso es el mantenerse informado sobre determinados acontecimientos, especialmente aquellos de más relevancia social y pública, que generan debate en la Red. Este aspecto genera más interés cuanto mayor es la cercanía de los y las jóvenes a estos temas.

*—El Twitter también tiene una parte que es útil. Por ejemplo, lo que decía ella de...*

*—Un poco más intelectual.*

*—Seguir a un periodista y te saca las noticias, y a lo mejor te enteras antes.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

Abundando en este sentido diferencial o exclusivo, se tiende a atribuir a Twitter cierto sentido de complejidad, no sólo por sus valores como red de información pública, sino por la supuesta complejidad de entender los mecanismos que subyacen a un buen manejo de la Red y de la información disponible, además de por la necesaria capacidad para sintetizar y transmitir adecuadamente contenidos que se presuponen de mayor calado intelectual.

*—Aparte, es que el Twitter es el más complejo, yo creo... porque el Facebook, el Tuenti o el WhatsApp no tienen ningún misterio. El Twitter tienes que ser un plasta, que si todo el rollo, no sé, me parece más complicado. [...]*

*—Exactamente, entonces se va orientando más hacia ese camino, y... pero... Ya te digo, pero el Twitter me parece que tiene menos usuarios por el hecho de que es bastante más complejo de la manera de funcionar.*

*—Es más difícil...*

TOLEDO, 24-26, CHICOS, USO ALTO, CLASE BAJA

Todos estos aspectos provocan que, entre la muestra analizada, se extienda la sensación de que la “cultura de Twitter” es residual en este momento, pese a su constante presencia en los medios de comunicación. En cualquier caso, sin duda se percibe como una red social en ascenso, y no dudamos de que una muestra más intencional y una mayor aproximación nos ofrecerían una

dimensión más certera del uso del Twitter entre los y las jóvenes (quizás de mayor edad). Pero lo cierto es que entre la población juvenil media parece existir un argumento general que incide en el hecho de que Twitter todavía debe superar algunas dificultades asociadas a su manejo y a su valor como red social. Fundamentalmente, en comparación con redes sociales que ya procuran una integración grupal y en torno a las cuales se ha generado la “necesidad” de su uso. Twitter juega con otro tipo de elementos, y quizás es pronto para valorar la manera en que los y las jóvenes los adoptan como alternativa de comunicación.

*—Es que aquí no hay cultura de Twitter, realmente.*

*—Puede ser, sí, es verdad que hay mucha menos gente.*

*—Porque aquí en España yo creo que empezó primero el Tuenti, luego el Facebook y ahora Twitter está así, abriéndose paso. La gente... yo por lo menos no sé cómo va. Tengo una cuenta de Twitter pero no te explica el funcionamiento.*

VALENCIA, 20-22, MIXTO, USO MEDIO, CLASE ALTA

# 7. CONCLUSIONES

---

Tantas veces se escucha la expresión “nativos digitales” para referirse a adolescentes y jóvenes que han crecido en pleno auge de las tecnologías de la información y la comunicación, y a quienes, por ello, se presupone una capacidad para desenvolverse de forma natural y fácil con esas tecnologías, y tantas otras se interpreta que lo “joven” es prácticamente indisoluble de lo tecnológico, como lo es de “lo último” y “lo moderno” (frente a “lo antiguo”), que en ocasiones se pierde de vista que esos mismos jóvenes también experimentan complejos procesos de aprendizaje y socialización en torno a esas TIC. Una necesidad de alfabetización digital sobre códigos cambiantes, que articula elementos que oscilan entre la dependencia y el reconocimiento, y en torno a la cual se establece una auténtica educación sentimental. Procesos de maduración en el uso de las redes sociales y las nuevas tecnologías, que además son asumidos como esenciales desde sus propios protagonistas, toda vez que la sociedad en su conjunto parte del lugar común que interpreta que los y las jóvenes han de estar integrados en las TIC como muestra de su adecuada adaptación a “su tiempo”. Desde lógicas que aparentemente surgen del entorno laboral y formativo (hay que saber desenvolverse tecnológicamente para no quedarse fuera de la carrera competitiva, y hay que saber gestionar un yo laboral en torno a las redes sociales y las TIC), pero que inundan todos los aspectos de la vida: la mejor gestión del yo, el mejor aprovechamiento de las oportunidades, los mejores procesos de socialización, pasan por la adecuada integración con las nuevas tecnologías. Tal idea sobrevuela el imaginario colectivo, y a partir de la misma debemos ser conscientes de la manera en que sus implicaciones se ponen en juego en las relaciones que entablan los y las jóvenes, con los pares y con la sociedad en su conjunto.

En primer lugar, porque el reconocimiento general de las nuevas tecnologías y las redes sociales como el lugar en el que hay que estar, procura nuevos procesos de integración y exclusión entre adolescentes y jóvenes. Por un lado porque quien no esté ni use redes sociales quedará abocado al olvido de un grupo de pares que se autogestiona y organiza a partir de las posibilidades y facilidades que ofrece la tecnología, y que además asume con aparente naturalidad la realidad de los procesos de marginación que pueden sufrir esas personas (“raros”, “independientes”... también “auténticos”, desde una concepción más anclada en la añoranza de “otros tiempos”). Por otro lado, porque los propios usuarios y usuarias articulan de tal forma sus relaciones, sus estrategias de comunicación y sus rutinas en torno a las redes sociales, que la temporal ausencia (se estropea el ordenador o el móvil, o simplemente te lo olvidas en casa) provoca lo que se llega a sentir como verdadera “incomunicación”, desde el momento en el que se asume que el grupo y los pares siguen comunicándose y relacionándose, y uno o una queda fuera de todas las cosas que pueden pasar o están pasando. Porque, o todo pasa en las redes sociales, o las cosas que pasan fuera de ellas se gestionan y preparan en las redes sociales. Además, estar eventualmente fuera acentuará la ausencia del otro, de los amigos y demás relaciones, siempre presentes gracias a las redes sociales.



En segundo lugar, porque esas lógicas de la mejor gestión del yo empapan casi todos los aspectos de su vida alrededor de las nuevas tecnologías. Así, no estar integrado en las redes sociales, incluso no estarlo en tiempo real, se interpreta como perder oportunidades, no aprovechar las posibilidades que te brinda el desarrollo tecnológico que define el tiempo presente, y que no sólo te hace la vida más cómoda y práctica, sino que en sí mismo determina buena parte del sentido de las relaciones personales (estar fuera de las redes sociales como estar fuera de tu tiempo, por tanto). Lógica que, en última instancia, acepta que hay que estar “por si acaso”, y que a partir de esa misma idea justifica, por ejemplo, los procesos de acumulación de contactos, aún a sabiendas de que buena parte de esos contactos “agregados” nunca o casi nunca serán “usados”, o incluso corresponden a personas que apenas se conocen o con las cuales es complicado establecer un nexo de unión personal.

En relación a la mencionada gestión del yo, resulta esencial el análisis de la manera en que los y las jóvenes procuran y combinan su exposición dentro y fuera de la Red, ejemplo esencial y paradigmático de cómo se establecen actualmente las relaciones en torno a las redes sociales, y con las redes sociales. Así, *yo online* y *yo offline* se entienden como dos caras de una misma moneda, dos maneras distintas de expresar aspectos diversos de la personalidad, en base a las características y a las ventajas y desventajas que procuran los lenguajes escrito y oral en que se sustentan cada una de las exposiciones de uno mismo. A partir de la asunción de que la tecnología te hace la vida más fácil y te abre nuevos horizontes, adolescentes y jóvenes asumen con naturalidad el hecho de aprovechar las oportunidades que ofrecen las redes sociales para mostrar una parte de uno mismo que facilita algunos procesos de la comunicación y las relaciones, y además permite a personas más tímidas o inseguras participar del juego: elimina la vergüenza, democratiza el flirteo, permite la transmisión reflexionada y orientada de mensajes, posibilita establecer relaciones en las que es posible mantener cierto “control” de la comunicación, etc. En este sentido, el *yo online* será tan yo como el *offline* (éste a partir de los elementos que procuran y determinan las interacciones “físicas”), y en tal asunción descansa también la extendida convicción de que no es necesario, ni conveniente, ni aceptable, mentir en la exposición *online*, pues ello iría contra la propia naturalización de procesos de relación que se aceptan como habituales y “normales”.

Por tanto, ante los argumentos que ponen el punto de atención sobre los riesgos de la mentira y el engaño en la Red, y en lo cuestionable de la exposición *online*, en base a una concepción de las relaciones humanas “importantes” como exclusivamente “físicas”, el discurso mayoritario de adolescentes y jóvenes se instala naturalmente en la constatación de que la mentira no es propiedad exclusiva de la Red, y también tiene lugar en las relaciones cara a cara, aunque a partir de elementos distintos. De igual manera que el yo “verdadero” se muestra de maneras distintas dentro o fuera de la Red. Yo soy todos esos yoes (sería la idea principal), y aprovecharé todas las herramientas que me ofrecen las nuevas tecnologías y las redes sociales para transmitir de la mejor manera posible todas las aristas de mi personalidad, y con ello poder relacionarme “más”, y de la manera más completa y mejor posible.

Por otro lado, empeñarse en establecer esa distinción entre el *yo online* y *offline* en términos de confrontación, de verdad/mentira, auténtico/falso o importante/superficial, carece de todo sentido

desde el momento en que los propios adolescentes y jóvenes se comportan y relacionan como híbridos en los que cuerpo y tecnología forman un todo integrado, por el que los dispositivos tecnológicos están definidos por el ser humano, pero al mismo tiempo las personas y sus relaciones se ven irremediamente mediadas por las características de los dispositivos tecnológicos que usan (lo que ya en la introducción englobaba Lasén bajo el concepto de “agencia compartida”). Así, ellos y ellas no entienden el yo *offline* sin el *online* y viceversa, pues ya no se asume la posibilidad de estar fuera de las redes sociales, algo que sería considerado fuera de lo “normal” en base a la manera en que actualmente se conciben las relaciones y la comunicación.

De igual forma, esa concepción híbrida procura que las teóricas renuncias que acarrearía la presencia en las redes sociales no se lleguen a considerar como tales, pues yo *online* y *offline* no actúan uno en detrimento del otro, sino como complemento. Es decir, que no es que los y las jóvenes se relacionen menos por pasar más tiempo en las redes sociales, sino que se relacionan de otra manera, o procuran relaciones de otro tipo en base a la forma en que interactúan sus presencias en la Red y fuera de ella. Que las trayectorias de maduración personal y de educación en valores que procuran esa educación sentimental en torno a las nuevas tecnologías otorguen las herramientas necesarias para afrontar esos procesos de socialización de la mejor manera posible, será otra cosa. Pero eso es algo que también ocurre con las relaciones cara a cara.

A partir de la naturalización de la presencia de las redes sociales en los procesos y estrategias de relación y comunicación entre jóvenes (y no tan jóvenes), los y las usuarios/as habituales asumen, de manera explícita e implícita, estar participando de un juego (relevante a la postre, pero generalmente observado desde el entretenimiento y la diversión) en el que todo participante es conocedor de las reglas, los pros y los contras. Es decir, que pese a que nadie niega que aprovecharse y disfrutar de las ventajas de las TICs plantea algunas contrapartidas no tan beneficiosas, el clima general entre jóvenes usuarios y usuarias descansa en la percepción de “controlar” la situación, precisamente porque desde el principio creen ser conscientes de las contrapartidas... y aceptan participar porque les compensa.

Ejemplo paradigmático de esta situación es la manera en que se aborda e interpreta el concepto “intimidad”, y las expectativas que genera. Así, a lo largo del informe hemos señalado cómo la intimidad asociada a la presencia y exposición en las redes sociales es una intimidad modulada, flexible, ampliada, compartida, en la que constantemente se están renegociando los límites de lo privado y lo público. Adolescentes y jóvenes son conscientes de que participando del “juego” pierden parte de su intimidad, o se arriesgan a perderla. Sin embargo, el hecho de que el precio pagado sea, por un lado, modulable en función del propio deseo y las propias intenciones, y que, por otro lado, sea un precio pagado por todos y todas, precisamente para que el juego tenga continuidad (yo dejo que accedan a parte de mi intimidad, la que yo quiero, a cambio de que yo puedo acceder a la de otros y otras), despoja de aparente preocupación a la mayoría de usuarios y usuarias habituales. Por lo menos así lo atestiguan los discursos mayoritarios, algo que no es contradictorio con el hecho de que se preocupen por su privacidad. Lo que sí es cierto es que debemos situarnos ante una manera de interpretar la intimidad, que parece trascender la esfera de lo personal y estar ligada a la gestión grupal del medio y de las propias relaciones, o cuando menos se sitúa en un contexto de análisis que, sin duda, trasciende los valores

tradicionalmente asociados a la exposición pública *offline*. Tanto es así, que en uno de los grupos llegamos a escuchar como decían que “la intimidad está sobrevalorada”, sin duda ubicando en su justa medida el nuevo escenario en que debemos situar nuestro acercamiento y análisis, y la manera desprejuiciada desde la que parece indispensable realizar el mismo.

Al hilo de las contrapartidas señaladas, del “precio a pagar” por poder disfrutar de las nuevas tecnologías, podemos reflejar toda una serie de dualidades o disyuntivas en torno a las cuales se establecen buena parte de los usos, hábitos y expectativas asociadas a las redes sociales. Disyuntivas que, en la mayoría de los casos, no actúan como opciones incompatibles ante las que los y las jóvenes deben tomar partido (o una u otra), sino como prueba de lo complejo y diversificado del escenario en el que tienen lugar las relaciones y la comunicación entre jóvenes, mediadas por las nuevas tecnologías. De nuevo, cuestiones que ponen de relieve lo difícil que puede llegar a resultar para adolescentes y jóvenes desenvolverse y adaptarse en un contexto repleto de códigos cambiantes y en ocasiones contradictorios, que se integran en sus personales procesos de formación y maduración, a pesar de que el lugar común tiende a asumir que son intrínsecos a la propia condición juvenil. Estas son:

- **La mejor gestión del yo y el acomodamiento.** Las nuevas tecnologías permiten tener todo integrado, todo en la mano, a la distancia de un *click*; ventana al mundo que te abre las puertas de la información, la comunicación, el entretenimiento y la diversión, en tiempo real y de forma cómoda y sencilla. Posibilidades que se interpretan desde la perspectiva de esa mejor gestión del yo, del tiempo y de las posibilidades, y que por ello se asume que otorgan autonomía al usuario y usuaria: decido qué quiero hacer, cómo y cuándo. Pero la misma constatación de que los dispositivos electrónicos que integran todas esas posibilidades se constituyen en el centro de nuestros hábitos, rutinas y necesidades, y el ser conscientes de que no es necesario hacer grandes esfuerzos para disfrutar de todo ello (que está en tu mano, en tu *smartphone*), puede provocar lo que los propios usuarios y usuarias entienden como cierto acomodamiento. En el sentido de mostrar una actitud o predisposición mucho menos activa en los ejercicios de interesarse, relacionarse, investigar, contrastar, acudir a las fuentes, informarse, comunicarse... todo ello desde una perspectiva donde el discurso del deber ser del yo *offline*, no lo olvidemos, justifica la complementariedad con el yo *online* (es decir, que no serán buenos usos tecnológicos si sustituyen a las actividades “importantes” que se hacen presencialmente, y si lo serán si las complementan y/ potencian).
- **La libertad y la dependencia.** Resulta evidente que las nuevas tecnologías facilitan la vida en muchos sentidos, permiten una gestión del tiempo y de la propia persona que abre nuevos horizontes de comunicación, relación y diversión, y que generalizan muchas posibilidades antes más vedadas, desde el acceso a la información (a muy diversos tipos de información, y en base a los propios criterios de búsqueda y contrastación), la capacidad de comunicación, protesta y movilización, etc., etc. En este sentido, las redes sociales procuran lo que se asume es mayor libertad a quien las usa: mayor capacidad de movimiento, de decisión, de organización, mayores horizontes. En el polo contrario también se explicita cómo en torno a todas esas posibilidades se genera, se ha generado, una dependencia que antes no existía, una necesidad en torno a las TIC y las redes sociales sin las cuales adolescentes y jóvenes se sienten “aislados”,

“incomunicados”, incompletos; sin las cuales parecen no saber cómo rellenar sus rutinas, pero además sin las cuales no podrán integrarse en el grupo de pares, ni socializarse de la manera que se espera que lo hagan. Por ello, tal “dependencia”, tal necesidad de “estar siempre pendientes”, de *estar* siempre, se vive de forma tan real e intensa que preguntados sobre si las redes sociales les hacen sentir “más libres o más dependientes”, los argumentos mayoritarios en las dinámicas grupales señalen, sin duda, que “más dependientes”. Otra cosa será que, como indicamos en el informe, sea una “dependencia despreocupada”. Porque se asume común a todos y signo del tiempo en el que viven, porque precisamente por ello no estigmatiza, y porque, a la postre, las ventajas siguen “compensando” (los discursos colectivos siempre acentúan los aspectos más críticos, sobre todo cuando se proyectan sobre el grupo; pero los hábitos individuales muestran otros aspectos de la relación con la tecnología).

- **La vida más fácil y los flujos relacionales más complejos.** El hecho de que los dispositivos tecnológicos integren todas las posibilidades de ocio y trabajo, comunicación, información, relación y gestión, sin duda facilita buena parte de la vida de millones de usuarios y usuarias. Esto es algo reconocible y aceptable prácticamente por todo el mundo. Lo que aparentemente no resulta tan reconocible (desde mitos como el de los “nativos digitales”, por ejemplo), es que todos estos aspectos vienen de la mano de procesos que complejizan las maneras en que se entablan las relaciones personales, que ahora deben atender a muy distintos aspectos: desde la manera en que gestionar la exposición de todos mis *yo*es, la adaptación a las cambiantes normas de *netiqueta*, la capacidad de atender a numerosas y diversas circunstancias relacionales (alternando lo individual con lo grupal, lo presencial con lo virtual...), la manera en que “manejar” los sentimientos y afectos en torno a las redes sociales, etc. Dualidad, por tanto, que oscila entre la individuación y la hiperrelacionalidad.
- **La presencia necesaria y el exceso de exposición personal.** Precisamente uno de los aspectos que contribuyen a complejizar los flujos relacionales es el hecho de encontrar el equilibrio entre la necesidad de estar siempre presente en las redes sociales (para no perder oportunidades de relación, “por si acaso”...), y la de procurar que esa exposición personal no traspase los límites deseables de privacidad e intimidad. Porque el *yo online* encuentra buena parte de su sentido desde la observación por parte de otros y la interacción con esos otros, y tal convicción justifica la necesidad de estar siempre localizable, disponible, incluso adaptar las estrategias de exposición personal para llegar a los interlocutores deseados, o para que esos interlocutores te perciban de la manera en que se desea. De igual modo, tal dualidad incide en el hecho de que en no pocas ocasiones se renuncie a “rechazar” o “ignorar” peticiones de comunicación o de “amistad”, prolongando una exposición pública quizás no tan deseada, pero que permite seguir participando del juego de proyecciones; seguir siendo observado u observada, ante la certeza de que otros tampoco te rechazarán o ignorarán, pues juegan con las mismas reglas y premisas. En este proceso, a veces, se asumen pérdidas de determinados grados de intimidad o privacidad, modulables en función de los intereses. En cualquier caso, un proceso complejo, de complicado equilibrio.
- **La tecnología que acerca y la tecnología que aleja.** Las redes sociales permiten mantener y afianzar el contacto con personas físicamente muy alejadas, y facilitan el “roce” y la presencia que asientan afectos y sentimientos, que acortan las esperas, tranquilizan, acompañan y unen

a parejas, familias, amigos, conocidos. Esa capacidad de poder sentirse cerca de las personas que están lejos es uno de los aspectos sin duda más destacados de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Sin embargo, a partir de lo que los propios usuarios y usuarias entienden son tendencias a la dependencia y el “enganche”, también se asientan “malos usos” (por lo general atribuidos a “otros”), que incidirían precisamente en el polo contrario: la incomunicación. O más bien la despersonalización o desnaturalización de las relaciones personales, desde la perspectiva del yo *offline*, pero no sólo. Porque se afirma que hacer girar todos los hábitos, el tiempo y las rutinas en torno a las redes sociales, puede aislar del entorno más cercano; porque la necesidad de estar siempre presente y siempre en tiempo real en las interacciones *online* puede provocar que se desatendan las *offline* (estar físicamente con una persona mientras se habla con otra por WhatsApp, por ejemplo); y porque el ruido comunicacional (charlas simultáneas, *chats* grupales, conversaciones abiertas, participación sin contenido real o “de provecho”...) genera relaciones de baja intensidad (o “calidad”, como señalan), superfluas, volubles, despersonalizadas.

- **La comunicación voluble y la que deja rastro.** Frente al lenguaje oral (acompañado del gestual) que define la comunicación cara a cara, y al que se atribuye el peso para transmitir las cosas “importantes” y “serias” (generalmente se interpreta que las cosas serias son las malas, problemáticas, o que implican conflicto), el lenguaje escrito en torno al cual se constituye la comunicación *online* (con ayuda del audiovisual y los emoticonos) propiciaría, según señalan los y las jóvenes usuarios, una comunicación distinta: ágil, flexible, voluble, tendente a la intrascendencia y la anécdota. Con independencia de que la premisa de la mejor gestión del yo exprima al máximo las posibilidades de la comunicación *online* frente a la presencial, y de la señalada asunción de que, a raíz de ello, en las redes sociales también tienen lugar conversaciones “serias”, lo cierto es que la propia contraposición del lenguaje que predomina en las redes sociales frente al oral, en los términos en los que el primero parece ser despojado de cierta credibilidad o de cierto peso, incurre en alguna paradoja (cuando no contradicción). Por un lado, porque al tiempo que habitualmente se asume que el lenguaje de las redes sociales tiende a la intrascendencia por su agilidad y por el calado de los mensajes que sustenta, también se reconoce que te ofrece una capacidad de reflexión (revisión y corrección de lo escrito, capacidad de repensar el mensaje a transmitir, mayor posibilidad de controlar la respuesta) que permite proyectar una parte distinta de uno mismo, más pausada, más consciente, más intelectual incluso (aspectos en ocasiones puestos bajo la sospecha del engaño). Por otro lado, porque pese a que se interpreta que es una comunicación flexible y voluble, lo cierto es que deja huella (las palabras se las lleva el viento, pero los mensajes y las conversaciones de WhatsApp permanecen en el teléfono), y permite las rememoraciones tanto personales como grupales, de igual manera que conforman un “rastro” que también contribuye a dar forma a la manera en que eres visto o vista por el resto.
- **La renovación y la saturación.** Finalmente, la asunción de que estar integrado con y en torno a la tecnología supone capacidad de adaptarse a los cambios y al progreso, y el reconocimiento de la obsolescencia tecnológica como estrategia de la industria de las TIC, provoca la constante sensación de movimiento y la continua necesidad de renovarse y “estar a la última”. Tanto, que puede llegar a saturar: el flujo de información llega a resultar inmanejable, el

ruido puede apoderarse de la comunicación, algunas relaciones pueden interpretarse como intrascendentes, puede generarse una sensación de añoranza de tiempos más "sencillos" (paradójicamente, como señalamos, se supone que la tecnología facilita la vida)... Consideraciones como éstas se sitúan en la base de los argumentos que esgrimen las personas que voluntariamente se posicionan en los márgenes de esa integración tecnológica, aun a sabiendas de que hay procesos contra los que no pueden competir (a nivel laboral, por ejemplo) y de que están comprando papeletas para ser objeto de marginaciones sociales de nuevo cuño. En cualquier caso, lo cierto es que estas posturas más desencantadas con la tecnología y más saturadas con el nuevo escenario, quedan diluidas entre el discurso mayoritario de adolescentes y jóvenes que disfrutan de las ventajas y las comodidades que les ofrecen las redes sociales, pagan con aparente gusto lo que interpretan que son contrapartidas menores y guían todos sus movimientos y hábitos al respecto en torno a lo que les resulta más práctico en cada momento.

A estos códigos se suman otros elementos relevantes en las formas de comunicación mediadas por las TIC, que han ido surgiendo al hilo de las conversaciones en los grupos de discusión. Temas como la **seguridad** de la información volcada en las redes, la **memoria gráfica** que queda en ellas o la **gratuidad** de los canales empleados para comunicarse.

El perfil que se comparte en la Red se asume como público y controlado por las grandes corporaciones que manejan la comunicación. Así, el uso de las TIC, frente a la comunicación directa, implica la mediación, la existencia de unos intermediarios cuyo acceso a la información que se comparte se desconoce y se asume con cierta naturalidad. Ese perfil público, además, está inundado de imágenes de la propia vida, como un escaparate vivo del día a día, una memoria gráfica de los sujetos. Y los canales de conexión, interacción e intercambio son gratuitos, o tienen un coste mínimo (tarifa plana), lo que también modifica las formas de acceso y el empleo de unos dispositivos de comunicación y consumo. Cuestiones que indudablemente configuran nuevas formas de relación, de usos, hábitos y expectativas que no podemos dejar de subrayar.

# 8. BIBLIOGRAFÍA

---

## 8.1. BIBLIOGRAFÍA CITADA

AIMC (2013). *Audiencia de Internet EGM 1º Oleada, febrero-marzo 2013*. Madrid: AIMC, Navegantes en la red.

Alonso (1998). *La mirada cualitativa en Sociología*. Madrid: Ed Fundamentos.

Ballesteros, J. C.; Asís, F.; Rodríguez, M. A.; Megías, E. (2009). *Ocio (y riesgos) de los jóvenes madrileños*. Madrid: FAD.

Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

Boyd, D. (2010). "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications." en Zizi Papacharissi (ed.) *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Londres: Routledge: 39-58.

Boyd, D. (2012). "Networked Privacy", *Surveillance & Society*, 10(3/4): 348-350.

Boyd, D. y Hargittai, E. (2010). "Facebook privacy settings: who cares?" *First Monday*, 15.

Cabello, P. (2013). "A qualitative approach to the use of ICTs and its risks among socially disadvantaged early adolescents and adolescents in Madrid, Spain". *Communications - The European Journal of Communication Research*, 38 (1) 61-83.

CIS (2011a). *Estudio CIS 2889. Actitudes hacia las TIC*. Madrid: CIS.

CIS (2011b). *Estudio CIS 2919. Cultura política de los jóvenes*. Madrid: CIS.

CIS (2012). *Estudio CIS 2948. Barómetro junio 2012*. Madrid: CIS.

Comisión Europea (2012). *Encuesta Uso de medios en la UE. Eurobarómetro estándar 78 / Otoño*. Bruselas: Comisión Europea.

Conecta-Nokia (2012). *7º Observatorio de tendencias: Los jóvenes, los móviles y la tecnología*. Madrid: Conecta Research and Consulting.

Crawford, K. y Goggin, G. (2008). "Handsome devils: Mobile imaginings of youth culture". *Global Media Journal*, 1(1): 1-12.

Elias, N. (1988). *El proceso de civilización*. México D.F. Fondo de Cultura Económica.

Escobar, M. y Román, H. (2010). "La presentación del self en el ciberespacio. Un análisis de las autodefiniciones personales en blogs y redes sociales". *X Congreso de Sociología*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

- Estalella, A. (2012). "Ensamblajes de esperanza. Una etnografía de los bloggers apasionados". *Athenea Digital*, 12(2), 161-174 .
- EUROSTAT (2013). *Internet use and activities. Indicadores LIUCWEB; LIUWIKI; LIJUSNET; LIJUPNET*. Luxemburgo: EUROSTAT.
- Feixa, C. (2005a). "Los hijos en casa: ¿hackers o hikikomoris?". *Revista Comunicación y Pedagogía*, 208, [www.xtec.cat/~abernat/articulos/feixa.pdf](http://www.xtec.cat/~abernat/articulos/feixa.pdf)
- Feixa, C. (2005b). "La habitación de los adolescentes". *Papeles del CEIC*, 16, <http://www.ehu.es/CEIC/papeles/16.pdf>
- Foucault, M. (1982). "The subject and the power. Afterword" en *Beyond Structuralism and Hermeneutics*, edited by Hubert L. Dreyfus and Paul Rabinow. Chicago: The University of Chicago Press.
- Foucault, M. (1990). "Tecnologías del yo" en Michel Foucault *et al. Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós: 45-94.
- García, N.; Cruces, F. y Urteaga, M. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Madrid: Ariel/Fundación Telefónica.
- Gay, P. (1984). *The Bourgeois Experience: Victoria to Freud. Vol 1 Education of the Senses*. Oxford: Oxford University Press.
- Gordo, A. (2008). "¿Jóvenes en peligro o peligrosos? Alarmas y tecnologías sociales del "desarrollo" y gobierno digital", *Revista de Estudios de Juventud*, 82: 103-115.
- Gordo, L. y Megías, I. (2006). *Jóvenes y cultura messenger. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*. Madrid: FAD.
- Green, N. (2001). "Who's watching whom? Monitoring and accountability in mobile relations" en Barry Brown *et al.* (ed.). *Wireless World. Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. London: Springer-Verlag: 32-45.
- Hjorth, L. y Lim, S.S. (2012). "Mobile intimacy in an age of affective mobile media". *Feminist Media Studies*, December: 1-8.
- INE (2012). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares*. Madrid: INE y EUROSTAT.
- INJUVE (2011). *Estudio EJI52. Cifras Jóvenes. Sondeos de Opinión. Tablas de resultados: Jóvenes y TIC*. Madrid: INJUVE.
- INJUVE (2013). *Informe Juventud en España 2012*. Madrid: INJUVE.
- Katz, J. y Aakhus, M. (eds.) (2002). *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge University Press.
- Koskela, H. (2004). "Webcams, TV Shows and Mobile Phones: Empowering Exhibitionism". *Surveillance and Society*, 2 (2/3), 199-215.



- Lasén, A. (2006). "Lo social como movilidad: usos y presencia del teléfono móvil". *Política y Sociedad*, Vol. 43, Núm. 2: 153-167.
- Lasén, A. (2010a). "Mobile media and affectivity: some thoughts about the notion of affective bandwidth", en Höflich, J. et al. (ed.). *Mobile Media and the Change of Everyday Life*. Frankfurt am Main: 131-153.
- Lasén, A. (2010b). "Mediaciones tecnológicas y transformaciones de la intimidad entre jóvenes". *Congreso Internacional Jóvenes construyendo mundos*. Madrid, 14 y 15 de octubre. Madrid: UNED/INJUVE.
- Lasén, A. (2012). "Autofotos: subjetividades y medios sociales" en García Canclini, N. et al. (eds.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Lasén, A. y Casado, E. (2012). "Mobile Telephony and the Remediation of Couple Intimacy". *Feminist Media Studies*, 12(4): 550-559.
- Lasén, A. y Casado, E. (2013). *Mediaciones tecnológicas: cuerpos, afectos y subjetividades*. Madrid: CIS.
- Lasén, A. y Gómez, E. (2009). "Digital photography and picture sharing: redefining the public/private divide". *Knowledge, Technology and Power*, 22: 205-215.
- Licoppe, Ch. (2004). "Connected! presence: The emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape". *Environment and Planning D: Society and Space*, 22-1, 135-156.
- 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(3): 393-411.
- Martin-Criado, E. (2005). "La construcción de los problemas juveniles". *Nómadas*, 23: 86-93.
- Martínez Gras, R. y Espinar Ruiz, E. (2012). "Adolescentes y tecnologías de la información y la comunicación en España". *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 7, nº 1.
- Megías, E. (coord.) (2001). *Valores sociales y drogas*. Madrid: FAD.
- Megías, E. (dir.) (2004). *La percepción social de los problemas de drogas en España, 2004*. Madrid: FAD
- Megías, E. (coord.) (2010). *Valores sociales y drogas 2010*. Madrid: FAD/Caja de Madrid.
- Megías, E. y Elzo, J. (coords.) (2006). *Jóvenes, valores y drogas*. Madrid: FAD.
- Megías, I. (2008). *Las drogas ilegales entre los jóvenes de Castilla-La Mancha: discursos desde los consumos de cannabis y cocaína*. Toledo: FISCAM.
- Mesch, G. (2009). "The Internet and Youth Culture". *The Hedgehog Review*, 11 (1): 50-60.

Ministerio de Cultura (2011). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2010-2011*. Madrid: Ministerio de Cultura.

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) (2011). *Estudio sobre el conocimiento y uso de las redes sociales en España*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Empleo.

Padilla, M. (2013). *El kit de la lucha en Internet*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Pertierra, R. (2005). "Mobile phones, identity and discursive intimacy". *Human Technology*, 1 (1), April 2005: 23-44. <http://www.humantechnology.jyu.fi/articles/volume1/2005/pertierra.pdf>

Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1". *On the Horizon* 9.5, October: 1-6.

Prøitz, L. (2005a). "Intimacy Fiction Intimate Discourses in Mobile Telephone Communication amongst Norwegian Youth" en Nyiri, K. (ed.). *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag.

Prøitz, L. (2005b). "Cute Boys or Game Boys? The Embodiment of Femininity and Masculinity in Young Norwegian's Text Message Love-Projects". *Fibreculture*, 6. [http://journal.fibreculture.org/issue6/issue6\\_proitz.html](http://journal.fibreculture.org/issue6/issue6_proitz.html)

Qiu, J. (2007). "The Wireless Leash: Mobile Messaging Service as a Means of Control". *International Journal of Communication*, 1: 74-91.

Reig, D. y Vilchez, L. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica.

Revilla, J. (2001). "La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular". *Papers*, 63/64: 103-122.

Rodríguez, E. (2008). "Riesgo y sociedad. Revisando las aproximaciones al riesgo (cuando hablamos de juventud)". *Revista de Estudios de Juventud*, 82: 13-30.

Rodríguez, E.; Ballesteros, J. C.; Megías, I. y Rodríguez, M. A. (2008). *La lectura juvenil de los riesgos de las drogas: del estereotipo a la complejidad*. Madrid: FAD.

Rodríguez, E. y Megías, I. (2001). "Estructura y funcionalidad de las formas de diversión nocturna: límites y conflictos". *La noche: un conflicto de poder. Revista de Estudios de Juventud*, nº 54.

Rodríguez, E.; Megías, I. y Méndez, S. (2012). *Consumo televisivo, series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente de Madrid*. Madrid: FAD.

Rodríguez, E.; Megías, I. y Navarro, J. (2005). *Jóvenes, tiempo libre y consumo de drogas*. Toledo: FISCAM.

Rodríguez, E.; Megías, I. y Sánchez, E. (2002). *Jóvenes y relaciones grupales. Dinámica relacional para los tiempos de trabajo y de ocio*. Madrid: FAD

Sánchez-Navarro, J. y Aranda, D. (2011). "Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles". *El profesional de la información*, enero-febrero, v. 20, n.º. 1

Tapscott, D. (1998). *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw Hill.

Tomita H. (2005). "Keitai and the Intimate Stranger" en Ito M., Okabe D., Matsuda M (ed.). *Personal, Portable, Pedestrian Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge, MA: MIT Press.

Wesch, M. (2009). "Youtube and You. Experiences of Self-Awareness in the Context Collapse of the Recording Webcam". *Explorations in Media Ecology*, 8(2):19-34.

Zafra, R. (2010). *Un cuarto propio conectado*. Madrid: Fórcola Ediciones.

## 8.2. BIBLIOGRAFÍA SELECCIONADA

2013

**Título:** *Benchmarking of Parental Control Tools for the Online Protection of Children: SIP-Benchmark II: Results of the 5th Test Cycle, Winter 12/13*

**Autor:** SIP-Benchmark II

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Bruselas: Comisión Europea

**Año:** 2013

**País:** Bélgica

**Idioma:** Inglés

<http://www.sipbench.eu/>

Este estudio documento tiene objetivo buscar las principales funciones, eficacia y facilidad de uso de las herramientas de control parental que actualmente se utilizan en Europa. Aparecen datos bianuales de los resultados de este estudio. Las herramientas se han probado con niños de hasta 12 años, y jóvenes de 13 y más edad.

**Título:** *Audiencia de Internet EMC: 1ª Oleada febrero-marzo 2013*

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: AIMC, Navegantes en la red

**Páginas:** 9

**Año:** 2013

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>

Este documento contiene información general sobre la evolución de la audiencia de Internet en el Estudio General de Medios (EGM). La muestra anual de las tres últimas olas incluyen 30.844 entrevistas (10.744 entrevistas en la 1ª oleada febrero-marzo 2013) realizadas de modo aleatorio en hogares, donde se escogió un o una joven de 14 años o más.

**Título:** *Resumen general EGM: Año Móvil: abril 2012- marzo 2013*

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: AIMC, Navegantes en la red

**Páginas:** 17

**Año:** 2013

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General.html>

Este documento contiene datos generales del EGM (Estudio General de Medios) para el último año (tres últimas oleadas). La muestra anual de las tres últimas olas incluyen 30.844 entrevistas multimedia "face to face" (para ampliación de radio, prensa y televisión, y otra para ampliación de revistas) realizadas de modo aleatorio en hogares, donde se escogió un o una joven de 14 años o más.

**Título:** *Research on Internet Addictive Behaviours among European Adolescents*

**Autor:** Artemis Tsitsika, Eleni Tzavela, Foteini Mavromati [eds.]; EU NET ADB Consortium

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** [s.] : EU NET ADB Project

**Páginas:** 12

**Año:** 2013

**País:** España

**Idioma:** Inglés

<http://www.eunetadb.eu/en/reports-and-findings/publications/6-eu-net-adb-short-version>

El proyecto EU NET ADB, financiado por la Unión Europea, ha llevado a cabo esta investigación sobre conductas adictivas a Internet entre los adolescentes europeos y los riesgos que conlleva esta adicción. Para desarrollar este proyecto, se encuestó a una muestra representativa de 13.284 adolescentes, de edades comprendidas entre 14 y 17 años de 7 países europeos. El análisis se ha llevado a cabo en Grecia, Alemania, Holanda, Islandia, Polonia, Rumania y España.

**Título:** *Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE 2012*

**Autor:** Alberto Urueña [coord.], Elena Valdecasa, María Pilar Ballesteros... [et al.]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

**Páginas:** 46

**Año:** 2013

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 2172-9212

[http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/perfil\\_sociodemografico\\_del\\_internauta\\_2012.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/perfil_sociodemografico_del_internauta_2012.pdf)

El informe analiza las principales características de las personas que se conectan a Internet, así como el tipo de uso y la frecuencia de acceso a la Red. De las conclusiones del informe cabe destacar el perfil con mayor porcentaje de internautas (98,4%), que corresponde a personas con primera etapa de Educación Secundaria, con edades comprendidas entre los 16 y los 24 años y residentes en municipios de más de 50.000 habitantes. Debe mencionarse además que 17,5 millones de personas (16 a 74 años) se conectan a Internet a diario, y que casi seis de cada diez personas (57,1%) que se conectaron en los últimos tres meses en movilidad tenían menos de 35 años.

**Título:** *El juego de azar online en los nativos digitales*

**Autor:** Enrique José Carbonell, Irene Montiel Juan

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Valencia: Tirant Humanidades

**Páginas:** 210

**Año:** 2013

**Serie:** Plural

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN-13: 978-84-1-5731-2-45

Los autores centran su investigación en el juego *online* con dinero; a causa de la reciente regularización del juego de apuestas en red en España, ya casi una quinta parte de los adolescentes españoles han jugado a apuestas *online* antes de cumplir la mayoría de edad. Los estudios cualitativos con grupos de discusión y los estudios cuantitativos que contiene este trabajo, intentan conocer mejor las razones y a movilizar esfuerzos, para prevenir los riesgos.

**Título:** *Teens, Social Media, and Privacy*

**Autor:** Mary Madden, Amanda Lenhart, Sandra Cortesi... [et al.]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Cambridge: The Pew Research Center's, Harvard University

**Páginas:** 107

**Año:** 2013

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

[http://pewInternet.org/~media/Files/Reports/2013/PIP\\_TeensSocialMediaandPrivacy\\_FINAL.pdf](http://pewInternet.org/~media/Files/Reports/2013/PIP_TeensSocialMediaandPrivacy_FINAL.pdf)

Los adolescentes comparten más información acerca de sí mismos en las redes sociales de lo que lo hacían en el pasado, pero también están tomando una serie de medidas técnicas y no técnicas para gestionar la privacidad de esa información. A pesar de tomar estas acciones protectoras de la privacidad, los usuarios adolescentes de las redes sociales no expresan un alto nivel de preocupación por terceras partes (tales como empresas o anunciantes) que acceden a sus datos, sólo el 9% dice que están "muy" preocupados.

**Título:** *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*

**Autor:** Dolors Reig, Luis F. Vilchez

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Telefónica

**Páginas:** 214

**Año:** 2013

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-89019-40-9

[http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/182](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/182)

El libro reflexiona sobre la educación en un contexto en el que la tecnología se hace ubicua y permea todos los ámbitos de la vida de las personas, en especial la de los y las jóvenes. Ya que el *smartphone*, las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea se han convertido en espacios vitales de los jóvenes y de los adolescentes desde edades cada vez más tempranas, y existe una preocupación cada vez mayor por las implicaciones educativas de este proceso.

**Título:** *Telefónica Global Millennial Survey: Global Results*

**Autor:** Telefónica

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Londres: Telefónica

**Páginas:** 56

**Año:** 2013

**País:** Reino Unido

**Idioma:** Inglés

<http://survey.telefonica.com/globalreports/assets/Telefonica%20-%20Global%20Millennial%20Survey.pdf>

Global Millenium Survey, es la encuesta global más amplia realizada hasta la fecha a jóvenes de entre 18 y 30 años de 27 países —España incluida— correspondientes a seis regiones. La macro

encuesta tiene como objetivo obtener una imagen lo más aproximada posible de la 'generación del milenio', para lo que se ha entrevistado en profundidad a más de 12.000 miembros de esa generación procedentes de 27 países de América Latina, EEUU, Europa Occidental, Europa Central y del Este, Asia y Oriente Próximo/África. En España, se ha encuestado a 915 adultos del milenio, con un margen de error del +/-3,2%.

2012

**Título:** *Estadísticas sobre las alertas del control parental en varios países*

**Autor:** Konstantin Ignatev

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Minsk: Kaspersky Lab

**Año:** 2012

**Serie:** Bitácora del analista antivirus

**País:** Bielorrusia

**Idioma:** Español

<http://www.viruslist.com/sp/weblog?weblogid=208188676>

Existen 14 categorías de los sitios web con control parental en los productos de Kaspersky Lab donde padres y madres pueden decidir a qué tipo de sitios no tendrán acceso sus menores. El artículo explica si el desglose de las alertas de control parental difieren en los países, y para averiguarlo se comparan las alertas activadas por el componente en países de distintas partes del mundo, como Rusia, Alemania, Reino Unido, EEUU, Japón, Brasil y Arabia Saudí.

**Título:** *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares*

**Autor:** Instituto Nacional de Estadística, EUROSTAT

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto Nacional de Estadística, EUROSTAT

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p450&file=inebase>

La encuesta se viene elaborando con periodicidad anual desde 2002, realizándose los trabajos de campo en el 2º trimestre de cada año (en 2005 y 2006 se obtuvieron además datos para el 2º semestre, realizándose los trabajos de campo durante el cuarto trimestre). Se recoge información sobre los diversos productos de tecnologías de información y comunicación de los hogares españoles, así como los usos que hacen los españoles de estos productos, de Internet y del comercio electrónico. Se dedica una atención especial al uso que los niños hacen de la tecnología.

**Título:** 7º Observatorio de tendencias: Los jóvenes, los móviles y la tecnología

**Autor:** Conecta y Nokia

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Conecta Research and Consulting

**Páginas:** 37

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://es.slideshare.net/conectar/7-observatorio-de-tendencias-nokia-los-jvenes-los-mviles-y-la-tecnologia>

En su 7º edición, este observatorio sobre percepciones, actitudes, hábitos y demandas de la juventud se basa en una encuesta cuantitativa con un cuestionario que se administra *online* a 2.400 jóvenes y adultos jóvenes de 15 a 35 años. La encuesta se completa con paneles cualitativos *online*, de jóvenes de estas edades, y dinámicas de grupo (cuatro en total) cualitativas con móvil propio y acceso a Internet.

**Título:** *Adolescentes y tecnologías de la información y la comunicación en España*

**Autor:** Rodolfo Martínez Gras, Eva Espinar Ruiz

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Alicante: Universidad de Alicante, Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz

**Revista:** Ciencias Sociales; vol. 7, nº 1

**Páginas:** 109-122

**Año:** 2012

**País:** España

**N.N.:** ISSN: 1989-1385

<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/23477>

El objetivo fundamental de este artículo es analizar la relación entre las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes españoles. Concretamente, se estudia, a través de metodología cualitativa, los usos que hacen los adolescentes de los dispositivos tecnológicos, así como el acceso a los mismos. Por otra parte, también se analizan las finalidades por las cuales utilizan las TIC, destacando su íntima relación con la comunicación entre iguales y el entretenimiento, mientras se observa una infrutilización de las tecnologías para el proceso de enseñanza y aprendizaje.

**Título:** *The Development of Adaptive and Maladaptive Patterns of Internet Use among European Adolescents at Risk for Internet Addictive Behaviours: A Grounded Theory Inquiry*

**Autor:** Michael Dreier... [et al.]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo



**Lugar y editor:** Atenas: EU NET ADB

**Páginas:** 141

**Año:** 2012

**País:** Grecia

**Idioma:** Inglés

<http://www.eunetadb.eu/en/reports-and-findings/40-reports>

El estudio cualitativo *El desarrollo de patrones adaptativos y desadaptativos de uso de Internet entre los adolescentes europeos en riesgo de conductas adictivas en Internet: una investigación de la teoría fundamentada*, es parte de un proyecto más amplio de métodos mixtos realizado en siete países europeos y financiado por el programa Safer Internet (SI-2011-KEP-4101007), un programa comunitario plurianual para el fomento de un uso más seguro de Internet y las nuevas tecnologías en línea. Esta investigación constituye el paquete de trabajo 5 (GT5), en el que se explica el desarrollo del uso de Internet entre los y las adolescentes europeos que están en riesgo de conducta adictiva a Internet (IAB).

**Título:** *Jóvenes, Internet y nuevas tecnologías*

**Autor:** Guillermo Cánovas [dir.]

**Tipo de documento:** Revista

**Lugar y editor:** Madrid: Asociación Protégeles

**Revista:** Nativos digitales, n° 1

**Páginas:** 115

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://protegeles.com/nativosdigitales/Revista-nativos-digitales01.pdf>

*Nativos Digitales* es la primera publicación sobre el uso de las TIC en el entorno de los menores, diseñada y desarrollada especialmente para *tablets* y *smartphones*. Es por tanto una publicación "móvil", que puede ser leída en el autobús, en un banco del parque o en cualquier otro lugar, y que también está presente en las principales redes sociales. Un equipo de psicólogos, pedagogos, profesores, abogados y expertos en seguridad, trabajan para facilitar información, nuevos puntos de vista o ideas que puedan servir también para alimentar posteriores debates.

**Título:** *Cyberbullying y privacidad. Guía para profesores*

**Autor:** Protégeles

**Tipo de documento:** Folleto

**Lugar y editor:** Madrid: Asociación Protégeles

**Páginas:** 47

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.superkidsonline.es/descargas/PROYECTO\\_DAPHNE\\_ES.pdf](http://www.superkidsonline.es/descargas/PROYECTO_DAPHNE_ES.pdf)

Esta guía se pone a disposición de profesores, padres y madres implicados activamente en la formación digital. En este material se encontrará información y recursos necesarios para poder trabajar este tipo de fenómenos. Protégeles ha llevado a cabo una serie de encuestas y entrevistas con los menores que han puesto de manifiesto la necesidad de trabajar con ellos en relación con el *ciberbullying* y también con el tema de cuidar su privacidad cuando están en la Red.

**Título:** *¿Cómo podemos hacer una mejor orientación online a los jóvenes? Aspectos clave y propuestas metodológicas.*

**Autor:** Pedro Martín Cumplido

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Barcelona: Consell Comarcal del Barcelonés

**Páginas:** 24

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.barcelonesjove.net/sites/default/files/filelibrary/ORIENTACI%C3%93N%20ONLINE%20A%20J%C3%93VENES%20%20final%20traducci%C3%B3n%20castellano.pdf>

Este documento de trabajo recoge las conclusiones del *Encuentro de informadores juveniles, orientadores laborales y insertores laborales de la Comarca del Barcelonés* celebrado el 15 de junio de 2012. Más de 35 profesionales de los 5 municipios de la comarca (Badalona, Barcelona, L'Hospitalet, Santa Coloma de Gramenet y Sant Adrià de Besòs) trabajaron conjuntamente durante este encuentro con el objetivo de definir entre todos cómo hacer una mejor orientación *online* a los jóvenes. La orientación online se perfila como una herramienta emergente para la orientación laboral que hay que aprovechar.

**Título:** *Igualdad de oportunidades para todos los jóvenes. Género y TIC en la educación secundaria* [en línea]

**Autor:** Roser Cussó Calabuig

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Telefónica

**Revista:** Telos: cuadernos de comunicación e innovación, n° 92

**Páginas:** 98-100

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/SOBRETELOS/Nmerosanteriores/DetalleAnteriores\\_92TELOS\\_DOSSIERPV3/seccion=1268&idioma=es\\_ES&id=2012072309210001&activo=6.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/SOBRETELOS/Nmerosanteriores/DetalleAnteriores_92TELOS_DOSSIERPV3/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012072309210001&activo=6.do)

El artículo narra los profundos cambios sociales que ha provocado la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos, que tienen su reflejo, también, en la enseñanza obligatoria. Observando los hábitos de los y las adolescentes, puede parecer que estos propósitos son innecesarios, ya que son "nativos digitales", es decir, han crecido entre ordenadores e Internet. Pero este hecho no significa que el uso que hacen de la informática sea sistemático y amplio.

**Título:** *El caso Spanish Revolution. Participación política de la juventud, redes sociales y democracia digital*

**Autor:** Ángeles Rubio Gil

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Telefónica

**Revista:** Telos: cuadernos de comunicación e innovación, n° 93

**Páginas:** 106-115

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0213-084X

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Anlisis\\_93TELOS\\_ANALISIS2/seccion=1217&idioma=es\\_ES&id=2012102310410001&activo=7.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Anlisis_93TELOS_ANALISIS2/seccion=1217&idioma=es_ES&id=2012102310410001&activo=7.do)

La participación política va más allá del sufragio activo y pasivo, incluyendo una amplia gama de actividades a las que recientemente la juventud ha ido dando respuesta a través de las redes sociales. Se trata de formas nuevas de participación que han incrementado su protagonismo en la esfera pública, como en el caso 15-M, que alcanzó gran impacto a escala internacional.

**Título:** Jóvenes y redes sociales. Valores y miedos heredados de las culturas de Internet

**Autor:** Alfredo Martín Pacheco

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Telefónica

**Revista:** Telos: cuadernos de comunicación e innovación, n° 93

**Páginas:** 116-125

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Anlisis\\_93TELOS\\_ANALISIS3/seccion=1217&idioma=es\\_ES&id=2012102310430001&activo=7.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Anlisis_93TELOS_ANALISIS3/seccion=1217&idioma=es_ES&id=2012102310430001&activo=7.do)

El presente artículo aborda el interrogante de hasta qué punto se cumplen estos temores en relación con el uso de Internet. Al hablar de jóvenes y redes sociales, se asocian frecuentemente una serie de peligros y problemas relativos a la privacidad o los riesgos de relacionarse con desconocidos, en parte heredados de los estereotipos sobre culturas anteriores imperantes en Internet.

**Título:** *Estudio sobre el consumo de drogas en la población escolar de Ibiza*

**Autor:** Equipo técnico del CEPCA (Centro de Estudio y Prevención de Conductas Adictivas)

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Ibiza: Consell Insular de Eivissa

**Páginas:** 67

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.conselldeivissa.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0\\_7957\\_1.pdf](http://www.conselldeivissa.es/portal/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_7957_1.pdf)

Este estudio tiene dos objetivos fundamentales: estudiar y dar a conocer la evolución de los indicadores de consumo de drogas de los estudiantes que cursan enseñanzas secundarias en Ibiza (población de entre 14 y 18 años); y profundizar en el uso que hacen los estudiantes de las nuevas tecnologías, (especialmente de Internet) y analizar el papel que están jugando en la actualidad en la formación, información y formas de comunicación de los y las jóvenes.

**Título:** *Culturas juveniles: Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas*

**Autor:** Alejandro Villa, Julieta Infantino y Graciela Castro [comps.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Buenos Aires: Noveduc

**Páginas:** 160

**Año:** 2012

**Serie:** Ensayos y experiencias; Tomo 84

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-987-538-340-1

<http://www.noveduc.com/index.php>

El volumen agrupa material incluido en la *II Reunión Nacional de Investigadores/as en Juventudes de Argentina (RENIIJA)* en conjunto con la Universidad Nacional de Salta en octubre de 2010. En la primera parte del libro se introduce una discusión sobre la mirada de los investigadores y la necesidad de exponer los marcos teóricos que ellos utilizan. En la segunda parte se analizan las representaciones de los jóvenes que transmiten los medios masivos de comunicación.

**Título:** *El teléfono móvil: cuando el uso se convierte en un problema. Pautas de detección e intervención*

**Autor:** M. Utges y C. Tello

**Tipo de documento:** Ponencia

**Lugar y editor:** Psiquiatria.com

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.psiquiatria.com/bibliopsiquis/handle/10401/5057>

Comunicación presentada en el *13º Congreso Virtual de Psiquiatria.com. Interpsiquis 2012*. Febrero 2012. En el artículo se describe cuáles son los signos de alerta que indicarían una posible adicción a las tecnologías de la información y la comunicación (uso desadaptativo de dichas herramientas) y en concreto al teléfono móvil, su diagnóstico y el abordaje que han utilizado en los pacientes de Sant Joan de Dios, Lleida.

**Título:** *Consumo televisivo, series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente de Madrid*

**Autor:** Eusebio Megías Valenzuela [coord]; Elena Rodríguez San Julián, Ignacio Megías Quirós, Tania Menéndez Hevia

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción

**Páginas:** 277

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-92454-20-4

[http://www.fad.es/sala\\_lectura/TV\\_madrilenos.pdf](http://www.fad.es/sala_lectura/TV_madrilenos.pdf)

El libro aborda, a través de una metodología cuantitativa y cualitativa, la relación de la juventud madrileña de 14 a 18 años con la televisión y en concreto, con las series juveniles. La investigación se centra en el análisis tanto de los hábitos, gustos e intereses como de las percepciones y valoraciones alrededor de la televisión de estos y estas adolescentes, de las familias y de los diferentes agentes del sector.

**Título:** *Dentro y fuera de la red: perspectivas políticas y generacionales*

**Autor:** Carolina Bescansa y Ariel Jerez

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto de la Juventud

**Páginas:** 73

**Año:** 2012

**Serie:** Estudios

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** NIPO: 684-12-012-1

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/50/publicaciones/Dentro%20y%20fuera%20de%20la%20Red.pdf>

Este texto es el resultado de una investigación que trata de explorar los usos que los y las jóvenes de entre 18 y 30 años están haciendo de Internet en el campo de la comunicación y la participación política en España. En dicho estudio se ha procedido a la revisión de fuentes bibliográficas y estadísticas recientes en torno a los usos de las redes. Además, como base empírica para construir algunas conclusiones, se han realizado tres grupos de discusión en Madrid.

**Título:** *Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces*

**Autor:** Alfredo Oliva Delgado, M<sup>o</sup> Victoria Hidalgo García, Carmen Moreno Rodríguez... [et al.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Sevilla: Agua Clara

**Páginas:** 260

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-8018-369-7

<http://personal.us.es/oliva/libroadicciones.pdf>

La presente investigación nace con la finalidad de obtener una información objetiva acerca del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. El estudio, realizado sobre una muestra de 1.600 adolescentes y jóvenes andaluces con edades comprendidas entre los 12 y los 34 años, proporciona información sobre el uso de estas herramientas, sobre la prevalencia de las adicciones a estas, y acerca de los elementos personales y contextuales que actúan como factores de riesgo en la génesis de éstas adicciones.

**Título:** *Videojuegos y juventud*

**Autor:** Flavio Escribano [coord.]

**Tipo de documento:** Revista

**Revista:** Revista de Estudios de Juventud, n<sup>o</sup> 98 (monográfico)

**Páginas:** 181

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/n%C2%BA-98-videojuegos-y-juventud>

Este monográfico es una reflexión sobre una industria que, hasta hace poco, parecía pertenecer sólo a una franja de edad infantil o pre-adolescente pero que ya se sitúa en la media de los 25-30: la de los videojuegos. Los artículos que aquí se recogen son realizados por expertos y expertas vinculados con distintos grupos de investigación o grupos empresariales de distintas partes del mundo.

**Título:** *Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes*

**Autor:** Enrique Echeburúa Odriozola

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Valencia: Asociación Española de Estudio en Drogodependencias (AESED)

**Revista:** Revista Española de Drogodependencias vol. 37, nº4

**Páginas:** 435-447

**Año:** 2012

**Serie:** Comunicaciones Breves

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ehues/echeburua/pdfs/RED%20Adicci%C3%B3n%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas%202012.pdf>

En el artículo se explica cómo los síntomas del abuso de Internet son comparables a los criterios utilizados para diagnosticar otras adicciones químicas y no-químicas. El texto aborda como principales factores de riesgo de esta adicción para los jóvenes la vulnerabilidad psicológica, el estrés, las familias disfuncionales y la presión social. A su vez, los factores de protección están estrechamente relacionados con las habilidades de afrontamiento, el entorno social sano y el apoyo familiar.

**Título:** *Minds and Screens : Communication and Socialization from a Complexity Perspective (Mentes y pantallas: Comunicación y socialización desde una perspectiva de la complejidad)*

**Autor:** A. Massip-Bonet, A. Bastardas-Boada [eds.]; Magdalena Albero Andrés

**Tipo de documento:** Capítulo de libro

**Obra completa:** Complexity Perspectives on Language, Communication and Society

**Lugar y editor:** Berlin: Springer

**Páginas:** 103-115

**Año:** 2012

**País:** Alemania

**Idioma:** Inglés

[http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-32817-6\\_9](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-32817-6_9)

El capítulo analiza la relación entre los y las jóvenes, los medios de comunicación y la educación en la sociedad actual. Los objetivos son: examinar los tipos de supuesto que contribuyen a un enfoque simplista de ser llevado al estudio de los jóvenes y los medios de comunicación; centrarse en una perspectiva teórica común y cómo esta perspectiva ha contribuido a la aplicación continua de un enfoque no-complejo para el estudio de los niños, los jóvenes, los medios de comunicación y la educación; y comentar las posibles maneras de aplicar una perspectiva de complejidad cuando se trabaja en la educación en medios en las escuelas y en el desarrollo de medios educativos.

**Título:** *Juventud y educación ante las nuevas sociedades tecnológicas del siglo XXI*

**Autor:** Grupo de Estudio sobre Tendencias Sociales (GETS)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto de la Juventud

**Páginas:** 78

**Año:** 2012

**Serie:** Estudios

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** NIPO: 684-12-011-6

<http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/juventud-y-educacion-ante-las-nuevas-sociedades-tecnologicas-del-siglo-xxi>

El estudio parte de la exigencia de mejorar los niveles de calidad y de ajuste funcional de nuestros sistemas educativos a los requerimientos de una época de cambios grandes, con importantes tendencias de transformación en las mentalidades y los patrones culturales de los y las jóvenes. Trata de identificar y ajustar dichas tendencias en curso, anticipando eventuales conflictos, des-coples y riesgos de disfuncionalidad en los enfoques educativos.

**Título:** *A Major Project with a Big Goal. Reduce the Impact of Violent Content Present in Social Media (Un gran proyecto con un gran objetivo. Reducir el impacto de los contenidos violentos presentes en las redes sociales)*

**Autor:** Francesca Ranni... [et al.]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** [S.l.]: CECE

**Páginas:** 98

**Año:** 2012

[http://188.165.217.96:91/index2.php?option=com\\_flippingbook&view=book&id=176](http://188.165.217.96:91/index2.php?option=com_flippingbook&view=book&id=176)



Resultados de la investigación *Adolescentes y social media: 4 generaciones del nuevo milenio*. 7.000 adolescentes, 50 colegios y 2 años de investigación aplicada después, los socios del proyecto europeo Stop Violence on Social Media presentan los resultados del estudio científico y el programa educativo implementado en Italia y España para reducir el consumo y el impacto de la violencia entre los jóvenes, especialmente en los medios de comunicación interactivos: ciberacoso, videojuegos violentos, *sexting*, etc.

**Título:** *Critical Mass, Social Networks and Collective Action: Exploring Student Political Worlds (Masa crítica, redes sociales y acciones colectivas: explorando el mundo político de los estudiantes)*

**Autor:** Crossley, Nick

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** *Sociology*; vol. 46, n°4

**Páginas:** 596-612

**Año:** 2012

**País:** Reino Unido

**Idioma:** Inglés

<http://soc.sagepub.com/content/46/4/596>

Este artículo explora el papel de la "masa crítica" y las redes sociales en la generación de acciones colectivas. A partir de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos en las redes sociales, el artículo sostiene que ambos elementos son fundamentales en el proceso por el cual la acción colectiva toma forma. Desde un enfoque centrado en la política estudiantil, se argumenta que los mecanismos y las dinámicas identificadas tienen un dominio mucho más amplio de aplicación real.

**Título:** *Tecnopolítica, Internet y r-evoluciones : sobre la centralidad de redes digitales en el #15M*

**Autor:** VVAA

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Barcelona: Icaria

**Páginas:** 106

**Año:** 2012

**Serie:** *Asaco*, n°13

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-988-844-63

[http://www.icariaeditorial.com/pdf\\_libros/Tecnopolitica,%20Internet%20y%20r-evoluciones.pdf](http://www.icariaeditorial.com/pdf_libros/Tecnopolitica,%20Internet%20y%20r-evoluciones.pdf)

Con la publicación se pretende contribuir a una lectura del 15-M abierta y en construcción, que valore su dimensión tecnopolítica. Entender la relación del 15-M con Internet, con sus precedentes, con sus dispositivos de comunicación y organización, es esencial para comprender las posibili-

dades abiertas para la acción colectiva en la sociedad red. La revolución está en acción, se multiplica de manera global, por lo que emerge el potencial de transformación de las redes abiertas y distribuidas.

**Título:** *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*

**Autor:** Néstor García Canclini, Francisco Cruces, Maritza Urteaga Castro Pozo [coords.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Barcelona: Ariel

**Páginas:** 321

**Año:** 2012

**Serie:** Fundación Telefónica

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-08-00743-2

[http://www.articaonline.com/wp-content/uploads/2011/07/jovenes\\_culturas\\_urbanas\\_completo.pdf](http://www.articaonline.com/wp-content/uploads/2011/07/jovenes_culturas_urbanas_completo.pdf)

El objeto central de esta investigación es la innovación y el desarrollo de estrategias creativas y redes culturales de los y las jóvenes dentro de las lógicas de interactividad entre el arte, la educación y el aprendizaje continuo, así como dentro de las dinámicas sociales de producción y difusión cultural que se encuentran en proceso actual de transformación y reconstrucción.

**Título:** *La televisión e Internet hoy: diferentes roles. Usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima*

**Autor:** Fernandez-Planells, Ariadna ; Figueras-Maz, Mònica

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** ICONO 14: Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes, vol. 10. n.º.3

**Páginas:** 176-201

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.icono14.net/Numero-actual>

Los estudios indican que los y las jóvenes han modificado sus gustos mediáticos y cada vez navegan más por Internet en detrimento del consumo televisivo. Las conclusiones que se presentan son resultado de un estudio cualitativo centrado en las motivaciones que llevan a los/las adolescentes de clase media-baja de Barcelona y Lima a consumir un medio u otro en determinados contextos. La principal conclusión es que, mientras la televisión se considera un modo de desconexión, Internet se ha convertido en fuente de entretenimiento y socialización. La metodología se ha basado en la realización de cuatro *focus groups* con 41 alumnos/as entre 14 y 17 años de clase media-baja de once centros de Educación Secundaria de Barcelona y Lima.

**Título:** *Amplifications of Learning: Use of Mobile Media Devices among Youth (Ampliaciones del aprendizaje: el uso de los dispositivos móviles entre los jóvenes)*

**Autor:** Squire, Kurt; Dikkers, Seann

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*; vol. 15

**Páginas:** 445-464

**Año:** 2012

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

<http://con.sagepub.com/content/18/4/445.full.pdf+html>

Dispositivos móviles inteligentes como el iPhone, Android, Kindle o el iPad han revitalizado el interés de los educadores en el uso de los dispositivos móviles para la educación. Juegos y *software* de realidad 2.0. están prosperando en entornos de investigación, y en la educación, pero se sabe relativamente poco acerca de cómo los jóvenes utilizan estos dispositivos para el aprendizaje fuera de la escuela. Este estudio de investigación tiene por objeto añadir a la literatura de investigación el uso de los adolescentes respecto al aprendizaje. Se emplea un enfoque de intervención de diseño a través de iPhones con planes de datos ilimitados a tres cohortes de jóvenes durante todo el día. El artículo concluye con implicaciones sobre cómo los educadores y diseñadores de *software* podrían aprovechar estos dispositivos en las aulas.

**Título:** *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*

**Autor:** Manuel Castells

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Alianza Editorial

**Páginas:** 296

**Año:** 2012

**Serie:** Alianza Ensayo

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-206-0960-7

El sociólogo Manuel Castells analiza en este libro los movimientos de indignación de diferentes países. Túnez, Islandia, la revolución egipcia, Occupy Wall Street y los indignados en España son algunos de los movimientos sociales estudiados.

**Título:** *Vida y realidad digital*

**Autor:** Telefónica España, Dirección de Análisis e Investigación Comercial

**Tipo de documento:** Capítulo de libro

**Obra completa:** *La Sociedad de la Información en España 2012*

**Lugar y editor:** Madrid: Ariel

**Páginas:** 84-85

**Año:** 2012

**Serie:** Colección Fundación Telefónica

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie12/aplicacion\\_sie/ParteA/datos.html](http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie12/aplicacion_sie/ParteA/datos.html)

Tercer capítulo del informe *La sociedad de la información 2012*, de la Fundación Telefónica. Un año más, se ha publicado este análisis de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en España. Este artículo del capítulo 3 explica que el verdadero impacto de las redes sociales trasciende de Internet para tener una gran influencia en las relaciones sociales y en la forma en la que se comunica la población, y qué lugar ocupan los jóvenes en todo esto.

**Título:** *Investigación sobre conductas adictivas a Internet entre los adolescentes europeos*

**Autor:** Chryssa Tzoumerka-Bakoula y Reinhard Urban [coord.]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Atenas: Artemis Tsitsika ; EU NET ADB Consortium

**Páginas:** 12

**Año:** 2012

**País:** Grecia

**Idioma:** Español

<http://www.eunetadb.eu/files/docs/FinalResearchInternet-ES.pdf>

Proyecto de investigación EU NET ADB, financiado por la Comisión Europea, y llevado a cabo en España por la Asociación Protégeles, tiene como objetivo mostrar los riesgos de la conducta adictiva a Internet entre los adolescentes en Europa. Para desarrollarlo se hizo una encuesta a una muestra representativa de 13.284 adolescentes, de edades comprendidas entre 14 y 17 años de 7 países europeos. Además, fueron realizadas en profundidad 124 entrevistas cualitativas. El estudio se llevó a cabo en Grecia, Alemania, Holanda, Islandia, Polonia, Rumania y España.

**Título:** *Juventud y educación ante las nuevas sociedades tecnológicas del siglo XX*

**Autor:** Grupo de Estudio Sobre Tendencias Sociales (GETS)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto de la Juventud

**Páginas:** 78

**Año:** 2012

**Serie:** Estudios

**País:** España

**Idioma:** Español

N.N.: NIPO: 684-12-011-6

<http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/juventud-y-educacion-ante-las-nuevas-sociedades-tecnologicas-del-siglo-xxi>

El estudio analiza las principales tendencias que van a afectar a los sistemas educativos; desde la perspectiva de los nuevos escenarios societarios, en los que los y las jóvenes van a vivir su condición de adultos, y también, desde la óptica de las transformaciones que están dándose en las mentalidades. Se abordan los objetivos y los patrones culturales de la juventud desde el punto de vista del sentido de definición que ofrecen las ciencias sociales.

**Título:** *Redes sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en Internet*

**Autor:** Carlos Oliva Marañón

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Aposta, n° 54

**Páginas:** 16

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva.pdf>

El artículo reflexiona en torno a las principales características que constituyen las nuevas formas de relación y comunicación a través de la red Internet interesándose, principalmente, en los usuarios adolescentes y jóvenes. El objetivo del autor es formalizar una serie de conclusiones tras reflexionar sobre algunos de los conceptos y de las características atribuidas a los jóvenes en su interacción a través de las redes sociales, así como pretende enumerar y localizar geográficamente algunas de las redes que tienen mayor peso a nivel internacional.

**Título:** *Tecnologías de la comunicación, jóvenes y promoción de la salud*

**Autor:** Laura Pérez Gómez, Cristina Nuez Vicente, Juan del Pozo Iribarria [coords.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Logroño: Gobierno de la Rioja

**Páginas:** 309

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

N.N.: ISBN: 978 84 8125 358 0

[http://www.drojnet2.eu/f/drojnet2/docs/Tecnologias\\_de\\_la\\_Comunicacion\\_Jovenes\\_y\\_Promocion\\_de\\_la\\_Salud.pdf](http://www.drojnet2.eu/f/drojnet2/docs/Tecnologias_de_la_Comunicacion_Jovenes_y_Promocion_de_la_Salud.pdf)

El libro recoge las ponencias presentadas en el seminario *Del SMS al Tuenti... ¿de las TIC a la Salud?*, que se llevó a cabo en enero de 2012 en Logroño, dentro del marco del proyecto eu-

ropeo Drojnet 2. Este proyecto utiliza las tecnologías de la información y de la comunicación (mensajes a móviles, web, foros y redes sociales) como medio de promoción de la salud y prevención del consumo de alcohol y otras drogas en jóvenes.

**Título:** *Juventud y cultura digital: en busca de una televisión de calidad*

**Autor:** Leire Gómez, Nereida López, Julia González

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** III Congreso Internacional Comunicación y Riesgo (Tarragona, 18-20 de enero de 2012)

**Lugar y editor:** Tarragona: Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital

**Páginas:** 13

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN 978-84-615-5678-6

<http://www.ocendi.com/proyeccion/juventud-y-cultura-digital-en-busca-de-una-television-de-calidad/>

Ponencia del III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) 2012, *Comunicación y Riesgo* celebrado en Tarragona, basada en una investigación realizada con el objetivo de conocer el lugar que ocupa entre los jóvenes la televisión, su opinión y los géneros y formatos preferidos. Se realizó mediante 3.500 entrevistas a jóvenes de entre 14 y 25 años, en un contexto de cambio en la transmisión de valores culturales y en el que viven rodeados de nuevos medios y soportes comunicativos.

**Título:** *Videojuegos y redes sociales en el instituto*

**Tipo de documento:** Video

**Lugar y editor:** [S.l.]: RTVE

**Duración:** 18 min. 20 seg.

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.rtve.es/alcarta/videos/uned/uned-videojuegos-redes-sociales-instituto-13-01-12/1293343/>

Programa de televisión acerca del estudio sobre los videojuegos como herramienta de trabajo en las aulas realizado por el Grupo de Investigación Imágenes, Palabras e Ideas, en un proyecto coordinado por profesores y catedráticos de la UNED y la Universidad de Alcalá. En tres colegios de la Comunidad de Madrid han introducido videoconsolas y los resultados han sido sorprendentes para alumnos, profesores e investigadores.

**Título:** Facebook y Twitter en la enseñanza del español como lengua extranjera

**Autor:** Teresa Fernández Ulloa

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** Tecnologías emergentes: XVIII Congreso Internacional de Tecnologías para la Educación y el Conocimiento. Madrid, 3, 4 y 5 de julio de 2012

**Lugar y editor:** Madrid: UNED

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-695-3582-0

[http://www.ocendi.com/descargas/Redes\\_sociales\\_Congreso\\_Madrid.pdf](http://www.ocendi.com/descargas/Redes_sociales_Congreso_Madrid.pdf)

En este artículo se mostrarán algunas ideas de cómo usar en la enseñanza del español como lengua extranjera las redes sociales (Facebook y Twitter). Estamos ante una generación que necesita ser educada de modo diferente. Se trata de los aprendices nativos digitales (*digital native learners*), según la etiqueta de Prensky (2001). Son alumnos que ya no sólo buscan información, sino que son proveedores. Estos alumnos crean redes o *networks*, y grupos dentro de ellas, y esto podemos usarlo en educación para crear un entorno de cooperación y aprendizaje centrado en el alumno, pasando así el profesor a ser un facilitador, dinamizador y colaborador.

**Título:** Adaptación española del "Mobile Phone Problem Use Scale" para población adolescente

**Autor:** Olatz López-Fernández, M<sup>a</sup> Luisa Honrubia-Serrano y Montserrat Freixa-Blanxart

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Adicciones; vol. 24; n<sup>o</sup> 2

**Páginas:** 123-130

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.adicciones.es/files/lopez-fernandez%20123-130.pdf>

El estudio está dirigido a conocer un fenómeno emergente en nuestra sociedad: el uso problemático del teléfono móvil, que resulta necesario, dado que puede desarrollarse un patrón comportamental con características adictivas. Apenas existen escalas que midan el posible uso problemático del móvil y ninguna adaptada exclusivamente a población adolescente española. La escala más utilizada internacionalmente es la Mobile Phone Problem Use Scale (MPPUS). El objetivo es adaptar el MPPUS a la población adolescente española. Se administró la versión española del cuestionario a una muestra de 1.132 de 12 a 18 años. La fiabilidad y la validez factorial eran comparables a las obtenidas en población adulta, por lo que la medida del uso problemático del móvil en los adolescentes españoles es unidimensional. Se detectó una prevalencia del 14,8% de usuarios problemáticos.

**Título:** *El uso de videojuegos activos entre los adolescentes*

**Autor:** Vicente Javier Beltrán Carrillo... [et al.]

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Revista Cultura-Ciencia-Deporte (CCD), vol. 7, n° 19

**Páginas:** 19-24

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ucam.edu/ccd/numeros/volumen-7/vol.-7-num-19-mar-2012/El%20uso%20de%20videojuegos%20activos%20entre%20los%20adolescentes.pdf/view>

En el artículo se analiza el uso de videojuegos activos por parte de una muestra de 570 adolescentes de 4º curso de la ESO. Los datos, recopilados a través de un cuestionario de autoinforme, son de interés para conocer el grado de adherencia de los adolescentes a un ocio digital de última generación que representa una alternativa de práctica física en una sociedad sedentaria y tecnológica.

**Título:** *Social Integration in Youth: Insights from a Social Network Perspective (Integración social en la juventud: percepciones desde una perspectiva de redes sociales)*

**Autor:** Wölfer, Ralf... [et al.]

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Group Dynamics: Theory, Research, and Practice; vol. 16 (2)

**Páginas:** 138-147

**Año:** 2012

**País:** Alemania

**Idioma:** Inglés

<http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2011-17043-001>

La investigación demuestra repetidamente las consecuencias perjudiciales del aislamiento social, pero poco se sabe de por qué los adolescentes carecen de integración social. Por ello, el presente estudio, utiliza el análisis de redes sociales para tener una visión única de los adolescentes sobre su grado de integración. Un total de 317 alumnos de séptimo a noveno (13,7 años, 162 niñas) de un total de 18 clases, refieren patrones de amistad, y los profesores de sus respectivas clases proporcionaron información sobre las habilidades sociales de los estudiantes. Los resultados muestran que los indicadores de habilidades sociales mejoran con categorías superiores de integración.

**Título:** *Jóvenes: ídolos mediáticos y nuevos valores*

**Autor:** Clara Muela Molina, Antonio J. Baladrón Pazos [coord.]

**Tipo de documento:** Revista



**Revista:** Revista de Estudios de Juventud, nº 96

**Páginas:** 234

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0211-4364

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/37/publicaciones/Revista%2096.pdf>

En este monográfico se propone reflexionar, desde el rigor científico, acerca de los ídolos mediáticos de los jóvenes en nuestra sociedad mediatizada. En primer lugar, se abordan cuáles y por qué son los ídolos de los y las jóvenes en distintos ámbitos: el cine, la música, la telerrealidad, la ficción televisiva, el deporte, la moda, la publicidad; etc. Y, en segundo lugar, a través de todas esas aportaciones, se persigue también desentrañar cuáles son los valores sobre los que se asientan esos ídolos mediáticos y en qué medida aquéllos forman parte de la vida cotidiana y del horizonte de aspiraciones de la juventud actual.

**Título:** *Jóvenes e infotecnologías: entre nativ@s y digitales*

**Autor:** Antonio Fumero y Óscar Espiritusanto

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: INJUVE

**Páginas:** 76

**Año:** 2012

**Serie:** Estudios

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.injuve.es/sites/default/files/Jovenes%20e%20infotecnologias.pdf>

Aproximación metodológica basada en la sociotecnología, la sistémica y la complejidad, que servirá de base para el desarrollo de un estudio cualitativo, apoyado en fuentes secundarias, elaborado para ofrecer al lector un análisis detallado del escenario hipertecnificado en el que se desenvuelven nuestros jóvenes, atendiendo especialmente a su relación cada vez más intensa con unas infotecnologías que incorporan un nivel creciente de complejidad funcional y potencialidad social. Además de ofrecer datos sobre la realidad de los medios sociales en la Red, se ha trabajado a partir de cinco rasgos estructurales relevantes —a saber, capacidad cognitiva personal, socialización primaria, inteligencia social, inteligencia cooperativa y acción social— y una segmentación en tres tramos de edad (preadolescentes, adolescentes y jóvenes) en cada uno de los cuales se analizan los elementos y las evidencias de los rasgos más destacables.

**Título:** *Retratos de Juventud 15: Medios de comunicación*

**Autor:** Observatorio Vasco de la Juventud

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Vitoria-Gasteiz: Gabinete de Prospección Sociológica. Gobierno Vasco

**Páginas:** 285

**Año:** 2012

**Serie:** Retratos de Juventud, nº 15

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.gazteaukera.euskadi.net/r58-7657/es/contenidos/noticia/gazteen\\_argazkiak\\_15/es\\_gazteen/adjuntos/retratos15\\_c.pdf](http://www.gazteaukera.euskadi.net/r58-7657/es/contenidos/noticia/gazteen_argazkiak_15/es_gazteen/adjuntos/retratos15_c.pdf)

Resultados fruto de una encuesta realizada a 1.272 jóvenes de entre 15 y 29 años de la CAPV entre el 3 y 10 de octubre de 2011. El documento se estructura en diferentes áreas temáticas: medios preferidos en función de los fines, televisión, prensa escrita, radio, Internet y las redes sociales, análisis intergeneracional: jóvenes *versus* personas adultas y análisis intrageneracional: diferencias entre jóvenes.

**Título:** *ParadigmáTIC@s: Comunicación y cultura digital en las ONG de Desarrollo*

**Autor:** Xosé Ramil Ferreiro (coord.)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España

**Páginas:** 116

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** M-11208-2012

<http://desycom.wordpress.com/paradigmaticos/>

El texto recoge diferentes artículos que abordan el reto de aprender a vivir en dos medios diferentes. El mundo digital, de las redes sociales y de los nuevos medios, por un lado, y el mundo analógico y de los medios masivos por otro. Doce autores procedentes de diversos ámbitos de la comunicación, de la cooperación al desarrollo y de la innovación social analizan cómo las nuevas tecnologías y la cultura digital están provocando cambios profundos en la comunicación y cómo pueden reforzar a las ONG de Desarrollo para ser auténticos agentes de cambio social.

**Título:** *15m.bifi.es*

**Autor:** Instituto Universitario de Investigación, Biocomputación y Física de Sistemas Complejos (BIFI)

**Tipo de documento:** Página web

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://15m.bifi.es/index.php>

El estudio sobre Comunicación entre usuarios de redes sociales en torno al movimiento 15-M, realizado en colaboración con Cierzo Development ha tenido como objetivo investigar, por una parte, las propiedades estadísticas de la información difundida y, por otra, cómo son los patrones de conexión entre aquéllos que propagan y reciben dicha información. El estudio comprende el periodo de tiempo entre el 25 de abril y el 26 de mayo de 2011. A partir de las 70 palabras clave relacionadas con el movimiento 15-M, se han rastreado todos los mensajes intercambiados entre usuarios que contenían, al menos, una de éstas.

**Título:** *Adolescencia entre pantallas: identidades juveniles en el sistema de comunicación*

**Autor:** Javier Callejo y Jesús Gutiérrez Brito (coords.)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Barcelona: Gedisa

**Páginas:** 140

**Año:** 2012

**Serie:** Comunicación

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-8497846998

Se habla de generaciones digitales, de niños de la edad electrónica, de nativos digitales y otras expresiones que intentan captar y grabar en la sociedad el sentimiento de un cambio. En este contexto, el libro aborda temas como: las paradojas insertas en la investigación social de lo que los adolescentes hacen con los medios de comunicación, la creación de identidades juveniles por parte de la televisión, los aspectos comunes que conforman la oferta de los medios de comunicación destinados específicamente a los jóvenes y adolescentes y que configuran su gusto, los modelos de la literatura o de las propias pantallas que explican distintas generaciones de adolescentes, el lugar de los jóvenes en la expansión de la telefonía móvil y, a la vez, el significado de la telefonía móvil para los jóvenes y adolescentes, o la relación que tienen con Internet.

**Título:** *Adicción a Internet y redes sociales: tratamiento psicológico*

**Autor:** Mariano Cholz Montañés y Clara Marco

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Alianza Editorial

**Páginas:** 221

**Año:** 2012

**Serie:** Alianza Ensayo

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-206-6962-5

Además de ser una de las herramientas tecnológicas más útiles y de haberse convertido en absolutamente necesaria en nuestra sociedad actual, Internet ha adquirido una centralidad extraordinaria en la vida del adolescente. En algunos casos, el uso excesivo puede llegar a interferir con otras actividades cotidianas y hasta perturbar sus relaciones sociales y familiares. Pero en el caso de que, además, sea incapaz de dejar de usar Internet, o de que sienta un enorme malestar cuando no se pueda conectar, podemos encontrarnos frente a un problema de adicción. En este texto se describe con detalle un modelo de tratamiento estructurado en sesiones individuales y de grupo.

**Título:** *Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes*

**Autor:** Elisabeth Soep

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Educación y Comunicación, vol 38, nº14

**Páginas:** 93 -100

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=38&articulo=38-2012-12>

El estudio de análisis etnográfico, que se incluye en este artículo, se centra en una iniciativa de periodismo de investigación dentro de Youth Radio: una serie transmediática sobre el tráfico sexual infantil producida por un joven de 21 años con la ayuda de editores más veteranos. El artículo concluye identificando dimensiones clave de alfabetización que los jóvenes crean y emplean a través de su experimentación con los medios móviles y sociales, entre otros: el descubrimiento, el análisis, la movilización en red y la programación de plataformas.

**Título:** *Ciudadanía juvenil y nuevas formas de participación a través de la conectividad*

**Autor:** Christian Fernández Rodríguez

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Culturales, año 8, vol. 15

**Páginas:** 113-134

**Año:** 2012

**País:** México

**Idioma:** Español

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3832590>

El presente texto es un acercamiento a los procesos de participación ciudadana de los jóvenes que utilizan las nuevas tecnologías de información y comunicación, así como una batería de conocimientos, habilidades y competencias que permiten la construcción de redes que potencializan su papel como agente en el campo social. Un punto de interés es la relación entre los individuos

y el Estado-nación, de la que se explora el papel que juega el proyecto nacional en la identidad de los habitantes de un territorio y si realmente el Estado-nación sigue siendo referente en la construcción de una identidad ciudadana.

**Título:** *Análisis exploratorio-inductivo de los usuarios de redes sociales en España: perfiles socio-demográficos y predictores de las gratificaciones derivadas del uso continuado*

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** III Congreso Internacional Comunicación y Riesgo (Tarragona, 18-20 de Enero de 2012)

**Lugar y editor:** Madrid: Universidad Juan Carlos I

**Páginas:** 16

**Año:** 2012

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-615-5678-6

[http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions\\_cd/ok/162.pdf](http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/162.pdf)

Ponencia del III Congreso Comunicación y Riesgo celebrado en Tarragona en enero de 2012. Está basada en un estudio realizado por la Universidad Rey Juan Carlos contando con la participación de más de 550 estudiantes universitarios de la Comunidad de Madrid de entre dieciocho y veinticuatro años. El estudio se propone medir la aceptación de las redes sociales en función de variables sociodemográficas, actitudinales y de uso. Igualmente, pretende conocer las actividades que se llevan a cabo en cada una de las redes y los posibles frenos que perciben los internautas que no las utilizan. Los resultados expuestos en el documento constituyen una interesante aproximación exploratoria sobre la utilización de las redes sociales por parte de los jóvenes universitarios madrileños.

**Título:** *Perfil sociodemográfico de los internautas: Análisis de datos INE 2011*

**Autor:** Equipo de Estudios del ONTSI: Alberto Uruña [coord.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información

**Páginas:** 32

**Año:** 2012

**Serie:** Perfil sociodemográfico de los internautas

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 2172-9212

[http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/perfil\\_sociodemografico\\_de\\_los\\_internautas\\_analisis\\_de\\_datos\\_ine\\_2011.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/perfil_sociodemografico_de_los_internautas_analisis_de_datos_ine_2011.pdf)

Estudio realizado en colaboración con el INE y que, entre otros, presenta los siguientes datos: 16,5 millones de personas de 16 a 74 años se conectan a Internet diariamente; siete de cada diez internautas tienen menos de 45 años, independientemente de su frecuencia de acceso; en capitales de más de 500.000 habitantes el porcentaje de uso de Internet está 7 puntos porcentuales por encima de la media.

2011

**Título:** *Cifras Jóvenes: Sondeos de Opinión: Tablas de resultados: Jóvenes y TIC. 2011*

**Tipo de documento:** Boletín

**Lugar y editor:** Madrid: INJUVE

**Páginas:** 37

**Año:** 2011

**Serie:** Estudio EJ152

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.injuve.es/sites/default/files/2012/27/publicaciones/Sondeo%202011-1b.pdf>

Boletín que recoge opiniones y actitudes de los y las jóvenes respecto de su situación personal, sus relaciones, sus metas, motivaciones y formas de vida en torno al tema de las tecnologías de la información y la comunicación. El sondeo se realizó a jóvenes españoles de entre 15 y 29 años de edad. La muestra de 1419 entrevistas personales en domicilios tuvo lugar en 176 municipios y 45 provincias en 2011.

**Título:** *Evaluación de la adicción al móvil en la adolescencia*

**Autor:** Mariano Chóliz Montañés y Verónica Villanueva Silvestre

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Revista Española de Drogodependencia, vol. 36, nº 2

**Páginas:** 165-184

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.aesed.com/descargas/revistas/v36n2\\_3.pdf](http://www.aesed.com/descargas/revistas/v36n2_3.pdf)

El artículo presenta tres instrumentos para evaluar los principales procesos psicológicos implicados en el abuso o dependencia del teléfono móvil en la adolescencia: imagen del móvil, funciones del móvil y dependencia del móvil. Los cuestionarios se administraron a 1.944 adolescentes entre 12 y 18 años. En el trabajo se describen sus propiedades psicométricas, así como las diferencias en función del sexo y la edad. Se discuten las implicaciones de los resultados obtenidos en la adicción al móvil.

**Título:** *Identidad y características de los familiares y amigos católicos de los niños españoles*

**Autor:** Tamara Vázquez Barrio

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Zer: revista de estudios de comunicación, vol. 16, n°30

**Páginas:** 75-95

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/4791/4655>

Diversos estudios demuestran la capacidad socializadora de la televisión, y la especial influencia de los personajes sobre la configuración de la identidad de los telespectadores más jóvenes. Al mismo tiempo, los datos de audiencia manifiestan el interés de los niños por los contenidos dirigidos a los adultos o al público familiar, a los que prestan tanta o más atención que a los programas infantiles. En este artículo se ofrecen los resultados de un análisis de contenido de las características sociodemográficas y psico-sociales de los protagonistas y personajes secundarios de las series de ficción nacional más vistas por la audiencia infantil.

**Título:** *Universidad 2020: papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico*

**Autor:** Fundación Telefónica

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Telefónica; Barcelona: Ariel; con la colaboración de Planeta

**Páginas:** 161

**Año:** 2011

**Serie:** Colección Fundación Telefónica/Ariel, n° 17

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-08-11014-9

[http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/153](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/153)

Las TIC serán una pieza fundamental en el futuro de una institución que se ha mantenido con muy pocas variaciones desde sus inicios, en el siglo XIII. Pero en la actualidad se enfrenta a un nuevo entorno en el que la generación clásica del conocimiento se replantea por el surgimiento de modelos colaborativos, donde los ciudadanos aportan en la misma medida que lo hacen las grandes empresas y las instituciones, donde el perfil de los jóvenes, nativos digitales, es radicalmente distinto a lo que conocíamos hasta ahora.

**Título:** *El papel de la escuela en la transición a la vida activa del/la adolescente: buscando buenas prácticas de inclusión social*

**Autor:** M<sup>o</sup> Dolores Fernández Tilve, M<sup>o</sup> Laura Malvar Méndez

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria; vol. 4, n° 2

**Páginas:** 101-114

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 1989-0257

[http://webs.uvigo.es/refiedu/Refiedu/Vol4\\_2/REFIEDU\\_4\\_2\\_3.pdf](http://webs.uvigo.es/refiedu/Refiedu/Vol4_2/REFIEDU_4_2_3.pdf)

Las autoras explican que la vertiginosidad de los cambios económicos, tecnológicos y sociales acaecidos en los últimos años en España y en el mundo industrializado, plantean situaciones nuevas y complejas en la transición de los/las adolescentes a la vida activa y adulta, situándola, hoy por hoy, en el punto de mira. Estos cambios vienen determinados por la permanente innovación tecnológica, la nueva organización del trabajo y la nueva configuración del mercado laboral, obligando así a la escuela a repensar constantemente su función orientadora.

**Título:** *Jóvenes interactivos: nuevos modos de comunicarse*

**Autor:** Estrella Martínez Rodrigo y Carmen Marta Lazo [coords.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** La Coruña: Netbiblo

**Páginas:** 200

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-9745-465-0

En el libro se analizan las formas en que la juventud se relaciona con los nuevos medios sociales, donde tiene un papel primordial la cultura participativa y cómo estas relaciones a distancia en tiempo real y en modo red influyen en las formas de consumo de los medios, de la cultura, del ocio, del trabajo. . . Las tecnologías de la información y la comunicación no tienen sólo un carácter instrumental para los y las jóvenes, sino que son también expresión de identidad y de representación de los mismos. Las redes sociales son el foro de encuentro en el que se está construyendo la nueva ciudadanía digital más informada, pero también más necesitada de reflexión y crítica.

**Título:** *Menores y redes sociales*

**Autor:** Xavier Bringué y Charo Sádaba

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Generaciones Interactivas



**Páginas:** 329

**Año:** 2011

**Serie:** Generaciones Interactivas

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.generacionesinteractivas.org/upload/libros/Libro-Menores-y-Redes-Sociales\\_.pdf](http://www.generacionesinteractivas.org/upload/libros/Libro-Menores-y-Redes-Sociales_.pdf)

El informe pretende analizar el entorno y hábitos de los menores como usuarios de las redes sociales en España y, en concreto, relacionando su perfil de uso de dichas redes (no usuario, usuario o usuario avanzado) con su acceso a la tecnología, su conocimiento, sus relaciones familiares o los riesgos y oportunidades que les plantean, entre otros aspectos.

**Título:** *Los menores y el mercado de las pantallas: una propuesta de conocimiento integrado*

**Autor:** Jorge Tolsá Caballero

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Foro Generaciones Interactivas

**Páginas:** 358

**Año:** 2011

**Serie:** Generaciones Interactivas

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-695-2760-3

<http://www.generacionesinteractivas.org/upload/libros/Los%20menores%20y%20el%20mercado%20de%20las%20pantallas.pdf>

Esta publicación surge de la primera tesis doctoral defendida en el Foro Generaciones Interactivas. A lo largo de este trabajo se propone un enfoque de conocimiento integrado del menor como consumidor de las pantallas. Analiza una muestra representativa de los adolescentes españoles y se identifica una tipología de 11 consumidores de pantallas, cada uno con un contexto y exigencias diversas por parte de las empresas. Este pretende servir como referente a la hora de dirigir acciones de marketing responsables a niños y adolescentes.

**Título:** *Redes sociales y privacidad del menor*

**Autor:** José Luis Piñar Mañas (dir.)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Reus

**Páginas:** 335

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** 978-84-290-1657-4

Publicación que analiza la privacidad del menor y las redes sociales. Entre sus contenidos: el derecho fundamental a la protección de datos y la privacidad de los menores en las redes sociales; observaciones sobre la privacidad del menor ante las nuevas tecnologías, instrumentos jurídicos y competencia judicial, o Menores, redes sociales y el derecho al olvido.

**Título:** *Seis recomendaciones para la protección de la privacidad de los adolescentes en las redes sociales*

**Autor:** Jorge Flores Fernández

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Bilbao: pantallasamigas.net

**Páginas:** 3

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/pdfs/pantallasamigas-seis-recomendaciones-para-la-proteccion-de-la-privacidad-de-los-adolescentes-en-las-redes-sociales.pdf>

El autor cuenta en el artículo que las redes sociales forman parte de nuestras vidas, y aportan relaciones sociales que ayudan a cubrir hasta lo básico del ser humano. No obstante, a veces se obtienen efectos contraproducentes en torno a la privacidad.

**Título:** *The Reset Generation: A Perfect Storm of Change has created a New Generation of Empowered and Demanding Consumers.*

**Autor:** Initiative

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Nueva York: Initiative

**Páginas:** 20

**Año:** 2011

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

[http://www.initiative.com/sites/default/files/Reset\\_Generation.pdf](http://www.initiative.com/sites/default/files/Reset_Generation.pdf)

La agencia de medios Initiative, desde su departamento de investigación, ha realizado un estudio con una muestra de 7.500 encuestas a jóvenes con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años (ya denominados nativos digitales) en 15 países de todos los continentes, para conocer cómo el acceso normalizado a Internet de este *target* ha cambiado sus hábitos de consumo y sus expectativas de futuro.

**Título:** *Jóvenes, televisión y ocio digital: retos y oportunidades para una nueva comunicación*

**Autor:** Leire Gómez, Nereida López, M<sup>o</sup> Ángeles Martín

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** IV Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales. Retos y oportunidades de la investigación en comunicación en la sociedad digital (Huesca, 10-12 de noviembre de 2011)

**Lugar y editor:** Tarragona: Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital

**Páginas:** 25

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ocendi.com/proyeccion/jovenes-televisión-y-ocio-digital-retos-y-oportunidades-para-una-nueva-comunicación/>

Investigación que trata de conocer la opinión de los llamados nativos digitales sobre los contenidos televisivos actuales, sus hábitos de consumo frente al televisor (horarios, lugares de visionado y compañía en que la realizan), así como la incidencia de Internet, destacando que la pérdida de interés que manifiestan radica en los contenidos y manifestando su preferencia por Internet. La comunicación fue presentada en el *IV Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales. Retos y oportunidades de la investigación en comunicación en la sociedad digital*, celebrado en Huesca del 10 al 12 de noviembre de 2011.

**Título:** *Investigaciones educativas en la sociedad multipantalla*

**Autor:** Javier Sierra Sánchez, Sheila Liberal Ormaechea [coords.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Fragua

**Páginas:** 718

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-7074-467-9

Fruto de la convergencia y del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación en la era digital, está surgiendo una nueva generación de individuos que conforman la denominada "sociedad multipantalla". Ésta se caracteriza por vivir rodeada de diferentes tipos de soporte. El televisor, el ordenador personal y el móvil condicionan principalmente los siguientes aspectos; la forma de relación con los contenidos y la forma de acceder al conocimiento. Ante este avance tecnológico, social y cultural este volumen reflexiona sobre la necesidad de una adecuada educación en medios (alfabetización audiovisual). Los códigos, lenguajes, contenidos, audiencias, consumo, redes sociales, empleabilidad y competencia digital todo ello queda descrito en treinta y seis comunicaciones científicas.

**Título:** *Capacidades y límites de la acción juvenil: asociacionismo, nuevas tecnologías y música.*

**Autor:** Yolanda Agudo Arroyo, Eva Martín Coppola y Kiko Tovar Martínez

**Tipo de documento:** Artículo

**Obra completa:** Juventud protagonista: capacidades y límites de transformación social

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto de la Juventud

**Revista:** Estudios de Juventud nº 95 (Diciembre)

**Páginas:** 20

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0211-4364 - NIPO: 869-11-003-X

<http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=67611480>

Este artículo reflexiona en torno al cambio social que están protagonizando los y las jóvenes, tanto como actores impulsores del mismo, a través de la canalización de nuevas demandas sociales, como vehículos de expresión de tendencias y estilos de vida novedosos. Los y las jóvenes demandan y ofertan una cantidad suficiente de ideas y proyectos a la sociedad, de manera que parece necesario detenerse en algunos de los marcos que, en nuestra opinión, descansan. Por ello, se centra en tres aspectos fundamentales: el asociacionismo juvenil como alternativa a la participación política tradicional, las nuevas tecnologías como motor de innovación social pero también de aislamiento generacional y, por último, la música como forma de expresión y estilos de vida diferenciados que resignifican distintas formas de entender y posicionarse frente a lo social y lo político.

**Título:** *Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital*

**Autor:** Lucía Merino Malillos

**Tipo de documento:** Artículo

**Obra completa:** Juventud protagonista: capacidades y límites de transformación social

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto de la Juventud

**Revista:** Estudios de Juventud nº 95 (Diciembre)

**Páginas:** 12

**Año:** 2011

**N.N.:** ISSN: 0211-4364 - NIPO: 869-11-003-X

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=1407511797>

En el texto se propone una aproximación al fenómeno de las redes sociales *online* como fenómeno expansivo que constituye para los y las jóvenes una herramienta comunicativa e interactiva de

primer orden. Partiendo de una metodología cualitativa, describe las prácticas que la juventud, los nativos digitales, llevan a cabo a través de las redes sociales, prestando especial atención a sus rutinas digitales de relación y a los sentidos y significados de sus prácticas interactivas.

**Título:** *El sentido de vida en los jóvenes: redes sociales, relaciones significativas y actividades de ocio*

**Autor:** Grupo de Investigación PSICOSOC

**Tipo de documento:** Artículo

**Obra completa:** Juventud protagonista: capacidades y límites de transformación social

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto de la Juventud

**Revista:** Estudios de Juventud nº 95 (Diciembre)

**Páginas:** 13

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0211-4364 - NIPO: 869-11-003-X

<http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=2132335198>

En este trabajo se plantea una aproximación sociológica y existencial a la realidad de la juventud en la actualidad, desde un enfoque metodológico cualitativo y cuantitativo. Se presentan algunos resultados que pertenecen a una investigación más amplia cuyo objetivo es estudiar la experiencia de sentido de vida en los jóvenes, el uso dual que hacen del tiempo y la posible influencia de su ocupación prioritaria. Los participantes han sido 346 jóvenes universitarios y no universitarios de entre 16 y 30 años. En concreto, en este artículo se intenta responder a tres interrogantes: ¿El uso de las redes sociales está relacionado con la frustración existencial? ¿Son las relaciones sociales más significativas, amigos y familia, una fuente de sentido para los jóvenes? Respecto al uso dual del tiempo, ¿existe correlación entre las actividades de ocio y el sentido de vida? Los resultados obtenidos son coherentes con otros estudios paralelos y nos ayudan a comprender la transición que hacen los y las jóvenes hacia la edad adulta.

**Título:** *Las TIC en la educación: Realidad y expectativas. Informe anual 2011*

**Autor:** Fundación Telefónica, Miguel Sola y J. Francisco Murillo (coord.)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica

**Páginas:** 223

**Año:** 2011

**Serie:** Informe nº 15

**País:** España

**Idioma:** Español

N.N.: 978-84-08-11009-5

[http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/conocimiento/publicaciones/index.htm](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/index.htm)

Informe final de una investigación desarrollada durante el curso escolar 2010-2011. Consta de cuatro grandes apartados. El primero realiza una síntesis descriptiva de cuál es el estado de la cuestión en el panorama educativo español, a partir de un muestra de más de 1.300 docentes de diferentes Comunidades Autónomas. El segundo, a partir de la información recogida entre tres grupos focales (Málaga, Santiago de Compostela y Barcelona) con agentes de la enseñanza no universitaria de probado prestigio en la docencia con TIC, busca obtener un panorama más profundo de conocimientos, actitudes, creencias y experiencias, sobre los condicionantes más relevantes del panorama real de la escuela digital. El tercero, referente a las "buenas prácticas educativas con TIC", indaga en las claves de la mejora educativa que faciliten la toma de decisiones de optimización de la intervención didáctica, cediendo la palabra a los protagonistas de los centros escolares. El cuarto apartado trata el panorama internacional de las TIC en la escuela, de diferentes perspectivas, ideas y conclusiones sobre esta realidad educativa en otros puntos de la geografía.

**Título:** *Videojuegos educativos para una Navidad muy tecnológica*

**Autor:** Eva Sereno

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** aprendemas.com

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.aprendemas.com/Reportajes/html/R2184\\_F12122011\\_1.html](http://www.aprendemas.com/Reportajes/html/R2184_F12122011_1.html)

Los videojuegos cada vez tienen más aceptación entre los niños y jóvenes y también en los adultos. La posibilidad de entretenerse y disfrutar de momentos de ocio mientras se aprende es su principal ventaja, a pesar de que su uso sigue poniéndose en entredicho. No obstante, cada vez se están haciendo videojuegos con contenidos más educativos y que permiten adquirir una serie de conocimientos y habilidades.

**Título:** *Informe anual de los contenidos digitales en España: Industria y hábitos de consumo*

**Autor:** Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: ONTSI

**Páginas:** 151

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-del-sector-de-las-telecomunicaciones-las-tecnolog%C3%AD-de-la-informaci%C3%B3n-y-los>

El objetivo principal es conocer la situación actual y la evolución de las principales características estructurales y económicas de la fabricación TIC, el comercio TIC, las actividades informáticas, otras actividades de telecomunicaciones y los contenidos, con una muestra representativa de 2.531 empresas con sede en España y con la mayor facturación de cada actividad TIC.

**Título:** *La Sociedad en Red 2010: Informe Anual. Edición 2011*

**Autor:** Alberto Urueña (coord.)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI)

**Páginas:** 252

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-anual-2010-edicion-2011>

La cuarta edición del Informe aporta datos de la sociedad de la información en el mundo, Europa, y especialmente en España, analizado su uso en hogares y empresas y donde destacan las siguientes conclusiones y tendencias: el 97,1% de los hogares con conexión a Internet se conecta a través de banda ancha; el número de internautas en España se sitúa en 27 millones de ciudadanos mayores de 10 años; la dotación de infraestructuras en las empresas es prácticamente universal.

**Título:** *Las redes sociales en Internet*

**Autor:** Alberto Urueña (coord.).

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información

**Páginas:** 173

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/estudio-sobre-el-conocimiento-y-uso-de-las-redes-sociales-en-espa%C3%B1>

Estudio del ONTSI sobre las redes sociales en España, estructurado en tres partes: en la primera se definen, conceptualizan y clasifican las diferentes tipologías de redes analizando sus diferentes impactos. La Parte II es una encuesta sobre el conocimiento y uso de redes en España y entrevistas a expertos. Por último se exponen los resultados del análisis de Tuenti y Menéame aplicando la teoría de grafos.

**Título:** *Twitter: llega el "microblogging"*

**Autor:** Jordi Sabaté; Fundación Eroski

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Eroski Consumer

**Año:** 2011

**Serie:** Monográfico. Tecnología

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.consumer.es/twitter>

Recopilación de artículos sobre Twitter, en los que se pasa revista a su expansión y utilidades, y se analizan sus rivales así como distintos servicios de *microblogging*. Contiene: Twitter: llega el "microblogging". Microblogging multimedia. Nuevas formas de conocer las ciudades. Usos de Twitter.

**Título:** *Derecho penal e Internet: especial consideración de los delitos que afectan a jóvenes y adolescentes*

**Autor:** Javier Gustavo Fernández Teruelo

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Valladolid: Lex Nova

**Páginas:** 288

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 9788498983654

La presente obra pretende el estudio y análisis de los diferentes fenómenos de carácter delictivo en el ámbito de Internet, mediante una descripción detallada de cada uno de ellos, de su capacidad para producir la lesión de bienes jurídicos relevantes y, sobre todo, de las posibilidades de la legislación, fundamentalmente penal, para hacerles frente, con especial atención tanto a las novedades introducidas por la LO 5/2010, de 22 de junio, por la que se modificó la LO 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, como a aquellos comportamientos que tienen como referente a los menores y adolescentes. De este modo, se analizan en profundidad fenómenos y sus correspondientes respuestas legales, como el de la producción, posesión y distribución de pornografía infantil a través de Internet, y otros delitos contra la indemnidad sexual, como el *child grooming* o ciberacoso infantil.

**Título:** *Jóvenes en(red)ados*

**Autor:** Carmen Galan Rodriguez y Lara Carlito Batalla (coords.)

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Revista de Estudios de Juventud, N° 93



**Páginas:** 163 (Monográfico)

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=1038520141&menuld=578540894>

Este número de la *Revista de Estudios de Juventud* es un intento de buscar entre los colaboradores el equilibrio de interpretaciones y formas inteligentes de “mirar” (y no solo “ver”) las prácticas discursivas y comunicativas de la juventud, sus formas de expresión cultural, la construcción de su imagen para/frente a los demás, los juegos de lenguaje, el humor y, sobre todo, la creatividad con la que reinventan el mundo. El monográfico está articulado en tres bloques temáticos: Medios y modas, Atrapados en la Red y En la frontera de la lengua, más el bloque teórico introductorio Páramos y ecosistemas juveniles.

**Título:** *La protección de la juventud y la infancia como límite a las libertades informativas en los medios audiovisuales*

**Autor:** Juan María Martínez Otero. Director: Alexander H. Català I Bas. Universitat de Valencia, Departamento de Derecho Constitucional, Ciencia Política y Administración

**Tipo de documento:** Tesis Doctoral

**Lugar y editor:** Valencia: Universidad de Valencia

**Páginas:** 657

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?fichero=23101>

La tesis analiza el modo en que la protección de la juventud y la infancia se está desarrollando en España, estudiando los cauces de protección de los y las menores en los distintos medios audiovisuales: televisión, radio, publicidad, cine y vídeos, Internet, video a la carta, videojuegos y dispositivos móviles.

**Título:** *Estudio sobre hábitos seguros en el uso de smartphones por los niños y adolescentes españoles*

**Autor:** INTECO. Observatorio de la Seguridad de la Información y Orange

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** [en línea] INTECO.Observatorio de la Seguridad de la Información

**Páginas:** 128

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.inteco.es/file/BbzXMkVvkX8VG7-0ggHlozQ>

El informe constituye un diagnóstico sobre los usos y hábitos seguros de los *smartphones* por parte de los adolescentes y la percepción que de dichos usos y hábitos seguros tienen sus madres y padres. Revela, asimismo, su conciencia e incidencia de riesgos y las buenas prácticas y medidas de seguridad que adoptan. El análisis se lleva a cabo desde la doble óptica del propio menor y del padre o la madre, como actores indispensables en la educación de sus hijos e hijas, y permite el contraste con los datos de 2010 referidos a dispositivos.

**Título:** *Los videojuegos. Aprender en mundos reales y virtuales*

**Autor:** Pilar Lacasa

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Morata

**Páginas:** 328

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 9788471126351

La publicación nace de una estrecha interacción entre la práctica y la teoría, buscando contribuir a que los videojuegos comerciales se conviertan en un instrumento educativo. Se ha buscado ir más allá de algunos estereotipos: los videojuegos son una pérdida de tiempo y, además, son violentos; es difícil saber qué juego elegir; y los videojuegos son demasiado absorbentes.

**Título:** *Guía sobre adolescencia y sexting: qué es y cómo prevenirlo*

**Autor:** INTECO y PantallasAmigas

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación

**Páginas:** 21

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/guias/Guia\\_sexting](http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/guias/Guia_sexting)

El *sexting* consiste en la difusión o publicación de contenidos (principalmente fotografías o vídeos) de tipo sexual, producidos por el propio remitente, utilizando para ello el teléfono móvil u otro dispositivo tecnológico. Los riesgos para el adolescente cuya imagen es difundida son diversos y suelen aparecer interrelacionados: aparte de la evidente amenaza a su privacidad, el menor puede sufrir riesgos psicológicos y *ciberbullying*, e incluso *grooming* (si se ve implicado un adulto) o sextorsión (si existe chantaje).

**Título:** *Participaciones aumentadas*

**Tipo de documento:** Revista

**Revista:** Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales; vol. 8 (Septiembre); nº 2 (monográfico)

**Páginas:** 242

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://teknokultura.net/index.php/tk/issue/view/2>

Gran parte de las movilizaciones sociales que han retado durante las últimas décadas a las “democracias” en occidente y sus crisis de representación (por ejemplo el 13-M de 2004 y el 15-M de 2011 en Madrid) y a los estados dictatoriales en el norte de África (2011), serían impensables sin la incorporación de las tecnologías “sociales” al espacio mediático en el que se construyen los discursos sociales que forman parte del horizonte a transformar. La revista invita a activistas y académicos dedicados a la movilización y la crítica social a reflexionar sobre el protagonismo, ampliación y contingencias que rodean a las mediaciones tecnológicas en las movilizaciones sociales.

**Título:** *Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles*

**Autor:** Sánchez-Navarro, Jordi; Aranda, Daniel

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** El profesional de la información: revista internacional, científica y profesional, vol. 20, nº1

**Páginas:** 2-37

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** DOI: 10.3145

[http://www.gipuzkoagazteria.net/gestor/nodos/nodo\\_dok\\_din/InternetComoFuenteInformacion.pdf](http://www.gipuzkoagazteria.net/gestor/nodos/nodo_dok_din/InternetComoFuenteInformacion.pdf)

En el artículo, se muestran y discuten datos cuantitativos obtenidos mediante una encuesta dirigida a población española, de entre 12 y 18 años, así como observaciones cualitativas de diversos grupos de discusión, sobre el uso de Internet como medio de obtención de información útil para la vida cotidiana, que se desarrolla en dos ámbitos: el ocio y la educación formal. Los datos nos muestran una juventud que utiliza Internet en entornos informales y privados y, en menor medida, en espacios educativos formales.

**Título:** *The Civic and Political Significance of Online Participatory Cultures among Youth Transitioning to Adulthood (La importancia cívica y política de las culturas online participativas entre los jóvenes en transición a la adultez)*

**Autor:** Joseph Kahne, Nam-jin Lee, Jessica Timpany Feezell

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Estados Unidos: DML Central Working Papers

**Páginas:** 37

**Año:** 2011

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

[http://dmlcentral.net/sites/dmlcentral/files/resource\\_files/OnlineParticipatoryCultures.WORKINGPAPERS.pdf](http://dmlcentral.net/sites/dmlcentral/files/resource_files/OnlineParticipatoryCultures.WORKINGPAPERS.pdf)

Publicación que nace como resultado de estudios de gran tamaño que indican que la participación juvenil en línea puede servir como puerta de entrada a la actuación de la juventud en aspectos importantes de la vida cívica y política, incluyendo el voluntariado, la resolución de problemas de la comunidad, las actividades de protesta y la política.

**Título:** *Risks and Safety on the Internet: the Perspective of European Children: Full Findings and Policy Implications from the EU Kids Online Survey of 9-16 Years Old and their Parents in 25 Countries*

**Autor:** Sonia Livingstone, Leslie Haddon, Anke Görzing, Kjartan Ólafsson

**Tipo de documento:** Revista

**Lugar y editor:** Londres: EU Kids Online, London School of Economics & Political Science

**Páginas:** 168

**Año:** 2011

**País:** Reino Unido

**Idioma:** Inglés

**N.N.:** ISSN: 2045-256X

<http://eprints.lse.ac.uk/33731/>

El informe *Riesgos y seguridad en Internet: la perspectiva de los niños europeos: resultados completos y las implicaciones políticas de la encuesta en línea de niños de 9-16 años de edad y sus padres en 25 países de la UE* presenta los resultados iniciales de una nueva y única encuesta diseñada y realizada de acuerdo con las normas de la red EU Kids Online. La investigación fue financiada por el *Programa para una Internet más segura* de la Unión Europea con el fin de fortalecer la base de pruebas para las políticas relativas a la seguridad en Internet.

**Título:** *Digital Youth: the Role of Media in Development*

**Autor:** Kaveri Subrahmanyam, David Smahel

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** New York: Springer

**Páginas:** 236

**Año:** 2011

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

**N.N.:** ISBN: 978-144-196-278-2

Este libro, *Jóvenes digitales: el papel de los medios en el desarrollo*, analiza el papel de los medios en el desarrollo y reconoce el importante papel de las herramientas digitales en la vida de los adolescentes, y presenta los riesgos y beneficios de estas nuevas tecnologías interactivas. De las redes sociales a la mensajería instantánea y los mensajes de texto, los autores crean una guía informativa y relevante que va más allá de la descripción para incluir la teoría del desarrollo y sus implicaciones.

**Título:** *El adolescente y su entorno en el siglo XXI: Instantánea de una década*

**Autor:** García-Tornel, Santiago, Miret, Pau, Cabré, Anna, Flaquer, Lluís, Berg-Kelly, Kristina, Roca, Genís, Elzo, Javier y Laila, Josep María (Coord.).

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Esplugas de Llobregat: FAROS Sant Joan de Déu

**Páginas:** 140

**Año:** 2011

**Serie:** Cuadernos Faros, nº 5

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.faroshsjd.net/adjuntos/1877.1-Faros\\_5\\_cast.pdf](http://www.faroshsjd.net/adjuntos/1877.1-Faros_5_cast.pdf)

Monografía que realiza una "fotografía" de los 10 primeros años del siglo XXI con el fin de reflexionar sobre el futuro que depara a la juventud actual. Para ello, analiza los cambios profundos en la natalidad y en la estructura familiar y su composición, la situación de los adolescentes con alguna enfermedad crónica o las tecnologías y las redes sociales con su papel en el desarrollo, aprendizaje y convivencia entre los jóvenes. Otros capítulos estudian los valores en la adolescencia y la sexualidad en el adolescente en España comparada con otros Estados europeos.

**Título:** *Encuesta de la Red Innova para el día de Internet*

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Madrid: Red Innova

**Páginas:** 8

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.redinnova.com/wp-content/uploads/2011/05/Encuestas\\_mayo\\_RedInnova.pdf](http://www.redinnova.com/wp-content/uploads/2011/05/Encuestas_mayo_RedInnova.pdf)

Encuesta que muestra resultados: la mitad de los internautas pasa ocho horas diarias conectados a la Red; los usos mayoritarios que confiesan los navegantes son el trabajo, el correo electrónico,

el ocio y la consulta de noticias. Con respecto a las redes sociales, los seguidores de Red Inova aseguran utilizarlas para compartir información y hacer contactos profesionales, mientras que el contacto con los amigos queda relegado a un tercer lugar.

**Título:** *Riesgos y seguridad en Internet: Los menores españoles en el contexto europeo*

**Autor:** Maialen Garmendia ... [et al.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Bilbao: Universidad del País Vasco

**Páginas:** 91

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-9860-520-4

[http://www.sociologia.ehu.es/s0018-%20%20%20eukidsct/es/contenidos/noticia/eukids\\_informe\\_280311/es\\_not/adjuntos/Informe\\_Espa%C3%B1a\\_completo\\_red.pdf](http://www.sociologia.ehu.es/s0018-%20%20%20eukidsct/es/contenidos/noticia/eukids_informe_280311/es_not/adjuntos/Informe_Espa%C3%B1a_completo_red.pdf)

El objetivo del proyecto EU Kids Online consiste en mejorar el conocimiento sobre las prácticas y experiencias de los menores europeos relativas al riesgo y seguridad en el uso de Internet y las nuevas tecnologías, y de este modo contribuir a la promoción de un entorno digital más seguro para los niños y niñas.

**Título:** *Perfil sociodemográfico de los internautas: Análisis de datos INE 2010*

**Autor:** Alberto Ureña [Coord.]

**Tipo de documento:** Revista

**Lugar y editor:** Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información

**Páginas:** 31

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 2172-9212

<http://www.red.es/media/registrados/2011-02/1298537074764.pdf?aceptacion=76ae7bb080891b802adcd87c6d770705>

Además de incrementarse el número de personas que han accedido a Internet en alguna ocasión también se ha intensificado su uso, con un incremento en la frecuencia de acceso. Las variables que más discriminan a la hora de determinar el perfil del internauta son la edad y el nivel de estudios terminados. Se observan mayores porcentajes de usuarios de la Red entre personas jóvenes y con alto nivel de estudios.

**Título:** *Atrapad@s en las redes: Internet ¿oportunidad o riesgo?*

**Autor:** Mónica Elba Borile

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Interpsiquis, 12º Congreso Virtual de Psiquiatría

**Páginas:** 16

**Año:** 2011

**Idioma:** Español

<http://www.neurologia.tv/bibliopsiquis/bitstream/10401/2224/1/6m3conf550678.pdf>

El artículo plantea los siguientes interrogantes: ¿Seremos capaces de comprender hasta dónde influyen los hábitos tecnológicos de los jóvenes en el proceso de aprendizaje? ¿Cómo nos adaptamos escuela, familia y profesionales de la salud a este nuevo ser que vive inmerso en los medios, manejando muchas veces gran caudal de información? ¿Somos capaces los adultos de intervenir de forma constructiva: educando, previendo o acompañándoles si no conocemos ni comprendemos sus códigos y lenguajes? ¿Cuán importante es para los adultos estar alfabetizados digitalmente?

**Título:** *Twittergrafía: El arte de la nueva escritura*

**Autor:** Mario Tascón, Mar Abad

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: La Catarata

**Páginas:** 160

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-8319-625-0

En esta obra se analiza cómo los usuarios escriben en esta red social, cómo se lanzan mensajes, cómo los políticos y las empresas intentan llegar a los votantes y consumidores, cómo se generan turbas que en minutos "linchan" a un "tuitero", pero, sobre todo, cómo los ciudadanos han tomado y conquistado esa nueva plaza pública virtual llamada Twitter. Trucos de experto, explicación de las principales abreviaturas y parte de los códigos ocultos que utilizan los *hackers* y los más jóvenes completan una obra perfecta para quien sienta curiosidad por cómo está cambiando la comunicación y sirva de guía a quienes quieran participar en este nuevo mundo de forma activa.

**Título:** *Social Networking, Age and Privacy*

**Autor:** Sonia Livingstone, Kjartan Ólafsson, Elisabeth Stakrud

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Londres: School of Economics and Political Science

**Páginas:** 13

**Año:** 2011

**País:** Reino Unido

**Idioma:** Inglés

[http://eprints.lse.ac.uk/35849/1/Social\\_Networking%2C\\_Age\\_and\\_Privacy.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/35849/1/Social_Networking%2C_Age_and_Privacy.pdf)

La encuesta *Networking social, edad y privacidad*, financiada por la Comisión Europea, se ha llevado a cabo en 25 países europeos. Entre sus conclusiones recoge que las redes sociales son populares entre los niños europeos: el 38% de 9-12 años de edad y el 77% de 13-16, tienen un perfil en alguna. Facebook se utiliza en un tercio de todos los usuarios de Internet entre 9 y 16 años. Las restricciones de los padres o de las propias redes sólo son parcialmente eficaces, aunque hay muchas diferencias según el país y la Red.

**Título:** *Adolescentes digitales*

**Autor:** Manuel Espín [coord.]

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Revista de Estudios de Juventud, nº 92 (monográfico)

**Páginas:** 241

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/n%C2%BA-92-adolescentes-digitales>

Monográfico que ofrece un conjunto de trabajos y estudios sobre el amplísimo y cada vez más decisivo grupo social de ciudadanos y ciudadanas que pertenecen a la generación de jóvenes españoles que han nacido con las tecnologías. El contenido sobre adolescentes digitales se ha centrado en: las consecuencias futuras para dicha generación, el proceso de digitalización, la educación 2.0, las necesidades de los y las jóvenes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el nuevo paradigma sociocultural, la identidad, la globalidad, la publicidad, los choques generacionales y los sesgos de género.

**Título:** *5º Observatorio Tendencias Nokia: Los jóvenes, los móviles y la tecnología*

**Autor:** Observatorio de Tendencias Nokia

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Conecta Research and Consulting

**Páginas:** 29

**Año:** 2011

**País:** España

**Idioma:** Español



<http://www.market-intelligence.eurorscg.es/23063AB1/?p=4846>

Observatorio continuo sobre las percepciones, actitudes, hábitos y demandas de los jóvenes y jóvenes-adultos en relación al móvil y a la tecnología. El estudio, realizado por Conecta, ha analizado en su quinta edición la opinión de más de dos mil personas de entre 15 y 35 años.

2010

**Título:** *La convergencia de los videojuegos online y los mundos virtuales: situación actual y efectos sobre los usuarios*

**Autor:** Alfonso González Herrero

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Zer - Revista de Estudios de Comunicación, Vol. 15 - Núm. 28

**Páginas:** 117-132

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/2352/1952>

El presente artículo analiza los distintos tipos de videojuegos existentes hoy en día, en función de sus posibilidades de conexión a Internet, así como las implicaciones que tiene para su desarrollo y evolución la convergencia con los denominados “mundos virtuales” (entornos digitales en los que los usuarios eligen —e incluso diseñan— sus propios personajes). El trabajo también aborda algunos de los efectos negativos que han surgido en paralelo a la evolución de los videojuegos *online* y los mundos virtuales, como son su uso adictivo, la confusión entre realidad y ficción, el acoso *online*, o el desplazamiento de otras fórmulas de ocio. Frente a los aspectos anteriores, también se destacan algunos efectos positivos de estas formas de juego, fundamentalmente su carácter integrador como agentes de socialización.

**Título:** *Cyber Bullying: El acoso escolar en la era digital*

**Autor:** Robin Kowalski, Susan Limber, Patricia Agastson

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Brujas: Desclee de Brouwer

**Páginas:** 318

**Año:** 2010

**País:** Bélgica

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-330-2398-8

Recopila la más importante y actualizada información sobre la naturaleza y la incidencia del este problema. Las autoras se sirven de la literatura más reciente y de amplios estudios con más de

3.500 alumnos de primer ciclo de secundaria, proyectos de investigación por la red y el uso de redes sociales *online*, así como de datos procedentes de grupos de discusión integrados por víctimas y agresores de casos reales de ciberacoso, además de la aportación de los padres de unos y otros.

**Título:** *Internet, jóvenes y participación cívica: Límites y oportunidades*

**Autor:** Magdalena Albero Andrés

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Barcelona: Octaedro

**Páginas:** 128

**Año:** 2010

**Serie:** Recursos

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN(digital): 978-84-9921-330-9

Análisis de datos recogidos a raíz de una investigación financiada por la Comunidad Europea, en la cual se observa que a los jóvenes sí que les preocupan las cuestiones cívicas, pero que sus intereses no coinciden necesariamente con los de los políticos. También se muestra que Internet es un gran vehículo para la participación cívica, siempre y cuando ya exista un interés previo por estas cuestiones.

**Título:** *Las e-adicciones. Dependencias en la era digital : Ciberjuego, cibersexo, comunidades y redes sociales*

**Autor:** Vega González, Laura Merino y Margarita Cano

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Barcelona: Nexus Médica

**Páginas:** 221

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

A través de los casos expuestos en los diferentes capítulos se puede observar cómo se cumplen los criterios de pérdida de control sobre la conducta, la interferencia en la vida cotidiana, la dependencia y finalmente la persistencia en la adicción, aun sabiendo que las consecuencias pueden ser graves para la persona o familia.

**Título:** *El discurso de los jóvenes en Internet*

**Autor:** María Teresa Laespada Martínez [dir.], Elisabete Arostegi Santamaría, Nieves García del Moral... [et al.]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Bilbao: Universidad de Deusto

**Páginas:** 338

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-9830-491-6

<http://www.deusto-publicaciones.es/index.php/main/libro/786>

Internet es la herramienta de diálogo de la juventud; un instrumento que ha abierto la puerta a cambios en su comunicación y ha creado nuevos espacios de socialización. Por otro lado, es cierto que es este colectivo el que incurre con mayor probabilidad en el desarrollo de conductas de riesgo. Partiendo de estas dos premisas, el Instituto Deusto de Drogodependencias ha realizado este estudio con el fin de conocer los comportamientos de riesgo que la juventud expresa, pregunta, averigua y comparte a través de la red.

**Título:** *Jóvenes, cultura y nuevas tecnologías*

**Tipo de documento:** Ponencia

**Lugar y editor:** Vitoria Gasteiz: Observatorio Vasco de la Cultura

**Páginas:** 34

**Año:** 2010

**País:** España

[http://www.kultura.ejgveuskadi.net/r46-714/es/contenidos/informacion/keb\\_kulturkaria/es\\_boletina/adjuntos/jovenes.pdf](http://www.kultura.ejgveuskadi.net/r46-714/es/contenidos/informacion/keb_kulturkaria/es_boletina/adjuntos/jovenes.pdf)

El Observatorio Vasco de la Cultura participó en las *IV Jornadas Internacionales de Trabajo con los Observatorios de Cultura*, celebradas en Turín en septiembre de 2010, con este estudio. En las conclusiones del mismo se recogen los elementos más destacados de sus prácticas, caracterizadas por la presencia de lo lúdico y el entretenimiento; la voracidad y la fugacidad propiciadas por la enorme capacidad de acceso a todo tipo de contenidos que ofrece la Red; las diferencias entre el consumo virtual y en vivo; la importancia de las redes sociales; y sus consideraciones acerca de la gratuidad y el precio.

**Título:** *Social Media & Young Adults: Challenges and Opportunities for STD Prevention*

**Autor:** Amanda Lenhart

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Washington: Pew Research Center

**Páginas:** 35

**Año:** 2010

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

<http://www.pewInternet.org/Presentations/2010/Mar/How-Young-People-Use-Technology.aspx>

Está basado en la conferencia anual de la prevención de ETS sobre salud sexual. La autora explica cómo los adolescentes y adultos jóvenes están utilizando las redes sociales y otras tecnologías de comunicación. En el texto se explican las ideas del grupo de la Campaña de Prevención del Embarazo Adolescente de Carolina del Norte: el aprovechamiento de los teléfonos móviles y la salud sexual. También las tendencias actuales y las técnicas innovadoras para llegar a las poblaciones jóvenes y en situación de riesgo con mensajes de salud a través de la tecnología.

**Título:** *80% of Young Internet Users in the EU27 Active on Social Media: Internet Access and Use in 2010*

**Autor:** Eurostat

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Luxemburgo: Eurostat Press Office

**Páginas:** 3

**Año:** 2010

**Serie:** Eurostat newsrelease

**País:** Luxemburgo

**Idioma:** Inglés

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_PUBLIC/4-14122010-BP/EN/4-14122010-BP-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-14122010-BP/EN/4-14122010-BP-EN.PDF)

Ofrece los datos más relevantes de la encuesta sobre el uso de la información y la comunicación en los hogares y los individuos en los 27 Estados miembro, Noruega, Croacia y Turquía. Además de las conexiones de banda ancha y el uso de Internet, la encuesta abarca también otros indicadores, como las compras electrónicas, gobierno electrónico, seguridad del correo y de comunicaciones avanzadas y servicios de contenido relacionado.

**Título:** *Uso de las nuevas tecnologías por la infancia y la adolescencia: Informe 2010*

**Autor:** Observatorio de la Infancia en Andalucía (OIA)

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería para la Igualdad y Bienestar Social

**Páginas:** 116

**Año:** 2010

**Idioma:** Español

[http://www.juntadeandalucia.es/observatoriodelainfancia/oia/esp/documentos\\_ficha.aspx?id=3022](http://www.juntadeandalucia.es/observatoriodelainfancia/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=3022)

Visión del lugar que ocupan las nuevas tecnologías en la vida de la población infantil y adolescente, relacionándolas con algunos de los escenarios de los mismos, como son el hogar, el centro educativo, etc. Los datos referidos abarcan el nivel autonómico, nacional y europeo, con variabilidad en los años analizados debido a las fuentes utilizadas.

**Título:** *Videojuegos comerciales y aprendizaje escolar: análisis de las creencias del alumnado de Educación Secundaria Obligatoria*

**Autor:** Pilar Lacasa [coord]

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Alcalá de Henares, Madrid: Grupo Imágenes, Palabras e Ideas UAH y Electronic Arts España

**Páginas:** 60

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.aprendeyjuegaconea.com/files/informe\\_UAH\\_2010.pdf](http://www.aprendeyjuegaconea.com/files/informe_UAH_2010.pdf)

Informe que analiza las creencias que manifiesta el alumnado de Educación Secundaria respecto al valor de los videojuegos comerciales como instrumentos de aprendizaje: Si se puede aprender o no con estos instrumentos de ocio, en la escuela o en el instituto; qué puede aprenderse con videojuegos comerciales y cómo puede lograrse cuando entran en las aulas; qué características valoran los adolescentes de los videojuegos.

**Título:** *Teens and Mobile Phones. Text Messaging Explodes as Teens Embrace it as the Centerpiece of their Communication Strategies with Friends*

**Autor:** Amanda Lenhart, Rich Ling, Scott Campbell, Kristen Purcell

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Washington: Pew Research Center

**Páginas:** 114

**Año:** 2010

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

<http://www.pewInternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP-Teens-and-Mobile-2010-with-topline.pdf>

Este estudio se ha llevado a cabo por medio de entrevistas telefónicas, con una muestra nacional (EEUU) representativa de 800 adolescentes de 12 a 17 años de edad y sus padres. Trata de esclarecer que los teléfonos móviles se han convertido en herramientas indispensables en los patrones de comunicación para adolescentes, especialmente con la utilización de mensajes de texto.

**Título:** *Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva*

**Autor:** Xavier Bringué y Charo Sádaba

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Participación Educativa, 15

**Páginas:** 86-104

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://dspace.unaves/dspace/bitstream/10171/18443/1/n15-sadaba-chalezquer.pdf>

El presente artículo explica la génesis y el desarrollo del proyecto Generaciones Interactivas que entre marzo y junio de 2009 encuestó a casi 13.000 menores españoles de entre 6 y 18 años sobre su uso y sus valoraciones acerca de Internet, los móviles, los videojuegos y la televisión. El artículo detalla la metodología utilizada y contextualiza el estudio en un ámbito de trabajo más amplio sobre medios, nuevas tecnologías y menores que está consolidándose en los últimos años. El análisis de los datos obtenidos con el estudio permite configurar una generación altamente equipada, multitodo, movilizadora, emancipada, autónoma, interactiva, que se divierte en digital, que necesita relacionarse y que está expuesta a nuevos riesgos. Como se apunta en las conclusiones, el escenario que se dibuja apela directamente a investigadores, educadores, administraciones públicas y sociedad en general a involucrarse para que la sociedad de la información sólo tenga efectos positivos, especialmente en los menores.

**Título:** *Innovación para el empoderamiento ciudadano a través de las TIC*

**Autor:** Fundación Cibervoluntarios

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** empodera.org

**Páginas:** 218

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://es.scribd.com/doc/36536316/Innovacion-Para-El-Empoderamiento-Ciudadano-a-Traves-de-Las-Tic>

Hoy las TIC son claves para empoderar a los ciudadanos, para aumentar sus capacidades, oportunidades y derechos. Y esta publicación refleja dicha realidad, la asunción de los ciudadanos de esa responsabilidad de participar activamente en las decisiones de todo lo que nos rodea y que está propiciando cambios políticos, sociales, económicos, y potenciando la diversidad dentro de la globalización.

**Título:** *Jóvenes en red, generación digital y cambio social*

**Autor:** Ángeles Rubio Gil

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** Ciudadanía Jove 2.0. XXVIII Jornades de Politiques Locals de Joventut

**Lugar y editor:** Barcelona: Diputació

**Páginas:** 8

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.diba.cat/documents/95670/96986/joventut-fitxers-2010rubio-pdf.pdf>

La descripción y la socialización de la juventud actual se hayan íntimamente relacionadas con los nuevos medios y redes digitales. Las y los jóvenes, como generadores de patrones de uso de la Red, describen una serie de expectativas para las comunidades (apertura a mercados, desarrollo del capital social, inserción laboral), y unas pautas concretas (de relación, asociación, formación) para el cambio social; pues bien, como se ha demostrado a través de la encuesta, dichas pautas no son arbitrarias, sino reflexivas, con una valoración del tiempo libre "a la carta" y no dirigido.

**Título:** *Competencias para la utilización de las herramientas digitales en la sociedad de la información*

**Autor:** María del Carmen Ricoy Lorenzo

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED

**Revista:** Educación XXI: Revista de la Facultad de Educación, v. 13, n° 1

**Páginas:** 199-219

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 1139-613X

<http://www.uned.es/educacionXX1/pdfs/13-09.pdf>

Con este artículo se trata de conocer la percepción que tienen los ciudadanos sobre las competencias que consideran necesarias para la utilización de las herramientas digitales en el trabajo, comunicación y ocio. La investigación se ha abordado, en su conjunto, a partir de una perspectiva metodológica cuantitativa-cualitativa, aunque por su extensión el estudio recoge la parte cualitativa, desarrollada a través del análisis de contenido de una pregunta abierta del cuestionario en el que participaron 1.297 sujetos, y de la entrevista realizada a 37 personas.

**Título:** *Netiqueta joven para redes sociales: ciudadanía digital y ciberconvivencia*

**Autor:** Jorge Flores Fernández

**Tipo de documento:** Página web

**Lugar y editor:** www.PantallasAmigas.net

**Páginas:** 3

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/pdfs/pantallasamigas-netiqueta-joven-para-redes-sociales-ciudadania-digital-y-ciberconvivencia.shtm.pdf>

Netiqueta quiere decir "normas de etiqueta en la Red" o compendio de indicaciones para guardar las formas en Internet: esta idea de Pantallas Amigas propone este conjunto de sugerencias que nace por convenio entre las personas que comparten un espacio común, una aplicación, un servicio determinado en la Red. Son pautas que facilitan la convivencia y la comunicación en Internet.

**Título:** *2010-2020: 32 Tendencias de cambio*

**Autor:** Juan Freire y Antoni Gutiérrez-Rubi

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** [s.l.]: Laboratorio de tendencias

**Páginas:** 77

**Año:** 2010

**Idioma:** Español

<http://www.gutierrez-rubi.es/32-tendencias-de-cambio-2010-2020/#2>

Tomando como horizonte el año 2020, se analizan algunas predicciones sobre la evolución de la tecnología digital y sus efectos en diferentes ámbitos socioeconómicos. Identifica 32 grandes tendencias que implican 7 niveles organizativos: la propia tecnología, su impacto sobre la política y la manera de hacer política, su impacto sobre la información, los nuevos escenarios para los modelos de negocio, las consecuencias organizativas tanto a nivel político como social o empresarial, las transformaciones en las relaciones y, por último, las transformaciones urbanas y sus consecuencias en la vida de las ciudades.

**Título:** *La Generación XD*

**Autor:** Pequelia.es

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Pequelia.es

**Año:** 2010

**Idioma:** Español

<http://pequelia.es/32400/generacion-xd/>

El artículo hace referencia a una nueva generación de chicos entre 8 y 14 años con una conciencia digital que ha sido retratada en un estudio realizado por Disney, en seis países de Europa, sobre 3.000 jóvenes. Estos chicos, que no han conocido un mundo sin Internet y que tienen una marcada conciencia de su futuro y del planeta, han sido catalogados como Generación XD, los hijos digitales de la Generación X.



**Título:** *Prevenir las adicciones a las tecnologías de la información y la comunicación en la escuela mediante actividades educativas*

**Autor:** X. Carbonell, C. Graner, B. Quintero

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Elsevier

**Revista:** Trastornos adictivos; vol. 12, nº 1

**Páginas:** 19-26

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 1575-0973

<http://www.elsevier.es/es/revistas/trastornos-adictivos-182/prevenir-las-adicciones-las-tecnologias-informacion-comunicacion-13154181-originales-2010>

El objetivo es proporcionar a los educadores un programa para educar a los adolescentes de entre 12 y 16 años en el buen uso de las TIC así como evaluar su eficacia, en la que se llegó a la conclusión de que el programa fue eficaz para disminuir la problemática asociada al uso de Internet y de videojuegos pero no de móvil.

**Título:** *La participación ciudadana desde los medios digitales: mitos y realidades*

**Autor:** David Casacuberta

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Educación Social, nº 11

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 1698-9097

<http://www.eduso.net/res/?b=14&c=129&n=374>

Revisión del concepto de participación con medios digitales desde la perspectiva de la inclusión social y la educación social, recopilando los mitos más significativos sobre el tema. Las visiones más extendidas actualmente sobre de qué sirve y cómo ha de organizarse la e-participación están demasiado hipnotizadas por las posibilidades de las tecnologías para darse cuenta de que, por encima de todo, estos procesos han de tener un sentido y ser útiles. La sección de realidades ofrece la posibilidad de crear procesos de e-participación que estén centrados en los procesos de deliberación y que utilicen tecnologías que ofrezcan muchas más posibilidades, como las simulaciones informáticas.

**Título:** *Mobile Youth around the World: December 2010*

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** New York: Nielsen Company

**Páginas:** 10

**Año:** 2010

**Idioma:** Inglés

<http://www.nielsen.com/us/en/reports/2010/mobile-youth-around-the-world.html>

Desde los mensajes de texto a las redes sociales, los teléfonos móviles están tomando un papel cada vez mayor en nuestra vida cotidiana, y los jóvenes de todo el mundo están más inmersos en esta tecnología que cualquier generación anterior. Este estudio aporta datos sobre el uso de los móviles por los jóvenes de Brasil, Rusia, India, China, Vietnam, Alemania, EEUU, Reino Unido, España e Italia. Los patrones de uso varían mucho entre los jóvenes de todo el mundo, lo que demuestra cómo la cultura, la economía y la edad pueden desempeñar un papel importante en su comportamiento.

**Título:** *Mediascope Europe 2010: Resultados de España. Febrero 2010*

**Autor:** European Interactive Advertising Association

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Bruselas: Mediascope Europe

**Páginas:** 44

**Año:** 2010

**País:** Bélgica

**Idioma:** Español

<http://recursos.anuncios.com/files/340/66.pdf>

El principal objetivo de este estudio, realizado en quince países europeos, es cuantificar y hacer un seguimiento de los cambios en los patrones de consumo de medios por diferentes segmentos demográficos y por nacionalidades. Muestra cuándo, por qué y cómo la gente usa los diferentes medios así como el uso particular que se hace de Internet como medio de información, comunicación y comercio electrónico. En el año 2010, la clave del estudio reside en la introducción del uso de Internet a través del móvil.

**Título:** *Estudio uso de Twitter en España*

**Autor:** Asociación Española de la Economía Digital

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Barcelona: adigital

**Páginas:** 52

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.adigital.org/emailing/2010/docs/adigital\\_Estudio\\_Uso\\_Twitter\\_enEspana\\_2010.pdf](http://www.adigital.org/emailing/2010/docs/adigital_Estudio_Uso_Twitter_enEspana_2010.pdf)

El número de usuarios de la red Twitter sigue creciendo (más del 63% de los usuarios se han inscrito en el último año), más hombres que mujeres, en su mayoría entre 25 y 44 años, con estudios superiores, trabajador por cuenta ajena, para un uso profesional. Este estudio trata de conocer en detalle qué atrae y engancha tanto a sus usuarios, y cómo usan esta potente red social.

**Título:** *Juventud y nuevos medios de comunicación*

**Autor:** Ángeles Rubio Gil [coord.]

**Tipo de documento:** Revista

**Revista:** Revista de Estudios de Juventud n° 88

**Páginas:** 262

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0211-4364 - NIPO: 802-10-004-8

<http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=1180444242>

Monográfico que ofrece diversas perspectivas a propósito de la relación entre adolescencia, juventud y los nuevos medios. Perspectivas con las que se ahondará en el estudio de esta nueva generación, desde el interés por la influencia de los nuevos medios digitales en los factores de riesgo y de oportunidad que dispensan, hasta cómo la juventud está actuando como conductora de nuevas pautas de consumo e interacción social y, por tanto, como agente activo del cambio social. Los autores asumen que profundizar en el tema es hacerlo sobre los aspectos distintivos de este grupo social en la primera década del siglo XXI: con una comunicación frecuente a través de redes, relaciones, adquisición de productos y servicios *on line*, influencias y gustos globalizados, hegemonía de lo audiovisual frente al soporte papel, y de las nuevas formas de interacción, expresión y entretenimiento asociadas.

**Título:** *Menores y nuevas tecnologías: conductas indicadoras de posible problema de adicción*

**Autor:** Francisco Javier Labrador, Silvia María Villadangos

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Psicothema; vol. 22, n° 2

**Páginas:** 180-188

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0214 - 9915

<http://www.psicothema.com/pdf/3713.pdf>

El objetivo del artículo es evaluar la percepción subjetiva de peligro derivada del uso de las nuevas tecnologías en los y las menores, y la identificación de conductas indicadoras de un po-

sible problema de adicción a las nuevas tecnologías. Tras analizar las respuestas al cuestionario DENA de 1.710 estudiantes de la CAM, con edades entre 12 y 17 años, se encontró una correlación positiva entre el tiempo de uso y la percepción de problema. También, que la edad correlacionaba positivamente con esta percepción. La televisión es la tecnología que genera mayor percepción de problema en los menores.

**Título:** *España 2010: informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*

**Autor:** Manuel Gimeno [dir.]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Orange

**Páginas:** 309

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** M-26869-2010

<http://www.informeeespana.es/docs/eE2010.pdf>

España ha sido el segundo país que más ha crecido en TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) dentro del grupo de los analizados y significa, además, la consecución de hecho de la convergencia con los países miembros de la UE. En este éxito intervienen empresas, ciudadanos, administraciones y organizaciones, pero especialmente el Gobierno en su apuesta, tanto a través del Plan Avanza como de acciones concretas, sin olvidar el resto de las administraciones, con especial relevancia las de carácter autonómico en la digitalización del país.

**Título:** *Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles*

**Autor:** Pablo Pérez San José [coord.]; Observatorio de la Seguridad de la Información y France Telecom España (Orange), a través de su Secretaría General - Responsabilidad Social Corporativa

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Inteco y Orange

**Páginas:** 153

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.inteco.es/file/Vw6\\_q-8Mwx5e53XLtJgizw](http://www.inteco.es/file/Vw6_q-8Mwx5e53XLtJgizw)

Diagnóstico sobre la utilización del móvil entre niños y adolescentes españoles de entre 10 y 16 años: cómo es su acceso a la telefonía móvil, cuál es la incidencia real de los riesgos, cómo reac-

cionan ante los mismos y qué hábitos seguros adoptan en su utilización. Se ofrece la doble perspectiva del menor y de su padre o madre, como actor clave en la educación del niño. Se realiza a partir de 644 encuestas personales en hogares españoles en 2010.

**Título:** *Informe generación 2.0. 2010: Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales: Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas* [edición en línea]

**Autor:** M<sup>o</sup> Poveda Fernández Martín, Adolfo Sánchez Burón

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** [Edición en línea] Madrid: Universidad Camilo José Cela

**Páginas:** 41

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://estaticos.elmundo.es/documentos/2010/07/06/Generacion20.pdf>

Este informe tiene como objetivo realizar un análisis exploratorio sobre los comportamientos y actitudes que manifiestan los y las adolescentes sobre sus hábitos de uso de las redes sociales. Es conocido, y ampliamente debatido, la enorme expansión y extensión en el uso de dichas redes por parte de casi todas las esferas de la sociedad con conexión a Internet. Dentro de estas esferas están los chicos y chicas adolescentes, a los cuales se les suele denominar con apelativos como "nativos digitales", "generación 2.0", etc.

**Título:** *Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults*

**Autor:** Amanda Lenhart [et. al]

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Washington: Pew Research Center

**Páginas:** 51

**Año:** 2010

**Serie:** February 3

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

<http://pewInternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults.aspx>

Informe que estudia el acceso a distintas redes sociales y el uso de teléfonos móviles en jóvenes y adultos, y muestra el descenso en un 50% de los *blogs* de adolescentes en los últimos cuatro años, así como su incremento entre mayores de 30 años. La información se analiza a partir de dos encuestas realizadas en 2009, a 800 adolescentes entre 12 y 17 años, y a 2.253 adultos.

**Título:** *Nativos digitales: una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes*

**Autor:** Lucía Merino Malillos, Javier Echevarría Ezponda [dir.]

**Tipo de documento:** Libro | Tesis Doctoral

**Lugar y editor:** Universidad del País Vasco, Departamento Sociología II

**Páginas:** 355

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

<https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?fichero=15359>

Partiendo de la hipótesis de que la actual generación de jóvenes es considerada "nativa digital", esta tesis doctoral habla de la cultura digital, analiza los procesos mediante los cuales los jóvenes construyen significados y desarrollan prácticas cotidianas vinculadas a lo tecnológico.

**Título:** *Buscar pareja en línea: económica y emocionalmente conveniente*

**Autor:** Carolina Rosales Marticorena

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Observatorio para la Cibersociedad, Divulgación OCS

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

La búsqueda de pareja a través de Internet es una práctica usual y que cada vez se hace más común, no sólo entre los sectores más jóvenes de las poblaciones de los países del mundo. El texto analiza los factores que hacen que la búsqueda de pareja en Internet sea cada vez más habitual, así como las razones económicas y emocionales que lo favorecen.

**Título:** *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*

**Autor:** Enrique Echeburúa Odriozola, Paz del Corral Gargallo

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Adicciones, vol. 22, nº2

**Páginas:** 91-96

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0214-4840

<http://www.adicciones.es/files/91-96%20editorial%20echeburua.pdf>

Este artículo aborda el problema del uso inadecuado de estas tecnologías. El uso y abuso de Internet están relacionados con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes y el apoyo familiar y social. Hay algunos factores de riesgo específicos para el abuso de las redes sociales entre los jóvenes. Algunas señales de alarma se disparan

antes de que una afición se convierta en una adicción. El concepto de "adicción a Internet" se ha propuesto como una explicación para comprender la pérdida de control y el uso dañino de esta tecnología. Los síntomas de la adicción a Internet son comparables a los manifestados en otras adicciones.

**Título:** *Facebook en la educación*

**Autor:** Susana Vázquez

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** *Padres y Maestros* vol. 53

**Páginas:** 1-4 (Páginas centrales: Ficha Sección TIC. Redes sociales)

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Español

Las redes sociales constituyen un espacio significativo para los jóvenes y, a través de ellas desarrollan un aprendizaje social del que la escuela no puede quedar excluida. El artículo expone las oportunidades que ofrecen estas redes en la educación y más específicamente las distintas aplicaciones que proporciona Facebook.

**Título:** *Internet i joves, una nova ciutadania digital*

**Autor:** Papers de joventut

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Barcelona: Generalitat de Catalunya

**Revista:** *Papers de joventut* vol. 113

**Páginas:** 8-9

**Año:** 2010

**País:** España

**Idioma:** Catalán

**N.N.:** ISSN: 9975-7648

El artículo explica cómo Internet está revolucionando los ámbitos de la comunicación y de las relaciones interpersonales. Este nuevo escenario sitúa a los y las españoles ante nuevos retos y oportunidades que, en el caso de la juventud, crean nuevos contextos para la participación y el ejercicio de la ciudadanía.

**Título:** *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*

**Autor:** Enrique Echeburúa, Paz de Corral

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Barcelona: SOCIDROGALCOHOL

**Revista:** Adicciones: Revista de SOCIDROGALCOHOL, vol. 22, nº 2, 2010

**Páginas:** 91-96

**Año:** 2010

**N.N.:** ISSN: 0214-4840

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.adicciones.es/files/91-96%20editorial%20echeburua.pdf>

Internet constituye una tecnología que ha impactado especialmente a las personas jóvenes y les ha proporcionado muchos beneficios. Pero algunas personas llegan a estar obsesionadas con Internet, se muestran incapaces de controlar su uso y pueden poner en peligro su trabajo y sus relaciones. Este artículo aborda el problema del uso inadecuado de estas tecnologías. El uso y abuso de Internet están relacionados con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, los factores estresantes y el apoyo familiar y social. Hay algunos factores de riesgo específicos para el abuso de las redes sociales entre los jóvenes.

2009

**Título:** *El reto de Internet como herramienta de aprendizaje en la sociedad de la información*

**Autor:** Francisco Royo Más, Pilar Ester Mariñoso

**Tipo de documento:** Artículo

**Revista:** Sal de dudas: Publicación de las asesorías para jóvenes, vol ° 7

**Páginas:** 73-90

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.zaragoza.es/contenidos/juventud/sal\\_dudas\\_7.pdf](http://www.zaragoza.es/contenidos/juventud/sal_dudas_7.pdf)

El artículo muestra las ventajas que aporta Internet a la educación a distancia, así como las principales herramientas para mejorar la formación a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Asimismo, explica cómo aprovechar las plataformas *e-learning* para el aprendizaje en el ámbito universitario.

**Título:** *La generación interactiva en España: Niños y adolescentes frente a las pantallas*

**Autor:** Xavier Bringué, Charo Sádaba

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Ariel

**Año:** 2009

**Serie:** Colección Fundación Telefónica, cuaderno 22

**País:** España



**Idioma:** Español

[http://www.fundacion.telefonica.com/es/debateyconocimiento/media/publicaciones/GCII\\_completo.pdf](http://www.fundacion.telefonica.com/es/debateyconocimiento/media/publicaciones/GCII_completo.pdf)

El libro estudia la realidad concreta de la utilización que de las nuevas tecnologías hacen los menores en nuestro país, entre 13.000 menores de 6 y 18 años. Los datos del estudio están especialmente dirigidos a educadores y padres, así como a empresas, instituciones y a la sociedad en general, con el fin de velar por que las TIC sean una herramienta que favorezca el crecimiento personal de los más jóvenes. El objetivo final del proyecto es utilizar este conocimiento para desarrollar pautas y acciones educativas en todos los ámbitos (familiar, escolar e institucional) para formar jóvenes expertos de las tecnologías del presente y del futuro.

**Título:** *Teens and Mobile Phones over the past five years: Pew Internet looks back*

**Autor:** Amanda Lenhart

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Washington: Pew Research Center

**Páginas:** 17

**Año:** 2009

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

**N.N.:** 202-419-4500

<http://www.pewInternet.org/~media/Files/Reports/2009/PIP%20Teens%20and%20Mobile%20Phones%20Data%20Memo.pdf>

Primer proyecto sobre adolescentes encuestados acerca de sus teléfonos móviles en 2004. El estudio demostró que el 45% de los y las adolescentes tenía un teléfono móvil. Desde entonces el uso de teléfonos ha aumentado constantemente en la adolescencia, pasando del 63% en 2006 al 71% en 2008.

**Título:** *IV Congreso de la CiberSociedad. Crisis analógica, futuro digital*

**Autor:** Observatorio para la CiberSociedad

**Tipo de documento:** Página web

**Lugar y editor:** [En línea] Observatorio para la CiberSociedad

**Año:** 2009

**País:** España

<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/llistat/gts/minor-and-tic/32/>

Congreso con mesas temáticas sobre nuevas tecnologías. En la mesa "Menores y TIC", varios artículos: uso de las TIC, tipos de audiencia, etc.

**Título:** *Validación de dos escalas breves para evaluar la adicción a Internet y el abuso de móvil*

**Autor:** Marta Beranuy [et al.]

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Asturias: Colegio Oficial de Psicólogos del Principado de Asturias

**Revista:** Psicothema; vol. 21, n° 3

**Páginas:** 480-485

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0214 - 9915

<http://www.psicothema.com/pdf/3658.pdf>

Este estudio tiene como objetivo comprobar en qué grado la capacidad de autorregulación, en la adolescencia media, incide en su percepción de los problemas de desadaptación escolar. La muestra está constituida por 888 adolescentes de 12 a 17 años de edad.

**Título:** *Uso autoinformado de Internet en adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado de la Red*

**Autor:** Ferran Viñas Poch

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Almería: Universidad de Almería

**Revista:** International Journal of Psychology and Psychological Therapy, vol. 9, n° 1

**Páginas:** 109-122

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 1577-7057

<http://www.ijpsy.com/volumen9/num1/225/uso-autoinformado-de-Internet-en-adolescentes-ES.pdf>

Estudio con una muestra probabilística de 359 adolescentes (12-17 años) de la ciudad de Girona que tiene por objetivo conocer el nivel y las características del uso de Internet entre los adolescentes, determinar el perfil psicológico de un uso elevado de la Red y construir un modelo que permita su predicción. Del total de sujetos estudiados, un 6,7% dedica más de 30 horas a la semana a Internet (superior a las 4 horas diarias) y un 10,2% permanece conectado a partir de medianoche (especialmente los chicos). Navegar por Internet desde el propio ordenador a partir de medianoche junto con un afrontamiento centrado en buscar alivio en los demás y la presencia de sentimientos de desesperanza, son los mejores predictores del uso elevado de Internet.

**Título:** *Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad*

**Autor:** Ángeles Rubio Gil [dir.], Juan Jesús Menor Sendra, M<sup>o</sup> José Mesa Olea, Belén Mesa Olea

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: INJUVE

**Páginas:** 103

**Año:** 2009

**Serie:** Colección Estudios

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-96028-75-3

<http://www.adideandalucia.es/documentos/infeducativa/adolescentesenlared.pdf>

Si un fenómeno caracteriza la juventud del siglo XXI, ése es la adopción que ha realizado de Internet como medio amigo, favoreciendo el avance telemático en el ámbito doméstico y en los espacios de ocio. La Red, las y los jóvenes se identifican con ella, se sienten, y de hecho son, generadores del cambio de hábitos y costumbres en su uso. Por todo ello, el objeto de este estudio es analizar el impacto de Internet en la adolescencia y juventud (de 15 años a 25 años), conocer la naturaleza de su uso: qué buscan, qué es lo que encuentran y cómo lo conceptualizan y que tipo de nuevas oportunidades ofrece para la información, la formación y el ocio.

**Título:** *Percepción de la Ciencia y la Tecnología por la juventud española*

**Autor:** Jesús Rey Rocha, María José Martín Sempere

**Tipo de documento:** Capítulo de libro

**Obra completa:** Percepción social de la ciencia y la tecnología en España 2008

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)

**Páginas:** 91-122

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-692-4486-9

<http://www.fecyt.es/fecyt/detalle.do?elegidaSiguiente=&elegidaNivel3=;SalaPrensa;publicaciones;estudiosinformes&elegidaNivel2=;SalaPrensa;publicaciones&elegidaNivel1=;SalaPrensa&tc=publicaciones&id=percepcion%20social%202008>

Este capítulo recoge los resultados vinculados a juventud de la cuarta edición de la *Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología*, que se ha elaborado desde 2002 con una periodicidad bienal. A través de ella, la FECYT analiza el nivel de conocimiento, la familiaridad y las opiniones que tienen los ciudadanos sobre la imagen de la ciencia en los medios de comunicación, sobre la importancia que tiene la investigación científica para nuestra sociedad, sobre la labor de los investigadores y sobre las políticas de I+D+I.

**Título:** *Ciberderechos: los e-derechos de la infancia en el nuevo contexto TIC*

**Autor:** Jorge Florez Fernández

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Bilbao: Pantallas Amigas

**Páginas:** 5

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/pdfs/pantallasamigas-ciber-derechos-los-e-derechos-de-la-infancia-en-el-nuevo-contexto-tic.pdf>

El documento reflexiona sobre los nuevos retos y oportunidades que se plantean para la infancia y la adolescencia por los vertiginosos cambios sociológicos con la irrupción de las llamadas TIC con motivo del XX aniversario de la Convención de los Derechos del Niño (CDN). El autor plantea qué nuevos condicionantes y agentes aparecen en esta labor de defensa de la infancia en el contexto actual.

**Título:** *El uso ético y moral de las tecnologías de información en los adolescentes y jóvenes (Grupo de trabajo F-32: Menores y TIC)*

**Autor:** Javier Balán

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** IV Congreso de la Cibersociedad (2009): Crisis analógica, futuro digital

**Lugar y editor:** Cornellà: Observatorio para la Cibersociedad (OCS)

**Páginas:** 30

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/el-uso-etico-y-moral-de-las-tecnologias-de-informacion-en-los-adolescentes-y-jovenes/676/>

La ponencia trata sobre cómo actúa el adolescente, o joven, cómo se expresa y vive, y el uso ético y moral de las tecnologías de información. Concluye que aún viene dado desde la familia. Hay instancias como la escuela que pueden contribuir a fomentar el uso ético y moral de las tecnologías de información, pero si en casa, en la familia o los mismos padres no dan testimonio de ello, o incluso se cuestiona sin fundamento y sin testimonio, de poco o nada servirán los mejores planes y proyectos de cualquier institución si no se cuenta con el apoyo y compromiso de la familia y/o de los padres de estos adolescentes y jóvenes.

**Título:** *Información, conocimiento y TICs : la cooperación al desarrollo en la sociedad red (Grupo de trabajo C-56: Redes para el Desarrollo Humano: la Cooperación Red)*

**Autor:** Manuel Acevedo Ruiz

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** IV Congreso de la Cibersociedad (2009): Crisis analógica, futuro digital

**Lugar y editor:** Cornellà: Observatorio para la Cibersociedad (OCS)

**Páginas:** 54

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/informacion-conocimiento-y-tics-la-cooperacion-al-desarrollo-en-la-sociedad-red/621/>

Esta ponencia llega a conclusiones como que la Sociedad Red proporciona un contexto diferente en el que planificar y realizar acciones de desarrollo humano donde la información y el conocimiento son esenciales para el desarrollo. También las tecnologías de la información y comunicación son herramientas que sirven para generar y gestionar ambos; pero para aprovechar el potencial de las TIC, es preciso enfatizar el fortalecimiento de la capacidad humana e institucional (desarrollo humano) en su uso.

**Título:** *Los videojuegos dentro del proceso de socialización (Grupo de trabajo D-49: Videojuegos y ocio digital)*

**Autor:** Adriana Gil Juárez

**Tipo de documento:** Ponencia

**Obra completa:** IV Congreso de la Cibersociedad (2009): Crisis Analógica, futuro digital

**Lugar y editor:** Cornellà: Observatorio para la Cibersociedad

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/los-videojuegos-dentro-del-proceso-de-socializacion/992/>

La ponencia explica que en el entorno socio-tecnológico, los videojuegos se transforman en herramientas de ocio para socializar. A través de ellas, se consigue y desarrollan capacidades y habilidades que facilitan el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación. En la infancia, se hacen corpóreos y subjetivos roles y actitudes, a partir de normas que los adultos crean. Y a través del juego, se impulsan roles específicos que dotan de significado, cambiando, la subjetividad de género, que destaca el papel que tienen las personas allegadas en el proceso de desarrollo y socialización.

**Título:** *La juventud y las redes sociales en Internet: informe de resultados de la encuesta*

**Autor:** Fundación Pfizer

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Pfizer

**Páginas:** 239

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.citafgsr.org/cita/activos/texto/wfgsr\\_articulo\\_0103\\_0882.pdf](http://www.citafgsr.org/cita/activos/texto/wfgsr_articulo_0103_0882.pdf)

En estas páginas se presentan los principales resultados del estudio *La juventud y las redes sociales en Internet*, en su fase de encuesta, realizado para la Fundación Pfizer y en relación con el V Foro de Debate Social. El objetivo de la encuesta ha sido analizar las características sociodemográficas y nivel tecnológico de los hogares con jóvenes españoles. Se ha entrevistado a una muestra representativa de 1.000 chicos y chicas de 11 a 20 años y, por contraste, a los padres/madres de los jóvenes encuestados.

**Título:** *EU Kids Online: Final Report. EC Safer Internet Plus Programme, Deliverable D6.5 (Niños de la Unión Europea online: informe final: Programa CE Internet Plus más seguro. Entregable D6.5)*

**Autor:** Sonia Livingston, Leslie Haddon

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Londres: EU Kids Online

**Páginas:** 46

**Año:** 2009

**País:** Reino Unido

**Idioma:** Inglés

**N.N.:** ISBN 978-0-85328-355-3

<http://eprints.lse.ac.uk/24372/>

La investigación europea sobre temas culturales, contextuales y de riesgos en el uso seguro para niños de Internet y los nuevos medios, "EU Kids Online", es una red temática financiada por Safer Internet Plus Programme (SIP-2005-MD-038229) de la Comisión Europea impulsada entre los años 2006 y 2009. En este documento sobre el programa se han examinado los resultados de la investigación en 21 Estados miembro sobre cómo niños y jóvenes utilizan Internet y las nuevas tecnologías *online*. El objetivo fue comparar resultados de toda Europa y evaluar las influencias sociales, culturales y normativas que afectan a las oportunidades y los riesgos *online*, tanto en los niños como en las respuestas de los padres, con el fin de fundamentar las políticas.

**Título:** *Teens and Distracted Driving: Texting, Talking and other Uses of the Cell Phone behind the Wheel*

**Autor:** Amanda Lenhart

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Washington: Pew Research Center

**Páginas:** 16

**Año:** 2009

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

<http://www.pewInternet.org/Reports/2009/Teens-and-Distracted-Driving.aspx>

Los resultados cuantitativos de este informe se basan en datos de entrevistas telefónicas llevadas a cabo, en una muestra de 800 adolescentes de 12 a 17 y un padre o tutor. Según el texto, de cada cuatro adolescentes estadounidenses en edad de conducir se escriben mensajes de texto mientras conducen, aunque muchos comprendan estos riesgos al volante, pero el deseo de mantenerse en contacto con amigos y familiares es tan fuerte para los adolescentes que la seguridad a veces pasa a un segundo plano.

**Título:** *Report of the Seminar "Youth Policy and Youth Information". Rotterdam, 2009 (Informe del Seminario juventud y política, y juventud e información)*

**Autor:** European Youth Information and Counselling Agency (ERYCA)

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Luxemburgo: ERYCA

**Páginas:** 40

**Año:** 2009

**País:** Luxemburgo

[http://eryca.org/files/Final%20Report\\_Seminar%20Rotterdam\\_Dec09\\_EN\\_0.pdf](http://eryca.org/files/Final%20Report_Seminar%20Rotterdam_Dec09_EN_0.pdf)

En el marco del Año Europeo de la Creatividad y la Innovación, este proyecto intenta ver la realidad actual y la perspectiva de los actores en el campo de la información juvenil, así como proporcionar acciones y soluciones para diseñar proyectos y mostrar buenas prácticas, mediante la interacción también con los actores institucionales europeos. Se ha fomentado la cooperación regional para apoyar la creación de redes, asociaciones y proyectos en los Balcanes Occidentales, Sudeste de Europa, la región del Báltico y entre los jóvenes en general.

**Título:** *Informe sobre juventud, innovación y sociedad del conocimiento en Iberoamérica*

**Autor:** Luis Pérez Prado y Carlos Castro Castro

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ)

**Páginas:** 100

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

[http://www.oij.org/file\\_upload/publicationsItems/document/EJ1261503044.pdf](http://www.oij.org/file_upload/publicationsItems/document/EJ1261503044.pdf)

La Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ), con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación, lanzó este informe con motivo de la XIX Cumbre Iberoamericana de Jefes de Es-

tado y de Gobierno de Portugal (2009). El texto trata sobre el papel subsistente de la juventud iberoamericana referente a tecnologías de la información y del conocimiento; también trata las posibilidades de desarrollo, ciudadanía, educación, salud y gobernabilidad en los países iberoamericanos.

**Título:** *VII Menores y tecnoadicciones: Estudio empírico*

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Protégeles

**Páginas:** 62

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.hacemosuntrato.com/tecnoadicciones.pdf>

El estudio, llevado a cabo con una muestra de 1.710 menores escolarizados en la Comunidad de Madrid, plantea los siguientes objetivos: realizar un análisis descriptivo de la frecuencia de uso de las nuevas tecnologías por parte de los y las menores; detectar posibles situaciones conflictivas, como síntomas de adicción y problemas interpersonales, derivados del uso de este tipo de instrumentos; y determinar la percepción que dicha juventud tiene acerca del uso que hacen de este tipo de aparatos y de sus consecuencias.

**Título:** *Control parental. Datos oficiales sobre el uso de Internet entre los menores*

**Autor:** Elvira Mifsud

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; Gobierno de España

**Páginas:** 8

**Año:** 2009

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** NIPO: 820-10-289-9

<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/software/software-general/909-monografico-control-parental>

En este artículo se comentan algunos detalles y consideraciones a tener en cuenta en el uso de Internet por parte de los y las menores, válidas tanto para el profesorado en las aulas como para los padres y las madres en sus hogares. También se describe la instalación, configuración y uso de determinadas herramientas *software*, llamadas genéricamente de control parental, que facilitan la tarea de seguimiento y control de la navegación por Internet del alumnado y los hijos e hijas.



**Título:** *La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*

**Autor:** Víctor Pérez-Díaz, Juan Carlos Rodríguez

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: Fundación Vodafone España

**Páginas:** 154

**Año:** 2008

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISBN: 978-84-934740-3-4

<http://www.asp-research.com/pdf/libro%20adolescencia%20y%20tic.pdf>

Los autores analizan el binomio adolescencia-nuevas tecnologías, desde la situación en España y compilando datos y análisis realizados en EEUU e Inglaterra, principalmente. Internet y la telefonía móvil, con sus servicios de *chat*, mensajes cortos, descargas de música, videos o películas (por citar sólo algunos) se postulan como piedras angulares sobre las que pivota buena parte de las actividades y actitudes cotidianas de un adolescente en la España de hoy.

**Título:** *Políticas de juventud y comunicación en España: Juventud y sociedad digital*

**Autor:** Gonzalo Montiel Roig, Vicent Gavaldà Roca [dir.]

**Tipo de documento:** Tesis doctoral

**Lugar y editor:** Valencia: Universitat de Valencia, Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

**Páginas:** 489

**Año:** 2008

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.tesisred.net/handle/10803/10324>

Tesis doctoral que analiza el papel asignado a los y las jóvenes en el desarrollo de la sociedad de la información en el marco de las políticas públicas de juventud y de comunicación audiovisual en España, realizando una aproximación transversal a estas políticas públicas con la finalidad de conocer el papel real que las administraciones adoptan en España en relación con la juventud, tanto en el ámbito de la regulación de los medios audiovisuales como en el desarrollo de la sociedad de la información y de las tecnologías de la información y la comunicación.

**Título:** *White Paper: Living and Learning with New Media. Summary of Findings from the Digital Youth Project (Libro Blanco: Vivir y aprender con nuevos medios: Resumen de los resultados del Proyecto Digital de la Juventud)*

**Autor:** Mizuko Ito... [et. al]

**Tipo de documento:** Documentos de trabajo

**Lugar y editor:** Chicago: MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning

**Páginas:** 53

**Año:** 2008

**País:** Estados Unidos

**Idioma:** Inglés

<http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/report>

Este documento resume los resultados de un estudio etnográfico de tres años: el examen de la participación de los y las jóvenes en la nueva ecología de los medios. Representa una versión condensada de un tratamiento más prolongado de los resultados del proyecto. El estudio fue motivado por dos cuestiones principales de investigación: ¿Cómo los nuevos medios se están integrando en las prácticas de los jóvenes y las agendas? ¿Cómo estas prácticas modifican las negociaciones entre jóvenes y adultos en la alfabetización, el aprendizaje y el conocimiento autoritario?

**Título:** *Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios*

**Autor:** José Antonio García del Castillo... [et al.]

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Barcelona: Socidrogalcohol

**Revista:** Adicciones, vol. 20, nº2

**Páginas:** 131-142

**Año:** 2008

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0214-4840

<http://www.adicciones.es/files/garcia%20del%20castillo.pdf>

El objetivo del artículo es describir el uso y/o abuso de Internet con un cuestionario adaptado de Brenner (1997), Suler (1996) y Young (1996), así como, la relación entre frecuencia de uso y determinadas variables psicosociales de jóvenes universitarios. Participaron en la investigación 391 estudiantes (26,1% hombres y 73,9% mujeres) con una media de edad de 19,59 años.

**Título:** *Adolescente ciberdelincuente ¿un accidente?*

**Autor:** Jorge Flores Fernández

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Bilbao: Pantallas amigas

**Páginas:** 4

**Año:** 2008

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/pdfs/pantallasamigas-adolescente-ciberdelincuente-un-accidente.pdf>

La actualidad cotidiana nos trae sucesos ilícitos que relacionan adolescentes y su actividad *on-line*. En muchos casos tienen que ver con el *ciberbullying* o ciberacoso (amenazas, injurias) pero hay una abundante y variada casuística: delitos contra la intimidad, estafas, daños por intrusión en sistemas ajenos, distribución de pornografía infantil... No es cuestión de criminalizar la Red ni a los adolescentes, sino de dar respuesta a nuevas necesidades derivadas de unas tecnologías que, en cambio, aportan oportunidades magníficas.

2007

**Título:** *El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos*

**Autor:** Montserrat Castellana Rosell, Xavier Sánchez-Carbonell, Carla Graner Jordana, Marta Beranuy Fargues

**Tipo de documento:** Artículo

**Lugar y editor:** Madrid: Consejo General de Psicología de España

**Revista:** Papeles del Psicólogo, vol. 28, nº 3

**Páginas:** 196-204

**Año:** 2007

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** ISSN: 0214 - 7823

<http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1503.pdf>

El texto incorpora los conocimientos de 800 jóvenes y adultos jóvenes y más de 5.000 horas de observación en línea. Sitios de redes sociales, juegos en línea, sitios para compartir vídeo, y los *gadgets* como iPods y teléfonos móviles son accesorios de la cultura juvenil. Han penetrado tanto en las vidas de adolescentes y jóvenes que es difícil creer que hace menos de una década estas tecnologías apenas existían. Los y las jóvenes que hoy están en la mayoría de edad y luchan por la autonomía y la identidad, lo están haciendo en medio de nuevos mundos para la comunicación, la amistad, el juego y la autoexpresión.

**Título:** *Aspectos psicosociales de las diferencias de género en actitudes hacia las nuevas tecnologías en adolescentes*

**Autor:** Milagros Sainz Ibáñez. Directora: Mercedes López-Sáez. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Departamento de Psicología Social y de las Organizaciones

**Tipo de documento:** Tesis doctoral

**Lugar y editor:** Madrid: INJUVE

**Páginas:** 343

**Año:** 2007

**Serie:** Accésit Premios INJUVE para tesis doctorales

**País:** España

**Idioma:** Español

**N.N.:** NIPO: 208-08-023-5

<http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=1423691052&menuld=1565773279>

Aborda el estudio de las actitudes hacia el ordenador y la informática desde una perspectiva integradora, que tiene en cuenta la existencia de más semejanzas que diferencias entre hombres y mujeres a la hora de analizar y argumentar los resultados encontrados. Esta tesis consta de nueve capítulos. En el último se exponen las principales conclusiones y se proporcionan una serie de sugerencias para la intervención, con la finalidad de trazar algunas ideas que contribuyan a fomentar la igualdad entre chicos y chicas respecto al uso de la tecnología.

**Título:** *Jóvenes en los medios: la imagen mediática de la juventud, desde su propia mirada*

**Autor:** Elena Rodríguez San Julián, Ignacio Megías Quirós

**Tipo de documento:** Libro

**Lugar y editor:** Madrid: INJUVE y FAD

**Páginas:** 136

**Año:** 2007

**País:** España

**Idioma:** Español

<http://www.fades.es/dossieres/dossierjovenesmediosok.pdf>

El objetivo de este estudio es preguntar a los jóvenes sobre ciertas cuestiones acerca de la imagen que difunden los medios de comunicación sobre ellos. ¿Qué piensan sobre las cosas que se dicen sobre ellos en los medios, y sobre la manera en que se dicen? ¿Se ven reflejados? ¿Les conocemos? Los jóvenes, además de ser espectadores de los estudios y juicios que se hacen sobre ellos, en este caso también entran a valorar su acuerdo o desacuerdo con estas ideas que entran en el juego de representaciones sociales, un juego en el que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental, pues al mismo tiempo son espejo de la sociedad y alimento de esas realidades en construcción.

---

# JÓVENES Y COMUNICACIÓN. *LA IMPRONTA DE LO VIRTUAL*

