



**ANÁLISIS DE ESTUDIOS SOBRE FACEBOOK®
EN COMPUTER AND HUMAN BEHAVIOR® (2010-2013)
RESEARCH ABOUT FACEBOOK® IN COMPUTER AND HUMAN BEHAVIOR® (2010-2013)**

Judit García Martín. Jesús Nicasio García Sánchez
Universidad de León

Fecha de recepción: 2 de Diciembre de 2013

Fecha de admisión: 30 de Marzo de 2014

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe the main psychological and educational trends of research about a social network, Facebook®, and they are being carried out internationally. For this, we do an empirical analysis of twenty articles on the topic published in the last four years in an international journal of impact, *Computer and Human Behavior®*. In this line, the present study confirms that research on the use and effects of Facebook®, is extensive, meticulous and strict. During this research study, we received competitive funds from the Spanish Ministry of Science and Innovation (MICINN, currently MINECO) (EDU2010-19250 / EDUC) for 2010-2013, awarded to the Director/Main Researcher (J. N. García). J. García-Martín received funds from the (FPI-MICINN) of the same project for four years (2011-2015).

Keywords: social networking sites, web 2.0 technologies, education, psychology, Facebook®

RESUMEN

El propósito del presente estudio es describir las principales líneas de investigación psicoeducativas que se están llevando a cabo a nivel internacional en torno a *Facebook®* en una revista internacional de impacto, *Computer and Human Behavior®*. Para ello, se realiza un análisis de veinte artículos empíricos sobre la temática publicados en los últimos cuatro años en dicha revista. En esta línea, el presente estudio corrobora que la investigación sobre el uso y los efectos de Facebook® es extensa, detallada y rigurosa. Durante la realización de este estudio se recibieron ayudas competitivas del proyecto (EDU2010-19250/EDUC) del Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN, en la actualidad MINECO), para el trienio 2010-2013, concedido al Investigador Principal (J. N. García) así como una beca predoctoral de formación de personal investigador (FPI-MICINN) del mismo proyecto concedida a J. García-Martín para el cuatrienio (2011-2015).



Palabras Clave: redes sociales, herramientas 2.0, educación, psicología, Facebook®

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se ha venido observando un interés generalizado por investigar el uso que se hace de diferentes herramientas de la web 2.0 en los diferentes escenarios de la vida diaria (García-Martín & García-Sánchez, 2013) y de los efectos que se producen en variables psicológicas diversas como consecuencia de su uso, siendo especialmente relevantes los relativos al uso de las redes sociales, en concreto el de Facebook®, red social internacional por excelencia. En esta línea, los enfoques y líneas de investigación seguidos en torno a ello, son muy diversos al igual que los propósitos de los principales estudios efectuados en los últimos años, pudiendo ser agrupados en seis grandes grupos: i) los motivos para la creación y el mantenimiento de una cuenta en Facebook®; ii) los patrones de uso diferenciales en función del género, la edad y el nivel educativo; iii) las percepciones que los usuarios tienen acerca del uso y de los efectos de esta herramienta; iv) los efectos que se producen en variables psicoeducativas diversas como consecuencia del uso de esta herramienta durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de contenidos curriculares diversos; v) los patrones de uso diferenciales en función de los rasgos y factores de personalidad; y vi) revisiones teóricas tanto sobre el uso de esta red social como de los efectos del uso de ésta en diferentes esferas de la vida cotidiana.

En primer lugar, en relación a los motivos para la creación y el mantenimiento del uso de esta red social, son cuantiosas las investigaciones que se han realizado sobre esta temática a nivel internacional. En la mayoría de éstas, se analizan los motivos al mismo tiempo que se examinan otros aspectos estrechamente relacionados como por ejemplo el tiempo de dedicación, el nivel de satisfacción, los niveles de autorregulación y las configuraciones de la política de privacidad que los usuarios encuestados efectúan en sus redes sociales (Clayton, Osborne, Miller & Oberle 2013; Special & Li-Barber, 2012; Stutzman, Capra, Thompson, 2011).

En segundo lugar, en cuanto a los patrones de uso diferenciales en función del género o la edad, son amplios los estudios empíricos internacionales realizados en torno a este objetivo. De modo que prácticamente en la totalidad de las investigaciones realizadas en torno a dicha temática, se compara el uso de Facebook® en función del género o el nivel académico (Balakrishnan & Shamim, 2013; McAndrew & Jeong, 2012). Sin embargo, son menos las que se realizan a nivel intergeneracional entre jóvenes y adultos o entre adolescentes y personas mayores.

En tercer lugar, es más que sabido que las percepciones que se tienen sobre el uso y los efectos de esta herramienta, es una línea de investigación que se viene desarrollando y optimizando a nivel internacional desde hace mucho tiempo y que tiene una prospectiva futura evidente, ya que los tiempos cambian y surgen nuevos enfoques, teorías, paradigmas que influyen e incluso modifican las percepciones que los usuarios tienen sobre ellas. Por ello, los estudios realizados en torno a dicho propósito han analizado variables y aspectos sustancialmente diferentes. En este sentido, en estos estudios se han investigado aspectos tales como las percepciones que los usuarios tienen acerca del tiempo que dedican a la red social, de las actividades realizadas, de la presencia social y de la satisfacción (Baek, Holton, Harp & Yaschur, 2011; Junco, 2013; McAndrew & Jeong, 2012; Special & Li-Barber, 2012).

Asimismo, en cuarto lugar, en lo que respecta al análisis de los efectos que se producen en variables psicoeducativas diversas como consecuencia del uso de esta herramienta durante el proceso de enseñanza-aprendizaje de contenidos curriculares variados. En los últimos años se han examinado y analizado aspectos tales como el compromiso por el aprendizaje, la motivación, el rendimiento académico, la autoeficacia, la autorregulación...Sobre todo ello, existe gran evidencia empírica, primordialmente en la Educación Superior (Junco, 2013; Kirschner & Karpinski, 2010).

Por otra parte, en relación a los patrones de uso diferenciales en función de rasgos y factores de personalidad, en los últimos años se ha comenzado a indagar sobre este novedoso enfoque, ejerciéndose de este modo, un especial interés por las relaciones de reciprocidad existentes entre los patrones de usos de Facebook con los factores de personalidad recogidos en el *Big Five*® así como con otros aspectos o rasgos de personalidad (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Cheung, Chiu & Lee, 2011; Park, Jin & Jin, 2011; Ryan & Xenos, 2011; Skues et al., 2012).



Y en último lugar, también se observa la realización de revisiones teóricas en torno a dicha temática a nivel internacional (Hew, 2011).

Por todo ello, con la presente investigación se persiguen describir las principales líneas de investigación llevadas a cabo entorno a Facebook®, en una revista internacional, *Computers and Human Behavior*®, con un índice de impacto de 2.067 según Thomson Citations (2012) a través del análisis de veinte artículos empíricos publicados en ella en los últimos cuatro años.

METODOLOGÍA DE LA REVISIÓN

El pasado día 25 de Julio de 2013, se realizó una búsqueda en la base de datos de ScienceDirect® indexada en la Universidad de León. Para ello, se indicó Facebook como palabra clave, el nombre completo de la revista, *Computers and Human Behavior*®, así como el periodo de publicación (2010-2013) que se quería analizar. Dicha búsqueda supuso el acceso de cuarenta y siete artículos de los cuales dieciséis son del año 2013, diecinueve del 2012, ocho del 2011 y cuatro del 2010. De ese conjunto, se excluyeron aquellos en los que se analizaba Facebook junto con otra red social y los que no estaban centrados especialmente en analizar algún aspecto particular de la red social en cuestión, seleccionándose de este modo una muestra final de veinte, cinco del año 2013, cinco del año 2012, seis del año 2011 y cuatro del año 2010 (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013; Bevan, Pfyl & Barclay, 2012; Chen & Marcus, 2012; Cheung et al., 2011; Clayton et al., 2013; Junco, 2013; Kirschner & Karpinski, 2010; McAndrew & Jeong, 2012; Nosko, Wood & Molema, 2010; Oldmeadow, Quinn & Kowert, 2013; Park et al., 2011; Ryan & Xenos, 2011; Sheldon, 2013; Skues, Williams & Wise, 2012; Smock, Ellison, Lampe & Wohn, 2011; Special & Li-Barber, 2012; Stutzman et al., 2011; Wang, Moon, Kwon, Evans & Stefanone, 2010). Con posterioridad y con el propósito de configurar una tabla-síntesis se leyeron y analizaron cada uno de los veinte artículos seleccionados en base a las siguientes categorías: *i) continente de procedencia de las instituciones educativas de los autores; ii) objetivo; iii) palabras clave; iv) muestra e v) instrumento.*

EVIDENCIAS EMPÍRICAS

A continuación, se exponen las evidencias empíricas obtenidas del análisis de las veinte publicaciones que versan sobre la temática seleccionada. En esta línea, en cuanto a la primera de las categorías, *la relativa al continente de procedencia de las instituciones educativas a las que los distintos autores están adscritos*, se puede afirmar que la mayoría de los estudios han sido realizados por investigadores americanos (N=12). No obstante, una pequeña muestra de las investigaciones realizadas han sido realizadas también por asiáticos (N=2), europeos (N= 2) y australianos (N = 2). Sin embargo, no se observa ninguna publicación llevada a cabo por investigadores del continente africano. A este conjunto, hay que añadir dos publicaciones más (N= 2) que han sido realizadas por las colaboraciones de investigadores de varios continentes. En el primer caso, por investigadores americanos y asiáticos y en el segundo, por investigadores americanos y europeos.

En relación a la segunda, todos los artículos examinados se centran en analizar el uso de Facebook y su relación con variables psicoeducativas diversas. En esta línea, hay estudios que examinan si existe o no relación entre el uso de esta herramienta de la web 2.0 y la *satisfacción* (Special & Li-Barber, 2012), *la privacidad* (Stutzman et al., 2011), el *individualismo* (Cheung et al., 2011; Wang et al., 2010), *la autorrevelación* (Cheung et al., 2011), *las emociones* (Bevan et al., 2012); *los rasgos de personalidad* (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Cheung et al., 2011; Park et al., 2011; Ryan & Xenos, 2011; Skues et al., 2012), *las motivaciones* (Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013; Chen & Marcus, 2012; Clayton et al., 2013; Special & Li-Barber, 2012), *las adicciones* (Balakrishnan & Shamim, 2013), *las gratificaciones* (Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013), *el rendimiento académico* (Junco, 2013; Kirschner & Karpinski, 2010) etc. y de qué tipo es (véase tabla 1).



Tabla 1. Análisis de la perspectiva seguida

<i>Perspectiva</i>	<i>Estudios</i>
<i>Educativa</i>	(Junco, 2013; Kirschner & Karpinski, 2010)
<i>Psicológica</i>	(Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013; Chen & Marcus, 2012; Cheung et al., 2011; Clayton et al., 2013; Junco, 2013; Kirschner & Karpinski, 2010; Special & Li-Barber, 2012)
<i>Personal</i>	(Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013; Cheung et al., 2011; Park et al., 2011; Ryan & Xenos, 2011; Skues et al., 2012; Stutzman et al., 2011; Wang et al., 2010)
<i>Social</i>	(Cheung et al., 2011)
<i>Emocional</i>	(Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013; Bevan et al., 2012; Chen & Marcus, 2012; Clayton et al., 2013; Special & Li-Barber, 2012)

En relación a la tercera, las palabras claves van en relación con el objetivo. Por ello, las que se repiten con mayor frecuencia son: motivos o motivación, personalidad, red social, usos y gratificaciones.

En relación a la muestra, el 20% son muestras grandes, con más de seiscientos encuestados (Balakrishnan & Shamim, 2013; McAndrew & Jeong, 2012; Oldmeadow et al., 2013; Ryan & Xenos, 2011), el 30% son muestras pequeñas que cuentan con menos de doscientos participantes (Baek et al., 2011; Cheung et al., 2011; Junco, 2013; Sheldon, 2013; Special & Li-Barber, 2012; Stutzman et al., 2011), y por último el 50% restante son muestras medianas, es decir, más de doscientos encuestados pero menos de seiscientos (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Bevan et al., 2012; Chen & Marcus, 2012; Clayton et al., 2013; Kirschner & Karpinski, 2010; Nosko et al., 2010; Park et al., 2011; Skues et al., 2012; Smock et al., 2011; Wang et al., 2010).

Y finalmente, en relación al instrumento, la integridad de los estudios analizados utilizan cuestionarios, encuestas o escalas online para evaluar los distintos aspectos. Sin embargo, en un estudio también se observa el uso de un software informático con el que se evalúa más objetivamente el uso efectuado en Facebook® (Junco, 2013).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Con la revisión de estudios descrita en el presente artículo se ofrece una visión académica, psicológica e internacional sobre las principales tendencias de investigación que se están llevando a cabo en torno al uso de las redes sociales, especialmente de Facebook®, en la vida diaria, así como de los efectos que dicho uso tiene en diferentes aspectos del comportamiento humano tales como las emociones, las motivaciones, las satisfacciones, los factores o dimensiones de personalidad (extraversión, apertura a nuevas experiencias, responsabilidad, amabilidad, inestabilidad emocional o neuroticismo), las gratificaciones, las adiciones, la autorrevelación, el individualismo, el colectivismo y el rendimiento académico (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Baek et al., 2011; Balakrishnan & Shamim, 2013; Bevan, Pfyl & Barclay, 2012; Chen & Marcus, 2012; Cheung et al., 2011; Clayton et al., 2013; Junco, 2013; Kirschner & Karpinski, 2010; McAndrew & Jeong, 2012; Nosko, Wood & Molema,



2010; Oldmeadow, Quinn & Kowert, 2013; Park et al., 2011; Ryan & Xenos, 2011; Sheldon, 2013; Skues, Williams & Wise, 2012; Smock, Ellison, Lampe & Wohn, 2011; Special & Li-Barber, 2012; Stutzman et al., 2011; Wang, Moon, Kwon, Evans & Stefanone, 2010). En esta línea, el análisis realizado ha permitido corroborar que son numerosas las perspectivas psicológicas y académicas existentes en la actualidad para examinar el comportamiento humano en estos *social media*.

Asimismo, también se ha observado que la totalidad de los estudios examinados se han llevado a cabo a través de cuestionarios, escalas y encuestas online con muestras relativamente amplias, recordar que más de la mitad de las publicaciones examinadas contaban con más de doscientos participantes, confirmándose de este modo, el enorme potencial de determinadas herramientas de la web 2.0, tales como el SurveyMonkey®, para la realización de este tipo de estudios.

Y para terminar, con la presente revisión, se ha corroborado que la mayor parte de la investigación sobre dicha temática está siendo efectuada desde el continente americano, siendo deficitaria en el resto de continentes especialmente en el africano. Por ello, se considera que investigaciones intercontinentales sobre la temática deberían realizarse en vistas a describir las razones de dicha conclusión.

REFERENCIAS

- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289–1295. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.018
- Baek, K., Holton, A., Harp, D., & Yaschur, C. (2011). The links that bind: Uncovering novel motivations for linking on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27, 2243–2248. doi: 10.1016/j.chb.2011.07.003
- Balakrishnan, V., & Shamim, A. (2013). Malaysian Facebookers: Motives and addictive behaviours unraveled. *Computers in Human Behavior*, 29, 1342–1349. doi: 10.1016/j.chb.2013.01.010
- Bevan, J. L., Pfyl, J., & Barclay, B. (2012). Negative emotional and cognitive responses to being unfriended on Facebook: An exploratory study. *Computers in Human Behavior*, 28, 1458–1464. doi: 10.1016/j.chb.2012.03.008
- Chen, B., & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28, 2091–2099. doi: 10.1016/j.chb.2012.06.013
- Cheung, Ch., Chiu, P.Y., & Lee, M. (2011). Online social networks: Why do students use Facebook? *Computers in Human Behavior*, 27, 1337–1343. doi: 10.1016/j.chb.2010.07.028
- Clayton, R. B., Osborne, R. E., Miller, B. K., & Oberle, C. D. (2013). Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29, 687–693. doi: 10.1016/j.chb.2012.12.002
- García-Martín, J., & García-Sánchez, J. (2013). Patterns of web 2.0 tool use among young Spanish people. *Computers & Education*, 67, 105–120. doi: 10.1016/j.compedu.2013.03.003
- Hew, K. F. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 662–676. doi: 10.1016/j.chb.2010.11.020
- Junco, R. (2013). Comparing actual and self-reported measures of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 626–631. doi: 10.1016/j.chb.2012.11.007
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26, 1237–1245. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.024
- McAndrew, F. T., & Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28, 2359–2365. doi: 10.1016/j.chb.2012.07.007
- Nosko, A., Wood, E., & Molema, S. (2010). All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of FACEBOOK. *Computers in Human Behavior*, 26, 406–418. doi: 10.1016/j.chb.2009.11.012



- Oldmeadow, J.A., Quinn, S., & Kowert, R. (2013). Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior*, 29, 1142–1149. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.006
- Park, N., Jin, B., & Jin, S. A. (2011). Effects of self-disclosure on relational intimacy in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27, 1974–1983. doi: 10.1016/j.chb.2011.05.004
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658–1664. doi: 10.1016/j.chb.2011.02.004
- Sheldon, P. (2013). Voices that cannot be heard: Can shyness explain how we communicate on Facebook versus face-to-face? *Computers in Human Behavior*, 29, 1402–1407. doi: 10.1016/j.chb.2013.01.016
- Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28, 2414–2419. doi: 10.1016/j.chb.2012.07.012
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27, 2322–2329. doi: 10.1016/j.chb.2011.07.011
- Special, W. P., & Li-Barber, K. T. (2012). Self-disclosure and student satisfaction with Facebook. *Computers in Human Behavior*, 28, 624–630. doi: 10.1016/j.chb.2011.11.008
- Stutzman, F., Capra, R., & Thompson, J. (2011). Factors mediating disclosure in social network sites. *Computers in Human Behavior*, 27, 590–598. doi: 10.1016/j.chb.2010.10.017
- Wang, S. S., Moon, S., Kwon, K. H., Evans, C. A., & Stefanone, M. A. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26, 226–234. doi: 10.1016/j.chb.2009.10.001