

Francisco García García, profesor de Narrativa audiovisual. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. 28040 Madrid.
María Jesús Rosado Millán, investigadora de la Fundación iS+D. 28290 Las Matas.

Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0

Sociocommunicative behaviors of digital natives and young people into web 2.0

Recibido: 1 de septiembre de 2011

Aceptado: 4 de octubre de 2011

RESUMEN: La investigación se centra en el estudio de la percepción que los nativos digitales y los jóvenes tienen acerca de sus conductas y relaciones sociales en la Web 2.0. Se parte de la hipótesis de que la forma en que los adolescentes y jóvenes utilizan la red a través de los servicios y contenidos digitales abiertos, está transformando sus relacionales sociales en la medida en que son abiertas, activas, globales, inmediatas, y poco controlables por otros agentes sociales (familiares, educativos o institucionales). El universo de la investigación está constituido por jóvenes y adolescentes, nativos digitales e inmigrantes digitales de ambos sexos, comprendidos entre los 14 y los 35 años de edad agrupados en los siguientes tramos: 14-16; 17-24; y 25-35 años. Las conclusiones son interesantes. Entre ellas se destaca la percepción de que las relaciones sociales a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se consideran menos personales, menos íntimas, menos comprometidas y menos sinceras que las relaciones cara a cara.

Palabras clave: conductas sociocomunicativas, nativos digitales, inmigrantes digitales, jóvenes, relaciones sociales, Web 2.0.

ABSTRACT: *The research focuses on the study of the perception that digital natives and young people have about their behavior and social relations in the Web 2.0. The research is based on the assumption that the way teens and young adults use the Internet through the Open Digital Content Services, it's transforming its social relationships as they are open, active, comprehensive, immediate, and scarcely controllable by other social agents (family, educational or institutional). The universe is made up of youth and adolescents, digital natives and digital immigrants of both sexes aged between 14 and 35 years old grouped into the following groups: 14-16; 17-24; 25-35 years old. The findings are interesting. Among them is that social relationships through ICT is seen as less personal, less intimate, less committed and less honest than face to face relations.*

Key words: *Socio-communicative behaviors, digital natives, digital immigrants, youth, social relations, Web 2.0.*

1. Introducción¹

El avance de las tecnologías de la información y la comunicación es un hecho que está transformando las conductas y las relaciones sociales. El cambio ha supuesto una adaptación de las personas ante esas nuevas formas de relacionarse.

Es importante en estos momentos, conocer cuáles son las nuevas relaciones sociales de los jóvenes que se están produciendo dentro de la nueva sociedad de la información y el conocimiento, cuáles son las actitudes y los comportamientos, y la percepción que los sujetos tienen de todo el proceso.

También es interesante comprobar en qué medida, los nativos digitales son conscientes de su contribución a esa nueva forma de construir la realidad social.

Se trata de un fenómeno emergente. Internet, o mejor dicho los múltiples servicios que se ofrecen a través de la red, como la World Wide Web, el correo electrónico, la mensajería instantánea, los paquetes multimedia, las videoconferencias, o el acceso remoto a otros dispositivos, son recientes en la red, cuyos orígenes se remontan a 1969 cuando se interconectaron dos universidades de EE UU (Ucla y Stanford) a través de una línea telefónica conmutada.

Se ha considerado conveniente realizar un estudio que nos revele la percepción que los nativos digitales tienen de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y en qué medida son conscientes de los cambios que se están produciendo en las relaciones sociales. Se entiende por nativos digitales, concepto acuñado por Prensky en 2001 (Prensky, 2001), una nueva generación formada por jóvenes nuevos nacidos en un entorno sociodigital que han hecho de las redes un espacio social y personal de su actividad, de su forma de actuar, de relacionarse con el mundo y con otras personas. A este concepto se le ha añadido el de inmigrantes digitales constituido por jóvenes a los que la llegada de Internet social les ocurrió cuando eran niños.

Es evidente que se están produciendo cambios en la forma de relacionarse en sociedad. Lo que no resulta tan evidente, es si los nativos digitales son conscientes de su participación activa en la construcción de los valores, las costumbres y las creencias que forman la realidad social, y ello a pesar de que como señalan García y Gértrudix:

¹ Proyecto de I+D: “La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos”. Número: CSO2008-1496/SOCI. Entidad financiadora: Subdirección General de Proyectos de Investigación. Ministerio de Ciencia e Investigación.

Más certeramente diríamos que la Web 2.0, la web social, es de los internautas, por su aportación, por su apertura, por su producción y difusión de contenidos, y porque los internautas se zambullen individualmente y en grupo en busca no sólo de su destino sino de la invención del destino de los otros².

En cualquier caso, la participación en la Web 2.0 supone, como señala Bañuelos (Bañuelos Capistrán, 2009) el avance de la sociedad civil y una forma de apropiarse la ciudadanía de los elementos culturales que circulan por la red, que se convierten en los auténticos protagonistas de la construcción de la realidad social.

2. Marco teórico

Los estudios sobre Internet y los servicios y contenidos educativos digitales en los procesos de socialización de los jóvenes cuentan con una cierta tradición especialmente en los países anglosajones, cuyas aportaciones permiten establecer el marco de partida a nivel internacional.

Los resultados de estos informes están relacionados con el uso de las TIC en general, y en concreto con los usos de la red. Algunos estudios, como el de Nie y Erbring (Norman H. y Erbring L., 2000), ponen de manifiesto cómo dichos usos están modificando las relaciones sociales lo que da lugar a individuos solitarios acostumbrados a relacionarse virtualmente. En este mismo sentido se pronuncian Janet Morahan-Martin y Phillis Schumaker, (Morahan-Martin y Schumaker, 2003).

Otros autores, como Katz y Rice (Katz y Rice, 2005), sostienen por el contrario que el uso de Internet no fomenta la soledad, sino que promueve las relaciones cívicas y da lugar al ensanchamiento de las relaciones sociales al facilitar el nacimiento de amistades nuevas. Esta característica de los usos de Internet es puesta de manifiesto también por Moral ((Moral, 2001) al destacar que el motivo fundamental para acceder a Internet son las relaciones sociales.

Castells (Castells, 2002) formula una teoría de redes relacionada con el uso de Internet y lo que ha supuesto: pasar de redes estructuradas en vertical a otras de carácter global en las que muchos se relacionan con muchos. Es

² GARCÍA GARCÍA, F. y GÉRTRUDIX BARRIO, M., "Mare Nostrum Digital: Mito, ideología y realidad de un imaginario sociotécnico", *Icono* 14, nº 12, 2009, p. 14, <http://www.icono14.net/monografico/nativos-digitales-ciudadanos-europeos>, 14-2-2011.

lo que define como una “sociedad en red” en la que Internet es el medio de comunicarse esencial.

Pero no sólo se trata del uso de la red. Otros medios de comunicación, como la telefonía móvil, han supuesto una nueva forma de relacionarse en sociedad. En España, existen numerosos informes (Intel, Sgae, Adese, Aimc, Observatorio de las Telecomunicaciones de Red.es, etc.) que ofrecen datos significativos sobre cuestiones como el “estilo de vida digital”, el grado con el que penetran los servicios TIC y de los contenidos digitales, el uso de la telefonía móvil, o la actitud de la población joven antes estos nuevos medios.

Estos trabajos ponen de relieve, entre otras, las siguientes conclusiones:

- Se está produciendo una expansión de los usuarios de las TIC, y sobre todo, de los que se conectan de forma intensiva a la red, de forma significativa en el caso de los adolescentes y jóvenes. El 64% de los encuestados había utilizado internet en los últimos tres meses, porcentaje que ascendía al 87% en el caso de los nativos digitales. Respecto al equipamiento, el 69% de los hogares disponía de algún tipo de ordenador en 2010 y el 95% tenían telefonía móvil, porcentaje que era el 67% en el caso de los menores de 10 a 15 años (Ine, 2010).
- Según el informe anual de Gestión y Responsabilidad Social Corporativa de la SGAE, las viviendas han aumentado su equipamiento en ordenadores, DVD, receptores de TDT y móvil. En este momento hay 50 millones de móviles en España, más que personas (SGAE, 2007).
- El Observatorio de las Telecomunicaciones, siguiendo los indicadores europeos del Eurostat, muestra cómo, en la última oleada de 2007, la población de internautas ha crecido un 10%. El 65,4% de la población de diez y más años de edad, es decir 26,9 millones de individuos, están ya en Internet, la mayoría con carácter de internauta habitual, de uso frecuente o muy frecuente. Se superan los 15 millones y la barrera del 90% de hogares con, al menos, un teléfono móvil (Ontsi, 2010).
- El EGM indica que el porcentaje de jóvenes entre 14 y 35 años que utilizaban Internet a finales de 2010, ascendía a un 49% (Estudio General de Medios, 2010).
- Según el Eurobarómetro, en España el 47% de los hogares estaba conectado a Internet en 2010, y la utilización de las redes sociales suponía el 28% (Eurobarometer, 2010).
- En un estudio de ACPI-Protégeles para el Defensor del menor, los jóvenes se conectan primero para comunicarse (correo, messenger, chat y foros), después para buscar información, y para ocio y descargas en red (juegos, redes P2P, descarga de música) por último (ACPI-Protégeles, 2009).

- La Fundación Auna, a través de su estudio sobre el comportamiento de los menores en la Red, destaca cómo el 51,1% de los menores de 10 a 15 años utilizan servicios de mensajería instantánea, llegando hasta el 71% de jóvenes de entre 16 y 17 (Miranda de Larra, 2005).

3. *Objetivos, hipótesis y alcance la investigación*

El objeto de la investigación se centra en el conocimiento de las conductas y competencias sociocomunicativas que los nativos digitales y los jóvenes desarrollan en el uso de los servicios y contenidos digitales abiertos en la red.

Los objetivos consistieron en:

- Establecer el tipo de relación social que se produce como consecuencia del uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Dar a conocer la percepción que tienen los nativos e inmigrantes digitales de los cambios producidos en las relaciones sociales por el uso de Internet.
- Determinar en qué medida la apertura, actividad, globalidad, inmediatez y ausencia de controles influyen en los cambios producidos en las relaciones sociocomunicativas e interpersonales.

Tabla 1. Definición de los conceptos del objeto de estudio

Concepto	Definición
Conducta sociocomunicativa	Acciones y comportamientos a través de las cuales los sujetos interactúan unos con otros
Conducta sociocomunicativa con las TIC	Acciones y comportamientos a través de los cuales los sujetos interactúan con otros a través de Internet
Competencia sociocomunitativa	Habilidades y destrezas que un sujeto tiene para relacionarse con los demás
Competencia sociocomunicativa en Internet	Habilidades y destrezas para usar, relacionarse e interactuar en Internet (alfabetización digital)
Contenidos digitales abiertos	Conjuntos de información multimodal publicados en la web que permiten su libre uso así como modificar, reutilizar, combinar, remixar y gestionar la información
Jóvenes y adolescentes en la red	Se diferencia entre los nativos digitales y los inmigrantes digitales. Las primeras son aquellas personas que han crecido con la red, y las segundas las que han llegado más tarde a las TIC pero que entrarían dentro de la categoría de “jóvenes”

La hipótesis de trabajo de la que se partió fue la siguiente: La forma en que los adolescentes y jóvenes utilizan la red a través de los servicios y contenidos digitales abiertos, está transformando sus relaciones sociales en la medida en que son abiertas, activas, globales, inmediatas, y poco controlables por otros agentes sociales (familiares, educativos o institucionales).

El universo de la investigación está constituido por adolescentes y jóvenes comprendidos entre los 14 y los 35 años de edad, de ambos sexos, agrupados en los siguientes tramos de edad:

Tabla 2. Tramos de edad del universo de estudio

Edad		
14-16	17-24	25-35

De estos tramos, los sujetos comprendidos entre los 14 y los 16 años son los denominados nativos digitales, es decir, aquellos que disponían de Internet social desde su nacimiento. Los otros dos grupos están integrados por los llamados inmigrantes digitales que son aquellas personas que comenzaron a utilizar Internet siendo niños o muy jóvenes.

Las relaciones sociales se han clasificado de acuerdo a las siguientes variables:

Tabla 3. Variables de estudio

Parámetro	Definición
Agentes	Personas o conjuntos de personas con las que se relaciona un sujeto
Tipología de agentes	Agrupación de las personas con las que se relaciona un sujeto en función de la afectividad que les une
Frecuencia	Grado de repetición de la interacción con la red
Modo	Forma en la que se establece la relación entre los sujetos según sea en persona o virtual
Conducta sociocomunicativa	Acciones y comportamientos a través de los cuales los sujetos interactúan con otros a través de Internet
Uso	Tipo de conducta sociocomunicativa
Medio	Sistema a través del cual se relacionan con otras personas
Lugar	Sitio en el que se relacionan con los demás

Parámetro	Definición
Competencia sociocomunicativa en la red	Habilidad y destreza que un sujeto tiene para usar, relacionarse e interactuar en Internet (alfabetización digital)
Percepción de la interacción	Sentimiento o efecto producido en el sujeto como consecuencia de su interacción con otros sujetos en la red
Contenidos digitales abiertos	Contenidos que se encuentran en la red y en los que el sujeto puede interactuar

4. Metodología de trabajo

La técnica utilizada ha constado de dos fases:

1. Una fase preliminar basada en una investigación cualitativa en la que se realizaron tres grupos de discusión con nativos digitales e inmigrantes digitales, uno por cada uno de los estratos de edad considerados, cuyos resultados sirvieron de base para preparar el diseño de la encuesta. Esta técnica permite extraer en profundidad la opinión de los jóvenes participantes respecto al uso de Internet y extraer los elementos discursivos contenidos en ella.

La selección de los participantes se realizó siguiendo criterios de representación tipológica y socio-estructural, de acuerdo con los propósitos de la investigación.

Tabla 4. Ficha técnica de los grupos de discusión

Grupos de discusión con nativos e inmigrantes digitales	
Universo	Personas de 14 a 35 años
Número de grupos	1- con nativos digitales del grupo de 14-16 años
	1- con inmigrantes digitales del grupo de 17-24 años
	1- con inmigrantes digitales del grupo de 25 a 35 años
Fechas de campo	Grupo 1: 11 de enero de 2010
	Grupo 2: 5 de febrero de 2010
	Grupo 3: 13 de febrero de 2010
Tamaño de los grupos	Grupo 1: 12 personas (8 mujeres y 5 hombres)
	Grupo 2: 14 personas (9 hombres y 5 mujeres)
	Grupo 3: 8 personas (6 hombres y 2 mujeres)
Selección participantes	Personas de 14 a 35 años de ambos sexos de la Comunidad de Madrid

Grupos de discusión con nativos e inmigrantes digitales	
Lugar de realización	2 en la sede de la Fundación iS+D y 1 en la Universidad Rey Juan Carlos

Tabla 5. Protocolo de los grupos de discusión

Variables	Preguntas
Agentes	Modo de relación con cada uno de los agentes
	Si tienen relación con desconocidos
Frecuencia de la relación	Frecuencia
	Motivo de la frecuencia
Modo de relación por cada agente	Tipo de relación con la familia y los amigos
	Tipo de relación con conocidos y desconocidos
	Tipo de relación con compañeros y amigos
Modo de relación por frecuencia	Con qué frecuencia utilizan estos medios para comunicarse
Medio	En qué casos y con qué personas utilizan estos medios
	Tipo de medios tecnológicos: móviles, PDA, ordenador...
Uso	Para extraer, compartir o intercambiar información
	Para relacionarse
	Para distraerse
Diferencias	La relación es distinta
	Diferencias
	Desde cuándo el uso de relación virtual
	Orden de uso (si hay varias nuevas tecnologías)
	Sensaciones que experimentan

Con los resultados de los grupos de discusión se elaboró el cuestionario de la fase cuantitativa del proyecto.

2. Una fase cuantitativa, en la que se realizó una encuesta a una muestra representativa del universo de estudio, con un muestreo estratificado por grupos de edad de los tramos considerados.

Tabla 6. Ficha técnica de la encuesta

ENCUESTA A NATIVOS E INMIGRANTES DIGITALES	
Universo	Personas de 14 a 35 años
Ámbito	Nivel nacional por región Nielsen (Noroeste, Noreste, Norte, Centro, Sur, Levante y Canarias)
Fechas de campo	22-29 marzo 2010
Tamaño muestral	1.102 entrevistas
Selección muestral	Muestreo aleatorio con cuotas de edad por tramo: 14-16, 17-24 y 25-35
	A partir de la base de datos de panelistas, se ha llevado a cabo un muestreo aleatorio partiendo de las variables de estratificación por zona geográfica y provincia, y por los criterios de sexo y edad
Tipo encuesta	Encuesta <i>online</i>
	A la muestra seleccionada se le envió un cuestionario personalizado invitándole a participar en el estudio, con un link en el propio correo que llevaba a la encuesta <i>online</i>
Procedimiento	Envío de un número muy superior de invitaciones <i>online</i> y recordatorios para incentivar la respuesta
Control de calidad	El sistema <i>online</i> revisa la totalidad de las entrevistas realizadas, detectando el tiempo que un encuestado tarda en contestar; si el tiempo es inferior a dos minutos, se invalida la encuesta
Error muestral	$\pm 3,01\%$ para datos globales (1.102n)
	$p=q=0,5$
	intervalo de confianza de 95,5% (2 s)

5. Análisis de resultados e interpretación

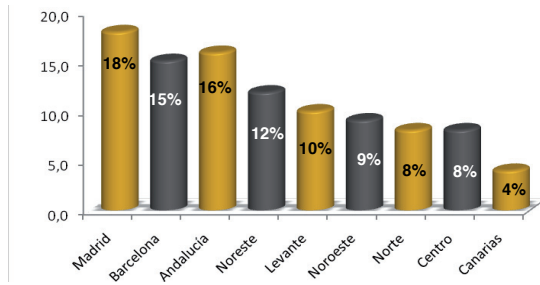
5.1. Datos de contexto

La distribución de la muestra por sexo estuvo repartida entre hombres y mujeres casi por igual (51% hombres y 49% mujeres); por edades, fue más dispar, siendo el grupo de los nativos digitales de 14 a 16 años, el menos numeroso con un 10% de encuestados, y el más numeroso el de los jóvenes mayores de 25 a 35 años, con un 50% de encuestados.

Esto mismo ocurrió con la distribución de la muestra por nivel de estudios: 22% tenían estudios primarios; 34% estudios secundarios; y 43% estudios universitarios. Sólo el 1% de los encuestados eludió contestar a esta pregunta.

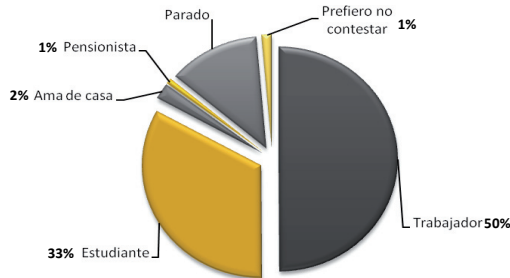
Por lugar de residencia los datos muestrales son los que figuran en el gráfico 1. El mayor número de encuestados se corresponde con las áreas geográficas de Madrid, Barcelona y Andalucía, y el menor número con Canarias.

Gráfico 1. Distribución de la muestra por zona geográfica de referencia



Por ocupación, destacan los jóvenes con trabajo, que suponen la mitad de la muestra, seguida por los que están estudiando, que fueron el 33%.

Gráfico 2. Distribución de la muestra por ocupación



5.2. Análisis multivariante

El análisis de la información se ha realizado a través de dos análisis multivariantes: en primer lugar, un análisis factorial en torno a las nuevas tecnologías y las relaciones sociales; y en segundo lugar, un análisis de conglomerados para definir grupos de individuos en función de su opinión sobre las relaciones sociales a través de las TICs.

Análisis factorial

Se consideró únicamente la pregunta: ¿en qué medida dirías que gracias a las nuevas tecnologías y contenidos digitales tus relaciones sociales son: más abiertas, inmediatas, controlables, personales, amplias, íntimas, comprometidas, fáciles de establecer, o más sinceras? Se ha considerado esta pregunta por considerarla como la que mejor puede mostrar si ha existido cambios en las relaciones sociales.

Tabla 7. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,899
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4.548,73
	df	36
	Sig.	0

Tabla 8. Communalities

Ítems	Inicial	Extracción
Más abiertas	1,000	0,683
Más inmediatas	1,000	0,706
Más controlables	1,000	0,985
Más personales	1,000	0,722
Más amplias	1,000	0,688
Más íntimas	1,000	0,746
Más comprometidas	1,000	0,622
Más fáciles de establecer	1,000	0,715
Más sinceras	1,000	0,7

Los datos de la primera tabla muestran que se adecuan a un modelo de análisis de factores; el estadístico se encuentra cerca de 1, lo que indica que existe correlación entre las variables.

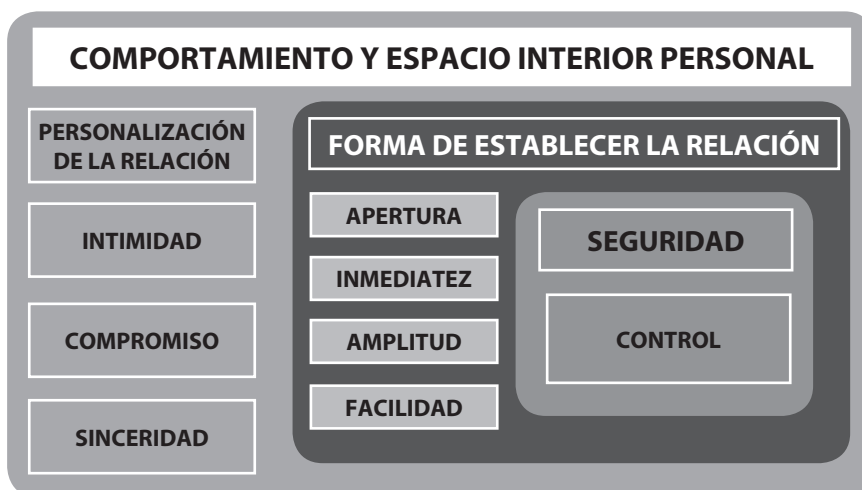
En la tabla 5 se representa la fracción de variabilidad de cada elemento que se ha tenido en cuenta. Todas ellas se encuentran cercanas a 1 lo que indica que todas las variables influyen considerablemente. La variabilidad explicada es del 73%.

Tabla 9. Variabilidad

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de la varianza	Porcentaje acumulado %
1	4,567	50,739	50,739
2	1,409	15,652	66,391
3	0,592	6,579	72,97

Tres son los factores que se deducen de dicho análisis: los relacionados con la accesibilidad, la seguridad y el comportamiento.

Tabla 10. Factores que influyen en las relaciones sociales a través de las TIC



El primer factor engloba aquellos aspectos de las relaciones sociales relacionados con el espacio interior de las personas y con su manera de comportarse en la relación: **personalidad, intimidad, compromiso y sinceridad**. Las relaciones sociales a través de las TIC se consideran menos personales, menos íntimas, menos comprometidas y menos sinceras que las relaciones cara a cara. Asociados a este factor se perciben cambios en los aspectos referentes a cómo afrontar las relaciones sociales.

El segundo factor se corresponde con los aspectos relacionados con la manera de establecer las relaciones sociales: **apertura, inmediatez, amplitud y facilidad**. A través de las TIC se perciben las relaciones sociales más abiertas, más inmediatas, más amplias y más fáciles de establecer.

Por último, el tercer factor engloba aspectos relativos al control sobre las relaciones sociales. Las que se mantienen a través de las nuevas tecnologías se perciben como más controlables por los sujetos que las entablan que las relaciones sin el uso de las TIC.

Estos tres factores, representan los principales cambios que los encuestados consideran que se han producido en las relaciones sociales mantenidas a través de las nuevas tecnologías. El análisis muestra que tienen sentido para los encuestados y por tanto, que existe una gran relación entre estas y la realidad de su percepción.

Análisis de conglomerados

Este análisis permitió definir grupos de individuos en función de su percepción acerca de las relaciones sociales que se establecen y desarrollan a través de las TIC. Aparecen tres tipos de individuos con características distintas en los que se aprecian diferencias en su forma de relacionarse a través de la Web 2.0.

Tabla 11. Grupos de individuos en función de su opinión sobre las relaciones en la Web 2.0

Tipología de individuos	
PREDISPUESTOS	• Se conectan varias veces al día y más horas que el resto de los grupos. Se conectan en la universidad o colegio (son estudiantes), lo hacen por diversión (ligar, jugar, etc...)
	• En las redes sociales comparten intimidades y están más predispuestos a relacionarse con desconocidos
	• Utilizan las redes sociales, los foros y los chats más que el resto de los grupos, y en el caso concreto de las redes sociales lo hacen de manera más destacada para compartir aficiones / intereses
	• Son los que más se relacionan con amigos, compañeros, desconocidos, etc., y además son los que más horas mantienen relaciones virtuales al resultarles más fácil
	• Les han surgido conflictos en sus relaciones a través de la red y son los que mayor apoyo dan a solucionar el conflicto a través de la red
	• Suelen estar de acuerdo en que las relaciones son más abiertas, inmediatas, personales, amplias o comprometidas
	• Se corresponden con los nativos digitales y son en su mayoría hombres

Tipología de individuos	
TIBIOS-INTERMEDIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Son individuos que no se posicionan ni a favor ni en contra en las preguntas de posicionamiento
	<ul style="list-style-type: none"> • Frente al grupo de los “predispuestos” se conectan más en el trabajo. Son los que utilizan de manera más destacada las redes sociales, sobre todo para ponerse en contacto con antiguos compañeros
	<ul style="list-style-type: none"> • Junto con el grupo 1, utilizan las redes sociales de manera más frecuente que el grupo 3 (varias veces al día)
	<ul style="list-style-type: none"> • Hay más hombres que mujeres y mayoritariamente trabajadores
	<ul style="list-style-type: none"> • Este grupo se corresponde con los inmigrantes digitales más próximos a los nativos digitales por edad (17-24 años)
REMISOS	<ul style="list-style-type: none"> • Se conectan menos horas que los del grupo 1, lo hacen en el trabajo, buscan sobre todo información y en las redes sociales comparten eventos e intereses comunes. Prefieren el mail para sus relaciones por Internet y suelen estar en desacuerdo
	<ul style="list-style-type: none"> • Opinan que sus relaciones sociales han cambiado poco o nada y consideran que en las relaciones a través de la red se sienten menos comprometidos
	<ul style="list-style-type: none"> • Recurren en menor medida a la red para solucionar conflictos que hayan surgido en sus relaciones personales
	<ul style="list-style-type: none"> • Son principalmente mujeres con carrera universitaria y trabajadoras
	<ul style="list-style-type: none"> • Se enmarcan en su mayoría en el grupo de los inmigrantes digitales de mayor edad

5.3. Análisis de las variables por grupos de edad

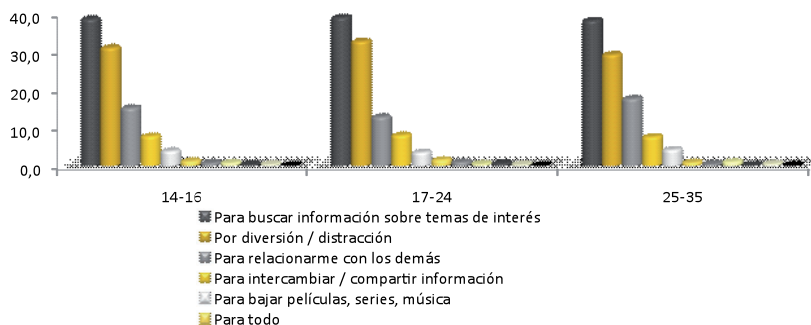
En conjunto el 96,6% de los encuestados se declara usuario frecuente de Internet; en concreto el 84,2% se conecta mucho o varias veces al día. Aseguran hacerlo una media de 5,45 horas diarias (el 31% indica que se conecta entre 3 y 4 horas, y un 29,6% entre 5 y 7 horas). Ambos tramos suponen más del 60% de las respuestas.

La conexión la realizan principalmente desde el hogar, elección señalada por el 94,2% de los participantes, seguida de lejos por las conexiones desde el trabajo, con el 38,5% de las respuestas, y desde el centro de estudio, con un 17,2%.

Los motivos aducidos mayoritariamente para la conexión a Internet, son: buscar información sobre temas de interés, opción elegida por 38,4% de los

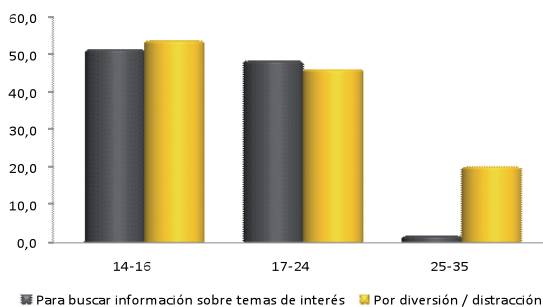
encuestados; por ocio o distracción, con un 30,9%; y ya a cierta distancia, para relacionarse con los demás, con el 15,2% de las respuestas.

Gráfico 3. Principales motivos de la conexión a Internet



Se perciben diferencias entre los nativos digitales, que se conectan sobre todo para divertirse (63,3%), y los inmigrantes digitales de mayor edad (25-34 años) cuyo interés se centra más en la búsqueda de información especializada. Los inmigrantes digitales del grupo intermedio (17 a 24 años) declara ambas preferencias cuando utiliza Internet: diversión e información especializada, si bien se encuentra más próximo al colectivo de los nativos digitales.

Gráfico 4. Diferencias de motivos para la conexión a Internet por grupos de edad

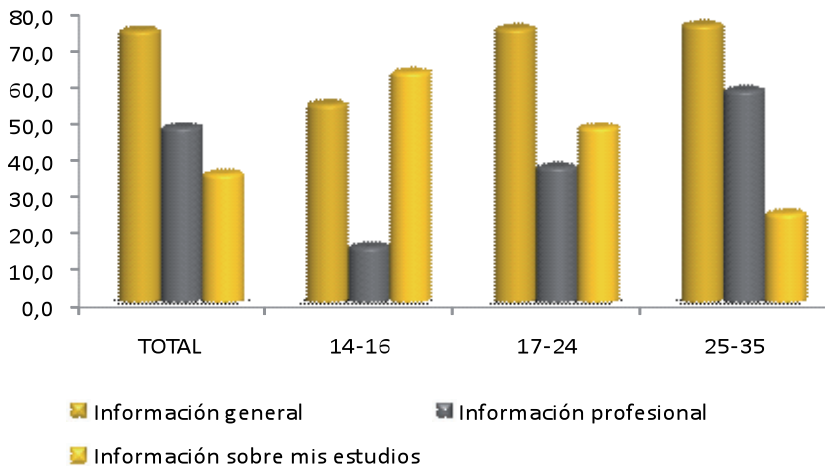


Es de destacar que el uso de la red para bajarse películas o música ocupe un lugar menos importante en las preferencias de los nativos e inmigrantes digitales. Aunque pueda existir un cierto sesgo en esta respuesta, por tratarse de un tema debatido y criticado en los medios en la actualidad, y por ello, susceptible

de no contestar con veracidad, el porcentaje de jóvenes que utilizan Internet para esta actividad (3,9%), está muy alejado de los motivos principales.

El tipo de información que buscan, intercambian y comparten en su mayoría, es de carácter general. Sin embargo, esta generalidad se rompe cuando se realiza el análisis por edades, ya que a medida que se van haciendo mayores, la información vinculada con temas profesionales va ganando terreno, mientras que la búsqueda de información especializada en los otros dos grupos de edad está más relacionada con los estudios, pues tanto los jóvenes de 14 a 16, como los de 17 a 24, se encuentran cursando estudios.

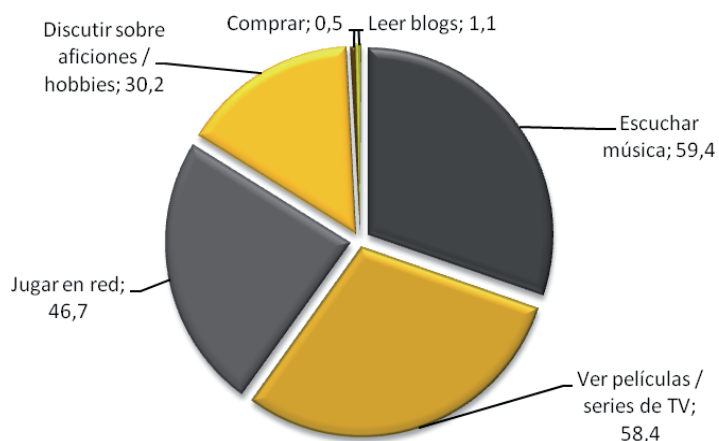
Gráfico 5. Tipo de información en las conexiones a Internet



En cambio cuando se les pregunta acerca del intercambio de información con otras personas, no se sienten tan protagonistas de la red, y la información que aseguran compartir es de carácter general. Como en el caso anterior, el intercambio de información profesional aumenta a medida que aumenta la edad con un 58% de las respuestas, mientras que el intercambio de la información relacionada con los estudios es mayor en el grupo de los inmigrantes digitales más jóvenes con un 38%.

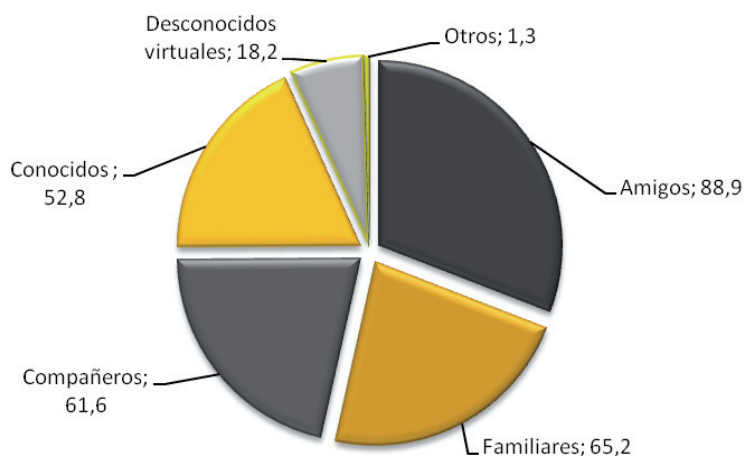
En conjunto, cuando se conectan a Internet para divertirse declaran centrarse en escuchar música (59,4%), ver películas y series de TV (58,4%), y jugar en la red (46,7%). La edad también influye en el tipo de diversión elegida: los más pequeños suelen divertirse mediante juegos (68,8%), mientras que los inmigrantes digitales se decantan por la música, el cine o la televisión. El grupo intermedio prefiere escuchar música (69,3%) y los mayores prefieren ver películas y series de TV (55,5%) (gráfico 6).

Gráfico 6. Motivos de diversión en las conexiones a la red



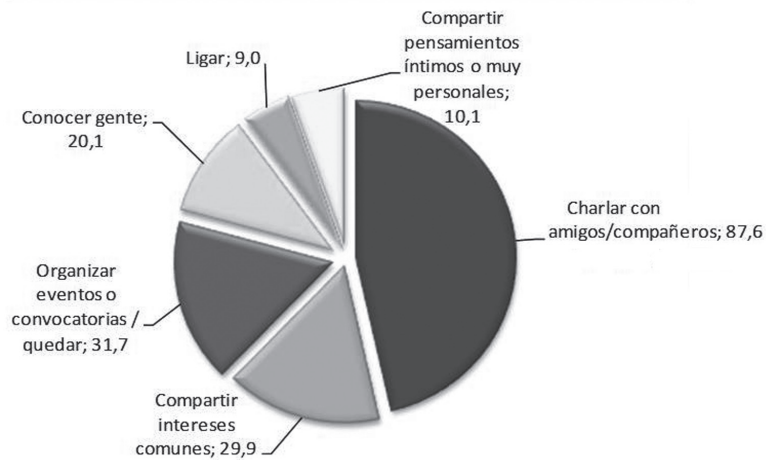
Las relaciones que aseguran mantener en la red son en su mayoría con personas conocidas: los amigos figuran con el 89% de repuestas; los familiares y compañeros con aproximadamente el 60% cada uno; con conocidos el 53%; y ya muy por debajo, aparecen las relaciones con desconocidos, con los que sólo el 18% de los encuestados asegura haber tenido algún tipo de relación. En este caso no se percibe ninguna diferencia por edad.

Gráfico 7. Tipos de agentes con los que se relacionan los nativos digitales



Para los tres grupos charlar con los amigos es lo más importante con mucha diferencia. Apuntan también la existencia de relaciones basadas en intereses comunes, preferencia que va aumentando con la edad, si bien no es un uso mayoritario. Lo mismo ocurre con la organización de eventos, aunque en este caso, son los inmigrantes digitales de las edades intermedias, los que más utilizan la red para este uso.

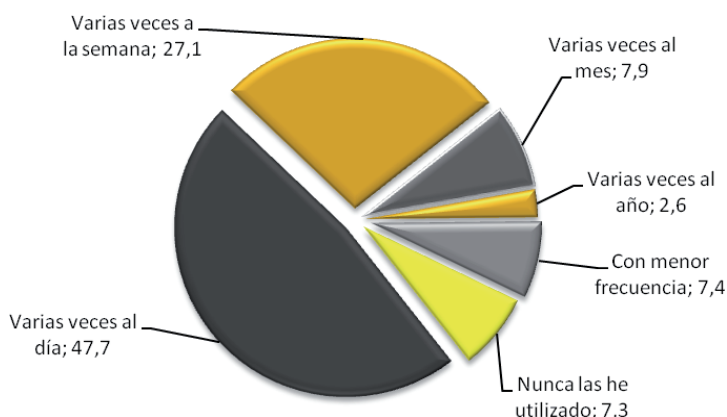
Gráfico 8. Motivos de las relaciones en Internet



A los nativos digitales les llama la atención el hecho de conocer gente, con un 32% de las respuestas, interés que desciende a medida que va aumentando la edad, representando sólo un 12% para los inmigrantes digitales mayores.

En cuanto al uso de redes sociales virtuales, aseguran utilizarlo el 75% de los encuestados. El 48% realiza la conexión a dichas redes varias veces al día. El motivo principal por el que se conectan a las redes es el de relacionarse con los amigos con el 81% de las respuestas; también lo utilizan bastante para ponerse en contacto con antiguos compañeros el 53,8%; y compartir aficiones comunes el 40,6%.

Gráfico 9. Frecuencia de la conexión a redes sociales



El 78% de las respuestas asegura que sus relaciones son en su mayoría presenciales, frente al 22% que define sus relaciones como virtuales. Esto se mantiene para los tres grupos de edad, si bien se observa que las relaciones virtuales son algo mayores en el grupo de los nativos digitales con un 28% de las respuestas. En cuanto al tiempo que dedican a las relaciones personales, son los miembros de este grupo los que pasan más tiempo relacionándose de a través de la red.

Por otro lado, hay que señalar que al 67,8% de los participantes, les resulta más fácil la relación personal que la virtual. Por edades, el grupo de los nativos digitales percibe las relaciones virtuales como más fáciles con un 47,7%, frente al 62% de los inmigrantes digitales.

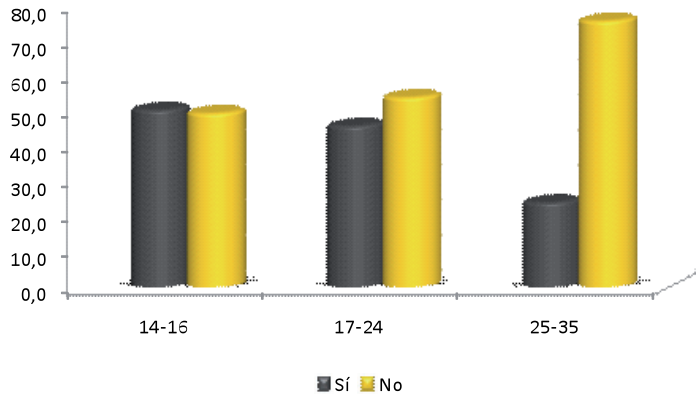
Los datos muestran que la mayor parte de los encuestados cree que gracias a las nuevas tecnologías y a los contenidos digitales, sus relaciones sociales son más abiertas, con un 40,7% que asegura estar bastante o muy de acuerdo; más inmediatas con un 59%; más amplias con un 49,3%; y más fáciles de establecer con un 52%.

Los nativos digitales son los que más de acuerdo están en cuanto a que las relaciones a través de Internet son más abiertas, más inmediatas, más amplias, y más fáciles de establecer. Aparte de este punto, no se observan grandes diferencias por edades, ya que tanto los nativos como los inmigrantes digitales creen que esos factores son los que mejor representan sus relaciones sociales en la red.

El 42,9% de los participantes aseguran que sus relaciones han cambiado mucho o bastante con el uso de las nuevas tecnologías, y el 37,7% piensa que han cambiado algo. En total aparece un 80,6% de los participantes que reconoce que sus relaciones han variado, siendo el grupo de los nativos digitales el que opina que las relaciones sociales han cambiado más.

Respecto a las preguntas referentes a los conflictos que han surgido en la red, los datos nos revelan que el 46,9% de los participantes han tenido algún tipo de conflicto. De todos estos, el 64,2% tuvieron lugar a través del messenger, el 26,9% en algún tipo de red social, y un 21% que se produjo a través del correo electrónico o de algún chat.

Gráfico 10. Existencia de conflictos a través de la red

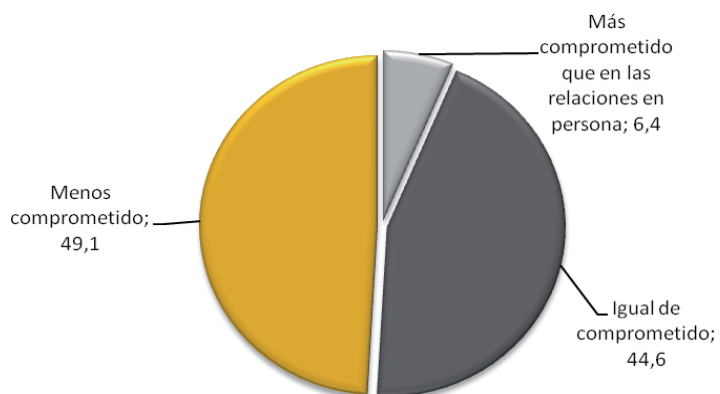


Las diferencias aparentes en los tres grupos muestran que los conflictos en la red se suceden más según disminuye la edad de los encuestados. Un 63% de los inmigrantes digitales de mayor edad afirma que nunca han tenido ningún conflicto en la red, frente al 59,6% de los nativos que asegura haberlo tenido. Sin embargo, en caso de producirse el conflicto, los medios que utilizan para resolverlo son similares: los conflictos personales se solucionaron a través de la red sólo un 35,5% de las veces, utilizando para ello en primer lugar el messenger con un 71,1%, seguido del correo electrónico y de las redes sociales.

La mayoría, el 87,2%, asegura que es más fácil solucionar los conflictos en persona que a través de la red por resultarles más fácil expresar sus sentimientos. Por el contrario, los que prefieren solucionar los conflictos a través de Internet consideran como principal motivo para hacerlo el disponer de más tiempo para contestar y poder rectificar, además de no sentirse condicionados por los gestos de los interlocutores y sentirse menos inhibidos en general.

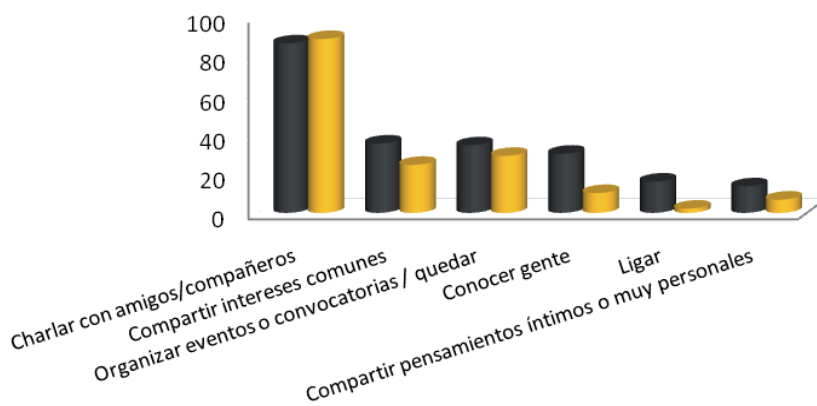
Por último, la mayor parte de los encuestados, con un 93,7%, afirma sentirse igual o menos comprometido en las relaciones establecidas a través de la red.

Gráfico 11. Percepción del compromiso en las relaciones a través de la red



Por último, cabe comentar que las diferencias por sexo no han resultado significativas en cuanto a las relaciones sociales que se producen a través de las TIC, con las únicas excepciones de: las relaciones sexuales (las mujeres declaran que utilizan menos Internet que los hombres para ligar con un 10% frente al 90% en el caso de los hombres), si bien ligar, no es un motivo aducido en su mayoría a nivel global; la intimidad, (los hombres declararon compartir pensamientos íntimos o muy personales en mayor medida que las mujeres); los juegos por diversión (que las mujeres se declaran menos proclives a jugar que los varones).

Gráfico 12. Motivo de la relación social por sexo



6. Conclusiones

Los factores que influyen en las relaciones sociales que se establecen a través de las tecnologías de la información y la comunicación son los relacionados con:

- los aspectos más personales de la relación,
- las características que las nuevas tecnologías imprimen, como son la rapidez, la facilidad de acceso y la amplitud,
- la sensación de seguridad que infiere a los usuarios de las TIC en el sentido del control que pueden efectuar sobre las relaciones debido a la accesibilidad a ellas, y a través de ellas, a los sujetos con los que se relacionan.

Los intereses de los nativos digitales varían de los de los inmigrantes en algunos aspectos de la relación a través de Internet. La edad está relacionada con el motivo por el cual se conectan a Internet: a mayor edad más interés en la búsqueda de información, y a menor edad más importancia por la diversión-oocio.

La edad también está relacionada con el uso de la red para buscar información, ya que a menor edad hay más referencias a la información relacionada con los estudios y a mayor edad más referencias a la información profesional.

El sexo no influye en la percepción general de las relaciones que se establecen a través de la red, ni de los usos o contenidos preferidos, excepto en los usos relacionados con la sexualidad, con la intimidad o con algunas formas de diversión como los juegos.

Cuando se usa la red por diversión, se hace sobre todo para escuchar música, ver películas o series de televisión. Los tres grupos así lo manifiestan aunque con una preponderancia del grupo intermedio de los inmigrantes digitales. Además, los nativos digitales suelen conectarse también para jugar.

Las relaciones a través de la red presentan características similares para todos los grupos de edad, siendo los amigos con los que más se relacionan, seguidos de los compañeros y los familiares.

Las redes sociales son usadas en especial por los nativos digitales que aseguran usarlo con más frecuencia.

En cuanto a los cambios que han llevado las nuevas tecnologías a las relaciones sociales, aunque son evidentes para todos los grupos de edad, pues todos creen que sus relaciones son más abiertas, más inmediatas, más amplias y más fáciles de establecer, son los nativos digitales los que manifiestan percibir ese cambio de una forma más clara.

Los conflictos dentro de las redes sociales aumentan según disminuye la edad, pero tanto los nativos como los inmigrantes digitales coinciden en señalar que la mejor forma de resolver un conflicto es en persona, si bien se observa que los nativos digitales están comenzando a solucionar sus problemas de relación a través de Internet en mayor medida.

Bibliografía citada

- ACPI-Protégeles, *Seguridad infantil y costumbres de los menores en internet*, http://www.protegeles.com/docs/estudio_internet.pdf, 8-3-2011.
- BAÑUELOS CAPISTRÁN, J., *Integración digital e intercambio cultural. Propuestas y alternativas sociales*, <http://www.icono14.net/index.php/es/eventos/i-ci-sociedad-digital>, 14-2-2011.
- CASTELLS, M., *The Internet Galaxy: reflections on the Internet, business and society*, Oxford University Press, New York, 2002.
- ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS, *Audiencia de Internet. Octubre-noviembre 2010*, <http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>, 23-2-2011.
- EUROBAROMETER, *E-Communications Household Survey Report*, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_335_en.pdf, 4-3-2011.
- GARCÍA GARCÍA, F. y GÉRTRUDIX BARRIO, M., “Mare Nostrum Digital: Mito, ideología y realidad de un imaginario sociotécnico”, *Icono 14*, n° 12, 2009, pp. 07-30, <http://www.icono14.net/monografico/nativos-digitales-ciudadanos-europeos>, 14-2-2011.
- INE, *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*, <http://www.ines.es/jaxi/tabla.do>, 31-3-2011.
- KATZ, J.E. y RICE, R.E., *Social Consequences of Internet Use*, Editorial UOC, Barcelona, 2005.
- MIRANDA DE LARRA, R., *Los menores en la Red: comportamiento y navegación segura*, http://fundacionorange.es/documentos/analisis/cuadernos/los_menores_red.pdf, 4-3-2011.
- MORAHAN-MARTIN, J. y SCHUMAKER, P., “Loneliness and Social Uses of the Internet”, *Computers in human behavior*, vol. 19, 2003, pp. 659-671.
- MORAL, F., “Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en Internet”, *Anuario de Psicología*, vol. 32, n° 2, 2001, pp. 13-30, <http://www.eqdpsicologos.com/componentes/documento/616651PB.pdf>, 22-2-2011.
- NIE, N.H., y ERBRING, L., *Internet and society: a preliminary report*, Stanford Institute for the Quantitative Study of Society, Stanford, CA, 2000.
- ONTSI, *Observatorio de las Telecomunicaciones*, <http://www.ontsi.red.es/hogares-ciudadanos/articles/id/4927/xxvii-xxviii-oleadas-del-panel-hogares-enero-junio-2010.html>, 14-3-2011.
- PRENSKY, M., “Digital Natives, Digital Immigrants”, *On the horizon*, vol. 9 n° 5, October 2001, <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, 11-2-2011.
- SGAE, *Informe Gestión y Responsabilidad Social Corporativa de la SGAE*, http://www.sgae.es/recursos/informes/memoria_2007/05informe_gobierno_corp.html, 24-3-2011.