



TESIS DOCTORAL

**EVALUACIÓN DEL USO DE REDES SOCIALES Y SU
INFLUENCIA EN EL BIENESTAR PSICOLÓGICO EN
POBLACIÓN UNIVERSITARIA**

María Fernanda Giles Pérez

PROGRAMA DE DOCTORADO EN INNOVACIÓN EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO.
ASESORAMIENTO, ANÁLISIS DE LA PRÁCTICA EDUCATIVA Y TIC EN EDUCACIÓN.

2021



TESIS DOCTORAL

Evaluación del uso de redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico en población universitaria

María Fernanda Giles Pérez

Conformidad de los directores:

Dra. Laura Trinidad Alonso Díaz

Dr. Sixto Cubo Delgado

2021

DERECHOS DE AUTORÍA DE LA OBRA



Creative Commons: atribución – no comercial – sin obras derivadas (CC by-nc-nd).

Esta obra tiene derechos reservados, por lo que el acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización deben respetar los derechos de autoría. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el Artículo 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la autora.

En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara la atribución de la obra, citando el título de la tesis doctoral junto con los nombres y apellidos de las personas responsables de su autoría. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines comerciales. Tampoco se permite la modificación de la obra. Esta reserva de derechos afecta a todo el contenido de la tesis doctoral.

Igualmente, en lo que se refiere a las publicaciones en revistas científicas de esta tesis doctoral adjunta, se deberá respetar en todo momento la normativa de las editoriales, y siempre que se aluda al trabajo se acompañará de la correspondiente citación del mismo con todos los datos para su correcta localización (autoría, año, título, publicación, volumen, número, páginas y DOI o enlace web de consulta).

Dedicatoria a mi familia.

*Por su fuerza, por su apoyo incondicional,
por ser simplemente el motor de mi vida.
La que me ayuda y me aconseja a la hora de
enfrentarme a los problemas de la vida.
Gracias por ser como sois,
espero teneros siempre.*

Agradecimientos

Quiero agradecer primeramente a mi marido, por su apoyo incondicional, por sus palabras de fuerza en los momentos más difíciles y por su alegría cada mañana, con la que me transmite esa energía para continuar con mis estudios.

A mi padre Baldomero, por su insistencia en finalizar mis estudios y poder así tener una vida plena y satisfactoria. A mi madre Isabel Margarita por haberme enseñado que la vida es ayudar, ayudar a los nuestros y a los demás, gracias a la palabra de Dios, pero sobre todo el transmitir mis conocimientos a los demás a través de la enseñanza.

En general a mis padres, por inculcarme los valores de la vida, para poder llegar a ser la persona que soy hoy.

A mi hermano Francisco Ignacio, por su gran amor hacia mi, que hace que me sienta segura en todo lo que hago. A su gran apoyo en todas mis decisiones y también sus exigencias constructivas, que hace que pueda llegar a ser mejor en lo que me proponga.

Al Doctor Sixto Cubo, tutor de esta tesis, al que considero como parte de mi familia, por su ayuda y generosidad a la hora de aportarme conocimientos educativos. Desde el principio supe que iba a ser mi guía, mi apoyo y mi consejero, por su carácter y su fuerza a la hora de enseñar. A pesar de la distancia, ha sido un ejemplo a seguir por su constancia, paciencia y dedicación. Sus grandes críticas y aportes, necesarios para el desarrollo de la investigación, han creado un mayor acercamiento personal, generando así una familia educativa en la que se transmite seguridad, respeto y confianza.

A la Doctora Laura Trinidad Alonso, directora de esta tesis, la que me ha aportado tranquilidad y serenidad al a hora de enfrentarme a esta situación. Ella ha sabido dirigirme y ayudarme en los peores momentos, cuando pensaba que no terminaba la tesis. Y con ello, solo puedo dar las gracias por haber tenido los directores y tutores que me han estado apoyando en cada momento.



RESUMEN

Resumen

El objetivo principal de la presente investigación es estudiar la relación entre el bienestar psicológico y el uso de las redes sociales en la población universitaria. La muestra empleada es de 797 estudiantes mayores de 17 años, provenientes de las universidades de Extremadura y de Salamanca. Los instrumentos empleados son dos: General Health Questionnaire (GHQ-12) de Goldberg & Williams (1988) para la medición del bienestar psicológico, y un cuestionario realizado ad hoc para medir la frecuencia de uso de las redes sociales. Como objetivos secundarios analizamos diversos perfiles de uso de redes sociales en función de variables personales (sexo) y demográficas (población, edad y situación laboral) así como el conocimiento que los jóvenes universitarios tienen de los posibles problemas derivados de un uso excesivo, o erróneo, de las redes sociales. El análisis estadístico de los datos se complementa con un estudio de corte cualitativo, utilizando focus group como metodología en participantes universitarios de la Universidad de Extremadura y de Salamanca, para profundizar en la realidad subjetiva del uso de las redes sociales y conocer, entre otros aspectos, la finalidad con las que son utilizadas, sus motivaciones para hacerlo y las facetas que más valoran.

Palabras clave: Medios de comunicación en la educación, sistemas multimedia/hipermedia, espacios públicos y navegación.

Abstract

The main objective of this research is to study the relationship between psychological well-being and the use of social networks in the university population. The sample used is 797 students over 17 years of age, from the universities of Extremadura and Salamanca. The instruments used are two: General Health Questionnaire (GHQ-12) by Goldberg & Williams (1988) for the measurement of psychological well-being, and an ad hoc questionnaire to measure the frequency of use of social networks. As secondary objectives, we analyze various profiles of use of social networks based on personal variables (sex) and demographic (population, age and employment status) as well as the

knowledge that young university students have of possible problems derived from excessive or incorrect use, from social networks. The statistical analysis of the data is complemented with a qualitative study, using focus group as a methodology in university participants from the University of Extremadura and Salamanca, to delve into the subjective reality of the use of social networks and learn, among other aspects, the purpose for which they are used, their motivations for doing so and the aspects they value the most.

Keywords: Media in education, multimedia/hypermedia systems, public spaces and navigation.



ÍNDICE

ÍNDICE

Resumen	11
Introducción	19
1. Justificación	21
2. Estructura de la investigación	22
I. Fundamentación Teórica	25
1. Redes Sociales	27
1.1. Introducción	27
1.2. Conceptos y definiciones	32
1.3. Historia y evolución de las redes sociales	40
1.4. Privacidad en las redes sociales	50
1.5. Clasificación de las redes sociales	57
1.5.1. Redes sociales horizontales	57
1.5.2. Redes sociales verticales	74
1.5.2.1. Por temática	75
1.5.2.2. Por actividad	76
1.5.2.3. Por contenido compartido	78
1.6. Problemas que conlleva la utilización de las redes sociales	79
1.7. Uso de las redes sociales por los jóvenes universitarios	92
2. Bienestar psicológico	101
2.1. Introducción	101
2.2. Calidad de vida	102
2.3. Bienestar	104
2.4. Bienestar subjetivo	105
2.5. Bienestar psicológico en relación con el contexto social y la personalidad	110
3. La influencia de las redes sociales en el bienestar psicológico	115
4. Objetivos	125
5. Hipótesis	125

II. Estudio Empírico	137
1. Justificación metodológica	139
2. Diseño del estudio cuantitativo	139
2.1. Diseño y variables	140
2.2. Muestra	144
2.3. Instrumento	148
2.4. Procedimiento	155
3. Diseño del estudio cualitativo	156
3.1. Dimensiones del estudio	157
3.2. Participantes	158
3.3. Instrumento	160
3.4. Procedimiento	165
4. Resultados	169
4.1. Cuantitativo	171
4.1.1. Descriptivo	171
4.1.2. Inferencial	212
4.2. Cualitativo	241
4.2.1. Análisis por institución	256
4.2.1.1. Universidad de Extremadura (UEX)	256
4.2.1.2. Universidad de Salamanca (USAL)	286
4.2.2. Análisis comparado	309
III. Discusión y conclusiones	329
Referencias bibliográficas	339
Índice de tablas	371
Índice de figuras	377
Anexos	387



INTRODUCCIÓN

Introducción

1. Justificación

Las redes sociales suponen una parte de la realidad actual que ha cobrado una relevancia destacable en los diferentes planos del desarrollo individual y social. Son plataformas que nos proporcionan la capacidad de permanecer en contacto con diversos usuarios a través de comunicaciones en formato texto o audiovisuales. Se trata de herramientas que proporcionan la posibilidad de compartir contenido, interactuar con terceros e incluso crear comunidades sobre intereses similares: profesional, actualidad, relaciones interpersonales etc.

El cambio que ha originado el llevar la vida privada a los espacios de conexión en red, la exposición pública y cómo nos sentimos ante las reacciones que provocan las interacciones en las redes sociales son los planteamientos que están en la base de este estudio. Por ello, la relación directa entre el uso de redes sociales con el concepto de bienestar psicológico es el foco de la presente investigación. Especialmente, nos preguntamos cómo afecta esta realidad a la población universitaria, pues son un grupo de edad muy vinculado con las redes sociales. Por ello, nos decantamos por estudiantes universitario de la Universidad de Extremadura de primer y último curso de Grado y Máster. También nos interesaba estudiar si esta realidad es semejante en diferentes universidades, por lo que se ha realizado una comparativa entre estudiantes de la Universidad de Extremadura y de la Universidad de Salamanca, donde la doctoranda ha realizado una estancia durante sus estudios de Doctorado.

El concepto de bienestar psicológico ha experimentado en los últimos años un enorme interés entre la comunidad educativa y de psicología, que son las que nos ocupan debido a la temática del estudio. Este concepto surgió en Estados Unidos y se fue precisando a partir del desarrollo de sociedades industrializadas y del interés por las condiciones de vida. Preguntas como por qué algunas personas se sienten más satisfechas con sus vidas que otras o cuáles eran los factores relacionados con el bienestar psicológico y la satisfacción fueron las que impulsaron el estudio por este constructo. Este concepto se asociaba, inicialmente con la apariencia física, la inteligencia

o el dinero; sin embargo, actualmente y como resultado de diversas investigaciones, se sabe que el bienestar psicológico no sólo se relaciona con estas variables sino también con la subjetividad personal (Diener, Suh y Oishi, 1997).

Con todo ello, nos surgió la incertidumbre de conocer hasta qué punto la gente usaba las redes sociales y si ello podía o no influir en su bienestar psicológico, concretando así una pregunta general de nuestro trabajo, a saber, ¿existe alguna relación entre la frecuencia de uso de las redes sociales y la percepción de bienestar psicológico del alumnado universitario?

Consideramos que dar respuesta a una pregunta de este tipo es especialmente interesante en una realidad en la que las tecnologías, debido a la situación de pandemia declarada por la COVID-19, ha cobrado una relevancia dominante en las relaciones sociales. Si bien, este estudio se realiza en un contexto prepandémico, creemos que las conclusiones que obtengamos servirán de referente para conocer cómo el bienestar psicológico se relaciona con el uso de las redes sociales en la actualidad.

2. Estructura de la investigación

La estructura del presente trabajo se compone de un primer bloque de introducción donde se desarrolla la justificación del trabajo de investigación, así como su estructura.

En un segundo bloque se expone la fundamentación teórica, en cuya primera parte se hace una breve descripción de que son las redes sociales, sus tipos y sus características. De igual manera, nos intentamos acercar a los problemas que conlleva el uso abusivo de estas redes sociales sobre todo en los universitarios. La segunda parte de este bloque versa sobre el concepto de el bienestar psicológico y su evaluación. En este punto, nos adentramos en el perfil de los jóvenes universitarios, conociendo sus costumbres y usos que realizan de las redes sociales.

Dentro de este segundo bloque se relacionan los dos constructos analizados, describiendo investigaciones referentes a las redes sociales y al bienestar psicológico en común. Para finalizar, en este bloque se introducen los objetivos y las hipótesis que se llevarán a cabo en la investigación.

En el tercer bloque, el estudio empírico, se describe la muestra, las variables estudiadas, los instrumentos de recogida de datos y los resultados obtenidos, tanto en el análisis descriptivo como en el análisis inferencial.

En el cuarto bloque se desarrollan las discusión y conclusiones de la investigación.

Por último, el presente estudio termina con las referencias bibliográficas utilizadas, así como con los anexos.

Para mejorar la comprensión de esta estructura se muestra, a continuación, la Figura 1.



Figura 1. Estructura de la tesis.



I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. *Redes sociales*

1.1. *Introducción*

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como "TIC", se refieren a aquellas tecnologías centradas en los campos de la información, la microelectrónica y las telecomunicaciones que permiten crear nuevas formas de comunicación (Rumaní, 2009). Se trata de un conjunto de herramientas, o recursos de tipo tecnológico y comunicacional, que sirven para facilitar la emisión, acceso y tratamiento de la información mediante códigos variados; textos, imágenes, sonidos, entre otros.

Es cierto que diferentes desarrollos tecnológicos como la radio, el teléfono o la televisión (por citar algunos ejemplos) han ido dejando una impronta significativa en la vida del ser humano. El acceso a internet, sin lugar a dudas, ha marcado definitivamente sus designios. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están teniendo un impacto creciente en la vida cotidiana, siendo palpable por la recurrencia de uso de relaciones sociales, búsqueda de información, acceso a servicios telemáticos (públicos y culturales), así como en la participación, movilización y organización social (Castells, 1997; 2001).

Con la aparición de internet y la posibilidad de mantener relaciones sociales periódicas a distancia, la noción físico-geográfica del concepto de comunidad se desvanece. Krause (2001) propuso eliminar la dependencia de la noción de territorio, así como enfatizar la dimensión intersubjetiva (sentido de pertenencia e influencia mutua), minimizar el componente valorativo ideal (la comunidad como algo imperfecto) y relativizar las nociones de continuidad (no toda comunidad perdura en el tiempo) y exclusividad (generalmente, no sólo se pertenece a una comunidad). Esta perspectiva del concepto parece muy oportuna para focalizarse en las comunidades online.

Seguendo a Jones (2003), las comunidades online se distinguen de numerosas comunidades con límites abiertos (los usuarios pueden entrar y salir con costes mucho menores que lo que supone físicamente cambiarse a una nueva comunidad), el relativo anonimato de la interacción mediada por un dispositivo (ordenador, teléfono, etc) y la posibilidad de relacionarse con una gran diversidad social.

Si el ser humano es social y, por lo tanto, necesita comunicarse, la adolescencia sería un ejemplo idóneo para reflejar dicha necesidad. Los adolescentes reciben información de las personas adultas y de la sociedad en general, digiriendo esa información en su intelecto (en muchas ocasiones sin la capacidad de masticar la misma) y en la relación con sus pares. Esta relación genera conocimiento, pero también, y de modo muy relevante, genera cultura social, entendiendo la cultura en un sentido amplio. Por medio de esta comunicación, forjan su identidad personal y de género, expresan sus emociones y reciben feedback de su proyección hacia el resto. Por ello, generan normas de conducta formales e informales, diferentes tempos en sus procesos de maduración, etc. En pocas palabras, la comunicación es imprescindible para convertirse en una persona adulta. Durante este proceso, los adolescentes inventan códigos propios, palabras o signos, introducen nuevos hábitos, vestidos o músicas, generan valores alternativos, etc. Todo ello les permite crecer y madurar, aunque este proceso, recurrentemente, implica exposición a crisis personales o conflictos con otros (o con la sociedad en general). Una particularidad esencial de la comunicación de los adolescentes es que se produce principalmente entre ellos mismos, es decir, con amigos y compañeros. Los adolescentes han encontrado en las redes sociales un canal de comunicación innovador y alternativo, que dominan y utilizan para construir su identidad social (Bernal & Angulo, 2013) y de género (Renau, Oberst & Carbonell, 2013).

Por otra parte, la evolución de la sociedad occidental ha convertido estos medios de comunicación en un instrumento imprescindible en lo social y en lo cotidiano (Bernal & Angulo, 2013). El aumento de la movilidad, los viajes (por motivos personales o laborales), pero también un incremento en la sensación de inseguridad ciudadana y la pérdida de control social para muchos padres en las ciudades, dificultan la comunicación «cara a cara». El teléfono familiar fue dando paso al teléfono móvil (o personal), así como el ordenador personal (sobremesa) evolucionó hacia el ordenador portátil. Actualmente,

estos dos dispositivos convergen en uno; el smartphone, que se ha convertido en una puerta de acceso privilegiada a las redes sociales. Para los adolescentes de hoy, las redes sociales están tan embebidas en su día a día que no saben realmente lo que sería su vida sin ellas (Boyd, 2014; Rideout, 2012).

El medio más antiguo de comunicación es la comunicación «cara a cara», aquella en la que dos o más personas se transmiten información de índole diversa mediante la palabra y el lenguaje gestual. Se considera que esta es la comunicación adecuada para las interacciones sociales en general, incluso en mayor grado cuando se trata de situaciones delicadas o íntimas, tanto en el ámbito laboral, como en las relaciones sentimentales o tratamiento psicológico (Carbonell & Oberst, 2015).

La comunicación oral se ha mantenido prácticamente inalterable, en cambio, la comunicación escrita ha sufrido una auténtica revolución. De un mundo totalmente analógico, donde se escribían cartas o imprimían periódicos, se ha pasado a un mundo digital, transicionando del libro o la carta a las pantallas, en las que no solo se consume contenido; también se genera nuevo constantemente por cada uno de dichos consumidores. Esto conlleva pasar de ser receptor a ser receptor/emisor del mensaje (Carbonell & Oberst, 2015).

En la última década se ha asistido a un incremento desproporcionado de las publicaciones sobre lo que Griffiths (2010) denominó «adicciones tecnológicas» (Carbonell, Guardiola, Beranuy & Bellés, 2009). Las adicciones «conductuales» han sido menos estudiadas. Pese a ello, la quinta y última edición del DSM-5 ha aceptado que el juego patológico es un trastorno de la misma entidad que las adicciones a sustancias (American Psychiatric Association, 2013).

El uso de las tecnologías introduce nuevas formas de comunicación menos controladas, más frías, solitarias y distantes. Es posible que sea necesario un período de adaptación, tanto para los nuevos usuarios como para los no practicantes (que también necesitan incorporar las nuevas actitudes y comportamientos que el uso de las mismas conlleva).

Traver y Fernandez (2011) nos dan a conocer que, por medio de la tecnología y su avance, se han creado nuevas formas de relacionamiento social en espacios virtuales, provocando que las relaciones interpersonales sean más complejas, pero más enriquecedoras.

La evolución de las tecnologías viene marcada por el cambio y mejoras de las distintas webs y plataformas presentes en nuestro país. Por ello, se destacan las diferencias entre las diferentes tipologías de webs y su evolución.

En primer lugar, la Web 1.0, era una web únicamente de lectura, que mostraba información y en la que los usuarios eran básicamente consumidores de información. Las páginas en su gran mayoría no se podían modificar y eran estáticas (Vilo, 2011). Esto permitía una exposición global de información, pudiendo llegar a comunicar de forma masiva. Pese a ello, la necesidad de que los usuarios pudieran, además de consumir, generar contenido dio nacimiento a la Web 2.0, también llamada web social. Con ella comenzó el uso de webs colaborativas, donde los usuarios dejan de ser totalmente pasivos y comienzan a aportar conocimientos, interacciones, comentarios, etc. En esta etapa nacieron las redes sociales, así como las wikis, entre otros.

La Web 2.0 se debe a Darcy DiNucci que la citó en 1999 en uno de sus artículos en referencia al cambio que estaba sufriendo la Web por aquel entonces. Se popularizó en 2004 cuando O'Reilly Media y MediaLive organizaron la primera conferencia sobre Web 2.0, haciendo referencia a las características sociales y de colaboración que había adquirido internet (Vilo, 2011).

La Web social, tal como se denomina habitualmente a la Web 2.0, empieza a compartir apellido ("social") con ciertos medios de comunicación, a los que se les denomina Medios Sociales o Social Media, en contraposición a Mass Media, para mostrar el importante cambio de modelo que atraviesa la comunicación en la actualidad. Por otro lado, Cravero y Alzas (2012), describen los medios sociales como un conjunto de aplicaciones basadas en internet desarrolladas a partir de las ideas y tecnologías de la Web 2.0, que permiten la creación e intercambio de contenidos generados por los usuarios.

Según Baym (2013), hoy en día se asocia “Web 2.0” a una nueva era de comunicación online en la que son los propios usuarios los que generan los contenidos y en torno a la cual se genera un gran número de fortunas. La evolución de internet hacia la Web 2.0 o Web social se ha producido con la llegada de una nueva generación de tecnologías y aplicaciones en las que son interactivas y de forma online, permitiendo las publicaciones, ediciones y difusiones de contenidos, dotando a la sociedad de redes personales y comunidades en línea.

La Web 2.0 está compuesta, principalmente, por el contenido que genera el propio usuario, mientras que la Web 3.0, gestionada desde la nube (o cloud computing) y permitiendo su consumo desde cualquier dispositivo, evoluciona a una convivencia con robots (denominados bots) que, basándose en nuestros perfiles de la red, generan la información que los usuarios demandan o requieren (Delgado, 2018). Un ejemplo de ello es que, en la web tradicional, si un usuario buscara información de casa, aparecerán como resultado todo tipo de casas, mientras que en la web semántica o web 3.0 presentarían alternativas de casas y otros tipos de utensilios o requerimientos relacionados con las casas, mostrando resultados en base a algoritmos más complejos o con inteligencia artificial. Todo ello, utilizando un lenguaje natural, mediante el que se pretende que la navegación se adapte a los diversos gustos de los usuarios (Iruela, 2015). Nace ante la necesidad de ayudar a los usuarios a encontrar la información que ese usuario concretamente quiere ver en el momento que la necesita. Debido a la gran avalancha de información, trata de proporcionarle al usuario las experiencias más cercana y adaptada. En definitiva, dota de inteligencia a la web, teniendo en cuenta los gustos, preferencias, hábitos del usuario, permitiendo adaptarse al contexto.

En cuanto a la privacidad, uno de los principales puntos de conflicto, debemos conocer la complejidad de que dicha funcionalidad conviva con la privacidad. Para que la web pueda adaptarse a los gustos de un usuario, debe conocerlos y, por tanto, almacenarlos. Este hecho conlleva que, a nivel de privacidad, surjan dudas en cuanto a la seguridad, puesto que las empresas almacenan los gustos y las experiencias que el usuario vive en la red, para poder generarnos la mejor búsqueda y/o la que más cercana a los gustos concretos de dicho usuario (Iruela, 2015).

En definitiva, la Web 3.0, según sus creadores, se encarga de definir el significado de las palabras y facilitar que un contenido web pueda ser portador de un significado adicional que va más allá del propio significado textual de dicho contenido (Delgado, 2019). De esta forma, la Web 3.0 está diseñada para almacenar las preferencias del usuario (gustos, costumbres, conectividad, interactividad, usabilidad, etc.) y, al mismo tiempo, integrarlo con los contenidos existentes en las redes sociales e internet móvil, para poder participar en más actividades, estipular necesidades de información y promover el acceso a contenido digital. Proporciona las herramientas necesarias para la aceptación, adopción y medición del grado de interacción con los anuncios de las diferentes empresas para preservar la huella en internet que dejan los usuarios durante su navegación/uso (un ejemplo de ello es el uso de las cookies). Por lo tanto, la web 3.0 puede convertirse en una aliada a la hora de implementar métodos derivados de la IC (Inteligencia Competitiva) y la VT (Vigilancia Tecnológica) en nuestros respectivos campos de estudio o desarrollo profesional. Ambos términos se utilizan indistintamente pero que, como indica Rovira (2008), presentan una diferencia de matiz; la VT pone el énfasis en la búsqueda y la obtención de información relevante para la toma de decisiones y la IC se refiere al mismo proceso, pero centrándose en la elaboración de esta información, implicando a menudo la obtención de nuevos datos.

Estamos, por lo tanto, ante la consolidación de un nuevo ciclo en la inteligencia artificial, que se combina con la capacidad de las personas con el fin de lograr el establecimiento de un canal de comunicación empresa-usuario de manera directa, bidireccional, interactiva y de movimiento constante, adaptándose a los hábitos del usuario y a sus propias demandas (Delgado, 2019).

1.2. Conceptos y definiciones

El concepto de red social, durante los últimos años, ha adquirido una importancia notable, convirtiéndose en una expresión del lenguaje común que asociamos a nombres como Facebook, Instagram o Twitter. Pese a ello, su significado es mucho más amplio y complejo. Las redes sociales son, desde hace décadas, objeto de estudio de numerosas

disciplinas. Alrededor de ellas se han generado teorías de diverso tipo, tratando de explicar su funcionamiento, y sirviendo, además, de base para su desarrollo virtual.

A nivel conceptual, nace en sociología alrededor de los años 50. Partiendo de un individuo, se podía organizar una red social con los conocidos de este y todos los contactos de estos a su vez. En internet, las redes sociales están orientadas a los blogs personales, en los que el grupo es el protagonista, puesto que hay una interacción constante. Pese a que todo el mundo ha escuchado y tiene nociones de lo que representa una red social, existe una gran variedad de definiciones sobre las mismas, puesto que cada una de ellas enfatiza una idea:

Según Weber y Mitchell (2008), las redes sociales pueden definirse como un conjunto bien delimitado de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc.- vinculados unos a otros mediante una relación o un conjunto de relaciones sociales. Estos autores afirman que las características de estos lazos pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas. En este caso, parece un objetivo genérico, en lugar de un criterio específico de definición.

Otras definiciones son más instrumentales o están más focalizadas en el aparato metodológico, como la de Freeman (2013). Él lo representa como una colección, más o menos precisa, de conceptos y procedimientos analíticos y metodológicos que facilitan la recogida de datos y el estudio sistemático de pautas de relaciones sociales entre las personas. El rasgo más característico de las redes sociales es que requieren conceptos, definiciones y procesos en los que las unidades sociales aparecen vinculadas unas a otras a través de diversas relaciones (Freeman, 2013).

Las definiciones de redes sociales destacan, de forma común, sus aspectos funcionales y comunicacionales. Como complemento a la generalidad, otros autores, relevantes en este ámbito de investigación, también hacen su propia definición de una red social, las cuales son detalladas a continuación:

Para Boyd y Ellison (2007), los sitios de redes sociales son aquellos que permiten a los individuos articular sus redes sociales y establecer o mantener relaciones con los demás. Estos sitios se pueden orientar hacia contextos relacionados con el ámbito

laboral, el estudio, la iniciación hacia relaciones sentimentales o la conexión de personas, simplemente, por intereses comunes (como la música o la política). Los usuarios pueden utilizar los sitios con las personas que ya conocen previamente (presencialmente) o usarlos para conocer gente nueva.

Por su parte, Ackermann (2009) considera que internet amplió las redes sociales gracias a nuevas formas de comunicación como el correo electrónico, chat o foros. Estas herramientas facilitan a las personas que puedan seguir en contacto y mantener sus relaciones. Según este autor, el perfil de uno mismo ha cambiado por completo, ya que el anonimato de internet permite a los usuarios decidir la información sobre la personalidad que quieren compartir con los demás. Los usuarios incluso crean una o más identidades falsas y “juegan” a ser otra persona, lo cual es una atracción para muchos internautas.

Otros expertos, como Boyd y Ellison (2007), definen a las redes sociales como servicios basados en web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, existiendo la posibilidad de articular una lista de otros usuarios con los que compartir una conexión, así como ver y recorrer su lista de conexiones y las de otros dentro de la aplicación.

Para Adamic y Eytan (2005), un aspecto relevante de las redes sociales es que estas reúnen información sobre los contactos sociales de los usuarios, permitiendo la construcción de una gran red social interconectada y revelando a los usuarios la forma en que se conectan con otros en la red.

Según la perspectiva a adoptar, se pueden entender las redes sociales desde tres grandes ópticas; el modo en que se usan, los medios que utilizan y la finalidad que se busca con ellas.

El modo empleado es contemplado dentro de algunas definiciones, tales como entender que una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos (Christakis y Fowler, 2010). Estos dos autores recuerdan el concepto de difusión hiperdiádica, es decir, la tendencia

de los efectos a pasar de persona a persona más allá de los vínculos sociales directos de un individuo.

Desde una perspectiva empresarial, Carrera (2011) define una red social, enfatizando la conexión y la comunicación, y por lo tanto la entiende como una estructura social compuesta por entidades (individuos y organizaciones) que se encuentran interconectadas de diversas formas, que compartir valores, ideales, flujos de capital, ideas, amistades, afectos, lazos familiares, etc., es decir, intercambios diversos.

Otra aproximación interesante en torno al concepto de redes sociales es la propuesta por Adell y Castañeda (2010) quienes aportan una definición según la cual las redes sociales son aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional; y es esta misma característica la que las diferencia de las demás herramientas: el centro de su interés.

En cuanto a la finalidad, en España, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) en su Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online, del año 2009, las define como “servicios prestados a través de internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado” (p.7).

Los Servicios de Redes Sociales permiten (Boyd & Ellison, 2007; Ros - Martín, 2009):

1. Construir un perfil público dentro de un sistema cerrado.
2. Crear una lista de personas con las cuales se mantiene algún tipo de conexión.
3. Ver y recorrer su lista de contactos.

Otro autor destacado, es Ponce (2012), que define la red social como una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común.

En cambio, el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2011) también conocido como ONTSI, lo define como un sitio web diseñado para permitir a los usuarios interactuar, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades. También son definidas como una herramienta para transformar la información en democracia, convirtiendo así a las personas en receptores y creadores de contenido.

De un modo muy claro, sencillo y genérico, Poore (2015) lleva a cabo una alineación del concepto a un sitio o servicio que permite a la gente conectar con otras personas, con objetivos diferenciados como informar sobre eventos o actividades, compartir noticias, fotos, vídeos y temas de interés.

El concepto también es abordado por Boyd y Ellison (2007) en su famoso artículo "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", en el que analizan las redes sociales por las posibilidades que generan a los usuarios en lo que se refiere a la construcción de su identidad digital (perfil) y al establecimiento de una red de relaciones (contactos). Otros autores como Castañeda y Gutiérrez (2010) incorporan una comprensión más global de las redes sociales orientada al concepto de servicios. Estos, a su vez, se dividirían en medios de comunicación social (social media), herramientas de seguimiento de actividad online (lifestreaming) y propiamente redes sociales (social networking sites), donde lo importante es la red de personas.

Barnes (1954) entendía el término social network como estructura social de nodos que son, en general, personas u organizaciones. Una red social representa las relaciones, flujos de información o conocimiento y cualquier otro tipo de intercambio entre las personas, grupos u organizaciones que las integran. En estas se producen intercambios en varios niveles, lo que se conoce como la "teoría de los seis grados".

Según Pérez y Gardey (2014), la red social está vinculada a una estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo. Dichas relaciones pueden tener diferentes fines; amistosas, sexuales, comerciales o de cualquier otra índole.

Otras definiciones de redes sociales han sido analizadas por distintas disciplinas, como la popular teoría de la separación de seis grados, que marca un hito en las redes sociales en internet. En la década de 1950, el politólogo Ithiel de Sola Pool y el matemático Manfred Kochen intentaron demostrarlo matemáticamente, aunque no se llegó a una conclusión satisfactoria. Esta teoría cree que, a través de una serie de conocidos, cualquier persona en la tierra puede ser visitada en seis "saltos", y las personas pueden relacionarse entre sí a través de cinco intermediarios. Se basa en la idea de que el número de conocidos aumenta exponencialmente con los eslabones de la cadena, y solo se necesitan cinco eslabones para cubrir toda la población mundial (Ponce, 2012).

En 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram llevó a cabo un pequeño experimento mundial para probar esta teoría. El experimento consistió en el envío de postales a conocidos para que pudieran ser entregadas a los únicos destinatarios cuyo nombre y ubicación se conocían a través de su red de contactos. Milgram descubrió que se necesitan de cinco a siete intermediarios para contactar a un extraño. Esta teoría ha sido ampliamente estudiada y cuestionada, pero con la aparición de internet y el auge de las redes sociales en línea, parece que se ha vuelto más fácil comunicarse con cualquier persona en solo seis pasos. En 2003, el sociólogo Duncan J. Watts recopiló teorías actualizadas en su libro "Six Degrees: internet Science in the Age of Access". Watts intentó nuevamente verificar esta teoría, esta vez comunicándose con personas de todo el mundo a través del correo electrónico y su conclusión fue también los famosos seis grados de separación. El software original de la red social virtual se basa en esta teoría (Watts, 2013)

En 2012, Yahoo! (seguido por la verificación por parte de Facebook) realizó una encuesta con el mismo nombre utilizado por Stanley Milgram en 1967: "Yahoo! Research Experimento del mundo pequeño". El método es el mismo, tú participas como remitente del correo electrónico y debes llegar al destinatario final asignado por estas empresas a través de tus contactos. También permiten ser el

destinatario final a través del proceso de solicitud y selección, aunque de una forma más rigurosa (Gómez, 2015)

Otros expertos sugieren utilizar estos servicios como herramientas informáticas que permitan la creación de redes sociales en línea, y para ello, intentan operar en tres áreas ("3Cs") de manera cruzada: comunicación, que nos ayuda a compartir conocimientos; comunidad, ellos ayudan a encontrar e integrar comunidades; coopera con nosotros para ayudarnos a hacer cosas juntos, compartir y encontrar puntos de integración. Según estas definiciones, muchas redes sociales y servicios 2.0 son servicios de redes sociales. Por otro lado, en las redes sociales, estos servicios se describen como medios de comunicación social y se enfocan en las relaciones en línea para distinguirlas de otras redes sociales (Ros-Martín, 2009). Aunque efectivamente existen plataformas creadas para conectar individuos, como Facebook o Myspace, no debemos olvidar que existen servicios de redes sociales online que integran otro tipo de aplicaciones.

Expertos en la Ciencia de las Redes como Newman, Barabási y Watts (2011) declaran que tanto los sistemas sociales como los biológicos son redes. No puedes entender la sociedad sin saber quién habla con quién, quién influye a quién, quién manda sobre quién y no puedes entender una célula si no sabes qué genes están conectados. Esta nueva comprensión y el cambio de mentalidad que implica la forma de utilizar internet desarrolla interacciones reales, se establecen conexiones entre individuos y las redes personales se convierten en lo más importante.

El concepto de redes sociales se refiere a una amplia gama de posibilidades de comunicación, como blogs; juegos sociales; redes sociales; videojuegos en línea multijugador masivo; grupos de discusión y foros; Weibo; mundos virtuales; videos, fotos, música y uso compartido de presentaciones; sitio; marcadores sociales; webcast; etc. Cuando hablamos de redes sociales basadas en internet, nos referimos a un fenómeno social real. El deseo de compartir experiencias y la necesidad de unirse a un grupo inspiraron esta actividad colectiva. Si antes llamábamos por teléfono a un amigo para decirle que estábamos de vacaciones en la playa, ahora podemos mostrar nuestra localización o transmitir esa información en nuestro estado, a todos nuestros contactos, en tiempo real.

Para Ros-Martín (2009), una red social online puede entenderse como una estructura social compuesta por un grupo de personas que tienen intereses, relaciones o actividades comunes a través de internet, donde se producen contactos sociales y muestran las preferencias del consumidor en tiempo real. Comunicación para obtener información, aunque también pueden llevarse a cabo comunicaciones demoradas (diferidas), como en un foro. No solo nos conectamos y compartimos con los demás, también mostramos abiertamente, en tiempo real, nuestros gustos y tendencias, nuestra vida y, por ende, expresamos nuestra propia identidad.

Las funciones de las redes sociales están evolucionando a un ritmo tremendo marcado por la demanda y el crecimiento de los usuarios. A través de aplicaciones web 2.0 de código abierto, personalizables, así como las interacciones con otras herramientas y desarrolladores, la apertura de la tecnología a los usuarios demuestra la actualización ágil y constante de la plataforma. Mirando hacia atrás, podemos señalar cómo las funciones básicas iniciales se desarrollaron mediante la creación de archivos de configuración, listas de amigos e incluso envío de mensajes. Sin su permiso explícito previo, navegarían por listas de amigos y agregar contactos. En el año 2000, se agregaron libros de visitas, páginas personales, licencias, etc. Al mismo tiempo, se han ido incrementado los datos personales falsos y los conflictos en las redes sociales. Sin embargo, este será un salto en 2004, cuando la red comienza a comercializar su producto estrella: Multimedia Exchange. El espacio clave es Friendster, en los Estados Unidos, y su sucesor, Myspace; que es una red típica para grupos de música y sus fans (incluidos muchos adolescentes). Myspace permitió la personalización de la página y fomentó el intercambio de música. Las diferentes redes operan en un determinado ámbito, siendo propiedad de grandes compañías (como TikTok para adolescentes o LinkedIn para profesionales). El mayor ejemplo sigue siendo Facebook, que lleva años liderando el tráfico global de usuarios (Freire, 2009).

1.3. Historia y evolución de las redes sociales

El origen de las redes sociales está fragmentado y su crecimiento es muy rápido. No existe unanimidad sobre cuál es la primera red social; de esta forma, podemos encontrar distintas opiniones. En cierto sentido podría decirse que el comienzo está mucho más lejos de lo que se pensaba en un principio, ya que el primer intento de comunicarse a través de internet supuso el establecimiento de una red social.

Burns (2017) comprende el desarrollo de las redes sociales desde 1997. Esto fue antes de la llegada de Web 2.0, SixDegrees.com, AsiaAvenue, BlackPlanet, MiGente y LiveJournal; seguido de CyWorld y Lunastorm en 1999 y 2000. MySpace comenzó en 2003 y Facebook comenzó en 2005. En cuanto a su desarrollo, cabe señalar que el uso de las redes sociales depende de sus características técnicas y de la finalidad de su creación. En este sentido, en determinadas regiones y países, determinadas redes sociales son más utilizadas que otras.

Entre las mejores redes sociales se pueden destacar Last.fm y Facebook. La primera se creó en el Reino Unido y se centra en la música, mientras que lo social está en segundo plano. Por el contrario, Facebook, se creó como medio para conectar con alumnos y originar nuevas relaciones personales. Esta red social era más popular en Estados Unidos, mientras que Last.fm lo era en el Reino Unido y Europa. Un resumen visual de dicha evolución puede verse en la Figura 1, presentados más adelante. Dicho documento es reflejado por Burns (2017) en su artículo "The Complete History of Social Media".

Las redes sociales también se diferencian por sus características y posibilidades técnicas; así, MySpace y LiveJournal destacan por su flexibilidad a la hora de diseñar páginas. Aunque Facebook permite más posibilidades para crear perfiles, puede agregar aplicaciones para crear presentaciones, respaldar razones importantes, almacenar álbumes de fotos, importar entradas de blogs y compartir parte de cualquier red de video (Burns, 2017).

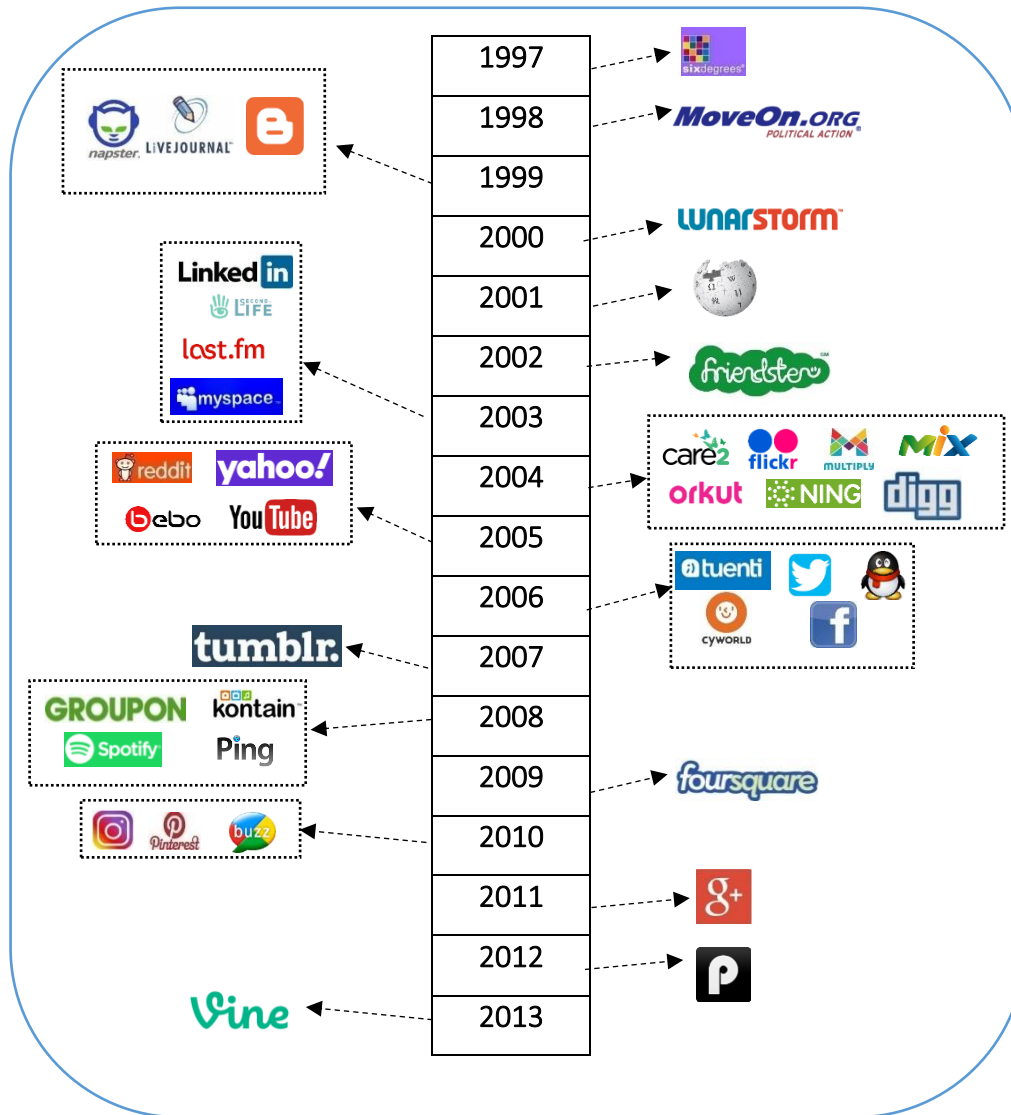


Figura 2. Evolución de las redes sociales.

En cambio, Ponce (2012) plantea la historia de las redes sociales contextualizada, expresada en la Figura 3, mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en internet, diferente a la expuesta anteriormente.

AÑO	EVOLUCIÓN
1971	Lo primero que se conoce es el correo electrónico, por el que se envió un mensaje entre dos computadoras contiguas.
1978	Ward Christensen y Randy Suess crean el BBS (Bulletin Board Systems) utilizada para informar a sus amigos sobre reuniones, noticias y compartir información.
1994	Se lanza GeoCities, servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.
1995	En ese momento la web tiene acceso a un millón de sitios y The Globe brinda a los usuarios la posibilidad de personalizar su experiencia en línea publicando su propio contenido y contactando a otras personas con intereses similares. En ese mismo año, Randy Conrads creó "Classmates", una red social para conectarse con ex compañeros de clase.
1997	Se lanzó AOL Instant Messenger para proporcionar a los usuarios una función de chat cuando se inició el blog y comenzó Google. Sixdegrees también ha puesto en marcha una red social que permite la creación de perfiles personales y listas de amigos, algunas personas utilizan esto para establecer el inicio de una red social que refleje mejor sus características. Solo durará hasta el 2000.
1998	Nace Friends Reunited, una red social británica similar a Classmates. Y, de la misma forma aparece Blogger.
2000	Estalla la "Burbuja de internet". En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la Red.
2002	Se lanza el portal Friendster, que alcanza los tres millones de usuarios en sólo tres meses.
2003	Nacieron MySpace, LinkedIn y Facebook, aunque la fecha de fundación de este último no está clara, ya que se estableció desde hace varios años. Facebook fue fundado por el famoso Mark Zuckerberg (Mark Zuckerberg) y originalmente se consideró una plataforma para conectar al alumnado de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacieron muchas más como Hi5 y Netlog.
2004	Se lanzan Digg, teniendo función de portal de noticias sociales; Bebo, con el acrónimo de "Blog Early, Blog Often"; y Orkut, gestionada por Google.

2005	Youtube comienza como servicio de alojamiento de vídeos, y MySpace se convierte en la red social más importante de Estados Unidos.
2006	Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa. En España se lanza Tuenti, enfocada al público más joven. Ese mismo año, también comienza su actividad Badoo.
2008	Facebook se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios, adelantando a MySpace. Nace Tumblr como red social de microblogging para competir con Twitter.
2009	Facebook alcanza los 400 millones de miembros, y MySpace retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.
2010	Google lanzó su propia red social Google Buzz integrado con Gmail. En su primera semana, sus usuarios publicaron 9 millones de entradas. También se ha activado otra nueva red social Pinterest. Se estima que los usuarios de internet de este año son 1.970 millones, lo que representa casi el 30% de la población mundial. Las cifras son asombrosas: Tumblr tiene 2 millones de publicaciones al día; Facebook tiene 550 millones de usuarios: Twitter tiene 65 millones de tweets, mensajes o publicaciones de texto corto todos los días. LinkedIn tiene 90 millones de usuarios profesionales y YouTube tiene 2 mil millones de visitas todos los días.
2011	MySpace y Bebo se diseñaron para competir con Facebook y Twitter. LinkedIn se ha convertido en la segunda red social más popular de Estados Unidos, con 33,9 millones de visitas mensuales. Este año se lanzó Google+, otra nueva apuesta que ha hecho Google en las redes sociales. El Pinterest recién creado ha alcanzado los 10 millones de visitantes mensuales. La cantidad de Twitter ha aumentado rápidamente y la cantidad de tweets recibidos ha aumentado a 33 mil millones en solo un año.
2012 y 2013	Facebook llega a tener más de 800 millones de usuarios, Twitter tiene 200 millones y Google+ tiene 62 millones. La red española Tuenti alcanzó los 13 millones de usuarios en febrero de 2012.

Fuente: Ponce (2012)

Figura 3. Evolución de las redes sociales (Ponce, 2012)

El desarrollo de las redes sociales sufrió un parón entre los años 2014 y 2017, destacándose entre estos años la creación de la red social Musicaly, posteriormente renombrada como Tik Tok (Ortiz, s/f).

A continuación, es oportuno hacer una recopilación de las redes sociales actuales en el mundo, destacando las que mayor uso tienen. Ello viene reflejado en la Figura 4, la cual es elaborada por el Insites Consulting en 2017.

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2017

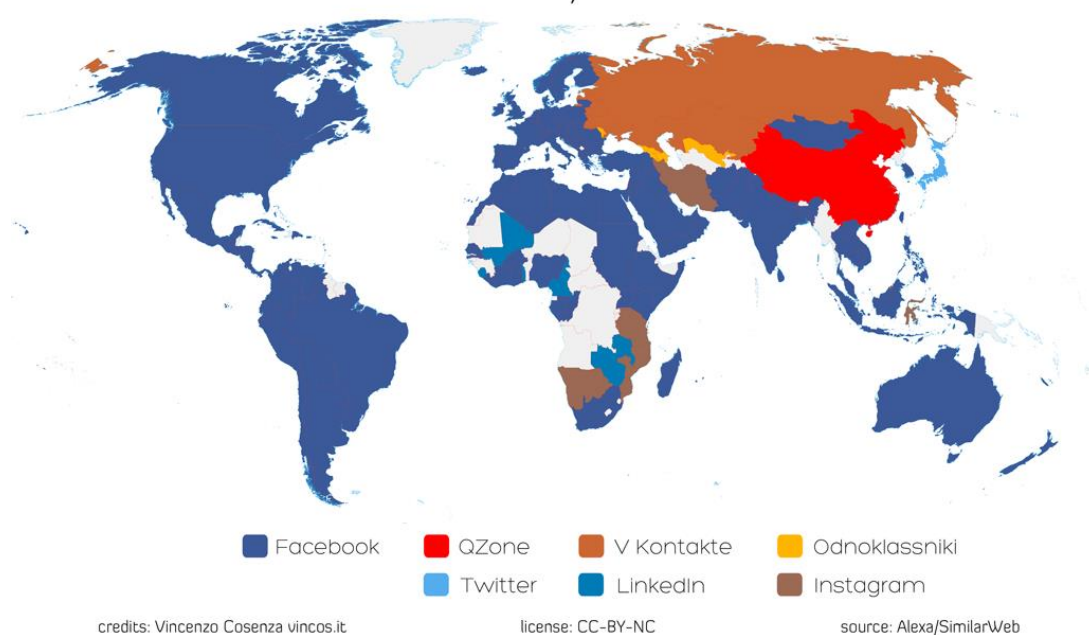


Figura 4. Mapa mundial de las principales redes sociales en 2017.

Según el informe elaborado por Insites Consulting en 2017 puede considerarse que la tasa de penetración de las redes sociales es muy alta: a través de la realización de más de 7.500 entrevistas a usuarios mayores de 15 años en más de 19 países, pudo encontrarse que siete de cada diez usuarios de internet disponen de un perfil en alguna red social; esta cifra es equivalente a decir que más de 1.500 millones de personas son usuarios de redes sociales. Las más utilizadas, de acuerdo con dicho informe, fueron Facebook, Twitter y Google+. En el informe también se destaca cómo el usuario, en líneas generales, se estabiliza y no busca cambio ni novedad, por lo que, aunque conoce varias redes sociales, suele utilizar una o dos a lo sumo. Debido a la expansión del mercado de

los smartphones, el uso de las redes sociales se ha incrementado aún más en los últimos años (Cosenza, 2017).

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2019

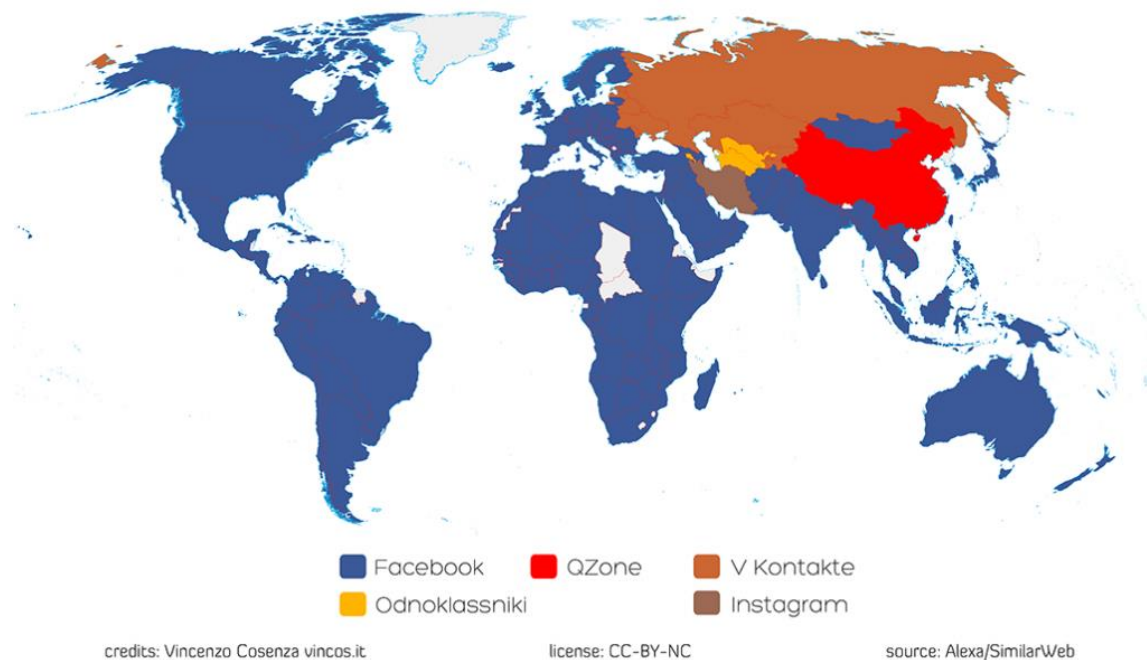


Figura 5. Mapa mundial de las principales redes sociales en 2019.

Por otro lado, Insites Consulting en 2019 señaló que Facebook sigue creciendo y actualmente supera los 2.300 millones de usuarios mensuales, 1,5 de los cuales se conectan al menos una vez al día. A día de hoy, es la red social más popular en 153 de los 167 países analizados, equivalente al 92% de la red social global. En los últimos 58 países / regiones, Instagram se ha fusionado, su influencia se ha duplicado y se ha separado de todos los demás países. Actualmente cuenta con mil millones de usuarios, ocupando así el segundo lugar en 44 países, mientras que Twitter lo hace en 9 países (incluidos España, Irlanda, Arabia Saudita), y solo en Canadá, Nueva Zelanda y Noruega Reddit (Cosenza, 2019).

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

Ranked 2nd - January 2019

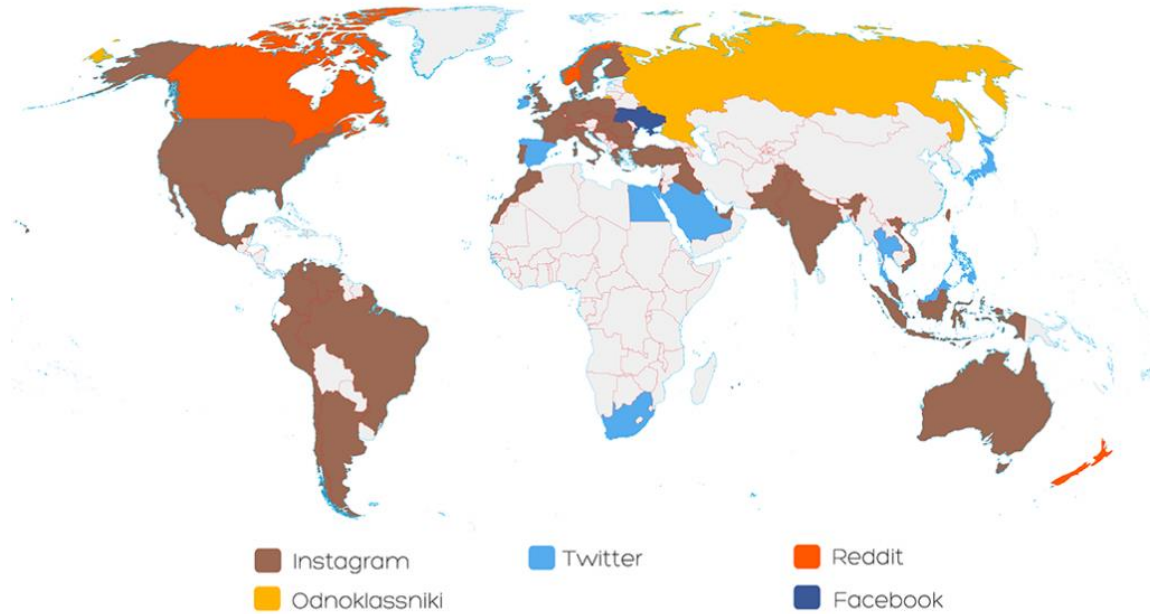


Figura 6. Mapa mundial de las principales redes sociales en 2019 – 2º ranking.

Podría decirse, pues, y a tenor de los datos aportados por la investigación citada, que el mundo de las redes sociales parece estar destinado a permanecer dividido en bloques. Es posible, sin embargo, que el inmenso auge de los teléfonos móviles y el acceso a las redes sociales desde estos dispositivos pueda cambiar este planteamiento en el futuro (Cosenza, 2019).

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2020

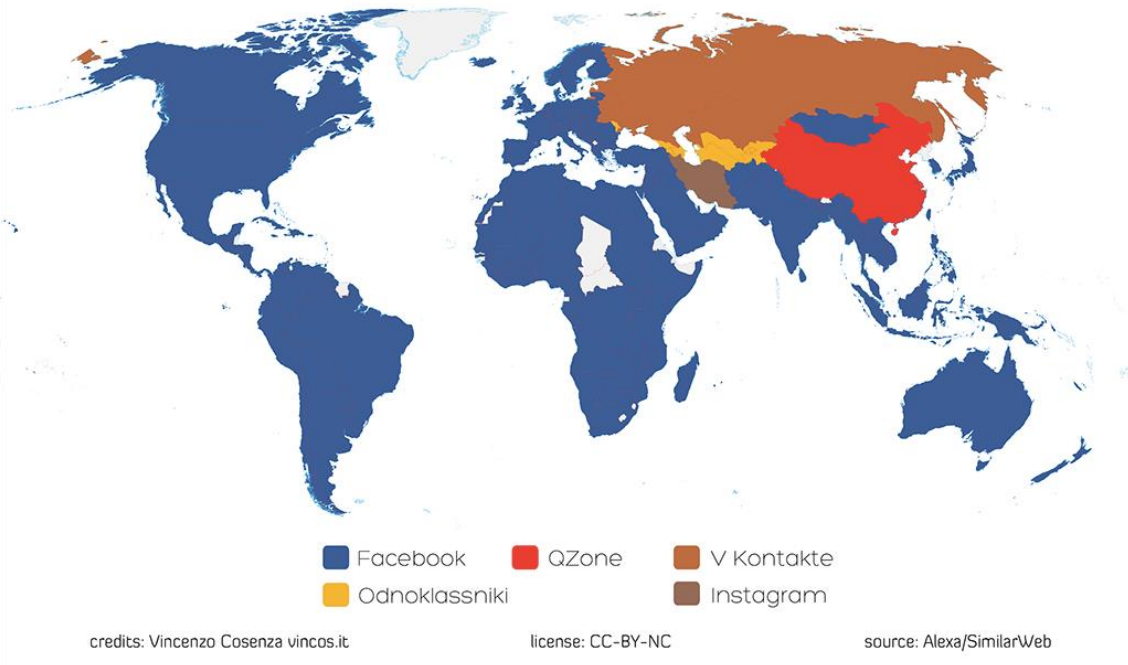


Figura 7. Mapa mundial de las principales redes sociales en 2020.

En la Figura 7, se observa que según la encuesta de Insites Consulting (World Social Network, 2019), no hay mucha diferencia entre el uso de las redes sociales entre el año 2019 y el 2020. Redes sociales como Facebook han incrementado su número de usuarios, llegando a superar los 2.500 millones mensuales, de los cuales una media de 1,6 millones se conecta al menos una vez al día. Es necesario destacar que el país que utiliza esta red con mayor frecuencia es Asia, con más de un millón de usuarios.

Respecto a la situación de España, destacamos el informe de Comscore (2013) donde se analiza la situación de las redes sociales en nuestro país; entre los puntos más interesantes se encuentran:

- Cada vez más contenido es accedido desde diferentes dispositivos.
- España es el país líder en el uso de Smartphones.

- El acceso a las redes sociales desde ordenadores de sobremesa ha disminuido, si bien ha aumentado su acceso desde telefonía móvil. De hecho, se estima que el número de personas que acceden a las redes sociales a través de teléfonos móviles ha aumentado un 45% respecto al año anterior, siendo la media de uso de 4 horas.
- El acceso a contenidos relacionados con la educación aumentó en un 21%. Esta vida digital multidispositivo significa “somos sociales: en todas partes, en todas partes” (Comscore, 2013), ya que los usuarios pueden conectarse desde cualquier dispositivo. En cuanto al crecimiento de redes sociales específicas en nuestro país se destaca el auge de Facebook y el gran impacto que tuvo la red social Tuenti (la cual estuvo dirigida específicamente a adolescentes y que ya no se encuentra, actualmente, disponible).

En cuanto a las redes utilizadas en 2017, Facebook sigue siendo la red social líder en 119 de los 149 países analizados. Se destaca, sin embargo, WhatsApp, debido a su semejanza cada vez más a las redes sociales tradicionales: su apropiación de lo cercano, la comodidad y facilidad de uso, sus funcionalidades de envío de fotos y vídeos y la posibilidad de crear un perfil.

Es interesante ver que, en algunos países, como Botswana, Mozambique, Namibia, Irán e Indonesia, Instagram gana y que algunos territorios africanos prefieren LinkedIn, siendo en este preferente en un total de 9 países. Por el contrario, Instagram es mas utilizado en 7 países y las redes sociales VKontakte y Odnoklassniki tiene un mayor crecimiento en Rusia. También la red social QZone se puede determinar como la más utilizada en China, ya que tien aproximadamente 632 millones de usuarios, mientras que en Japón la mas utilizada es Twitter.

Para una mejor comprensión, se presenta en las Figura 8 y 9 la situación actual de las principales redes sociales (Comscore, 2013).

Claro liderazgo de Facebook, considerable protagonismo de Twitter y elevado abandono en Tuenti y Google+

Pertenencia a principales redes sociales y plataformas

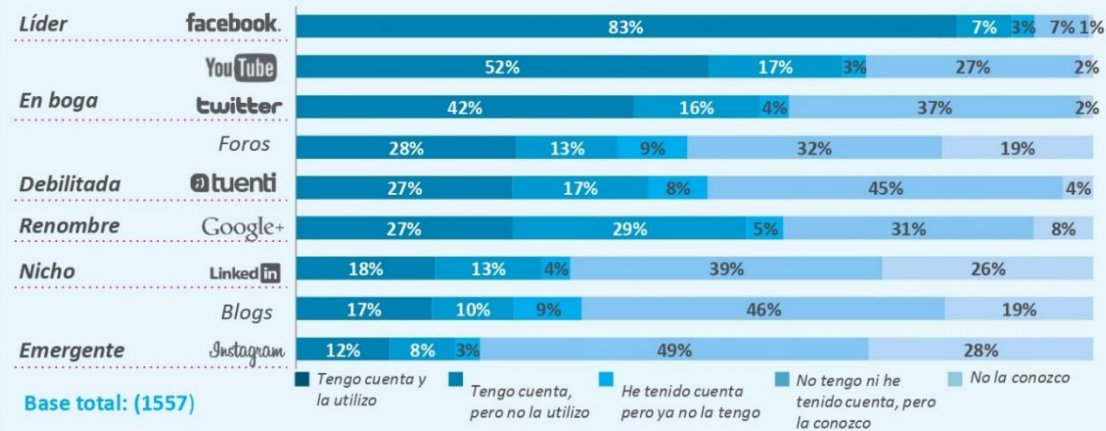


Figura 8. Uso actual de las redes sociales en España.

No surgen nuevos actores que logren un protagonismo central

Pertenencia a principales redes sociales y plataformas

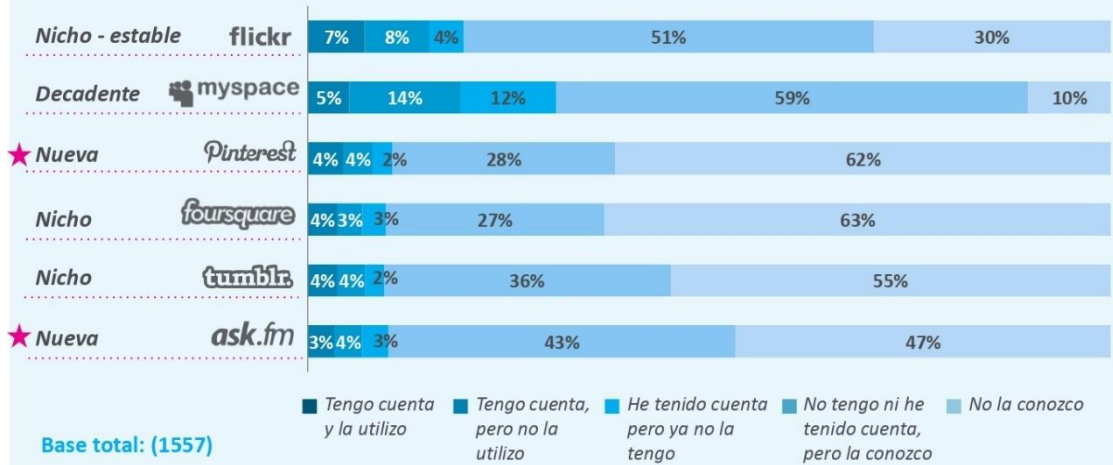


Figura 9. Uso actual de las redes sociales en España (II).

Otras redes sociales que van ganando fuerza en los jóvenes son Ask.fm (www.ask.fm) y Snapchat (www.snapchat.com). La primera se compone de un sistema de preguntas y respuestas, teniendo la opción de utilizar perfiles anónimos y la segunda utilizada para enviar mensajes que no perduran y desaparecen, evitando el almacenamiento de dichos mensajes.

La mayoría de lo que publicamos puede estar vinculado a asuntos de nuestra vida personal y se hace con la intención de recibir refuerzo físico o emocional.

Christakis y Fowler (2009) publicaron el libro “Conectado: El sorprendente poder de nuestras redes sociales y cómo se forma a nuestras vidas” en el que realizaban varias conclusiones acerca de la influencia de las redes sociales en la salud y el comportamiento humano, remarcando la gran importancia que tiene en la actualidad.

Cómo afecta el uso de las redes sociales en la esfera personal es uno de los intereses de nuestra investigación, así como de otros estudios relevantes. La Universidad de Maryland investigó a usuarios de redes sociales de 37 países tras haberles solicitado pasar 24 horas sin internet. Los resultados fueron demoledores: el 20% de estos presentó síntomas similares a otras adicciones: ansiedad, desesperación y vacío emocional. Los resultados de este estudio se encuentran en la línea del realizado por TeleNav sobre la adicción a teléfonos móviles, a través del cual se reveló que los usuarios preferían dejar de tomar café, alcohol o cola entre otros durante 7 días antes que dejar de utilizar su teléfono móvil (Campbell y Oliver, 2013).

La tecnología ha empezado a formar parte de la vida de las personas de una forma cada vez más destacable. Los avances permiten hacer la vida más fácil y cómoda, aunque también hay voces que se alzan preocupadas por la posibilidad de cómo pueda afectar al ser humano, haciéndolos quizás más torpes. La pérdida de actividades alternativas de tipo lúdico, o de entretenimientos más saludable, parece ser otro tipo de consecuencias potenciales que han destacado algunos autores (Campbell y Oliver, 2013).

1.4. Privacidad en las redes sociales

Un punto importante, el cual debe ser tratado, es la problemática de la privacidad en las redes, en la que existen unas normas básicas que se pueden realizar y que se deben enseñar al alumnado para que se puedan minimizar los problemas derivados de la privacidad (Vilo, 2011):

1. Leer las condiciones de uso del servicio y conocer las implicaciones que puedan derivarse de la introducción de nuestros datos en internet.
2. Utilizar contraseña de acceso que sean complejas y que no sean fáciles de averiguar.

3. Utilizar diferentes contraseñas para cada servicio.
4. Evitar, en lo posible, información especialmente sensible como la situación sentimental, creencias religiosas y/o orientación política. Tanto para este tipo de datos, como para otros menos relevantes, hay que asegurarse de que solo lo pueden ver las personas relacionadas directamente con nosotros, evitando su exposición pública al resto de la red.
5. No admitir a cualquiera entre los contactos personales y examinar su perfil antes de hacerlo.
6. No subir fotos o videos que no deseamos que vean desconocidos. El material subido a internet es difícil de controlar.
7. Aunque parezca de sentido común no hacerlo, la realidad es que son muchas imágenes las que aparecen menores y adolescentes luciendo su ropa interior o con poses provocativas.

Por último, la cuestión jurídica señala una serie de líneas que son propias de un fenómeno que nace y crece desmesuradamente sin una adecuada regulación, sobre todo en sus inicios y que aún hoy en día requiere de muchos cuidados por parte del legislador, padres y educadores. En este contexto son tres las cuestiones que se han de desarrollar principal: la protección de datos de carácter personal, el derecho a la intimidad y la propiedad intelectual. Como mencionamos antes, cualquier persona del mundo puede convertirse en un contacto cercano en las redes sociales. Los principios derivados de la ética del sentido común, por lo tanto, y tales como el respeto al otro, que hace dos décadas aproximadamente era exclusivamente aquél que estaba próximo físicamente, hoy se convierten en un fenómeno que acapara todas las interacciones derivadas con el contacto con otros en internet.

El desarrollo de la normativa correcta sobre protección de datos es crucial para la protección del menor en cuestiones tales como: evitar la distribución de imágenes ilegales (por ejemplo, contenidos que fomenten la violencia contra las mujeres, la pornografía infantil, etc.), de datos distribuidos sin consentimiento, etc. Recogemos a

continuación el marco jurídico relevante en seis sectores (Mok, 2010). Se puede definir, así, que la legislación pertinente a la protección de los datos en el uso de las redes sociales en 2018 es la expresada en las Figuras 9, 10,11,12,13 y 14.

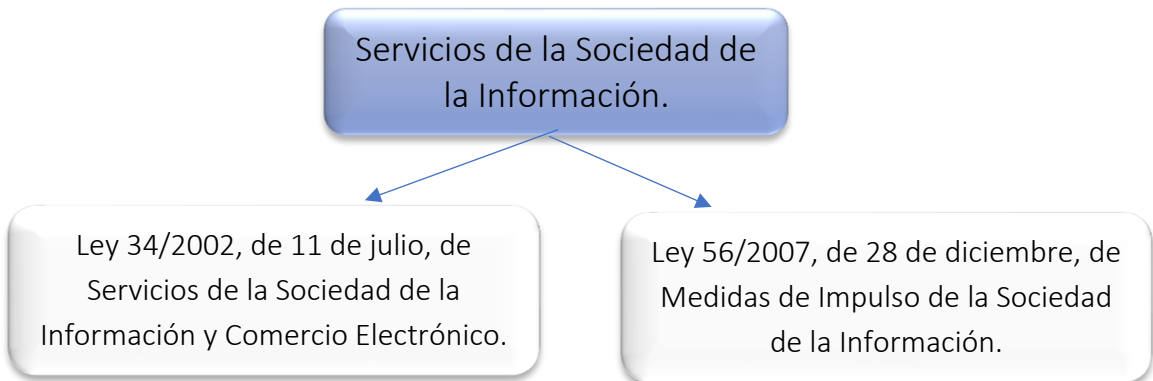


Figura 10. Leyes sobre el Servicio de la Sociedad de la Información.

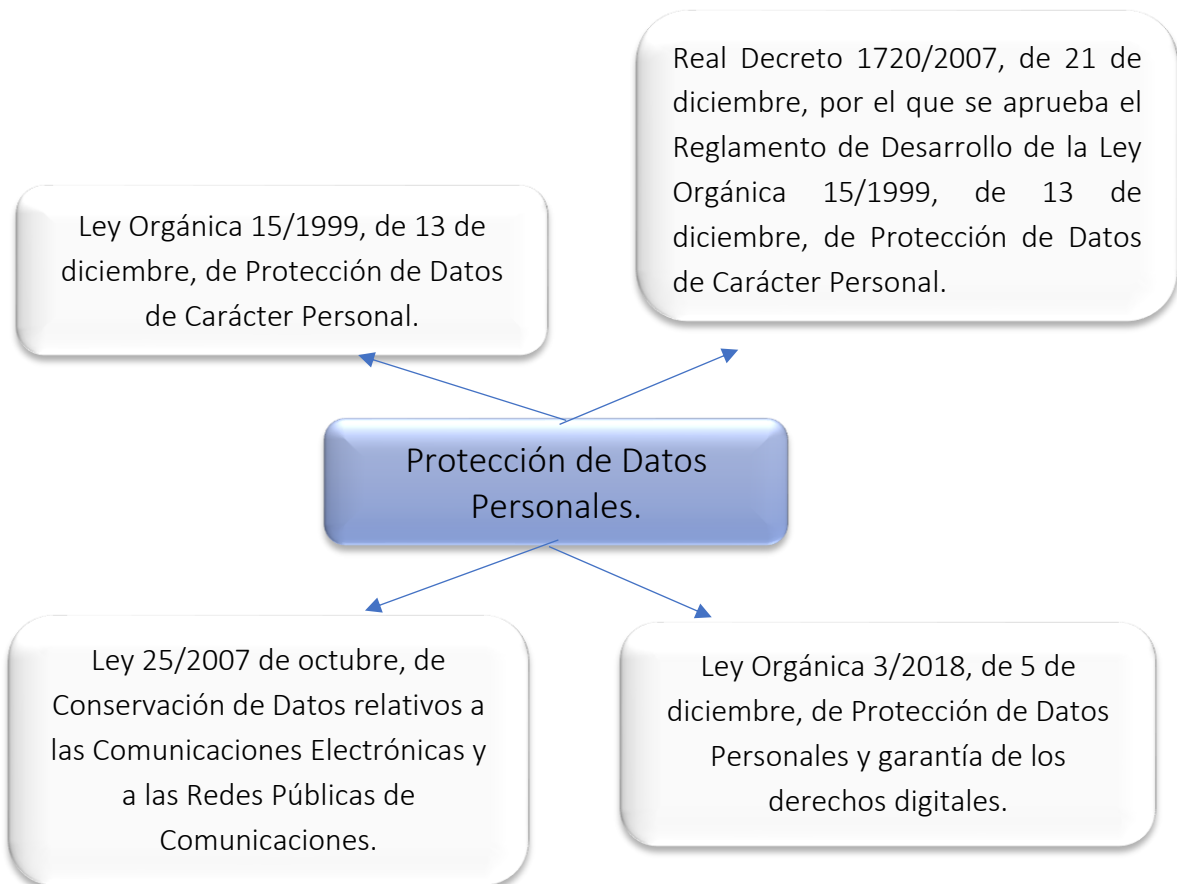


Figura 11. Leyes sobre la Protección de Datos Personales.

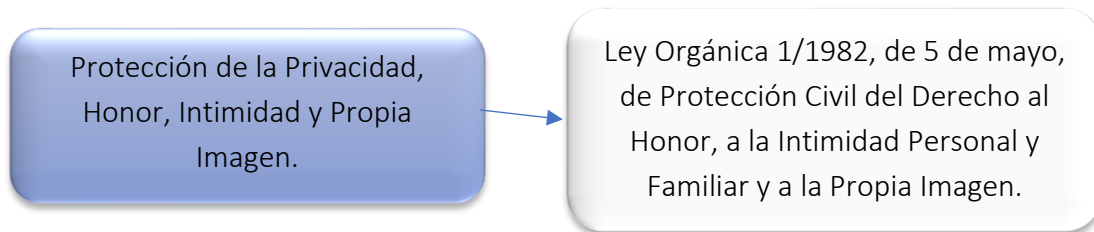


Figura 12. Ley sobre la Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen.

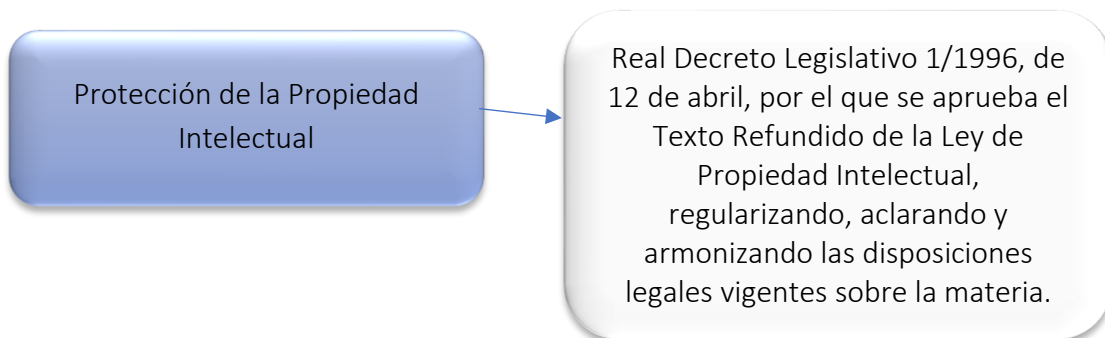


Figura 13. Ley sobre la Protección de la Propiedad Intelectual.

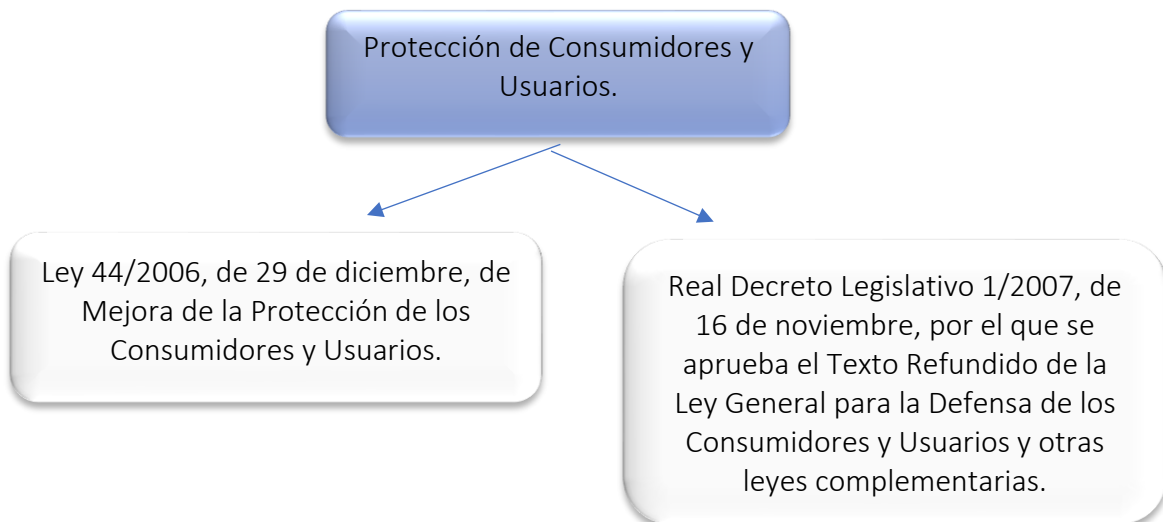


Figura 14. Leyes sobre la Protección de Consumidores y Usuarios.

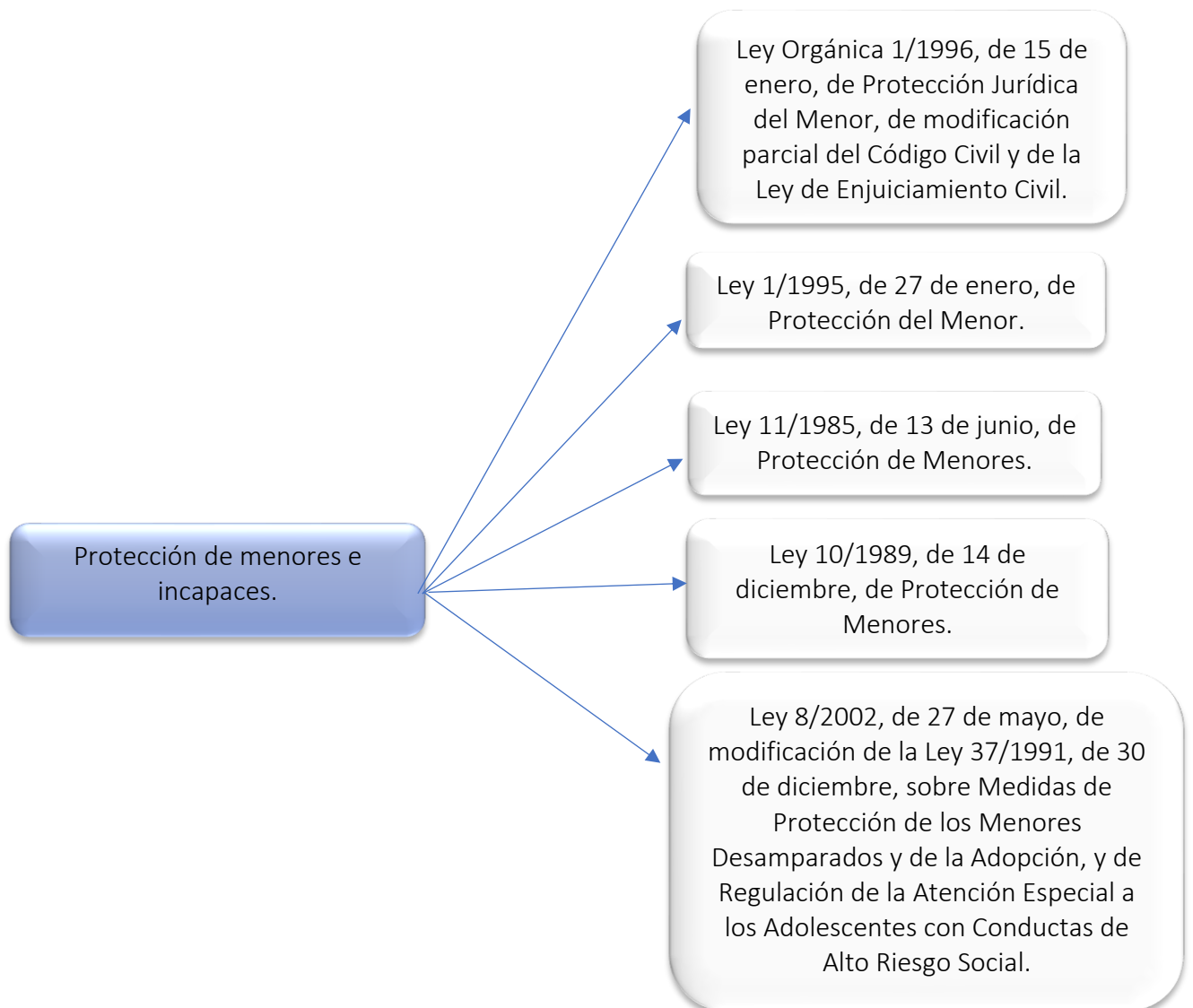


Figura 15. Leyes sobre la Protección de menores e incapaces.

Respecto a la protección de la intimidad, las funciones de visibilidad de perfiles y de intercambio de contenidos digitales caracterizan este elemento, que marca el desarrollo de las interacciones en la red social. El sentimiento y la idea de privacidad que generan determinadas redes impacta en la desinhibición frente a la pantalla, con especial incidencia y gravedad en el caso de los menores. Pasa por aquí una de las cuestiones sensibles de nuestro estudio, puesto que una mejor y mayor formación en la intimidad y en la herramienta social como espacio público, reversible y fácilmente difundible contribuirá a facilitar la prudencia y a tomar las precauciones necesarias.

Finalmente, la última característica de la cuestión jurídica que nos gustaría resaltar es la propiedad intelectual. Los usuarios de redes sociales pueden verse envueltos en un gran lugar de intercambio de ideas, y en muchas ocasiones se roza y transgrede la normativa sobre propiedad intelectual. Consideramos que, así como lo es en el tema de la intimidad, la educación juega un papel imprescindible para reforzar los derechos de todos y respetar las propiedades, publicaciones e ideas de los demás.

La comunicación 2.0 ha permitido que la vida cotidiana se lleve a cabo a través de las redes sociales, integrándose en todo tipo de organizaciones, generando empresas 2.0, política 2.0 o Gobierno 2.0.

Las redes sociales son un buen espacio de encuentro o debate, los cuales marcan y crean un nuevo entorno comunicativo entre los ciudadanos y las organizaciones en un modelo de comunicación multidireccional, es decir, todos con todos, siempre y cuando se tenga el compromiso de interactuar de forma adecuada y con respeto (Túñez & Sixto, 2011)

Todo ello viene apoyado por autores como Fages- Ramió (2008) que defendió la importancia del uso de la web 2.0 y planteó el uso de herramientas gratuitas como blogs, los cuales permitían compartir y crear contenido sin ningún coste en el diseño de la página web.

Entre 1999 y 2001, Dader (2003) realizó un estudio sobre el uso del correo electrónico entre los ciudadanos y el parlamento español, en el que se reflejó que el 46% de los diputados publicaban su correo electrónico en alguna plataforma, mientras que el año 2001 aumentó hasta el 75% este tipo de publicaciones. Ello generó que aumentara el número de correos respondidos del 6,4% en el año 1999, frente al 21,7% en el año 2001. Dicho estudio fue ampliado con la ayuda de Dader y Campos (2006), que constató que en el año 2004 el porcentaje de publicaciones del correo electrónico creció hasta el 88,6%. Estas cifras se consideran bajas en comparación con otros países, ya que países como Italia alcanza el 100% y Francia llega al 93,4%. Por el contrario, el número de respuestas ofrecidas en el año 2005, fue solo de un 17,4%, lo que evidencia un retroceso en comparación con el año 2001.

El gran éxito que presentan estas redes en la política, desde 2008, viene reflejado en el uso de ellas en campañas electorales como la de Barack Obama.

En la comunicación política las redes virtuales se catapultaron como una herramienta de éxito en 2008 durante la campaña electoral que llevó a Barack Obama. Las redes sociales facilitan el contacto de los ciudadanos con cargos políticos, poniendo al mismo nivel a los políticos y al pueblo.

Otras de las campañas utilizadas por los políticos es la de Llamazares, la cual se centró en utilizar SecondLife, un canal de Youtube enfocado a la política, en el que se cuelgan diferentes campañas, mítines o mensajes hacia el ciudadano, teniendo como característica principal que el espectador puede elegir el momento que comenzar o finalizar la comunicación. Por el contrario, Donal Trump, expresidente de EEUU, expresó en una entrevista en el New York Time, que la única función por las que usaba las redes sociales, era para poder argumentar sus ideas frente a sus adversarios políticos, ganando así más poder (Domínguez, 2009). Este político, tras su nombramiento, realizó otra entrevista en la que indicaba su tranquilidad en referencia al uso de estas redes, ya que le habían generado más poder que el dinero (Maciá y Gosende, 2011).

Con ello, se puede decir que los partidos políticos han sabido aprovechar la accesibilidad para obtener datos personales de sus seguidores o “amigos” de seguidores, de forma gratuita. Estos datos son contestados por los usuarios de cualquier red social (como puede ser la Facebook) a la hora de registrarse, entre los que se destacan: el estado civil, la edad, la comunidad o ciudad de residencia, las creencias religiosas y políticas, las preferencias sexuales, el ocio, los estudios, el trabajo, el currículum profesional o el correo electrónico. Como resultado de ello, las campañas fueron más directas y precisas, generando una nueva forma de marketing electoral y siendo más efectivas a la hora de realizar las comunicaciones a los votantes potenciales escogidos.

1.5. Clasificación de las redes sociales

La clasificación expuesta a continuación es elaborada y estructurada por una gran variedad de autores, que tienen como puntos generales, los siguientes.

1.5.1. Redes sociales horizontales

Las redes sociales horizontales no tienen una temática específica, están dirigidas a un público general y se enfocan en la acumulación de contactos. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación personal, de tipo genérico, y careciendo de un propósito específico o singular. Su función principal es la de conectar personas a través de una tecnología y unas características que son comunes a todas ellas: creación de un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos. Algunas de las más relevantes son:

- **WhatsApp Messenger:** fue fundada en 2009 por Jan Koum quien había sido previamente el director del equipo de operaciones de la plataforma de Yahoo!. Originalmente esta aplicación se concibió como especie de agenda "inteligente", en la cual se podría observar lo que cada persona hace en cada momento con el objetivo aclarar si está disponible para hablar o si era mejor contactar con ella en otro momento, a través de SMS, etc.

Actualmente es una aplicación de mensajería multiplataforma que permite el envío y la recepción de mensajes sin tener que utilizar SMS, utilizando para ello datos móviles. WhatsApp Messenger está disponible para iPhone, BlackBerry, Windows Phone y Android, y todos esos dispositivos pueden comunicarse del uno al otro, debido a que WhatsApp Messenger usa el plan de datos que ya tienes para email e internet, sin suponer un coste adicional (Romero y Espinosa, 2015).

La aplicación tiene características suficientes para poder ser considerada una red social. Éstas son: 1) contactos: algo fundamental en

toda red social, en este caso vienen definidos los números de teléfono del usuario, permitiendo así establecer una relación directa de mensajería con los mismos; 2) creación de un perfil: actualmente WhatsApp permite disponer de un perfil de usuario asociado al número de teléfono; 3) intercambio de archivos y posibilidad de hacer grupos. Actualmente numerosas marcas están haciendo uso de esta red social y servicio de mensajería (como Coca Cola, entre otras) dando atención al cliente de una forma más cercana e inmediata (Romero y Espinosa, 2015).

WhatsApp y sus competidores (Line, WeChat...) tienen una gran oportunidad de superar a gigantes como Google, Facebook o Twitter, encabezando así el entorno móvil, gracias a los millones de usuarios que han logrado desde sus inicios. Aunque ofrecen un servicio diferente, estas apps tienen mucho que ganar a algunas redes sociales que, como Facebook, no acaban de encontrar su nicho en el contexto de la mensajería.

En 2017 WhatsApp fue adquirida por Facebook por unos 11.600 millones de euros. La empresa de Mark Zuckerberg desembolsó en efectivo la cuarta parte de esa cifra. Los propietarios de la compañía recibieron el resto en acciones de la red social (Suárez, 2014).

Respecto a su uso, varios autores determinan que los adolescentes traspasan sus conocimientos tecnológicos a su vida estudiantil, utilizando así esta red social como medio de comunicación entre los compañeros de clases (Vidales-Bolaños y Sádaba-Chalezquer, 2017)

- **Snapchat:** En 2011 surgió esta red para compartir mensajes, fotos y vídeos con la idea de que los mensajes individuales tuvieran un tiempo limitado de exposición, es decir, que abierta de nuevo la aplicación este contenido hubiera desaparecido, y que las historias compartidas, dirigidas a todos los seguidores, tuvieran un tiempo de exposición de 24 horas máximo. Existen

dos formas de transmitir en Snapchat: con un perfil o mediante canal en la sección Discovery.

En 2015 se implementó la publicidad segmentada utilizando para ello la tecnología de la geolocalización, y en diciembre de este mismo año la aplicación se hacía con 110 millones de usuarios, situándose en el puesto 18 dentro del Top 25 de las aplicaciones más usadas en Estados Unidos. En marzo de 2016, esta cifra se habría duplicado y sería así la segunda red social de mayor utilización en dicho país; de esta forma Snapchat se convertiría en la tercera por horas de uso detrás de Facebook e Instagram. Los jóvenes de entre 18 y 24 años constituyen la franja generacional de mayor penetración e impacto (58%) (Morante & Cuenca, 2017).

- **Twitter:** es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) y bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007. Creado e ideado por Jack Dorsey en marzo de 2006 y lanzado al público en julio de ese mismo año, la red ha ganado una popularidad mundial y se estima que tiene más de 500 millones de usuarios, generando hasta 65 millones de tuits por día y procesando más de 800 000 peticiones de búsquedas diarias. Ha sido denominado como el «SMS de internet».

Existe cierta controversia sobre cómo surgió la idea que dio origen a Twitter. Según Kwak, Lee, Park y Moon (2010), la idea original surgió dentro de la compañía Odeo, mientras se estaba desarrollando un servicio de radio en línea tipo podcast que no tuvo éxito debido al lanzamiento, prácticamente simultáneo, de un servicio similar por parte de iTunes.

Entre los empleados de Odeon se utilizó el primer prototipo de la aplicación. Sus diseñadores fueron los ex trabajadores de Google, Evan Williams y Biz Stone, con la colaboración de Jack Dorsey, Evan Henshaw Plath y Noah Glass (Kwak, Lee, Park y Moon, 2010).

En medio de este mercado global de las redes sociales y de las aplicaciones para dispositivos móviles es imperativo destacar el papel que la Web 2.0 supone, pues ésta forma parte de un conjunto de ecosistemas en el que cualquier usuario puede aportar y compartir de forma creativa aquellos contenidos que desee (Del Moral, 2007; Greenhow, et al., 2009; Grosseck y Holotescu, 2010; Forkosh y Hershkovitz, 2011). Esta tecnología ha cobrado un papel relevante entre las universidades, que ven en la Web 2.0 una fuente de valor de información y en la que participan las redes sociales junto con los miembros de cada comunidad educativa (Chamberlin y Lehmann, 2011). Se considera, de hecho, que mantener un perfil actualizado de forma habitual e interactuar con los usuarios obteniendo un feedback rápido y directo mejora la imagen corporativa de las universidades (Kierkegaard, 2010) y facilita la mejora de sus estrategias de servicio.

Los microblogs son servicios que permiten a los usuarios escribir y leer breves mensajes de texto (140 caracteres, como en Twitter) desde dispositivos móviles y ordenadores, para ser publicados en la web (Veletsianos, 2012). Twitter es considerada una plataforma de microblogging diseñada, como se dijo anteriormente, como un proyecto de investigación en la empresa Obvious en el año 2006, y categorizado como blog. Dos de sus ventajas más importantes son la utilización de frases cortas (Chamberlin y Lehmann, 2011) y el empleo de hashtags (hash - almohadilla y tag etiqueta que representa un tema a seguir) para seguir conversaciones referentes a un tema específico.

El usuario que accede a Twitter debe prestar atención a cuatro datos importantes que la red social pone a su disposición: «Tweets», «Siguiendo», «Seguidores» y «Listas». La información compartida se sitúa en un espectro que va desde opiniones personales hasta enlaces a páginas web, vídeos, fotos, etc. Estos mensajes cortos (tweets) facilitan la interacción en línea entre los usuarios y se han convertido en populares incluso entre figuras del ámbito político o mediático (Buzzi et al., 2011).

La actividad de Twitter es recursiva: cuando un usuario comparte el tweet que ha recibido origina, inmediatamente, un retweet, produciéndose así una retroalimentación de la información en la red; de esta forma, estos retweets son utilizados por los usuarios para potenciar la comunicación entre ellos (Chamberlin y Lehmann, 2011) y difundir la información de forma viral y exponencial. El dato «siguiendo» (following) hace referencia a las cuentas que el usuario sigue en su perfil. En «seguidores» (followers) están quienes siguen al usuario. En las «Listas» se encuentran fijados los diferentes temas que son normalmente generadores de conversaciones.

Resumiendo, esta red social, además de las acciones meramente de entretenimiento, están también las relacionadas con cuestiones sociales y políticas actuales. Por ello, la red presenta diferentes funciones: por una parte, se puede utilizar para comentar selfies de amigos o conocidos, contradecir o replicar temas en conjunto con otros usuarios, obtener información reciente y actualizada sobre los famosos, subir fotos, o conocer los datos actualizados de la situación de la pandemia del COVID-19. Por otra parte, las entidades, empresas o grandes corporaciones la utilizan para promocionar sus productos, interactuar con clientes y seguidores y poder así aumentar sus ventas; también pueden conocer nuevas empresas con las que colaborar y adquirir nuevos clientes (Feng, 2021)

- **Facebook:** Es una red social gratuita creada por Mark Zuckerberg en 2004 y popularizándose de forma masiva a partir de 2006. En un principio fue concebida como una red para el alumnado de la Universidad Harvard y bajo el nombre de Facemash; en la actualidad, sin embargo, la red social se encuentra abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico (Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009).

Desde su concepción, la red social ha pasado por diversos nombres, tales como Facemash, el cual, como dijimos anteriormente, fue

el primer nombre dado a la aplicación por Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y el brasileño Eduardo Saverin cuando se encontraban en segundo año de carrera. En un principio la red se centraba en poder identificar a las mujeres más atractivas físicamente del campus universitario mediante la comparación de fotos, las cuales fueron adquiridas gracias al servicio de seguridad de la universidad. La aplicación fue duramente criticada por el alumnado de la universidad en su conjunto y finalmente acabó cerrando (Gonçalves, 2016).

Posteriormente decidieron abrir otra red denominada Thefacebook, contando con mejoras que resultaron más atractivas para los universitarios, quienes podían crear lazos de amistad online entre universidades. Thefacebook fue el prototipo de la actual y conocida Facebook.

Facebook es una de las redes sociales más valoradas para el marketing digital y la ampliación de negocios. En ella es posible crear un perfil o lo que se denomina fanpage, permitiendo así la interacción con personas de todo el mundo y compartiendo contenido según sus gustos (Gonçalves, 2016).

En 2020 Facebook ha cumplido 16 años desde su concepción. Esta red social permite crear grupos y páginas, enviar regalos, y participar en juegos sociales. En nuestro país es sin duda una de las más populares especialmente entre los mayores de 25 años.

- **RenRen:** es la red social por excelencia en China, especialmente entre universitarios, recién graduados y jóvenes empleados.

Su nombre RenRen Wangse se puede traducir como “el sitio web de todos”. Se trata de la segunda fase de un proyecto que empezó, como suele ocurrir en estos casos, bajo otro nombre: Xiaonei Wangque, que significa “el sitio web del colegio”, y que fue lanzado en diciembre del 2005 por Wang Xing, Wang Huiwen, Lai Binqiang y Tang Yang.

La aplicación es un clon de Facebook traducido al chino y contando con muy pequeñas variaciones que se expandió masivamente antes de cumplir su primer año de existencia, en octubre del 2006, y que fue adquirido por la empresa privada Oak PacificInteractive, la cual también desarrolló un proyecto similar en el pasado, aunque sin mucho éxito (Castro, 2011).

A Xiaonei le dio impulso su servicio de mensajería instantánea. En agosto de 2009, casi dos años después de su adquisición, la plataforma cambió su nombre y dominio en un intento por incorporar a más usuarios.

La compañía abandonó finalmente el diseño similar al de Facebook de Xiaonei y acuñó su nuevo modelo, RenRen, para seguir evolucionando y compitiendo en el mercado de las redes sociales en China. Entre sus características más destacables se encuentra haber lanzado una política más estricta de privacidad a varios niveles, antes incluso de que lo hiciera Facebook.

Otras de sus características que comparte con el resto de plataformas chinas son los puntos de premio y el uso de una moneda virtual que, la cual apareció por primera vez en Xiaonei pero fue en RenRen donde cobró mayor notoriedad (Castro, 2011).

A comienzos del año 2011, RenRen publicó en su sitio web que cuenta con 160 millones de usuarios registrados y 31 millones de usuarios activos por mes. En abril, la compañía salió a bolsa en Nueva York (Castro, 2011).

- **Instagram:** aplicación creada y lanzada en octubre de 2010 con el objetivo de compartir fotos en las que los usuarios pueden aplicar efectos fotográficos tales como filtros, marcos, colores retro y vintage; posteriormente estas fotografías pueden ser compartidas entre los miembros de la comunidad e incluso en diferentes redes sociales como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter. Una característica única de la aplicación

es que da una forma cuadrada y redondeada en las puntas a las fotografías, un guiño en honor a la Kodak Instamatic Y de las cámaras Polaroid.

Instagram fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger; la aplicación rápidamente ganó popularidad, con más de 100 millones de usuarios activos en abril de 2012. Originalmente fue desarrollada para iPhone y está disponible para los iPad y iPod con el sistema iOS 3.0.2 o superior, pudiéndose descargar desde el App Store y desde su página web. A comienzos de abril de 2012, se publicó una versión para Android estando disponible para descargar desde Google Play.

Desde la versión 4.0 en adelante, la aplicación permite al usuario la toma de vídeos con una duración máxima de 15 segundos. Esta nueva herramienta incluye estabilización de imagen con la cual el usuario puede grabar buenas tomas incluso estando en movimiento (Cardona, 2013).

Como dijimos anteriormente, en 2012 Instagram fue comprada por Facebook, teniendo desde entonces un constante aumento de usuarios y rediseñando por completo la función para la que fue creada. A día de hoy, se ha ampliado el tiempo de realización de los directos, pudiendo tener una duración de más de 60 minutos. Estos directos se podrán mantener en la aplicación hasta 30 días, en los cuales podrá ser descargado o compartirlo en IGTV. Han realizado también grandes cambios en la presentación de inicio de la red social, introduciendo métodos de pago instantáneos integrados en la propia aplicación. Uno de los cambios más significativos es la fusión creada por los chats de Messenger, Whatsapp e Instagram (San Ildefonso, 2020).

Actualmente la sociedad ha tomado como cotidianas las reuniones a través de videollamadas, en las cuales se pueden hacer quedadas con los amigos o reuniones de trabajo. Instagram, como red social, ha ampliado la capacidad de las personas que pueden participar en una videollamada de forma simultánea, utilizando para ello una aplicación

secundaria (a la cual se accede desde Instagram) denominada Rooms, en la que pueden participar hasta 50 usuarios (San Ildefonso, 2020).

- **Telegram:** Es una aplicación de comunicación creada por los hermanos Pavel y Nikolai Durov (también fundadores de otra red social denominada VKontakte, la cual tiene su mayor aplicación en Rusia). Entre sus funciones se puede destacar la de enviar contenido en diferentes formatos de archivos, audio o video a través de aparatos electrónicos como el móvil, la tablet o el ordenador. En el año 2020 ha llegado a tener 400 millones de usuarios (De los Rios, 2021).

Otras funciones que se pueden realizar en esta red social es la de llamar por teléfono, enviar mensajes de voz y editar imágenes. Una gran característica es que esta aplicación cuenta con una plataforma web que puede abrirse en el ordenador.

La mayoría de los usuarios las utilizan para uso personal, pero también está abierto a un mundo laboral en el que permiten compartir archivos con una capacidad de más de 1,5 GB (López, 2020).

- **QQ:** Es una de las plataformas chinas más conocidas en el país asiático que incluso ha desbordado la virtualidad para transformarse en una marca comercial; su nombre oficial es Tencent QQ. Tencent QQ es un conglomerado digital que tiene entre sus herramientas estrellas a QQ, un servicio de mensajería instantánea en red. Su popularidad es tal que ha llegado a alcanzar la cifra de 812.3 millones de cuentas activas.

La compañía Tencent fue creada en 1998 por Ma Huateng, lanzando QQ en 1999. Su salida a bolsa se produjo en el 2003. Desde su lanzamiento se hizo muy popular entre los jóvenes chinos por su simpleza de uso, la interacción que permitía y la gran gama de posibilidades, tales como sales de chats, juegos, avatares, etc.

Si bien inicialmente guardaba una gran semejanza con MSN Messenger, la plataforma ha ido marcando distancia con cada una de las actualizaciones que generalmente se anuncian en fechas especiales en China como puedan ser el Año Nuevo Chino o eventos como los Juegos Olímpicos Beijing 2008. En el 2009, Tencent QQ lanzó un sitio web y diversificó sus opciones (Castro, 2011).

En la segunda mitad de ese mismo año apareció Xiaoyou que se traduce como “los amigos del colegio”, una red social de QQ para competir con RenRen. Al año siguiente, reemplazó Xiaoyou por Pengyou.com, que se traduce como “amigos”.

El éxito de QQ es tal que se ha entendido como un fenómeno cultural. Al igual que sucede con otras plataformas digitales, QQ ha creado su propia moneda, llamada “Q” (Castro, 2011).

- **Wechat:** servicio de mensajería y comunicación, tanto textual como por voz, creado por Tencent, en China. Fue lanzado en enero del 2011. La aplicación está disponible para Android, iPhone, BlackBerry, Windows Phone, y las plataformas Symbian s40 y s60. Entre los idiomas que soporta incluye el chino tradicional, español, indonesio, malayo, japonés, coreano, polaco, italiano, tailandés, vietnamita, hindi, ruso e inglés. WeChat es compatible con Wi-Fi, 2G, 3G y 4G.

Entre las opciones por las que destaca WeChat puede mencionarse su comunicación multimedia, opción de mensajería en espera para hablar por voz, foto y vídeo compartido, así como la ubicación, y el intercambio de información de contacto. WeChat apoya la creación de redes sociales a través de streaming basada en la localización ("Shake", "Look Around", y "Drift Bottle") (Zhang, Li, Wu & Li, 2017).

Las fotos pueden ser tomadas y modificadas con filtros, y pueden ser colocadas en un diario de fotos personales para poder ser compartidas

con otros usuarios. Los datos del usuario están protegidos a través de una copia de seguridad de contactos con recuperación desde la nube.

WeChat pretende ofrecer una plataforma de red social con especial hincapié en la privacidad del usuario y un rendimiento de respuesta rápida.

Inicialmente la aplicación fue lanzada como Weixin en enero del 2011, y rebautizada posteriormente como WeChat en abril del 2012. Su uso se está promoviendo en la India a través de juegos de azar Ibibo, en el que Tencent tiene una participación. La aplicación está disponible en la App Store de iTunes, Google Play Store para Android, BlackBerry App World y Marketplace de Windows Phone.

Una de sus características más destacables es el traductor para más de 20 idiomas (Zhang, Li, Wu & Li, 2017).

- **Weibo:** Es una red que puede entenderse como un “microblog”, siendo este un servicio de micoblogging a través del internet en China. Actualmente existen diferentes versiones de esta red, entre las que se pueden encontrar: Tencent Weibo, Sohu Weibo o Sina Weibo, siendo este el más popular a nivel mundial, mientras que en la versión China el más conocido es Xinlang Weibo. La red de Sina Weibo, fue lanzada en agosto del 2009 por la Corporación Sina, presentando características muy similares a la de otras redes como Facebook y Twitter y logrando un servicio más novedoso y combinando lo mejor de cada una de estas redes. Su evolución ha ido aumentando y en apenas 2 años ha conseguido 250 millones de usuarios registrados. Gracias a su gran popularidad ha presentado, hace unos años, su nuevo dominio a través de weibo.com, modificando así el anterior.

En su aplicación, además de poder escribir un total de 140 caracteres, como en Twitter, presenta otras características como: 1) En su utilización puede insertar gráficos y emoticonos; 2) adjuntar archivos en

formato multimedia (música, vídeos y fotos) y compartirlos con la comunidad sin necesidad de otra aplicación o accesorio (Bishop, 2011).

Grandes famosos y estrellas de China referentes a distintas industrias tienen perfiles en Sina Weibo, siendo esto un movimiento estratégico por parte de la compañía que impulsó su utilización por encima de su competencia, generando así su gran afluencia. Actualmente esta red tiene más de 5000 compañías y 2700 organizaciones dedicadas a los medios de comunicación en China tiene alguna cuenta activa en Weibo.

Sina Weibo superó los 100 millones de usuarios en marzo del 2011, acaparando el 56% del mercado de microblogs en China. Mientras que hace unos años, lanzó un servicio de esta red en inglés.

Con el paso del tiempo Sina Weibo ha ampliado sus servicios, en las que ahora ofrece “Weilingdi”, que es una aplicación de localización similar a Foursquare, o “SinaWeibo Dama”, que está destinada exclusivamente para las mujeres (Bishop, 2011).

En el año 2021, con la situación de la pandemia, ha sido una de las redes sociales más visitada en China, ya que se creó una página dentro de esta red social, denominada “China Sana” controlada por la Comisión de Salud de China, donde se iban actualizando los datos y pautas a seguir con el COVID- 19. En la actualidad esta página tiene 6,14 millones de seguidores (Feng, 2021).

- **Line:** Es una aplicación de mensajería instantánea, pudiendo realizar mensajes en gran variedad de formatos (imágenes, vídeos, mensajes de audios y videollamadas) la cual, según Castells (2001) en su artículo “Internet y la sociedad red”, es utilizada en los teléfonos móviles, PC y Mac. Esta red social es muy conocida por su sistema de pegatinas (stickers), modificando los iconos tradicionales que utilizan otras redes.

Desde sus inicios fue creada como una aplicación móvil para sistemas Android e iOS. Tras su gran popularidad se amplió a sistemas como Windows Phone, BlackBerry OS, Firefox OS, Mac OS X y Windows. Tanto en el sistema de Windows, como el de Firefox OS se presentan diferentes versiones, entre las cuales, en el caso de Windows se divide en dos: una centrada en el escritorio tradicional y otra más exclusiva para el sistema de Windows 8. También existe una versión para Firefox OS.

Actualmente, esta red social, es utilizada por unos 700 millones de usuarios. Siempre ha querido alcanzar a la gran red social de WhatsApp, y aunque todavía está lejos para ello, en 2016 llegó a ingresar hasta 960 millones de euros (Mucientes y Hernández, 2017)

- **Habbo:** Es una red social enfocada sobre todo a los jóvenes y adolescentes y dirigida por Sulake Corporation Oy. En ella se presentan salas de chat como si de habitaciones de un hotel se tratase. El registro y entrada a esta red es totalmente gratuita, mientras que el uso de algunos accesos íntegros en la red, requieren de la compra de “Habbo Créditos”, que es la moneda que se utilizaría en el Hotel, y se conseguirán a través de pagos con dinero real con una tarjeta de crédito o a través de mensajería móvil. Estos “Habbo Créditos” sirven para conseguir elementos extras dentro del hotel, como, por ejemplo, el Habbo Club, el cual permite la compra muebles, denominados en esta red como «furnis», entre otros.

En agosto del 2000 fue lanzada esta red, y ha llegado a expandirse en 31 países y traducido hasta en 21 idiomas. Diariamente se unían hasta 75000 usuarios y registrado hasta 9500000 usuarios con edades entre 13 y 18 años, en un sólo mes, teniendo actualmente más de cien millones de cuentas activadas.

En el año 2008, la red social Habbo contó con más de 110 millones de cuentas creadas a nivel mundial, siendo en este caso, el hotel español y el latinoamericano los que generaban más de 15 millones de cuentas.

Estos hoteles (español y latinoamericano) han llegado a conectar simultáneamente aproximadamente a 67000 usuarios.

Esta red también se ha dado a conocer a través de la red social Facebook, en la que se ha creado una cuenta, y por la cual ha conseguido más de un millón de seguidores (Parini, Vera, Galende, Ganga, Abuchaem y Cifre, 2013).

- **Periscope:** Esta red comenzó su andadura en enero de 2015, en el momento en el que Twitter decidió comprar una aplicación en desarrollo y estrenarla el 26 de marzo. Periscope, es una aplicación para la transmisión de video, y llegó a superar el millón de usuarios en los primeros 10 días (Emol, 2015).

Los creadores de esta red pretendieron descubrir el mundo a través de los ojos ajenos y por ello se plantearon preguntas como ¿Y si pudieras ver a través de un manifestante en Ucrania? o ¿Y si pudiera mirar el amanecer desde un globo aerostático en Capadocia? Ellos creían que podía ser descabellada esa idea, pero centraban su idea en la tele-transportación (Publimetro, 2016). Después de cuatro meses tenían más de 10 millones de descargas, 2 millones de usuarios activos diariamente, visualizando estos una gran variedad de videos y dedicando un tiempo equivalente a 40 años.

Estudios como los realizados por la Universidad Complutense de Madrid en la que planteaban que Periscope fue creada para ser social, no siendo ésta únicamente una plataforma de emisión, sino que también es una red social con seguidores y personas seguidas, las cuales pueden incluir comentarios a tiempo real y corazones que transmiten un “me gusta”, similar a los de la red social Facebook (Ossorio, 2015).

- **LinkedIn:** Es una red social orientada al ámbito laboral o a los negocios, fundada por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Gueriche, Eric Ly y Jean-

Luc Vaillant en diciembre del 2002, y lanzada en mayo del 2003, principalmente conocida como una red para profesionales.

En 2008 llegó a tener hasta 25 millones de usuarios registrados, ampliándose también con 150 industrias. Mientras que, en marzo del 2013, tenía más de 200 millones de usuarios registrados, en más de 200 países, abarcando un gran número de empresas conocidas en la revista Fortune como las 500 mayores empresas estadounidenses.

Por otro lado, el 19 de mayo de 2011 se convirtió en la primera red social estadounidense en introducir acciones en la bolsa de valores, con un precio inicial de 45 dólares. La gran acogida entre los inversionistas fue tal que sus acciones subieron hasta un 109%, llegando a los 94 dólares. En Wall Street alcanzó los 8900 millones de dólares en su monto bursátil (Skeels y Grudin, 2009).

La gente comprende que esta red social está destinada para colgar el currículum online y que les llamen, pero no solo fue creada para eso, sino que las publicaciones en esta red social son exactamente iguales que las de las otras redes, en las que los usuarios pueden crear contenido, interaccionar o publicarlas, de la misma forma que puedes mandar mensajes de forma privada con tus contactos (López, 2021). Por el contrario, su funcionalidad es más complicada que las otras redes, y eso hace que los usuarios se cansen y dejen de utilizarlas.

- **Myspace:** Es una red social compuesta por blogs y espacios de entretenimiento social los cuales permiten conocer trabajos de otros usuarios, escuchar música y ver vídeos. Esta red es muy utilizada por grupos con gustos musicales en los que pueden compartir sus proyectos y crear grupos de seguidores con los mismos gustos (Jone, Blackey, Fitzgibbon y Chew, 2010).
- **Orkut:** Esta red social fue lanzada en enero del 2004, y la consideran como una comunidad virtual que es gestionada por Google. Su función principal

es la de mantener relaciones, pero también se utiliza para hacer nuevos amigos, nuevos contactos comerciales o relaciones más íntimas. Actualmente es más popular en la India y Brasil (Bicen & Cavus, 2010).

- **Bebo:** Red social fundada en el 2004 y que es nombrada con el acrónimo de “Blog Early, Blog Often”. Una de sus características es la creación de diferentes tipos de perfiles: públicos, privados y totalmente privados, convirtiéndose esta en una gran opción para tener una alta privacidad (Hardiman, Richmond & Hutzler, 2009).
- **Netlog:** Es una red social de origen belga, fundada en julio del 2003 por Lorenz Bogaert y Toon Coppens, destinada a la juventud europea y de América Latina. Esta red permite crear espacios de webs propias y personalizados. Actualmente tiene más de 90 millones de usuarios registrados y traducida en 25 idiomas diferentes (De Ridder, 2015).
- **Google+:** Es una red social de Google que tiene características muy similares a las otras aplicaciones de Google, como es el caso de su registro en el que tienes que disponer de cuenta Gmail para inscribirte. Es una de las más importantes en España. Una de sus grandes ventajas es la aplicación de Hangouts, la cual permite realizar conversaciones con un gran número de usuarios simultáneamente (Magno, Comarela, Saez-Trumper, Cha & Almeida, 2012)
- **Badoo:** Red social que ha tenido una gran repercusión en los medios de comunicación por su gran crecimiento y perspectiva de futuro, registrando hasta 150000 nuevas personas al día. Fue creada en el año 2006 y actualmente funciona en 180 países, teniendo su mayor actividad en América Latina, España, Italia y Francia. Por el contrario, ha sido muy criticada por la mala protección de la privacidad (Martínez-Lirola, 2012).

Otras redes sociales que han surgido mientras se han realizado la esta investigación o que no se utilizaban en el momento del estudio, por lo tanto, no se han podido incorporar a nuestro cuestionario, son las detalladas a continuación:

- **Musical.ly:** Es una red social destinada a la publicación de videos, siendo este un medio por el cual los adolescentes transmiten sus ideas o pensamientos, y por ello redes como Facebook e Instagram han integrado este formato en sus aplicaciones, no siendo estas redes las únicas que lo han aplicado.

Algunos autores definen Musical.ly como una red social de vídeo que permite crear, compartir y descubrir pequeños vídeos. En gran medida se puede entender como la unión de redes como Snapchat y Vine, en las que se puede grabar vídeos de una media de 15 segundos, bailando, haciendo playback o haciendo el payaso ante la cámara del móvil, mientras suena alguna canción de fondo (Santos, 2016).

- **Tik Tok:** Red social desarrollada durante 200 días por un equipo de 8 personas, la cual nació entre los meses de enero y marzo del 2018. Esta aplicación permite crear videos cortos para compartir “con todo el mundo” y con los amigos. Una de sus características que destaca es el reconocimiento facial, generando una mezcla perfecta entre la inteligencia artificial y las capturas de imágenes, en la que se puede utilizar una sincronización de ritmos, efectos especiales y una alta tecnología (BBC, 2018).

Su gran popularidad no solo se centra en China, si no que abarca una gran variedad de países orientales y por ello es creada para en varios sistemas, teniendo un mejor funcionamiento en los iPhone.

- **Twitch:** plataforma de live streaming, creada por los emprendedores e inversores Justin Kan y Emmet Shear, una red social por excelencia en el año 2021 (Rey, 2021)

Esta red social fue presentada en la Electronic Entertainment Expo, en junio del 2011. Su nombre estaba inspirado en el término Twitch gameplay, ya que fue diseñado para apoyar a la comunidad de los geamer o jugadores de videojuegos.

Aproximadamente a los dos años de su creación, en el 2013, ya contaba con más de 43 millones de visitantes al mes, llegando a ser en 2014 la cuarta mayor fuente de Internet en Estados Unidos, justo detrás de Google, Apple y Netflix. Sobre este mismo año, poco después, se anunció que Amazon compraba esta plataforma por un importe de 970 millones de dólares.

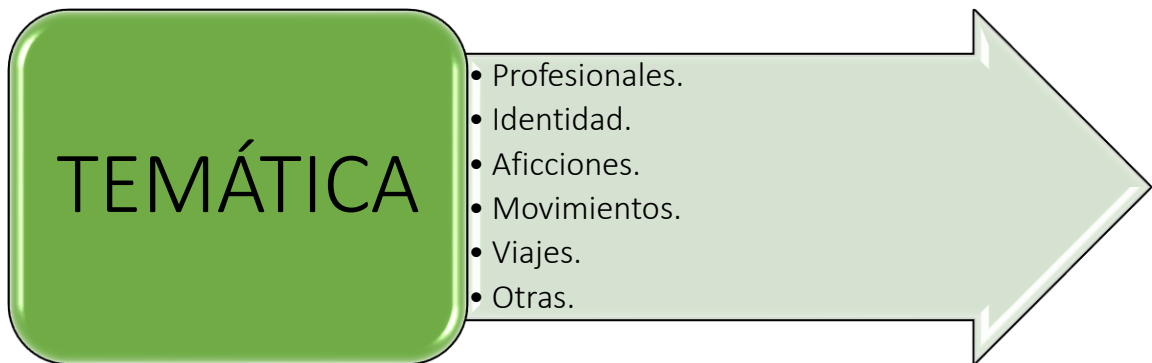
La red social Twitch, es una plataforma de vídeo en streaming destinada a los videojuegos, en la que se puede encontrar videos de las partidas jugadas por los usuarios, transmisiones en directo y otras actividades relacionadas con los videojuegos. Se puede decir que es el mundo de los videojuegos, en la que todos sus usuarios pueden participar de forma activa.

Desde 2011 la red social estaba destinada a los videojuegos, pero con el tiempo ha ido expandiéndose y llegando a utilizarlas para ganar dinero, como es el programa Twitch Partner o mediante donaciones (Adeva, 2020)

1.5.2. Redes sociales verticales

La clasificación que presentamos a continuación permite ordenar la gran diversidad de redes sociales especializadas de los últimos años. Estas redes sociales verticales pueden ser clasificadas según temática, actividad o contenido compartido (Ponce, 2016). A continuación, veremos la clasificación realizada en función de la temática.

1.5.2.1. Por temática

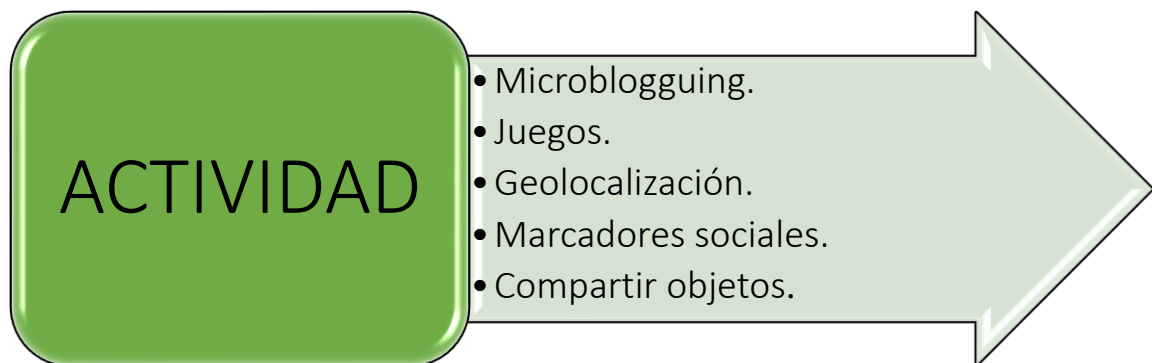


Según la temática se pueden entender las redes como:

- **Profesionales.** Este tipo de redes están enfocadas a los negocios y actividades comerciales. Entre ellas las más importantes son: Xing, LinkedIn, y Viadeo, las cuales engloba todo tipo de profesiones, aunque también se conocen algunas más destinadas a sectores concretos como es el caso de HR.com, centrada en los profesionales de los recursos humanos; o ResearchGate para los investigadores científicos. Su función permite compartir experiencias, relacionar grupos, empresas y usuarios con intereses comunes en la colaboración laboral. Los usuarios reflejan su ocupación en sus perfiles, las empresas donde han trabajado y su currículum académico.
- **Identidad cultural.** Estas redes están destinadas a unir a las personas con identidades culturales comunes. Un ejemplo de ellas es: Spaniards, que recoge la comunidad de españoles en todo mundo; y Asianave, que es una red social para los asiáticos-americanos.
- **Aficciones.** Estas redes sociales están dirigidas a los amantes de alguna actividad de ocio y tiempo libre. Entre ellas encontramos redes tan diversas como los pasatiempos, que es el caso de la red social de Bloosee, centrada en actividades y deportes en los océanos; Ravelry, que recoge a los aficionados al punto y el ganchillo; Athlinks, centrada en natación y atletismo; Dogster, para apasionados de los perros; o Moterus, relacionada con las actividades y el estilo de vida de motoristas y moteros.

- **Movimientos sociales.** Estas redes se desarrollan en torno a una preocupación social. Entre ellas encontramos: WiserEarth, la cual centra su atención en la justicia social y la sostenibilidad; SocialVibe, que reúne a los consumidores para generar organizaciones benéficas; o Care2, centrada en personas que les interese un estilo de vida ecológico y el activismo social.
- **Viajes.** Estas redes sociales se crearon para conectar viajeros y compartir así sus experiencias por todo el mundo. Este tipo de redes han ganado terreno a las tradicionales guías de viajes o agencias de viajes, generando así el cierre de muchas de estas agencias. Entre ellas se conocen: WAYN, TavBuddy, Travellersporint, Minube o Exploroo.
- **Otras temáticas.** Existe una gran variedad de redes sociales y por ello se han encontrado otras que tienen otro tipo de temáticas, como las destinadas al aprendizaje de idiomas, como Busuu; plataformas para talentos artísticos, como Taltopia; o destinada a las compras, como Shoomo.

1.5.2.2. Por actividad



Según la actividad se pueden entender las redes como:

- **Microblogging.** Este tipo de redes sociales ofrecen diversas funciones tales como el envío y publicación de mensajes de texto breves, el seguimiento de otros usuarios, no siendo esto necesariamente una relación recíproca. Entre ellas

podemos entender cómo este tipo de redes a: Twitter, Muugoo, Plurk, Identi.ca, Tumblr, Wootie o Metaki.

- **Juegos.** En estas plataformas se congregan un gran número de usuarios para jugar y relacionarse con otras personas. Pese a la idea que plasma la gente sobre este tipo de plataformas, es necesario entender que no solo es un sitio web para juegos, sino que también permiten interacciones tan fuertes que ha llamado la atención de los expertos en el ámbito de las ciencias sociales, los cuales han estudiado el comportamiento de estos colectivos. Entre ellas se destacan: Friendster, Fourquare, Second Life, Habbo, Wiipley, Nosplay o Worls of Warcraft.
- **Geolocalización.** Este tipo de red también es conocida como red de georreferencia, que permiten mostrar el posicionamiento (localización) de un objeto concreto, pudiendo ser una persona, un monumento o un restaurante. A través de ellas, los usuarios pueden localizar el contenido digital que comparten. Entre ellas se destacan: Foursquare, Metaki, Ipoki y Panoramio.
- **Marcadores sociales.** La actividad principal de este tipo de red es almacenar y clasificar enlaces para poder compartirlos con otros y poder así conocer las listas de recursos de otras personas. Entre otras acciones, también presentan servicios en los que se ofrece la posibilidad de comentar y votar los contenidos de otros miembros, enviar mensajes y crear grupos. Entre las más populares se destacan: Delicious, Digg y Diigo.
- **Compartir objetos.** Este tipo de redes permite que sus miembros compartan contenidos diversos como vídeos, fotografías o noticias, generando así una colaboración entre los usuarios, las cuales tampoco tienen que ser mutuas de forma obligatoria.

1.5.2.3. Por contenido compartido



Según el contenido compartido se pueden entender las redes como:

- **Fotos.** Estos servicios están destinados a almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías. Entre las más importantes se destacan: Fotolog, Pinterest y Panoramio.
- **Música.** Son servicios especializados en clasificar y compartir música, los cuales permiten crear listas de contactos y conocer las preferencias musicales de otros usuarios. Las más utilizadas son: Last.fm, Blip.fm o Grooveshark.
- **Videos.** Servicios webs de almacenamiento de vídeos. En los últimos años se han ido popularizando y han ampliado sus características entre las que destaca la creación de perfiles y listas de amigos para la participación colectiva. Algunas de ellas son: Vimeo, Dailymotion, Pinterest y Flickr.
- **Documentos.** En esta red se puede encontrar, publicar y compartir textos según nuestra preferencia de gustos, de una manera fácil y accesible. Entre las más utilizadas está Scribd.
- **Presentaciones.** De la misma forma que ocurre con las redes destinadas a los documentos, el trabajo colaborativo y la participación, estas redes sociales ofrecen la posibilidad de clasificar y compartir sus presentaciones profesionales, personales o académicas. Entre las más conocidas se señalan: SlideShare y Slideboom.

- **Noticias.** Son servicios centrados en compartir noticias actuales, normalmente agregadas en tiempo real, permitiendo al usuario la información que más le interesa en único acceso y relacionarse con otros miembros, siguiendo un mismo hilo de conversación. Algunas de ellas son: Menéame, Aupatu, Digg y Friendfeed.
- **Lectura.** Este tipo de redes no sólo se centran en compartir opiniones sobre libros o lecturas, sino que también pueden clasificar sus preferencias literarias y crear su propia biblioteca virtual. Ejemplo de este tipo de redes son: Anobii, Librarything, Entreelectores, weRead y Wattpad (Ponce, 2016).

1.6. Problemas que conlleva la utilización de las redes sociales

Una gran variedad de estudios defiende que las redes sociales que más frecuentan los jóvenes españoles son Facebook, Tuenti y Twitter, entendiendo que WhatsApp no es considerada como red social como tal, y menos cuando fue comprada por Facebook, según indican sus propietarios. Por el contrario, en esta investigación si se ha considerado como una red social, por su gran afluencia de uso entre la juventud.

Autores como Echeburúa y De Corral (2010) defienden que cualquier acción sin control, puede desembocar en una adicción. En los últimos años, este tipo de adicción se ha estudiado considerando que los cambios en las formas de vida, la globalización y el impacto que se ha generado sobre el uso de internet han contribuido al desarrollo de comportamientos desadaptativos en los jóvenes.

Al mismo tiempo se han generado otras investigaciones que en las que se ha estudiado la adicción a internet, como, por es el caso de Griffiths y Parke (2010) en la que concluyen que este tipo de adicción puede provocar síntomas similares a los generado por la adicción a sustancias, como son: la modificación de estado de ánimo, la prominencia, la tolerancia, la abstinencia, los conflictos y la recaída. Siguiendo esta misma línea autores como Meerkerk, Van Den Eijnden, Vermulst y Garretsen (2009) describen el término “adicción a internet”, como un patrón de comportamiento potencialmente patológico, el cual da cuenta de la presencia de algunos síntomas: pérdida del control del comportamiento, conflictos tanto interpersonales como internos, pensamientos

repetitivos, uso de internet continuado para cambiar su estado de ánimo y síntomas de abstinencia.

Autores como Kesici y Sahin (2010) y Kittinger, Correia e Irons (2012) indican que existen evidencias del potencial problemático del uso de las redes sociales. Por ello se han realizado una gran variedad de investigaciones dirigidas a la comprensión del uso problemático de las redes sociales y a los factores que influyen en él, siendo uno de estos factores las necesidades psicológicas. En estas investigaciones se ha encontrado que los individuos están cada vez más dependientes de las redes sociales con el fin de satisfacer sus necesidades sociales (Lee y Chiou, 2013). Apoyando esa idea, Masur, Reinecke, Ziegele y Quiring (2014) proponen que la satisfacción de las necesidades offline y la satisfacción buscadas mediante el uso de las redes sociales deben ser consideradas para brindar una visión integral de las conductas adictivas.

En concreto, se ha determinado que intentar proveer necesidades de pertenencia y popularidad (Lee y Chiou, 2013), la auto-presentación, el entretenimiento, la socialización, o el escapismo (Papacharissi y Mendelsohn, 2011). Sin embargo, hay muy poca información sobre las necesidades psicológicas (afiliación, exhibición, juego) relacionadas con el uso incorrecto o problemático de la red social Facebook.

Entre los mayores predictores psicológicos del uso de Facebook se encuentran el intercambio de información, la interacción social (Smock, Ellison, Lampe y Wohnet, 2011), el mantenimiento de las relaciones; el entretenimiento (Tosun, 2012), la organización de las actividades sociales y el establecimiento de relaciones de amistad y de tipo romántico. Otros motivos importantes, aunque menos explicativos son la utilidad, el seguimiento de personas, instinto de manada (usar Facebook porque otros lo hacen), la recopilación y conexión (organización amigos en un solo lugar) y, finalmente, la expresión personal.

Es importante resaltar, también, que el uso inapropiado de internet y, más concretamente, de esta red social, puede afectar al rendimiento académico (Rosen, Carrier y Cheever, 2013) así como la participación en actividades de riesgo (Tsitsika et al., 2011), la generación de conductas autodestructivas (Lam, Peng, Mai y Jing, 2009), la afectación del funcionamiento cognitivo (Park et al.2011), el empobrecimiento de la

calidad de la dieta (Kim et al., 2010); afectar el estado de ánimo así como desarrollar problemas de ansiedad (Kuss et al., 2017).

En el año 2009 y con motivo del día de internet seguro, se firmó el primer acuerdo de la Unión Europea con diecisiete de las empresas más relevantes del sector para potenciar y fomentar la seguridad de los menores de edad en las redes sociales. Entre las medidas más relevantes que se acordaron implementar están:

- La presencia de un icono de «denuncia de abusos» accesible y sencillo de utilizar que permita a los usuarios denunciar tanto contactos como comportamientos inadecuados.
- Asegurarse de que todos los perfiles y listas de contactos en línea de los usuarios de los sitios web registrados como menores de 18 años estén predeterminados como «privados».
- Los perfiles privados de usuarios menores de 18 años no pueden ser buscados ni en sitios webs ni a través de motores de búsqueda.
- Garantizar opciones de privacidad, destacadas y accesibles, para que los usuarios puedan tener control sobre lo que el resto de la comunidad puede ver.
- Dificultar o incluso impedir que los menores de edad utilicen los servicios de una red social determinada, si esta está dirigida a un público mayor de edad.
- A nivel general es recomendable tener presentes las cuatro características de lo público en la red que, de acuerdo a Boyd (2014), ofrecen una visión amplia del fenómeno, así como de sus implicaciones educativas; estas son la persistencia, la replicabilidad y las audiencias invisibles.
- Persistencia: cualquier acto comunicativo en redes sociales puede ser grabado para la posteridad, haciendo que la comunicación sea asincrónica; de esta forma se amplía el periodo de existencia de cualquier acto de habla.

- Replicabilidad: si bien fuera de internet un rumor puede ser una mala interpretación, los mensajes en redes sociales pueden ser copiados de manera íntegra, haciendo imposible distinguir el “original” de la “copia”.
- Audiencias invisibles: es prácticamente imposible determinar todos los receptores potenciales de aquello que es publicado en una red social. Este hecho se hace más complejo a medida que se dan las propiedades anteriormente descritas, puesto que nuestra expresión puede ser escuchada en un momento y en un lugar totalmente distinto de donde fue emitido.

Otros autores señalan como fenómenos importantes en el auge de las redes sociales la velocidad en el cambio de registro lingüístico y pragmático; así, Bassler (2002) ha acuñado término *small talk*, que podría ser traducido como “cotilleo”, diferenciándolo del *big talk* o los “grandes temas”, es decir, la comunicación que gira en torno a un contenido específico, teniendo repercusión en las funcionalidades y el tipo de red, según temática y destinatario. De esta forma, por ejemplo, las redes profesionales buscarán el logro de sus campañas; el reclutamiento de los candidatos y la promoción de productos de marketing digital, entre otros. En aquellas redes sociales más enfocadas al ámbito personal, por otro lado, las relaciones online estarán explícitamente “etiquetadas” y organizadas por la infraestructura del sistema. De acuerdo a Baym (2013), sin embargo, la naturaleza de la mayoría de las amistades que se establecen en el contexto online son “*weak ties*”, es decir, débiles.

Antes de hablar de adicciones causadas por el uso inadecuado de las redes sociales, sin embargo, es preciso atender a los síntomas que son básicos y comunes a todas las adicciones. Así, en este contexto en particular, prestaríamos atención no tanto al número de horas invertidas, sino a las consecuencias negativas que se derivan del uso realizado de las redes sociales. Estas consecuencias negativas pueden afectar al ámbito familiar, social o académico. En segundo lugar, es necesario atender a la dependencia psicológica, entendida esta como deseo, ansia o pulsión irresistible, así como una pobre capacidad de control (Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamarro, & Oberst, 2008).

De acuerdo a la evidencia presente, la dependencia psicológica en los usuarios de las redes sociales no parece ser fuerte. Frecuentemente es confundida con la dependencia a la tecnología. La posibilidad de una adicción a internet y, en concreto, a las redes sociales, no está exenta de controversia, debido principalmente a la propia naturaleza de la adicción. Las condiciones que una tecnología ha de cumplir para causar una dependencia psicológica no están claras (Carbonell y Oberst, 2015).

Para Kim y Kim (2010), por otro lado, los adictos a internet sufren de la misma patología que los adictos al alcohol. Las horas empleadas en el uso de redes sociales, si bien son un criterio importante, no constituyen sin embargo el único indicador para hablar de adicción a las redes. Así, aunque en el campo de los juegos on line, por ejemplo, es posible jugar un gran número de horas, no todos los jugadores en esta situación presentarían un perfil de adicción (Griffiths, 2010). Algo similar sucede para diagnosticar, por ejemplo, la adicción al alcohol: ni en los criterios diagnósticos del DSM-5 (American Psychiatric Association, 2013), ni en cuestionarios para diagnosticar alcoholismo como el CAGE (Ewing, 1984) o el Audit (Babor, Higgins-Biddle, Saunders, & Monteiro, 2001) se utiliza la cantidad bruta de alcohol consumido. Si bien dado su brevedad y concreción el término “adicción” pudiera ser adecuado, se prefiere hablar, en el contexto de las redes sociales, de “uso problemático” (Aboujaoude, Koran, Gamel, Large, & Serpe, 2006; Caplan, 2003; Sánchez-Carbonell et al., 2008).

El principal criterio al que atender para hablar de uso problemático es la pérdida de control y el uso nocivo de la tecnología, cuyos síntomas parecen ser comparables a los de otras adicciones. Puesto que este uso problemático de internet está relacionado con variables psicosociales, tales como la vulnerabilidad psicológica, el estrés y el apoyo familiar y social (Echeburúa y De Corral, 2010), es recomendable implementar estrategias de prevención en el hogar y en la escuela, basadas en dichos factores de riesgo y de protección (Machaca y Meneses, 2019).

A continuación, se explican algunos de los problemas más frecuentemente estudiados que un uso inadecuado de internet y de las redes sociales en particular, puede acarrear.

Sedentarismo

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1996) esta es la causa principal del sobrepeso y la obesidad infantil y adolescente. Se calcula que en el 2010 hubo 42 millones de niños y adolescentes con sobrepeso en todo el mundo, de los que cerca de 35 millones viven en países en desarrollo. La obesidad en el periodo infantil y en la adolescencia predispone a problemas futuros de salud, tales como diabetes y enfermedades cardiovasculares.

Se considera que, entre otros problemas, el uso abusivo o problemático de las redes sociales favorece la aparición de conductas sedentarias, propiciando así, de forma indirecta, la aparición de la obesidad.

Ciberadicción:

En términos amplios y generales la ciberadicción, como concepto, alude al uso problemático y abusivo que se realiza de internet, incluyendo el consumo de videojuegos, si bien con las cautelas mencionadas anteriormente. Aunque es un campo de investigación incipiente, existen algunos instrumentos para tratar de medir este uso problemático, como el Cuestionario de Adicción a Internet (IADQ por sus siglas en inglés). Si se responden afirmativamente cinco de las siguientes preguntas y se experimentan los síntomas descritos a continuación, se podría hablar de ciberadicción (Basile, 2006):

1. ¿Te sientes preocupado con internet, piensas en cosas de la web y adelantas el momento de la conexión (te conectas antes de lo previsto)?
2. ¿Sientes la necesidad de alargar las conexiones a internet para lograr satisfacción?
3. ¿Has hecho repetidamente esfuerzos infructuosos para controlar, interrumpir o detener el uso de internet?
4. ¿Te sientes inquieto, deprimido, de mal humor o irritado cuando intentas interrumpir o detener el uso de internet?

5. ¿Te mantienes en línea más tiempo del inicialmente previsto?
6. ¿Has puesto en peligro o corres el riesgo de la pérdida de una relación significativa, trabajo, oportunidad educativa o profesional debido a internet?
7. ¿Has mentido a los miembros de tu familia, terapeutas u otros para ocultar el grado de implicación con internet?
8. ¿Usas internet como una forma de escapar de los problemas o para aliviar la disforia (por ejemplo, sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad, depresión)?

Uno de los estudios más interesantes que pueden destacarse sobre esta cuestión es el realizado por Arnaiz, Cerezo, Giménez y Maquilón (2016). Este analiza el consumo que se hace del teléfono móvil y del ordenador en población adolescente, interesándose por conductas de ciberadicción, bullying y cyberbullying, y atendiendo a variables como el sexo, nivel educativo y la supervisión familiar. A través de un cuestionario autoinformado a una muestra compuesta por 1353 adolescentes escolares de Educación Secundaria y Bachillerato, con un rango de edad comprendido entre los 12-21 años ($M = 14.8$; $DT = 1.62$; 52.8% varones), se encontró que el consumo medio del móvil y del ordenador está entre 1-2 horas al día; en torno a un 13% se encuentra en situación de ciberadicción y el 32% en situación de riesgo. Se observan, además, diferencias por sexo y nivel educativo. Parece haber, además, un mayor nivel de bullying (12%) frente al cyberbullying (7.7%), así como una considerable asociación entre estas conductas y el consumo de medios. La supervisión familiar, sin embargo, actúa como un potente factor de protección.

Ciberbullying

A finales de la década de 1970, Olweus en Noruega comenzó a estudiar la violencia entre los niños en edad escolar, un fenómeno conocido en todo el mundo como el término bullying. Esta expresión anglosajona es difícil de traducir al español, por lo que han surgido una variedad de términos que pueden usarse indistintamente para referirse a esta realidad: violencia escolar, víctimas agresivas del alumnado de primaria, igualdad

de trato, La disciplina escolar, el comportamiento antisocial de la escuela, el conflicto escolar y otro caso es un concepto específico y claramente definido, que tiene las características de la violencia escolar, pero también tiene sus propias. Para Hernández y Solano (2007), el acoso o maltrato entre escolares es un tipo especial de violencia escolar. Este último término es más general y amplio porque también incluye la violencia física y psicológica por parte de los docentes en las siguientes formas: amenazas , Sanciones y castigos, todos los cuales tienen como objetivo restaurar el orden en el aula; o actos violentos en formas destructivas, incluidos ataques a la infraestructura del centro (robo, graffiti, vandalismo, etc.); violencia estudiantil contra profesores; Violencia inesperada entre niños; etc. ya no hablan de violencia en la escuela, sino de violencia entre niños, acusan al alumnado de conductas que deben ser prevenidas y corregidas (Etxeberría, Esteve y Jordán, 2001).

El ciberbullying trata de emplear cualquiera de las posibilidades de uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación para hostigar con ensañamiento a su víctima. En un análisis reciente realizado por Belsey sobre el fenómeno del Ciberbullying, se define este como el uso de algunas Tecnologías de la Información y la Comunicación, como puedan ser el correo electrónico, los mensajes del teléfono móvil, la mensajería instantánea, o los sitios personales, con fines vejatorios, por parte de un individuo o un grupo, que deliberadamente, y de manera reiterada, pretende causar daño a otro (Belsey, 2005). Los recursos que están disponibles en internet potencian la propagación de estos comportamientos en los que las víctimas reciben malos tratos de sus iguales, bien a través de ridiculizaciones, amenazas, chantajes o discriminaciones, protegido, además, por el anonimato.

Grooming

Este término es utilizado cuando un adulto, deliberadamente y a sabiendas de que está contactando con un menor de edad, pretende conseguir material erótico, pornográfico o mantener encuentros en los que se cometen abusos sexuales, mediante lazos de amistad con ellos (Villacampa y Gómez, 2016).

El artículo 183 bis del Código Penal Español penaliza esta acción, indicando que: la persona que a través de internet, del teléfono o de cualquier otra tecnología de la información y la comunicación contacte con un menor de 13 años y proponga quedar con el menor para cometer cualquiera de los delitos descritos en los artículos 178 a 183 (agresiones y abusos sexuales) y 189 (prostitución y corrupción de menores, espectáculos exhibicionistas o pornográficos o material pornográfico), será castigado con una pena de entre uno a tres años de prisión o tener que pagar multa de 12 a 24 meses. Las penalizaciones se impondrán con mayor fuerza cuando el acercamiento hacia el menor sea mediante coacción, intimidación o engaño.

Privacidad en internet

La protección de la privacidad en internet es uno de los problemas más difíciles de controlar por parte de los usuarios. Por lo tanto, es imprescindible, en primer lugar, proteger el equipo ante posibles ataques de hackers y crackers (piratas informáticos) que puedan robar las claves de correo electrónico, redes sociales y otro tipo de páginas, así como las claves de la tarjeta de crédito.

Una forma de interactuar con personas alrededor del mundo sin salir de su casa es la implementación de comunidades sociales, cuyo fin principal es unir a los usuarios según ciertos intereses comunes con otras personas que compartan esos puntos de vista.

A lo largo de los últimos años se ha comprobado que muchas personas prefieren conocer a otras personas mediante internet frente al método clásico de las relaciones personales (García, 2010).

En casi 2 años se ha rebasado el número de usuarios en comunidades como MySpace o Facebook, entre otras. Se calculó que al día hay 1 millón de usuarios activos a nivel mundial, e incluso que a lo largo de los siguientes 5 años se generarían más usuarios virtuales que personas vivas en el mundo, debido a que cada día más y más personas se suscriben o conocen estas redes.

Actualmente existen una gran variedad de investigaciones sobre la utilización de las redes sociales, siendo una de ellas la realizada por Celie Schou Andreassen en 2012, sobre la red social Facebook. Esta investigadora, realizó un proyecto denominado "The Facebook Addiction" apoyado por la Universidad de Bergen (UiB), en el cual se pudo saber que los adolescentes y jóvenes tienen mayores posibilidades para la utilización de esta red que los adultos. Además, sugiere que las mujeres son más vulnerables a la dependencia y ambiciosas, teniendo estas últimas un menor riesgo. Las personas con mayor riesgo mostraron a su vez alteraciones y dificultades en el sueño (Hermosilla, 2012).

Otro de los estudios, realizado por la Universidad de Maryland, que centró su investigación en los usuarios de redes sociales de 37 países, en las que solicitó estar 24 horas sin internet, en el que el 20% de ellos presentó síntomas similares a otras adicciones: ansiedad, desesperación y vacío emocional. Este estudio es muy similar al de la adicción a los teléfonos móviles, presentado por la TeleNav, a través del cual se demostró que los usuarios preferían dejar de tomar café, alcohol o cola durante 7 días antes que dejar de utilizar su teléfono móvil.

Los cuadros depresivos, el insomnio y las alteraciones en la personalidad suelen ser afecciones que atañen, en mayor medida, a los niños o niñas, siendo estos más propensos (Hermosilla, 2012). Ello refleja, que es necesario e importante tener mucho cuidado con la utilización de cualquier red social en los niños o menores, tanto en las escuelas, institutos como en la relación social de familiares o amigos, ya que pueden llegar a generar síntomas bastante graves en su salud.

Sexting

El término "sexting" es un anglicismo, viene determinado por la contracción de "sex" y "texting" y que se refiere al envío de contenidos eróticos o pornográficos por medio de teléfonos móviles. Esta acción comenzó haciendo referencia al envío de mensajería, conocida como SMS, de naturaleza sexual. Es una práctica común entre jóvenes y adolescentes. En España se le denomina como "sexteo" o "sextear".

Autores como Lenhart (2009) realizaron una encuesta a jóvenes de edades comprendidas entre 12 y 17 años, en la cual se encontró:

- De los jóvenes con edades entre 12 y 17 años propietarios de un teléfono móvil, el 4% dijeron que habían enviado imágenes de sí mismos con gestos o posturas sexualmente sugerentes o casi desnudos a otros, a través de mensajes de texto.
- En cambio, el 15% de ellos indicaron que habían recibido sugerencias de desnudos o imágenes de casi desnudez de conocidos a través de mensajes.
- Siendo más destacado, que el 17% de los jóvenes que pagan sus propias facturas de teléfono móvil envían o han enviado alguna vez imágenes sexuales a través de mensajes de texto, mientras que los jóvenes que no pagan su teléfono móvil sería solo un 3%.

Pese a que las redes sociales se consideran unas excelentes herramientas de comunicación es necesario conocerlas a fondo para poder proteger a los más jóvenes (Cassany & Ayala, 2008).

FOMO: (Fear off missing out)

A lo largo del tiempo, ha ido aumentando el número de personas que sienten que su vida es mucho menos interesante que las de sus otros contactos y que constantemente tiene la sensación de estar perdiéndose algo. Cuando se está pasando un buen momento, puede interrumpirse al descubrir que algunos de tus amigos lo están pasando fenomenal en algo que tú no conocías. La gente transmite solo lo bueno de lo que ocurre y ello se está convirtiendo en un nuevo elemento de agobio denominado como: Fear of Missing out (FOMO).

El término Fear of Missing out (FOMO) refleja el miedo social que siempre ha existido: la exclusión social, el enterarte que tus amigos van o realizan una actividad mejor que las que haces tú. Un problema que ha agrandado este problema es el que actualmente se puede transmitir al instante la ubicación, siendo esta una herramienta que poseen casi todos los smartphones.

Querer siempre las cosas que no se tienen y creer que serán imprescindibles para ser felices, se une a la angustia de saber en todo momento que nos estamos perdiendo algo, no disfrutando de lo que se está haciendo por culpa de conexiones a los móviles donde se observan acciones de otros compañeros que nos gustaría realizar y nos las estamos perdiendo, generando así ansiedad y sensación de falta de adaptación o exclusión.

Según un estudio de Gil, Del Valle, Oberst & Chamarro (2015), 3 de cada 10 personas con edades comprendidas entre 13 y 34 años, han experimentado esta sensación. El que una persona se quede un fin de semana en casa o el consumo del tiempo libre, pueden convertirse en un motivo de ansiedad o preocupación.

Está claro que el gran apogeo sobre el uso de las redes sociales afecta bastante a nuestras vidas. Sabiendo esto, se descubre que hay varios experimentos que estudian el uso de estas redes sociales y sus efectos. Pero, ¿sabemos que las redes sociales tienen un efecto en nosotros? ¿Sabemos qué efecto? Estos experimentos concretan estas interrogantes, aunque no obtienen respuestas con gran seguridad (Campillo y Martínez-Sala, 2017).

Whatsapitti

El Whatsapitis se entiende como “la enfermedad de los adictos al móvil”, y trata de la aparición de una inflamación en el tendón y en las membranas que recubren el dedo. La mayor afectación de esta enfermedad normalmente aparece en los dedos pulgares que son los más utilizados a la hora de escribir o coger un teléfono móvil. Los síntomas que generan son: dolor, entumecimiento e hinchazón en las manos, afectando también al cuello y a la cabeza, tras pasar largas horas en una misma postura.

Esta enfermedad fue hallada gracias a una anécdota de un médico de emergencia, el cual atendió a una mujer de 34 años, y con un embarazo de 27 semanas. Dicha mujer presentaba dolor en su muñeca y más concretamente en el lateral. Muy asustada, la mujer indicó que no había realizado ningún esfuerzo mayor de lo normal y tampoco había realizado deporte. Tras una larga exploración y varias pruebas médicas, el médico no

observó nada extraño, descartando también un examen físico para el signo de Finkelstein. Por ello, el médico la diagnosticó con tendinitis bilateral extensora del pulgar largo del pulgar. Pasadas unas horas, el médico le preguntó a la mujer que le contara que había realizado durante el día. Escuchando detenidamente el médico observó que había mantenido la mano para coger el móvil y escribir durante 6 horas ininterrumpidas, conllevando así un cambio de diagnóstico, denominado WhatsAppitis (Fernandez-Guerrero, 2014).

Vibranxiety y Ringxiety

Según algunos autores el término Vibranxiety es considerado como la ansiedad que se siente en el momento de la vibración de un teléfono móvil, sin que en verdad lo haga, es decir, el cuerpo piensa que el teléfono está vibrando, cuando en verdad no lo hace. Dicho término viene determinado por la unión de dos conceptos muy marcados: Vibrar y Ansiedad.

En cambio, el término Ringxiety se centra más en la ansiedad generada por el sonido del móvil, aunque en verdad este no esté sonando.

Estas dos enfermedades también son conocidas como el “Síndrome del Móvil Fantasma”, estando ambos por la palabra “Ansiedad” (anxiety) y en el caso de “Ring” (que suene), mientras que en el caso de “Vibrar” (vibration) (Kruger & Djerf, 2016).

Síndrome de Ring

En 2014, investigadores de la Universidad de Stanford, Nueva York y la Facultad de Psicología de California realizaron un análisis más profundo de las consecuencias del uso del teléfono móvil, denominarlo síndrome: vibranxiety, ringxiety o fauxcellarm. Estos dos primeros, se entienden como la ansiedad del ring o de la vibración, pese a la ausencia del aparato, mientras que el tercero se centra en los miembros de células falsas, las cuales se refieren a aquellos que han perdido miembros de su cuerpo y, a veces, han experimentado dolor o sensación en los órganos faltantes (llamados clínicamente "órganos fantasmas") (Zamora, 2014).

Uno de los utensilios, que se ha vuelto indispensable en nuestras vidas, es el teléfono móvil. Un sociólogo llamado John Thompson, en el año 2014, estudió el comportamiento de la sociedad de cara a los medios de comunicación, en el que tenía como objetivo conocer cómo nos apropiamos de un medio, de su contenido y lo hacemos propio. Centrándose en el mundo digital, esto se traduce en el rol o importancia que le damos a los nuevos medios de comunicación, y a la interpretación de los mensajes que realizamos a nuestro entorno (Zamora, 2014).

Trolling

El concepto trolling, entendido como una terminología de internet, se define como la acción de publicar comentarios en diferentes servicios, tales como foros, chats, grupos de noticias o blogs, con insinuaciones despectivas o incendiarias para que otros usuarios reaccionen. Su intención primordial es la de molestar a todos los usuarios de una plataforma.

Esta enfermedad surge a principios de los 80 y debe su nombre a una técnica de pesca llamada Trolling, consistente en lanzar un señuelo al agua y levantarlo con rapidez imitando los movimientos del pez. También se denomina “troll” ya que hace referencia a un legendario monstruo molesto, por la que se refleja la molestia que puede tener una persona al escuchar el bulo o mentira publicada (Muñoz, 2017).

1.7. Uso de las redes sociales por los jóvenes universitarios

Para conocer más detenidamente nuestra investigación, es importante entender el uso de las redes sociales en las universidades o centros educativos.

Una gran variedad de estudios refleja el uso académico que hacen los universitarios sobre las redes sociales, resaltando, en este caso, la presentada por Gómez, Roses y Farias (2012) en la que destacan las redes más adecuadas para el uso académico, dependiendo del tipo de actividad y las herramientas de las redes sociales que podrían ser más útiles para los propósitos académicos. Para su elaboración, llevaron a cabo una encuesta en la Universidad de Málaga, compuesta por 938 sujetos y dos grupos de

discusión. Entre los resultados se observó que el consumo de redes sociales de dicha muestra era muy alto, y que los estudiantes presentaron una actitud favorable a que los docentes utilicen las redes como recurso educativo, siendo esto más atractivo para ellos. Por el contrario, se demostró que el uso académico, que el alumnado hace de las redes sociales es más bien escaso, dedicando un mayor tiempo de su uso al ocio y entretenimiento. No obstante, entendemos que estas cuestiones evolucionan y que tras la situación declarada de pandemia quizás puede haber existido un cambio en cuestiones de este tipo que las investigaciones más actuales estarán en estos momentos documentando. La gran popularidad de las redes sociales hace la necesidad de incorporar su uso como plataforma para la docencia e investigar sus potencialidades al mundo académico y educativo. Las redes sociales han jugado un papel importante en la configuración de los nuevos espacios educativos que surgen en la evolución de la tecnología y de la sociedad.

Un gran paso en las universidades españolas, ha sido el incluir como asignatura las redes sociales, tal es el caso que la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones en la Universidad Politécnica de Madrid ha unificado el uso estas redes sociales a las vivencias del día a día en las aulas. La forma de utilizarlas y conocerlas ha sido a través de una asignatura titulada “Ciencia de redes” en la que se abarca un amplio estudio sobre los usuarios de la Web 2.0 y sus comportamientos. Esta iniciativa ha convertido a algunas universidades de habla hispana en las pioneras en analizar el punto de vista pedagógico de estas herramientas, pretendido a su vez, la realización de estudios de tesis o proyectos de carrera para lograr una generación de patentes y una base sólida para sobre las investigaciones de las redes sociales (Martínez, 2016).

Otras universidades latinoamericanas utilizan la Web 2.0 como herramienta de formación; entre ellas se puede destacar la Universidad Técnica Particular de Loja en Ecuador, la cual realizó una campaña Web 2.0 con el propósito de adaptar a los docentes e involucrarlos activamente en las redes sociales, utilizando las herramientas con las que podían generar y difundir sus conocimientos. A través de este proyecto, los profesores pudieron abrir cuentas en distintas redes sociales y así poner en práctica un trabajo colaborativo (Jimenes, 2009).

En cambio, en México se utilizan cada vez más las redes sociales para fines educativos. Una de las redes sociales más famosas en este país es la denominada Viadeo, dedicada a contactar a diferentes profesionales de diferentes ámbitos. Este estudio señaló que México es un país bien adaptado al uso de las nuevas tecnologías tales como: la búsqueda de información profesional que representa un 33%; el intercambio de contenidos con otros usuarios (noticias, encuestas, documentos), con un 24%; las solicitudes para participar en foros profesionales en línea, un 13%; y la participación en foros de discusión, con un 11%. Mientras tanto, entre los años 2010 y 2011 las estadísticas mostraron que el uso de nuevas tecnologías aumentó en casi un 194%, siendo esto muy por encima de la media mundial, que tenía un 59%. (Islas y Carranza, 2011)

Los adolescentes, hoy en día, pueden ser atrapados por las garras del mundo virtual a través de las redes sociales, las cuales contribuyen a crear una falsa identidad, a perder el contacto personal del mundo real. Por ello, el abuso de las redes sociales virtuales puede facilitar el aislamiento, el bajo rendimiento, el desinterés por otros temas, los trastornos de conducta y el quebranto económico (los videojuegos), así como el sedentarismo y la obesidad (Echeburúa & De Corral, 2010).

Orihuela (2009) recoge que las redes sociales pueden generar nuevas relaciones entre miembros de una comunidad educativa, facilitando la circulación de información, la organización de eventos, el compartir recursos y proyectar las relaciones interpersonales.

Otros autores como Castañeda y Gutiérrez (2010), recogen tres perspectivas educativas relacionadas con las redes sociales y la educación:

1. Aprender con las redes sociales. Los jóvenes están en las redes sociales, por lo que es necesario comprender el espacio de interacción y comunicación que tienen, y formar parte de ellas.
2. Aprender a través de las redes sociales. Se refiere al proceso de aprendizaje sobre las redes sociales, pudiendo hacerlo de forma autónoma e independiente simplemente utilizándolas.

3. Aprender a vivir en un mundo de redes sociales. Ello representa la necesidad de dar a conocer estas herramientas, la comprensión y la utilización para ampliar las posibilidades que ofrecen, y al mismo tiempo concretar su papel en nuestras vidas.

Las redes sociales pueden ser empleadas en contextos de alfabetización digital, mejorando de esta forma los talentos, las aptitudes y las habilidades de los estudiantes. En el campo educativo, además, pueden ayudar a afianzar capacidades de aprendizaje generales y significativas, necesarias en una época de transformación social, digital y tendiente hacia la globalización (Belmonte y Tusa, 2010). Así, las redes sociales ofrecen al alumnado una mayor autonomía en su proceso de aprendizaje, potenciando además situaciones de aprendizaje significativo.

Sin embargo, autores como Camacho (2010) han señalado una serie de condiciones para llevar a cabo un buen aprendizaje colaborativo por medio de las redes sociales, entre las que se destacan: primeramente, la necesidad de contar una amplia gama de recursos técnicos y la necesidad de tener una adecuada infraestructura en los centros educativos. En cambio, también es necesario aplicar una formación sobre estos recursos y asegurar así, que los profesores posean las habilidades adecuadas.

Es cierto, que en España no es muy común el uso de las redes sociales en los centros educativos, aunque hay autores que reflejan el positivismo educativo a la hora de utilizarlas, ya que algunas instituciones educativas y universitarias si han introducido su uso como medio de docencia, para captar la atención del alumnado. Hoy en día es muy frecuente encontrar cuentas de diferentes universidades españolas o centros de investigación, en redes sociales como Facebook, favoreciendo así la difusión de sus actividades a todo el público, no solo centrando la atención en los usuarios que componen esas universidades.

La tecnología de la información está cada vez más accesible a la población en general, un hecho que también tiene su reflejo en el alumnado de las facultades españolas. Los hogares están cada vez mejor dotados y la accesibilidad a internet está cada vez más abierta; los juegos online están obteniendo cuotas de mercado cada vez mayores y el uso de las redes sociales es una de las actividades de ocio más

frecuentemente realizadas. Éstos pertenecen a una generación que se presenta como preparada de modo natural para manejar la interfaz, gestionar su agenda de amistades y contactos, discriminar la información y navegar por la Red (Gabelas-Barroso, 2010).

En el ámbito educativo podríamos destacar la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, que cuenta con una plataforma 2.0 premiada con el distintivo “Fundetec” de 2009 y contando con 7.500 usuarios. Esta plataforma presenta la posibilidad de retransmitir conferencias en streaming, así como estar conectada a las redes sociales Facebook y Twitter; la Universidad Autónoma de Barcelona, por otro lado, cuenta con la página “Patabrava.com”, creada en 2002 y que cuenta con más de 310.000 usuarios registrados; posee un interesante y muy amplio catálogo de apuntes elaborado por el alumnado universitario y compartido en la red. Por último, destacamos el proyecto “GNOSS Universidad 2.0”, iniciado en la Universidad Complutense de Madrid, en el que un conjunto de profesores ha creado las comunidades de gness.com para dar docencia a 400 estudiantes (Gabelas-Barroso, 2010).

Está constatado la cada vez mayor penetración de las redes sociales en el continente europeo (ONTSI, 2011). Las posibilidades que las tecnologías de la información ofrecen de cara a la actividad comunicativa hace relevante considerar sus posibilidades educativas, máxime si existe evidencia de que el alumnado podría presentar una actitud favorable hacia ellas (Gómez, Roses & Farías, 2012). Por ejemplo, en un interesante estudio llevado a cabo por Gómez et al. (2012) se encontró que casi el 40% del alumnado universitario sustituiría la plataforma de gestión de contenidos de la universidad por alguna red social. Estos alumnos las utilizan para plantear dudas, obtener información sobre clases, realizar trabajos en grupo y compartir información (Espuny, González, Lleixá & Gisbert, 2011).

En este contexto Facebook es la red social más utilizada por académicos; es utilizada con el objetivo de mejorar la calidad de la enseñanza y crear un entorno de aprendizaje atractivo (Ractham & Firpo, 2011; Piscitelli, Adaime & Binder, 2010). Es necesario destacar, sin embargo, que numerosos estudios muestran que el uso de las redes sociales en un entorno educativo requiere de suficientes apoyos por parte de los

docentes para que los alumnos vean facilitado el tránsito a un entorno virtual (Garrison, 2005).

A nivel mundial, el pasado año, ha surgido un cambio drástico en la vida cotidiana de las personas, derivada de la pandemia mundial por el COVID -19. Investigaciones como las de Cívico, Cuevas, Colomo y Gabarda (2021) presenta la gran preocupación que se ha genera en las familias, tras un confinamiento, en el que la mayoría de las personas han aumentado el uso de las tecnologías (internet, móvil, videojuegos, mensajería instantánea y redes sociales), pudiendo generar posibles consecuencias negativas tras su uso. Han tenido que ocuparse de sus trabajos, responsabilidades académicas o el ocio de sus familias. En dicha investigación se escogió a 147 estudiantes de la Universidad de Málaga, a los que se les pasaron un cuestionario denominado MULTICAGE-TIC, del cual se obtuvo una mayor preocupación de las familiar por la utilización de estas tecnologías durante el confinamiento, de la misma forma que se presenta una gran diferencia en el uso de las mismas en función del género, y generándose un mayor problema por el uso de móvil y la mensajería instantánea en el sexo femenino, frente al uso de los videojuegos en el sexo masculino.

Tambien los centros educativos y universidades, tanto privadas como públicas, han tenido que adaptarse tecnológicamente. Muchas de ellas ya tenían medios para su aplicación y enseñanza digital, pero otras han tenido que actualizarse. Esta actualización digital ha traído cambios a nivel académico en el centro y en los hogares de los estudiantes, cosa que ha sido complicada de llevar a cabo por el nivel económico y por la combinación de trabajo y educación en un mismo lugar.

Autores como Pérez-López, Vázquez y Cambero (2021) han realizado una investigación sobre la Educación a distancia en tiempo de Covid-19, en la que pretenden analizar la incidencia del contexto personal y familiar en la equidad digital, teniendo en cuenta el modelo de enseñanza recibido y conocer la valoración y percepción que hacen de dicho modelo. La investigación se llevó a cabo con 548 estudiantes de la Universidad de Extremadura, a los que se le administró un cuestionario. Mientras que seguidamente a dichos cuestionarios, se les realizaron una serie de entrevistas a algunos miembros del equipo de gobierno de la universidad. Los resultados obtenidos determinaron que los

estudiantes pertenecientes a familias con niveles bajos de formación tienen una menor oportunidad para utilizar estas tecnologías digitales. La mayoría de las clases que han tenido, se han llevado a cabo sin ningún tipo de interacción, ya que eran presentaciones subidas al campus virtual. Por otra parte, un punto negativo en este tipo de enseñanza es la poca adaptación tanto a nivel personal como académica de la enseñanza.

Cambios a nivel cultural, social y tecnológico han transformado las formas de ocio a lo largo de la historia; en los últimos años uno de los cambios más profundos acaecidos ha sido el de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), alterando especialmente cómo los jóvenes disfrutan de su ocio (Galzacorta, Blanco y Gutiérrez, 2014). Algunos autores, entre los cuales se puede destacar Cassany y Ayala (2015) consideran que los jóvenes de entre 15 y 35 años constituyen los actuales nativos digitales, para los cuales la mensajería inmediata, el smartphone, internet, el correo electrónico y los juegos de ordenador constituyen elementos esenciales de sus vidas (Prensky, 2010).

El concepto de “nativo digital” alude a una generación nacida y formada en una “lengua digital”. Por otro lado, aquellos que, si bien no han nacido en un contexto digital, han desarrollado competencias suficientes y desarrollan la mayor parte de su tiempo usando las TIC son denominados como “inmigrantes digitales” (Prensky, 2010). Para los nativos digitales la tecnología es fundamental hasta el punto de que la forma de pensar de esta generación se ve influida por procesos y hábitos desarrollados a través del uso de videojuegos, internet y teléfono móvil (Prensky, 2014).

Desde un punto de vista social y tecnológico la aparición de las nuevas tecnologías y la globalización ha traído cambios que afectan a distintos ámbitos (Vilchez, 2001): el imaginario tecnológico, pues esta convergencia permite sacar a flote nuevos y antiguos mitos en las narraciones y contenidos de los medios de comunicación; el lenguaje y el mercado cultural también se ven afectados, pues se promueve el debate sobre la cultura de los nuevos medios así como su dependencia respecto a las exigencias comerciales; las nuevas formas narrativas; las conductas de los usuarios, las cuales debido a la interactividad que permiten las TIC, se convierten en creadores de contenidos. Finalmente, la forma de conocer, clasificar y encontrar las imágenes que produce la

sociedad. La migración digital ha supuesto, así, el desarrollo de las tecnologías del conocimiento (Piscitelli, 2006).

Por contra, los actuales consumidores, pero próximos productores de prácticamente la mayoría de productos y servicios a nivel mundial son nativos digitales; algunos autores destacan la brecha que existe entre ambas generaciones (nativos e inmigrantes digitales), enfatizando las diferencias en las posibilidades de comunicación (Piscitelli, 2006).

La adolescencia es una etapa del desarrollo caracterizada por grandes cambios en el que el individuo construye su propio espacio, expandiendo la red de relaciones a las que pertenece (Urresti, 2000). Desde la formulación de la teoría de Bordignon (2005), la construcción de la identidad es uno de los principales retos a conquistar en la etapa de la adolescencia (Zacarés, Iborra, Tomás & Serra, 2009).

La identidad tiene una naturaleza psicosocial, es decir, se construye a través de la interacción de la personalidad individual, el autoconcepto, las relaciones interpersonales y el contexto en general (Trimble, Root, & Helms, 2003).

Uno de los contextos relevantes para la construcción de la identidad es sin duda internet y las redes sociales, y en especial redes sociales como Instagram, Facebook o YouTube (Ahn, 2011; Barker, 2009).

En esta etapa las redes sociales permiten, por sus características, la expresión de necesidades y emociones que no podrían ser expresadas personalmente (Castellana, Sánchez-Carbonell, Graner y Beranuy Fargues, 2007). Así, internet gana atractivo porque la ausencia de determinados elementos que sí están presentes en la comunicación cara a cara, por el contrario, están ausentes en las redes sociales, como es el caso del anonimato en el momento de la interacción.

Así, el anonimato que ofrece un chat (Flichy, 2006), por ejemplo, otorga a los adolescentes la posibilidad de construir y crear una identidad propia. Se crean así nuevas formas de comunicación, caracterizadas, por una parte, por la distancia y, por otra, por la ausencia de compromiso. A pesar de estas características, se considera que las TICs

poseen el potencial de disminuir la soledad, de fomentar las relaciones y de compartir experiencias entre los miembros de una comunidad online (Bernete, 2010).

Cabe preguntarse, sin embargo, cómo ha podido afectar la explosividad de las redes sociales y de las TICS en general a las interacciones físicas. Es interesante destacar, en este contexto, que se ha acuñado un nuevo término, phubbing, definido como el menosprecio que se realiza a nuestro acompañante al prestar más atención a nuestro dispositivo tecnológico que a este (Gómez, 2013). Se habla, también, de la idea de “alone together” (solos juntos) como característica relevante de este fenómeno, en el que, a pesar de encontrarnos físicamente junto a otra persona, no estamos interactuando con ella; estas situaciones pueden verse con frecuencia en restaurantes, transportes públicos e incluso en reuniones amistosas y familiares.

En este sentido es interesante destacar que la empresa Coca Cola emitió una publicidad anti phubbing: Social Media Guard (Coca Cola Social Media Guard, 2014). Si bien este producto no está a la venta y no es real, es digno de destacar una iniciativa como esta por parte de una empresa multinacional.

La dependencia hacia nuestros teléfonos móviles puede verse reflejada en el concepto de nomofobia, definido como un miedo irracional a no disponer, de forma temporal o permanente, de dicha tecnología (Solano y Viñarás, 2013). Este miedo afectaría en mayor medida a los jóvenes.

El phubbing y la nomofobia representan, únicamente, dos de las diferentes consecuencias que la dependencia por la tecnología puede provocar. Así, además de estas, es necesario destacar, también, el “whatsappitis” (adicción al whatsapp), el FOMO (fear of missing out) y la “vibransxiety” (vibración fantasma), términos que, como decimos, hacen referencia a distintas patologías que provocan la adicción y el mal uso de las TIC (Revista Médica, 2014).

2. Bienestar psicológico

2.1. Introducción

El bienestar psicológico tiene muchas propiedades decisivas, que involucran muchas categorías, como las condiciones de vida, el estilo de vida y la calidad de vida. El concepto de calidad de vida incluye elementos experienciales, por lo que muchos autores hablan de calidad de vida "percibida", satisfacción personal o bienestar subjetivo. La satisfacción con la vida proviene del punto de partida de las transacciones entre los individuos y sus entornos micro y macro sociales. Por tanto, la calidad de vida es una categoría amplia, con dos vertientes: objetiva y subjetiva. El bienestar psicológico está determinado por la cultura social y tiene una relación dialéctica entre biología, sociedad y psicología, entre las que la personalidad juega un papel muy importante como sistema regulador. Creemos que es esencialmente la dimensión subjetiva de la calidad de vida, es decir, una experiencia subjetiva relativamente estable, que se relaciona con el juicio de satisfacción con la vida (el equilibrio entre expectativas y logro), especialmente los ámbitos más importantes para todos, todos ellos mediados por las condiciones sociales, históricas y culturales de la personalidad y el desarrollo personal (García-Viniegras, 2005).

El concepto de salud mental apareció en los Estados Unidos y se hizo más preciso con el desarrollo de la sociedad industrializada y el interés de la gente por las condiciones de vida. ¿Por qué algunas personas están más satisfechas con la vida que otras? ¿Cuáles son los factores relacionados con la salud mental y la satisfacción? Son algunas de las causas de muchas investigaciones sobre el tema.

En los últimos años, hemos visto las preocupaciones de las personas sobre la salud personal y más concretamente preocuparse por la creatividad, inteligencia emocional, sabiduría, felicidad o calidad de vida.

De hecho, el interés por temas como la felicidad o el bienestar es tan antiguo como los propios seres humanos. Aristóteles confirmó en la antigua Grecia que la felicidad es el mayor desafío para la humanidad. Sin embargo, hasta el día de hoy, este

interés de investigación a largo plazo por los beneficios humanos ha adquirido características científicas inusuales (Diener, Suh y Oishi, 1997).

Términos como calidad de vida, satisfacción con la vida, felicidad, bienestar subjetivo o bienestar psicológico carecen actualmente de la suficiente precisión y delimitación conceptual.

En este apartado se pretende identificar los tres constructos habitualmente solapados entre sí como son los de calidad de vida, bienestar subjetivo y bienestar psicológico, constituyendo este último el núcleo central en torno al cual girará la investigación.

2.2. Calidad de vida

Los continuos cambios sociales, políticos, culturales y tecnológicos, acaecidos cada vez con más rapidez, hacen que cobre especial relevancia la investigación sobre la calidad de vida, especialmente en su dimensión subjetiva o psicológica. El conocimiento sobre las condiciones de vida que posibilitan una mejora en esta calidad de vida percibida contribuye al progreso y al desarrollo social, pues uno de los objetivos más importantes de las políticas sociales y sanitarias es el logro de que las personas vivan más y mejor, previniendo y retrasando en la medida de lo posible problemas de salud, tanto física como mental.

Como único factor a tener en cuenta, el aumento de la esperanza de vida no implica un aumento en la calidad de vida (Real, 2008). De hecho, este aumento en la esperanza de vida media correlaciona con la aparición de problemas nuevos de salud, o bien el aumento en la incidencia de algunos ya existentes y asociados generalmente a una edad avanzada, como el cáncer o la demencia. Quizás cómo afecta a la salud mental sea una cuestión menos estudiada, pero lo que parece estar claro es que la calidad de vida no depende únicamente del estado de salud física y debe incluir el bienestar psicológico y social (Castellón y Romero, 2004).

En este contexto las principales investigaciones realizadas giran en torno a dos aspectos (Real, 2008; Yanguas, 2006): por un lado, la interpretación subjetiva que las

personas realizan sobre los factores relevantes que inciden en la calidad de vida, es decir, la percepción de los individuos respecto a qué favorece la mejora en la calidad de vida en determinados contextos (relaciones sociales, trabajo, etc.). Este enfoque, sin embargo, puede constituir una visión simplista y reduccionista pues no tendría en cuenta las condiciones objetivas en las que los individuos desarrollan su vida.

Así, la investigación en torno a este punto intenta dilucidar si la calidad de vida es un concepto ideográfico, es decir, determinado por el individuo, o si existe una serie de estándares personales y componentes que puedan ser generalizables (Real, 2008). En términos generales, hoy en día parece aceptarse que la calidad de vida y la percepción de esta incluye tanto una dimensión subjetiva como objetiva.

Se podría definir calidad de vida como la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, teniendo en cuenta el contexto de la cultura, así como el sistema de valores en los que vive, en relación con sus expectativas, normas e inquietudes (OMS, 1996).

Yanguas (2006) define este concepto como la satisfacción global del individuo respecto a una serie de dimensiones, tanto personales (incluyendo salud, economía, educación y política) como internas, aquellos factores que pueden afectar a la salud de la persona.

Schalock y Verdugo (2003) distinguieron los siguientes ocho aspectos básicos de la calidad de vida: bienestar emocional, relaciones interpersonales, bienestar material, desarrollo personal, bienestar físico, autodeterminación, inclusión social y derechos. Los indicadores y descriptores de de las dimensiones pueden verse en la Figura 16

Bienestar físico	Bienestar emocional
<ul style="list-style-type: none"> • Salud. • Actividades de la vida diaria. • Atención sanitaria (disponibilidad, efectividad, satisfacción). • Ocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alegría. • Autoconcepto. • Ausencia de estrés.

Relaciones interpersonales	Inclusión social
<ul style="list-style-type: none"> • Interacciones (redes sociales, contactos sociales, vida social). • Relaciones (familia, amigos, iguales) • Apoyos (emocional, físico, económico, feedback) 	<ul style="list-style-type: none"> • Integración y participación en la comunidad. • Roles comunitarios. • Apoyos sociales.
Desarrollo personal	Bienestar material
<ul style="list-style-type: none"> • Educación. • Competencia personal. • Desempeño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estado financiero. • Empleo. • Vivienda.
Autodeterminación	Derechos
<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía/control personal. • Metas y valores personales. • Elecciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos. • Legales.

Figura 16. Aspectos básicos de la calidad de vida (Schalock y Verdugo, 2003)

2.3. Bienestar

Dentro de los componentes que forman la calidad de vida parece haber consenso en considerar el bienestar como el más destacable (Diener, 1994). El bienestar incluiría los conceptos de felicidad, paz, plenitud y satisfacción con la vida (Vega, Mayoral, Buz y Bueno, 2004). Aymerich, Casas, Planes y Gras (2005), por su parte, sugieren que el concepto de calidad de vida engloba el de bienestar psicológico.

Los distintos estudios realizados sobre este concepto han girado, tradicionalmente, en torno a dos amplios ejes: por un lado, la investigación sobre el componente hedónico del bienestar, es decir, lo que podríamos entender como felicidad; por otro la ligada al desarrollo del potencial humano, es decir, la dimensión eudaimónica (Ryan y Deci, 2001).

Dentro de la dimensión hedonista autores como Keyes, Ryff y Shmotkin (2002) consideran el bienestar subjetivo como su principal representante. En cualquier caso, las dos dimensiones mencionadas si bien parecen tener similitudes, cuentan con diferencias importantes (Molina y Meléndez, 2006)

2.4. Bienestar subjetivo

La investigación en torno al bienestar subjetivo se interesa por cómo y por qué las personas experimentan su vida de forma positiva, incluyéndose aspectos cognitivos como afectivos (Diener, 1994). Este aspecto cognitivo y emocional recibe, popularmente, diversos nombres: felicidad, satisfacción con la vida, influencia positiva o negativa. Suele estar caracterizado por la satisfacción con la vida (Cabañero et al., 2004; Diener, 1994; Veenhoven, 1994) y el equilibrio global de influencias positivas y negativas que marca nuestra vida (Argyle, 1992).

El bienestar subjetivo fue considerado en un primer momento como un indicador de la calidad de vida, que estaría determinado por la interacción entre las características del ambiente y el grado de satisfacción mostrado por el individuo (Díaz et al., 2006).

Dentro del bienestar subjetivo pueden encontrarse siete ámbitos o dominios (Cummins y Cahill, 2000): salud, intimidad, bienestar material, productividad, bienestar emocional, seguridad y comunidad. Para Michalos (1982), sin embargo, las dimensiones que más contribuyen al bienestar subjetivo serían: la satisfacción con la vivienda y con la salud, y la autoestima, destacando notables diferencias individuales en función del sexo, edad y el ámbito (rural o urbano) al que se pertenece.

Van Hoorn (2007) establece una clasificación integrada por los siguientes seis factores:

1. *Rasgos de personalidad.* Para el autor estos constituyen el factor con más poder de predicción a la hora de establecer diferencias interindividuales en el bienestar subjetivo. La extraversión, por ejemplo, muestra una elevada correlación positiva con el bienestar subjetivo, mientras que el neuroticismo muestra una negativa.

2. *Factores contextuales y situacionales*. En este grupo se incluyen variables como el estado general de salud y el establecimiento de relaciones significativas (se han encontrado diferencias entre las personas casadas y las solteras).
3. *Factores demográficos*, en particular el sexo y la edad. Las mujeres presentan mayores niveles de bienestar subjetivo que los hombres; por otro lado, los jóvenes muestran mayores niveles que las personas de edad más avanzada. La relación, no es lineal, sin embargo, pues se ha visto que el bienestar subjetivo parece aumentar en la vejez.
4. *Factores institucionales*. En general, en los estados democráticos y, dentro de ellos, en los que existe un fuerte bienestar social, el bienestar subjetivo es mayor.
5. *Factores ambientales*, tales como el clima, el cual parece tener influencia en el bienestar subjetivo, si bien los estudios existentes al respecto muestran contradicciones: así el calor parece aumentar el bienestar en invierno, pero lo disminuye el verano; el calentamiento global, por otro lado, parece influir negativamente en la calidad percibida del bienestar subjetivo (Rehdanz y Maddison, 2005); sin embargo otras investigaciones apuntan a que dicho calentamiento podría incrementar el nivel de bienestar (Becchetti, Castriota y Londoño, 2007).
6. *Factores económicos*. claramente variables tales como el desempleo, la inflación o la falta de desarrollo económico de un país repercuten negativamente en el bienestar subjetivo, tanto a nivel individual como poblacional. Sin embargo, conviene tener presente que la felicidad existe en las poblaciones de todos los países, independientemente de su nivel de desarrollo (Moyano y Ramos, 2007). Es decir, podemos encontrar personas felices tanto en países ricos como menos ricos.

El bienestar subjetivo ha sido equiparado al concepto de satisfacción vital, al ser interpretado como un juicio general y total que las personas realizan de su vida (Blanco y Díaz, 2005; Cabañero et al., 2004); también se ha equiparado al concepto de felicidad, definiéndose como un balance global resultado de los afectos tanto positivos como

negativos experimentados por el individuo en su vida (Blanco y Díaz, 2005; Díaz et al., 2006; Moyano y Ramos, 2007).

Diener (1984) plantea un modelo de bienestar subjetivo formado por tres dimensiones: satisfacción con la vida en general, satisfacción con diversas facetas y un predominio de afectos o emociones positivas. Esta estructura ha sido estudiada por numerosas investigaciones y es la que actualmente cuenta con mayor aceptación.

En relación con los dos componentes, cognitivo y afectivo, del bienestar subjetivo, Michalos (1986), concluyó que:

- La satisfacción con la pareja, la vivienda, con el trabajo y con las amistades explica la mayor varianza de la felicidad.
- Sobre la propia felicidad, es la satisfacción con la pareja la que tiene mayor impacto; mientras que la satisfacción con la salud lo tiene respecto a la valoración global de la vida.

Si bien las definiciones del bienestar no resultan del todo explícitas y dependen en parte de los instrumentos de medida empleados, tres elementos parecen ser los más frecuentemente destacados: carácter subjetivo; dimensión global y apreciación positiva, pues su naturaleza va más allá de la simple ausencia de factores negativos (Diener, 1994).

Así, por ejemplo, Veenhoven (1994) definió el bienestar subjetivo como el grado en que un individuo juzga su vida “como un todo”, es decir, de manera global y general, y en términos positivos. En este juicio el individuo emplea tanto aspectos cognitivos como afectivos.

Por lo tanto, y como conclusión, podríamos decir que los sujetos que experimentan un alto bienestar son aquellos con una alta satisfacción con la vida, y en los que predomina una valoración, en términos generales, positiva de sus circunstancias vitales; con frecuencia su estado anímico es bueno. Por contra, los sujetos “infelices” serían aquellos que valoran la mayor parte de sus acontecimientos como perjudiciales y negativos (Veenhoven, 1994; Diener, 1994).

Se acepta, igualmente, la naturaleza dinámica del bienestar subjetivo: presenta elementos estables y cambiantes a la vez: a pesar de que es estable a lo largo del tiempo, puede experimentar variaciones en función de las circunstancias (Diener, 1994).

A continuación, ahondaremos en el modelo de Diener (1984). Como dijimos esta emplea tres factores. En cuanto a la subjetividad, esta depende de la interpretación y la valoración de la propia persona y no, por lo tanto, de factores objetivos. Si bien los bienes o recursos que dispone la persona pueden facilitar el bienestar subjetivo, no lo garantizan.

El segundo es la experiencia de emociones agradables durante un período significativo de tiempo. El bienestar subjetivo cuenta como criterio las representaciones mentales de la persona, tales como creencias, valores y modos de interpretar la realidad, los cuales influyen en su percepción de la felicidad. Está así modulado por aspectos cognitivos y afectivos. Es interesante destacar, sin embargo, que Argyle (1999) afirma que estos criterios, de forma conjunta, explican tan solo el 15% de la varianza del bienestar subjetivo individual.

Hernández (2005), por otro lado, sostiene que hay emociones con mayor poder de explicativo del bienestar subjetivo. Así la alegría, el placer y el amor manifiestan mayor bienestar subjetivo. Las emociones, por otro lado, que más negativamente influyen sobre el bienestar son la intranquilidad, la rabia y la tristeza, en este orden.

Así las cosas, las personas más felices, o de mayor bienestar subjetivo presentarían las siguientes características:

- Mayor confianza en sí mismos.
- Se animan más a sí mismos.
- Encuentran un sentido positivo a los inconvenientes y a los fracasos.
- Más motivados.

Mientras que las personas con peor bienestar subjetivo se identificarían por:

- Evaluación subjetiva negativa.
- Anticipación aversiva.

- Focalización en la carencia.
- Anticipación de esfuerzo y costo.
- Predisposición hostiligénica.

Diener et al. (1994), por su parte, concluyen que la persona feliz:

- Tiene un temperamento positivo.
- Mira el lado positivo de las cosas.
- No rumia excesivamente los acontecimientos negativos.
- Vive en una sociedad desarrollada económicamente.
- Tiene confidentes sociales.
- Posee recursos adecuados para progresar hacia sus metas.

La revisión de los estudios sobre el bienestar subjetivo señala que existe acuerdo entre los distintos investigadores con respecto a los elementos que componen su estructura. Estos elementos serían: satisfacción con la vida, afecto positivo y afecto negativo (Figura 17). De ello se pueden diferenciar dos grandes dimensiones: la dimensión cognitiva y la dimensión emocional o afectiva (Diener, Suh, Lucas y Smith, 1999). En el siguiente cuadro se pueden ver detallados los elementos de esta estructura.

<i>Afecto Positivo</i>	<i>Afecto Negativo</i>	<i>Satisfacción con la vida</i>	<i>Dominios de Satisfacción</i>
Alegría	Culpa y vergüenza	Deseo de Cambiar la vida	Trabajo
Euforia	Tristeza	Satisfacción con la vida actual	Familia
Satisfacción	Ansiedad y preocupación	Satisfacción con el pasado	Ocio
Orgullo	Enfado	Satisfacción con el futuro	Salud
Cariño	Estrés	Satisfacción con cómo otros ven nuestra vida	Ingresos
Felicidad	Depresión		Con uno mismo
Éxtasis	Envidia		Con los demás

Fuente: Diener, Suh, Lucas y Smith (1999).

Figura 17. Componentes del bienestar subjetivo.

2.5. Bienestar psicológico en relación con el contexto social y la personalidad

Ryff (1989) sugiere que es necesario ampliar las dimensiones que conforman el bienestar psicológico. Ryff define el bienestar psicológico como el resultado de una evaluación valorativa por parte del sujeto con respecto a cómo ha vivido (Ryff y Keyes, 1995). Su modelo está formado por seis dimensiones:

- **Autoaceptación.** Es una de las características principales del funcionamiento positivo. Las personas con una alta autoaceptación tienen una actitud más positiva hacia sí mismas, aceptan los diversos aspectos de su personalidad y se sienten bien respecto a las acciones pasadas. Por otro lado, las personas con baja autoaceptación se sienten insatisfechas consigo mismas, más decepcionadas con su pasado y muestran mayor frustración ante ciertas características de su personalidad.
- **Relaciones positivas.** La pérdida de apoyo social y la soledad o aislamiento social aumentan la probabilidad de padecer enfermedades y acortan la esperanza de vida. Las personas con mayor bienestar psicológico puntúan alto en esta dimensión y mantienen pues relaciones de calidad y profundas con los demás; son capaces, además, de experimentar empatía, amor e intimidad con los demás. Las personas que puntúan bajo tienen pocas relaciones de confianza, tienen más dificultades para mostrarse abiertos y para preocuparse por los demás.
- **Propósito en la vida.** Es una de las dimensiones principales en el modelo de Ryff (1995). Las personas con mayor bienestar psicológico están más automotivadas, persiguen metas y objetivos y tienen la sensación de que su vida es dirigida, manteniendo creencias que dotan de sentido a esta.
- **Crecimiento personal.** Entre las creencias principales de las personas con mayores niveles de bienestar psicológico se encuentra la de estar en continuo crecimiento y desarrollo. Así, están abiertas a nuevas experiencias y buscan desarrollar su potencial y habilidades. Quienes puntúan bajo suelen experimentar mayores niveles de aburrimiento y tienden a sentirse más desmotivados.

- **Autonomía.** Las personas con mayor autonomía son más capaces de resistir la presión social y cuentan con más recursos para regular su comportamiento desde el interior (en vez de ser dirigidos por otros); se sienten más independientes y se evalúan según criterios personales. Las personas con baja autonomía, sin embargo, suelen estar más preocupadas por las evaluaciones y expectativas de los demás, se dejan influir por ellas y tienden a tomar sus decisiones en base a las opiniones de los demás.
- **Dominio del entorno.** Esta dimensión hace referencia al manejo de las exigencias, así como de las oportunidades del ambiente y contexto en el que uno vive para satisfacer sus necesidades. Las personas con un alto dominio del entorno poseen una mayor sensación de control y se sienten con la capacidad de influir sobre el ambiente que las rodea; suelen ser, además, capaces de crear o elegir contextos que encajen con sus necesidades y valores.

En el modelo de Ryff y Keyes (1995), por lo tanto, el bienestar psicológico es un concepto multidimensional. Ha sido empleado de modo impreciso junto a otros términos como el de satisfacción vital y con la calidad de vida. Para los autores citados, sin embargo, el bienestar psicológico es entendido en términos de percepción subjetiva, mientras que la satisfacción vital es contemplada como la gratificación proporcionada por el logro de los proyectos personales. Así, consideran que el bienestar psicológico puede ser medido a través de algunos de sus componentes, los cuales han de ser examinados en diferentes contextos (como familia y trabajo, por ejemplo).

Es cuestionable, sin embargo, el carácter universal del constructo bienestar psicológico. Una de las principales críticas que se le han realizado al modelo propuesto por Ryff se encuentra en el hecho de que su idea de desarrollo máximo de las potencialidades individuales está basada en la noción de éxito que puede encontrarse en sociedades individualistas modernas (Rodríguez-Carvajal, Díaz, Moreno-Jiménez, Blanco y van Dierendonck, 2010), es decir, tendría un claro componente cultural y el carácter universal quedaría, así, cuestionado.

Teniendo en cuenta estas críticas, Rodríguez-Carvajal et al. (2010) ampliaron el modelo de Ryff añadiendo dos dimensiones, llegando hasta ocho. Así, los autores

proponen las dimensiones de vitalidad y de recursos internos. La vitalidad queda definida como una experiencia psicológica de iniciativa, espontaneidad y mayor sensación de control (Ryan y Frederick, 1997), favoreciendo que el sujeto se sostenga en sus esfuerzos por lograr un funcionamiento personal pleno (Waterman, 1993). Los recursos internos, finalmente, quedan relacionados con los procesos de reflexión sobre uno mismo y con el aumento de la conciencia personal respecto a las capacidades individuales propias.

Relacionado con variables como la edad, los resultados de Ryff, 1989; Ryff y Keyes, 1995; Ryff y Singer, 2008 parecen indicar que los adultos jóvenes (25-39 años) puntúan más alto que el resto de grupos analizados (40-59 años y 60-74) en las dimensiones de propósito en la vida y crecimiento personal, sin encontrar diferencias significativas por sexo. Por otro lado, el resto de dimensiones en el modelo clásico de Ryff se mantienen sin diferencias significativas. Por otro lado, de acuerdo a Bowman, 2010; Padget, Johnson, Saichaie y Paulsen, 2009, parece existir una relación entre el nivel sociocultural y económico y el bienestar psicológico según el modelo de Ryff.

De acuerdo con otros estudios, sin embargo, sí se han encontrado diferencias entre sexos, pues al parecer las mujeres puntuarían con niveles menores de bienestar psicológico, así como niveles superiores de agotamiento (Alvarado, Zunzunegui; Béland y Bamvita, 2008; Barrantes, 2006). Esta cuestión necesita, probablemente, de mayores estudios, pues resulta complicado sacar conclusiones. De acuerdo a Hicks, Epperly y Barnes (2001), las mujeres obtendrían mayores (y no menores) niveles de bienestar psicológico. Lindfors, Berntsson y Lundberg (2006) encontraron que las mujeres presentan mayores niveles en la dimensión propósito de vida, mientras que los hombres lo hacen en la dimensión de dominio ambiental, según el modelo de Ryff.

El nivel de estudios alcanzado también ha sido asociado positivamente con el bienestar (Ryff, 2002). Oliver, Navarro, Meléndez, Molina y Tomás (2009) encontraron que es precisamente el nivel de estudios el indicador que más relaciones mostró con el conjunto de variables del modelo a predecir.

Finalmente, consideramos necesario mencionar la autoestima como uno de los mayores indicadores de salud y bienestar. Es generalmente definido como la actitud o el sentimiento positivo o negativo hacia uno mismo como persona, en base a la evaluación

que se realiza de las características propias y que incluye sentimientos de satisfacción con uno mismo (Sebastián, Manos, Bueno y Matero, 2007).

La autoestima es un factor crucial en el desarrollo del ajuste tanto emocional como cognitivo (Miranda, 2005). Según algunas investigaciones parece ir disminuyendo con la edad (Matad, 2004). La importancia de la autoestima en la tercera edad resulta clave pues la persona que se encuentra en este periodo vital debe valorar sus habilidades y características, las cuales han sufrido los cambios propios del desarrollo vital. Trujillo (2005) propone que el mayor aprecio que la sociedad muestra hacia características y valores frecuentemente relacionados con la juventud es uno de los factores que explica el declinar de la autoestima en la tercera edad.

Entre los aspectos más importantes de la autoestima se encuentran todas aquellas conductas que favorecen la aparición y el mantenimiento de niveles mayores de salud, pues se considera que un mayor nivel de autoestima funciona como un factor de protección frente al estrés y a los retos que puedan surgir (Sánchez, Aparicio y Dresh, 2006).

Uno de los instrumentos más utilizados para el estudio del bienestar psicológico, ha sido el Cuestionario de Salud General de Goldberg (General Health Questionnaire, GHQ), siendo un instrumento creado por Goldberg (1992) con el objetivo de evaluar el grado de salud mental general. Este instrumento, en formato de cuestionario autoinformado, consistía en una primera versión en 60 preguntas; posteriormente se han elaborado versiones más breves, de 30, 28 y 12 ítems, que han mostrado niveles semejantes de fiabilidad y de validez (Garmendia, 2007).

El instrumento fue creado con la intención de identificar la presencia de morbilidad psicológica y de servir como instrumento de cribado en la población general. Comprende cuatro áreas psiquiátricas fundamentales: depresión, ansiedad, inadecuación social e hipocondría.

En cuanto a la relación del bienestar con el contexto, aunque se sabe por medio de diversos estudios que las variables sociodemográficas no son buenos predictores del bienestar (Casullo y Solano, 2013), la pregunta es ¿qué contexto favorece el bienestar y

mejora de la calidad de vida? Investigaciones realizadas desde esta perspectiva muestran que no existe diferencia en el bienestar psicológico entre sujetos que viven en condiciones sociales aceptables o cuya satisfacción vital está resultando y aquellos que viven en países subdesarrollados. La diferencia en los niveles de felicidad radica en la comparación entre países muy pobres y países desarrollados. Estos resultados muestran que una vez que se satisfacen las necesidades básicas, no habrá diferencia en la satisfacción entre los diferentes grupos sociales (Diener, 1994).

El concepto de “bienestar psicológico” se sitúa en el proceso y consecución de aquellos valores que nos hacen sentir vivos y auténticos, que nos hacen crecer como personas y no tanto en las actividades que nos dan placer o nos alejan del dolor (Ryff, 1989).

Por otro lado, Waterman (1993) fue uno de los primeros autores que describió las características del bienestar psicológico y lo distinguió del bienestar subjetivo tradicional. El autor asocia la concepción eudaimónica del bienestar a lo que llama "expresividad personal".

Fierro (2000), relaciona el bienestar psicológico con la posibilidad activa de “bienestar” y “bien-ser”, es decir, como una disposición a cuidar la salud mental de uno mismo de modo que la persona, de forma responsable, pueda crear vivencias positivas siendo consciente, además, de ello. Salotti (2006) y Salanova, Martínez, Bresó, Gumbau y Grau (2005) defienden que el bienestar psicológico es el resultado de la percepción que el individuo tiene sobre logros alcanzados en la vida y el grado de satisfacción personal general con lo realizado, coincidiendo con la visión de bienestar mantenida por Diener (1984).

Examinar la relación entre la personalidad y el bienestar psicológico es un desafío, ya que son dos conceptos muy amplios y ambiguos.

Diferentes investigaciones muestran a sujetos más felices y satisfechos, se sienten menos incómodos, tienen un mayor grado de apreciación personal y grandes habilidades para manejar entornos físicos y sociales. La felicidad y la salud mental se entienden como tendencias naturales de la psicología biológica. Así como la salud es el estado biológico

natural de un organismo, en el ámbito psicológico, esta tendencia también está constituida por el bienestar psicológico (Casullo y Solano, 2013).

Los rasgos de personalidad más estrechamente relacionados con el bienestar psicológico son la extroversión y el neuroticismo. Ello fue explicado por Costa y McCrae (1980), y del cual señalaron cinco factores que determinaban los rasgos de la personalidad.

Teniendo en cuenta las contribuciones de estos autores, la extroversión puede tener un impacto positivo, mientras que el neuroticismo tiene un gran impacto negativo. Estas consideraciones han llevado a la confirmación de que estos dos factores de personalidad conllevan efectos positivos y negativos, respectivamente, por lo que su conexión con el bienestar subjetivo es evidente. La investigación realizada desde esta perspectiva tiene la siguiente correlación: Los factores neuróticos son poderosos predictores de efectos negativos, mientras que los efectos positivos se predicen por las dimensiones externas y la intimidad (Deneve y Cooper, 1998).

Por otro lado, se ha confirmado que quienes han sufrido algunos cambios (como residencia, estado civil o empleo) no muestran cambios significativos en su nivel de salud en comparación con quienes mantienen condiciones de vida estables. En algunas personas se han encontrado afectados temporalmente los niveles de felicidad, pero después de un tiempo, vuelven a recuperarse. Estos hallazgos indican que el bienestar subjetivo está directamente relacionado con el temperamento de las personas (Costa y McCrae, 1980).

3. La influencia de las redes sociales en el bienestar psicológico

Tras la revisión exhaustiva sobre la bibliografía existente de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico, se observa que existe una variedad de estudios sobre esta temática.

Los estudios de García (2013) tienen como objetivo explorar el impacto del uso de redes sociales virtuales en los niveles de bienestar psicológico y social. Para ello utilizó una muestra de 322, en sujetos con edades entre 18 y 65 años, de ambos sexos. Pretendía

establecer si existen relaciones diferenciales, según variables socio-demográficas y psicosociales como la edad, el sexo y el auto-posicionamiento social de los participantes. La investigadora presenta unos resultados muy característicos que indican que, respecto al uso de redes sociales, la mayoría de los participantes se describen como usuario habitual de internet, refiriendo que la frecuencia de uso de las redes sociales, oscila entre 7 y 14 horas semanales. El 9,6% de las personas hace un uso excesivo de las redes sociales oscila entre las 21 y 30 horas semanales, mientras que el 3,9% dijo no usar las redes sociales en internet. En cuanto al propósito de uso, la mayoría de los participantes (47%) expresó que usa principalmente las redes sociales para actividades de entretenimiento y entretenimiento (38%), tiene relaciones interpersonales y finalmente las usa para el trabajo o la investigación (15%). Al introducir el análisis de variables sociodemográficas, se encontró que los más jóvenes y los que se sienten en una clase social más favorable las usaban de una forma frecuente, tanto para actividades de ocio como para mantener relaciones interpersonales, o como herramienta de búsqueda de información para el trabajo y / o estudio.

Por el contrario, el sexo de los participantes no mostró diferencias estadísticamente significativas en la frecuencia de uso o los tipos de actividades que los participantes realizaban en las redes sociales. Pero en cambio, el uso excesivo de las redes sociales si se asociaba con una menor autoestima (autoaceptación) y menores actitudes positivas hacia los demás (aceptación social); bajando el nivel de autodeterminación y recursos para soportar la presión ambiental (autonomía); la percepción de dirección e intenciones de vida positivas, acompañadas de su integración productiva, creativa y emocional en sus vidas (significado importante); y el surgimiento de actitudes negativas hacia los demás (aceptación social), y el surgimiento de actitudes negativas hacia la propia persona y la sociedad (García, 2013).

En cuanto a la asociación entre los tipos de uso de redes sociales virtuales y la salud mental, las personas han encontrado que usar internet más para actividades de ocio o entretenimiento tiene una correlación negativa y significativa con las dimensiones de autoaceptación, relaciones positivas, autonomía e importancia. Por el contrario, la relación entre el uso de las redes sociales, el trabajo o estudio y la salud mental en un sentido positivo se relaciona con el crecimiento personal y las relaciones positivas; así

como con la renovación de la salud mental y el bienestar social de otras personas (García, 2013).

Otra de las investigaciones es la realizada en México, sobre las “Redes sociales y bienestar psicológico”. En ella se exploró la posible relación entre el bienestar psicológico de los jóvenes universitarios y la intensidad de uso de las redes sociales en ese país, centrada en la red social Facebook. Para su realización se llevó a cabo una entrevista a 200 estudiantes de una universidad privada en México, teniendo como resultado una asociación negativa entre el número de horas diarias que el alumnado dedicó a Facebook y el bienestar tanto psicológico subjetivo, como material. Además, se encontró una asociación positiva entre el número de fotos que el alumnado comparte a través de Facebook y el bienestar psicológico subjetivo (Valerio y Serna, 2018).

El uso de redes sociales permite realizar actividades con impacto psicológico y sociológico. Como afirman Domínguez y López (2015), las redes sociales se han convertido en un recurso básico sobre la expresión e interacción social y sobre todo entre los jóvenes universitarios, facilitando todas sus actividades tanto lúdicas, como de entretenimiento o de socialización.

Las investigaciones citadas anteriormente, representan exclusividad respecto a los dos términos que se han expuesto en la investigación. A continuación, se detallarán varias investigaciones en las que se relacionan los diferentes campos de estudio en nuestra investigación de forma independiente (redes sociales y bienestar psicológico).

En cuanto a las redes sociales, podemos destacar la investigación realizada sobre las redes sociales y su personalidad del alumnado de primer y segundo año de BGU de la Institución Educativa Privada Ricardo Descalzi en Ambato, Provincia de Tungurahua. Dicha investigación tiene como objetivo comprender cómo las redes sociales afectan en el comportamiento de la personalidad del alumnado de las instituciones de educación privada BGU, Ricardo Deskaz, y las consecuencias de estos comportamientos que conducen a malos comportamientos (Jácome, 2017). Siendo conscientes de que el uso de la tecnología hoy en día es muy necesario e indispensable y no se puede ignorar que el alumnado pierde mucho tiempo en internet, por eso se realizó una prueba para medir el tiempo. Esta investigación tiene como objetivo solucionar el problema del abuso de

estas redes. Para lograr el mejor desarrollo de las habilidades sociales personales, algunas personas proponen realizar un taller para desarrollar habilidades sociales entre las personas, en lugar de restringir el uso de internet. Para ello, se propuso una sugerencia para solucionar el problema, que es factible y eficaz (Alvarado & Israel, 2017).

Investigaciones como la realizadas por Álvarez y Zapata (2002); la Fundación Universitaria Católica del Norte (2005); y por Islas y Ricaurte (2013), han demostrado que la educación virtual, a nivel mundial, ha dado un gran paso en los servicios de educación y comunicación, aplicando las tecnologías para aprender, enseñar y facilitar procesos educativos.

En cambio, autores como Viñas (2009) en un estudio titulado “Uso de internet autoinformado por adolescentes: el estado psicológico del alto uso de internet”, centra su objetivo principal en comprender el nivel y las características del uso de internet por parte de los adolescentes. La muestra procedía de 359 adolescentes de Girona de 12 a 17 años, que fueron entrevistados y evaluados. Esos estudios han demostrado que el 6,7% de las personas navegan por internet más de 30 horas a la semana (más de 4 horas al día) y aún mantienen el 10,2% de su tiempo en línea después de la medianoche (especialmente los niños).

De la misma forma, García, López-de-Ayala y Catalina (2013) realizan una investigación denominada “Hábitos de uso de los adolescentes españoles en internet y redes sociales”, en la que pretenden mostrar la fuerte destrucción de las redes sociales en la vida cotidiana y su influencia en la cultura social. En ella, se llevó a cabo un cuestionario autoadministrado, aplicado en 2077 adolescentes con edades comprendidas entre los 12 y los 17 años. Los resultados obtenidos determinaron la existencia de un uso intensivo en el tiempo y en actividades, como las de contacto y de compartir contenido con sus pares, entre los sujetos que utilizan frecuentemente las redes sociales.

Según otros estudios, como los presentados por Campillo y Martínez – Sala (2017), reflejan que el 91% de los jóvenes con edades comprendidas entre 16 y 24 años usan frecuentemente las redes sociales. Pero no se puede decir que las usan, si no que “viven” con ellas.

Por el contrario, Colás, González y Pablos (2013) centraron su estudio, "Juventud y Redes Sociales: Motivación y Uso Prioritario", en comprender los usos preferidos de las redes sociales, su frecuencia y los motivos de su utilización, en la Comunidad de Andalucía. Se escogió de muestra a 1487 adolescentes entre los que se realizó un cuestionario, en el que se encontró que en cuanto a frecuencia de uso no se encontró diferencia significativa entre sexos, pero sí una motivación para la adquisición, donde los niños son emocionales y en las niñas dominan los motivos relacionales.

Otros autores, como Katz y Rice (2005), por el contrario, no entendían el uso de las redes sociales como algo que generase soledad, sino que promovía las relaciones cívicas, dando lugar a una ampliación en las relaciones sociales y facilitando tener nuevas amistades. Esta característica, es apoyada por Moral (2001) descartando el uso de las internet como motivo para generar relaciones sociales.

En España, el uso de las redes sociales e Internet por parte de niños y adolescentes ha aumentado significativamente en los últimos años. Por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016) muestra que el 98% de los jóvenes entre 16 y 24 años utilizan Internet de forma habitual. Mientras que Jiménez, Ayala-López y García (2013) encontraron que el sitio web más frecuentado para adolescentes son las redes sociales, seguido del acceso a plataformas para compartir videos. En cuanto al uso de los jóvenes, las investigaciones muestran que además del entretenimiento y la búsqueda de información, las redes sociales también se utilizan como una forma de interactuar con personas que consideran iguales (Barker, 2009).

Otro estudio interesante que destacamos es el de "Redes sociales y jóvenes. El uso de Facebook entre los jóvenes de Colombia y España". El foco de este estudio fue el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes (especialmente Facebook), y su experiencia de uso de las redes sociales (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013).

En cambio, artículos como el de Flores (2009), denominado "¿Qué nuevas formas de comunicación y de negocio subyacen en las redes?", presenta una idea de los diferentes modelos de comunicación que existen actualmente en las redes sociales.

También, conviene destacar investigaciones que se centran en el conocimiento de los beneficios y utilidades que, sobre el tejido empresarial, aporta el uso de las redes sociales por parte del usuario, todo ello centrado en España (Lorenzo, Gómez y Alarcón, 2013).

En el estudio sobre la "Intimidación y extimidad en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook", se analizó cómo determinadas herramientas de la red social conducen a conductas que vulneran determinados métodos éticos (Tello, 2013).

En nuestro caso, como se ha comentado anteriormente, nos centramos en una muestra mayoritariamente universitaria. Al respecto de esta muestra, la investigación realizada por Turan, Tinmaz y Goktas (2013) nos resulta especialmente útil, ya que trata sobre las razones por las cuales el alumnado, precisamente universitarios, no usan las redes sociales.

Investigaciones más internacionales como la Royal Society for Public Health (RSPH) (2017), en su reporte "Redes sociales, salud mental y bienestar de los jóvenes", centraba su objetivo en descubrir el impacto positivo o negativo sobre las redes sociales en su salud mental y su bienestar. Para ello, realizó una encuesta a 1500 sujetos de Reino Unido, con edades comprendidas entre 14 y 24 años. A los jóvenes de 14 años se les realizaron preguntas sobre las cinco plataformas más actuales en ese momento (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter y YouTube). En lo referido a la medición del impacto de estas plataformas, a los jóvenes se les pidió que clasificaran, siguiendo estos rangos: -2 (mucho peor), 0 (ningún efecto) y +2 (mucho mejor); en qué medida las redes sociales causaron una mejora o un empeoramiento en ciertos factores relacionados con la salud.

Entre los resultados obtenidos, se demostró un uso diario, de aproximadamente 2 horas, de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram. El uso de estas redes presenta una gran probabilidad de generar mala salud mental, problemas de autoestima, pérdida de sueño, acoso en las redes (ciberbullying) y el miedo a perderse algo (fear of missing out). Por ello, redes sociales como son Instagram y Snapchat, demostraron un daño en la autoconciencia y en el desarrollo de una buena autoestima. Prueba de ello, es

el gran número de críticas negativas que los sujetos han realizado sobre los términos de imagen corporal en Instagram. Mientras que Snapchat fue evaluado negativamente por su deterioro en la calidad del sueño.

La sensación de estarse perdiendo algo (fear of missing out) es muy común en los jóvenes adictos a las redes sociales, que desarrollan comportamientos depresivos al no estar conectados constantemente. Los jóvenes que desarrollan más adicción a internet y a las redes sociales son las personas que tienen menos habilidades sociales, las más tímidas, según Cubillos, Cáceres y Erazo (2016) las consideran como personas que están insatisfechas con su vida diaria y encuentran un "lugar seguro" en estas plataformas sociales y las personalizan para establecer su identidad.

Otro de los problemas, presentado por Cabrera (2017), el cual afecta a uno de cada cinco jóvenes, es la falta de sueño. Estos jóvenes se levantan en medio de la noche para revisar las notificaciones de su móvil, tablet u ordenador. Este autor advierte que una exposición a luces led antes de dormir puede interferir en los procesos naturales del cerebro y que ello puede desencadenar somnolencia, perjudicando la liberación de la melatonina, la hormona del sueño.

Siguiendo con los problemas de la imagen corporal, Villalobos et al. (2011) realizaron una investigación denominada "Disposición y enfoques en estudiantes universitarios de primer año", en la que afirmaron que, durante la adolescencia, el problema de la imagen corporal es siempre muy importante porque es uno de los factores que lo hacen más vulnerable durante este período. Todos los cambios físicos y emocionales que se hayan producido. Las fotos publicadas relacionadas con la apariencia del cuerpo (como trajes de baño, etc.) indican que las personas que publican estas fotos quieren mostrar su belleza o hermosura, ir al gimnasio, cuerpos con curvas, etc.

De acuerdo con otros estudios, hay una alta probabilidad de que las redes sociales estén detrás del fuerte deseo de las mujeres por cambiar su apariencia, cambiando partes de su cuerpo como la cara, el cabello, la piel, entre otras, después de haber pasado un tiempo en Facebook (Pérez, 2016). Es tan preocupante esto que, según la Royal Society for Public Health (2017), alrededor del 70% de mujeres de entre 18 y 24 años considerarían someterse a una cirugía cosmética.

Pero no solo se trata del uso de la red o los problemas que conllevan, por ello una gran variedad de informes, presentados en España, por el INE, la Gestión y Responsabilidad Social Corporativa, el Observatorio de las Telecomunicaciones, el Estudio General de Medios, Eurobarometer, ACPI-Protegeles o La Fundación Auna; han ofrecido datos significativos sobre el “estilo de vida digital”, el grado en el que los contenidos digitales y los servicios TIC se introducen en nuestras vidas, el uso del móvil, o la actitud de la juventud frente estos medios. En estos trabajos se han presentado como conclusiones:

- El INE (2016) reflejó una expansión de los usuarios de las TIC, y, sobre todo, de los que se conectan de forma intensiva a la red, siendo más llamativo el uso de ellas por adolescentes y jóvenes. El 64% de los sujetos había utilizado internet en los últimos tres meses, aumentando hasta llegar a un 87% en el caso de los nativos digitales. En lo referido al equipamiento, en 2010 el 69% de los hogares disponía de algún tipo de ordenador, mientras que el 95% tenía telefonía móvil, siendo un 67% en el caso de los menores con edades entre 10 y 15 años.
- Según el informe anual de Gestión y Responsabilidad Social Corporativa (SGAE) (2007), las viviendas han aumentado su equipamiento en ordenadores, DVD, receptores de TDT y móvil. En el año 2007 había 50 millones de móviles en España, más que personas.
- El Observatorio de las Telecomunicaciones (ONTSI) (2010;2011), mostró que en el 2007 la población de internautas había crecido un 10%. El 65,4% de la población de 10 y más años ya están en internet, siendo la mayoría internautas habituales, de uso frecuente o muy frecuente. En esta investigación se demostró que más de 15 millones de personas, es decir el 90% de los hogares, tiene, al menos, un teléfono móvil.
- El Estudio General de Medios (EGM) (2010) indicó, a finales del año 2010, que el 49% de jóvenes, con edades entre 14 y 35 años, utiliza internet.

- Según el Eurobarometer (2010), el 47% de los hogares españoles estaban conectados a internet y se suponía que el 28% de ellos utilizaban las redes sociales.
- En un estudio de ACPI-Protegeles (2009), se demostró que los jóvenes se conectaban primero para comunicarse, después para buscar información, y finalmente para el ocio o descargas en red.
- A través de su investigación sobre el comportamiento de los menores en internet, la Fundación Auna, destacó como el 51,1% de los menores con edades comprendidas entre los 10 y los 15 años utilizan los servicios de mensajería instantánea, frente al 71% de los menores con 16 y 17 años (Larra, 2005).

Por otra parte, el bienestar psicológico ha entendido como un factor fundamental al apoyo social (Herrero et al., 2004). Autores de los años 90 vincularon el uso de internet con actividades sociales offline y el bienestar psicológico, generando resultados de aislamiento social (Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings y Hegelson, 2002; Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay y Scherlis, 1998). Otros autores como Robinson y Kestnbaum (1999) presentaron resultados con perspectivas hacia una mayor actividad social, mientras que Cole (2000); y Hampton y Wellman (2000) presentaron mayores niveles de confianza hacia los demás y redes sociales más extensas. Estos resultados contradictorios, podrían ser explicados por las propias limitaciones del estudio, ya que no queda determinado el uso social de estas tecnologías (DiMaggio, Hargittai, Neuman y Robinson, 2001).

Teniendo en cuenta investigaciones más recientes, se observa que existe una influencia positiva de participación social, tanto en las redes sociales online como las presenciales (Herrero et al., 2004). Por ello, autores como Bargh, McKenna y Fitzsimons (2001) determinan que los usuarios implicados en actividades sociales en la red, sentirán una mejora del bienestar psicológico, viéndose más capaces de formalizar relaciones sociales más duraderas (Bargh, McKenna y Fitzsimons, 2001).

Estas relaciones se establecen gracias a la participación social generada por las redes, permitiendo así crear nuevos foros en los que desarrollar vínculos con personas

con gustos similares (Castells, 2001). Esto es considerado por las comunidades online como una ventaja, ya que mejoran la autoestima social y la creación de vínculos sociales de mayor confianza (McKenna, Green y Gleason, 2001). El uso de estas comunidades se consideran una fuente de apoyo, el cual ha sido demostrado por autores como el de Licklider y Taylor (1968), en el que se confirmó que los sujetos tendrían una vida más feliz utilizando las redes sociales, ya que la gente con la que interactúan es seleccionada por ellos y por sus gustos. Pero no solo se puede considerar como proximidad espacial, sino que también puede presentar grandes peligros. Entre esos peligros se puede destacar la creación de ciberguetos, en los que se derivan reacciones hostiles sobre temas concretos, por la gran diversidad de opiniones entre los usuarios de una misma red con intereses y valores comunes (Herrero et al., 2004).

El gran apoyo que generan estas redes online, puede ser una ayuda para las personas que tienen dificultades en sus relaciones sociales, como puede ser el caso de personas con movilidad reducida. En el caso, la poca movilidad o el bajo grado de independencia no facilitan la participación, de forma presencial, en contextos sociales.

Respecto a estas personas con impedimentos físicos, Rheingold (1996) señaló la dificultad que presentan para hacer nuevas amistades, y que la mayoría de ellas son creadas a través de las comunidades virtuales, ya que se sienten tratados como siempre quisieron.

Para finalizar, es importante resaltar investigaciones, como la de Jiménez (2013) en las que se pretende conocer el impacto de las redes sociales online en el bienestar subjetivo y emocional de las mujeres de zonas rurales. Para su realización se escogió una muestra compuesta por 478 mujeres, provenientes de zonas rurales de Sevilla. Los resultados determinaron que las mujeres que usaban las redes sociales tienen emociones positivas, estando alejadas de estados de ansiedad, tristeza y desmotivación. Señalando también las diferencias significativas en el bienestar subjetivo y emocional de las mujeres según la edad, la situación laboral y los estudios realizados.

4. Objetivos

Objetivo general:

El objetivo general de la tesis es: Analizar la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico.

Objetivos específicos:

1. Conocer la finalidad del uso de las redes sociales por parte de la población universitaria.
2. Conocer las redes sociales más utilizadas en función de la edad.
3. Evaluar el bienestar psicológico según el uso de diferentes redes sociales.
4. Conocer la diferencia de uso de las redes sociales según el sexo.
5. Analizar el uso de las redes sociales en la Universidad de Extremadura y la Universidad de Salamanca.
6. Estudiar la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico en la Universidad de Extremadura y la Universidad de Salamanca.

5. Hipótesis

Las hipótesis que se formulan son:

H.1: A medida que aumenta el uso de las redes sociales disminuye el bienestar psicológico.

H.2: Las personas que tienen información sobre las dificultades de la utilización de las redes sociales tienen un mayor bienestar psicológico que los que no conocen esos problemas.

H.3. Las personas que estudian y trabajan utilizan más frecuentemente las redes sociales que las que solo estudian.

H.4. Las personas con mayor formación hacen un mayor uso de las redes sociales.

H.5. La frecuencia de uso en las redes sociales viene determinada por la familia y los amigos.

H.6. La población universitaria con edades comprendidas entre 17 y 20 años utiliza con más frecuencia Instagram frente a las otras redes sociales.

H.7. La población universitaria mayores de 24 años utilizan con más frecuencia Facebook que los menores de dicha edad.

H.8: Las personas jóvenes que utilizan Facebook tienen un bajo bienestar psicológico.

H.9. Las mujeres utilizan más las redes sociales que los hombres.

H.10. No existe diferencia entre el uso de las redes sociales entre el alumnado de la Facultad de Educación en Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado en Cáceres en la Universidad de Extremadura y los de la Facultad de Educación en la Universidad de Salamanca.

H.11. No existe diferencia entre la influencia de uso de las redes sociales en el bienestar psicológico del alumnado de la de la Facultad de Educación en Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado en Cáceres en la Universidad de Extremadura y los de la Facultad de Educación en la Universidad de Salamanca.

A continuación, se fundamentan las diferentes hipótesis formuladas.

H.1. A medida que aumenta el uso de las redes sociales disminuye el bienestar psicológico

Esta hipótesis ha sido planteada gracias a los resultados obtenidos en la investigación de García (2013), donde señala como objetivo principal de su estudio, explorar el impacto del uso de redes sociales virtuales y sus niveles de bienestar psicológico y social. Para ello, escoge una muestra de 322 sujetos, de ambos sexos, con edades comprendidas entre 18 y 65 años. Otro de los objetivos de su estudio se centra en establecer si existen relaciones diferenciales, según variables socio-demográficas y

psicosociales como la edad, el sexo y el auto-posicionamiento social de los participantes. En ella, nos presenta unos resultados muy característicos, ya que, respecto al uso de redes sociales, la mayoría de los participantes se describen como usuario habitual de internet, destacando que la frecuencia de uso de las redes sociales, oscila entre 7 y 14 horas semanales. En cambio, el 9,6% hizo un uso excesivo de las redes sociales, teniendo una frecuencia de uso que oscila entre 21 y 30 horas semanales y, por último, un 3,9% dijo no utilizar las redes sociales de internet. En lo que respecta a la finalidad de uso, en su mayoría los participantes, el 47% utilizan las redes sociales para actividades lúdicas y de entretenimiento, el 38 % las utiliza para tener relaciones interpersonales y en último lugar, el 15% las utilizan para el trabajo o el estudio (García, 2013).

Teniendo en cuenta datos socio-demográficos como la edad, se observó que no existe diferencias estadísticamente significativas, ni en lo que respecta a la frecuencia de uso, ni tampoco en lo que refiere al tipo de actividad que realizan los participantes en el uso de las redes sociales. Por otra parte, un uso excesivo de redes sociales, se asocia a menores niveles de autoestima (auto-aceptación), a niveles más bajos en las actitudes positivas hacia los otros (aceptación social), a menores niveles de auto-determinación y de recursos para soportar la presión del entorno (autonomía) y, a percepciones de la dirección e intencionalidad vital positiva, asociada a sentir que su vida es productiva, creativa y emocionalmente integrada (sentido vital); así como a una mayor presencia de actitudes negativas hacia los otros (aceptación social) y evaluaciones negativas de la calidad de las relaciones que mantenemos con la sociedad y con la comunidad (integración social) (García, 2013).

En la investigación citada se analizó detenidamente el uso de las redes sociales en relación con variables socio-demográficas y su influencia en el bienestar eudomónico. Y con ello, nosotros queremos centrar esta investigación en sí, en verdad, existe una relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico en alumnos universitarios.

H.2. Las personas que tienen información sobre los problemas de la utilización de las redes sociales tienen un mayor bienestar psicológico que los que no conocen esos problemas

Existen varias investigaciones referentes a los grandes problemas que conlleva el uso masivo de las redes sociales, de las cuales extraemos el escaso conocimiento que tienen las personas sobre los problemas que generan su uso excesivo e incontrolado. Entre estas investigaciones, se puede destacar la presentada por The Royal Society for Public Health o RSPH (2017), en la que se publicaba un inquietante exceso de uso de las redes sociales y generando un enlace con dos grandes males de nuestro tiempo: la ansiedad y la depresión.

Existe evidencia del potencial problemático del uso de las redes sociales (Kesici y Sahin, 2010; Kittinger, Correia y Irons, 2012). Actualmente, se han realizado diversas investigaciones dirigidas a la comprensión del uso problemático de las redes sociales y de los factores que influyen en él. Uno de estos factores son las necesidades psicológicas, ya que se ha encontrado que los individuos están cada vez más dependientes de las redes sociales con el fin de satisfacer sus necesidades sociales (Lee y Chiou, 2013). Adicionalmente, Masur, Reinecke, Ziegele y Quiring (2014) basados en los resultados de su estudio, proponen que se debe tener en cuenta la satisfacción de las necesidades fuera de línea y las satisfacciones buscadas a través del uso de las redes sociales, de tal manera que se logre proporcionar una perspectiva integral sobre el comportamiento adictivo.

Estas investigaciones, generaron la idea de conocer si las personas que usan las redes sociales tienen conocimiento sobre los problemas que pueden generar y si ello le influye en su bienestar psicológico.

H.3. Las personas que estudian y trabajan utilizan más frecuentemente las redes sociales que las que solo estudian

Tras los resultados de investigaciones como la presentada por IAB Spain (2017), expresan que el perfil que se desprende de este informe, se aleja bastante del tópico de “usuario de redes sociales igual a adolescente”. En él, se demostró que el 66% de los

sujetos que utilizan las redes sociales se encuentra actualmente trabajando, mientras que el 46% tiene estudios universitarios y el 35% tiene estudios de secundaria.

Por ello, nuestra incertidumbre de si los usuarios a los que vamos a investigar (universitarios), al tener estudios y trabajos usan más frecuentemente las redes sociales.

H.4. Las personas con mayor formación hacen un mayor uso de las redes sociales

Según la investigación de IAB Spain (2017) se indica que el 86% de los internautas españoles con edades comprendidas entre los 16 y los 65 años, son usuarios de las redes sociales. Se habla de 19,2 millones de personas, lo que supone un 70% del total de la población en esa franja de edad.

En dicha investigación, se pudo concluir que, de las redes sociales más utilizadas en España, el 51% son hombres y el 49% son mujeres. La media de edad de uso es de 39 años, concretando que aproximadamente 2,9 miembros del mismo hogar, poseen nuevas tecnologías. También se obtuvo que el 66% de los sujetos se encontraba actualmente trabajando, mientras que, en referencia a los estudios, el 46% tiene estudios universitarios, frente al 35% que solo tiene estudios de secundaria. Teniendo una mayor concentración en edades comprendidas entre los 31 y los 45 años (IAB Spain, 2017).

A la hora de usar las redes sociales se determinó que, la mejor franja horaria es de 20:30 a 00:30 h independientemente del dispositivo del que se conecte el usuario, siendo el móvil el más utilizado por un 94% de ellos. Esto significa que, a esa hora es cuando hay más personas conectadas a las redes sociales y por tanto las probabilidades de que se vean sus publicaciones, o el alcance que éstas tengan, será mayor.

La hipótesis formulada pretende por tanto comprobar si es correcto que las personas con mayor formación tienen o no mayor uso de las redes sociales, actualmente.

H.5. El uso de las redes sociales está vinculado a la comunicación con familia y amigos

Según la investigación IAB Spain (2017) se expresa el uso principal de las redes que es la socialización, determinando que los usuarios utilizan las redes sociales para

chatear, enviar mensajes, ver videos, escuchar música y ver que hacen sus contactos. Los resultados obtenidos demostraban que, el 83% de los usuarios sigue a marcas a través de las redes sociales. En lo referente a comprar por las redes, se demostró que el 52% ha sido influido por las redes en sus compras y el 53% busca información en las redes antes de comprar. Estas cifras nos indican que los usuarios utilizan las redes sociales en todas las fases del ciclo de compra.

A partir de este estudio queremos comprobar el uso de las redes sociales que la población universitaria de Extremadura realiza, si lo usan para comunicarse, para comprar o para otras actividades.

H.6. La población universitaria con edades comprendidas entre 17 y 20 años utiliza con más frecuencia Instagram

Hoy en día a las nuevas generaciones se les define como particularmente narcisista y exhibicionista (Tufekci, 2012). De entre toda la información que un joven de entre 14 y 18 años está dispuesto a compartir en redes sociales, las fotografías de sí mismo sobresalen como el elemento más distribuido (Madden et al., 2013). El mismo estudio enfatiza que la posibilidad de compartir este tipo de información aumenta conforme estos jóvenes crecen en edad, por ejemplo, un joven de entre 14 y 17 años compartirá aún con más facilidad sus propias fotografías que uno con menor edad. También es una red donde encuentran muchos de sus intereses: los ídolos juveniles, las marcas afines, la moda, la música o el cine, son un nexo de unión relevante entre los jóvenes, y tienen un mayor alcance a través de la imagen. Entre las 10 primeras cuentas más seguidas en Instagram, a nivel mundial, encontramos a ídolos juveniles y menores de 30 años: Ariana Grande, Selena Gómez, Taylor Swift o Justin Bieber (Sánchez, 2018); se encuentran a la cabeza de estadísticas de Instagram, en las que compiten con marcas e intereses adultos.

Artículos como el presentado por Salomon (2013) en el que centra su estudio sobre las redes sociales de Facebook e Instagram y su relación con la enseñanza, basándose en la experiencia sobre las redes de la UCLA Powell Library, la cual incita a los profesores a moverse de Facebook a Instagram otorgándole a esta segunda red la

importancia que ha adquirido entre el núcleo joven, y valorándole como nuevo espacio de conexión con sus jóvenes universitarios. Los jóvenes y adolescentes valoran Instagram porque les aporta cierta sensación de libertad. Los jóvenes que usan Instagram y redes similares declaran que en estas pueden expresarse mejor y sentirse libres de las expectativas y limitaciones sociales que presenta para ellos una red como Facebook (Madden et al., 2013).

En cambio, el usuario español de Instagram es un usuario más experto en redes sociales y suele ser muy activo en otras redes como Facebook y Twitter. Por lo general, el uso de Instagram o, incluso, el propio Twitter, suele percibirse como un complemento a Facebook (Madden et al., 2013). Es importante destacar que, Instagram es propiedad de Facebook, lo adquirió en abril del 2012 tras dos años desde su creación. No en vano, Instagram ha sido, junto a LinkedIn, la red de mayor crecimiento en España (IAB, 2015).

Los resultados de dicha investigación, expresaron que el 83% de los adolescentes españoles accedió a las redes sociales a través del dispositivo móvil, al mismo tiempo que un 60% de ellos han utilizado Instagram.

Con el gran apoyo que se observa sobre dicha red social, se pretende conocer la frecuencia de uso de esta red social (Instagram) en las edades comprendidas entre 17 y 20 años.

H.7. La población universitaria mayores de 24 años utilizan con más frecuencia Facebook que los menores de dicha edad

Según investigaciones como la de IAB Spain (2017) se expresó que las cinco redes sociales más utilizadas y visitadas son: Facebook, Whatsapp, Youtube, Twitter e Instagram, en ese orden.

Las conclusiones que se obtuvieron con estos datos determinaron que Facebook es la reina de las redes sociales. Por ello, se descubrió que el 91% de los usuarios utilizan esta red social (IAB Spain, 2017), apoyado por otras investigaciones sobre dicha red social, las cuales nos refuerzan esta idea, presentando que un 62% de los sujetos la consideran la red social más importante.

Por ello, vemos imprescindible el estudio del uso de esta red social en una edad media de juventud, como son los 24 años, y con ello poder medir la frecuencia de uso de dicha red.

H.8. Las personas jóvenes que utilizan Facebook tienen un bajo bienestar psicológico

Varios estudios expresan que las redes sociales más frecuentadas entre los jóvenes españoles son Facebook y Twitter, teniendo en cuenta que WhatsApp, sus propietarios no la consideran una red social como tal y menos en estos últimos tiempos que ha sido comprada por Facebook.

Autores como Echeburúa y De Corral (2010) determinan que el uso problemático del Facebook, se ha relacionado con la adicción conductual, y proponen que “cualquier inclinación desmedida hacia alguna actividad puede desembocar en una adicción, exista o no una sustancia química de por medio”. Este tipo de adicción se ha estudiado en los últimos años, pues se considera que los cambios en las formas de vida, la globalización y el impacto que ha tenido el uso de internet han contribuido al desarrollo de comportamientos desadaptativos en los jóvenes.

Se ha identificado que el uso de las redes sociales reemplaza la necesidad de pertenecer y de popularidad (Lee y Chiou, 2013), la auto-presentación, el entretenimiento, la socialización, o el escapismo (Papacharissi y Mendelsohn, 2011). Sin embargo, existe poca información acerca de las necesidades psicológicas (afiliación, exhibición, juego) relacionadas con el uso problemático a Facebook.

Son varios los estudios que han indagado acerca de los motivos y necesidades psicológicas que predicen significativamente el uso de Facebook, entre ellos se encuentra, entretenimiento relajante, intercambio de información expresiva e interacción social (Smock, Ellison, Lampe y Wohnet, 2011), mantener las relaciones, pasar el tiempo y entretenimiento (Tosun, 2012; Special y Li-Barber, 2012), la organización de las actividades sociales, observaciones pasivas, establecimientos de nuevas amistades e iniciación o terminación de relaciones románticas, de igual forma la utilidad social, directorio (seguimiento de las personas), instinto de manada (usar Facebook porque

otros lo hacen), recopilación y conexión (organización amigos en un solo lugar) y expresión personal (Special y Li-Barber, 2012), son otros motivos que inciden en el uso de Facebook.

Conociendo que la red social más popular y utilizada es Facebook, nos vemos en la necesidad de realizar este estudio, para determinar si ese uso, genera o no algún problema en su bienestar psicológico.

H.9. Las mujeres utilizan más las redes sociales que los hombres

Investigaciones como las de la Fundación de Orange entre 2008 y 2009, demuestran que los principales usuarios de estos espacios son los jóvenes y las mujeres. Así, a nivel mundial, el 60% de los usuarios son mujeres. Sin embargo, es escasa la información existente en torno a un fenómeno tan novedoso como son las redes sociales en internet y al uso que de las mismas hacen los jóvenes. En concreto, los datos son mínimos en relación a los posibles usos diferenciales por parte de hombres y mujeres (Instituto Nacional de Tecnología de la Comunicación y Orange, 2011)

Por ello, vemos imprescindible el estudio sobre el uso de las redes sociales según el sexo.

H.10. No existe diferencia en el uso de las redes sociales, entre el alumnado de la Facultad de Educación en Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado en Cáceres en la Universidad de Extremadura y los de la Facultad de Educación en la Universidad de Salamanca

Esta hipótesis está planteada gracias a los resultados obtenidos en investigaciones como la presentada por Martínez y Ferraz (2016), la cual versa sobre el uso del software social por parte del alumnado del Grado de Educación Primaria, pertenecientes a dos instituciones de Educación Superior: por un lado, la Universidad de Jaén (España) y por otro la Escuela Superior de Educación del Instituto Politécnico de Viana do Castelo (Portugal). Los objetivos de la investigación, se centraron en conocer qué herramientas de software social utilizaban preferentemente el alumnado, cuáles eran sus percepciones

sobre estas herramientas para sus posibilidades académicas y si había diferencias en función de la universidad de procedencia. Para ello, se empleó como instrumento de recogida de datos un cuestionario.

Las redes sociales se han convertido en uno de los servicios más usados por los internautas. Como señala González (2013), la utilización de las redes crece a un ritmo acelerado entre los jóvenes. Su clasificación ha sido ampliamente estudiada (Campos, 2008; Capdevilla, 2010) específicamente el uso que realizan los universitarios de ellas (Espuny et. al, 2011; Gómez et. al, 2012; Salinas, 2004; Herrera, 2009) y las oportunidades que brindan para las experiencias docentes y la formación del profesorado (Cabero et. al, 2009).

Otros estudios, como el de Simón (2017), ha analizado Twitter a través de diez universidades públicas de Andalucía, durante el mes de febrero de 2013, 2015 y 2016. Con ello, consiguió estudiar alrededor de 5000 mensajes generados desde los Gabinetes de Comunicación universitarios.

Por lo cual, nos surge la incertidumbre de si hay diferencia entre el uso de las redes sociales en los universitarios de la Facultad de Educación de Salamanca (siendo esta el lugar de realización de la estancia del doctorado, y facilitando así la adquisición para la recogida de la muestra) y la Facultad de Educación de la Universidad de Extremadura.

H.11. No existe diferencia entre el bienestar psicológico del alumnado de la Facultad de Educación en Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado en Cáceres en la Universidad de Extremadura, y la Facultad de Educación en la Universidad de Salamanca

Investigaciones como la presentada por Giles, Cubo y Alonso (2016), la cual estudió la influencia que tenía el uso de las redes sociales en el bienestar psicológico de las personas, reflexionó sobre la necesidad de conocer en qué medida o de qué forma afectaban directa o indirectamente dichas redes sociales a las personas. Por ello, se llevó a cabo un análisis de los datos obtenidos a través de una escala de satisfacción denominada "Satisfaction With Life Scale" o SWLS (Diener et al., 1985) ampliado con un segundo cuestionario sobre el uso de las redes sociales, elaborado por ellos. Los

resultados obtenidos indicaron que a medida que aumentaba el uso de dichas redes, aumentaba el bienestar psicológico. Y se llegó a la conclusión de la importancia que pueden llegar a tener esas redes sociales en el bienestar psicológico hoy en día. Otros datos obtenidos, demostraron la diferenciación de uso de las redes en función de datos socio-demográficos, como puede ser, la localidad o centro de estudio.

Por todo ello, nos planteamos la idea de identificar, si afecta de la misma forma el bienestar psicológico de los universitarios, en diferentes facultades de distintas Comunidades Autónomas, como son la Universidad de Extremadura y la Facultad de Educación de Salamanca (Castilla y León).



II. ESTUDIO EMPÍRICO

II. ESTUDIO EMPÍRICO

En la primera parte de este trabajo, hemos delimitado el marco teórico realizando una aproximación al estado actual de las investigaciones sobre las redes sociales y el bienestar psicológico. También se analiza, la evolución, distribución y consecuencias del uso de dichas redes sociales según sexo, edad, situación laboral o nivel académico.

1. Justificación metodológica

La investigación ha sido desarrollada desde la perspectiva de una metodología mixta, por un lado, cuantitativa descriptiva, centrándose en el desarrollo de un diseño de encuesta. De esta forma, se pretende explicar las relaciones que se establecen entre dos o más variables expresadas habitualmente en términos de grado de asociación -o magnitud de dependencia (Cubo et al., 2011).

Y, por otro lado, una metodología cualitativa, desde el enfoque de análisis de contenido. De este modo la metodología cualitativa se utiliza para dar luz y ofrecer respuestas a los interrogantes que se nos presentan tras analizar la encuesta, utilizando la técnica del focus group.

Autores como Alonso (2007) determinan que el método cualitativo tiene como principal función aproximarse a la “realidad social” teniendo en cuenta las perspectivas desde diferentes puntos de vista.

2. Diseño del estudio cuantitativo

A continuación, se describirá el proceso desarrollado en el estudio cuantitativo, el diseño, variables, muestra y procedimiento.

2.1. Diseño y variables

El diseño de esta investigación es de “Encuesta”, formado por dos cuestionarios: uno basado en el uso de las redes sociales que será elaborado *ad hoc* y otro para evaluar el bienestar psicológico, el General Health Questionnaire (GHQ 12) (Goldberg & Williams, 2000).

Las variables estudiadas se describen en la Tabla 1.

Tabla 1
Descripción y operativización de las variables

DESCRIPCIÓN Y OPERATIVIZACIÓN DE LAS VARIABLES			
	Nombre	Valores	Etiquetas
Variables sociodemográficas, educación y laborales	Sexo	1	Hombre
		2	Mujer
	Edad	1	17 a 20 años
		2	21 a 24 años
		3	> 24 años
	Situación laboral	1	Trabajando
		2	Estudiando
		3	Trabajando y estudiando
	Nivel educativo superior	1	Educación Secundaria
		2	Bachillerato
		3	Formación Profesional
		4	Diplomado
		5	Grado
		6	Licenciado
		7	Másteres o Postgrado
		8	Doctorado
Curso que está estudiando	1	1º de Grado	
	2	2º de Grado	
	3	3º de Grado	
	4	4º de Grado	

Variables sociodemográficas, educación y laborales	Curso que está estudiando	5	Másteres o Postgrado
		6	Doctorado
		1	Escuela de Ingenierías Agrarias de Badajoz
		2	Escuela de Ingeniería Industriales de Badajoz
		3	Facultad de Biblioteconomía y Documentación de Badajoz
	Centros de la Universidad de Extremadura	4	Facultad de Ciencias de Badajoz
	donde cursan sus estudios	5	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Badajoz
		6	Facultad de Educación de Badajoz
		7	Facultad de Medicina de Badajoz
		8	Escuela Politécnica de Cáceres
	9	Escuela Universitaria de Enfermería y Terapia Ocupacional de Cáceres	
	10	Facultad de Derecho de	

Variables sociodemográficas, educación y laborales			Cáceres
		11	Facultad de estudios Empresariales y Turismo de Cáceres
		12	Facultad de Filosofía y Letras de Cáceres
		13	Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres
		14	Facultad de Veterinaria de Cáceres
		15	Facultad de Ciencias del Deporte de Cáceres
Variables relacionadas con el conocimiento de las redes sociales y tiempo de uso	País de origen	1	España
		2	Otro
	Localidad de origen	1	Badajoz capital
		2	Cáceres capital
		3	Municipios de la provincia de Badajoz
		4	Municipios de la provincia de Cáceres
		5	Municipio de fuera de Extremadura
	14 redes sociales	1	Muy Frecuentemente
		2	Frecuentemente
		3	Poco Frecuentemente
4		Nunca	

Variables relacionadas con el perfil de uso de las redes sociales	15 ítems sobre el uso de las redes sociales	1	Nunca
		2	Algunas veces
		3	Frecuentemente
		4	Muy Frecuentemente
Variables relacionadas con el uso de las redes sociales		1	Para conocer gente
		2	Por trabajo
		3	Por estudio
		4	Para comunicarme con familia y amigos
		5	Porque todo el mundo las utiliza
Variable relacionada con el uso y conocimiento de los problemas que conlleva el uso de las redes sociales	13 ítems	1	Si
		2	No
Variables en relación con el bienestar psicológico	1 ítem	0	Mejor que lo habitual
		1	Igual que lo habitual
		2	Menos que lo habitual
		3	Mucho menos que lo habitual
	6 ítems	0	No, en absoluto
		1	No más que lo habitual
		2	Algo más que lo habitual
		3	Mucho más que lo habitual
	3 ítems	0	Más útil que lo habitual
		1	Igual que lo habitual
		2	Menos útil que lo habitual
		3	Mucho menos útil que lo habitual
	1 ítem	0	Más que lo habitual

Variables en relación con el bienestar psicológico	1 ítem	1	Igual que lo habitual
		2	Menos que lo habitual
		3	Mucho menos que lo habitual
	1 ítem	0	Más capaz que lo habitual
		1	Igual que lo habitual
		2	Menos capaz que lo habitual
		3	Mucho menos capaz que lo habitual

2.2. Muestra

Los sujetos han sido seleccionados utilizando un muestreo no probabilístico de conveniencia. Al ser no probabilístico utilizamos sujetos que están accesibles o representan ciertas características que les permiten ser clasificados en la segmentación realizada.

Concretamente se seleccionarán el alumnado de 1º y 4º de cada Grado, de cada una de las Facultades de la Universidad de Extremadura y un Máster de cada una de las Facultades tanto del Campus de Cáceres como de Badajoz. De igual forma, se obtendrá una muestra del alumnado de 1º y 4º de los diferentes Grados presentes en la Facultad de Educación de la Universidad de Salamanca, la cual viene presentada en la Tabla 2.

Tabla 2

Descripción de la muestra

CAMPUS DE BADAJOZ			
FACULTAD	GRADO O MÁSTER	CURSOS	Nº
ESCUELA DE INGENIERÍAS INDUSTRIALES	Grado en Ingeniería Electrónica y de Materiales.	4º	2
	Grado en Ingeniería Mecánica.	4º	10

ESCUELA DE INGENIERÍAS AGRARIAS	Grado en Ingeniería	1º	7
	Electrónica, Industrial y Automática.	4º	5
FACULTAD DE BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN	Grado de Comunicación Audiovisual.	4º	16
FACULTAD DE CIENCIAS	Grado en Química.	1º	28
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES	Grado de Administración y Dirección de Empresas.	1º	22
FACULTAD DE EDUCACIÓN BADAJOZ	Grado de Infantil.	4º	39
	Grado de Primaria.	4º	10
	Grado en Psicología.	3º	45
		4º	10
FACULTAD DE MEDICINA	Grado en Fisioterapia.	1º	60
		4º	21
Total, Facultades de Badajoz			275
CAMPUS DE CÁCERES			
FACULTAD	GRADO O MÁSTER	CURSO	Nº
ESCUELA POLITÉCNICA	Grado en Ingeniería	1º	21
	Informática en Ingeniería de Computadores.	4º	15
ESCUELA UNIVERSITARIA DE ENFERMERÍA Y TERÁPIA OCUPACIONAL	Grado en Terapia ocupacional.	1º	37
	Máster Universitario en Investigación (MUI) en Ciencias Sociosanitarias.		6

FACULTAD DE CIENCIAS DEL DEPORTE	Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte	1º	38
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS	Grado de Estudios Ingleses	1º	18
		4º	21
FACULTAD DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO	Grado de Infantil.	1º	7
		2º	1
		4º	1
	Grado de Primaria.	1º	40
	Grado de Educación Social.	2º	55
	Máster Universitario en Investigación (MUI) en Ciencias Sociales y Jurídicas de la Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres.		10
FACULTAD DE VETERINARIA	Grado en Veterinaria	1º	6
		4º	8
Total, Facultades de Cáceres.			284
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA			
FACULTAD	GRADO O MÁSTER	CURSO	Nº
FACULTAD DE EDUCACIÓN DE SALAMANCA	Grado de Infantil.	1º y 4º	61
	Grado de Primaria.	1º y 4º	100
	Grado de Educación Social.	1º y 4º	70
	Grado de Pedagogía.	1º y 4º	7
Total, Facultad de Educación Salamanca.			238
TOTAL			797

Tabla de gráficos por edad:

Tabla 3

Frecuencia y porcentaje de muestra por edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	17 - 20 años	515	64,6	64,6	64,6
	21 - 24 años	234	29,4	29,4	94,0
	> 24 años	48	6,0	6,0	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

En la tabla anteriormente presentada, se puede observar que la muestra que se ha utilizado está formada por un total de 797 sujetos, distribuidos de esta forma:

- El 64,6% (515 estudiantes) con edades comprendidas entre 17 y 20 años.
- El 29,4% (234 estudiantes) con edades comprendidas entre 21 y 24 años.
- El 6 % (48 estudiantes) son mayores de 24 años.

El gráfico representa los porcentajes de sujetos según la edad. La mayoría de los sujetos tienen edades comprendidas entre 17 y los 22 años. Sin embargo, los porcentajes son mucho menores si nos fijamos en las franjas de edades entre 21 y 24 años, así como de los mayores de 24 años.

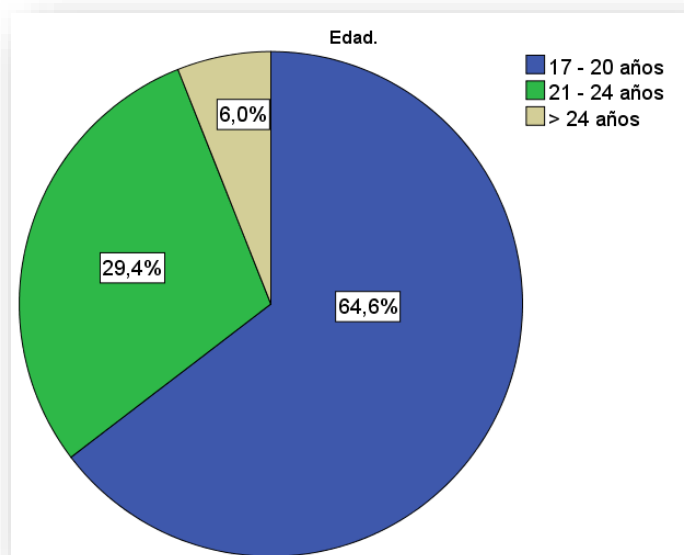


Figura 18. Gráfico de muestra según la edad

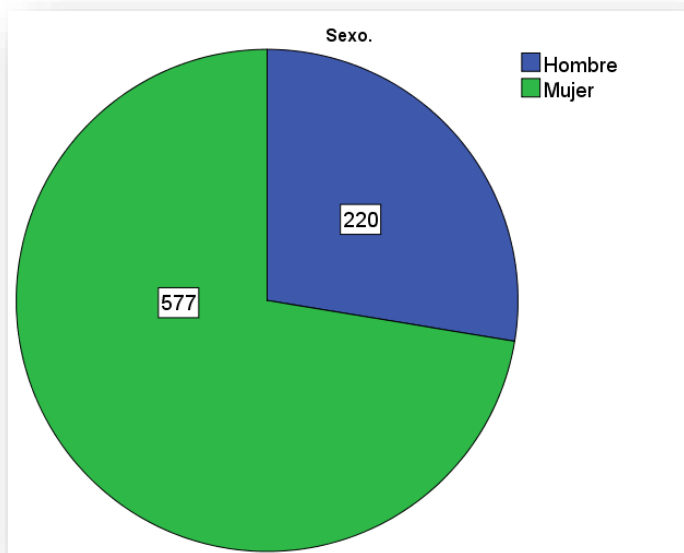
Tabla de gráficos por sexo:

Tabla 4

Frecuencia y porcentaje de muestra sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	220	27,6	27,6	27,6
	Mujer	577	72,4	72,4	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

En la tabla anterior, se observa que la muestra que se ha utilizado está formada por un total de 797 sujetos (220 hombres y 577 mujeres).



El diagrama representa el porcentaje de mujeres y hombres en la muestra. Los datos muestran un predominio del sexo femenino.

Figura 19: Gráfico de muestra según el sexo

2.3. Instrumento

Los instrumentos utilizados en esta investigación son dos cuestionarios: uno para evaluar el bienestar psicológico y otro para el conocimiento y uso de las redes sociales.

El primer cuestionario, fue seleccionado entre los más destacado vinculados a esta temática. Entre ellos, destacan los siguientes:

Tabla 5

Selección de cuestionarios sobre el bienestar psicológico

<i>INSTRUMENTO</i>	<i>CREADOR</i>	<i>UTILIZACIÓN</i>	<i>FIABILIDAD</i>	<i>Nº DE PREGUNTAS</i>	<i>EDAD aprox.</i>
<i>Escala de bienestar psicológico Carol Ryff</i>	Carol Ryff	Para el bienestar psicológico	Alfa de Crombach 0,83 (Autoaceptación) y 0,68 (Crecimiento personal)	14 ítems por 6 escalas	Entre 18 y 72 años
<i>General Health Questionnaire (GHQ)</i>	Goldberg Y Williams 1988	Detectar la morbilidad psicológica y posibles casos de trastornos Psiquiátricos	Alfa de Crombach 0,86	12 ítems	Entre 17 y 65 años
<i>Escala BIEPS</i>	Casullo, Castro Solano "2000"	Bienestar psicológico	Si fiable y validez buena	13 ítems (respuesta likert)	Entre 18 y 70 años
<i>SWLS La satisfacción With Life Scale</i>	Diener (1985) y González (2011)	Grado de satisfacción global con la vida	Alfa de Crombach 0,79 y 0,87 validez entre 60 y 75% de la varianza	Multi ítems (respuesta likert) que pasó a 5 ítems	Entre 18 y 70 años
<i>EBP Escala de Bienestar Psicológico</i>	José Sánchez Cánovas (1988)	Bienestar psicológico subjetivo		65 ítems	Entre 17 Y 90 años
<i>Cuestionario de Satisfacción Laboral (Melià y Peiró, 1998)</i>	Universitat de València por José Luis Melià y José María Peiró (1980)	Satisfacción Laboral			

Escala del Trastorno de Ansiedad Generalizada (GAD-7)	Spitzer, R. L.; Kroenke, K.; Williams, J. B. W.; Löwe, B.	Trastorno de ansiedad generalizada	7 preguntas (respuesta likert)
Escala de Ansiedad Social para Adolescentes (SAS-A)	Olivares, J.; Ruiz, J.; Hidalgo, M. D.; García López, L. J.; Rosa, A. I.; Piqueras, J. A.	Ansiedad social para los adolescentes.	22 preguntas: 18 describen afirmaciones sobre uno mismo y 4 son de relleno

Una vez analizados y estudiados los cuestionarios, se decide utilizar el cuestionario del General Health Questionnaire (GHQ) de Goldberg y Williams (1988).

El GHQ-12 es un instrumento de cribado utilizado muy frecuentemente (Hewitt, Perry, Adams y Gilbody, 2010) y traducido en más de 11 idiomas (Werneke, Goldberg, Yalcin y Ustun, 2000). Dicho instrumento está totalmente recomendado para ser utilizado en encuestas de salud (McDoweel, 2006).

Los estudios han explorado la existencia de diferentes factores o dimensiones teóricas del GHQ-12. Entre ellos hay estudios que describen la existencia de dos factores: *Depresión/Ansiedad* y *Disfunción social* (Werneke et al., 2000), mientras que otros estudios describen la existencia de tres factores: *Estrategias de afrontamiento*, *Autoestima* y *Estrés* (Graetz, 1991; Martín, 1999; Sánchez-López y Dresh, 2008). Sin embargo, los estudios han demostrado que GHQ-12 debe usarse principalmente como un instrumento de detección unidimensional (Hankins, 2008; Hu, Stewart-Brown, Twigg & Weich, 2007; Werneke et al., 2000; Ye, 2009).

El *General Health Questionnaire* (GHQ-12), elaborado por Goldberg y Williams (1988), consta de 12 ítems, de los cuales 6 son positivas y 6 negativas. Dichas cuestiones se responden a través de una escala tipo Likert de cuatro puntos (0-1-2-3), pudiéndose convertir también en una puntuación de dicotómica (0-0-1-1), denominada puntuación GHQ. El GHQ-12 ha demostrado una buena fiabilidad en diferentes estudios, presentando entre un 0,82 y 0,86 en el alfa de Cronbach (Goldberg et al., 1997). Estudios recientes en España mostraron que el valor alfa de Cronbach era de 0,76 (Sánchez-López y Dresh, 2008).

Se detalla a continuación los 12 ítems del GHQ-12:

1. ¿Ha podido concentrarse bien en lo que hacía?
2. ¿Sus preocupaciones le han hecho perder mucho el sueño?
3. ¿Ha sentido que está desempeñando un papel útil en la vida?
4. ¿Se ha sentido capaz de tomar decisiones?
5. ¿Se ha notado constantemente agobiado y en tensión?
6. ¿Ha tenido la sensación de que no puede superar sus dificultades?
7. ¿Ha sido capaz de disfrutar de sus actividades normales de cada día?
8. ¿Ha sido capaz de hacer frente adecuadamente a sus problemas?
9. ¿Se ha sentido poco feliz o deprimido/a?
10. ¿Ha perdido confianza en sí mismo?
11. ¿Ha pensado que usted es una persona que no vale para nada?
12. ¿Se siente razonablemente feliz considerando todas las circunstancias?

A continuación, se expone el proceso seguido para la elaboración del segundo cuestionario, sobre el conocimiento y uso de las redes sociales.

- Redacción del cuestionario.
- Análisis de validez de contenido.
- Análisis de fiabilidad.

Redacción del cuestionario:

El cuestionario estaba formado inicialmente por 40 ítems y cuatro dimensiones. Tras la validez de contenido y el análisis de la fiabilidad, el cuestionario quedó formado por 37 ítems.

El cuestionario se vincula con la evaluación de la utilización de las redes sociales, parte de los objetivos específicos recogidos con anterioridad en este documento, tales como:

- Las consecuencias psicológicas derivadas del uso de las redes sociales.
- La forma de utilización de las redes sociales en la actualidad.
- Las funciones que desempeñan en la sociedad.
- El impacto social.
- Redes sociales más utilizadas segmentadas por edad.
- Los problemas causados por el uso masivo o descontrolado de las redes sociales.

La redacción y aplicación del cuestionario se hace a través de Google Drive.

Análisis de validez de contenido:

Tras la realización del análisis de fiabilidad, se testea la validez de la prueba. Para ello, se remite el formulario a través de Google Drive a un total de 10 personas expertas para que analicen la adecuación y la pertinencia de las dimensiones del cuestionario, así como de los ítems que pertenecen a cada una de ellas.

El formulario fue cumplimentado finalmente por un total de 7 expertos, cuyas valoraciones medias en la estructura del cuestionario fueron, en su mayoría positivas, obteniendo según su estructura una valoración media sobre la adecuación de 9,68 y una

valoración media de pertinencia de 9,48. De la misma forma, se obtuvo una evaluación sobre los ítems presentados en el cuestionario, el cual obtenía una valoración media sobre la adecuación de 8,45 y una valoración media de pertinencia de 9,1, indicadas en las tablas presentes en los Anexo I y II.

Tabla 6

Nota media según estructura del cuestionario

	Adecuación	Pertinencia
Media Total	9,68	9,48

Tabla 7

Nota media según ítems del cuestionario

	Adecuación	Pertinencia
Media Total	8,45	9,1

El análisis de las opiniones y valoración de estas personas especializadas en la materia, se adopta la decisión de suprimir 3 ítems por no cubrir las expectativas marcadas inicialmente.

Análisis de fiabilidad:

La fiabilidad del cuestionario se obtiene a través del coeficiente Alfa de Cronbach. Dicho análisis, es realizado en dos de las dimensiones del cuestionario, detalladas a continuación, las otras dos dimensiones no tienen la estructura y requisitos necesarios para obtener la fiabilidad a través de este procedimiento.

Dimensión B: CONOCIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES Y SU USO

Tabla 8
Estadísticos de fiabilidad,
Dimensión B

Alfa de Cronbach	N de elementos
,653	14

Se observa que esta dimensión del cuestionario tiene un Alfa de Cronbach de 0,653.

Dimensión C: PERFIL DE USO DE LAS REDES SOCIALES

Tabla 9
Estadísticos de fiabilidad,
Dimensión C

Alfa de Cronbach	N de elementos
,532	15

Se observa que esta dimensión del cuestionario tiene un Alfa de Cronbach de 0,532.

Respecto a la Fiabilidad del cuestionario General Health Questionnaire (GHQ-12), elaborado por Goldberg y Williams (1988), debemos destacar que presenta una buena fiabilidad en los diferentes estudios realizados con alfas de Cronbach que varían entre 0,82 y 0,86 (Goldberg et al., 1997). Un estudio reciente desarrollado en España describe un alfa de Cronbach de 0,76 (Sánchez-López y Dresh, 2008).

A continuación, se detalla el Alfa de Cronbach obtenido con esta muestra (n=797).

Tabla 10*Resumen de procesamiento de casos GHQ-12*

		N	%
Casos	Válido	797	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	797	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 11*Estadísticas de fiabilidad del GHQ-12*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,858	,857	12

Observamos que nos aparece un Alfa de Cronbach de 0.858, al igual que lo expresado por autores como, el propio Goldberg et al. (1997) y Sánchez-López y Dresh (2008).

2.4. Procedimiento

Para realizar la investigación, fue necesario establecer contacto con los tutores de las diferentes aulas detalladas con anterioridad. Tras este hecho, se lleva a cabo una reunión con la finalidad de ponerles en conocimiento de la investigación en cuestión. Mediante dicha sesión, se concreta fecha y hora para la realización del cuestionario (ya validado) en las clases de aquellos profesores que accedieron a colaborar.

Es necesario hacer constar que algunos de los cuestionarios fueron realizados de forma on-line, aportando flexibilidad horaria a aquel alumnado que estaba condicionado a una limitación horaria. Esta modalidad se llevó a cabo en asignaturas que se imparten mediante el campus virtual.

La aplicación del cuestionario se realiza durante aproximadamente 20 minutos por clase.

3. Diseño del estudio cualitativo

El paradigma cualitativo tiene como propósito “reconstruir” la realidad tal y como la observan los sujetos de un sistema social, teniendo en cuenta los significados subjetivos y la comprensión del contexto donde ocurre un fenómeno (Hernández et al., 2010).

Debido al poder explicativo y exploratorio que generan estos estudios, se establece el paradigma cualitativo para esta investigación. Este tipo de estudio ayuda a esclarecer los resultados obtenidos en la investigación cuantitativa, o ayudan a generar teorías a partir de los resultados de dos paradigmas en campos poco explorados.

Este tipo de paradigmas, normalmente son aplicados en el ámbito de las ciencias sociales, siendo este donde, en algunas ocasiones, no se puede comprender en su totalidad la información cuantitativa (Binda & Balbastre-Benavent, 2013).

El paradigma cualitativo se enfoca en historias de vida o personales, según Vélez de la Calle (1999), en los cuales preguntan cómo y por qué la información obtenida de una persona puede generar conocimiento, y la forma de responder a esas cuestiones es construyendo pensamientos y acciones de esas personas. Es decir, estos métodos ayudan a comprender la realidad social porque dejan de lado la visión unificada centrada en los propios sentimientos, pensamientos e historias del sujeto social, y estas visiones unificadas se reflejan en sus testimonios.

Pese a ello, se tiene que tener en cuenta que este tipo de estudio no se pueden realizar cuando existe riesgo de que puedan ser alteradas las respuestas de los sujetos por involucrar personalmente al investigador.

La investigación cualitativa suele presentarse de forma más abierta y flexible que la cuantitativa, permitiendo el seguimiento y creación de nuevas líneas de investigación

y la recogida de datos adicionales a medida que nuevas ideas van surgiendo durante el proceso investigativo (Bryman, 2003).

La metodología cualitativa no solo sirve para explorar y describir, sino que también ayuda y facilita el desarrollo del trabajo del investigador para la obtención de explicaciones más significativas ante un fenómeno (Lee y Lings, 2008), ofreciendo así una mayor oportunidad para estudiar los procesos que se llevan a cabo en la vida social.

Por ello autores como Hurley (1999) o Sofaer (1999) consideran que la metodología cualitativa es útil para construir o desarrollar teorías, marcos conceptuales, generar hipótesis o para refinar teorías e hipótesis ya existentes a través de una comprobación preliminar, este último considerado por Barbour (2013).

Lee y Lings (2008) aconsejan que este tipo de investigación puede ser la más adecuada para responder a aquellas preguntas que requieren una descripción, una interpretación y una explicación. Por ello, esta metodología será apropiada cuando sean considerados de mayor importancia los aspectos subjetivos de las actuaciones o comportamientos de los individuos que las propias características objetivas del estudio, con la necesidad de una mayor profundidad en la vida social dentro de su propio contexto (Swanborn, 2010).

Por todo ello se ha determinado la utilización del paradigma cualitativo para complementar la información aportada por el paradigma cuantitativo y poder generar una información más concreta y precisa sobre algunos de los aspectos fundamentales del estudio.

3.1. Dimensiones del estudio

Para la realización del estudio, partiendo de los objetivos y de la revisión de la literatura científica, se han concretado las siguientes dimensiones de análisis:

- *Conocimiento de las redes sociales:* Redes sociales que los universitarios conocen y utilizan.
- *Finalidad de uso de las redes sociales:* para qué son utilizadas.

- *Problemas del uso de las redes sociales*: Consecuencias negativas derivadas del uso de las redes sociales.
- *Redes sociales según edad y nivel educativo*: Se recogen las diferentes redes sociales que usan los universitarios diferenciándolas según edad o nivel educativo.
- *Redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico*: Opinión de los participantes sobre la relación entre el uso de redes sociales y bienestar psicológico.

3.2. Participantes

Los participantes o informantes de este estudio se eligieron siguiendo los criterios establecidos por la investigación, en la que se pretendía conocer la variedad de opiniones presentes en universitarios, teniendo en cuenta diferentes edades y nivel de estudios.

De esta forma, los participantes de esta investigación están seleccionados cumpliendo unos requisitos beneficiosos, para la obtención de mayor información sobre la diversidad de opiniones en la temática que se trabaja.

Autores como Rodríguez, Gil y García (1996) comprenden que la elección de los participantes en un estudio cualitativo es dinámica y fásica, ya que va cambiando según las necesidades que se requieran en la recopilación de información de cada investigación, y su desarrollo viene determinado en un momento o etapa diferente de la investigación.

Se ha recogido información en Universidades de diferentes Comunidades Autónomas, como son la Universidad de Extremadura y la Universidad de Salamanca, para optar así a una mayor variedad de opiniones sobre la temática de la investigación.

Respecto a la Universidad de Extremadura, han participado 4 estudiantes pertenecientes a tres titulaciones y niveles educativos de dicha Universidad, los cuales serán nombrados, a través de una numeración, protegiendo así su anonimato. Concretamente dos estudiantes pertenecientes al Máster de Formación del Profesorado de la Facultad de Educación en Badajoz de la Universidad de Extremadura, un estudiante

del Grado de Física y otra alumna del Máster de Investigación de la Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres.

En lo relativo a la Universidad de Salamanca, han participado 4 estudiantes pertenecientes a dos titulaciones y niveles educativos de dicha Universidad, los cuales serán nombrados, a través de una numeración, protegiendo así su anonimato. Han participado dos estudiantes pertenecientes al Máster de Formación del Profesorado de la Universidad de Salamanca, un estudiante del Grado de Educación Social y una alumna del Grado de Educación Primaria de la misma Universidad.

Estas indicaciones están descritas en las Tabla 12 y 13, donde se representan las diferentes categorías, referentes a cada uno de los participantes que han colaborado en los *focus group*.

Tabla 12

Participantes de la Universidad de Extremadura

UNIVERSIDAD EXTREMADURA			
SUJETOS	SEXO	CARRERA	CURSO
Sujeto 1	Hombre	Máster de Formación del Profesorado	1º Máster
Sujeto 2	Mujer	Máster de Formación del Profesorado	1º Máster
Sujeto 3	Hombre	Grado en Física	1º Grado
Sujeto 4	Mujer	Máster de Investigación de la Facultad de Cáceres	1º Máster

Tabla 13*Participantes de la Universidad de Salamanca*

UNIVERSIDAD SALAMANCA			
SUJETOS	SEXO	CARRERA	CURSO
Sujeto 5	Mujer	Máster de Formación del Profesorado	1º Máster
Sujeto 6	Hombre	Grado en Educación Social	4º Grado
Sujeto 7	Mujer	Grado en Educación Primaria	3º Grado
Sujeto 8	Hombre	Máster de Formación del Profesorado	1º Máster

3.3. Instrumento

La técnica aplicada ha sido el “*focus group*”. Esta técnica se utiliza principalmente, en el campo de las ciencias sociales, para recoger información cualitativa y analizarla con técnicas de análisis de tipo cualitativo. Creada en los años 40 del siglo XX en Estados Unidos por el sociólogo Robert K. Merton para investigar opiniones sobre asuntos sociales, la técnica del *focus group* pasa a tener en los años 70 un campo de aplicación principal en la investigación de mercado y el marketing. Se difunde sucesivamente en la investigación científica, en especial la sanitaria, y finalmente a partir de los años 90 resurge el interés para su aplicación en un espectro mucho más amplio de disciplinas: desde la educación a la comunicación, la política, la sociología y la psicología social (Wilkinson, 2004).

Los *focus group* o grupos focales comprenden a la unión de sujetos o grupos de personas como una estructura social. Dicha técnica consiste en concentrar a un número de personas, las cuales han sido elegidas teniendo en cuenta unas características concretas para nuestra investigación, en un lugar distinto al utilizado habitualmente, para que muestren sus opiniones o ideas sobre el tema en cuestión de la investigación. (Ibáñez, 1992).

Con ello lo que se pretende es estudiar “las representaciones sociales que surgen a partir de la confrontación discursiva de sus miembros” (Alonso, 1998).

La elección de dicha técnica para esta investigación está justificada por la necesidad de adquirir información en mayor profundidad sobre las opiniones e ideas de las personas, explorando el porqué y el cómo de esos pensamientos y acciones (Longhurst, 2003). Ello quiere decir que no obtenemos cifras ni datos cauntitativos, ya que la transmisión de conocimientos por medio del lenguaje y discurso de los sujetos, es lo que se analiza en profundidad (Canales, 2006).

Autores como Aigner (s/f) determinan que el objetivo principal de los grupos focales en la investigación social es obtener información relacionada con conocimientos, actitudes, sentimientos, creencias y experiencias, y es imposible obtener la profundidad suficiente a través de otras técnicas tradicionales y todo ello, viene reflejado en el campo de las ciencias sociales, humanidades y de manera más concreta y particular en la investigación educativa, donde el investigador no busca únicamente los conocimientos del campo, sino la relación que hay entre ellos.

El concepto de *focus group*, no solo se centra en el ámbito educativo si no que, engloba diferentes áreas de estudio, surgiendo principalmente de la sociología (Merton y Kendall, 1946; Merton, Fiske y Kendall, 1956) y llegando a utilizarse en tratamientos psicoterapéuticos grupales.

Otras reuniones, que también se pueden considerar como *focus group*, podrían ser, los diferentes equipos técnicos de partidos políticos (Edmunds, 1999) o las discusiones de equipos de trabajos de profesionales de la salud (Loneck y Way, 1997; Van Rijswijk, Van Hout, Van de Lisdonk, Zitman y Van Weel, 2009).

Edmunds (1999) indica que, el gran aporte de la metodología del *focus group* reside en ser una poderosa herramienta de investigación, en la que la persona expresa su idea o pensamiento sobre un tema, idea o concepto. Llegando así a tener un amplio abanico de información y ser una excelente herramienta en estudios preliminares o que pueda ser combinada con otros métodos, principalmente con el cuantitativo.

También Edmunds (1999) refleja que, el *focus group* tiene una desventaja, que reside en la necesidad de manejo de un grupo y su análisis detallado y preciso posterior.

Se puede afirmar que la técnica del *focus group* es un procedimiento cualitativo, pero que en diversas ocasiones se relaciona con la metodología cuantitativa. Es muy frecuente la utilización de instrumentos cualitativos en las metodologías cuantitativas como procedimiento para concretar y reafirmar los datos obtenidos con anterioridad (Cubo, Martín y Ramos, 2011).

El diseño del instrumento, es decir, el argumentario de preguntas planteadas en el desarrollo de ambos *Focus Group*, se realizó a partir de los objetivos de investigación, tal y como aparece descrito en la Tabla 14.

Tabla 14

Diseño del Focus Group en función de los objetivos de investigación

OBJETIVOS	PREGUNTAS
Analizar la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico.	¿Pensáis que el uso de las redes sociales influye en vuestro bienestar psicológico?
Evaluar el bienestar psicológico según el uso de las redes sociales	¿Por qué?
Estudiar la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico en diferentes Universidades.	¿Pensáis que el uso de las redes sociales os influye a nivel psicológico? ¿Qué problemas habéis detectado por un uso inadecuado de las redes sociales? ¿Cómo sería un uso adecuado?
Conocer la finalidad del uso de las redes sociales por parte de la población universitaria	¿Para qué usas las redes sociales? Como universitarios, ¿Crees que las redes sociales cumplen algún tipo de función para ti?

Conocer las redes sociales más utilizadas en función de la edad	¿Qué redes sociales conoces y cuales usas en la actualidad?
Conocer la diferencia de uso de las redes sociales según sexo	¿Para qué las usas?
Analizar el uso de las redes sociales en diferentes Universidades	¿Crees que influye tu edad y nivel universitario en el modo que usas las redes sociales?

Toda investigación tiene que contener unos criterios de calidad y rigor, ya que son conceptos fundamentales en el proceso de la investigación. Es necesario considerar que existe una gran heterogeneidad de enfoques o diferenciación de teorías (filosófica, sociológica y antropológica) y es difícil determinar los criterios de evaluación. Una variedad de autores como Murphy et al. (1998), Ryan et al. (2001) y, Cornejo y Salas (2012), recogen tres posibles propuestas de criterios de evaluación sobre la calidad de la investigación educativa, a través de las teorías actuales.

Una de esas propuestas sobre los criterios de evaluación de calidad es la presentada por Lincoln y Guba (1985), basada en el análisis de la credibilidad, transferibilidad, dependencia o consistencia y confirmabilidad.

Dicha propuesta tiene semejanza a las realizadas en el campo cuantitativo de la investigación y ello viene reflejado en la Tabla 15.

Tabla 15

Términos convencionales y alternativos de criterios de evaluación cualitativos

ASPECTO	TÉRMINO CONVENCIONAL	LINCOLN Y GUBA (1985)
<i>Valor de verdad</i>	Validez interna	Credibilidad
<i>Aplicabilidad</i>	Validez externa /Generalización	Transferibilidad
<i>Consistencia</i>	Fiabilidad	Dependencia
<i>Neutralidad</i>	Objetividad	Confirmabilidad

Fuente: Esteban (2000).

El *criterio de credibilidad* se centra en valorar la verdad de la investigación, es decir, es la encargada de contrastar las opiniones y pensamientos de los investigadores con lo aportado por las diferentes fuentes de datos.

El *criterio de transferibilidad*, es determinado como la validez externa de las investigaciones cuantitativas. Ella refleja el grado en el que los sujetos o participantes escogidos para la investigación son representativos en el universo para poder posteriormente extender los resultados obtenidos (Ruiz-Olabuénaga, 2003).

El *criterio de dependencia* es parte del criterio anterior citado ya que la transferibilidad no es un estudio centrado en el número de sujetos estudiados, si no de los tipos de sujetos que participan (Ruiz-Olabuénaga, 2003). Este criterio es el equivalente a la fiabilidad que se llevan a cabo en las investigaciones cuantitativas y hace referencia a la estabilidad de los datos.

Y, por último, el *criterio de confirmabilidad*, es lo que se refiere a la objetividad de la investigación. Es primordial realizar este criterio en la investigación y es referente a la captación de información sin inconveniente ni pensamientos contrarios hacia dicha opinión, no llevándolo así a intereses particulares. Se centra en la neutralidad de los datos, no en el del investigador (Palacios, Sánchez & Gutiérrez, 2013).

La utilización de varios métodos (cuantitativos y cualitativos) sobre los datos, investigaciones con términos semejantes a la investigación es una herramienta eficaz para aumentar la calidad de un estudio. Un ejemplo claro de ello, sería la utilización de cuestionarios y *focus group* en la misma investigación. Al realizar esta variedad de estrategias las debilidades de cada una de ellas no se sobreponen a las otras y en cambio sus fuerzas si se suman.

Para dotar al estudio de calidad, se utilizaron diferentes estrategias que nos permitieron dotarlo de credibilidad, transferibilidad, dependencia y neturalidad. De este modo, para dotarlo de credibilidad, se contrastaron opiniones y pensamientos de la doctoranda y sus directores con lo aportado por los participantes. La trasnsferibilidad y

la dependencia se aseguró a través de la representatividad de los sujetos participantes en el estudio, puesto que como ya se ha comentado, la selección se hizo teniendo en cuenta el nivel educativo y la diversidad de estudios. En cuanto a la confirmabilidad, se preservó la naturalidad de los datos buscando una diversidad equilibrada entre los participantes del estudio. Esta información está representada en las Tablas 12 y 13 de esta investigación.

3.4. Procedimiento

La realización del *focus group* se llevó a cabo siguiendo los procedimientos propios de dicha técnica y la aplicada por otros expertos (Ibáñez, 2003; Gutiérrez, 2008). Ibáñez (2003) expresa que el *focus group* debe seguir una secuencia básica, que engloba una selección de informantes o participantes, un esquema de actuación y un análisis e interpretación de los datos. En el procedimiento, se distinguirán las siguientes fases: el diseño, su implementación o desarrollo, el análisis y el informe de investigación.

En la primera fase, se diseñó el instrumento, es decir, el argumentario de preguntas a desarrollar, a partir de los objetivos. A continuación, se procedió a la planificación de los participantes de los dos grupos y al diseño del espacio y los tiempos.

Para contactar con el alumnado, primeramente, se pidió la colaboración a varios profesores, quienes cedieron los correos de dicho alumnado para su participación. Posterior a ello, se concretó día, lugar y hora, con este alumnado en los cuales la realización del *focus group* de Extremadura se llevó a cabo en el Seminario de Ciencias de la Educación de la Facultad de Educación de Badajoz, en la Universidad de Extremadura a 2 estudiantes del Máster de Formación del Profesorado de la Facultad de Educación de Badajoz, 1 estudiante de 1º de Grado de Física y 1 estudiante del Máster de Investigación de la Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres. Mientras que el *focus group* de Salamanca, se desarrolló en el Seminario de Doctorado del Departamento de Teoría e Historia de la Educación, de la Facultad de Educación en la Universidad de Salamanca con 2 estudiantes del Máster de Formación del Profesorado de la Facultad de Educación, un estudiante de 4º de Grado de Educación Social y otro de 3º de Grado de Educación

Primaria, todas ellas de la Universidad de Salamanca.

Posteriormente, en la segunda fase, se implementaron sendos *focus groups*. Cada uno se desarrolló en un tiempo aproximado de 60 minutos en un espacio confortable y sin ruidos, atrayendo así su atención solo hacia la información de la investigación. Cada uno de los grupos ha estado formado por 4 sujetos, los cuales han sido citados con anterioridad, teniendo un total de 8 sujetos entre ambos grupos focales.

Es importante determinar que toda la información que se ha aportado en ambos grupos es tratada de forma totalmente anónima, y por ello anterior al comienzo de dicho *focus group*, se pidió permiso a los participantes sobre el manejo y trato de la información que se iba a recopilar en ese grupo.

Durante la implementación de los *focus groups*, se procedió a la grabación de cada una de las sesiones, bajo permiso expreso de los participantes, usando una cámara de video y una grabadora (presente en el móvil). Antes de proceder a la grabación, la moderadora determinó las condiciones y normas para realizar ese grupo y no solapar conversaciones y poder recopilar la mayor información posible. A continuación, se planteó, uno a uno, el argumentario de preguntas diseñado una serie de cuestiones referentes a dicha investigación, teniendo en cuenta los objetivos de ella. Para finalizar el desarrollo, se realizó una síntesis con los participantes y se les agradeció su desinteresada colaboración.

La tercera fase, referente al análisis, comenzó realizando las respectivas transcripciones de lo sucedido en ambos *focus group*. Se presentaron todas las palabras y expresiones realizadas por el alumnado, generando así documentos informativos con los que poder analizar los datos a través del programa Nvivo. A partir de ello, se realizó un análisis cualitativo utilizando la técnica de análisis de contenido de cada uno de los *focus group* y posteriormente de las ideas planteadas en ambos, los cuales son reflejados con posterioridad (Onwuegbuzie, Leech, Dickinson & Zoran, 2011).

Finalmente, se procedió a la escritura del informe de investigación. En lo referido a los participantes e informantes es conveniente recordar que, para preservar su

anonimato, en el informe han sido nombrados por un número el cual está determinado con más precisión en el apartado 3.1. sobre los participantes.

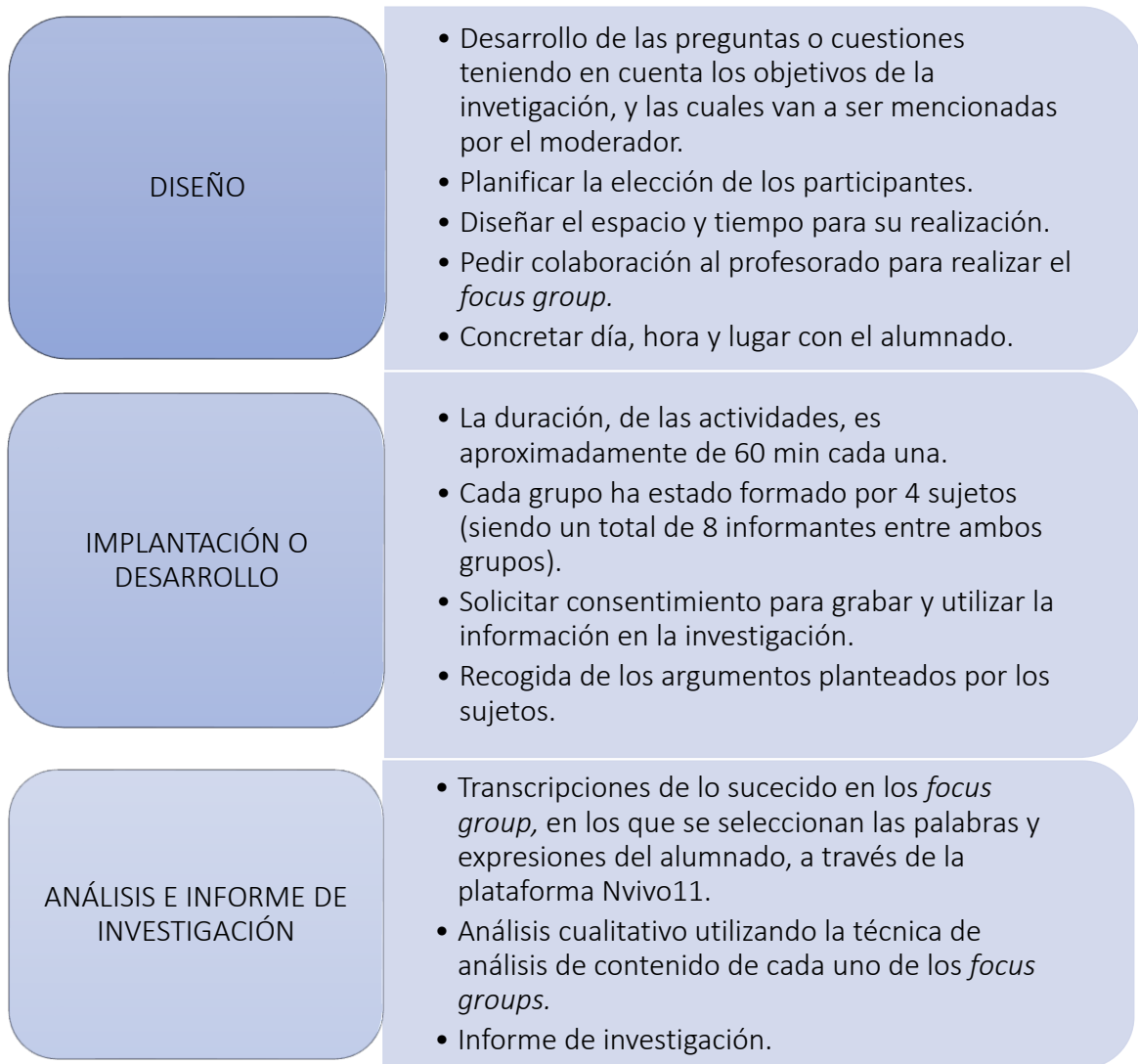
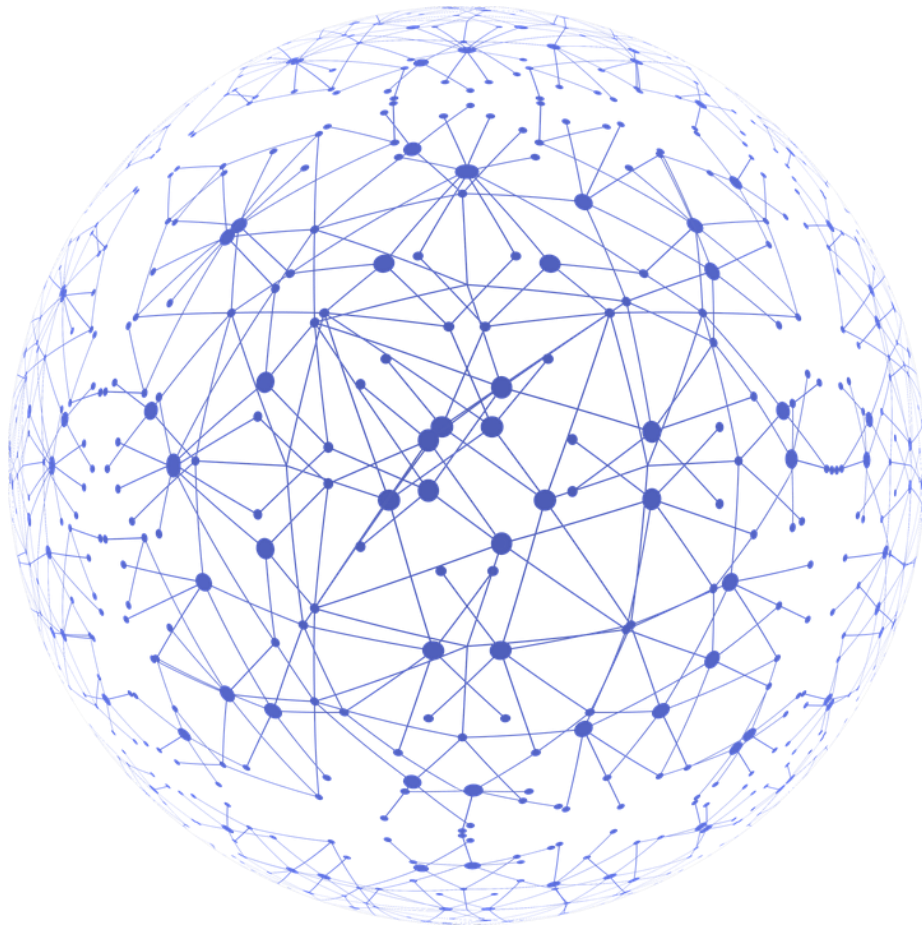


Figura 20: Secuencia de aplicación de los grupos focales.

4. RESULTADOS



4.1. Cuantitativo

4.1.1. Descriptivo

A continuación, se describe los resultados obtenidos en el análisis del cuestionario.

En referencia a la edad y el sexo, se presenta una tabla de contingencia con los sujetos de nuestra muestra.

Tabla 16
Relación de edad y sexo de la muestra

		SEXO.		
		Hombre	Mujer	Total
EDAD.	17 - 20 años	137	378	515
	21 - 24 años	62	172	234
	> 24 años	21	27	48
Total		220	577	797

Tabla 17
Situación Laboral

SITUACIÓN LABORAL.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiando.	715	89,7	89,7	89,7
	Trabajando y estudiando.	82	10,3	10,3	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

Podemos comprobar que la mayor parte de la muestra es de 715 estudiando (89,7%), y trabajando y estudiando son 82 sujetos (10,3%) aparecen un ya que nos hemos centrado en los universitarios.

En la siguiente tabla de contingencia, podemos ver los datos de esta variable teniendo en cuenta también la edad. Los participantes que se encuentran entre los 17 y 24 años son los que más están dedicados al estudio y no lo compaginan con el trabajo.

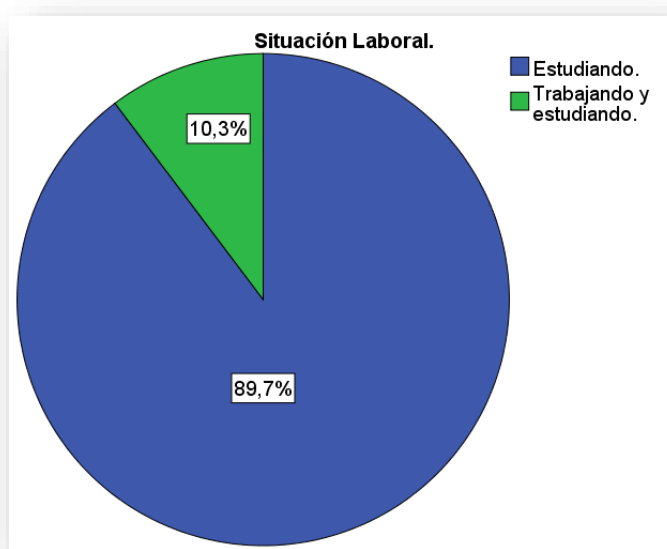


Figura 21: Gráfico de muestra según la Situación Laboral.

Tabla 18

Nivel educativo superior alcanzado

NIVEL EDUCATIVO SUPERIOR ALCANZADO.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Educación Secundaria.	7	,9	,9	,9
	Bachillerato.	570	71,5	71,5	72,4
	Formación Profesional.	99	12,4	12,4	84,8
	Diplomado.	3	,4	,4	85,2
	Grado.	108	13,6	13,6	98,7
	Licenciado.	1	,1	,1	98,9
	Máster o Postgrado.	9	1,1	1,1	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

Como podemos observar en la Figura 22, un 71,5% del total de la muestra contienen como nivel educativo superior el Bachillerato, mientras que el referente a Formación Profesional tiene un 12,4%. Destacar, en cambio, un 13,6% que tienen como titulación superior un Grado (siendo estos los representativos de los Másteres).

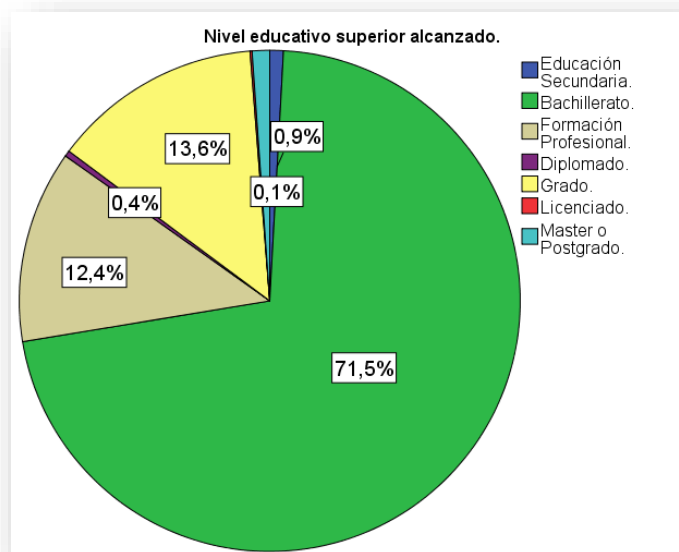


Figura 22: Gráfico de muestra según el nivel educativo alcanzado.

Tabla 19

Curso que está estudiando

CURSO QUE ESTÁ ESTUDIANDO.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1º de Grado.	491	61,6	61,6	61,6
	2º de Grado.	65	8,2	8,2	69,8
	3º de Grado.	64	8,0	8,0	77,8
	4º de Grado.	152	19,1	19,1	96,9
	Máster o Postgrado.	22	2,8	2,8	99,6
	Doctorado.	3	,4	,4	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

En el gráfico que aparece a continuación, podemos observar que del total de la muestra (n=797), 491 estudiantes pertenecen a 1º de grado, siguiendo 65 y 64 estudiantes de 2º y 3º de grado respectivamente, escogiendo estos cursos ya que algunas carreras no se han podido escoger muestra de 4º. También tenemos 152 estudiantes de 4º de grado. Y, por último, 22 estudiantes de Máster y 3 de Doctorado.

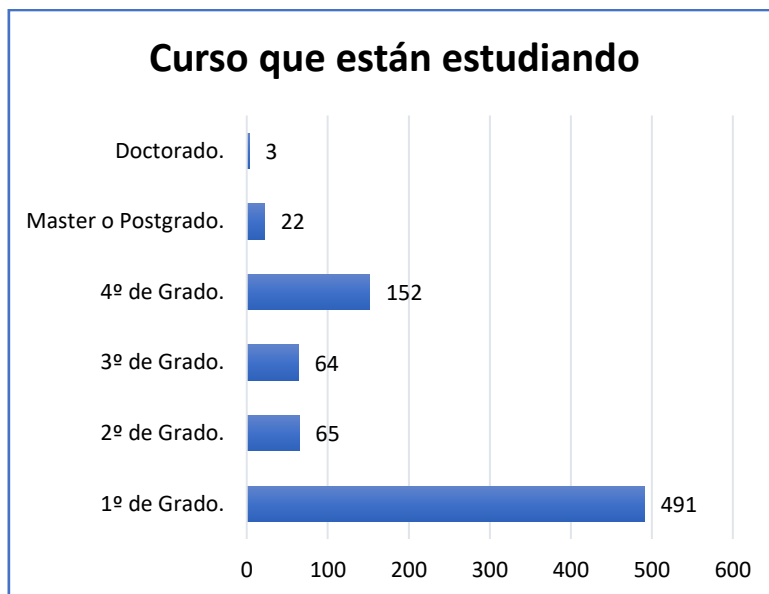


Figura 23: Gráfico de muestra según el curso que están estudiando.

Tabla 20

Centros de la Universidad de Extremadura o de Salamanca en los que están cursando sus estudios actualmente

En qué centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca está cursando sus estudios actualmente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Escuela de Ingenierías Agrarias de Badajoz.	2	,3	,3	,3
	Escuela de Ingenierías Industriales de Badajoz.	23	2,9	2,9	3,1
	Facultad de Biblioteconomía y Documentación de Badajoz.	16	2,0	2,0	5,1
	Facultad de Ciencias de Badajoz.	28	3,5	3,5	8,7

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Badajoz.	22	2,8	2,8	11,4
Facultad de Educación de Badajoz.	103	12,9	12,9	24,3
Facultad de Medicina de Badajoz.	81	10,2	10,2	34,5
Escuela Politécnica de Cáceres.	36	4,5	4,5	39,0
Escuela Universitaria de Enfermería y Terapia Ocupacional de Cáceres.	43	5,4	5,4	44,4
Facultad de Filosofía y Letras de Cáceres.	39	4,9	4,9	49,3
Facultad de Formación de Profesorado de Cáceres.	114	14,3	14,3	63,6
Facultad de Veterinaria de Cáceres.	14	1,8	1,8	65,4
Facultad de Ciencias del Deporte Cáceres	38	4,8	4,8	70,1
Facultad de Educación de Salamanca	238	29,9	29,9	100,0
Total	797	100,0	100,0	

Tal y como se puede observar en la Tabla 20, la mayor participación es reflejada en la Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres con 114 estudiantes, seguido de la Facultad de Educación de Badajoz con 103 estudiantes, y en tercer lugar la Facultad de Medicina de Badajoz con 81 estudiantes. Destacamos también que no aparecen una serie de facultades, ya que no se ha obtenido respuesta de ellas, entre las que se puede destacar la Facultad de estudios Empresariales y Turismo de Cáceres.

Centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca en los que están cursando sus estudios actualmente.

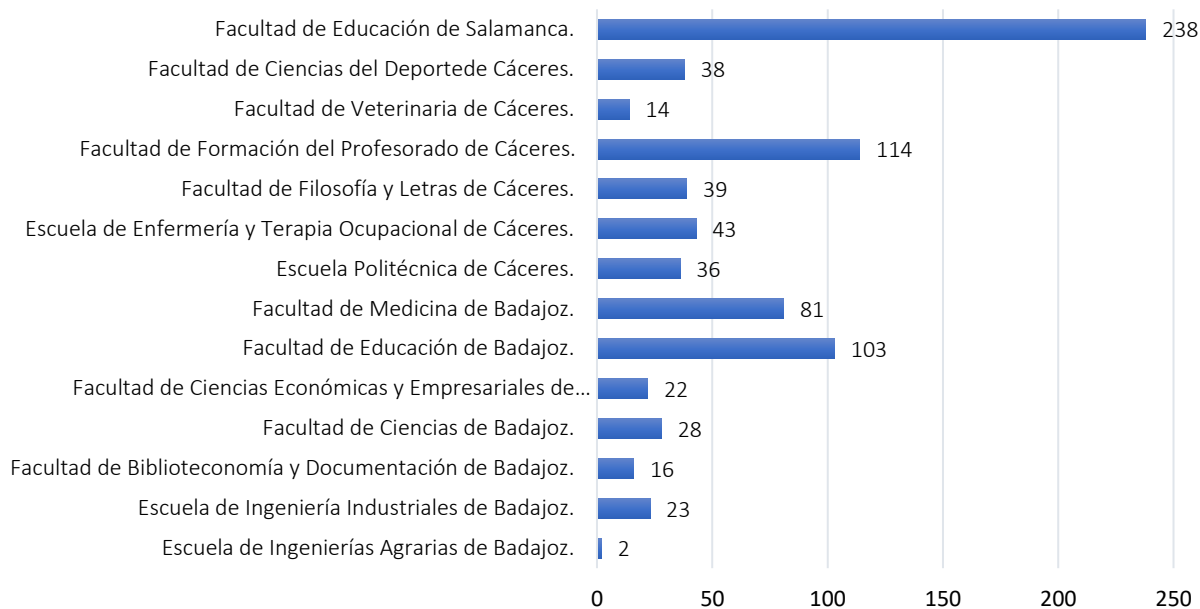


Figura 24: Gráfico de muestra según la facultad en la que están estudiando.

Tabla 21

Grado que estudia

GRADO QUE ESTUDIA	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Grado en Ingeniería Electrónica Industrial y Automática.	12	1,5	1,5	1,5
Grado de comunicación Audiovisual.	16	2,0	2,0	3,5
Grado en Química.	28	3,5	3,5	7,0
Grado en Administración y Dirección de Empresas.	22	2,8	2,8	9,8
Grado en Educación Infantil.	109	13,7	13,7	23,5
Grado en Educación Primaria.	152	19,1	19,1	42,5
Grado en Psicología.	54	6,8	6,8	49,3
Grado en Fisioterapia.	81	10,2	10,2	59,5

Grado en Ingeniería Informática en Ingeniería de Computadores.	36	4,5	4,5	64,0
Grado en Terapia ocupacional	37	4,6	4,6	68,6
Máster Universitario en Investigación (MUI) en Ciencias de la Sociosanitarias	6	,8	,8	69,4
Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte	38	4,8	4,8	74,2
Grado de Estudios Ingleses	39	4,9	4,9	79,0
Máster Universitario en Investigación (MUI) en Ciencias Sociales y Jurídicas. (Cáceres) Facultad Formación Profesorado	10	1,3	1,3	80,3
Grado en Veterinaria	14	1,8	1,8	82,1
Grado en Educación Social	124	15,6	15,6	97,6
Grado en Pedagogía	7	,9	,9	98,5
Grado en Ingeniería Electrónica y de Materiales.	2	,3	,3	98,7
Grado en Ingeniería Mecánica.	10	1,3	1,3	100,0
Total	797	100,0	100,0	

En el siguiente gráfico se puede observar que la mayor participación de estudiantes pertenece al Grado de Educación Primaria, con 152 sujetos, seguidos del Grado de Educación Social con 124 sujetos, el Grado de Educación Infantil con 109 sujetos y el Grado de Fisioterapia con 81 sujetos. Destacar también la participación de los demás grados de la Universidad de Extremadura y Salamanca, pero con participación inferior a 60 sujetos por grado.

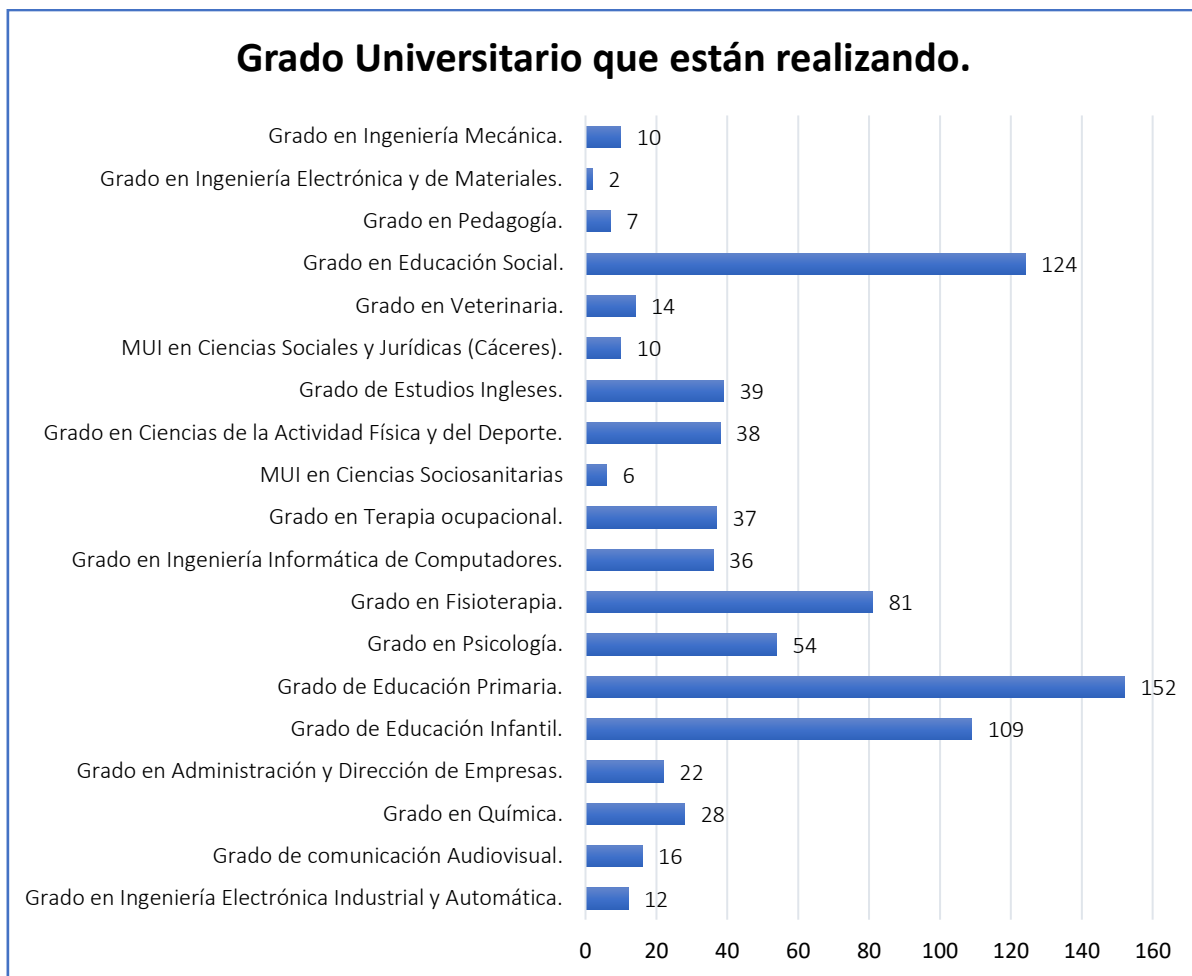


Figura 25: Gráfico de muestra según el grado que están estudiando.

Tabla 22

País de origen

PAÍS DE ORIGEN.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	España.	786	98,6	98,6	98,6
	Otros.	11	1,4	1,4	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

Se puede observar que casi la totalidad de la muestra pertenece a España, teniendo un 98,6% y un total de 786 estudiantes.

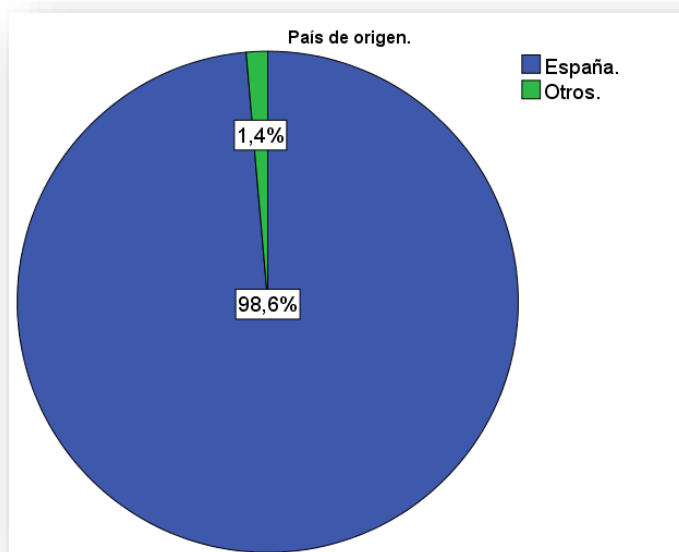


Figura 26. Gráfico de muestra según el país de origen.

Tabla 23

Localidad de origen

LOCALIDAD DE ORIGEN.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Badajoz capital.	123	15,4	15,4	15,4
	Cáceres capital.	64	8,0	8,0	23,5
	Salamanca capital.	64	8,0	8,0	31,5
	Municipios de la provincia de Badajoz.	266	33,4	33,4	64,9
	Municipios de la provincia de Cáceres.	111	13,9	13,9	78,8
	Municipio de fuera de Extremadura.	13	1,6	1,6	80,4
	Municipios de la provincia de Salamanca.	48	6,0	6,0	86,4
	Municipios de fuera de Castilla y León.	9	1,1	1,1	87,6
	Otros.	99	12,4	12,4	100,0
	Total	797	100,0	100,0	

En la Figura 27 podemos observar que teniendo en cuenta la muestra total (n=797), 266 estudiantes pertenecen a Municipios de la Provincia de Badajoz, siendo el posterior más característico 123 estudiantes que pertenece a Badajoz Capital, y muy seguida de Municipios de la Provincia de Cáceres, con 111 estudiantes.

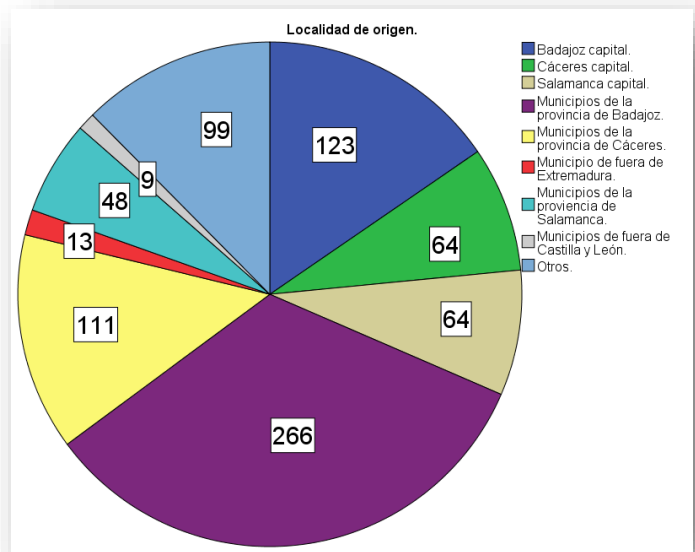


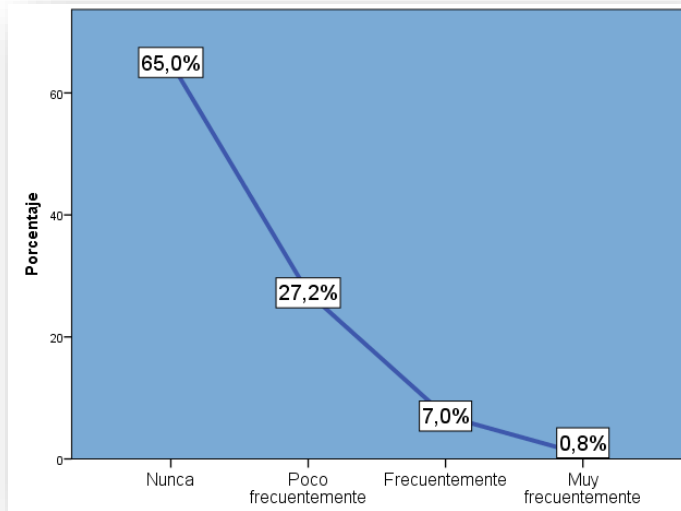
Figura 27. Gráfico de muestra según localidad de origen.

A continuación, detallaremos el análisis descriptivo de las diferentes preguntas reflejadas en el cuestionario y destinadas al conocimiento y uso de las redes sociales.



Figura 28: Gráfico uso de WhatsApp.

Snapchat

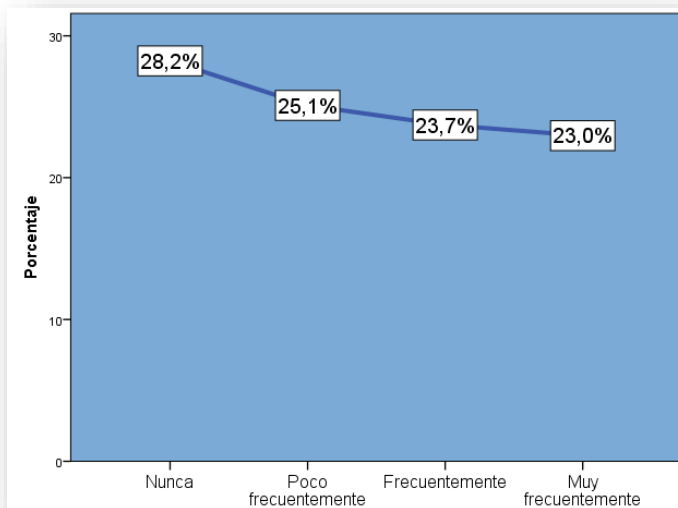


1.2. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Snapchat)

En la figura observamos que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Snapchat, siendo un 65,0% de la muestra.

Figura 29: Gráfico uso de Snapchat.

Twitter



1.3. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Twitter)

Se observa que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Twitter, siendo un 28,2%, muy cerca del alumnado que indica que la usan “Poco frecuentemente”, “Frecuentemente” y “Muy frecuentemente”, con 25,1%, 23,7% y

Figura 30: Gráfico uso de Twitter.

Facebook

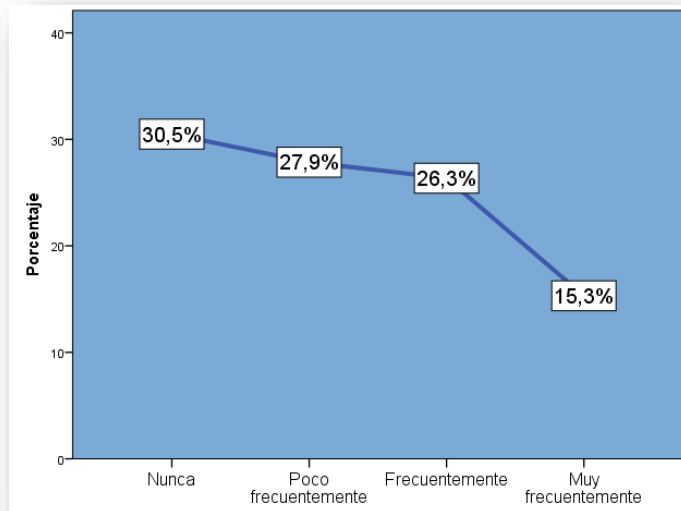


Figura 31: Gráfico uso de Facebook.

1.4. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Facebook)

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la Facebook, siendo un 30,5%, muy seguido de los que indican que la usan “Poco frecuentemente” y “Frecuentemente”, con un 27,9% y un 26,3%, respectivamente.

Renren

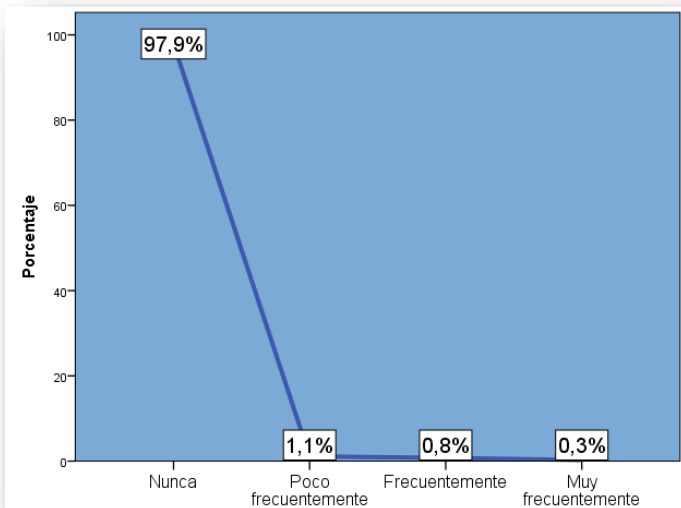


Figura 32: Gráfico uso de Renren.

1.5. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Renren)

Se observa que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Renren, con un 97,9%, siendo esta más característica en China.

Instagram

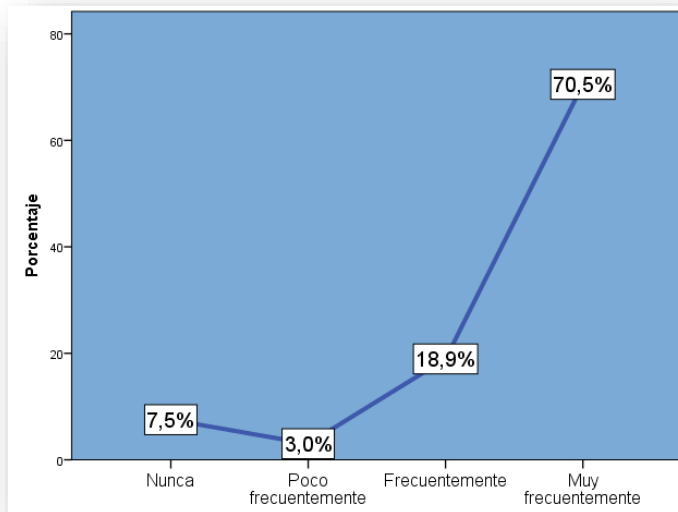


Figura 33: Gráfico uso de Instagram.

1.6. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Instagram)

Observamos que la mayoría de los sujetos conocen la red social Instagram y que la usan “Muy frecuentemente”, siendo un 70,5% de la muestra.

Qq

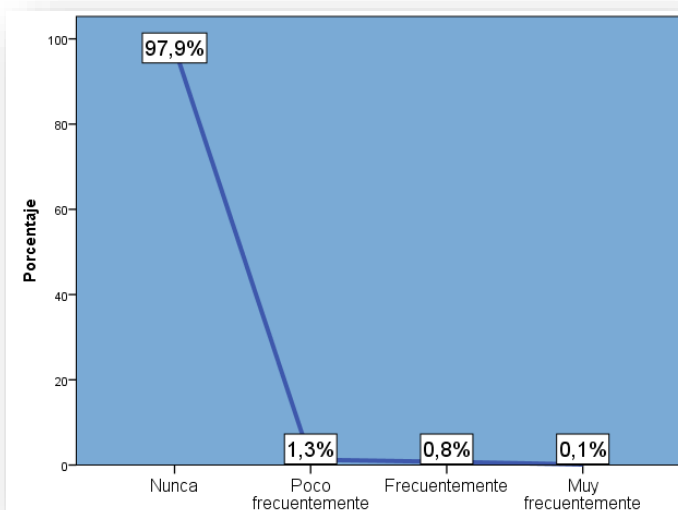


Figura 34: Gráfico uso de Qq.

1.7. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Qq)

La mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Qq, con un 97,9%, siendo esta más característica en China.

Wechat

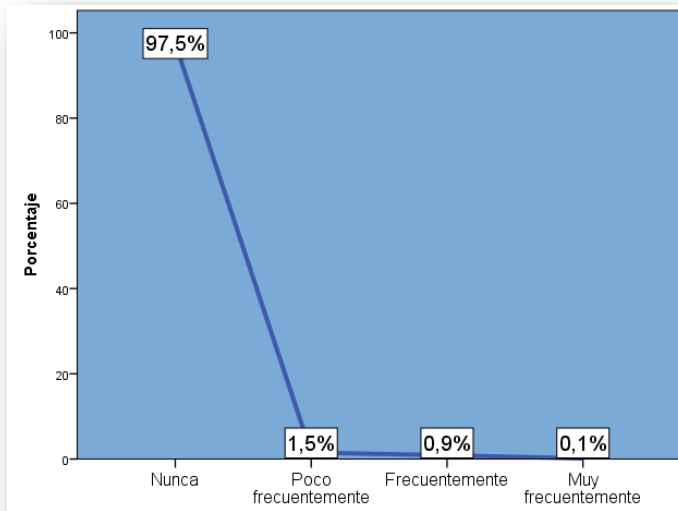


Figura 35: Gráfico uso de Wechat.

1.8. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Wechat)

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado "Nunca" han utilizado la red social Wechat, con un 97,5%, siendo esta más característica en China.

Weibo

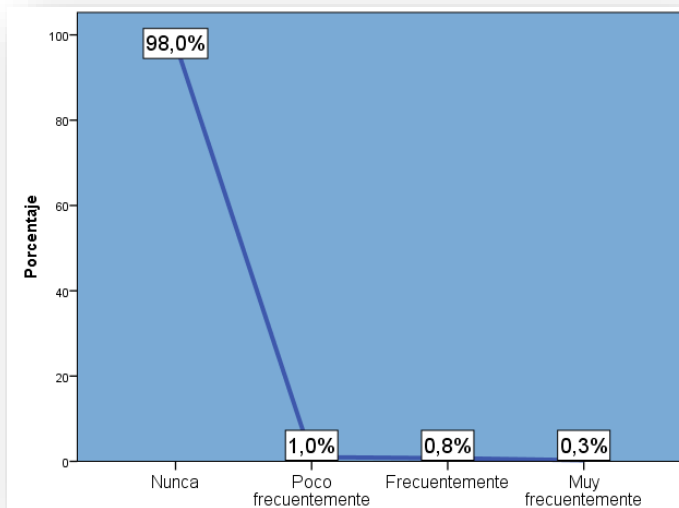


Figura 36: Gráfico uso de Weibo.

1.9. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Weibo)

Se observa que la mayoría del alumnado "Nunca" han utilizado la red social Weibo, con un 98,0%, siendo esta más característica en China.

Line

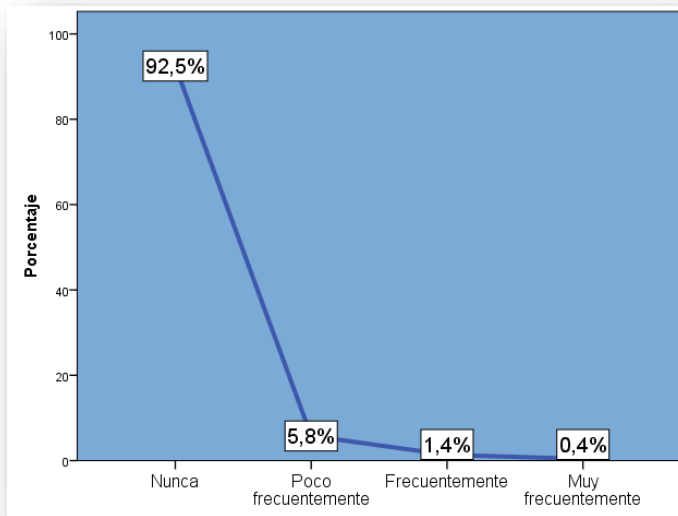


Figura 37: Gráfico uso de Line.

1.10. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Line)

Observamos que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Line, con un 92,5%.

Habbo

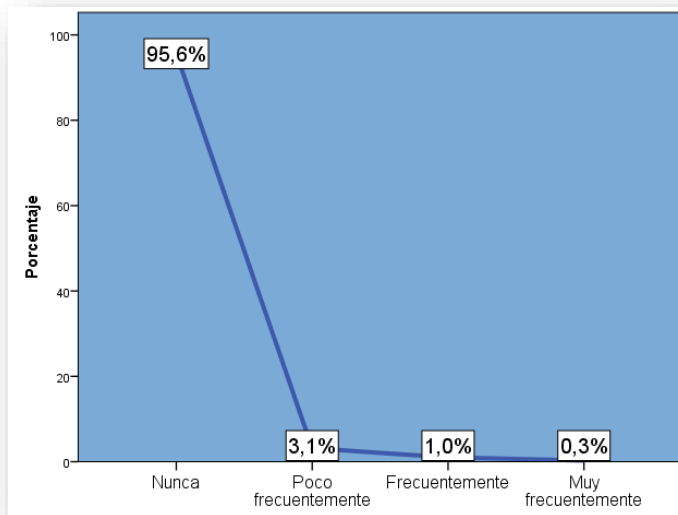


Figura 38: Gráfico uso de Habbo.

1.11. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Habbo)

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Habbo, con un 95,6%.

Periscope

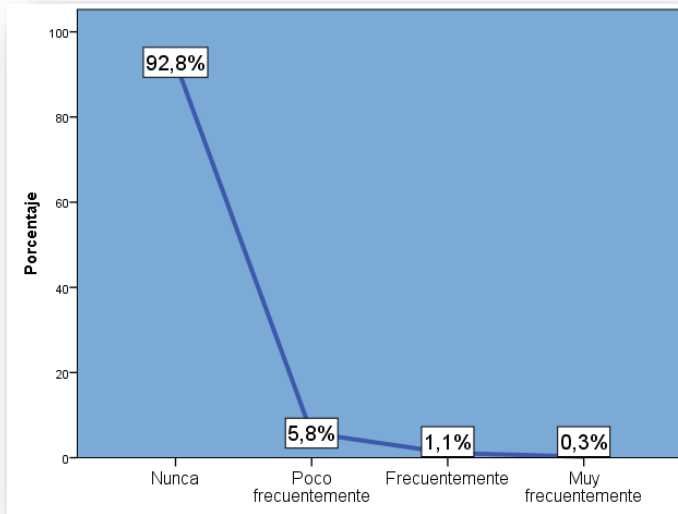


Figura 39: Gráfico uso de Periscope.

1.12. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Periscope)

Observamos que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social Periscope, con un 92,8%.

Linkedin

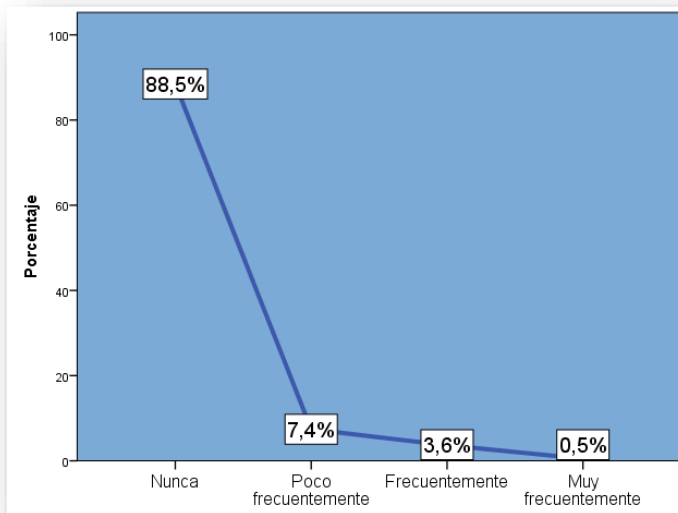
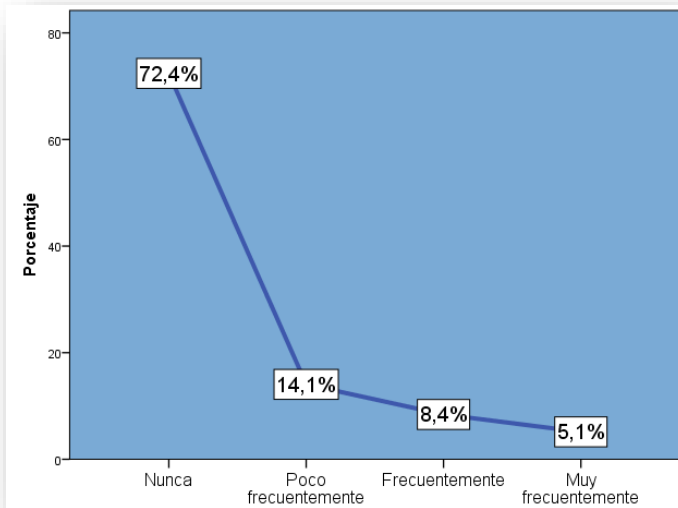


Figura 40: Gráfico uso de LinkedIn.

1.13. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (LinkedIn)

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado “Nunca” han utilizado la red social LinkedIn, con un 88,5%, siendo esta más centrada a nivel profesional y búsqueda de trabajo.

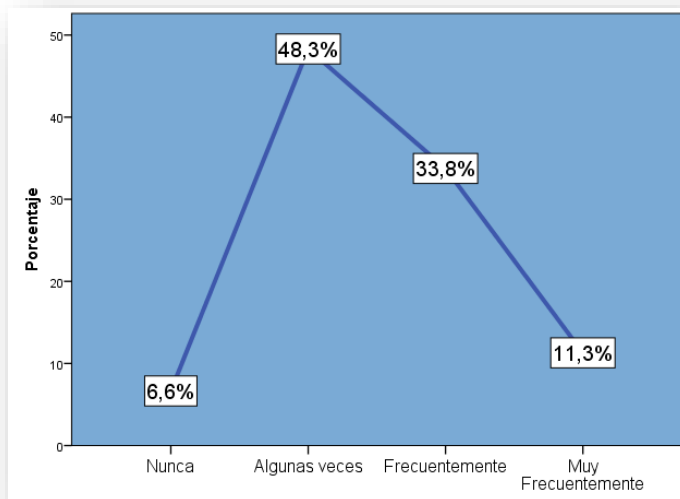
Otras



1.14. Redes sociales que conoces y tiempo de uso. (Otras)

Se observa que la mayoría del alumnado "Nunca" han utilizado otro tipo de redes sociales distintas a las nombradas en el cuestionario, con un 72,4%.

Figura 41: Gráfico uso de otras redes.



2.1. Te han informado sobre las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales.

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado ha sido informado sobre las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales han sido "Algunas veces", con un 48,3%.

Figura 42: Te han informado sobre las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales.

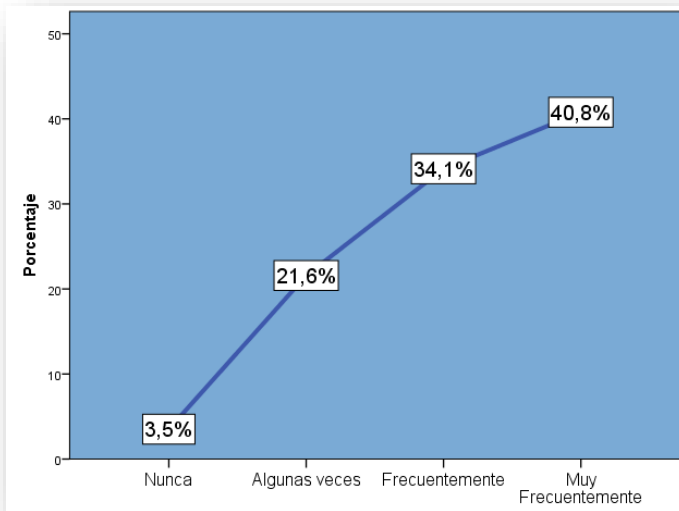


Figura 43: Con qué frecuencia realizas la revisión de cualquier red social.

2.2. Con que frecuencia realizas la revisión de cualquier red social.

Se observa que la mayoría del alumnado realiza revisiones en cualquiera de sus redes sociales “Muy Frecuentemente”, con un 40,8%.

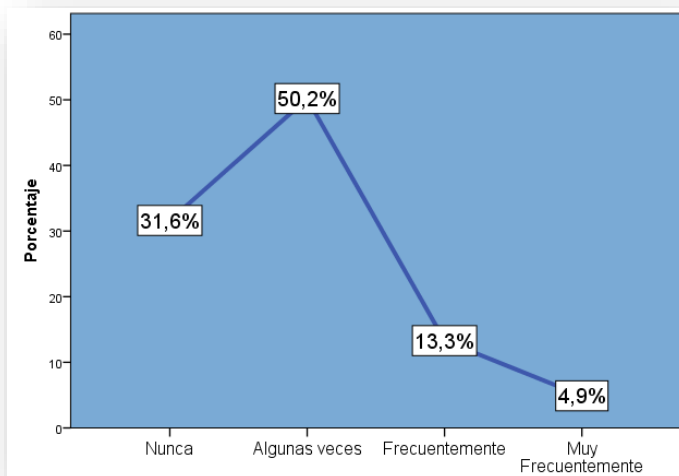


Figura 44: Actualizar tus estados en diferentes redes sociales, mientras estás en una reunión con amigos o familiares, en vez de prestar atención al evento o la conversación.

2.3. Actualizas tus estados en diferentes redes sociales, mientras estás en una reunión con amigos o familiares, en vez de prestar atención al evento o la conversación.

Observamos que la mayoría del alumnado actualiza su estado, en las diferentes redes sociales mientras están realizando otra actividad “Algunas veces”, con un 50,2%.

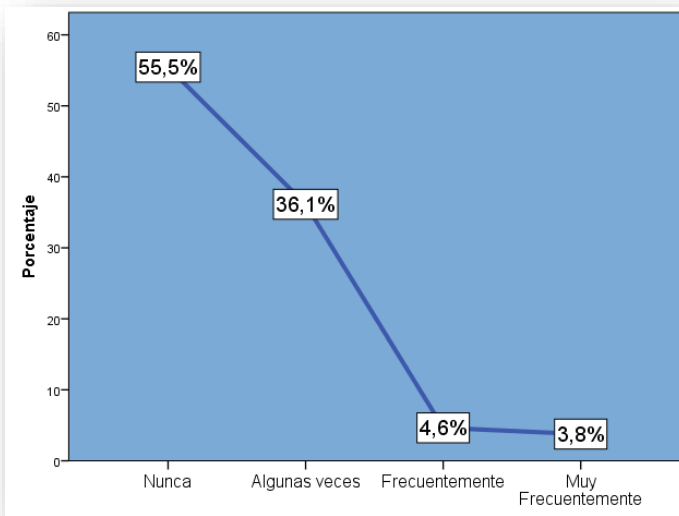


Figura 45: Aceptas todas las solicitudes de amistades que recibes.

2.4. Aceptas todas las solicitudes de amistades que recibes.

La mayoría del alumnado no acepta “Nunca” todas las solicitudes de amistad, con un 55.5%, sino que solo aceptan a quienes ellos desean fijándose bien en quienes son.

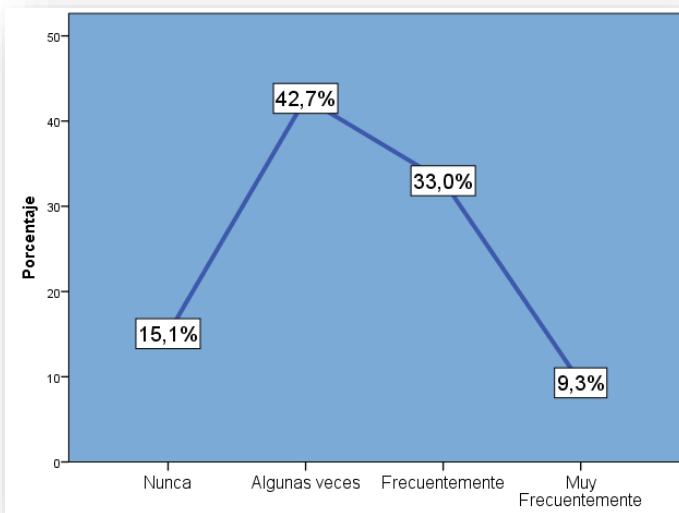


Figura 46: Utilizas las redes sociales con algún fin concreto.

2.5. Utilizas las redes sociales con algún fin concreto.

La mayoría del alumnado “Algunas veces” utilizan las redes sociales con algún fin concreto, con un 42,7%.

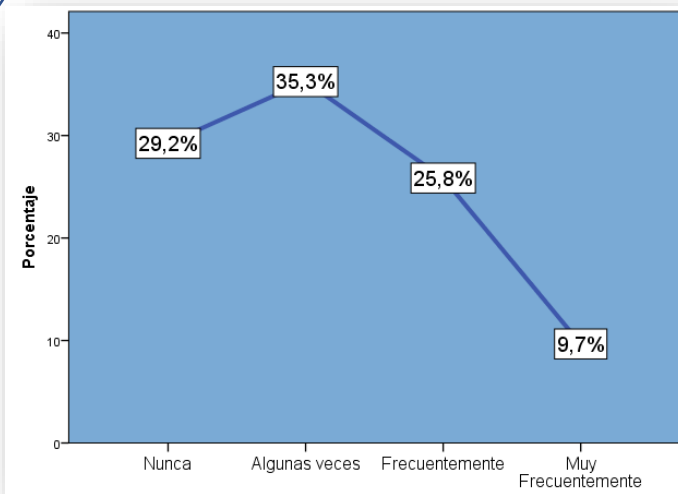


Figura 47: Sientes que la necesidad de usar alguna red social aumenta constantemente.

2.6. Sientes que la necesidad de usar alguna red social aumenta constantemente.

Observamos que la mayoría del alumnado “Algunas veces” sienten que la necesidad de usar las redes sociales aumenta constantemente, con un 35,3%, estando muy cerca del alumnado que “Nunca” lo ha sentido, con un 29,2%.

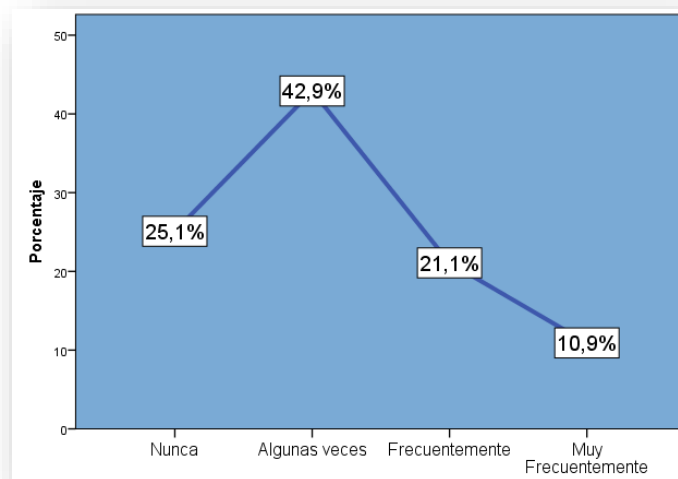


Figura 48: Te impacientas cuando no tienes conexión (ya sea de datos o WIFI) en tu dispositivo y no puedes revisar o actualizar tus redes sociales.

2.7. Te impacientas cuando no tienes conexión (ya sea de datos o WIFI) en tu dispositivo y no puedes revisar o actualizar tus redes sociales.

La mayoría del alumnado “Algunas veces” se impacientan si no tienen conexión a internet o wifi, con un 42,9%.

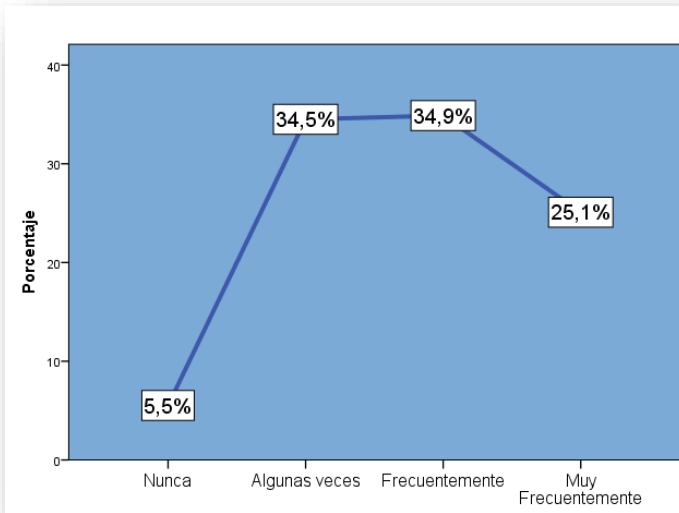


Figura 49: Puedes estar un tiempo sin usar ningún tipo de red social.

2.8. Puedes estar un tiempo sin usar ningún tipo de red social.

Se observa que la mayoría del alumnado “Frecuentemente” podrían estar un tiempo sin usar las redes sociales, con un 34,9%, estando muy cerca de del alumnado que creen que pueden estar “Algunas veces” sin usar las redes sociales, con un 34,5%.

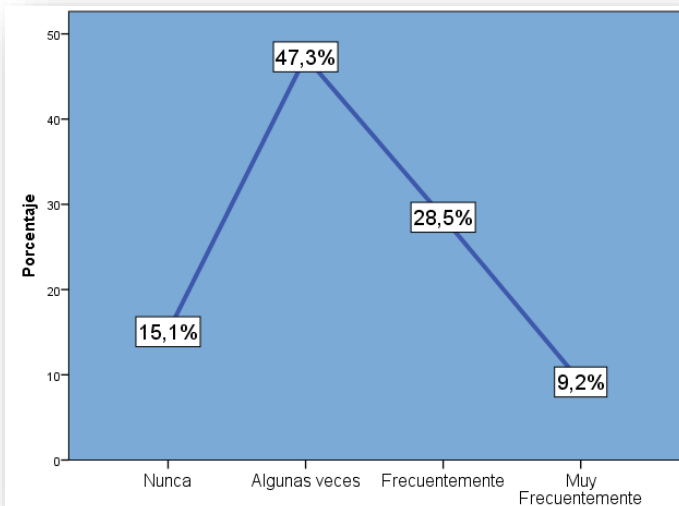


Figura 50: Tratas de reducir el uso de las redes sociales.

2.9. Tratas de reducir el uso de las redes sociales.

Observamos que la mayoría del alumnado “Algunas veces” tratan de reducir el uso de las redes sociales, con un 47,3%.

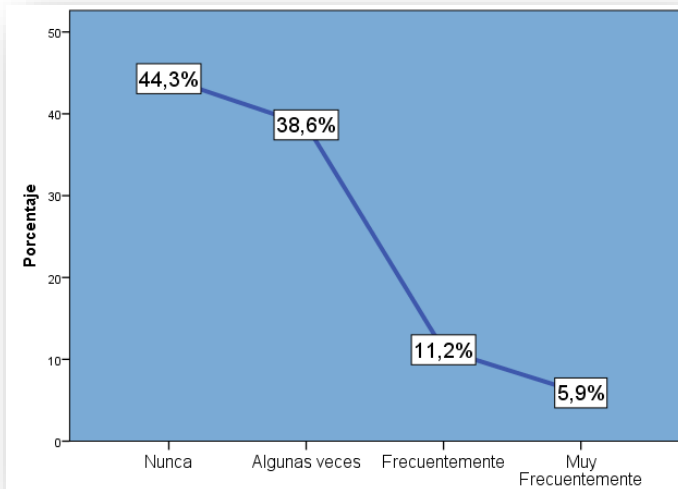


Figura 51: Cuando un amigo cuelga una foto tuya en una red social, ¿te pide primero permiso?

2.10. Cuando un amigo cuelga una foto tuya en una red social, ¿te pide primero permiso?

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado "Nunca" le han pedido permiso, los amigos, cuando han colgado una foto suya, con un 44,3%, estando muy cerca el que "Algunas veces" si le han pedido permiso, con un 38,6%.

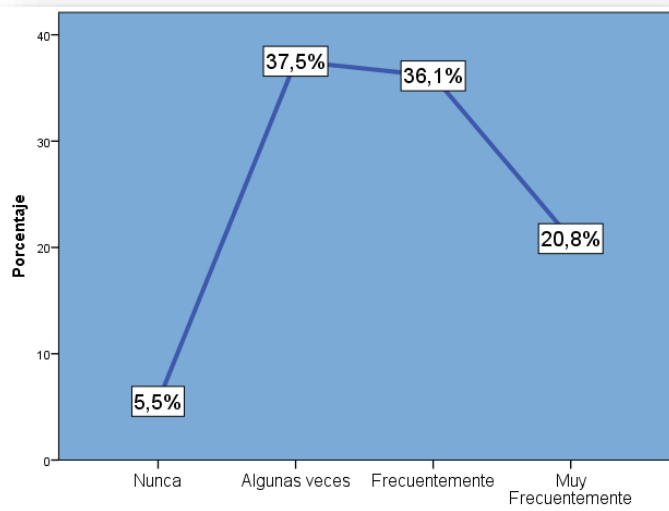


Figura 52: Suelen colgar fotos tuyas en las redes sociales.

2.11. Suelen colgar fotos tuyas en las redes sociales.

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado "Algunas veces" cuelgan fotos suyas en las redes sociales, con un 37,5%. Estando muy cerca también que "Frecuentemente" las cuelgan, con un 36,1%.

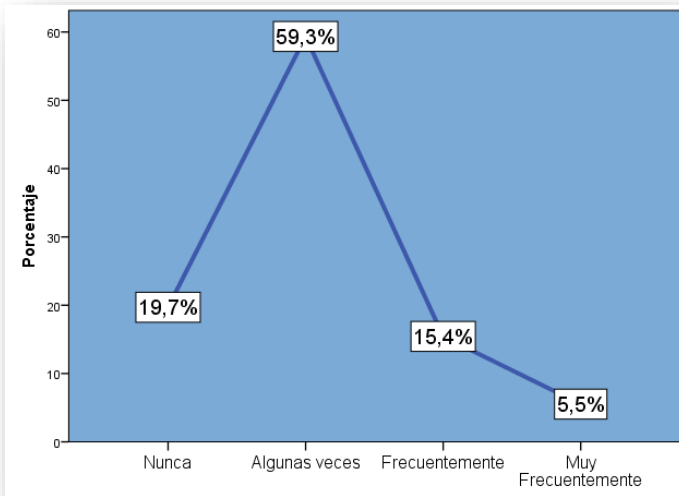


Figura 53: Alguna vez has visto una foto que hubieras preferido que no la hubieran subido.

2.12. Alguna vez has visto una foto que hubieras preferido que no la hubieran subido.

La mayoría del alumnado “Algunas veces” han visto una foto que hubieran preferido que no la hubieran subido, con un 59,3%.

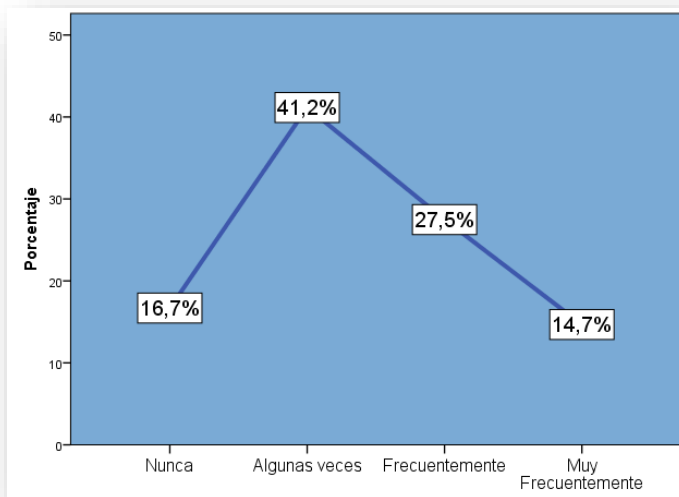


Figura 54: Alguna vez has visto que insulten a alguien en alguna red social.

2.13. Alguna vez has visto que insulten, dañen o humillen a alguien en alguna red social.

La mayoría del alumnado “Algunas veces” han visto que insultan o dañan a alguien en alguna red social, con un 41,2%.

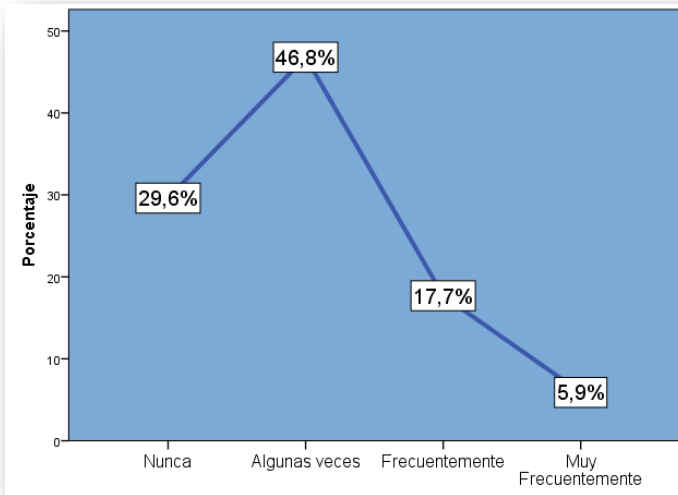


Figura 55: Usa las redes sociales como recurso didáctico de la enseñanza en la universidad.

2.14. Usa las redes sociales como recurso didáctico de la enseñanza en la universidad.

En la figura se observa que la mayoría del alumnado “Algunas veces” han usado las redes sociales como un recurso didáctico en la universidad, con un 46,8%, estando a la mitad aproximadamente el que “Nunca” lo hayan usado, con un 29,6%.

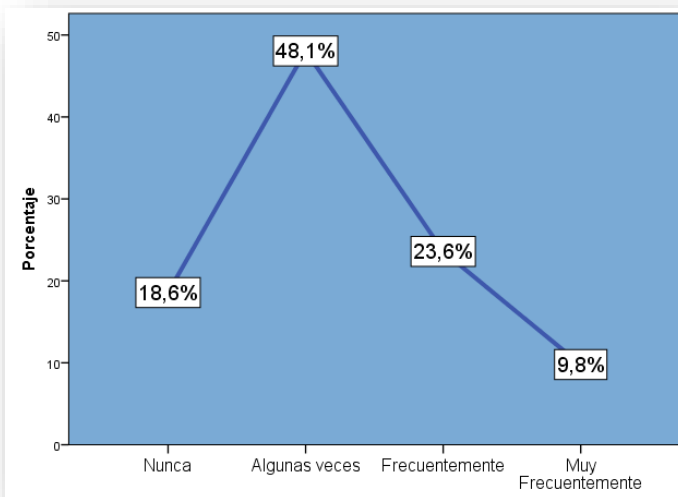


Figura 56: Usas las redes sociales en clase cuando esta actividad no es requerida en el aula.

2.15. Usas las redes sociales en clase cuando esta actividad no es requerida en el aula.

Observamos que la mayoría del alumnado “Algunas veces” han usado las redes sociales en clase cuando esta actividad no la requería, con un 48,1%.

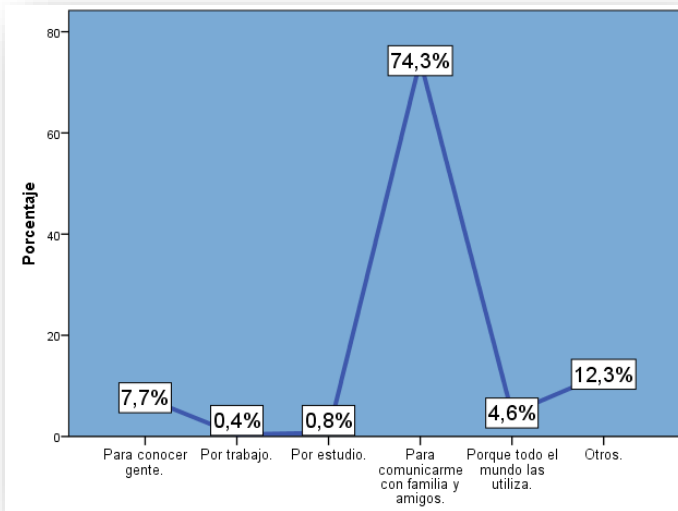


Figura 57: Para qué usa, más a menudo, las redes sociales.

3. Para qué usas, más a menudo, las redes sociales...

La mayoría del alumnado usa las redes sociales "Para comunicarse con familia y amigos", con un 74,3%.

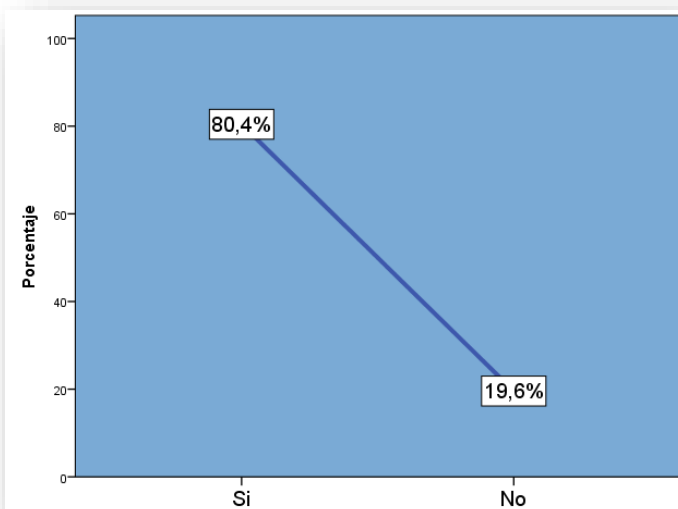


Figura 58: Las redes sociales son un buen método para conocer gente.

4.1. Las redes sociales son un buen método para conocer gente.

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado cree que las redes sociales "Si" son un buen método para conocer gente, con un 80,4%.

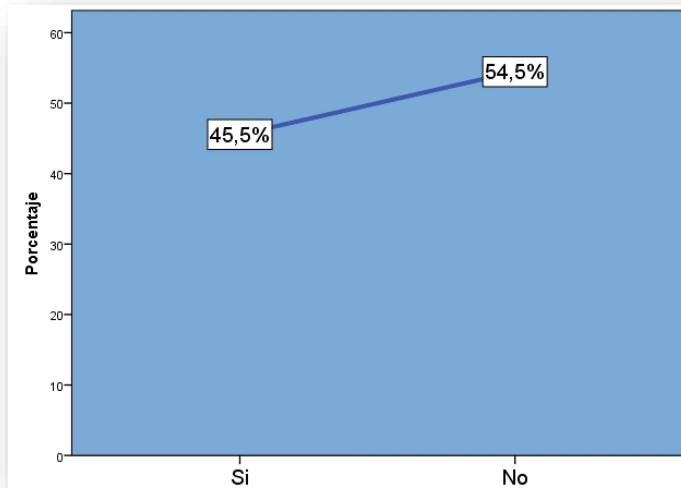


Figura 59: Usas las redes sociales como una forma para evadirte de pensar en posibles problemas personales.

4.2. Usas las redes sociales como una forma para evadirte de pensar en posibles problemas personales.

Observamos que la mayoría del alumnado "No" usan las redes sociales como una forma para evadirse en posibles problemas personales, con un 54,5%.

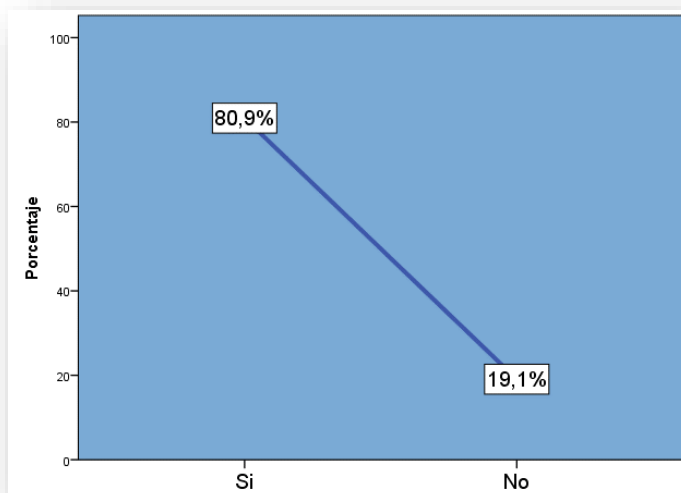


Figura 60: Tomas precauciones para evitar riesgos derivados del uso de las redes sociales.

4.3. Tomas precauciones para evitar riesgos derivados del uso de las redes sociales.

La mayoría del alumnado "Si" toman precauciones para evitar los riesgos de uso de las redes sociales, con un 80,9%.

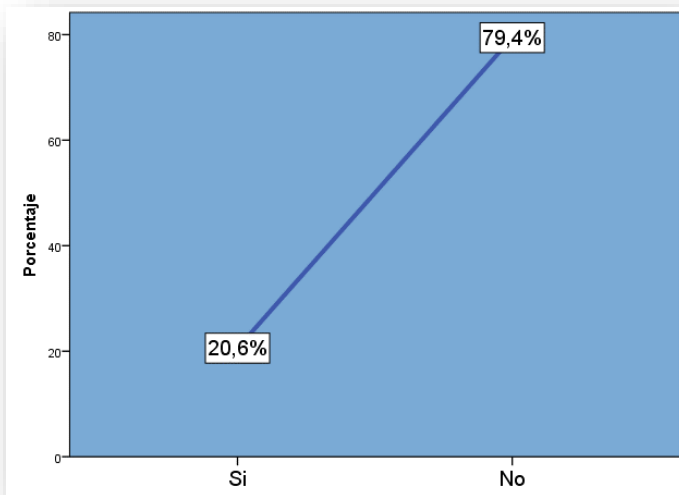


Figura 61: El uso de las redes sociales ha tenido un impacto negativo sobre mi trabajo o estudios.

4.4. El uso de las redes sociales ha tenido un impacto negativo sobre mi trabajo o estudios.

La mayoría del alumnado el uso de las redes sociales “No” ha tenido un impacto negativo sobre el trabajo o estudio, con un 79,4%.

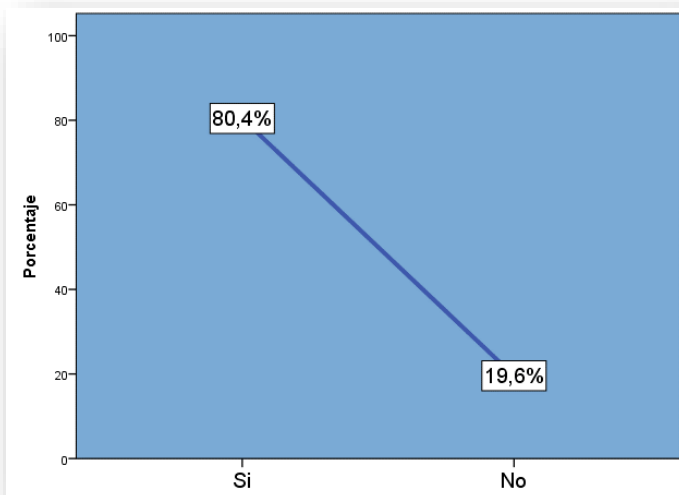


Figura 62: El uso abusivo de las redes sociales puede provocar o incrementar, en el caso de que los hubiera, problemas personales.

4.5. El uso abusivo de las redes sociales puede provocar o incrementar, en el caso de que los hubiera, problemas personales.

Se observa que la mayoría del alumnado indica que “Si” creen que el uso masivo de las redes sociales puede provocar o incrementar los problemas personales, con un 80,4%.

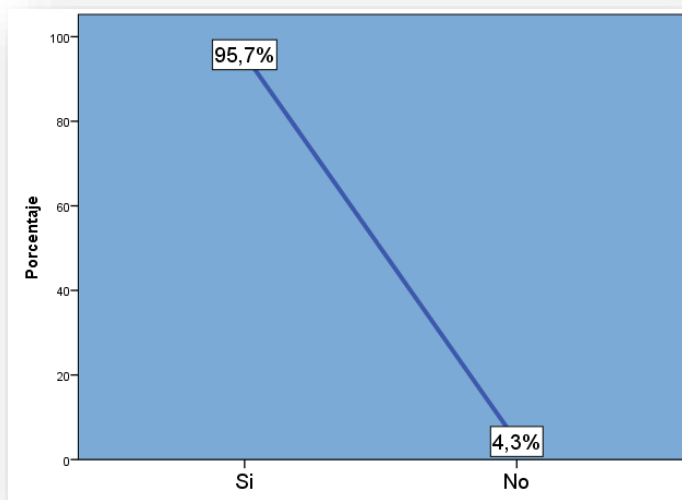


Figura 63: Has sabido poner límites entre la intimidad y la exhibición cuando usas las redes sociales.

4.6. Has sabido poner límites entre la intimidad y la exhibición cuando usas las redes sociales.

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado cree que “Si” han sabido poner límites entre la intimidad y la exhibición cuando han usado las redes sociales, con un 95,7%.

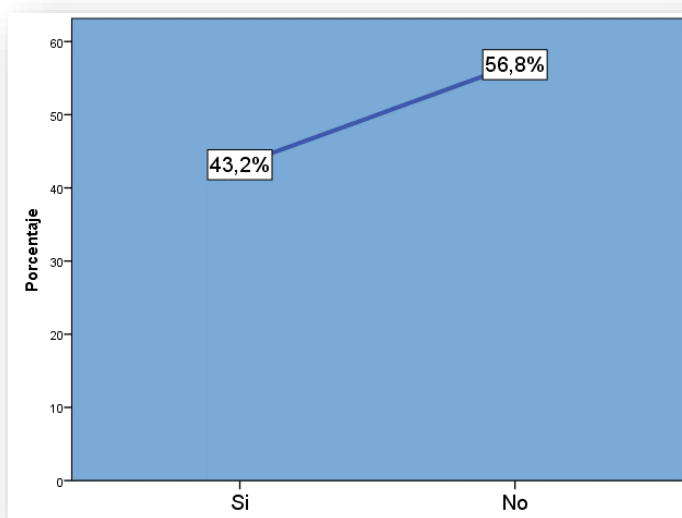


Figura 64: Las redes sociales te han ayudado a mejorar tu vida.

4.7. Las redes sociales te han ayudado a mejorar tu vida.

La mayoría del alumnado cree que las redes sociales “No” le han ayudado a mejorar su vida, con un 56,8%.

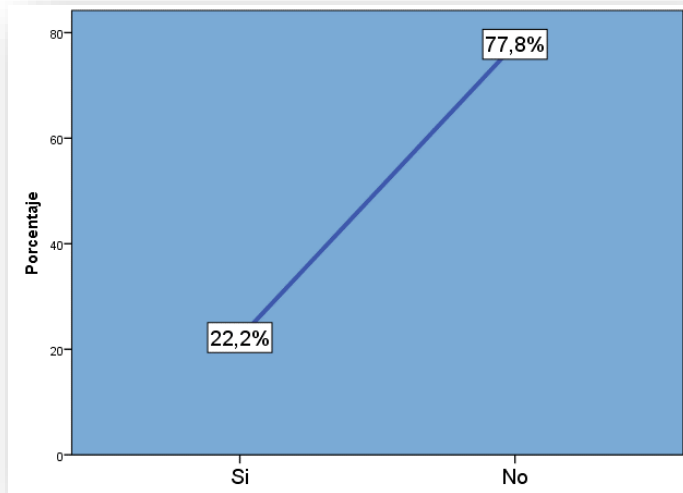


Figura 65: Conoces personalmente a todas las personas que tienes en tus redes sociales.

4.8. Conoces personalmente a todas las personas que tienes en tus redes sociales.

Observamos que la mayoría del alumnado “No” conoce personalmente a todas las personas que tiene en las redes sociales, con un 77,8%.

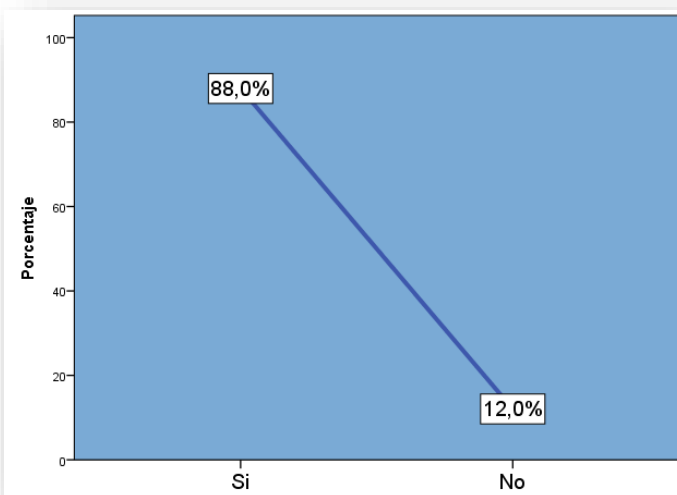


Figura 66: Estas al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales.

4.9. Estás al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales.

Se puede observar que la mayoría del alumnado cree que “Si” están al tanto de los problemas que causa el uso excesivo de las redes sociales, con un 88,0%.

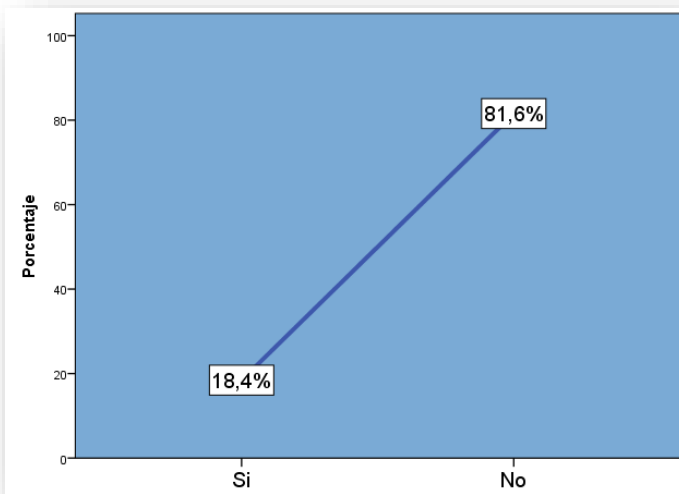


Figura 67: Has tenido algún problema con tu familia y amigos por el uso de alguna red social.

4.10. Has tenido algún problema con tu familia y amigos por el uso de alguna red social.

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado "No" ha tenido problemas con familia o amigos por el uso de alguna red social, con un 81,6%.

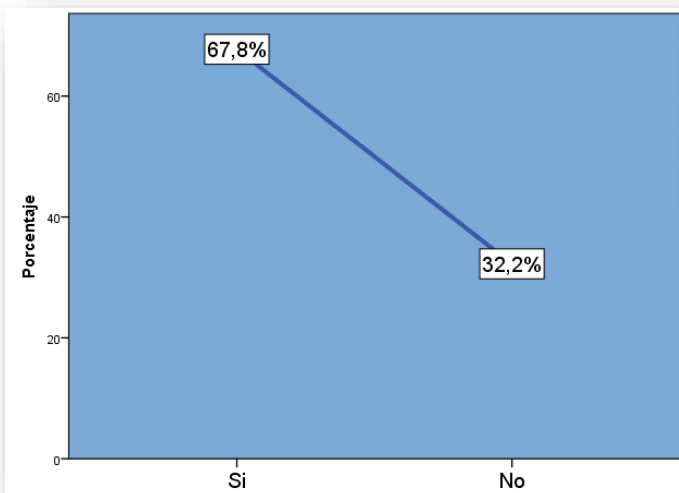


Figura 68: En el caso de acoso en las redes sociales, sabrías qué tienes que hacer o a quien debes acudir.

4.11. En el caso de acoso en las redes sociales, sabrías qué tienes que hacer o a quién debes acudir.

La mayoría del alumnado cree que "Si" sabrían que tienen que hacer o a quien deben acudir en el caso de acoso en las redes sociales, con un 67,8%.

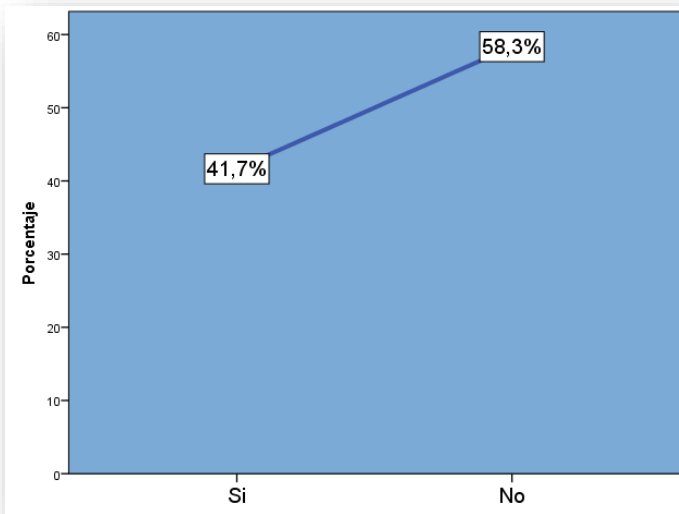


Figura 69: Tu vida es más positiva utilizando las redes sociales.

4.12. Tu vida es más positiva utilizando las redes sociales.

Observamos que la mayoría del alumnado cree que la vida “No” es más positiva utilizando las redes sociales, con un 58,3%.

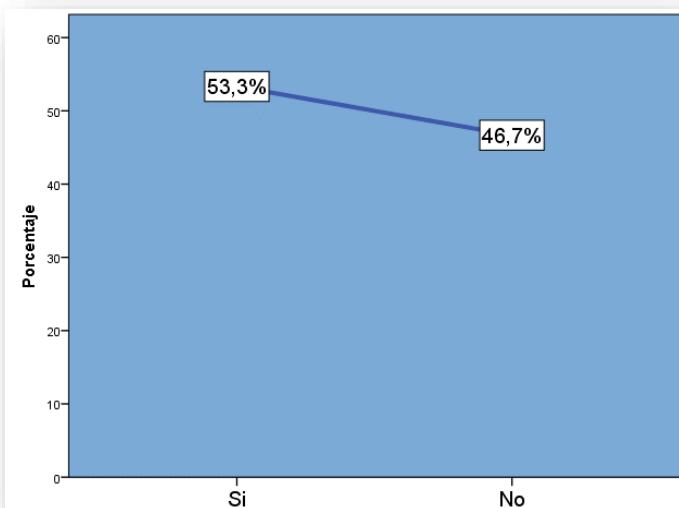


Figura 70: Crees que las redes sociales influyen en tu estado de ánimo.

4.13. Crees que las redes sociales influyen en tu estado de ánimo.

La mayoría del alumnado cree que las redes sociales “Si” afecta al estado de ánimo de una persona, con un 53,3%, estando muy cerca los que creen que “No” influye, con un 46,7%.

A continuación, detallaremos el análisis descriptivo de las diferentes cuestiones reflejadas en el cuestionario y destinadas al bienestar psicológico.

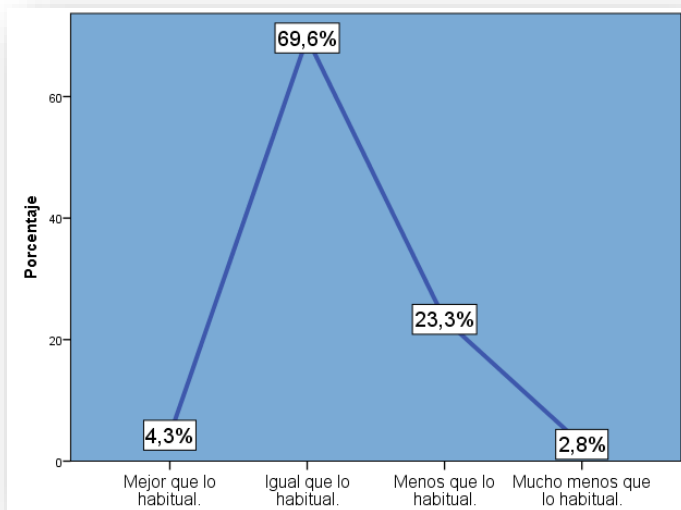


Figura 71: ¿Ha podido concentrarse bien en lo que hacía?

1. ¿Ha podido concentrarse bien en lo que hacía?

En la Figura 72, observamos que la mayoría del alumnado se ha podido concentrar bien en lo que hacían "Igual que lo habitual", con un 69,6%.

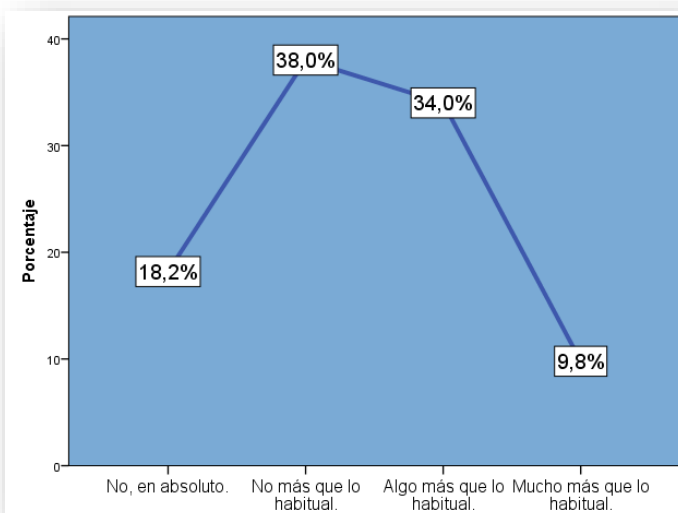


Figura 72: ¿Sus preocupaciones le han hecho perder mucho sueño?

2. ¿Sus preocupaciones le han hecho perder mucho sueño?

Observamos que la Figura 73, expresa que la mayoría del alumnado indica que "No más que lo habitual" sus preocupaciones le han hecho perder el sueño, con un 38,0%.

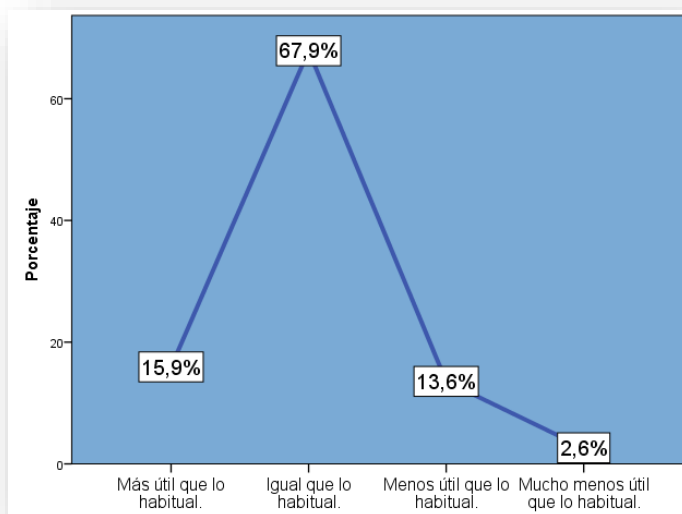


Figura 73: ¿Ha sentido que está desempeñando un papel útil en la vida?

3. ¿Ha sentido que está desempeñando un papel útil en la vida?

Observamos que la mayoría del alumnado ha sentido que están desempeñando un papel útil en la vida “Igual que lo habitual”, con un 67,9%.

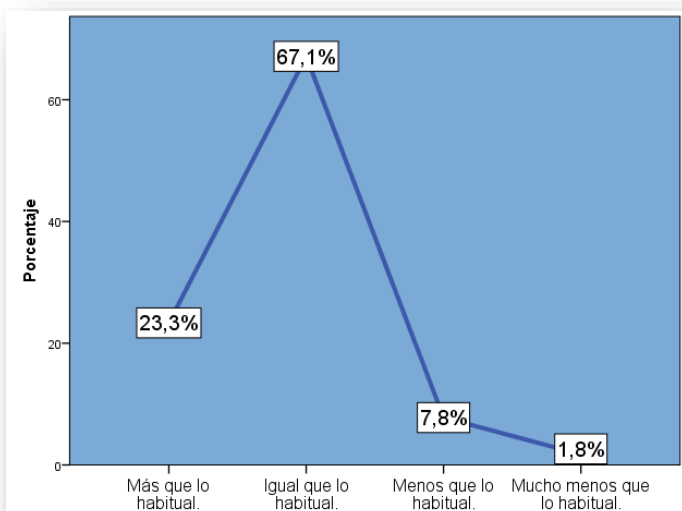


Figura 74: ¿Se ha sentido capaz de tomar decisiones?

4. ¿Se ha sentido capaz de tomar decisiones?

La mayoría del alumnado se ha sentido capaz de tomar las decisiones “Igual que lo habitual”, con un 67,1%.

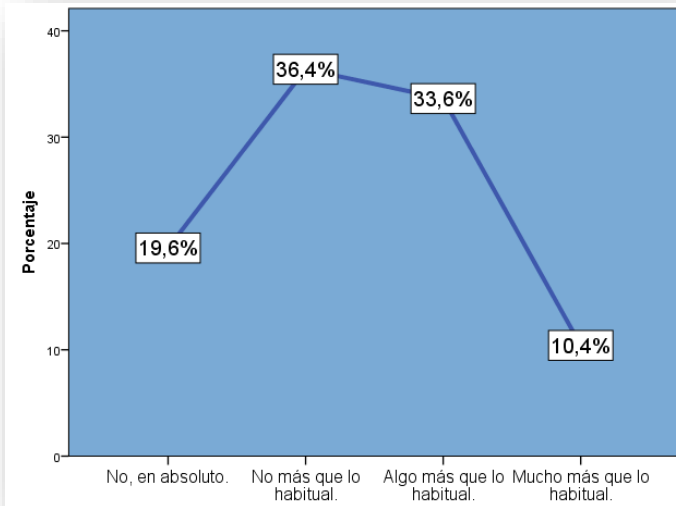


Figura 75: ¿Se ha notado constantemente agobiado y en tensión?

5. ¿Se ha notado constantemente agobiado y en tensión?

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado “No más de lo habitual” se han notado agobiado y en tensión, con un 36,4%.

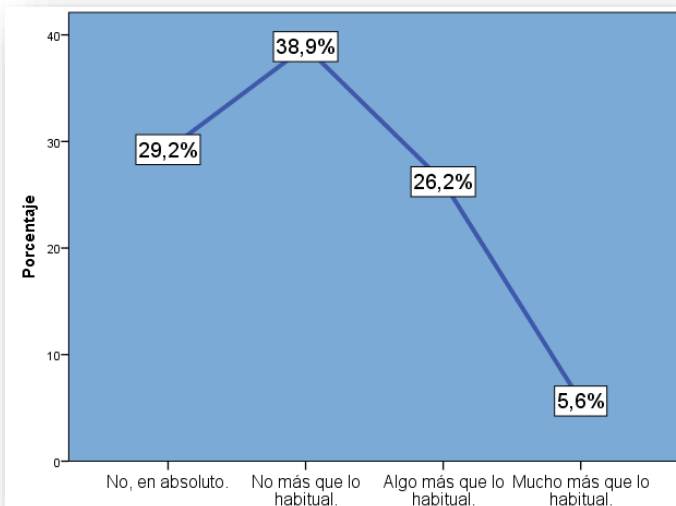


Figura 76: ¿Ha tenido la sensación de que no puede superar sus dificultades?

6. ¿Ha tenido la sensación de que no puede superar sus dificultades?

Observamos que la mayoría del alumnado “No más de lo habitual” han tenido la sensación de que no pueden superar sus dificultades, con un 38,9%.

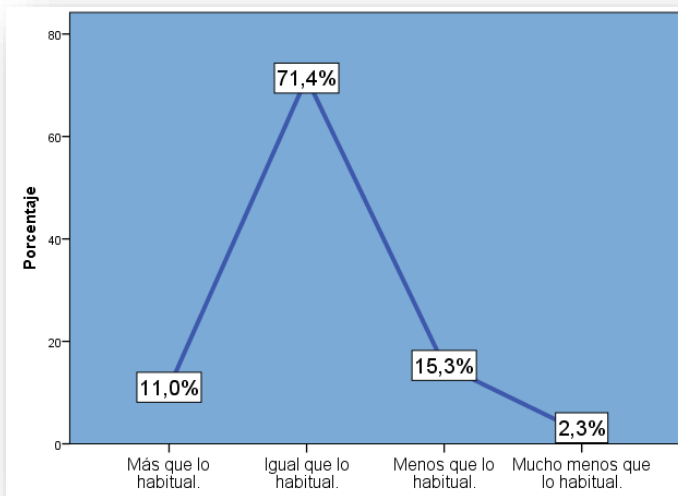


Figura 77: ¿Ha sido capaz de disfrutar de sus actividades normales de cada día?

7. ¿Ha sido capaz de disfrutar de sus actividades normales de cada día?

En la Figura 78 se observa que la mayoría del alumnado cree que han sido capaces “Igual que lo habitual” de disfrutar de sus actividades normales cada día, con un 71,4%.

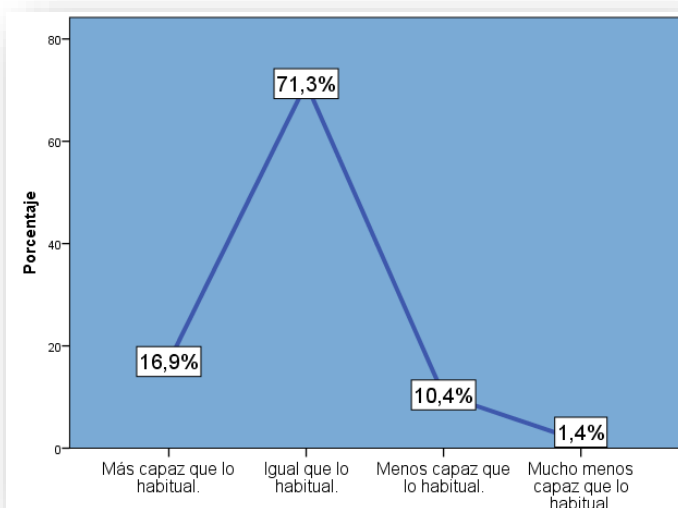


Figura 78: ¿Ha sido capaz de hacer frente adecuadamente a sus problemas?

8. ¿Ha sido capaz de hacer frente adecuadamente a sus problemas?

Observamos que la mayoría del alumnado cree que han sido capaces “Igual que lo habitual” de hacer frente adecuadamente a sus problemas, con un 71,3%.

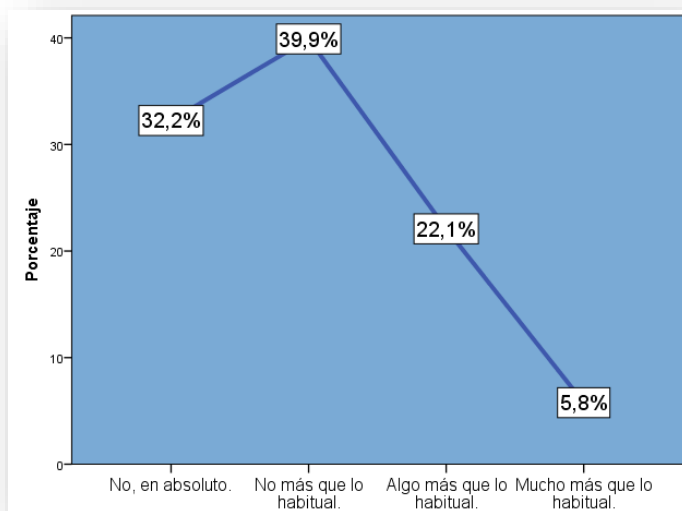


Figura 79: ¿Se ha sentido poco feliz o deprimido?

9. ¿Se ha sentido poco feliz o deprimido?

En esta figura observamos que la mayoría del alumnado cree que “No más de lo habitual” se han sentido poco felices o deprimidos, con un 39,9%. Muy cercano está también que “No, en absoluto” se han sentido así, con un 32,2%.

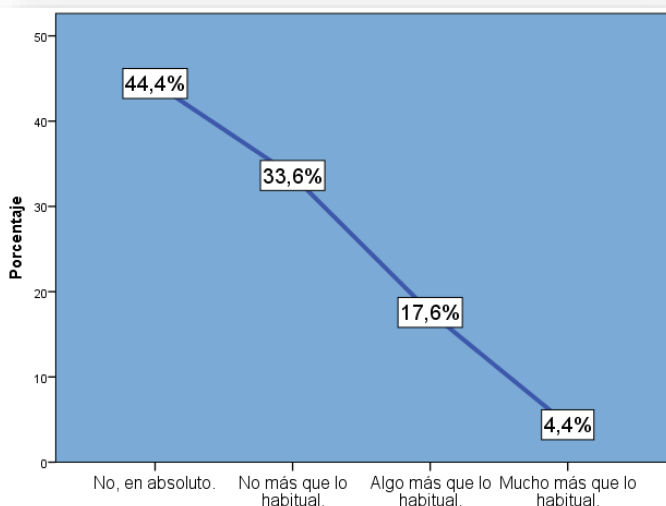


Figura 80: ¿Ha perdido confianza en sí mismo?

10. ¿Ha perdido confianza en sí mismo?

Observamos que la mayoría del alumnado indica que “No, en absoluto” han perdido confianzas en sí mismo, con un 44,4%.

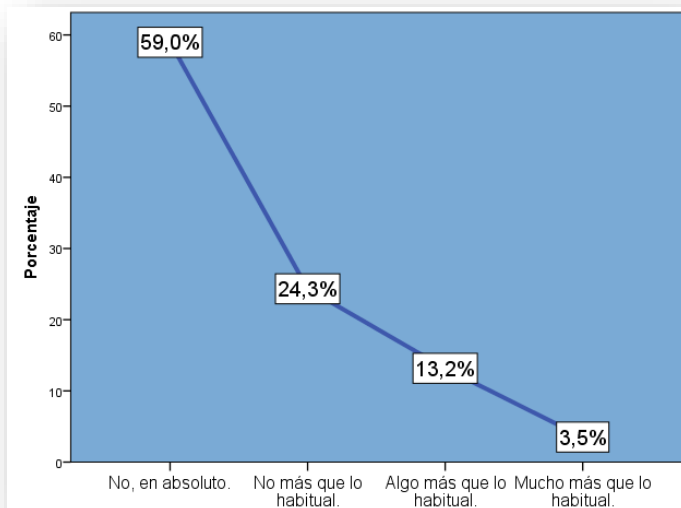


Figura 81: ¿Ha pensado que usted es una persona que no vale la pena nada?

11. ¿Ha pensado que usted es una persona que no vale para nada?

Se observa que la mayoría indican que “No, en absoluto” han pensado que sean personas que no valgan para nada, con un 59,0%.

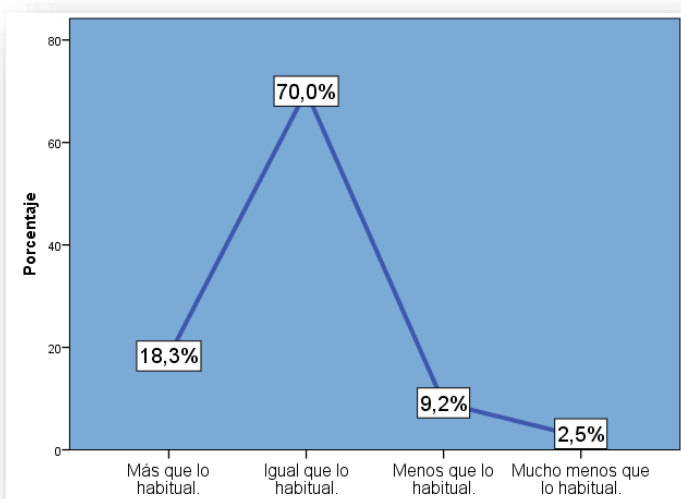


Figura 82: ¿Se siente razonablemente feliz considerando todas las circunstancias?

12. ¿Se siente razonablemente feliz considerando todas las circunstancias?

La mayoría del alumnado reflejan que se sienten razonablemente feliz “Igual que lo habitual” considerando todas las circunstancias, con un 70,0%.

Autores como Lobo y Muñoz (1996) o Padrón et al. (2012) expresan sus puntos de corte, referidos a la medición de GHQ clásico (es decir, con los términos 0 – 0 – 1 – 1), los sujetos que se encuentren entre 0 y 2 se determina como ausencia de psicopatología, mientras que los sujetos que estén entre 3 o más tienen riesgo de mala salud mental. Por ello, Victoria (1999) determina que al utilizar el GHQ con tipo de escala Likert los términos oscilan entre 0 y 36, representando que entre 0 y 9 los sujetos tienen un bajo deterioro de salud mental, mientras que entre 10 y 16 se presentaría un deterioro normal, y entre 17 y 36 un alto deterioro de salud mental.

Con los datos de corte establecidos por Victoria (1999), se ha elaborado una tabla (Tabla 24) en la que se expresa los datos obtenidos según el sexo por el total de la muestra, en referencia a las respuestas realizadas y la suma de todos los ítems de cada uno de ellos, obteniendo:

Tabla 24

Muestra por sexo del GHQ

<i>Sexo</i>	<i>≥ 15</i>	<i>Bajo deterioro</i>	<i>Normal</i>	<i>Alto deterioro</i>
		<i>0 - 9</i>	<i>10 - 16</i>	<i>17 - 36</i>
GHQ Nº	Nº			
Hombre (220)	41	109	84	27
Mujer (577)	190	151	291	135
Total	231	260	375	162
GHQ %	%			
Hombre (220)	18,64%	49,54%	38,18%	12,27%
Mujer (577)	32,93%	26,17%	50,26%	23,40%
Total	28,98%	32,62%	47,05%	20,33%

Los términos en los que se evalúa el constructo de bienestar psicológico, según Victoria (1999), determina que diferentes grupos de sujetos, teniendo en cuenta la puntuación obtenida en el GHQ-12. A un lado aparecen los sujetos con puntuación mayor o igual de 15, mientras que, al otro lado presenta 3 subgrupos de sujetos en los que se

presenta un mejor o peor bienestar psicológico, considerándolos como “bajo deterioro” (entre 0 y 9), “normal” (entre 10 y 16) y “alto deterioro” (entre 17 y 36).

Entre nuestros datos, en la Tabla 24 se pueden resaltar los diferentes resultados obtenidos entre mujeres y hombres, ya que el 32,93% (190) de las mujeres de nuestra investigación (577) tienen niveles iguales o superiores a 15 en este cuestionario, pudiendo reflejar un peor bienestar psicológico. Mientras que en los hombres solo se refleja el 18,64% (41) con niveles iguales o superiores a 15, siendo este porcentaje menor en proporción a la diferencia entre las mujeres y hombres que participan en nuestra investigación.

Destacar también que dos sujetos han obtenido la puntuación máxima posible en el GHQ-12, mientras que otros dos la mínima.

El mayor porcentaje de sujetos que participan en esa investigación (375 – 47,05%) están destacados en el subgrupo determinado como “normal” (entre 10 y 16), indicando así que no tienen ningún problema psicológico que le afecte. También es necesario resaltar el nivel de deterioro en la muestra ya que 162 sujetos, es decir el 20,33% de la muestra puede llegar a tener un problema de salud mental. Y respecto al bajo deterioro, es conveniente resaltar, que un 49,54%, es decir 109 hombres respecto a los 220 presentes en la investigación, tienen este bajo deterioro, determinando que la salud mental de esta muestra es diferente entre hombres y mujeres (Victoria, 1999).

Para un mejor estudio sobre los datos obtenidos en el GHQ – 12, se realiza una tabla (como la presentada en la Tabla 25) clasificatoria en la que se indican los valores obtenidos de cada respuesta, es decir, la suma de sujetos que han contestado cada una de las respuestas estipuladas en el cuestionario.

Tabla 25

Porcentaje respuesta por cada ítem del GHQ

Interrogantes GHQ:	Valor 0	Valor1	Valor 2	Valor 3
1. ¿Ha podido concentrarse bien en lo que hacía?	4,27%	69,64%	23,34%	2,76%

2. ¿Sus preocupaciones le han hecho perder mucho sueño?	18,19%	38,02%	34,00%	9,79%
3. ¿Ha sentido que está desempeñando un papel útil en la vida?	15,93%	67,88%	13,43%	2,76%
4. ¿Se ha sentido capaz de tomar decisiones?	23,34%	67,13%	7,78%	1,76%
5. ¿Se ha notado constantemente agobiado y en tensión?	19,57%	36,39%	33,50%	10,54%
6. ¿Ha tenido la sensación de que no puede superar sus dificultades?	29,23%	38,64%	26,10%	6,02%
7. ¿Ha sido capaz de disfrutar de sus actividades normales de cada día?	11,04%	71,39%	15,31%	2,26%
8. ¿Ha sido capaz de hacer frente adecuadamente a sus problemas?	16,94%	71,27%	10,41%	1,38%
9. ¿Se ha sentido poco feliz o deprimido?	32,25%	39,77%	22,08%	5,90%
10. ¿Ha perdido confianza en sí mismo?	44,42%	33,63%	17,57%	4,39%
11. ¿Ha pensado que usted es una persona que no vale para nada?	58,97%	24,34%	13,04%	3,64%
12. ¿Se siente razonablemente feliz considerando todas las circunstancias?	18,32%	69,64%	9,16%	2,89%

Algunos autores, como Victoria (1999), determinan que la aplicación del cuestionario GHQ – 12 refleja dos factores muy diferenciados según sus ítems, en los que se pueden destacar, por un lado, el Factor 1, el cual se considera como un factor de salud general que tiene que ver con los efectos positivos, con el sentimiento de bienestar general y con su expresión psicofisiológica, teniendo en cuenta el contenido de los ítems 1,2,5,7,9 y 12.

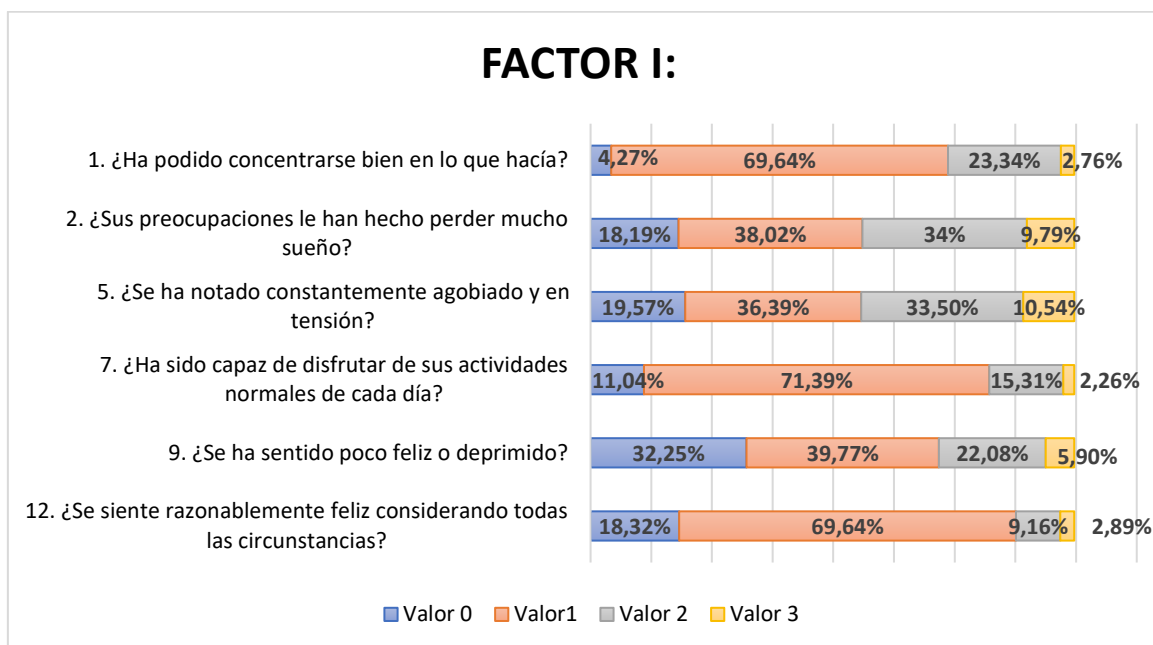


Figura 83: Porcentajes de respuesta según el Factor I del GHQ- 12.

En esta gráfica, los datos obtenidos muestran que el valor 1 es el más indicado por los sujetos, perteneciendo este a la etiqueta “Igual que lo habitual” o “No más que lo habitual”, resultando así una buena representación positiva en cuanto a su salud general y su expresión psicofisiológica, dejando muy atrás las etiquetas de “Mucho menos que lo habitual” o “Mucho más que lo habitual” siendo estos los indicadores de problemas en su salud mental.

Y, por otra parte, el Factor II se puede identificar como un factor de funcionamiento social adecuado, marcando la competencia del individuo en cuanto a la capacidad de enfrentamiento adecuado a las dificultades, su capacidad de tomar decisiones oportunas y autoevaluarse positivamente, teniendo en cuenta los ítems 3,4,6,8,10 y 11 (Victoria, 1999).

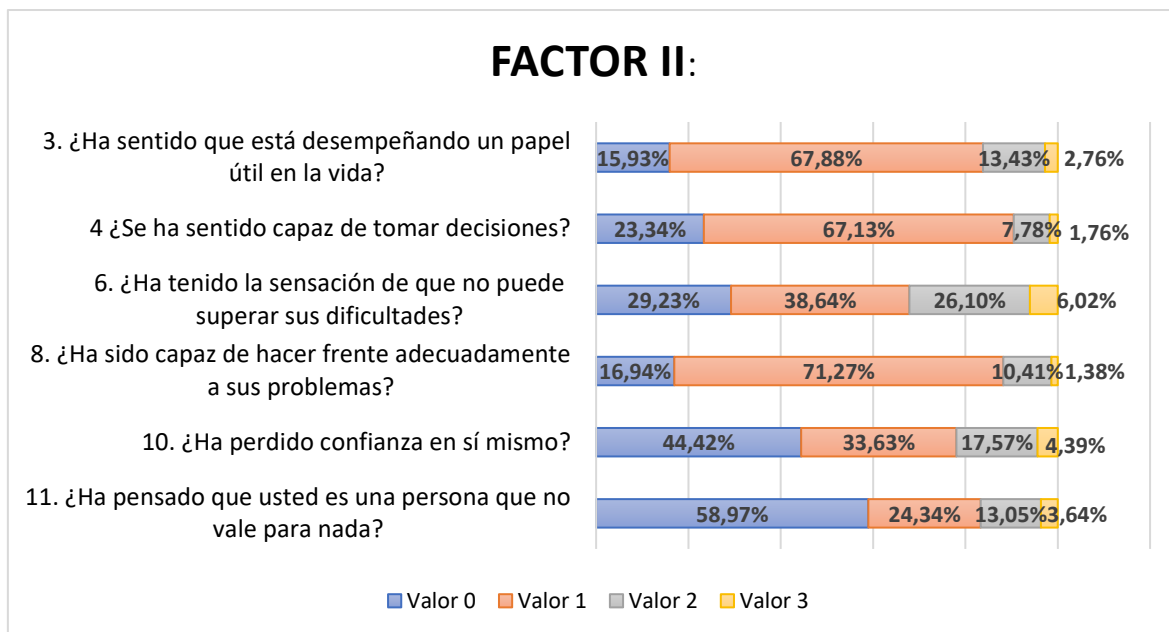


Figura 84: Porcentajes de respuesta según el Factor II del GHQ- 12.

En ella, se puede observar que el valor 1 es el más indicado por los sujetos, perteneciendo este a la etiqueta “Igual que lo habitual” o “No más que lo habitual”, excepto las preguntas 10 y 11, en las cuales resalta más claramente el valor 0, siendo este “No, en absoluto”, e indicando su negación ante estas cuestiones.

Se puede resumir que en la mayoría de los sujetos tienen un funcionamiento social adecuada en su vida, teniendo la capacidad de enfrentarse adecuadamente a las dificultades, su capacidad de tomar decisiones oportunas y autoevaluarse positivamente como siempre o de una forma habitual.

4.1.2. Inferencial

A través del análisis inferencial contrastamos empíricamente las hipótesis de trabajo formuladas.

Para todas las hipótesis se contrasta inicialmente si procede aplicar una prueba paramétrica o no paramétrica. Se aplica una prueba paramétrica cuando las series de datos cumplen los siguientes requisitos:

- a. La variable es cuantitativa continua medida al menos en un nivel de intervalo.

- b. La distribución de la variable en la población es normal. Se contrasta empíricamente a través de la prueba Kolmogorov-Smirnos o Shapiro-Wilk, dependiendo del número de sujetos en la serie de datos.
- c. La distribución de la variable en la población es aleatoria. Se contrasta empíricamente a través de la prueba de Rachas.
- d. Las varianzas entre los diferentes valores de las variables que son o actúan como variables independientes en relación con las variables que son o actúan como variables dependientes son iguales. Se contrasta a través de la prueba de Levene.

Contrastes de hipótesis:

La Tabla 26 muestra las hipótesis y las pruebas paramétricas y no paramétricas necesarias para su contraste empírico.

Tabla 26
Tabla de pruebas

TABLA DE PRUEBAS			
		PARAMÉTRICOS	NO PARAMÉTRICOS
		"Correlación de Pearson"	"Correlación de Sperman"
ANÁLISIS	HIPÓTESIS 1. A medida que aumenta el uso de las redes sociales disminuye el bienestar psicológico.		
	HIPÓTESIS 2. Las personas que tienen información sobre las dificultades de la utilización de las redes sociales tienen un mayor bienestar psicológico que los que no conocen esos problemas.	"Prueba T para muestras independientes"	"Prueba U de Mann Whitney"
	HIPÓTESIS 3. Las personas que estudian y trabajan utilizan más frecuentemente las redes sociales que las que solo estudian.	"Prueba T para muestras independientes"	"Prueba U de Mann Whitney"

ANÁLISIS	HIPÓTESIS 4. Las personas con mayor formación hacen un mayor uso de las redes sociales.	"ANOVA"	"Prueba H de Kruskal-Wallis"
	HIPÓTESIS 5. La frecuencia de uso en las redes sociales viene determinada por la familia y los amigos.	"ANOVA"	"Prueba H de Kruskal-Wallis"
	HIPÓTESIS 6. La población universitaria universitarios con edades comprendidas entre 17 y 20 años utilizan con más frecuencia Instagram.	"ANOVA"	"Prueba H de Kruskal-Wallis"
	HIPÓTESIS 7. La población universitaria mayores de 24 años utilizan con más frecuencia Facebook que los menores de dicha edad.	"ANOVA"	"Prueba H de Kruskal-Wallis"
	HIPÓTESIS 8. Las personas jóvenes que utilizan Facebook tienen un bajo bienestar psicológico.	"ANOVA"	"Prueba H de Kruskal-Wallis"
	HIPÓTESIS 9. Las mujeres utilizan más las redes sociales que los hombres.	"Prueba T para muestras independientes"	"Prueba U de Mann Whitney"
	HIPÓTESIS 10. No existe diferencia en el uso de las redes sociales, entre el alumnado de la Facultad de Educación de Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres en la Universidad de Extremadura y la Facultad de Educación en la Universidad de Salamanca.	"Prueba T para muestras independientes"	"Prueba U de Mann Whitney"
	HIPÓTESIS 11. No existe diferencia entre el bienestar psicológico del alumnado de la Facultad de Educación de Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres en la Universidad de Extremadura y la Facultad de	"Prueba T para muestras independientes"	"Prueba U de Mann Whitney"

HIPÓTESIS 1: A MEDIDA QUE AUMENTA EL USO DE LAS REDES SOCIALES DISMINUYE EL BIENESTAR PSICOLÓGICO.

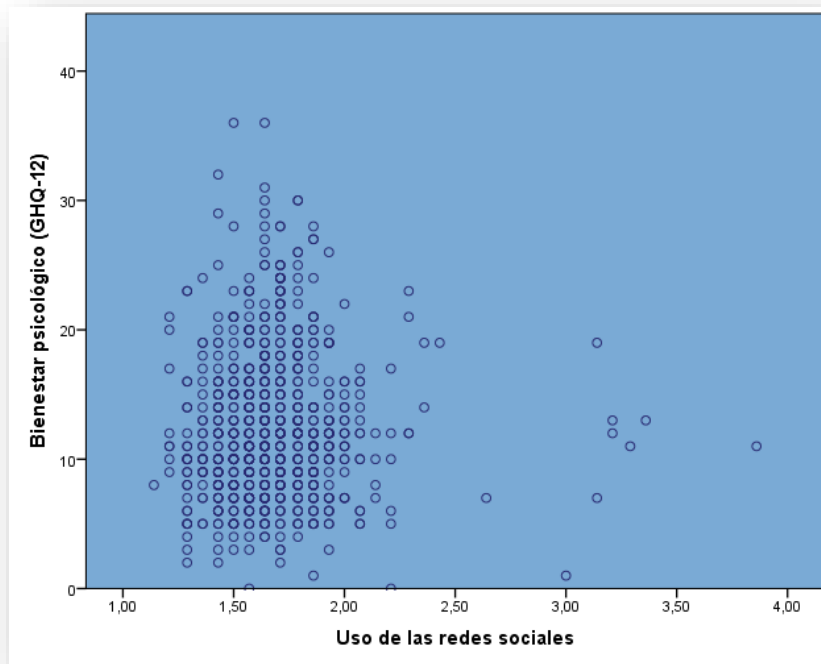


Figura 85: Diagrama de dispersión entre media de uso de redes sociales y datos de GHQ-12.

La Tabla 27 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 27

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 1

	Variable	Kolmogolov - Smirnov	Rachas	Levene
	cuantitativa			
	continua			
Uso de las redes sociales	Si	$p=0,000$		

Bienestar psicológico (GHQ-12)	Si	$p=0,000$
--------------------------------	----	-----------

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Correlación de Spearman”:

Tabla 28

Correlación de hipótesis 1

Correlaciones				
			Uso de redes sociales	Bienestar psicológico (GHQ-12)
Rho de Spearman	Uso de las redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	,064
		Sig. (bilateral)	.	,071
		N	797	797
	Bienestar psicológico (GHQ-12)	Coeficiente de correlación	,064	1,000
		Sig. (bilateral)	,071	.
		N	797	797

Los resultados indican que aceptamos la hipótesis nula ($p>0,05$), no existe relación entre las variables analizadas, rechazamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 2. LAS PERSONAS QUE TIENEN INFORMACIÓN SOBRE LAS DIFICULTADES DE LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES TIENEN UN MAYOR BIENESTAR PSICOLÓGICO QUE LOS QUE NO CONOCEN ESOS PROBLEMAS.

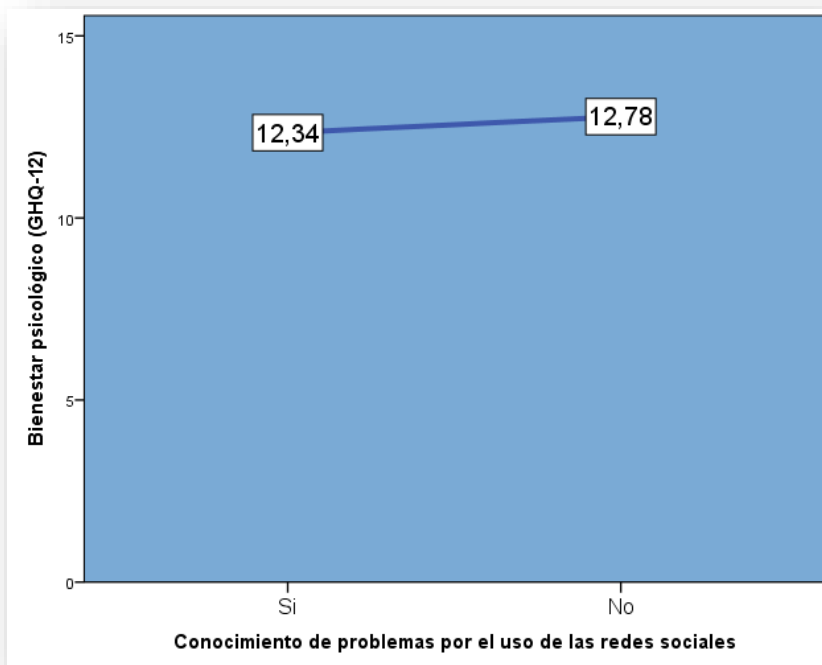


Figura 86: Gráfico sobre el conocimiento de los problemas del uso de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico.

La Tabla 29 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 29

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 2

		Variable cuantitativa continua	Kolmogolov - Smirnov	Rachas	Levene
Conocimiento de problemas por el uso de las redes sociales	Si	Si	$p=0,000$		
	No	Si	$p=0,000$		

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba U de Mann Whitney”.

Tabla 30

Rango de muestra según el conocimiento de los problemas por el uso de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico

Rangos				
	Conocimiento de problemas por el uso de las redes sociales	N	Rango promedio	Suma de rangos
Bienestar psicológico (GHQ-12)	Si	701	397,60	278717,50
	No	96	409,22	39285,50
	Total	797		

Tabla 31

Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 2

Estadísticos de contraste ^a	
	Bienestar psicológico (GHQ-12)
U de Mann-Whitney	32666,500
W de Wilcoxon	278717,500
Z	-,465
Sig. asintót. (bilateral)	,642

a. Variable de agrupación: 4.9. Estás al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales.

Aceptamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las series de datos analizadas, rechazamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 3. LAS PERSONAS QUE ESTUDIAN Y TRABAJAN UTILIZAN MÁS FRECUENTEMENTE LAS REDES SOCIALES QUE LAS SOLO ESTUDIAN.

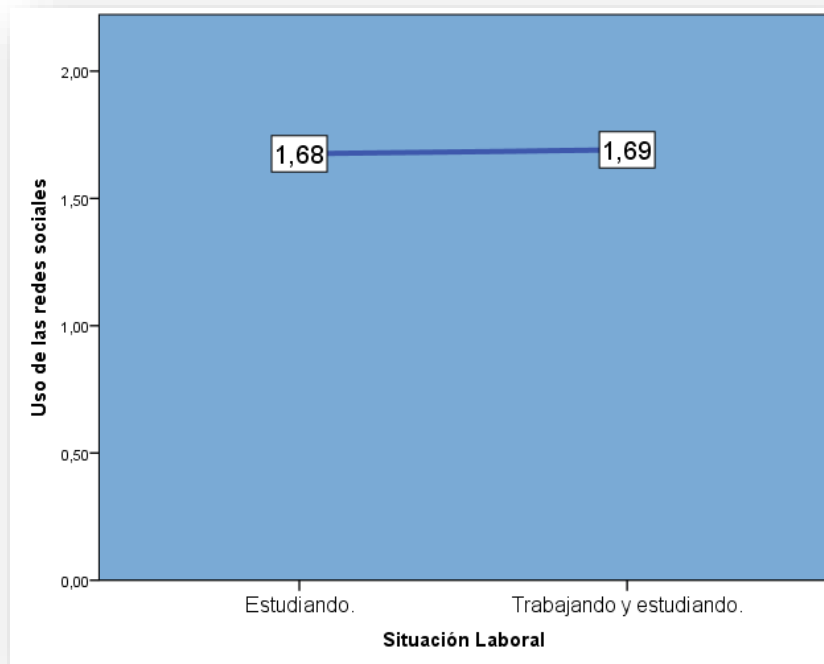


Figura 87: Gráfico uso de las redes sociales según situación laboral.

La Tabla 32 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 32

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 3

	Variable	Kolmogorov	Rachas	Levene
	Cuantitativa	- Smirnov		
	Continua			
Situación	Estudiando	Si	$p=0,000$	
Laboral	Trabajando	Si	$p=0,000$	
	y			
	estudiando			

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba U de Mann Whitney”.

Tabla 33

Rango de muestra por el uso de las redes sociales según su situación laboral

Rangos				
	Situación Laboral	N	Rango promedio	Suma de rangos
Uso de las redes sociales	Estudiando.	715	398,81	285151,00
	Trabajando y estudiando.	82	400,63	32852,00
	Total	797		

Tabla 34

Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 3

Estadísticos de contraste ^a	
Uso de las redes sociales	
U de Mann-Whitney	29181,000
W de Wilcoxon	285151,000
Z	-,068
Sig. asintót. (bilateral)	,946

a. Variable de agrupación: Situación Laboral.

Aceptamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las series de datos analizadas, rechazamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 4. LAS PERSONAS CON MAYOR FORMACIÓN HACEN UN MAYOR USO DE LAS REDES SOCIALES.

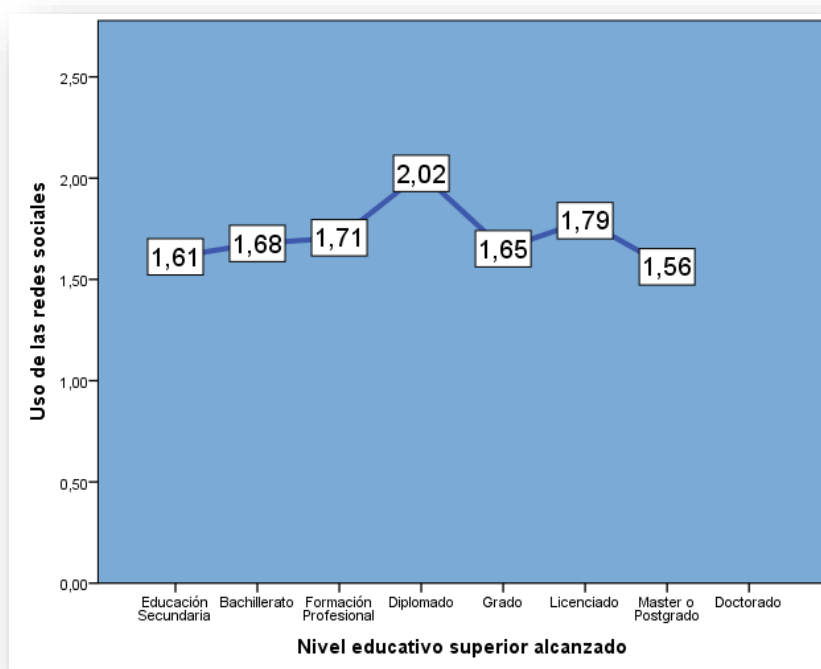


Figura 88: Gráfico nivel educativo alcanzado y media de uso.

La Tabla 35 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 35

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 4

	Variable	Kolmogorov	Rachas	Levene
	Cuantitativa	- Smirnov		
	Continua			
Nivel educativo superior alcanzado	Educación Secundaria	Si	$p=0,147$	
	Bachillerato	Si	$p=0,000$	
	Formación Profesional	Si	$p=0,000$	
	Diplomado	Si	$p=0,000$	
	Grado	Si	$p=0,000$	

Licenciado	Si	$p=0,000$
Máster o Postgrado	Si	$p=0,200$

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba H de Kruskal-Wallis”

Tabla 36

Tabla de rangos hipótesis 4

Rangos			
	Nivel educativo superior alcanzado	N	Rango promedio
Uso de las redes sociales	Educación Secundaria	7	372,93
	Bachillerato	570	398,01
	Formación Profesional	99	427,75
	Diplomado	3	730,00
	Grado	108	379,14
	Licenciado	1	590,00
	Máster o Postgrado	9	272,22
	Total	797	

Tabla 37

Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 4

Estadísticos de contraste ^{a,b}	
Uso de las redes sociales	
Chi-cuadrado	12,211
gl	6
Sig. asintót.	,057

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Nivel educativo superior alcanzado.

Aceptamos la hipótesis nula ($p>0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las series de datos analizadas, rechazamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 5. EL USO DE LAS REDES SOCIALES ESTÁ VINCULADO A LA COMUNICACIÓN CON LA FAMILIA Y LOS AMIGOS.

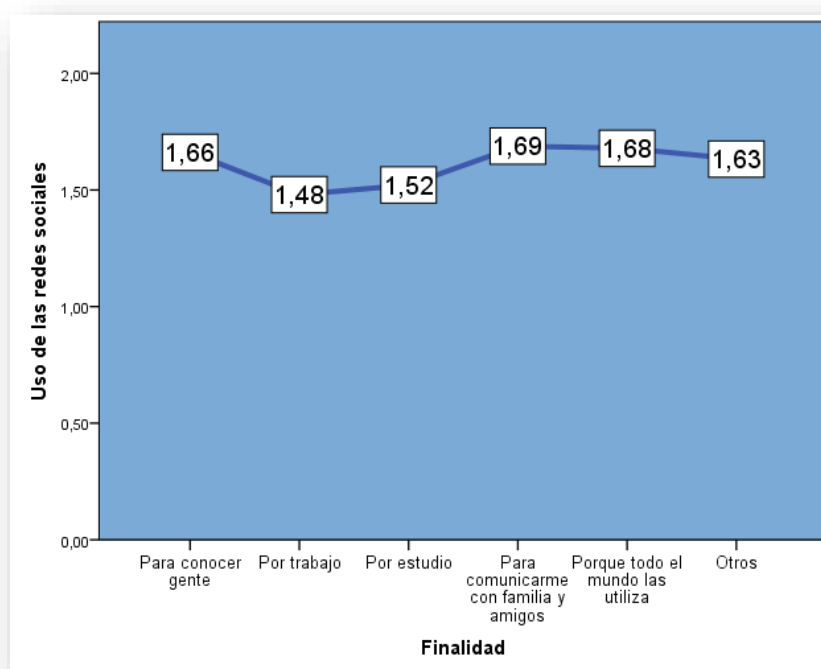


Figura 89: Gráfico media de uso de las redes sociales y para qué se usan.

La Tabla 38 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 38

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 5

	Variable Cuantitativa Continua	Kolmogorov - Smirnov	Rachas	Levene
	Para conocer gente	No	$p=0,019$	
Finalidad	Por trabajo	No	$p=0,000$	
	Por estudio	No	$p=0,200$	
	Para comunicarme			

con familia y amigos	No	$p=0,000$
Para conocer gente	No	$p=0,000$

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, siendo en este caso de la “Prueba H de Kruskal-Wallis”.

Tabla 39

Tabla de rangos hipótesis 5

Rangos			
	Finalidad	N	Rango promedio
Uso de las redes sociales	Para conocer gente.	61	397,27
	Por trabajo.	3	236,33
	Por estudio.	6	308,58
	Para comunicarme con familia y amigos.	592	406,99
	Porque todo el mundo las utiliza.	37	378,22
	Otros.	98	370,16
	Total	797	

Tabla 40

Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 5

Estadísticos de contraste ^{a,b}	
Uso de las redes sociales	
Chi-cuadrado	5,039
Gl	5
Sig. asintót.	,411

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: 3. Para qué usas, más a menudo, las redes sociales...

Aceptamos la hipótesis nula ($p>0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las series de datos analizadas, rechazamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 6. LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA CON EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 17 Y 20 AÑOS UTILIZAN CON MÁS FRECUENCIA INSTAGRAM.

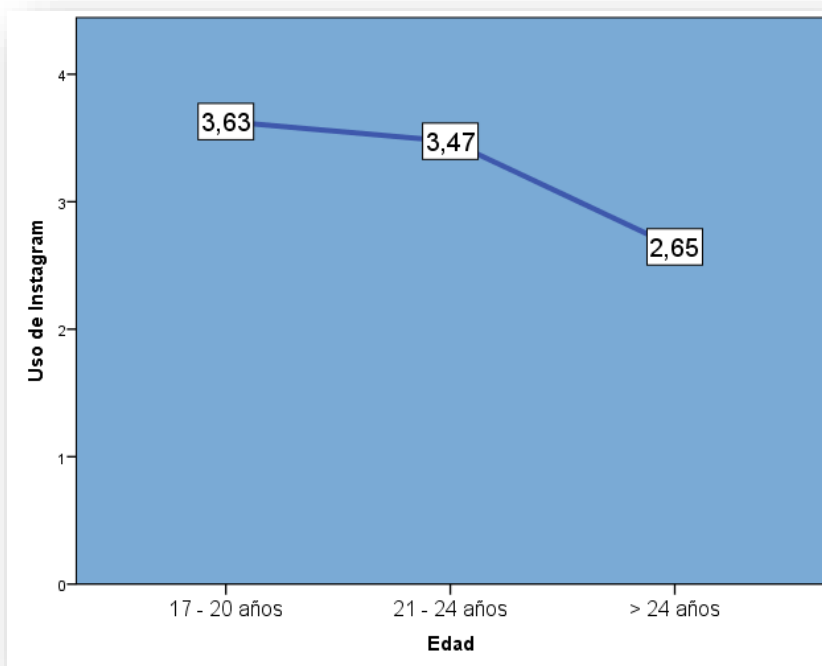


Figura 90: Gráfico media de uso de Instagram según la edad.

La Tabla 41 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 41

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 6

	Variable	Kolmogorov	Rachas	Levene
	Cuantitativa	- Smirnov		
	Continua			
Edad	17 - 20 años	Si	$p=0,000$	
	21 - 24 años	Si	$p=0,000$	
	> 24 años	Si	$p=0,000$	

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba H de Kruskal-Wallis”.

Tabla 42

Tabla de rangos hipótesis 6

Rangos			
	Edad	N	Rango promedio
Uso de Instagram	17 - 20 años	515	419,05
	21 - 24 años	234	387,98
	> 24 años	48	237,55
	Total	797	

Tabla 43

Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 6

Estadísticos de contraste ^{a,b}	
	Uso de Instagram
Chi-cuadrado	43,682
gl	2
Sig. asintót.	,000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Edad.

Los resultados indican que rechazamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), aceptamos la hipótesis de trabajo diferenciándose, el uso de la red social Instagram en las diferentes edades de nuestra investigación.

A continuación, analizaremos a través de la prueba post-hoc, entre qué grupos de edad hay diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 44*Post- hoc de uso de Instagram, por edades*

Comparaciones múltiples						
Variable dependiente: Uso de Instagram						
T3 de Dunnett						
(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
17 - 20 años	21 - 24 años	,155	,068	,070	-,01	,32
	> 24 años	,983*	,183	,000	,53	1,43
21 - 24 años	17 - 20 años	-,155	,068	,070	-,32	,01
	> 24 años	,829*	,189	,000	,36	1,29
> 24 años	17 - 20 años	-,983*	,183	,000	-1,43	-,53
	21 - 24 años	-,829*	,189	,000	-1,29	-,36

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En la Tabla 44 se puede observar, que existe una diferencia significativa en el uso de Instagram en los distintos grupos de edad. Mas concretamente, el grupo de sujetos con edades comprendidas entre 17 y 20 años, tiene una diferencia significativa frente al grupo mayor de 24 años. Así mismo, también se observa que hay una diferencia entre los mayores de 24 años y los sujetos comprendidos entre 21 y 24 años.

HIPÓTESIS 7. LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA MAYORES DE 24 AÑOS UTILIZAN CON MÁS FRECUENCIA FACEBOOK QUE LOS MENORES DE DICHA EDAD.

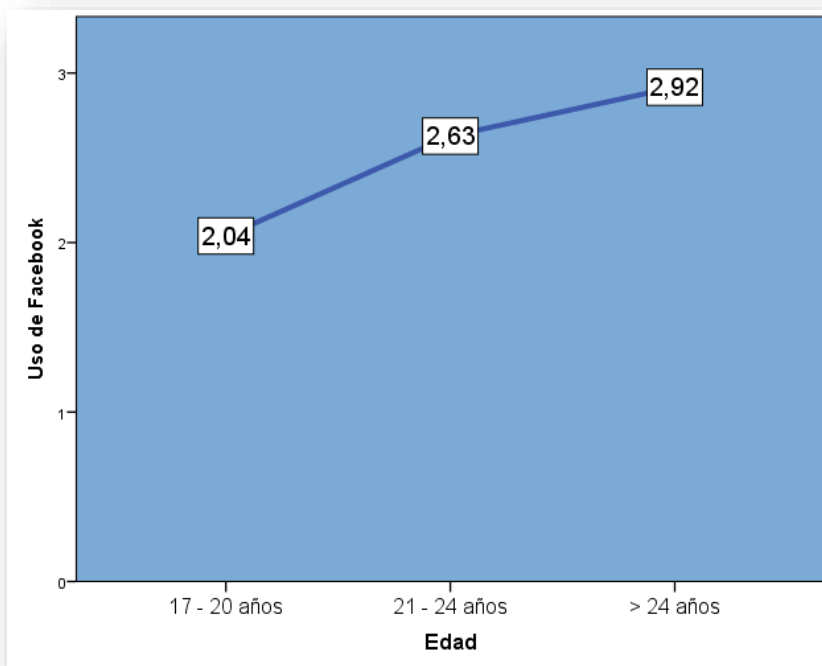


Figura 91: Gráfico media de uso de Facebook según la edad.

La Tabla 45 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 45

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 7

	Variable Cuantitativa Continua	Kolmogorov - Smirnov	Rachas	Levene
Edad	17 - 20 años	Si	$p=0,000$	
	21 - 24 años	Si	$p=0,000$	
	> 24 años	Si	$p=0,000$	

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba H de Kruskal-Wallis”.

Tabla 46

Tabla de rangos hipótesis 7

Rangos			
	Edad	N	Rango promedio
Uso de Facebook	17 - 20 años	515	351,40
	21 - 24 años	234	475,69
	> 24 años	48	535,84
	Total	797	

Tabla 47

Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 7

Estadísticos de contraste ^{a,b}	
	Uso de Facebook
Chi-cuadrado	69,971
Gl	2
Sig. asintót.	,000

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Edad.

Los resultados indican que rechazamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), aceptamos la hipótesis de trabajo diferenciándose, el uso de la red social Facebook en las diferentes edades de nuestra investigación.

A continuación, analizaremos a través de la prueba post-hoc, entre qué grupos de edad hay diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 48*Post-hoc de uso de Facebook, por edades*

Comparaciones múltiples						
Variable dependiente: Uso de Facebook						
T3 de Dunnett						
(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
17 - 20 años	21 - 24 años	-,589*	,081	,000	-,78	-,40
	> 24 años	-,878*	,140	,000	-1,22	-,53
21 - 24 años	17 - 20 años	,589*	,081	,000	,40	,78
	> 24 años	-,288	,149	,158	-,65	,07
> 24 años	17 - 20 años	,878*	,140	,000	,53	1,22
	21 - 24 años	,288	,149	,158	-,07	,65

* La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En la Tabla 48 se puede observar, que existe una diferencia significativa en el uso de Facebook en todos los grupos de edad, excepto entre los sujetos de 21 a 24 años y los mayores de 24 años.

HIPÓTESIS 8. LAS PERSONAS JÓVENES QUE UTILIZAN FACEBOOK TIENEN UN BAJO BIENESTAR PSICOLÓGICO.

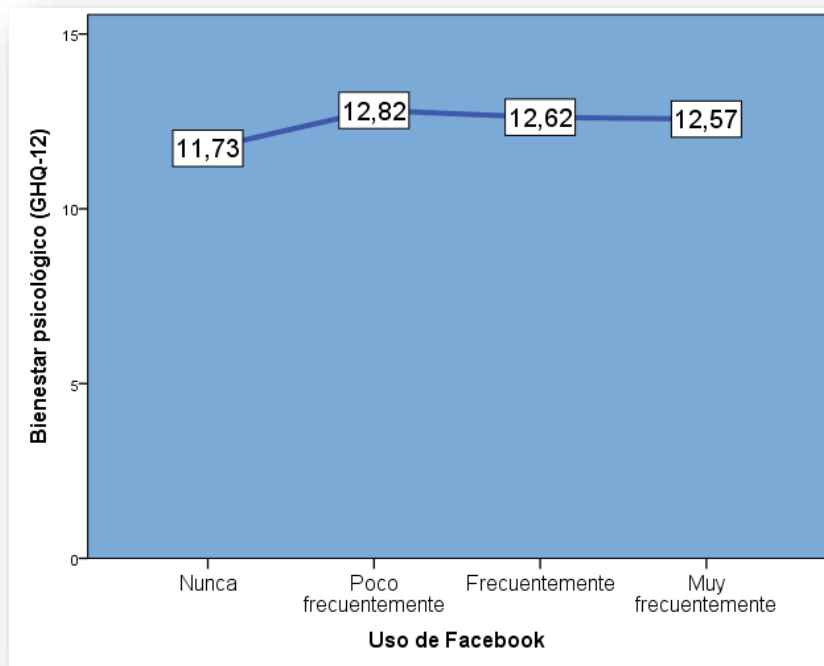


Figura 92: Gráfico media de GHQ-12 frente a la media de uso de Facebook.

La Tabla 49 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 49

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 8

	Variable Cuantitativa Continua	Kolmogorov - Smirnov	Rachas	Levene
Uso de Facebook	Nunca	Si	$p=0,000$	
	Poco frecuentemente	Si	$p=0,000$	
	Frecuentemente	Si	$p=0,000$	
	Muy frecuentemente	Si	$p=0,000$	

Muy frecuentemente	Si	$p=0,000$
-----------------------	----	-----------

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba H de Kruskal-Wallis”.

Tabla 50

Tabla de rangos hipótesis 8

Rangos			
	Uso de Facebook	N	Rango promedio
Bienestar psicológico (GHQ-12)	Nunca	243	366,35
	Poco frecuentemente	222	415,89
	Frecuentemente	210	406,87
	Muy frecuentemente	122	419,75
	Total	797	

Tabla 51

Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 8

Estadísticos de contraste ^{a,b}	
	Bienestar psicológico (GHQ-12)
Chi- cuadrado	7,351
gl	3
Sig. asintót.	,062

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: [Facebook]

Aceptamos la hipótesis nula ($p>0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de las series de datos analizadas, rechazamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 9. LAS MUJERES UTILIZAN MÁS LAS REDES SOCIALES QUE LOS HOMBRES.

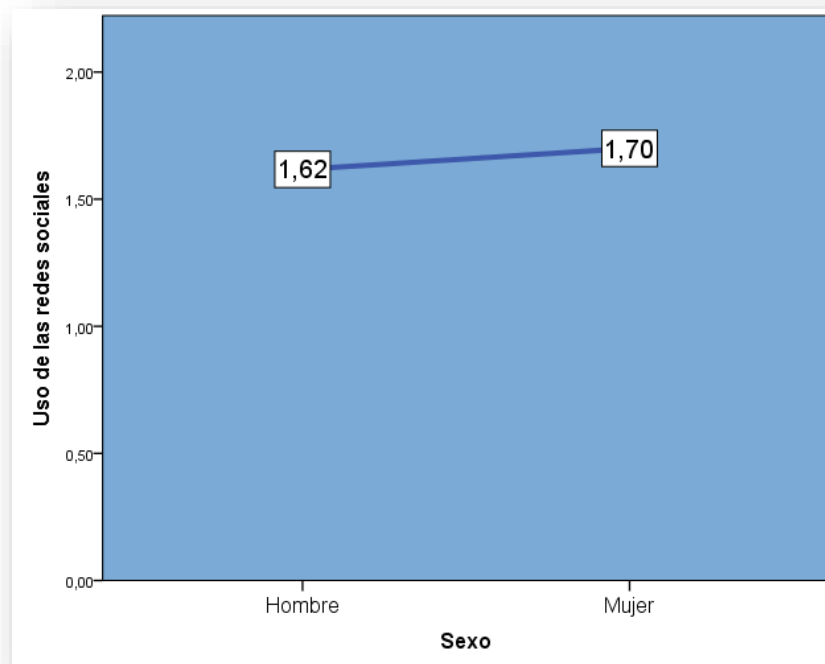


Figura 93: Gráfico media de uso de las redes sociales según el sexo.

La Tabla 52 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 52

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 9

	Variable cuantitativa continua	Kolmogorov - Smirnov	Rachas	Levene
Sexo	Hombre	Si	$p=0,000$	
	Mujer	Si	$p=0,000$	

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba U de Mann Whitney”.

Tabla 53*Tabla de rangos hipótesis 9*

Rangos				
	Sexo	N	Rango promedio	Suma de rangos
Uso de las redes sociales	Hombre	220	326,04	71729,50
	Mujer	577	426,82	246273,50
	Total	797		

Tabla 54*Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 9*

Estadísticos de contraste ^a	
Uso de las redes sociales	
U de Mann-Whitney	47419,500
W de Wilcoxon	71729,500
Z	-5,557
Sig. asintót. (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Sexo.

Los resultados indican que rechazamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), aceptamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 10: NO EXISTE DIFERENCIA EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES, PARA EL ALUMNADO DE LAS FACULTADES DE EDUCACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES DE EXTREMADURA Y DE SALAMANCA.

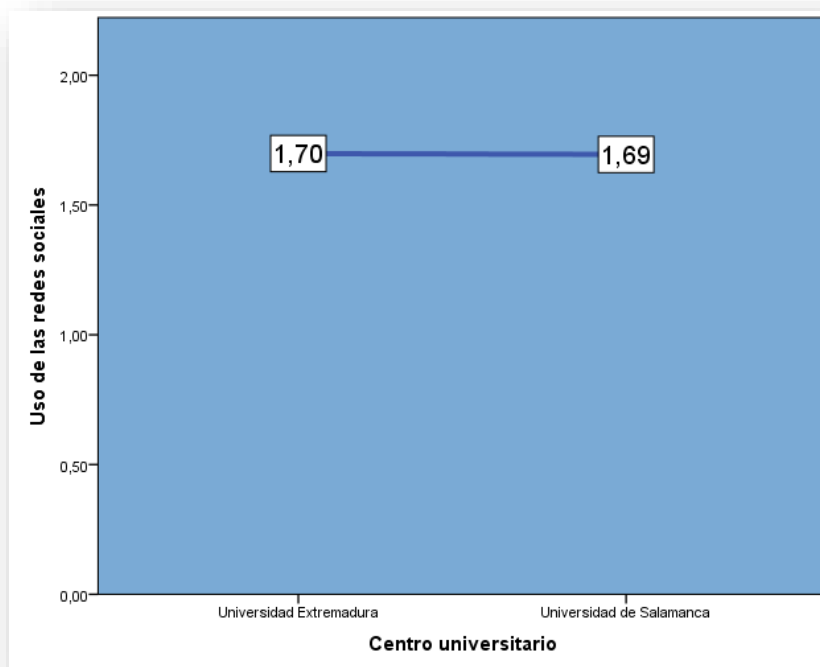


Figura 94: Gráfico media de uso de las redes sociales en las Facultades de Educación de las Universidades de Extremadura y de Salamanca.

La Tabla 55 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 55

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 10

		Variable	Kolmogorov	Rachas	Levene
		Cuantitativa	- Smirnov		
		Continua			
Centro universitario	Universidad de Extremadura	Si	$p=0,000$		
	Universidad de Salamanca	Si	$p=0,000$		

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba U de Mann Whitney”.

Tabla 56

Tabla de rangos hipótesis 10

Rangos				
	Centro universitario	N	Rango promedio	Suma de rangos
Uso de las redes sociales	Universidad de Extremadura Educación	217	230,41	49999,50
	Facultad de Educación de Salamanca	238	225,80	53740,50
	Total	455		

Tabla 57

Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 10

Estadísticos de contraste ^a	
	Uso de las redes sociales
U de Mann-Whitney	25299,500
W de Wilcoxon	53740,500
Z	-,376
Sig. asintót. (bilateral)	,707

a. Variable de agrupación: En qué centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca está cursando sus estudios actualmente.

Los resultados indican que aceptamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las dos universidades en relación con el uso de las redes sociales, aceptamos la hipótesis de trabajo.

HIPÓTESIS 11: NO EXISTE DIFERENCIA ENTRE EL BIENESTAR PSICOLÓGICO DEL ALUMNADO DE LAS FACULTADES DE EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA Y LOS DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA.

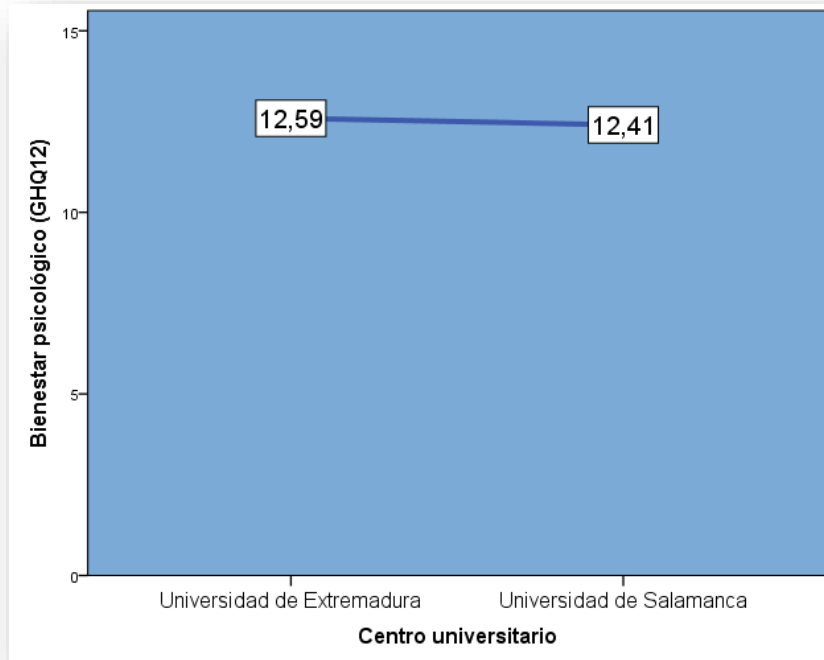


Figura 95: Gráfico media de GHQ- 12 en los sujetos de las Facultades de Educación de las Universidades de Extremadura y de Salamanca.

La Tabla 58 muestra los resultados obtenidos en cada variable y si las pruebas a aplicar son paramétricas o no paramétricas.

Tabla 58

Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 11

	Variable	Kolmogolov	Rachas	Levene
	Cuantitativa	- Smirnov		
	Continua			
Universidad	Universidad de Extremadura	Si	$p=0,000$	
	Universidad de Salamanca	Si	$p=0,000$	

Los datos anteriores nos indican la utilización de una prueba no paramétrica, en este caso la “Prueba U de Mann Whitney”.

Tabla 59

Tabla de rangos hipótesis 11

Rangos				
	Centro universitario	N	Rango promedio	Suma de rangos
Bienestar psicológico (GHQ-12)	Universidad de Extremadura Educación	217	229,00	49693,00
	Facultad de Educación de Salamanca	238	227,09	54047,00
	Total	455		

Tabla 60

Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 11

Estadísticos de contraste ^a	
	Bienestar psicológico (GHQ-12)
U de Mann-Whitney	25606,000
W de Wilcoxon	54047,000
Z	-,155
Sig. asintót. (bilateral)	,877

a. Variable de agrupación: En qué centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca está cursando sus estudios actualmente.

Los resultados indican que aceptamos la hipótesis nula ($p > 0,05$), no hay diferencias estadísticamente significativas entre las dos universidades en relación con el bienestar psicológico, aceptamos la hipótesis de trabajo.

La Tabla 61 muestra un resumen de los resultados obtenidos al contrastar empíricamente las hipótesis de trabajo.

Tabla 61*Resumen de resultados*

HIPÓTESIS	GRADO DE SIGNIFICACIÓN	RESULTADO	HIPÓTESIS DE TRABAJO
H1. A medida que aumenta el uso de las redes sociales disminuye el bienestar psicológico.	$p=0,071$	No hay relación entre las variables, uso de las redes sociales y bienestar psicológico.	RECHAZADA
H.2. Las personas que tienen información sobre las dificultades de la utilización de las redes sociales tienen un mayor bienestar psicológico que los que no conocen esos problemas.	$p=0,642$	No hay relación entre las variables, conocimiento de los problemas que conlleva el uso excesivo de las redes sociales y el bienestar psicológico.	RECHAZADA
H.3. Las personas que estudian y trabajan utilizan más frecuentemente las redes sociales que las que solo estudian.	$p=0,946$	No hay diferencias significativas en el uso de las redes sociales entre las personas que estudian y trabajan, y las personas que solo estudian.	RECHAZADA
H.4. Las personas con mayor formación hacen un mayor uso de las redes sociales.	$p=0,057$	No hay diferencias significativas en el uso de las redes sociales según la edad.	RECHAZADA
H.5. El uso de las redes sociales está vinculado a la comunicación con la familia y los amigos.	$p=0,411$	No hay diferencias significativas que el uso de las redes sociales esté vinculado con la comunicación con la familia y amigos.	RECHAZADA

<p>H.6. La población universitaria con edades comprendidas entre 17 y 20 años utiliza con más frecuencia Instagram frente a las otras redes sociales.</p>	<p>$p=0,000$</p>	<p>Existe una diferencia estadística sobre el uso de la red social Instagram entre los diferentes grupos de edades.</p> <p>Concretamente entre los sujetos de 17 a 20 años, frente a los mayores de 24. Y también, entre los mayores de 24 y los de 21 a 24 años.</p>	<p>ACEPTADA</p>
<p>H.7. La población universitaria mayores de 24 años utilizan con más frecuencia Facebook que los menores de dicha edad.</p>	<p>$p=0,000$</p>	<p>Existe una diferencia estadística sobre el uso de la red social Facebook entre los diferentes grupos de edades.</p> <p>Excepto entre los sujetos de 21 a 24 años y los mayores de 24 años.</p>	<p>ACEPTADA</p>
<p>H.8. Las personas jóvenes que utilizan Facebook tienen un bajo bienestar psicológico.</p>	<p>$p=0,062$</p>	<p>No hay diferencias significativas entre el uso de la red social Facebook y el bienestar psicológico.</p>	<p>RECHAZADA</p>
<p>H.9. Las mujeres utilizan más las redes sociales que los hombres.</p>	<p>$p=0,000$</p>	<p>No hay diferencias significativas en el uso de las redes sociales según el sexo.</p>	<p>ACEPTADA</p>

<p>H.10. No existe diferencia entre el uso de las redes sociales entre el alumnado de la Facultad de Educación en Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado en Cáceres de la Universidad de Extremadura, y los de la Facultad de Educación de Salamanca.</p>	<p>$p=0,707$</p>	<p>No hay diferencias significativas en el uso de las redes sociales entre las Facultades de Educación de la Universidad de Extremadura y la Universidad de Salamanca.</p>	<p>ACEPTADA</p>
<p>H.11. No existe diferencia entre la influencia de uso de las redes sociales en el bienestar psicológico del alumnado de la Facultad de Educación en Badajoz y la Facultad de Formación del Profesorado en Cáceres, de la Universidad de Extremadura, y los de la Facultad de Educación de Salamanca.</p>	<p>$p=0,877$</p>	<p>No hay diferencias significativas en el uso de las redes sociales entre las Facultades de Educación de la Universidad de Extremadura y la Universidad de Salamanca.</p>	<p>ACEPTADA</p>

4.2. Cualitativo

La investigación cualitativa se trabaja en varios sectores, tales como la psicología, la pedagogía, el derecho, la sociología y la antropología, entre otros. Con ella se pretende encontrar respuesta de los sujetos sobre sus experiencias vividas, situaciones cotidianas, mediante la comprensión de las diferentes perspectivas de los sujetos (Elliot et al.,1999).

Autores como Flick (2004) determinan que esta metodología cualitativa persigue “diseñar métodos tan abiertos que haga justicia a la complejidad del objeto en estudio”.

Según Miles y Huberman (1994), las actuaciones que se deben realizar para trabajar la metodología cualitativa deben centrarse en la reducción de datos, su

exposición definida y organizada, la extracción de las conclusiones y su verificación. Y entienden el tratamiento de los datos de una manera pragmática, y con una finalidad concreta de asegurar una alta calidad, datos accesibles, documentación de lo averiguado, retención de los datos y análisis asociados a las conclusiones del estudio.

Tras el conocimiento de las operaciones básicas para el análisis de contenidos, se puede realizar una exposición general y flexible de las diferentes etapas a seguir para el análisis cualitativo (Lacey y Luff, 2001).

1. *Transcripción*: La mayoría de estudios cualitativos necesitan de una transcripción de los datos para posteriormente analizarlos adecuadamente. Los datos pueden ser entrevistas grabadas, grupos focales o grabaciones de videos.

2. *Organizando los datos*: Posterior a la transcripción, hay que organizar los datos en secciones accesibles.

3. *Familiarización*: Este proceso ya es trabajado en las etapas anteriores, ya que se trata de ver y escuchar la grabación del material recopilado en el *focus group*. Esta es una etapa esencial, y muy importante en el caso de que participen varios investigadores y tengan que poner en común diferentes informaciones.

4. *Codificación*: Posterior a la familiarización de los datos, tenemos que realizar la codificación inicial. Es necesario una revisión de los datos ya que algunos datos no detectados inicialmente pueden generar categorías nuevas, realizando así una nueva selección de categorías para la investigación. La categorización se considera como una herramienta importante en el análisis cualitativo "...hace posible clasificar conceptualmente las unidades que son cubiertas por un mismo tópico" (Rodríguez, Gil y García, 1996: 208). Autores como Díaz (2009) la considera como "...un proceso que implica desarrollar algunas acciones en momentos clave, las cuales van, paulatinamente, construyendo un camino analítico e interpretativo y en cuyo marco se encuentran o imbrican algunos procesos básicos del pensamiento".

5. *Temas*: Por último, se identifica el concepto o tema, y finalmente recodificar para generar categorías mejor definidas. Lo normal es que existan una gran cantidad de datos para analizar y ello generen múltiples categorías que deben ser definidas y concretadas, para un buen entendimiento.

Para llevar a cabo el proceso de análisis de contenidos de esta investigación y generar así la categorización, se ha utilizado un programa denominado Nvivo 11.

Por todo ello, se presenta a continuación una tabla con las respectivas subcategorías que han surgido a través de un análisis del contenido de los diferentes *focus group* y reflejando su frecuencia con la que aparecen en cada uno de ellos. Se puede afirmar que nos encontramos ante un análisis de carácter deductivo a la par que inductivo, pues a pesar de establecer una categorización general a priori, por medio de los objetivos de la investigación, también nos interesaba conocer si a posteriori surgían categorías o elementos diferentes que pudieran reorientar la investigación.

Tabla 62

Categorías y Subcategorías de los focus group

CAT.	SUB.	DESCRIPCIÓN	USAL		UEX		TOTAL SUB.		TOTAL CAT.	
			N	%	N.	%	N.	%	N.	%
<i>Finalidad de las redes sociales</i>	Proyección de imagen positiva	En las redes sociales solo se incluye o expone lo que las personas quieren, no exponiendo cosas negativas.	6	40%	1	2,78%	7	13,73%	51	18,68%
	Comunicación	El uso más marcado de las redes sociales es el de la comunicación con cualquier sujeto (familia, amigos, etc, ...)	3	20,00%	11	30,56%	14	27,45%		
	Transmitir conocimientos	Utilizan las redes para la transmisión de sus conocimientos y opiniones sobre temas concretos.	1	6,67%	1	2,78%	2	3,92%		
	Conocer gente nueva	Con las redes sociales se puede conocer a gente nueva, y poder hacer nuevos amigos.	0	0%	1	2,78%	1	1,96%		
	Información	Se puede conocer información que en otros medios no transmiten.	3	20,00%	2	5,56%	5	9,80%		
	Aburrimiento	Usan las redes sociales por el mero hecho de estar aburridos.	1	6,67%	0	0%	1	1,96%		
	Averiguar datos de los demás	Con ellas se puede conocer datos de los demás que nos resulten interesantes o queramos descubrir.	1	6,67%	2	5,56%	3	5,88%		
	Coste económico	Antiguamente se comunicaban por un medio, en el cual le requería de dinero para poder mandar un mensaje, y actualmente lo realizan de forma gratuita.	0	0%	1	2,78%	1	1,96%		

Finalidad de las redes sociales	Recuperar amistades	Con las redes sociales se puede localizar a gente que hace mucho tiempo que no vemos y queremos volver a tener contacto con ellos.	0	0%	3	8,33%	3	5,88%
	Variedad según red social	Se indica un uso pertinente a cada red social según ha sido creada para ella.	0	0%	1	2,78%	1	1,96%
	Tutoriales o Influencer	Las redes sociales son usadas para informarse o conocer nuevos métodos o formas de acción sobre un trabajo o simplemente para seguir a personas que nos informan de la actualidad.	0	0%	3	8,33%	3	5,88%
	Música	Las redes son usadas para conocer y actualizar la música que se escucha en el momento.	0	0%	2	5,56%	2	3,92%
	Videos	Es usada para ver videos sobre nuevas informaciones o trabajos.	0	0%	1	2,78%	1	1,96%
	Necesidad auto creada	Se ha creado una necesidad sobre las redes sociales, que hace que pensemos que son necesarias para nuestra vida cotidiana.	0	0%	1	2,78%	1	1,96%
	Juegos	Redes sociales usadas como medios de juegos y conocimientos sobre la interacción en ellos.	0	0%	2	5,56%	2	3,92%
	Edad	En ella expresan la utilización de las redes sociales según la edad, es decir que las utilizan con fines diferentes.	0	0%	2	5,56%	2	3,92%

	Felicidad sin su uso	El uso de dichas redes, hace que sin ellas una persona se encuentre feliz y se centre más en su vida, que en lo que está pasando en las redes.	2	20,00%	0	0%	2	8,70%		
TOTAL				100%		100%		100%		
Problemas del mal uso de las redes sociales	Transmisión sin consentimiento	El hacer un mal uso de las redes sociales puede conllevar la publicación de información o fotografías sin el consentimiento de la persona que sale en dicha documentación.	1	20,00%	0	0%	1	7,14%	14	5,13%
	Ciber acoso	Un problema derivado del mal uso de las redes sociales, es decir un uso sin control, es tener un ciber acoso, donde una persona es acosada a través de mensajes o imágenes desagradables hacia ella en las redes sociales.	1	20,00%	1	11,11%	2	14,29%		
	Adicciones	El usar constantemente las redes hace que lleguen a tener una adicción, tan fuerte que puede ser tratada como cualquier trastorno presente en el DSM-V.	2	40,00%	0	0%	2	14,29%		
	Abandono de la persona	El centrarse constantemente en que pasará en las redes sociales hace que se olviden de lo que son, de su propia persona y se descuiden de su ser.	1	20,00%	0	0%	1	7,14%		

Problemas del mal uso de las redes sociales	“False”	“False” es un término utilizado para describir a las personas que se crean un perfil falso, para hacer daño o molestar a otras personas.	0	0%	2	22,22%	2	14,29%
	Miedo a la aceptación	El utilizar las redes sociales de una forma incorrecta es porque la gente las utiliza por tener miedo a enfrentarse a la sociedad, al no ser aceptado. De esta forma, cuando lo hacen a través de este medio creen que no les hace tanto daño el rechazo.	0	0%	2	22,22%	2	14,29%
	Robo de identidad	El uso de las redes sociales hace que tengamos que poner toda nuestra información al servicio de todo el mundo eso puede tener sus consecuencias, como es el robo de identidad, pudiendo manejarla información a su antojo.	0	0%	1	11,11%	1	7,14%
	Fallo en la comunicación	Esta subcategoría quiere hacer referencia a que no es lo mismo comunicarse cara a cara que por medio de una red social, ya que se pueden confundir las expresiones, por no poder transmitir emociones o sentimientos a través de ellas.	0	0%	1	11,11%	1	7,14%

	Exposición y descontrol de los datos	En la inscripción de las redes se obliga a exponer todos nuestros datos en dichas redes, por lo que no podemos controlar hasta qué punto son manejadas por sus dueños.	0	0%	1	11,11%	1	7,14%		
	Control parental	En los jóvenes menores de edad es importante tener en cuenta el control parental del uso de dichas redes, para comenzar a tener un control ya que, hoy en día, pueden acceder a cualquier cosa a través de internet y de las redes sociales.	0	0%	1	11,11%	1	7,14%		
TOTAL				100%		100%		100%		
Redes sociales	Facebook		4	14,81%	3	11,54%	7	13,21%	53	19,41%
	WhatsApp		6	22,22%	4	15,38%	10	18,87%		
	Linkedin		1	3,70%	2	7,69%	3	5,66%		
	Instagram		2	7,41%	5	19,23%	7	13,21%		
	Twitter		2	7,41%	2	7,69%	4	7,55%		
	Telegram		1	3,70%	0	0%	1	1,89%		
	Snapchat		1	3,70%	0	0%	1	1,89%		
	Tumbrl		1	3,70%	0	0%	1	1,89%		
	Myspace		1	3,70%	0	0%	1	1,89%		
	Tinder		1	3,70%	0	0%	1	1,89%		
	Tiktok o Musicaly		2	7,41%	0	0%	2	3,77%		
	Youtube		1	3,70%	4	15,38%	5	9,43%		
	Pinterest		1	3,70%	0	0%	1	1,89%		
Fotolog		1	3,70%	0	0%	1	1,89%			

	After Effects		0	0%	1	3,85%	1	1,89%		
	Premiere piso		0	0%	1	3,85%	1	1,89%		
	Gmail		0	0%	1	3,85%	1	1,89%		
	Behance		0	0%	2	7,69%	2	3,77%		
	Vimeo		0	0%	1	3,85%	1	1,89%		
	Tuenti		2	7,41%	0	0%	2	3,77%		
TOTAL				100%		100%		100%		
Uso adecuado de las redes sociales	Conscientes	Para poder tener un buen uso de las redes y control de nuestra información es importante hacer un uso consciente de ellas, teniendo en cuenta todos los problemas que pueden surgir con su uso.	2	16,67%	0	0%	2	12,50%	16	5,86%
	Conocerlas y manejarlas correctamente	De la misma forma que se debe hacer un uso consciente de dichas redes, se necesita conocerlas adecuadamente y manejarlas de acuerdo a sus funciones principales.	3	25%	1	25,00%	4	25,00%		
	No dependencia	Para no llegar a tener serios problemas del uso de las redes es conveniente el separarnos de las redes sociales de vez en cuando, o simplemente no tener una dependencia de ellas, ya que puede llegar a ser una adicción.	3	25%	0	0%	3	18,75%		

Uso adecuado de las redes sociales	Necesidad de formación	Para una mejor utilización de dichas redes es conveniente y necesario que se forme a las personas sobre el buen uso y sobre los problemas que pueden tener por su mal uso.	2	16,67%	0	0%	2	12,50%		
	Edad y maduración	Las redes sociales son usadas por diferentes edades y para diferentes funciones, teniendo en cuenta su maduración serán utilizadas para una cosa u otra.	2	16,67%	1	25,00%	3	18,75%		
	Adaptarse a vivir con ellas	Antiguamente no existían las redes sociales y no había problemas, por lo que es necesario adaptarse a vivir sin ellas y solo utilizarlas cuando son necesarias.	0	0%	2	50,0%	2	12,50%		
TOTAL				100%		100%		100%		
Uso de redes sociales según la edad	Personalidad	No influye la edad, para poder utilizar las redes sociales, ya que eso depende de cada persona, sus características y su forma de ser.	1	9,09%	0	0%	1	3,03%	33	12,09%
	Salto generacional	Existe una diferencia de uso de las redes entre las diferentes edades, aunque las redes sociales hoy en día están introducidas en toda la población.	7	63,64%	17	77,27%	24	72,73%		

	Fines diferentes por la edad	Las redes sociales actuales, son utilizadas por diferentes edades, con finalidades distintas.	3	27,27%	5	22,73%	8	24,24%		
TOTAL				100%		100%		100%		
Uso de redes sociales según su nivel educativo	No influencia	El tener un nivel educativo superior no influye a la hora de usar las redes.	4	66,67%	0	0%	4	36,36%	11	4,03%
	Fines diferente por el nivel educativo (por su interés)	Las redes sociales teniendo un conocimiento o nivel superior en de estudios hace que se usen las redes sociales con fines diferentes.	2	33,33%	4	80,00%	6	54,55%		
	Intergeneracional	No influye el nivel educativo o tener más estudios con el modo de usar las redes sociales, ya que son generacionales y puede usarlas cualquier persona.	0	0%	1	20,00%	1	9,09%		
	TOTAL				100%		100%			
Desconocimiento del uso de las redes sociales	Necesidad de formación	Para una mejor utilización de dichas redes es conveniente y necesario que se forme a las personas sobre el buen uso y sobre los problemas que pueden tener por su mal uso.	1	25,00%	0	0%	1	16,67%	6	2,20%
	No funcional	Al no conocer bien el funciona miento de las redes hace que no sean funcionales, es decir que no se usen con el fin por el que se han creado.	2	50,00%	0	0%	2	33,33%		

<i>Inconvenientes de las redes sociales</i>		conllevar una gran variedad de problemas.	0	0%	1	5,00%	1	2,78%		
	No comunicación directa	La no comunicación directa con el entorno hace que pueda confundir lo que se quiere expresar.	0	0%	2	10,00%	2	5,56%		
TOTAL				100%		100%		100%		
<i>Presión social de las redes</i>	Para no desconectar	La sociedad hace que todos se conecten a las redes sociales para no sentirse apartado.	3	37,50%	1	16,67%	4	28,57%	14	5,13%
	Adicción	La sociedad hace que usemos con más frecuencia las redes, ya que adaptan todo nuestro entorno para ello.	2	25,00%	2	33,33%	4	28,57%		
	Aprovechamiento de su uso	Se debe conocer adecuadamente las redes y aprovechar su funcionamiento adecuado frente a nuestro entorno, sin que nos conlleve problemas.	1	12,50%	0	0%	1	7,14%		
	Aislamiento	Al utilizar, gracias a la sociedad, las redes sociales hacen que no nos fijemos en lo que tenemos en nuestro entorno y nos aislemos de él.	2	25,00%	0	0%	2	14,29%		
	Mascara ante la sociedad	Cuando se tiene miedo a enfrentarse a lo que la sociedad nos ofrece, es un método para enfrentarnos a él, de tal forma que es como una máscara hacia nuestro entorno, no sintiéndonos así tan rechazados.	0	0%	3	50,00%	3	21,43%		

TOTAL			100%	100%	100%			
Redes sociales en la universidad	Trabajar su funcionamiento	En la universidad es recomendable que se le forme al alumnado sobre el buen uso de las redes, y que actualmente no se hace.	1	14,29%	1	11,11%	2	12,50%
	Actividades variadas	Las redes sociales en la universidad son usadas con fines diferentes como son la difusión o conocimiento de ellas, en las asignaturas respectivas al tema.	3	42,86%	1	11,11%	4	25,00%
	Metodología antigua	En la universidad no se suelen usar las redes sociales ya que los profesores se basan en sus explicaciones y metodología a la antigua usanza, por no complicarse.	2	28,57%	2	22,22%	4	25,00%
	No formación	En la universidad no se forma al alumnado de cómo deben usar las redes sociales.	1	14,29%	1	11,11%	2	12,50%
	Comunicación externa	El uso de las redes sociales en la universidad se basa en crear grupos y con ellos realizar una comunicación sobre los cambios o modificaciones de la asignatura pertinente.	0	0%	4	44,44%	4	25,00%
TOTAL				100%		100%		100%
							16	5,82%

4.2.1. Análisis por institución

4.2.1.1. Universidad de Extremadura (UEX)

Para que la exposición de los resultados obtenidos en este *focus group* resulte más sencilla de visualizar, se mostrará una gráfica con los datos obtenidos por categorías y subcategorías de la muestra de la Universidad de Extremadura.

CATEGORÍAS FOCUS GROUP EXTREMADURA (UEX):

Finalidad de las Redes Sociales

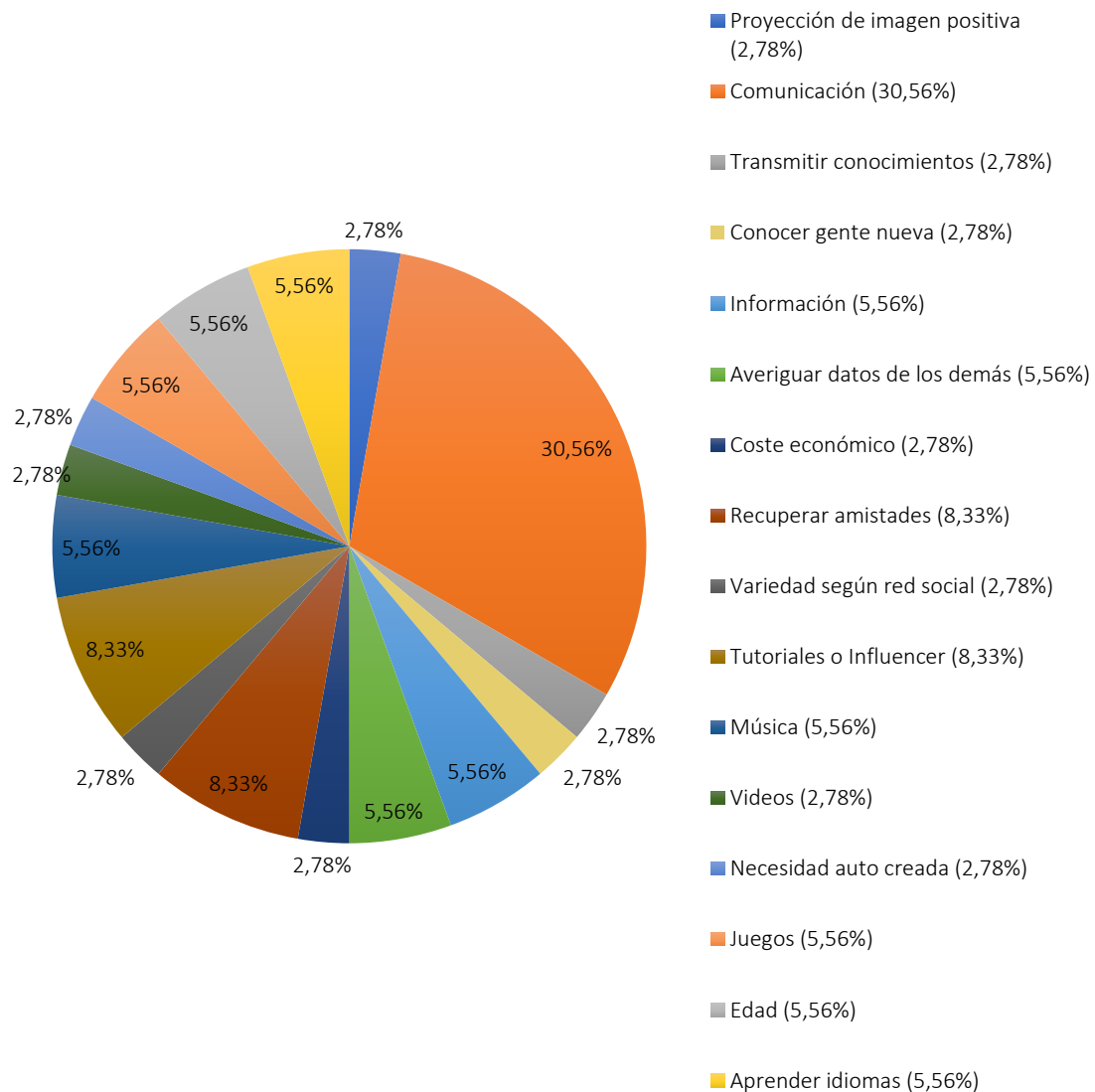


Figura 96: Gráfica de subcategorías sobre la finalidad de las Redes Sociales (Extremadura).

Las redes sociales se crean con una finalidad concreta, cada una de ellas se genera para satisfacer o beneficiar a su usuario, el cual busca sentirse bien con su utilización. En la actualidad hay una gran variedad de redes y con finalidades diferentes, entre las que destaca la comunicación con familia y amigos (30,56%), o simplemente para informarse de lo que se hace en las aulas, y no perder detalle de modificaciones de exámenes o trabajos. Como los expresado por estos sujetos.

“Yo por ejemplo la utilizo para comunicarme con mis amigos, comunicarme con mi familia, ... conocer a gente nueva, ... estar a lo mejor asociado a un grupo, por ejemplo, en Facebook que hay grupo de, ... en mi caso que yo soy educadora social, grupos de educación social, grupo de oposición, grupos ... un montón de ... investigación, de un montón de cosas que podemos acceder y sobre todo también para el tema, todo lo que es adquirir información, yo creo que eso es para lo que más lo utilizo.” (sujeto 4)

“Luego “WhatsApp” sí que lo utilizo para, ... sobre todo comunicación con mi familia, mis amigos, los compañeros de clase, con cualquiera, ... “Gmail” para un carácter más formal, con los que son mis directores de TFM o mis profesores o Vicerrectorado, ...” (sujeto 4)

Pero, como he comentado, no es el único uso que tienen las redes sociales. Otro de los usos más destacado es el de recuperar familiares o amistades que se tenían perdidas, y que se pueden retomar de nuevo (8,33%).

“En lo que se refiere a la comunicación yo tengo varios familiares por parte de mi padre que no sabía que existían, y ahora gracias a Facebook tengo contacto ...” (sujeto 1)

En la actualidad, es muy normal ver en la televisión o en cualquier medio social a una gran variedad de niños, o mejor denominados jóvenes los cuales exponen sus vidas a través de las redes sociales para ganar seguidores. Para ellos el ganar seguidores, les hace ganar dinero, pero también les hace sentirse queridos por el público. Estos jóvenes son los denominados influencer o youtubers, los cuales realizan tutoriales y explicaciones de su vida diaria (8,33%), para cambiar su salud, por compras de ropa, por productos de belleza, etc ... Este tipo de uso en las redes sociales ocupa también un gran porcentaje de conocimiento entre los jóvenes y por ello es resaltado.

““LinkedIn” a nivel profesional, “Behance” para mostrar mis trabajos, un Portfolio, que como yo soy diseñador multimedia, hago mis trabajos y muestro, ... “Vimeo” lo utilicé una vez, tengo cuenta “Vimeo” para videos, en “YouTube”, tengo cuenta de “YouTube” para escuchar música, por ejemplo para ver videos tutoriales son material de apoyo para moverte en la parte de diseño multimedia, para comunicación audiovisual, “After Effects”, “Premiere pro”,...”
(sujeto 1)

“...pero “YouTube” pues eso, para ver creadores de contenidos que me parecen interesantes...” (sujeto 3)

“Yo igual más o menos, ... “YouTube” lo utilizo para escuchar música, como o utilizan mis compañeros, para ver videos de influencer, en fin, lo que se lleva ahora, ...” (sujeto 4)

También, muchas redes sociales son creadas para transmitir información, de la misma forma que se utilizan los medios de comunicación, y por ello es así que la mayoría de los canales televisivos, cadenas de radios, universidades, etc ... están también presentes en las redes sociales. Su principal objetivo es el de transmitir la información de una forma activa y rápida, para que los usuarios estén informados al instante de lo que ocurre a su alrededor. Siendo la red social, más efectiva en este caso la de Twitter (8,33%).

“...Y Twitter principalmente para información, periódicos y tal...”

(sujeto 3)

“...Twitter informarme de una forma o modo que los medios de comunicación más clásicos no suelen ofrecer, también otro punto de vista más diferente...” (sujeto 3)

Y otros usos, pero no menos importantes, son los de proyectar la propia imagen positiva, en la que solo los estudiantes enseñan las fotos en los momentos felices, o hacen poses para demostrar que están contentos cuando en realidad no lo están. A la gente no le gusta enseñar sus problemas o errores, por ello solo exponen su vida de forma positiva (2,78%). Con todo ello, llegamos a tener siempre mensajes positivos.

“Eso puede ser como el fin, tu publicas algo, a la gente le gusta y te llegan un montón de comentarios positivos de...” (sujeto 3)

De la misma forma que se transmite información, es importante destacar que alguien expone esa información en las redes para poder acceder a ella. Esas personas en realidad están transmitiendo sus conocimientos y opiniones sobre temas concretos, y ello es otro de los objetivos de las redes (2,78%).

“... Behance para mostrar mis trabajos, un Porfolio, que como yo soy diseñador multimedia, hago mis trabajos y muestro ...”

(sujeto 1)

Cuando utilizamos las redes para informarnos o para informar a los demás con nuestra opiniones o ideas sobre un tema concreto, podemos llegar a enlazar nuestras opiniones con otras personas (2,78%), las cuales nos puede interesar conocer en nuestra vida, pudiendo ser nuestro próximo amigo, pareja, o simplemente compañero de estudios.

“Yo por ejemplo la utilizo para comunicarme con mis amigos, comunicarme con mi familia, ... conocer a gente nueva, ...”

(sujeto 4)

Otro de los grandes recursos a los que podemos llegar a través de estas redes, y que cumple uno de sus objetivos es el de poder localizar o averiguar datos de las personas que nos interesa (5,56%), por ejemplo, si un familiar quiere saber que has hecho el fin de semana solo debe ir a tu perfil de una red social y ver las fotos que has publicado.

De la misma forma que existen redes sociales con objetivos diferentes para personas diferentes, también se puede decir que las redes sociales son utilizadas con finalidades u objetivos distintos según la edad de las personas (5,56%). Con ello, no se quiere decir que no se puedan usar por todas las personas, sino que hay veces que las personas creen que una red social tiene una finalidad, pero para otra persona es completamente diferente su función.

“Porque las personas mayores ... bueno cada vez hay más personas mayores que utilizan las ... lo que son las redes sociales ... mi abuela por ejemplo tenía Facebook ... y a mí me resultaba algo super curioso que lo utilizaba únicamente para ver donde estaban sus nietas ... para ver donde habían comido ... o ver las amigas, o ver no sé qué ... por el simple hecho de verte a través de una red social... no por otra cosa ...” (sujeto 4)

Antiguamente, y actualmente a un bajo porcentaje de la población la realización o envío de mensajes a otras personas tiene un coste monetario, no muy excesivo pero destacado (2,78%). Hoy en día el poder mandar mensajes sin ningún coste es un gran avance y apoyo a la población, el cual es utilizado por medio de las redes sociales actuales, con ello destacar la red social Whatsapp que es la más utilizada para este sentido.

“Porque en Portugal antiguamente me cobraba, ahora no, me lo ponen gratis, gracias dios.” (sujeto 1)

Es necesario destacar que las redes sociales son utilizadas según su función, y por ello unos adolescentes usan un tipo de redes sociales (según su beneficio) que a lo mejor para otros adolescentes no tiene sentido ninguno utilizarlas. Como ya se ha destacado anteriormente cada red social tiene su objetivo y por ello es necesario conocer la variedad de redes dependiendo de su función (2,78%)

“Una red social como es Facebook, se ve sustituida por parte de esta red social. Para el nivel profesional, tenemos “LinkedIn”, tenemos “Behance” ... unos perfiles y portafolios de diseñadores gráficos, para poder mostrar tu trabajo. Tienes varios tipos de redes sociales. Tipo de redes sociales que quieras, tenemos para educadoras, cada uno tiene una red social propia... una red social para ...” (sujeto 1)

Utilizar las redes sociales con un fin no siempre está justificado, ya que pueden llegar a usarse con un objetivo y al final cumplir otro totalmente diferente al que se espera. Por ejemplo, los videojuegos o juegos online (5,56%) es otro medio de red social, que actualmente engancha a una gran variedad de jóvenes, en ellos los adolescentes se entretienen jugando con otras personas, que a veces ni conocen, a través de una plataforma multijugador en la que se puede jugar desde cualquier país transmitiendo así diferentes idiomas (5,56%). También es importante destacar que la mayoría de videojuegos son creados a través de la lengua mundial, que es el inglés y después cada país los traduce a su idioma. De esta forma los jóvenes que juegan con esos juegos pueden llegar a aprender dicho idioma.

“... también utiliza para jugar en consola ...” (sujeto 1)

“Por ejemplo, mi hermano se ... el Fortnite, es una persona hablando, español o inglés, no lo entiende ...” (sujeto 1)

En la actualidad la vida está rodeada de medios o redes sociales los cuales nos ofrecen una gran variedad de imágenes, videos (2,78%), música (5,56%), etc, ... de forma fácil y asequible para cualquier persona. Estamos en un momento en el que la información puede ser adquirida de varias formas y por varias personas, eso hace que no toda la información sea fiable, pero que si se nos genere una necesidad de conocimiento. Conocimiento o información constante a la que queremos llegar para controlar lo que ocurre a nuestro alrededor en todo momento, es decir, llegar a tener una necesidad auto-creada de uso de las redes sociales (2,78%).

*“... “Vimeo” lo utilicé una vez, tengo cuenta “Vimeo” para videos...”
(sujeto 1)*

“... en “YouTube”, tengo cuenta de “YouTube” para escuchar música...” (sujeto 1)

“... bueno Instagram también, para hacer nada, porque realmente como red social me parece que no aporta nada, simplemente es como un vicio que ... a mí me ha pasado algunas veces que lo abres lo miras 3 segundos y lo cierras, que no has hecho absolutamente nada, ... como una necesidad que te has auto creado, por así decirlo, ... realmente no estas satisfaciendo nada, ... al menos yo es lo que me noto y que lo observo en gente de mi edad, ... puede ser, que hemos crecido más con eso...” (sujeto 3)

Influencia de las redes sociales en el bienestar psicológico

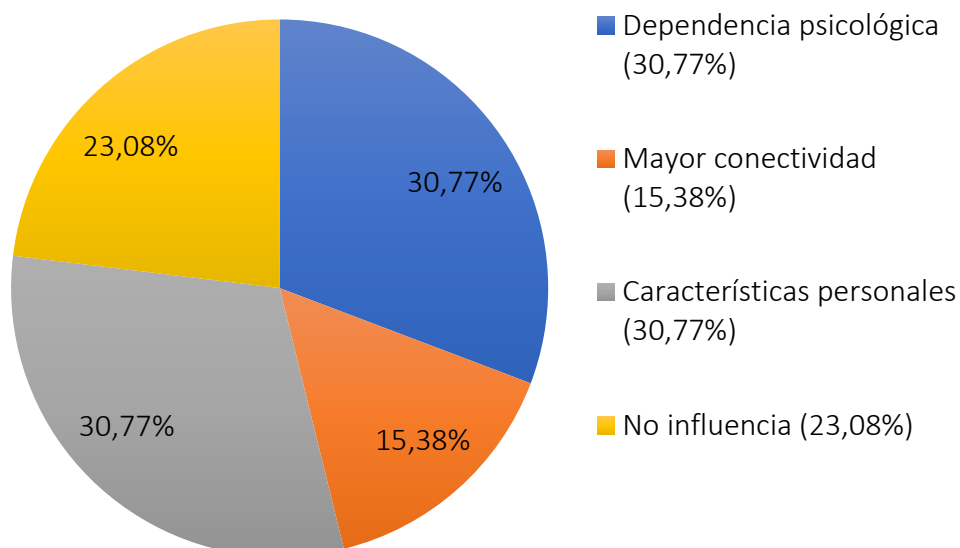


Figura 97: Gráfica de subcategorías sobre la influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico (Extremadura).

Esta categoría es una de las que más nos interesa en esta investigación, ya que cumple uno de nuestros objetivos principales. ¿Cómo influye las redes sociales al bienestar psicológico de este alumnado? En gran parte, el alumnado de este *focus group* han querido reflejar que su uso puede causar una dependencia psicológica (30,77%) en la que se cree que la utilización de dichas redes es necesario para nuestra vida, pero como todos sabemos, no siempre hemos vivido con ellas y por lo tanto se podría vivir sin utilizarlas.

“Y por qué, porque hay una inclusión de los aspectos psicológicos, cada vez más los humanos estamos más conectados a la tecnología, antiguamente no, se podía vivir sin un móvil, ahora no. Necesitas un ordenador o un móvil para hacer todo lo de tu vida cotidiana.”

(sujeto 1)

El uso de dichas redes sociales influye no solo en la red social, sino también en las características personales de cada uno (30,77%), teniendo cada uno el control de ellas, y enfrentándose a sus beneficios o dificultades a la hora de usarlas correctamente o de forma errónea.

“Pero yo pienso que depende de las características personales de cada uno, y de tu situación emocional, por decirlo así...” (sujeto 2)

“Yo pienso lo mismo que ella, que realmente existe e influye, pero depende sobre todo de las características personales de una ... ósea lo que es la personalidad de alguien. Si es una persona que necesita continuamente refuerzos o si realmente necesita apoyo, o está incluso faltada de cariño, depende mucho de también lo que es, tu alrededor, tu círculo, tu forma de ser...” (sujeto 4)

En cambio, a otras personas les parece que el uso de dichas redes sociales no tiene por qué influir en la persona (23,08%), ya que ellas mismas intentan separarse de dichas redes y no utilizarlas, no sintiendo así una dependencia hacia ellas.

“... Entonces yo creo que, sí que hay una influencia dentro de algún grupo de personas, pero si hay otros, que por ejemplo yo no considero que a mí me influya realmente las redes sociales en mi bienestar, puesto que yo las utilizo, las uso mucho, pero no depende mi bienestar por el uso de una red social.” (sujeto 4)

“Haber me pueden afectar cosas, pero no mi bienestar en general a mí misma.” (sujeto 4)

También es importante destacar en esta categoría, que hay personas a las que le influye su uso, tanto que están constantemente pendientes de que le llegue alguna información o

mensaje, continuamente conectados y con miedo a perderse algo de lo que ocurre generando así una mayor conectividad a dichas redes (15,38%).

“... Si eres una persona dependiente, que necesitas continuamente el refuerzo, sí que te vas a apoyar más en las redes sociales.”

(sujeto 2)

“Pero a las 3 horas a lo mejor se me pasa, porque digo “si no lo necesito, si tengo otras cosas que hacer o tengo otras preocupaciones, o tengo que hacer mil cosas” aparte de estar conectada al teléfono ...” (sujeto 4)

Problemas del mal uso de las redes sociales

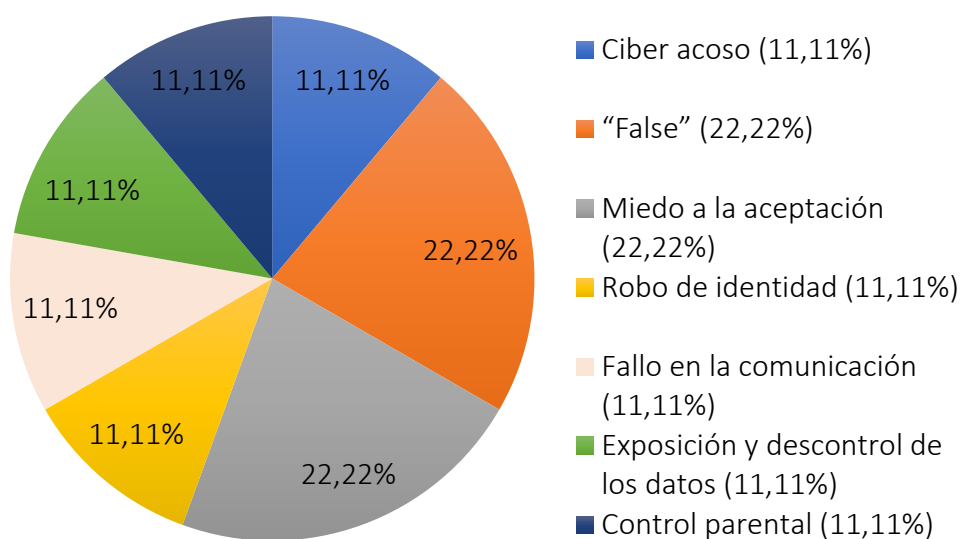


Figura 98: Gráfica de subcategorías sobre los problemas del mal uso de las Redes Sociales (Extremadura).

En la actualidad las personas utilizan las redes sociales sin conocer los problemas que puede conllevarles, pero ello no quiere decir que no puedan afectar a la persona, y que no exista una gran variedad de problemas e inconvenientes a los cuales se enfrentan todas las personas día a día al conectarse o al utilizar dichas redes. Un gran problema y que es difícil de controlar, es el denominado "False" (22,22%). Este término es utilizado para referirnos a las personas que crean un perfil falso y manejando datos de otra persona intentan dañar o molestar psicológicamente a otra persona.

"False", de muchas partes, la parte "false".

¿Qué es "False"? Es una palabra inglesa que se usa en termino de perfiles falsos. (sujeto 1)

"Entonces lo que se siente es que crea un doble perfil, que tengamos perfiles falsos para hablar con personas que tiene miedo, ..."

(sujeto 1)

Esta creación de perfiles falsos puede deberse a diversos motivos, como el miedo a acercarse a otra persona, el miedo a la aceptación (22,22%) o el no estar al nivel que creen para conocer a una persona. No siempre esos perfiles son creados para hacer daño a otras personas, sino que son creados como tapadera para demostrar que somos de una forma distinta a la que en verdad somos y así gustar a la sociedad.

“Entonces lo que se siente es que crea un doble perfil, que tengamos perfiles falsos para hablar con personas que tiene miedo, por la manera en la que me expreso o como hablo, dependiendo de las características psicológicas y personales. Luego también la parte cognitiva, en un medio en el que fue educado para tal, para crear eso. La intimidad es una cosa muy típica de ahora con las personas. Cada vez más los alumnos son más tímidos y tienen dificultad con las nuevas personas y mira:

- *Me llamo tal ...*
- *Encantado de conocerte ...*
- *Vamos a tomar un café...*

Se nota algo muy difícil, ahora se usan mucho las redes sociales las personas para hablar, no como antiguamente, que te quedabas hablando, “mira vamos a tomar una copa” ...” una caña por ahí”, “vamos hablando en cuadrilla o en pandilla” ...” (sujeto 1)

En este caso, cuando una persona está utilizando un nombre falso o datos de su personalidad falsas, se puede decir que está llevando a cabo un delito ya que está robando la identidad de otra persona sin su consentimiento (11,11%), y ello puede conllevar consecuencias penales.

Y también, otro gran problema y que puede ser atraído por los perfiles falsos o robo de identidad, es el acoso a través de las redes denominado como ciberacoso (11,11%). Este

problema es derivado del mal uso de las redes sociales, es decir sin un control, o utilizando redes no apropiadas para algunas edades.

“Si que conozco a lo mejor, que si el robo de identidad, que se hacen pasar por otras personas, o por ejemplo sé que hay el ciberacoso... Personalmente no lo conozco, pero sé que hay mucha gente que lo sufre y no lo publica como ciberacoso, pero si es más fácil llegar a insultos a palabras mayores, a través de una red social sin ser consciente de la repercusión que puede tener y ... Pero como estas detrás de una pantalla, es como que no afecta tanto ... o no estás haciendo tanto daño...” (sujeto 4)

Las redes sociales han hecho que podamos sentirnos cerca de los nuestros en momentos difíciles, pero han estropeado las relaciones personales que se tenían anteriormente. En la antigüedad, se quedaba con los amigos para tomar un café y preguntarles como están, hoy simplemente con mandarles un mensaje de WhatsApp podemos saber su estado, pero de una forma distante, en la que no hay una transmisión gestual de los actos ni de sus emociones. Estos mensajes pueden llegar a ser confusos y perder la comunicación activa que hace que las personas se sientan cercanas (11,11%).

“... y entre los problemas que yo conozco así cercano también el no ponerse de acuerdo o el perder el contacto directo con la persona, tanto familiares, como amigos, como ... ya únicamente te conectas al WhatsApp y decir “oye como estas”, y ni si quiera lo llamas, ni lo escuchas, ni ... bueno ahora con los audios es mucho más cercano a las personas. Pero tampoco es una comunicación directa de que estás hablando, te está contestando, ... mal entendidos, cuando te escriben una cosa la malinterpretas, porque no sabes el tono que está utilizando, el lenguaje no verbal, ...” (sujeto 4)

Cuando decidimos utilizar las redes sociales, no nos damos cuenta que toda la información que ponemos en esa red puede ser controlada por sus creadores. Sabemos que nos mandan textos en los que nos dicen que autorizamos para que los manejen y que los utilicen, pero ¿hasta qué punto tenemos control nosotros de esos datos? En el momento que nosotros damos la información estamos exponiéndonos a que todo el mundo nos vea y sepa de nosotros y eso puede llegar a ser un gran problema, ya que no controlamos en manos de quien puede acabar esa información (11,11%).

“... creo que es importante decir, la exposición a la que estamos sometidos, ... a la que nosotros mismos nos sometemos, ósea subimos fotos que estamos en tal sitio, a tal hora, fotos de niños pequeños, y eso es una exposición, que eso una vez que esta subido no hay manera de que después desaparezca, y de controlarlo y de quien llega a esas imágenes o esa información ...” (sujeto 2)

Por todo lo anterior, grandes empresas han creado algunas aplicaciones de control parental (11,11%), en la que los padres pueden acceder a los móviles de sus hijos y controlar donde acceden y de qué manera, frenando así una gran cantidad de problemas. Estas aplicaciones son creadas para personas menores y por ello en nuestro *focus group* nuestros participantes no le prestan demasiada importancia.

“La parte del control parental ... es muy complicado. Vais por otras directrices.” (sujeto 1)

Redes Sociales que conocen

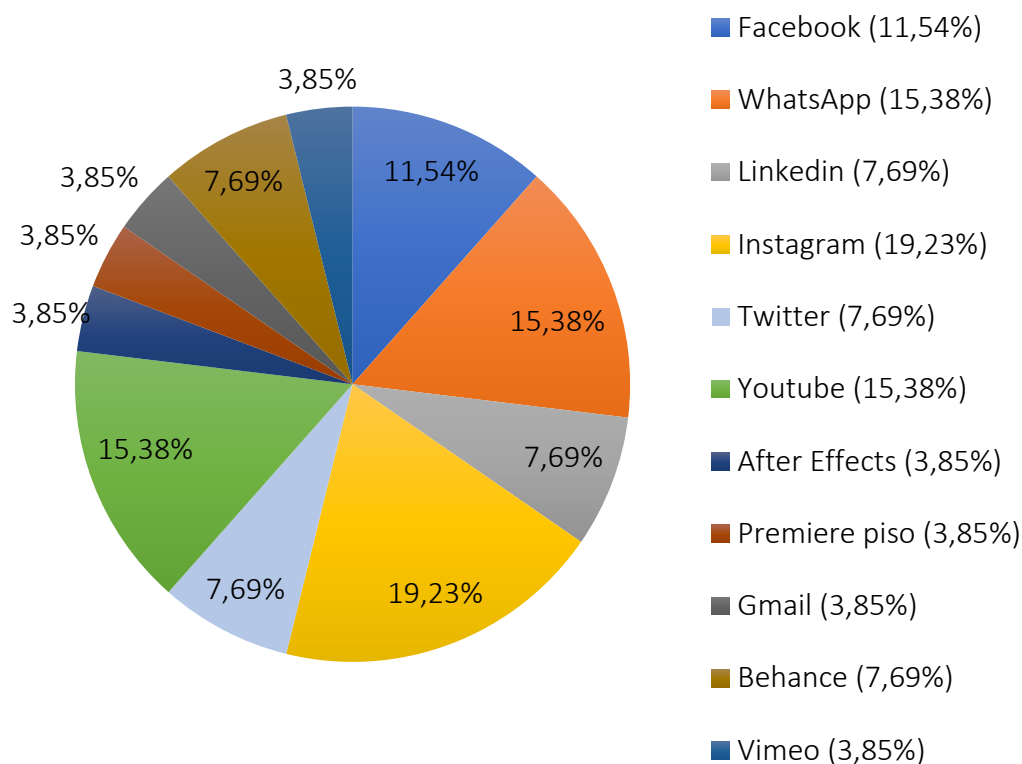


Figura 99: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales que conocen (Extremadura)

En la actualidad se podría decir que existen miles de redes sociales, cada unas creadas para un objetivo distinto y destinadas a personas con características diferentes, pero los adolescentes tienen claras sus preferencias de uso, según la frecuencia con las que han sido mencionadas, primeramente, destacar la red social Instagram (19,23%), seguida de WhatsApp y YouTube (15,38% ambas), y posteriormente por Facebook (11,54%). Pero no queda ahí la cosa, ellos expresan que hay otras redes sociales que, aunque utilizadas en menor medida, también las conocen, como son LinkedIn (7,69%), Twitter (7,69%), Behance (7,69%), After Effects (3,85%), Premiere Piso (3,85%), Gmail (3,85%) y Vimeo (3,85%).

Uso adecuado de las Redes Sociales

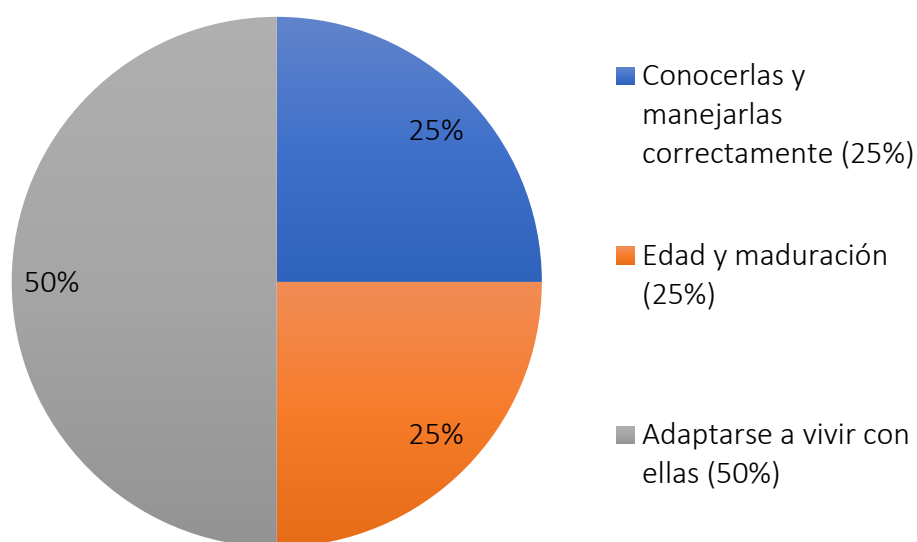


Figura 100: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales que conocen (Extremadura).

Como se ha mencionado con anterioridad, las redes sociales deben ser utilizadas de forma adecuada, teniendo en cuenta una gran variedad de características como son la edad y maduración de las personas (25%) y las características de la red social. Pero la sociedad va cambiando y avanzando de forma muy rápida y debemos aprender a vivir con estas redes sociales (50%), saber conocerlas y manejarlas de forma adecuada (25%) y saber hasta qué punto hay que tener control de todo lo que hacemos y dejamos de hacer con ellas, es decir, controlar también el poder vivir sin ellas, pero en realidad tenerlas a nuestro alcance para usarla en ocasiones necesarias.

“Es un poco hacerse a la idea, porque es diferente un estudiante de primaria, de 5 años a un estudiante de doctorado que tiene una fase de 30, 45 años, ... entre una fase de 20 a 45 años, puede ser un único funcionamiento de estudiante ... y también tienes la edad de personas más mayores que utilizan las redes sociales y que se deben

adaptar a las nuevas tecnologías ... yo conozco personas que no están formadas, que no están trabajando.” (sujeto 1)

“Es bueno e importante vivir eso, ... adaptarse a vivir un poco sin las redes sociales, porque cada vez más se nota que necesitamos más pasos de nosotros, propios como alumnos, como amigos, como novios, o como familiares, ... pero no es fácil entre nosotros mismos, en nuestro mundo ...” (sujeto 1)

“Ya, yo por ejemplo considero que eso, que un buen uso de redes sociales va asociado siempre a un buen control del tiempo, de lo que subes o dejas de subir, de lo que hablas o dejas de hablar, de lo que ... los amigos que agregas o dejas de agregar, ósea que todo va asociado a ese control de uno mismo ...” (sujeto 4)

Uso de las Redes Sociales según la edad

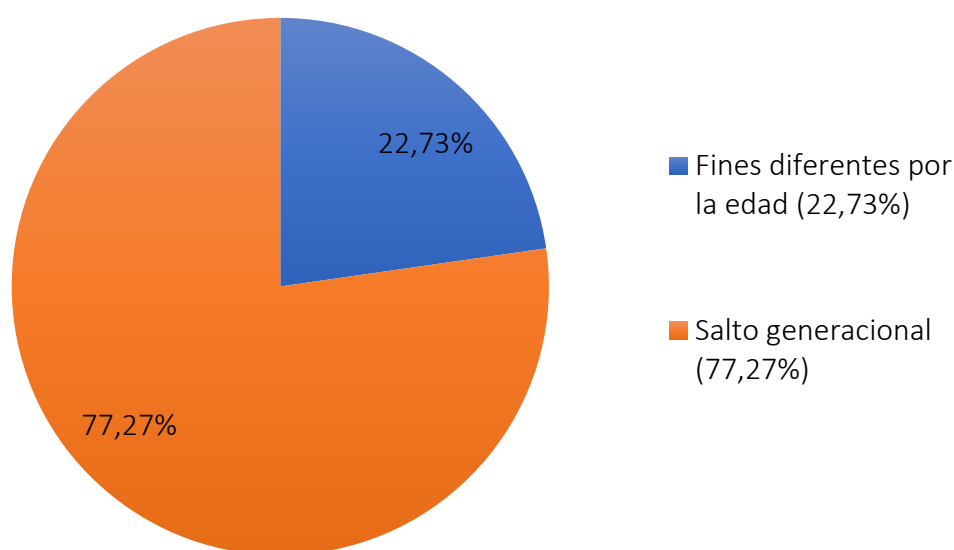


Figura 101: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según la edad (Extremadura).

Una de las principales características que hay que tener en cuenta en el momento del uso de las redes sociales es la de la edad, una edad no solo en la que se refleje un número, sino una edad cognitiva y mental en la que la persona esté capacitada y concienciada del uso de dichas redes y los problemas que puede conllevarle. Esa edad es diferenciada por un gran salto generacional (77,27%), en las que las personas mayores utilizan diferentes redes sociales a los adolescentes o jóvenes, pero no siempre es así, pero si en menor medida, hay personas mayores que llegan a utilizar las mismas redes sociales que los adolescentes, pero con finalidades distintas (22,73%).

“Creo que a lo mejor no ... no hace el mismo uso un ... una persona de 25 años, que ha estudiado ... que a lo mejor las busca, utiliza las redes sociales con otro tipo de interés o las busca con otro tipo de contenido, que a lo mejor otra persona de 25 años, que no ha estudiado ... no sé si ... esa es mi opinión ...” (sujeto 2)

“El tema de la edad influye muchísimo, y sobre todo las publicaciones que van con la edad ...” (sujeto 4)

“De acuerdo con todos, la edad obviamente influye ... en el sentido de que cuanto más mayor seas, más nuevo, ... o sea más nuevo, más de repente ha aparecido una red social en tu vida, estas más acostumbrada a relacionarte sin ella, que otra persona que, ... sobre todo eso 16, 17 ... ya menos todavía más.

Es de repente, ya en la primera comunión te dan el primer móvil y ya va a ser así el resto de tu vida, ha sido parte de ti desde el principio, casi ...entonces estas acostumbrado a tenerlo ... a tenerlo a tres metros de ti y que no se separe ... que es lo único que no se separa de ti, realmente en todo el día ...” (sujeto 3)

Uso de las Redes Sociales según el nivel educativo

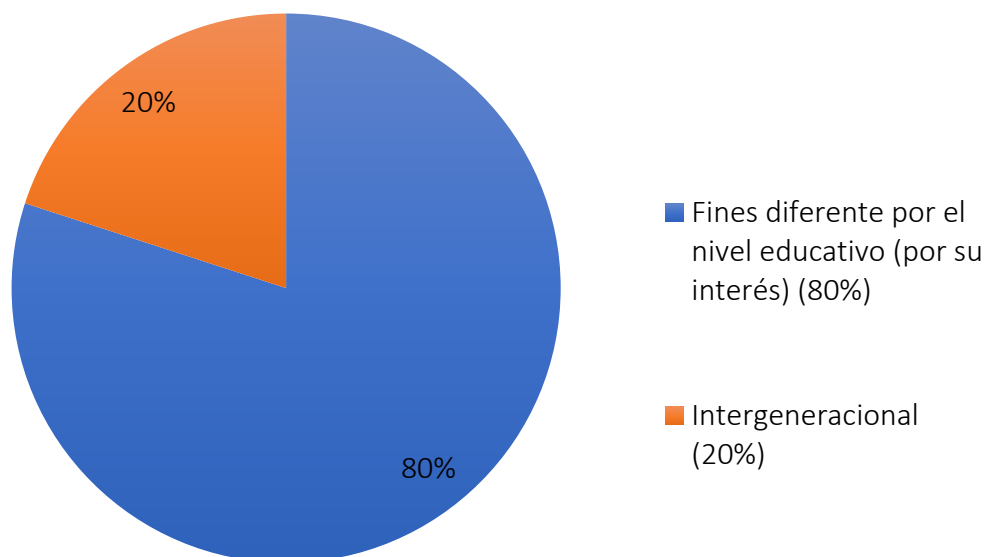


Figura 102: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según la edad (Extremadura).

De la misma forma que se ha expresado con anterioridad que el uso de las redes sociales puede influir según la edad, pero no expresando que no las usan, sino que las usan de forma diferentes con intenciones distintas a las otras edades, el nivel educativo va encaminado en la misma idea. Idea en la que las personas utilizan esas redes sociales según su conocimiento y sus intereses, no porque sean para una finalidad van a realizarla como tal (80%).

“Yo, por ejemplo, ... pienso que sí que influye mucho la edad y el contexto cultural ... o el nivel educativo de la persona, para saber usar las redes sociales ...” (sujeto 2)

“Y luego el nivel cultural o el nivel de estudios y eso, creo que también está directamente relacionado con el uso, puesto que las personas que han tenido un nivel de estudio más alto sabe un poco más los beneficios o las cosas negativas que te puede dar una red social, ... y es como que usas la red social ... se supone ... que con un poco más

de cabeza que las personas que a lo mejor no han tenido esa información o esa ... esa persona que les diga "que si haces esto vas a ir mal"... "si haces esto vas a ir bien"...entonces también, ... también un poco por el control parental y todo eso ..." (sujeto 4)

En cambio, algunos estudiantes indican que no creen esa versión de que las redes sociales sean utilizadas según la edad, ya que expresa la idea de que dichas redes son intergeneracionales, ya que pueden ser usadas por todas y cada una de las personas, sin ningún impedimento (20%).

"Por eso yo creo que WhatsApp es intergeneracional ..." (sujeto 1)

Desconocimiento del uso de las redes sociales

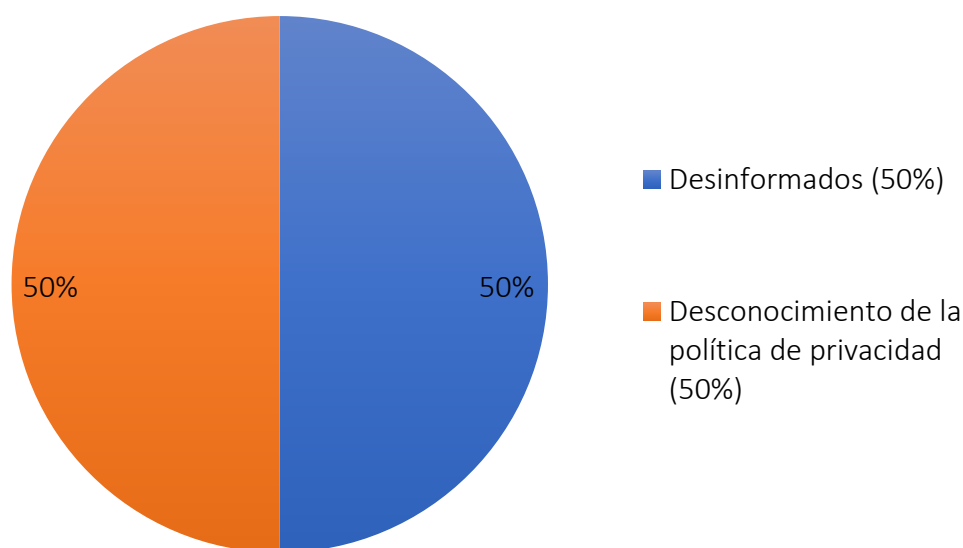


Figura 103: Gráfica de subcategorías sobre el desconocimiento de las Redes Sociales (Extremadura).

Cuando utilizamos las redes sociales, no tenemos muy claro si las estamos utilizando de forma adecuada, pero ¿por qué? Todo el mundo las usa, y creen que las usa bien. El motivo por el que no estamos seguros es porque no estamos bien informados del uso de dichas redes (50%), de sus funciones principales o de sus objetivos o finalidades.

“A eso voy, que son términos que no vienen claros, si pueden venir claros, pero no te dicen exactamente hasta donde ...” (sujeto 2)

Esta desinformación de las redes sociales hace que aceptemos una gran cantidad de términos que no estamos seguros de ellos, pero que si no lo hacemos no podremos utilizarlas. Esto se puede entender como en el desconocimiento de la política de privacidad (50%), el no entender hasta qué punto nuestra información va a estar disponible para cualquiera.

“En cada una de las redes sociales en las que te registras y nadie se lee esas políticas, nadie sabe las consecuencias, nadie sabe nada,

pero si bien es cierto que ahora con el tema de las redes sociales, nuevas tecnologías, bueno ... nuevas tecnologías, ...” (sujeto 4)

Inconvenientes de las Redes Sociales

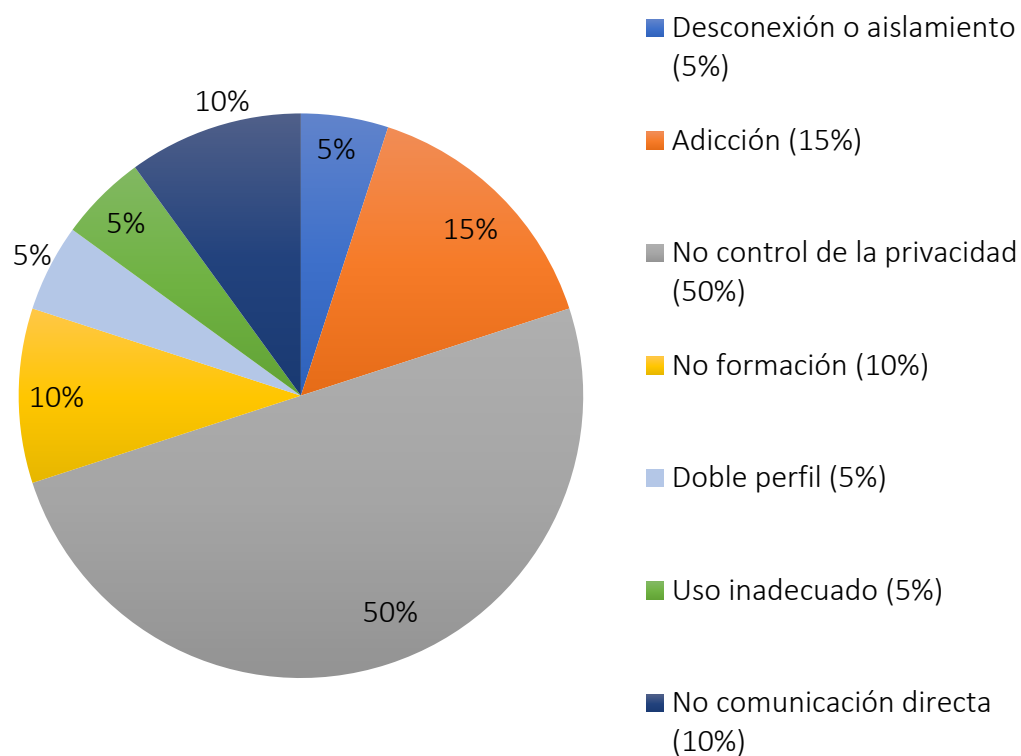


Figura 104: Gráfica de subcategorías sobre los inconvenientes de las Redes Sociales (Extremadura).

El desconocimiento sobre el uso de las redes sociales y la gran cantidad de problemas que conlleva dicho uso se pueden plantear algunos inconvenientes en las redes sociales. Entre los inconvenientes más destacados esta el de no control de la privacidad, ya que en el momento que introducimos nuestros datos en cualquier red social, estamos expuestos a que cualquiera pueda acceder a esa información (50%).

“Si, si aun así una empresa que tiene dinero, por así decirlo y sabe cómo buscar en internet, ahí está la información, ... tú has subido tu

foto, aunque tengas el perfil en privado, se pueden meter en tu perfil. Y eso va a estar siempre.” (sujeto 3)

“A vosotras se os está olvidando una cosa. Para la sociedad están detallados los análisis digitales, igual que se juzga a un criminal, asesino, o cualquier tipo, también el análisis digital va a ser delito, también se va al tribunal, siendo un delito. Protección de datos, que se llama, vosotros olvidasteis hablar de la protección de datos, que consiste en unos servidores encriptado, con un algoritmo que guarda toda la información. En esto viene la parte de Firewalls, importes de internet. “¿Tu cuenta para internet es segura?” “NO” ... no es, las cosas que se pueden evitar en internet, por ejemplo, un ordenador Mackintosh, o un sistema IOS, están protegidos, tienen Firewalls, tienen protección de datos, en todos. Una persona entra en tu ordenador con tu información personal donde esta guardado, o un Windows que es una cosa más fácil de hacer la línea de comandos, y le pones los códigos y te vas a acceder a todo tipo de información ...” (sujeto 1)

A mayor uso de las redes sociales podemos conllevar un mayor problema de adicción (15%), en la que nos sentimos obligados a utilizar las redes sociales de una forma muy activa y en todo momento como una necesidad, pudiendo surgir problemas psicológicos.

“Esto es como cuando se va la luz, ... y no ... se va la luz en casa, que ha habido un apagón, ... y no sabemos que hacer ...” (sujeto 2)

“Y ya ni siquiera la luz, ... se va el internet ... estas dos tardes sin internet ...” (sujeto 3)

“O cuando se cae, como ha habido estas últimas caídas de “WhatsApp”, “Instagram”, que se han caído los servidores ...” (sujeto 2)

Otros de los inconvenientes más destacados entre este grupo de sujetos es el de la no comunicación directa con la población, es decir, hoy en día nos comunicamos con personas que están a nuestro lado a través de las redes sociales en vez de preguntarles a la cara cómo están o qué necesitan (10%). Con esa actuación se pierde la relación que existe entre las personas, generando en su caso un acercamiento frío y distante. Ello también genera una desconexión y aislamiento frente a nuestro alrededor, formando a personas sedentarias encerradas en sus casas y sin contacto con el mundo exterior (5%).

Esta forma de utilizar las redes sociales se podría considerar poco adecuada o mala, ya que esos no son los objetivos de las redes sociales (5%).

“La sociedad ... hablando de alumnos a veces cuando tienen un problema discuten por el WhatsApp o por Facebook, y mandan audios, en vez de quedar los dos y mira “vamos a hablar de estos temas y este punto”, por eso tienen dificultades en el medio de expresar sus opiniones, tales como “¿cómo te ha ido?” “¿cómo ha ido?” como... Yo estaré en un conflicto interno entre los dos, no prácticamente entre los dos en vez de tomar una copa, para evitar de esas situaciones.” (sujeto 1)

“... entre los problemas que yo conozco así cercano también el no ponerse de acuerdo o el perder el contacto directo con la persona, tanto familiares, como amigos, como ... ya únicamente te conectas al Whatsapp y decir “oye como estas”, y ni si quiera lo llamas, ni lo escuchas, ni ... bueno ahora con los audios es mucho más cercano a las personas. Pero tampoco es una comunicación directa de que estas hablando, te está contestando, ... mal entendidos, cuando te

escriben una cosa la malinterpretas, porque no sabes el tono que está utilizando, el lenguaje no verbal, ...” (sujeto 4)

Alguno de nuestros sujetos indica que el mal uso de las redes sociales no solo es culpa de la población, si no que ellos las usan sin conocer bien sus usos, es decir, que no están formados en una buena utilización de dichas redes (10%).

“En términos de privacidad, ... cuando tu aceptas, ya estas condenándote a todo lo que subas es propiedad de la empresa, en cualquier momento puedes cambiar los términos y tu los vas a volver a aceptar, entornes ...” (sujeto 3)

“A eso voy, que son términos que no vienen claros, si pueden venir claros, pero no te dicen exactamente hasta donde ...” (sujeto 2)

Y, por último, pero no menos importante, es el inconveniente de que te pueden robar tu identidad y suplantártela, creando un doble perfil (5%). Esto puede ocurrir ya que cualquier persona puede acceder a tus datos con solo saber tu nombre y por ello no hay mucho control de tu información.

“Entonces lo que se siente es que crea un doble perfil, que tengamos perfiles falsos para hablar con personas que tiene miedo, por la manera en la que me expreso o como hablo, dependiendo de las características psicológicas y personales ...” (sujeto 1)

Presión Social de las Redes

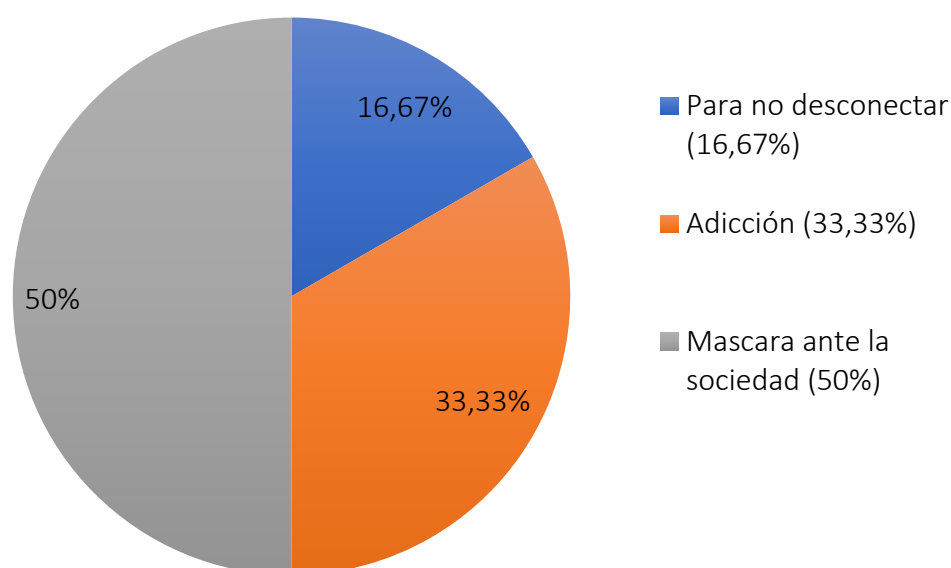


Figura 105: Gráfica de subcategorías sobre la presión social de las Redes (Extremadura).

Como se ha podido comprobar en las categorías anteriores la mayoría de los problemas, como el uso adictivo de las redes o uso contante de ellas (33,33%), es debido a un problema general que es la presión social. La presión social genera muchas de las acciones realizadas por los sujetos, ya que si no las realizan se sienten discriminados o apartados (16,67%). Para ellos el tener una red social, sobre todo hace que se puedan abrir al mundo y conocer su entorno, pero de forma ficticia, con ello se quiere decir que lo que se genera en dichas redes es una máscara para esconderse de la realidad en la que vive (50%).

“Y por qué, porque hay una inclusión de los aspectos psicológicos, cada vez más los humanos estamos más conectados a la tecnología, antiguamente no, se podía vivir sin un móvil, ahora no. Necesitas un ordenador o un móvil para hacer todo lo de tu vida cotidiana.”
(sujeto 1)

“Pero hoy en día ya no te dejan tener ese espacio, porque están continuamente, que están, ... “te envió un correo a no sé qué ... no sé

cuánto”, “ten el móvil encima porque tengo que llamarte para no sé qué”, que si la familia, ...” (sujeto 2)

“Si, como que garantizan mucho, no un anonimato, sí. Pero como más, ... ante una ... no se decirlo. Tu por ejemplo quieres proponer un plan, si ves que no, o que no le interesa a la gente quedar contigo, tu al hacerlo desde un medio social, desde el móvil. No te afecta tanto, lo ves como mucho más ... bueno no ha pasado nada. A la persona puede ...” (sujeto 3)

Redes Sociales en la Universidad

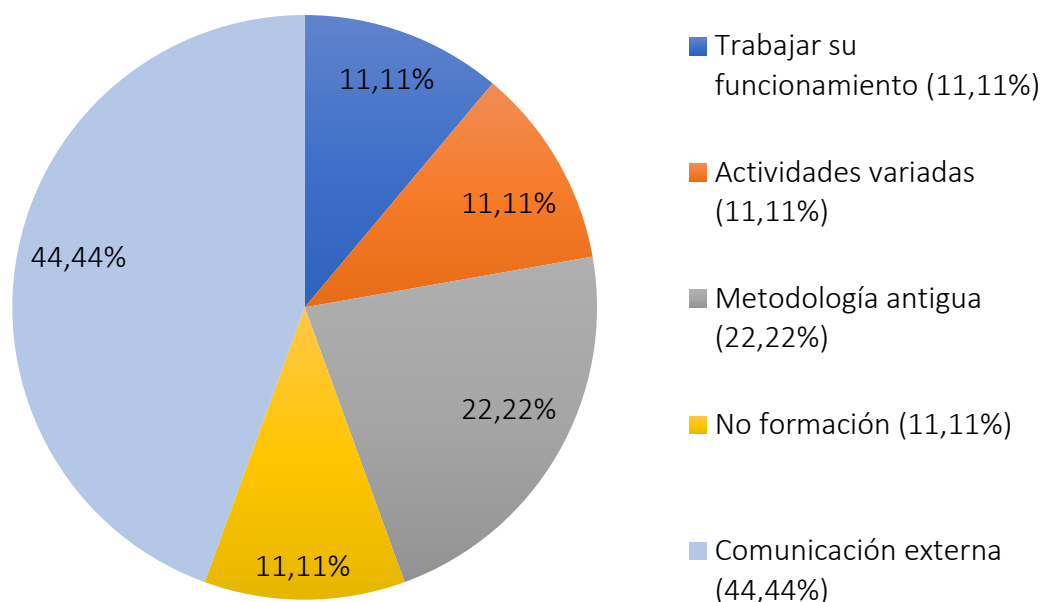


Figura 106: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales en la Universidad (Extremadura).

Otro de los aspectos relevantes para esta investigación es el conocer de que forma se usan las redes sociales en la universidad, ya que es el rango de sujetos que hemos determinado en dicha investigación. Tras expresar su pensamiento sobre el uso de las redes sociales, nuestros sujetos han determinado que lo que más afecta a dicho uso en la universidad es que los profesores continúan realizando su enseñanza con una metodología antigua. Utilizan una metodología basada en tecnología antigua, y no adaptan las enseñanzas a las características digitales que actualmente invaden nuestra sociedad (22,22%).

El uso de dichas redes solo se basa en crear grupos de algunas redes como puede ser WhatsApp y con ellos realizar comunicaciones sobre cambios de temario o de horarios de clase, pero no centrarse en una metodología digital (44,44%).

“Que sí, muy lógico, porque al final, ... en Portugal nosotros, la carrera son tres años, se usa mucho Multimedia, fue mi carrera,

donde yo estudie, que notamos que utilizamos todo tipo de información, si necesitábamos alguna cosa de otros años, frecuencias, exámenes escritos, para las clases teóricas, ... poníamos en un grupo de Facebook y encontrábamos la información, o ... nueva clase mañana, tenemos que entregar un trabajo, todo tipo de ayuda, porque teníamos un contacto continuo toda la clase, ... con los alumnos de clase. Y eso es bueno porque se nota amistad y trabaja a la par. Por ejemplo, las redes sociales son muy buenas. Busqué una palabra que yo no sabía que era muy complicada, utilizando el móvil con un amigo que estaba haciendo fuera chuletas, para hablar lo que tenía que escribir. Se llaman las chuletas digitales, ...” (sujeto 1)

“Yo, por ejemplo, considero que, sí que se hace uso de redes sociales, como dicen mis compañeros, sobre los grupos de clases, para ayudarnos sobre todo en las fechas de entrega y todo eso, ... pero no se hace un uso claramente educativo, hacia los alumnos, como red social.” (sujeto 4)

En cambio, hay sujetos que expresan que, si han trabajado de una forma u otra las redes sociales en la universidad, en forma de actividades variadas (11,11%) o simplemente para conocer su funcionamiento (11,11%). Con ello contradicen la opinión de otro de sus compañeros que indica que la formación de las redes sociales es debe ser en la universidad, sino que tiene que venir de años anteriores y en dicho nivel simplemente se deberían aplicar (11,11%).

“Si, ... para hacer un perfil profesional, por el caso de cuando ya vayas a adquirir empleo, tengas ese Facebook, como algo más ... por si ... claro es que ahora todas las empresas te buscan a través de las redes sociales y todo para la hora de contratarte, entonces era como un Facebook totalmente diferente al que realmente es el tuyo personal, entonces creo que realmente no están vinculadas todo lo suficiente

que deberían de estar con la universidad. Únicamente el Gmail de la universidad que es lo que hace comunicarte entre alumno- profesor, o alumno – institución, pero no hay una implicación real por parte de la universidad, en que los alumnos utilicen las redes sociales, y estén vinculados ...” (sujeto 4)

“Yo, por ejemplo, únicamente en una asignatura me enseñaron a utilizar Facebook de forma profesional ...” (sujeto 4)

“Mas vinculados a la universidad... Si que uso LinkedIn, lo que pasa que lo tengo un poco ahí apartado, pero lo utilizo, pero nadie me ha enseñado a utilizarlo, que eso es muy importante, ...” (sujeto 4)

4.2.1.2. Universidad de Salamanca (USAL)

Para que la exposición de los resultados obtenidos en este *focus group*, y de la misma forma que con el de Extremadura, se mostrará una gráfica con los datos obtenidos por categorías y subcategorías de la muestra de Salamanca.

CATEGORÍAS FOCUS GROUP SALAMANCA (USAL):

Finalidades de las Redes Sociales

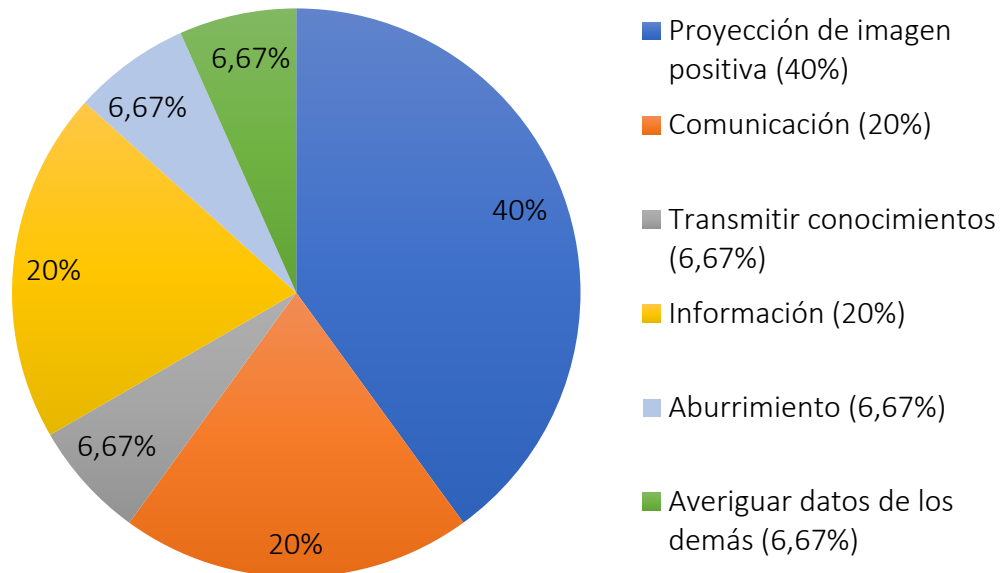


Figura 107: Gráfica de subcategorías de las finalidades de las redes sociales (Salamanca).

El uso de las redes sociales no siempre es el mismo, y cada persona la utiliza para su beneficio o satisfacción. Con ello, se puede resaltar que su mayor uso es destinado a transmitir pensamientos o imágenes de momentos agradables y divertidos, siempre señalando los momentos buenos y despreciando las imágenes de los momentos malos (40%).

A partir de ellas, se puede conocer algunos aspectos de la persona, sus gustos o simplemente su forma de pensar con respecto a diversas cuestiones, como pueden ser, sus películas favoritas, su música favorita, el centro en el que estudia o quiere llegar a estudiar, etc, ...

Ello viene reflejado en expresiones como:

“Las redes sociales, al fin de al cabo es mostrar, y también querer mostrarte... lo que ... muestran una imagen que es socialmente

aceptada. No muestra lo que va a estar mal visto por el público...”

(sujeto 8)

También es importante destacar las diferentes utilidades que se les hace dependiendo de la red social que se utilice.

La Red social Facebook, por ejemplo, tiene un uso más informativo (20%) sobre la realidad en la que los usuarios están inmersos, dependiendo de su edad.

“Lo uso a efectos informativos, Facebook, es lo único que tengo, y WhatsApp. Entonces veo que se publica un tipo de información, que muchas veces en medios convencionales no se ven. O sea, la gente que es súper, no sé ... que le encanta investigar, ... incluso a medios que yo a lo mejor no conozco tanto o artículos tal...” (sujeto 5)

De la misma forma es importante destacar que su gran uso, a nivel general es de comunicación (20%), entre familia y amigos, con ello es importante destacar la aplicación de Whatsapp que es de la más conocidas entre los usuarios y la más utilizada día a día para contactar o conocer el estado de alguien de forma inmediata.

“WhatsApp yo lo uso más, pues eso, ... para mantener contacto, ... o sea ...” (sujeto 5)

“Para comunicarte y para cualquier cosa...” (sujeto 8)

En cambio, hay algunas personas que las utilizan sin ningún fin, siendo simplemente usadas por aburrimiento (6,67%) y para poder entretenerse en sus ratos libres o por simple cotilleo de las personas que las utilizan constantemente.

“Por aburrimiento, si sin estar con el igual, si me lo quite un año y medio o dos años o así...” (sujeto 7)

Influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico

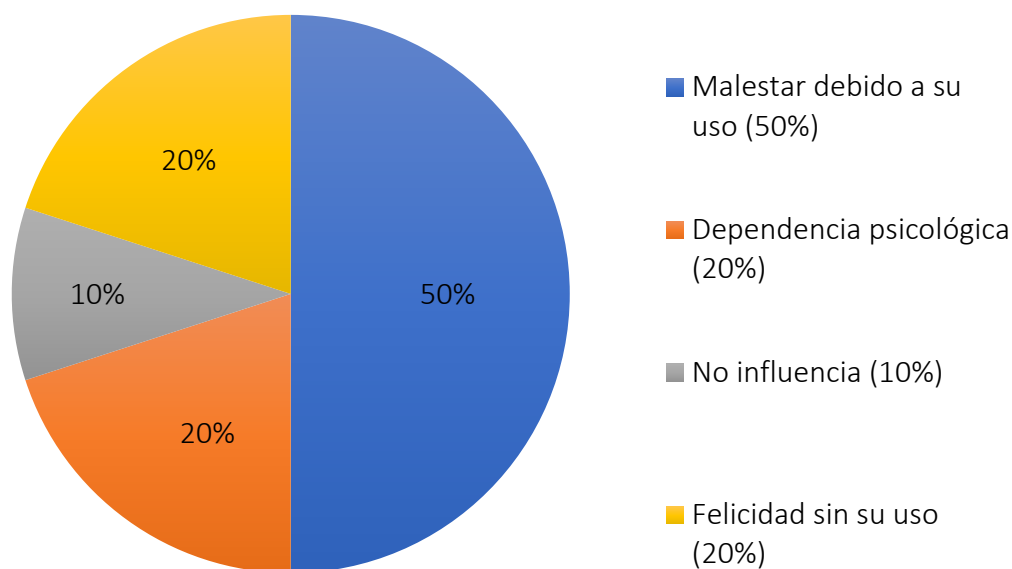


Figura 108: Gráfica de subcategorías de la Influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico (Salamanca).

Esta categoría se ha centrado en los factores que han podido influir o intervenir en algún aspecto psicológico de los universitarios que utilizan las redes sociales. Centrándonos en esta idea, algunos de los usuarios han expresado su influencia en su bienestar psicológico partiendo de la idea de estar a gusto con sus vidas, reflejándolo de forma positiva en las redes (10%), o no reflejándolo en el momento que sea de forma negativa (50%).

“Pues intento que no. Pero sí que es verdad que ... sí que he notado una evolución... pero he de admitir que en algún momento si me ha afectado... pues por ejemplo en un momento en el que no estés a gusto con tu vida, por lo que sea... y ves que alguien esta super feliz en un proyecto que le motiva ... pues dices... algo estoy haciendo mal...” (sujeto 5)

Se expresa también, que en el momento que se sube alguna foto, se espera una respuesta positiva hacia ella, mientras que si lo que se recibe es algo negativo o desagradable puede haber un poco de frustración o sensación de no estar a gusto con su vida, creando así una dependencia psicológica sobre las redes sociales (20%).

“Y puede afectar negativamente, cuando no tienes... la gente no te da un feedback positivo de lo que has subido. Entonces ahí puede haber un poco de frustración... de no estoy gustando...” (sujeto 7)

“Te crea esa dependencia psicológica...” (sujeto 6)

Otros estudiantes han indicado también su gran satisfacción en la vida tras no usar durante un tiempo dichas redes sociales, haciéndoles sentir libres y tranquilos (20%).

“Pues yo, por ejemplo, lo he pensado, ... estoy un día sin WhatsApp y para mí es un día super feliz, o sea, es decir ...tengo el móvil puesto, por si pasa algo ... no sé, pero no sé, llamo a la gente ... ¿eh que haces?... ¿quedamos?... ¿tal? ... Es otro tipo de relación, y me siento mucho más a gusto que cuando estoy en WhatsApp y llega un WhatsApp de un grupo, sobre todo de los grupos ... que detesto... Entonces a mí me aburre, yo de verdad que si pudiera estaría un tiempo sin WhatsApp, pero sé que eso significa perder muchas o varias relaciones, entonces... pues bueno.” (sujeto 5)

Problemas del mal uso de las Redes Sociales

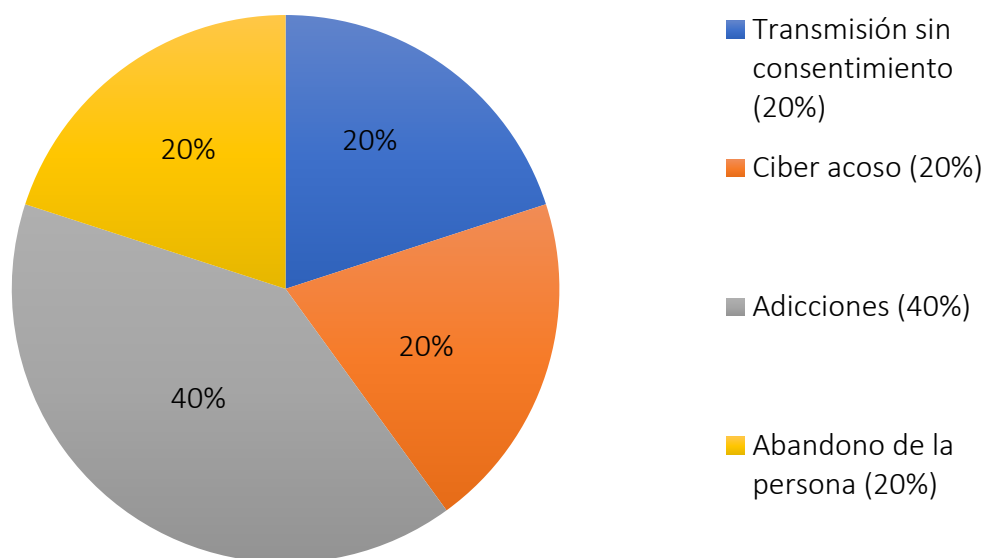


Figura 109: Gráfica de subcategorías sobre los problemas del mal uso de las Redes Sociales (Salamanca).

Existe una gran variedad de problemas ocasionados por el uso excesivo e incontrolado de las redes sociales, conociendo los más destacados y representativos en las edades universitarias y en la actualidad, las personas solo se quedan con lo que más se ve hoy en día que puede ser la adicción a las redes (40%).

“Es igual que fumar, si no puedes dejar de fumar durante una semana, no puedes dejar le móvil durante una semana, ... es una adicción.” (sujeto 6)

Actualmente los usuarios reflejan el conocimiento de otros problemas, como: el traspaso de imágenes o fotografías sin el consentimiento del sujeto presente en la imagen (20%).

“Que le hayan pasado fotos que alguien no quiere...tú le pasas una foto a alguien, y esa foto se difunde... Por ejemplo...” (sujeto 7)

También expresan otros problemas, tales como, el acoso por dichas redes sociales, llegando a conocer algunos medios o formas por lo que poder solucionar estos inconvenientes, siendo uno de ellos, la creación cada vez más continua y activa de centros de desintoxicación de redes sociales (20%)

“Si yo tenía, por ejemplo, yo fui boyscout, yo tenía una niña que, sí que le acosaban por las redes sociales, por el Whatsapp sobre todo... una persona mayor...” (sujeto 6)

“Una de las cosas que durante la carrera se hablaba mucho ... un campo emergente para trabajar es un centro de desintoxicación para las redes...” (sujeto 8)

Y, no menos importante, pero la que menos somos capaces de reconocer o ver en los demás, es la del abandono de nuestro propio cuerpo, nuestra propia persona, ya que nos ponemos detrás de una pantalla en la que no ven la realidad (20%).

“Yo, lo veo un poco, como cuando tú quieres cuidar la imagen que das al exterior, ... en el fondo el interior te dejas de cuidar, por así decirlo, entonces te destruye.” (sujeto 8)

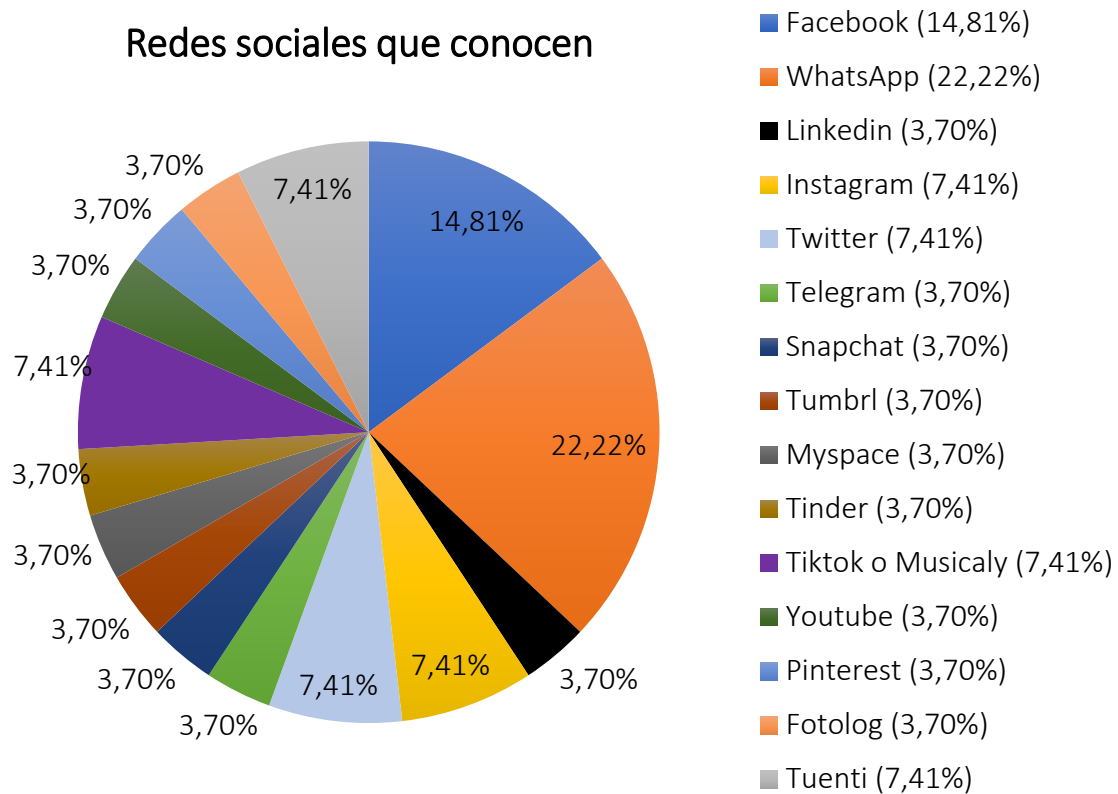


Figura 110: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales que conocen (Salamanca).

En dicha categoría se han recopilado las diferentes redes sociales que los universitarios conocen y de qué forman usan cada una de ellas, siendo este uso diferenciado en cada uno de los usuarios por su propio beneficio o gusto.

Entre las redes sociales más conocidas, por estos usuarios, se encuentra WhatsApp (22,22%), siendo esta de las más usadas, ya que la utilizan como medio de comunicación en su día a día, y poder así mantener contacto con las personas que están en otros lugares, y no tenido que gastar un dinero para hacerlo, como era antiguamente con los SMS.

“WhatsApp yo lo uso más, pues eso, ... para mantener contacto, ...”

(sujeto 5)

“Los antiguos SMS, ... pues ahora como sale gratis ...” (sujeto 6)

Esta red social, suele ser utilizada entre los compañeros de clase para informar de cambio o modificaciones en horarios o temarios de las respectivas asignaturas, ayudando así a conocer en tiempo real dichas modificaciones.

“Yo me acuerdo durante la carrera, a mí a veces me ha ayudado ... que no escribía, pero a lo mejor, la gente daba información de: o tal, ... se han cambiado la clase tal a tal sitio, ... o el estar, ... esto puedo entrar para el examen, o el profesor tal, ... eso si es útil...” (sujeto 8)

Otras redes sociales empleadas entre los universitarios, sería el Facebook (14,81%), siendo este utilizado a efectos informativos, o Twitter (7,41%) como medio de difusión.

“Uso a efectos informativos, Facebook ...” (sujeto 5)

“Twitter como difusión...” (sujeto 7)

Redes sociales como LinkedIn (3,70%), en cambio, son conocidas por los sujetos, pero no saben su correcto funcionamiento, para poder sacarle el mayor beneficio a dichas redes.

“Yo lo tengo, porque queda muy bien en el curriculum, pero ni idea. O sea, yo he hecho como tipo curriculum, pero de verdad que ... a mi hay gente que me agrega, que no conozco de nada, y no acabo de entender, ... o sea, honestamente no acabo de entender cómo funciona LinkedIn.

Se supone que, para encontrar trabajo, lo más importante es tener contactos, pero sinceramente, o sea, ...” (sujeto 5)

“¿Y para qué?, y yo le doy a aceptar, porque sé que es lo que hay que hacer, pero honestamente no le voy a hablar en mi vida. Entonces ... es un poco, que digo, ... bueno pues esta red le dará trabajo a gente, pero no es mi método. Yo, o sea, para mí no ... no...” (sujeto 5)

Otras redes sociales que conocen pero que no suelen utilizarlas, serían: Instagram (7,41%), Telegram (3,70%), Snapchat (3,70%), Tumblr (3,70%), Myspace (3,70%), Tinder (3,70%), TIKTOK denominada también como Musicaly (7,41%), Youtube (3,70%), Pinterest (3,70%) y Fotolog (3,70%).

Uso adecuado de las Redes Sociales

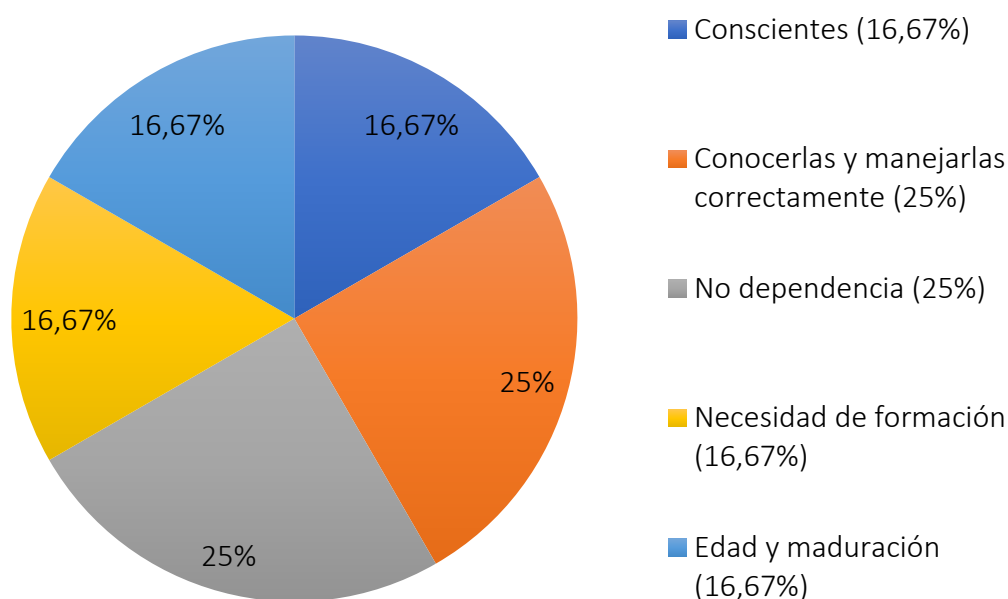


Figura 111: Gráfica de subcategorías sobre el uso adecuado de las Redes Sociales (Salamanca).

Como se ha mencionado con anterioridad, el uso de las redes sociales es muy diverso, y por ello no se puede afirmar que exista un modelo adecuado de uso de dichas redes, pero si se pueden realizar acciones que beneficien su utilización, entre las que destacan estos usuarios, la de ser conscientes de lo que se hace, es decir un uso consciente y con conocimiento (16,67%), saber lo que se está utilizando y poder manejarlo (25%).

“Consciente, un uso consciente...” (sujeto 7)

“Yo creo, que lo que hay que ser es consciente, lo que tú has dicho... saber un poco y jugar con ello. Saber qué es lo que hay, y tú ya jugar un poco ...” (sujeto 8)

También se pueden realizar acciones más contundentes, como puede ser, el control de uso de su propio teléfono móvil, solo utilizándolo en casos necesarios y no dependiendo constantemente de él a la hora de salir a la calle (25%).

“Yo hay ahora mismo no tengo el móvil, o sea ..., no lo he hecho por esto, sino yo muchas veces al salir...” (sujeto 5)

“Yo si lo dejo a veces en mi casa, ... incluso ayer mismo, en plan que le digo... antes de salir de mi casa voy a apagar el móvil ... a esta hora voy a estar ahí, ... y ya está...” (sujeto 8)

Todo ello llega a una idea principal, ¿quién nos enseña a utilizarlo bien?, ello puede defenderse en que, es necesario una educación para un buen uso, ya que, si no lo tenemos, no sabremos manejarlo y utilizarlo de forma adecuada (16,67%).

“Yo creo que hay que educar para saber darle ese uso. Porque claro, yo si no sé qué uso es bueno, o que uso es malo, pues entonces ... claro, yo puedo subir una foto, todo el mundo le da a “me gusta” o eso es lo normal, pues yo busco “me gusta” ¡joe!, y si no tengo “me gusta”, digo “¡Coño, que estoy haciendo mal!”.

Entonces, igual hay que educar a la gente, a los chavales, a que ... a hacer un uso responsable, a no darle tanta importancia a los “me gustas” ... a, ¡tío!, Si subes una foto es porque has querido, y quieres compartirla, no para que la gente esté dándole al botoncito...” (sujeto 6)

Pero, en ningún momento, los creadores de dichas redes se han parado a pensar en que se necesita una formación básica y consentida de su utilización, para poder llegar a tener un buen manejo (16,67%).

“En ningún momento se plantea, ¡Ostias! vamos a darles a las nuevas generaciones, unas nociones básicas. Tampoco hace falta hacer una clase que sea Redes Sociales. Pero yo que se una tutoría, de ¡joder! Esto es lo que pasa en Facebook, tener cuidado, por lo menos, si lo aceptas ... aceptarlo y saber porque lo aceptáis...” (sujeto 6)

Todo ello, se puede solucionar, como hemos indicado con una formación, pero ¿a qué edad es bueno coger el móvil?, o simplemente, ¿cuándo se deberían comenzar a usar las redes sociales? En la actualidad no existe ningún impedimento para que los menores usen las redes sociales, eso viene determinado por la educación que se les da en las casas a esos niños/as, y por ello, los padres son los que mejor conocen a sus hijos y saben que un buen momento para ello podría ser cuando el estudiante madure, cuando sepa las consecuencias de su uso y los problemas que puede conllevar ese uso (16,67%).

“Igual tienes que esperar un poco a que tenga la cabeza un poco más amueblada y que sepa que puede hacer y que no puede hacer con un móvil ... luego cuando lo tenga, ya ...” (sujeto 7)

Uso de Redes Sociales según la edad

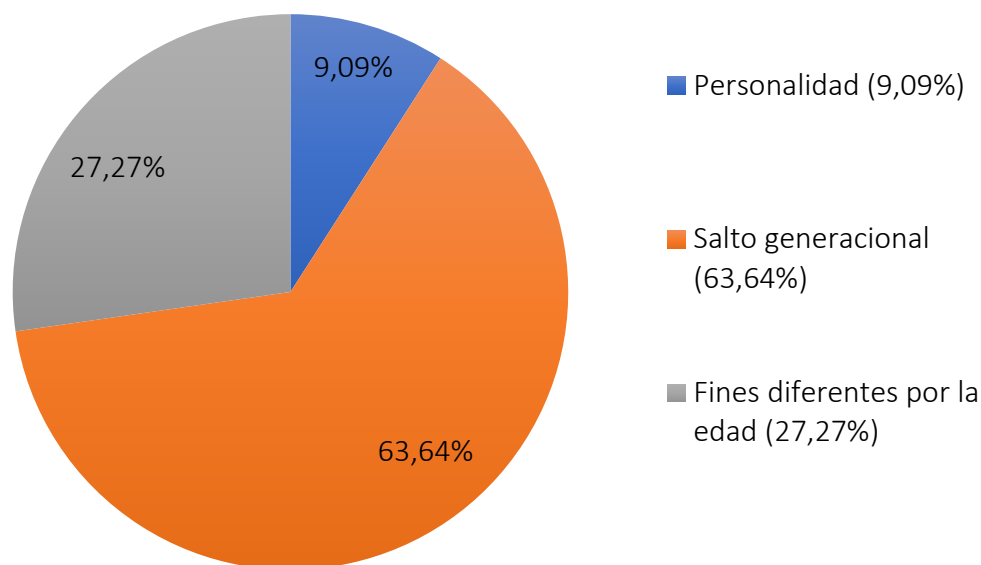


Figura 112: Gráfica de subcategorías sobre el uso de Redes Sociales según la edad (Salamanca).

El gran uso de las redes sociales ha llegado a todas las edades, pero más concretamente a las edades juveniles, entre las que se pueden destacar los universitarios.

Existe una gran variedad de opiniones sobre el uso de dichas redes, teniendo en cuenta la diferencia de edad. Hay personas que expresan su idea de que el uso de las redes sociales, viene determinado por la sociedad, por lo que se está utilizando en el momento, es decir por el uso que le dé cada uno, no influyendo así su edad (9,09%).

“Yo creo que es individual, esa cosa es de cada uno” (sujeto 8)

Mientras que las otras opiniones van destinadas al uso diferenciado de las redes dependiendo de la edad, destacando que las personas mayores no tienen el mismo uso de las redes sociales, que la juventud o los adolescentes (63,64%). Ello lo reflejan en expresiones como:

“La brecha digital es, ... o sea las personas de 60 años no usan las redes sociales, como las usamos nosotros ...” (sujeto 7)

Aunque algunos de ellos discrepan con esta idea, ya que conocen a gente de esa edad que, sí las usan, y se están introduciendo en ellas en la actualidad, expresando una utilización con fines diferentes a los que presentan los adolescentes (27,27%).

“Mi tío que tiene 60 años, está ahí con el WhatsApp constantemente” (sujeto 6)

“Solo conozco un par de personas que lo usan, ... pues para reflexionar, para ... ver que publican cosas super interesantes, pero ... ya tienen 30 años, y 36, así que bueno ... que no los considero mayores...” (sujeto 5)

Uso de las Redes Sociales según el nivel educativo

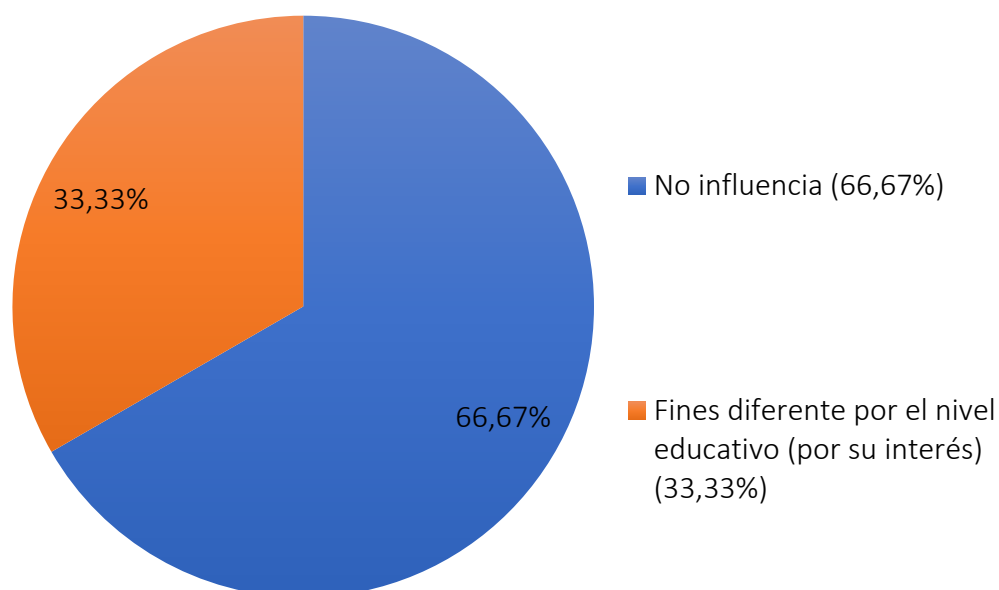


Figura 113: Gráfica de subcategorías sobre el uso de Redes Sociales según el nivel educativo (Salamanca).

Las redes sociales han surgido en un momento en el que la educación tiene un gran auge. Hoy en día la mayoría de las adolescentes pueden permitirse unos estudios avanzados con los que formarse para su futuro, y con ello poder conocer los avances, en todos los sentidos, tecnológicos o didácticos de las diferentes ramas estudiadas.

Por ello se ve conveniente conocer hasta qué punto esa educación puede influir para la utilización de las redes sociales, teniendo una idea muy general, en la que indican su conformidad con la no influencia del nivel educativo a la hora de la utilización de dichas redes (66,67%), expresada en frases como:

“Haber yo creo que no ... creo que es algo que esta hiper extendido, y que la educación, ... el nivel formativo que tu tengas, yo creo que eso no influye ...” (sujeto 5)

O simplemente lo mismo, que se ha expresado para la diferencia de edad, en la que pueden utilizarse dichas redes, pero con fines diferentes o de forma más consciente, según su formación académica (33,33%).

“Igual en la forma de utilizarlo. Lo que decíamos antes, es la forma consciente, en la que tu usas la aplicación o no. Que te sirva de algo o lo uses por usarlo” (sujeto 7)

Desconocimiento del uso de las Redes Sociales

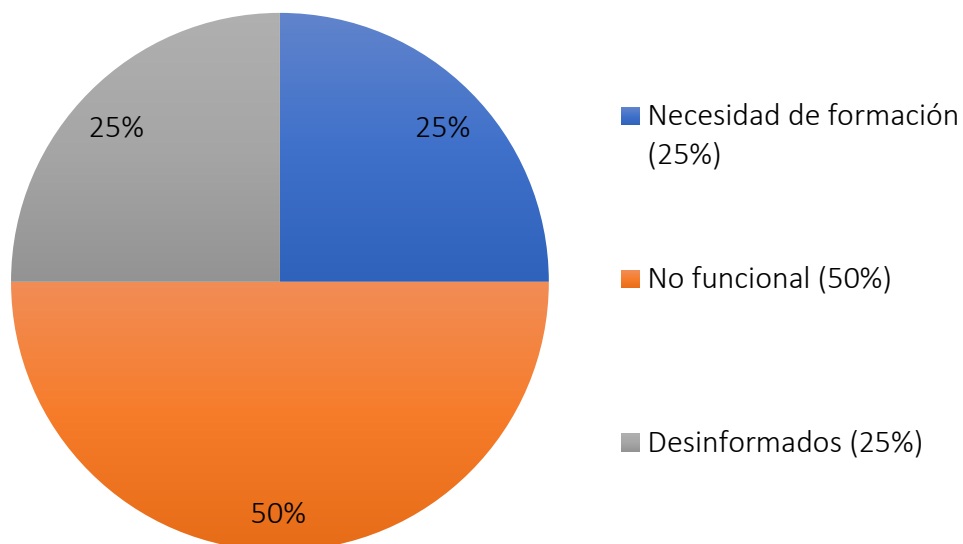


Figura 114: Gráfica de subcategorías del desconocimiento sobre el uso de las Redes Sociales (Salamanca).

La gran variedad de redes sociales existentes hace que no se conozcan algunas de ellas, o simplemente no se sepa su uso adecuado o el fin para el que se crea.

Por ello, redes sociales como LinkedIn (u otras redes) tiene un uso sin alicientes, ya que se utiliza porque creen que es lo apropiado, pero no conocen las ventajas que puede aportarles dicha red (50%).

“Yo lo tengo, porque queda muy bien en el curriculum, pero ni idea. O sea, yo he hecho como tipo curriculum, pero de verdad que ... a mi hay gente que me agrega, que no conozco de nada, y no acabo de entender, ... o sea, honestamente no acabo de entender cómo funciona LinkedIn” (sujeto 5)

Con ello, expresan una desconformidad con la poca información aportada sobre las redes o su utilización (25%).

*“No estamos informados, ... yo hablo por lo menos de mí, ... yo para nada, ... no conozco nada de este mundo”
(sujeto 8)*

A través de ello, indican una solución, en la que se debe aplicar una buena educación de redes, o simplemente el explicar las verdaderas funciones de las redes sociales, como la de LinkedIn, puede hacer que mucha más gente la use, y de una forma adecuada (25%).

“Yo creo que hay que educar para saber darle ese uso. Porque claro, yo si no sé qué uso es bueno, o que uso es malo, pues entonces ... claro, yo puedo subir una foto, todo el mundo le da a “me gusta” o eso es lo normal, pues yo busco “me gusta” ¡joe!, y si no tengo “me gusta”, digo “¡Coño, que estoy haciendo mal!” (sujeto 6)

Inconveniente de las Redes Sociales

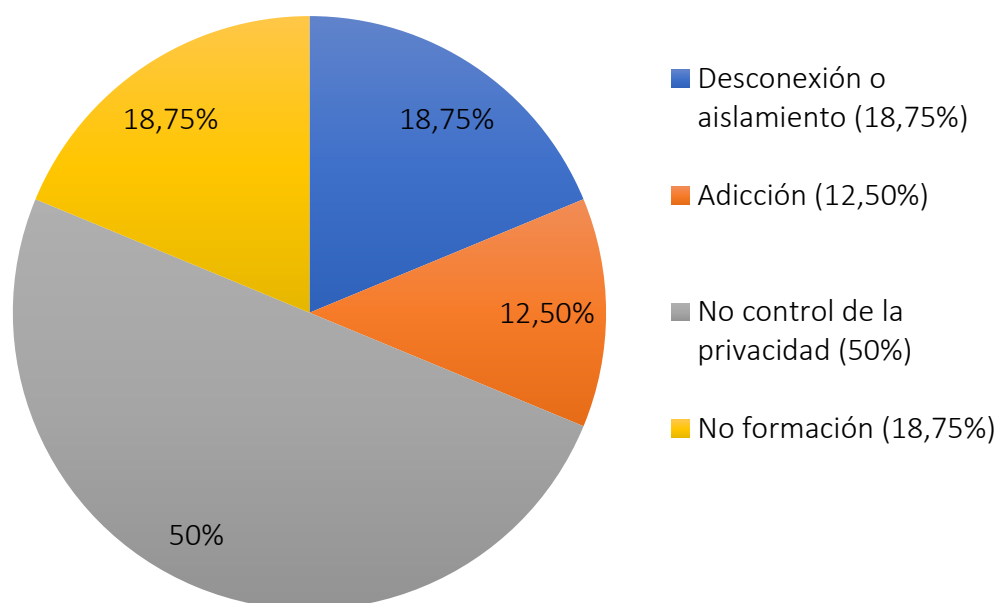


Figura 115: Gráfica de subcategorías sobre los inconvenientes de las Redes Sociales (Salamanca).

Las redes sociales, de la misma forma que presentan unas ventajas, pueden presentar unos inconvenientes en su uso, y sobre todo en su uso inadecuado o abusivo (12,50%), el aislamiento de la persona que lo usa (18,75%) y la no privacidad de datos (50%).

El uso abusivo de dichas redes viene determinado por cada persona, hoy en día existen muchos móviles, que poseen aplicaciones para controlar el tiempo de uso de dichas redes, pero aun así es complicado controlar el tiempo de utilización del teléfono móvil o cualquier aparato electrónico en el que se pueda activar una red social (12,50%).

“Pero analizo y pienso: pero, ¿cómo he podido usar tanto el móvil? Y al final claro, te pones a sumar y dices ... ¡joe!, pues al final 2 horas y medias, por Youtube, por Google ... por lo que sea, pero ...” (sujeto 8)

Hoy en día los adolescentes usan las redes sociales y se aíslan del mundo, de tal forma que, aunque estén con personas alrededor, es como si no existieran y se penetran en el mundo digital.

Pero también se discrimina a la persona que no utilice esas redes, es decir, si no perteneces a esa red no podrás saber ciertas cosas, y así la sociedad hace que todo el mundo esté conectado y colgado a dichas redes (18,75%).

“Que al final las redes sociales te aíslan si no quieres ... estar en esa red social” (sujeto 6)

También es importante, y está muy marcado en los universitarios, la poca privacidad de datos, en la que ellos se mueven por cualquier aparato electrónico, y sobre todo por las redes sociales.

Hoy en día es necesario aceptar, en todo momento, las diferentes condiciones de privacidad de datos, en la que nos indican que no se usará dicha información fuera de esa aplicación o programa, pero no conocemos con exactitud hasta qué punto lo que dicen se cumple o manejan nuestros datos a su antojo (50%).

“Como aceptar la privacidad esta de datos, que a mí me pone nerviosa... pero claro que vas a hacer, es que no te queda más. Y luego te enteras de: “Facebook ha ... no sé cuánto ...” y dices: ahí van, ahí van todos mis datos, ahí van...” (sujeto 5)

“Eso es una estafa, cuando te dicen que una aplicación es gratis, en el fondo gratis es mentira, tu estas pagando con tu privacidad. Y tú, ... cuando aceptas esas cosas, los miles de cláusulas que vienen ... tu cedas derechos a que accedan al micro, a la cámara, no sé dónde... y después esa información se vende a no sé qué empresa, y después te salen los anuncios, ...” (sujeto 8)

Y, como ya hemos destacado en otras categorías, es necesario una formación sobre un buen manejo de las redes, conllevando así mejor funcionamiento tanto de las redes, beneficiándose por que sean usadas, como mayor control de la persona hacia ellas (18,75%)

“Pero porque nadie nos ha enseñado a eso. O sea, yo he ido creciendo y de repente apareció el móvil, luego hemos seguido creciendo, ¡joder! El Smartphone. Entonces ... nadie me ha dicho los riesgos que hay a la hora de utilizar esas cosas, o de darle, ... (sujeto 6)

Presion social de las Redes

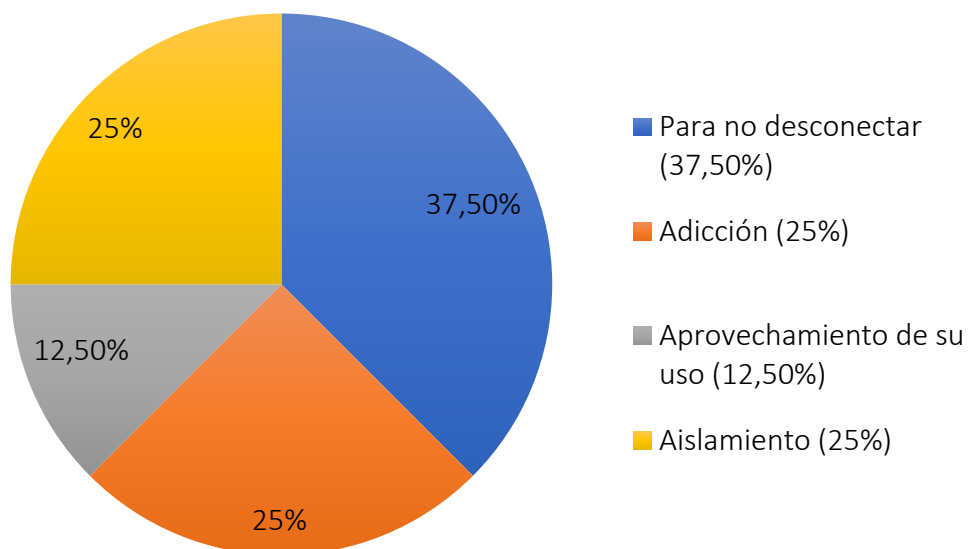


Figura 116: Gráfica de subcategorías sobre la presión social de las Redes (Salamanca).

Como ya he nombrado, las redes sociales han surgido en la sociedad, con un fin concreto, que es el de relacionar a las personas de diferentes maneras. Pero existe una coacción hacia las personas que no las usan, ya que se sienten discriminadas o poco aceptadas por la sociedad, haciendo así que se usen constantemente las redes sociales, independientemente de la edad, sexo, lugar, etc... (37,50%)

“Pero eso es lo que te ha creado la sociedad. Se ha ido introduciendo poco a poco en nuestras vidas, hasta que ya se ha vuelto una cosa que necesitas, porque yo muchas veces pienso, me voy a quitar el WhatsApp, y luego digo: “y joder ¿para quedar como hago?” ... Ya que tengo pocas relaciones sociales, ¿no?... y no sé qué... Y un amigo que no tiene WhatsApp... joder... no le puedes decir mañana se va a hacer estoy y lo otro, ya le tengo que llamar ...y entonces es como más coñazo, ... que es lo que se hacía antes... llamar a la gente...”
(sujeto 6)

También, como lo referido en el desconocimiento de las redes sociales, se ha indicado la falta de uso de las redes sociales conociendo su función adecuada, y con ello se puede reflejar la presión que realiza la sociedad a la hora de su utilización, siendo esta presión tan fuerte que hace que aceptemos a personas o nos instalemos redes sociales que en verdad no nos sean útiles (25%).

“Yo le doy a aceptar, porque sé que es lo que hay que hacer, pero honestamente no le voy a hablar en mi vida. Entonces ... es un poco, que digo, ... bueno pues esta red le dará trabajo a gente, pero no es mi método” (sujeto 5)

Esta presión social, puede afrontarse con un uso adecuado de ellas, adaptándose de una forma consciente a su uso o simplemente vivir sin ellas, es decir, vivir sin las redes que no necesitamos día a día (12,50%).

“Hay que adaptarse a ellas. Intentar visir sin ellas, en este mundo, aquí... Yo creo que no se puede” (sujeto 8)

Este uso excesivo y poco consciente de las redes sociales hace que nos aislemos de lo que tenemos en nuestro entorno, como es el caso de la familia, amigos, es decir, el poder salir a tomar algo, o simplemente ir a casa de un amigo a visitarlo (25%).

“Que al final las redes sociales te aíslan si no quieres ... estar en esa red social” (sujeto 6)

“Exacto, exacto... O aceptas todo o no entras” (sujeto 5)

Redes Sociales en la Universidad

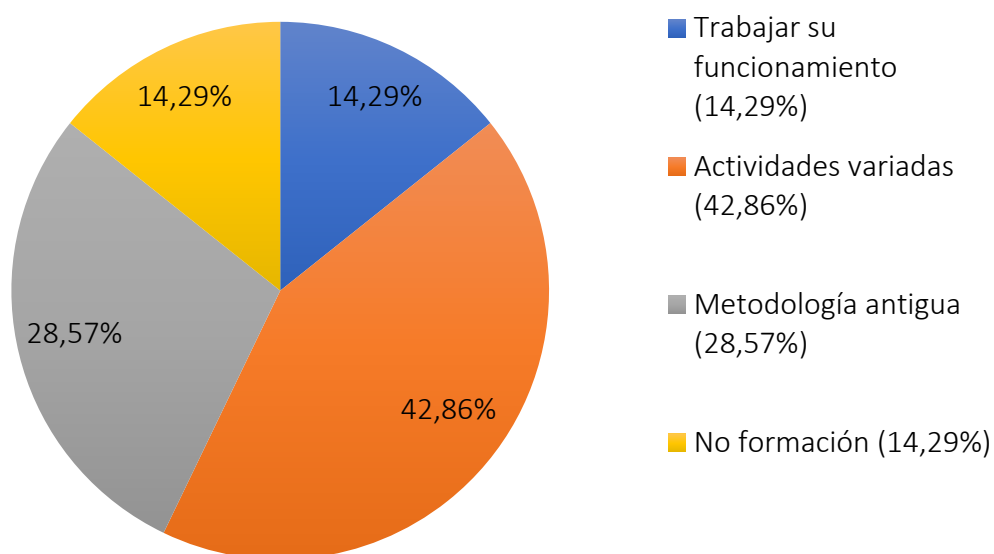


Figura 117: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales en la Universidad (Salamanca).

La universidad es un gran medio para la utilización de las redes actuales y para la difusión de la información referentes a las investigaciones de las diferentes ramas, pero aun así no son utilizadas en las clases de las facultades de Salamanca.

Sí son utilizadas en las clases específicas de redes sociales, y alguna clase más concreta o en alguna actividad (42,86%), como puede ser Twitter o Snapchat.

“Hemos usado Twitter como difusión” (sujeto 7)

“El Snapchat, también lo hemos usado en clase” (sujeto 7)

Pero las redes sociales, no son consideradas como instrumentos de metodología universitarios, ya que los profesores, prefieren acerrarse a lo conocido y no modificar una enseñanza según los avances tecnológicos (28,57%).

“La metodología que utilizan los profesores sigue estando anclada en el anterior siglo, entonces lo que hago es, yo soy el profesor vengo aquí con mi power point aún, ... muy bonito de hace 5 o 6 años, os cuento la chapa y adiós. O sea, ya no es ni hacer un prezi, ¿sabes?”

Es como “oh, novedad”, bueno novedad hace 10 años ¿sabes?, yo que se un poco de novedad. No, sigue siendo el típico power point y ya está, te lo explico” (sujeto 6)

También las redes en la universidad son trabajadas, pero solo de forma generalizada, en la que solo se centran en conocer su funcionamiento (14,29%).

“En clase hemos trabajado redes sociales. Pero, para trabajar a través de las redes sociales” (sujeto 7)

Y como lo remarcado en todas las categorías, no podemos dejar de lado la importancia que tiene una buena formación o educación sobre el uso de dichas redes, y por ello este alumnado lo detalla en algún momento del *focus group*, resaltando que la universidad no debería de ser la encargada de ello, si no que tiene que ser a edades más tempranas (14,29%).

“Yo creo que la universidad ya no está para eso ...” (sujeto 6)

4.2.2. Análisis comparado

A continuación, se presentarán las diferentes categorías y subcategorías relativos a la muestra en su conjunto, es decir, los resultados de ambas universidades como un mismo grupo.

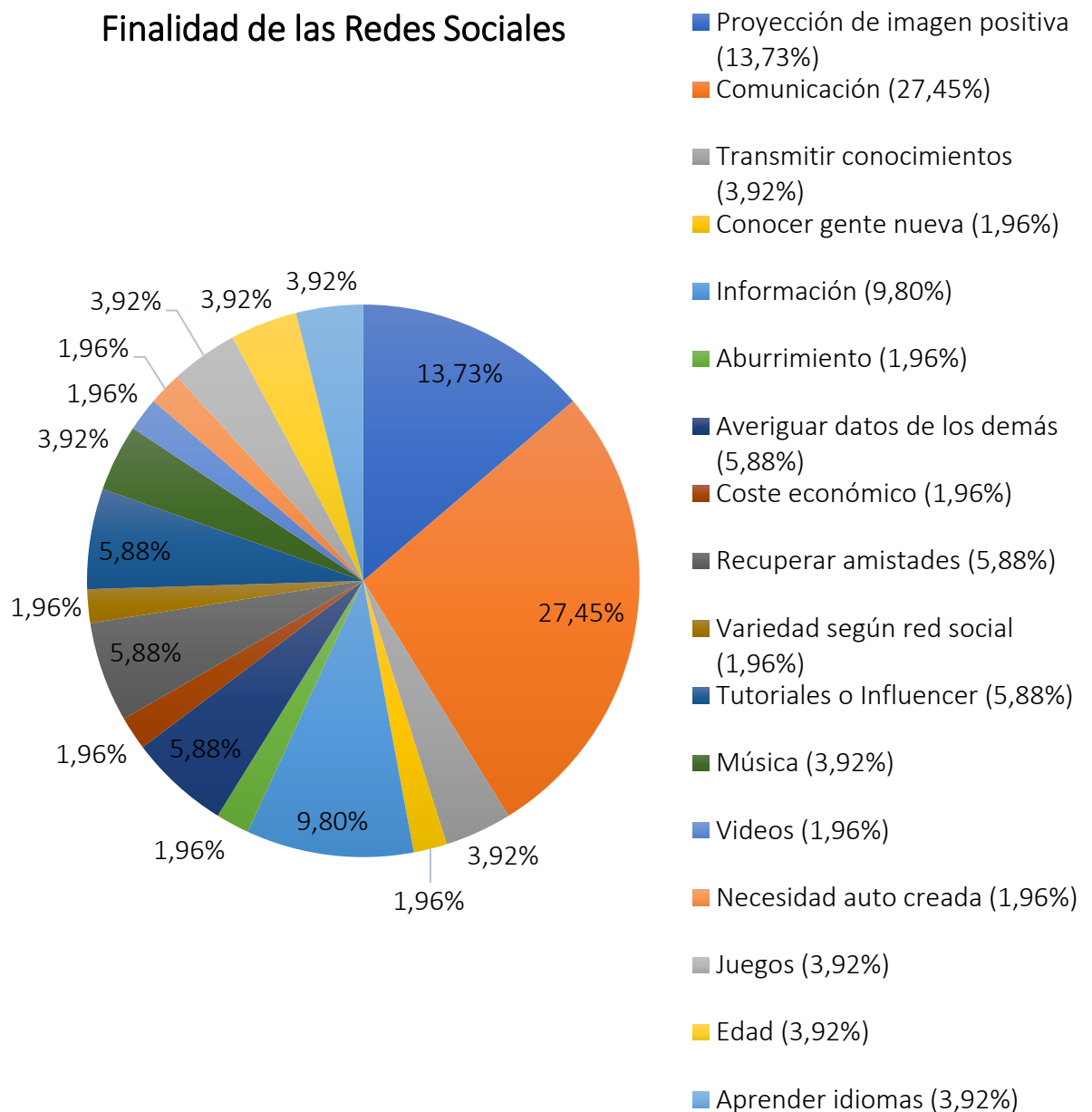


Figura 118: Gráfica de subcategorías sobre la finalidad de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca).

Consideramos que las redes sociales no se pueden clasificar en buenas o malas. Según indican el alumnado del *focus group* de Salamanca, se puede decir que dichas redes entretienen de una forma u otra al sujeto que las utiliza, para su beneficio o perjuicio, por todo ello los adolescentes muchas de las veces las usan por el simple hecho de estar aburridos, de no tener nada que hacer (1,96%).

Sobre todo, es importante destacar que su uso es llevado a cabo para una comunicación entre familia, amigos o compañeros de trabajo (27,45%), siendo esta su principal finalidad, según los sujetos que participan en ambos *focus group*.

Pero no solo se queda ahí la finalidad de las redes, estos sujetos también reflejan como finalidad de dichas redes la proyección de la imagen positiva, es decir, que los sujetos exponen en sus redes sociales la parte positiva de su vida (13,73%), o si no tiene parte positiva se la inventan, ya que en ningún momento quieren expresar pena o lastima sobre lo que le ocurre en cada momento.

También los sujetos de nuestros *focus group* consideran importante la información que manejan las redes sociales, las cuales pueden ser a veces inéditas en dichas redes, generando así una necesidad de uso de dichas redes para conocer más información sobre temas que se deseen saber (9,80%), de la misma forma que generar o transmitir conocimientos y opiniones sobre temas concretos (1,96%) y el poder averiguar datos sobre los demás con solo dar a un clic (5,88%).

Entre otras finalidades a destacar, pero según nuestros sujetos de Extremadura, y no tan llamativas como las presentadas hasta ahora, es el poder recuperar amistades perdidas (5,88%), contemplar tutoriales o videos de influencer (5,88%), escuchar música (3,92%), utilizar las redes como medio de juegos (3,92%), usar las redes sociales según la edad con fines diferentes (3,92%), aprender idiomas utilizando dichas redes (3,92%), conocer gente nueva (1,96%), utilizar las redes por el ahorro económico (1,96%), manejar las redes sociales según que tipo de red social es (1,96%), ver videos sobre nuevas informaciones o trabajos (1,96%) y auto crearse la necesidad de utilizar dichas redes (1,96%).

Influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico

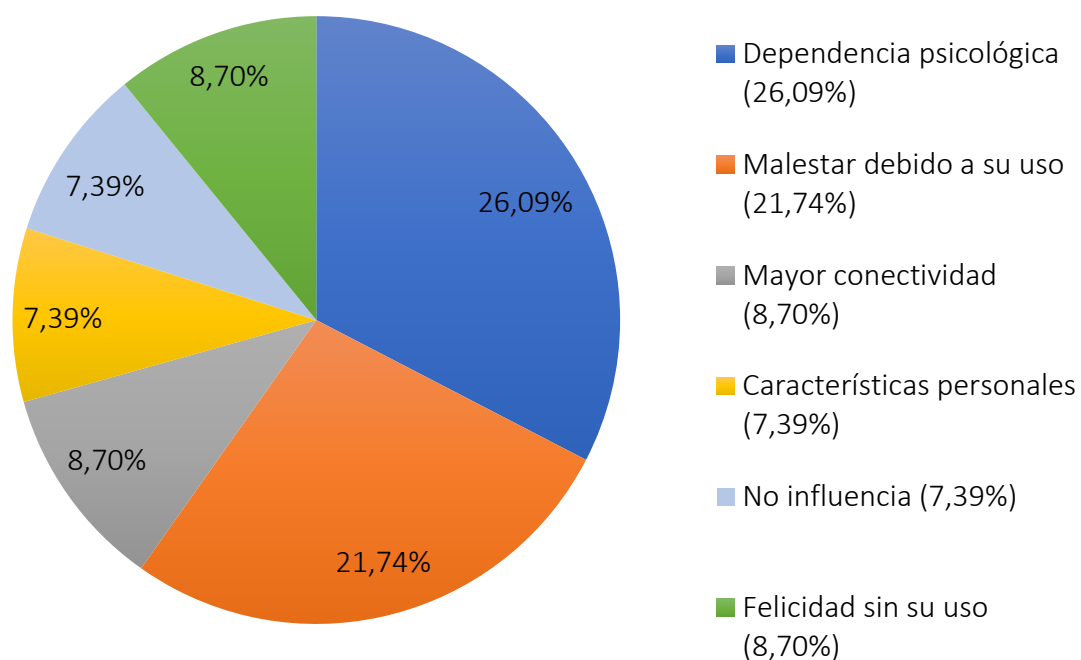


Figura 119: Gráfica de subcategorías sobre la influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico (Extremadura y Salamanca).

Esta categoría es una de las más importantes de nuestra investigación, ya que se centra en responder al objetivo principal de dicha investigación. Se puede determinar, que según los sujetos que participan en ambos *focus group*, las redes sociales influyen en el bienestar psicológico formando una dependencia psicológica (26,09%). Dicha dependencia es creada por la necesidad constante de utilizar dichas redes y de estar informado en todo momento de lo que ocurre a nuestro alrededor.

El alumnado del *focus group* de Extremadura indican que las personas tienen la necesidad de estar conectadas o de utilizar las redes sociales de una forma constante (8,70%) y el alumnado del *focus group* de Salamanca expresan que ello puede conllevar a un malestar en la persona, generando así un mal bienestar psicológico, afectando así al ánimo, a la personalidad, es decir, afectando a la persona en todos sus aspectos (21,74%).

Otra de las influencias del bienestar psicológico sobre el uso de las redes sociales destacadas por los sujetos de ambos *focus group* es simplemente el que no le influya el uso de dichas redes (7,39%).

En cambio, mientras que el alumnado de Extremadura indica que es importante el uso de redes sociales según las características personales dependiendo de la fuerza que tiene para enfrentarse a ellas (7,39%), el alumnado de Salamanca refleja la felicidad que se siente al no usar dichas redes sociales, expresando así su capacidad de control hacia el manejo de dichas redes (8,70%).

Problemas del mal uso de las Redes Sociales

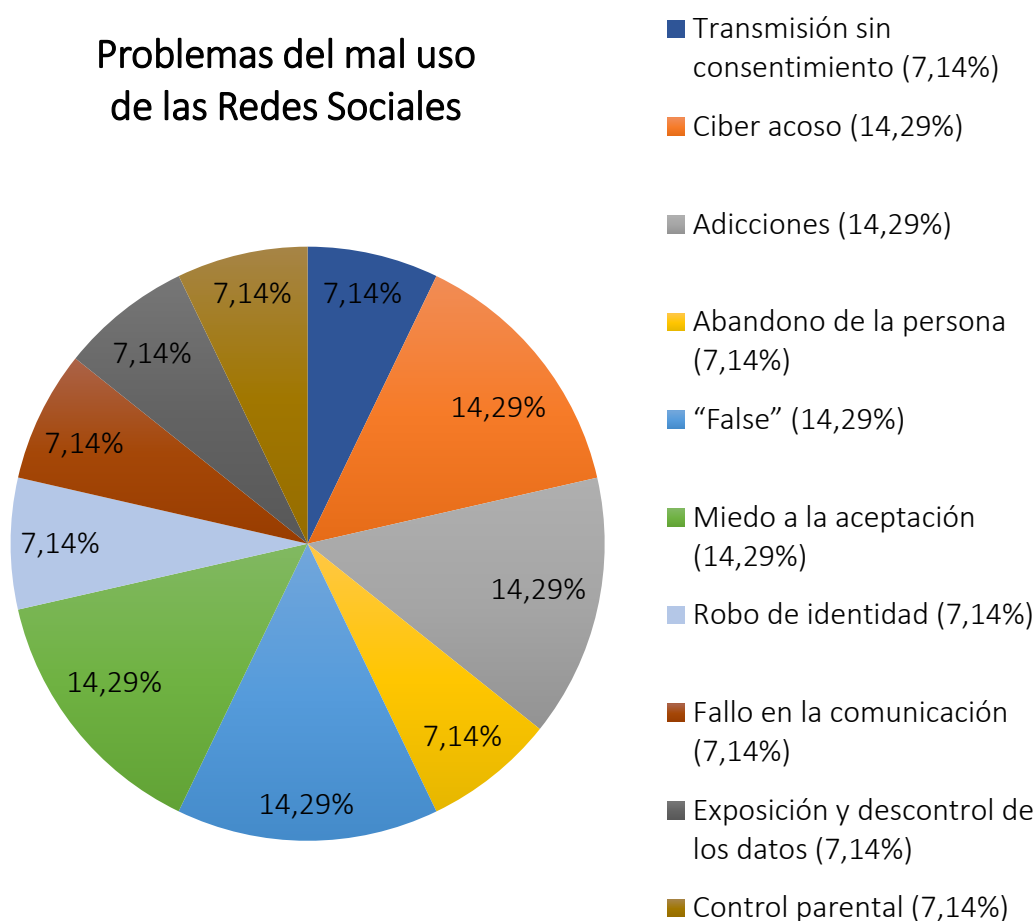


Figura 120: Gráfica de subcategorías sobre problemas del mal uso de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca).

Los problemas que se generan por el mal uso de las redes sociales pueden tener una gran variedad acciones, pero las marcadas por los sujetos presentes en nuestros *focus group* indican que el más llamativo es los del ciberacoso (14,29%).

Los sujetos presentes en el *focus group* de Extremadura tienen una mayor variedad de problemas presentes, entre los que destacan el denominado “False”, que es un término utilizado para describir a las personas que se crean perfiles falsos para hacer daño a otras (14,29%), el miedo a la aceptación de la sociedad (14,29%), el robo de la identidad (7,14%), el fallo de la comunicación directa con las personas (7,14%), la exposición y el descontrol de los datos cuando los introducimos en cualquier red social (7,14%) y el control parental de los menores (7,14%), que en este caso no es necesario ya que nuestra muestra es adulta y referente a la universidad.

En cambio, los sujetos de Salamanca centran su atención y conocimiento en la transmisión de sus datos o imágenes sin su consentimiento (7,14%), las adiciones de manera que usan constantemente las redes sociales generando un problema o trastorno psicológico (14,29%) y el abandono de la persona tanto físicamente como psicológicamente, creando una dejadez en todos sus sentidos (7,14%).

Redes Sociales que conocen

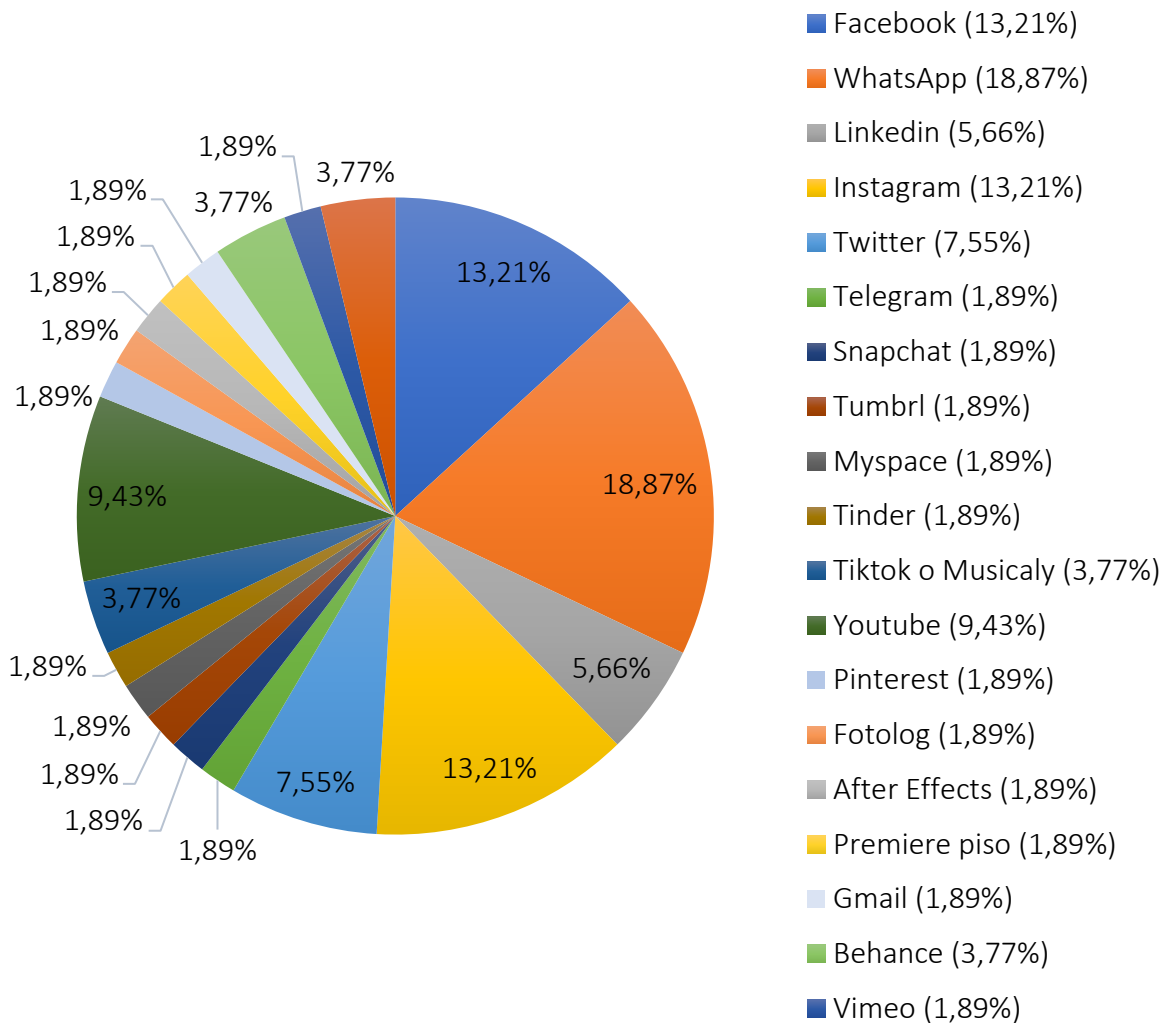


Figura 121: Gráfica de subcategorías sobre Redes Sociales que conocen (Extremadura y Salamanca).

Las redes sociales más conocidas entre ambos *focus group* de nuestra investigación son las redes sociales: Whatsapp (18,87%), seguida de Facebook e Instagram (13,21% ambas), Youtube (9,43%), Twitter (7,55%) y LinkedIn (5,66%).

El conocimiento sobre las redes sociales es distinto en ambos *focus group*, ya que el realizado en Extremadura conoce una gran variedad de redes sociales más centradas la expresión de trabajos como son la red social After Effect (1,89%), Premiere Piso (1,89%), Gmail (1,89%), Behance (3,77%) y Vimeo (1,89%). Mientras que los sujetos de Salamanca conocen en

mayor medida las redes sociales relacionadas con conocer y contactar con gente, como son la red social Telegram (1,89%), Snapchat (1,89%), Turmbri (1,89%), Myspace (1,89%), Tinder (1,89%), TikTok o también denominado Musicaly (3,77%), Pinterest (1,89%), Fotolog (1,89%) y Tuenti (3,77%).

Uso adecuado de las Redes Sociales

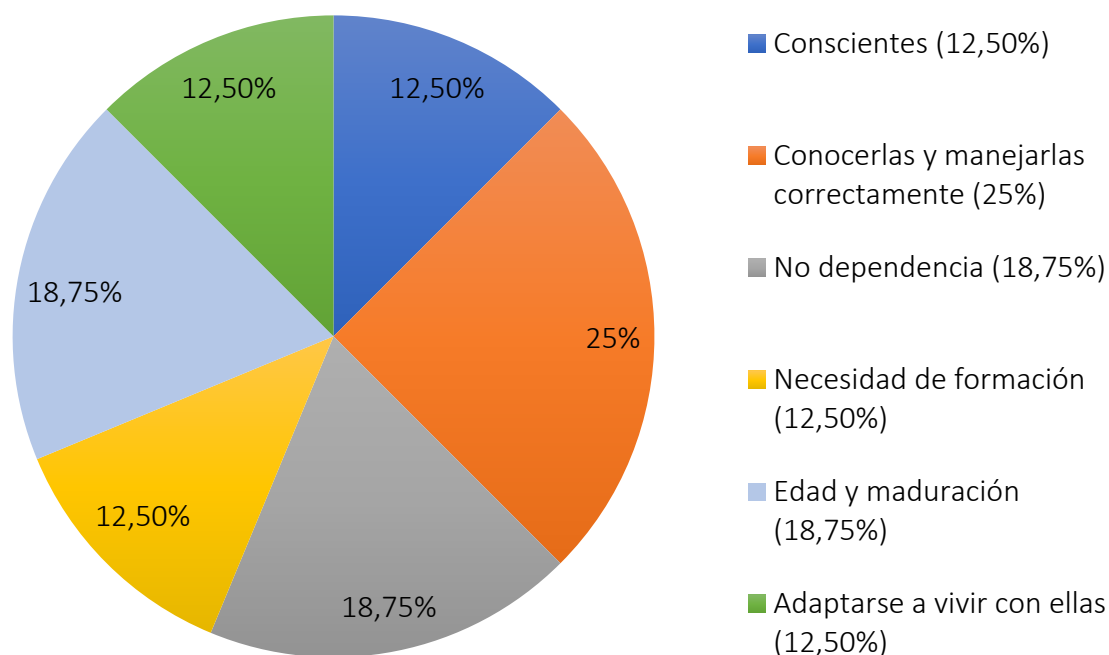


Figura 122: Gráfica de subcategorías sobre el uso adecuado de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca).

En la actualidad las redes sociales son utilizadas por un millar de personas, sin saber si de verdad las están utilizando adecuadamente o no. Los sujetos de ambos *focus group* determinan que para ellos un buen uso de esas redes tiene que conllevar un control de nuestra información a la hora de utilizarlas, conociéndolas y manejándolas de forma correcta según sus finalidades (25%).

Un dato importante para poder realizar ese uso adecuado de dichas redes es la edad y maduración cognitiva de la persona (18,75%), ya que no es lo mismo que use una red social un niño de 10 años que una persona de 30.

Los sujetos de Salamanca entienden que existen más factores a tener en cuenta para un uso adecuado de dichas redes, entre los que destacan tener consciencia del uso y funcionamiento de las redes (12,50%), la necesidad de formación (12,50%) y la no dependencia constante de estar utilizando dichas redes (18,75%).

Con todo ello el alumnado de Extremadura indica que una buena táctica es aprender a vivir con ellas, conocerlas de forma adecuada y adaptarlas a su vida de una forma controlada (12,50%).

Uso de las Redes Sociales según la edad

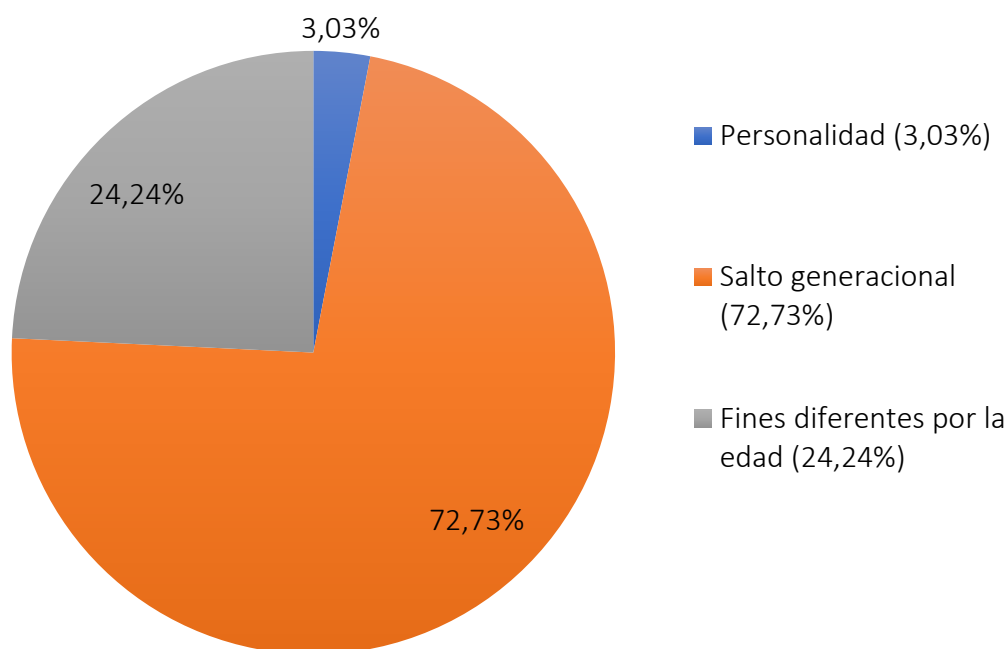


Figura 123: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según la edad (Extremadura y Salamanca).

En lo referido a las edades que usan las redes sociales, ambos grupos determinan que existe un salto generacional a la hora de utilizar las redes (72,73%), pero ello no quiere decir que no las usen, si no que las usan con fines diferentes (24,24%).

En cambio, los sujetos de Salamanca indican que a la hora de utilizar las redes sociales según la edad también influye la personalidad (3,03%), porque habrá personas que, aunque sean mayores o jóvenes utilicen las redes sociales con la misma finalidad.

Uso de Redes Sociales según nivel educativo

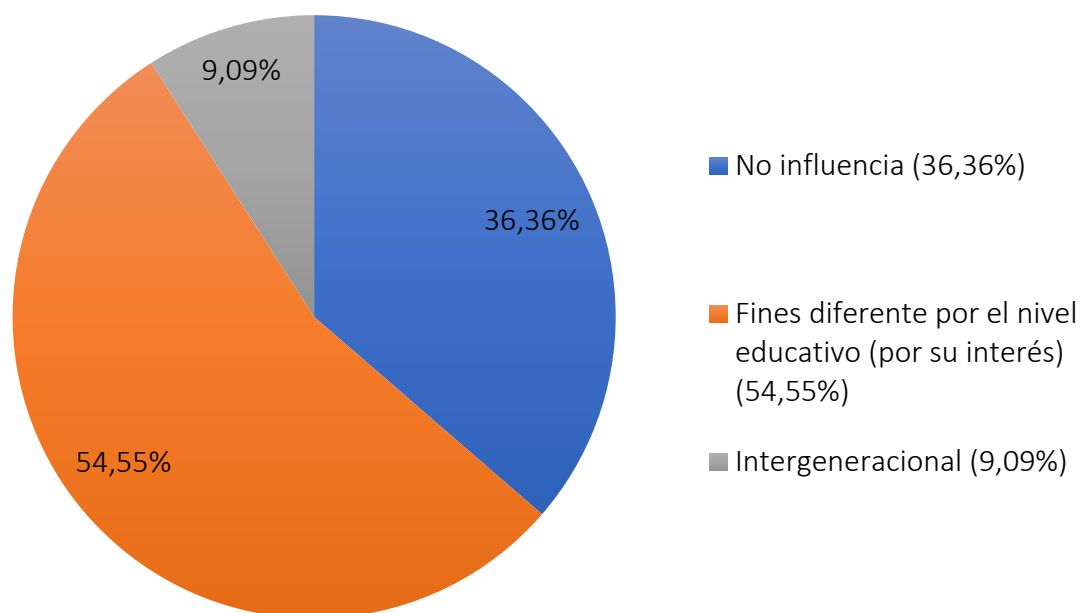


Figura 124: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según el nivel educativo (Extremadura y Salamanca).

De la misma forma que muestran una influencia de la edad a la hora de la utilización de las redes sociales, en lo referido al nivel educativo ambos grupos entienden que las redes utilizadas son diferentes teniendo en cuenta los intereses de las personas, es decir, no creen que las personas con un nivel educativo mas alto tengan los mismos intereses que uno que no los tenga y por ello estas personas utilizaran las redes con una finalidad distinta (54,55%).

Por el contrario, los sujetos de Salamanca no creen que ese nivel educativo tenga ninguna influencia sobre el uso de dichas redes (36,36%), mientras que el alumnado de Extremadura determina que las redes sociales son intergeneracionales, ya que muchas de ellas

vienen preinstaladas en los móviles de última generación, como es el caso de WhatsApp, y por ello puede utilizarlas cualquier persona del mundo en cualquier momento (9,09%)

Desconocimiento del uso de las redes sociales

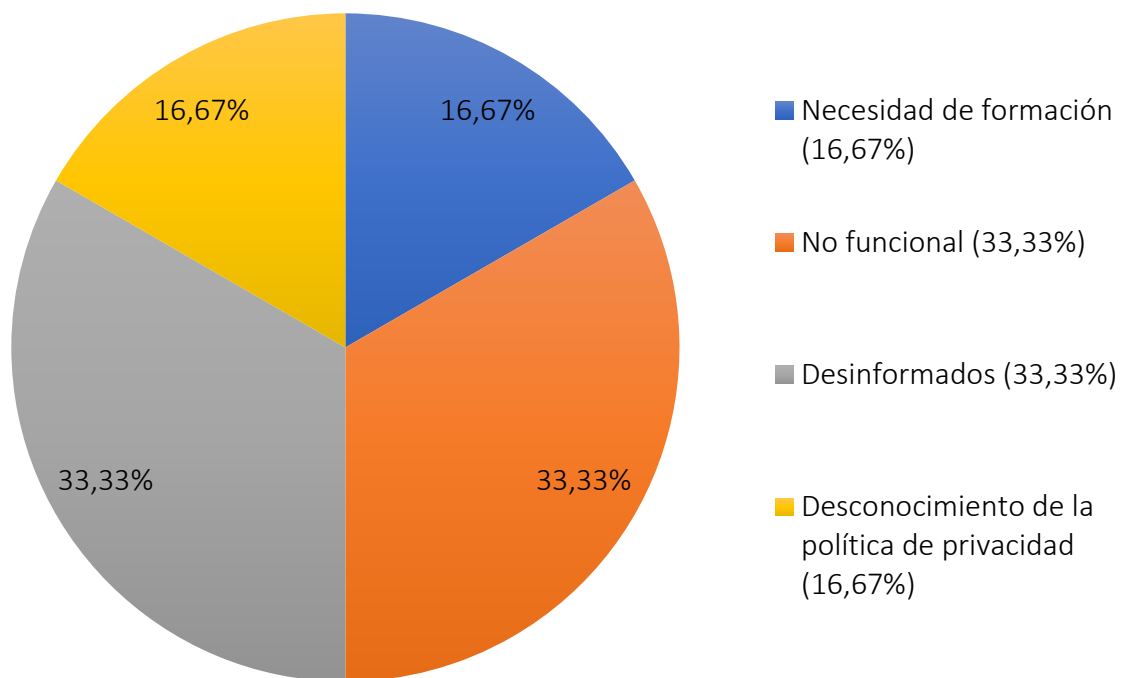


Figura 125: Gráfica de subcategorías sobre el desconocimiento del uso de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca).

¿Hasta qué punto estamos informados del buen uso de las redes sociales? Según los sujetos que han participado en ambos *focus group*, se determina que no se está notablemente informado sobre ese buen uso (33,33%), ya que no hay plataformas que expliquen su uso, sino que simplemente se usan copiando lo que hacen los demás.

Los sujetos de Salamanca le dan más importancia a que no se conoce el funcionamiento o su funcionalidad (33,33%), no porque no nos informemos sino porque necesitamos una formación que no se lleva a cabo de forma adecuada (16,67%).

Mientras tanto, los sujetos de Extremadura entienden que el mayor problema con el desconocimiento de las redes es la aceptación de las políticas de privacidad, en la que cedemos todos nuestros datos sin saber si de verdad están controlados en la red social o no (16,67%).

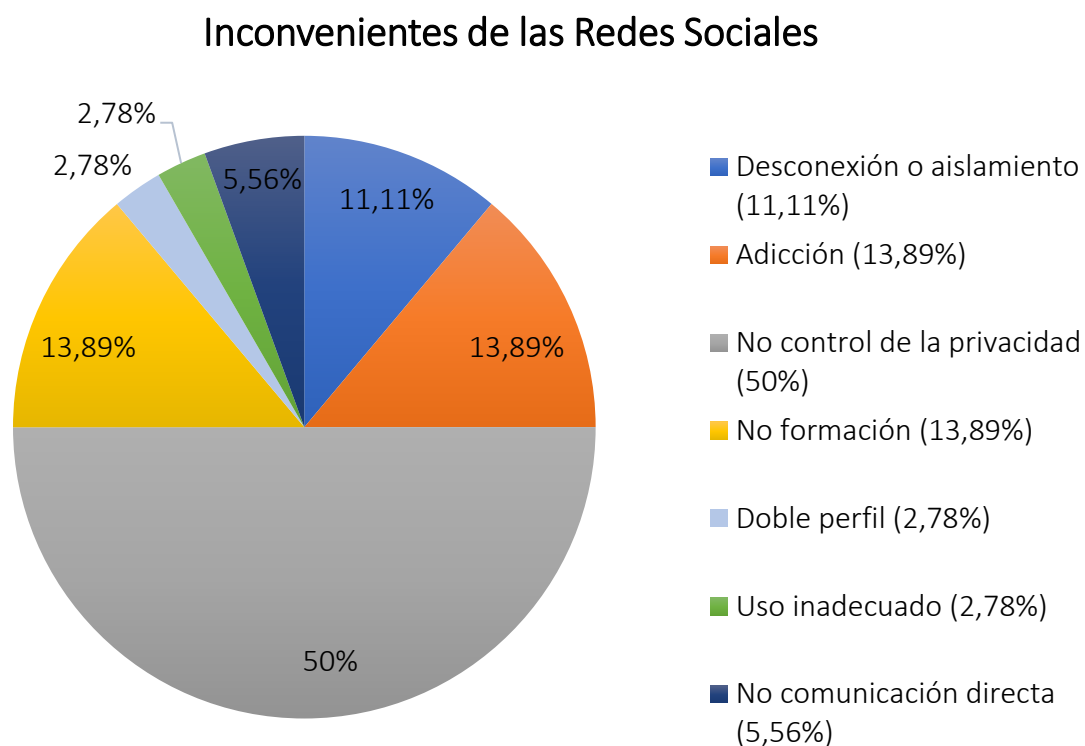


Figura 126: Gráfica de subcategorías sobre los inconvenientes de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca).

Las redes sociales pueden conllevar una serie de inconvenientes tras su mal uso o uso inadecuado, pero según los sujetos de ambos grupos determinan que el más destacado es el no controlar la privacidad (50%), en el momento que ponen información en cualquier red social, el no poder controlar esa información ya que cualquiera puede acceder a ella. Esas actuaciones, en las que aceptamos todas las políticas de privacidad de las redes sociales viene determinada por no tener una formación o explicación adecuada a su buen uso (13,89%).

Pero no se quedan solo en eso, también exponen que ese desconocimiento sobre el uso de las redes hace que lleguemos a tener una adicción hacia ellas (13,89%), que no las controlemos y lleguemos a una desconexión o aislamiento hacia el mundo que nos rodea (11,11%)

Por el contrario, los sujetos de Extremadura comentan que existen más factores e inconvenientes tras el uso de las redes sociales, como pueden ser la creación del doble perfil, en el que se crea un perfil por miedo a enfrentarse a la sociedad (2,78%), el uso inadecuado por la no formación o por desconocimiento de su uso (2,78%) o la pérdida de la comunicación directa con las personas, en las que ya no se queda con ellas para tomar un café y preguntarles cómo se encuentran, si no que se les manda un mensaje de WhatsApp (5,56%).

Presión social de las Redes Sociales

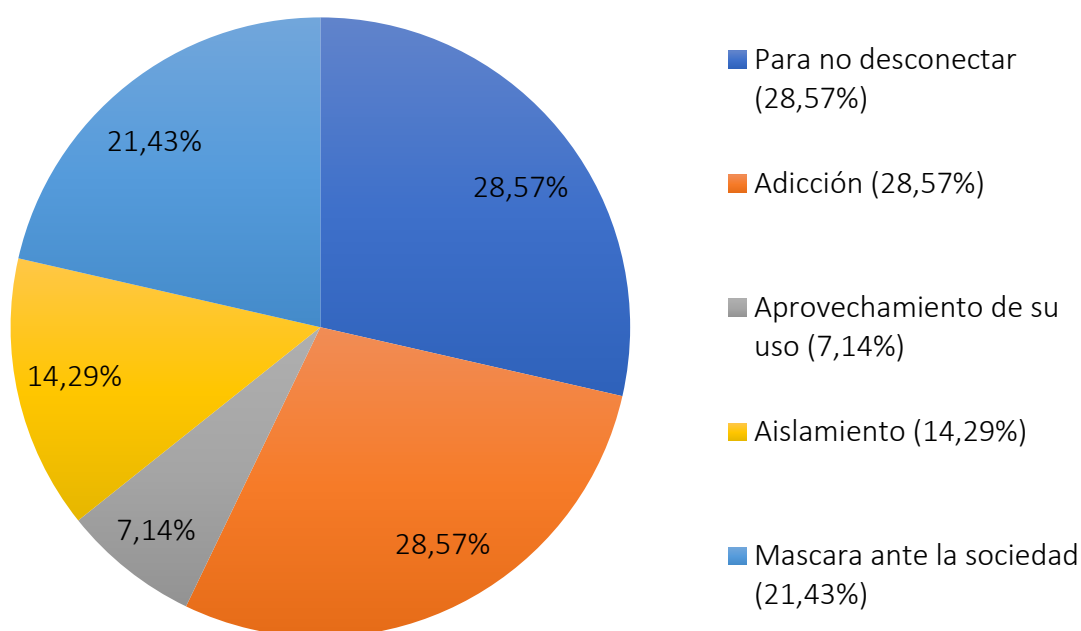


Figura 127: Gráfica de subcategorías sobre la presión social de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca).

La sociedad va avanzando y como todo, quiere que la sigamos que nos pongamos al día en las tecnologías y avancemos con ella, pero no todo el mundo puede seguirla y esta presión que hace la sociedad hacia las personas que no pueden seguirla puede conllevar problemas o trastornos psicológicos. Los sujetos de ambos grupos entienden la problemática que conlleva esa presión social determinando que llega a crear adicciones (28,57%) y problemas de salud para no desconectar de todo lo que ocurre en la sociedad, e intentar estar constantemente conectado a una red (28,57%).

En cambio, los sujetos de Salamanca centran su pensamiento en un motivo negativo, como es el aislamiento de la sociedad, en la que la persona se encierra en esa red social (14,29%), como en algo positivo que es el aprovechar dichas redes adquiriendo sus beneficios en los momentos que los necesitemos (7,14%), siempre y cuando seamos capaces de tener un control adecuado de dichas redes.

Mientras, los sujetos de Extremadura comprenden que el uso de dichas redes conlleva un problema y una presión social y que eso llega a crear una máscara ante la sociedad, expresando solo lo que queremos que se vea, y no reflejando nuestra propia personalidad, para no sentirnos rechazados (21,43%).

Redes Sociales en la Universidad

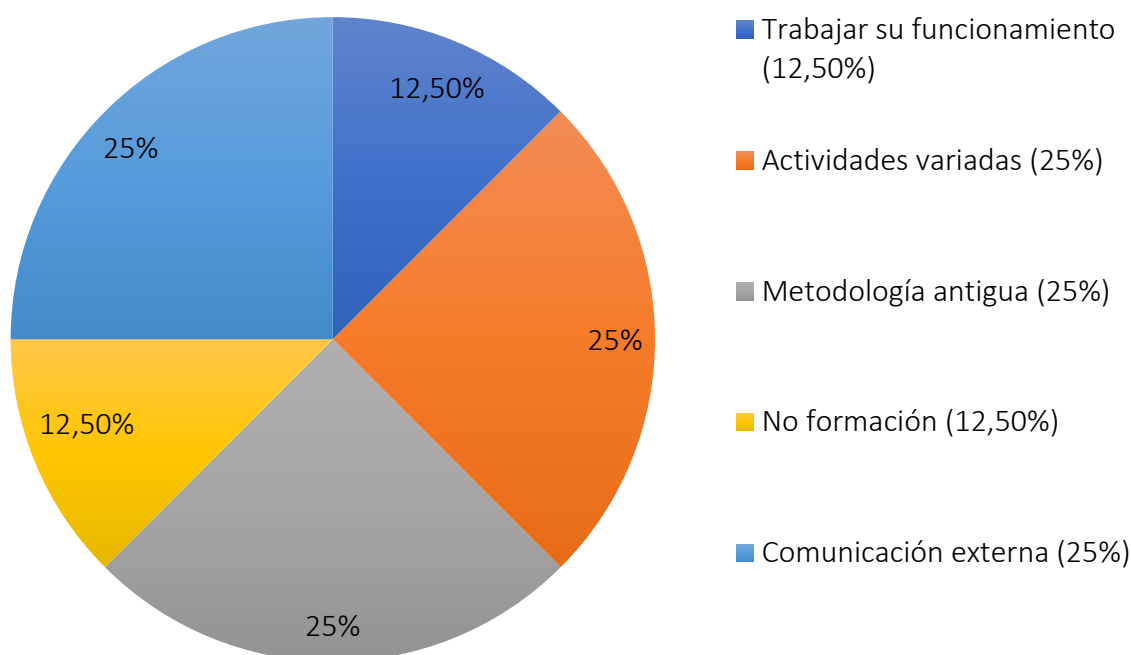


Figura 128: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales en la Universidad (Extremadura y Salamanca).

Otra de las categorías más importantes para nuestra investigación es la muestra escogida, que en este caso son los universitarios. A partir de ellos, se cuestiona el uso de las redes sociales en la universidad, y según todos los sujetos que han participado en ambos

focus group han expresado su disconformidad con el uso que se otorga a dichas redes en la universidad, ya que los profesores se centran en una metodología antigua no adaptando la enseñanza a la nueva digitalización (25%). También contemplan el problema de que no ha existido ninguna formación a lo largo de su vida, para conocer un buen funcionamiento de dichas redes (12,50%), y con ello llaman la atención de todos los compañeros en los que precisan que se debería trabajar el funcionamiento de las redes sociales de una forma activa y transformar la enseñanza basada en una metodología antigua en una enseñanza moderna y digitalizada (12,50%).

Algunos de los estudiantes de ambos grupos, indican que, si han trabajado de alguna forma el uso de dichas redes, con actividades variadas (25%), algunos lo han utilizado como comunicación, otros como difusión, etc. Pero es importante citar que el alumnado de Extremadura centra también la importancia de las redes sociales en la universidad en una comunicación externa a la enseñanza, es decir, que el alumnado no las usa como finalidad académica y profesional, si no que la usan como comunicación entre compañeros (25%).

Hasta qui se han detallado los porcentajes sobre las diferentes subcategorías presentes en la investigación, pero no quiero dejar de lado la necesidad de generar unos porcentajes de importancia sobre las categorías que se han creado en esta investigación, la cual se detalla a continuación.

CATEGORÍAS

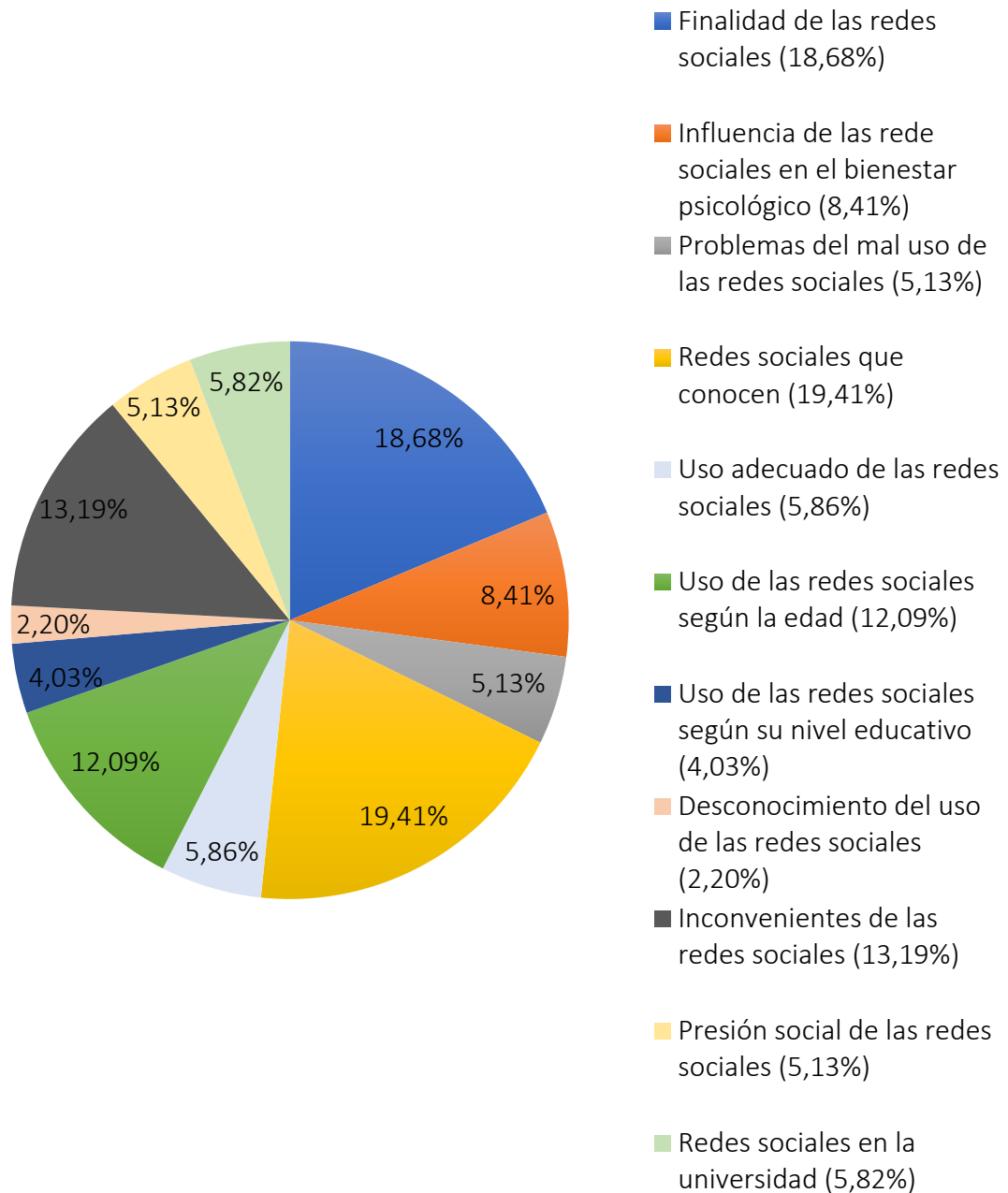


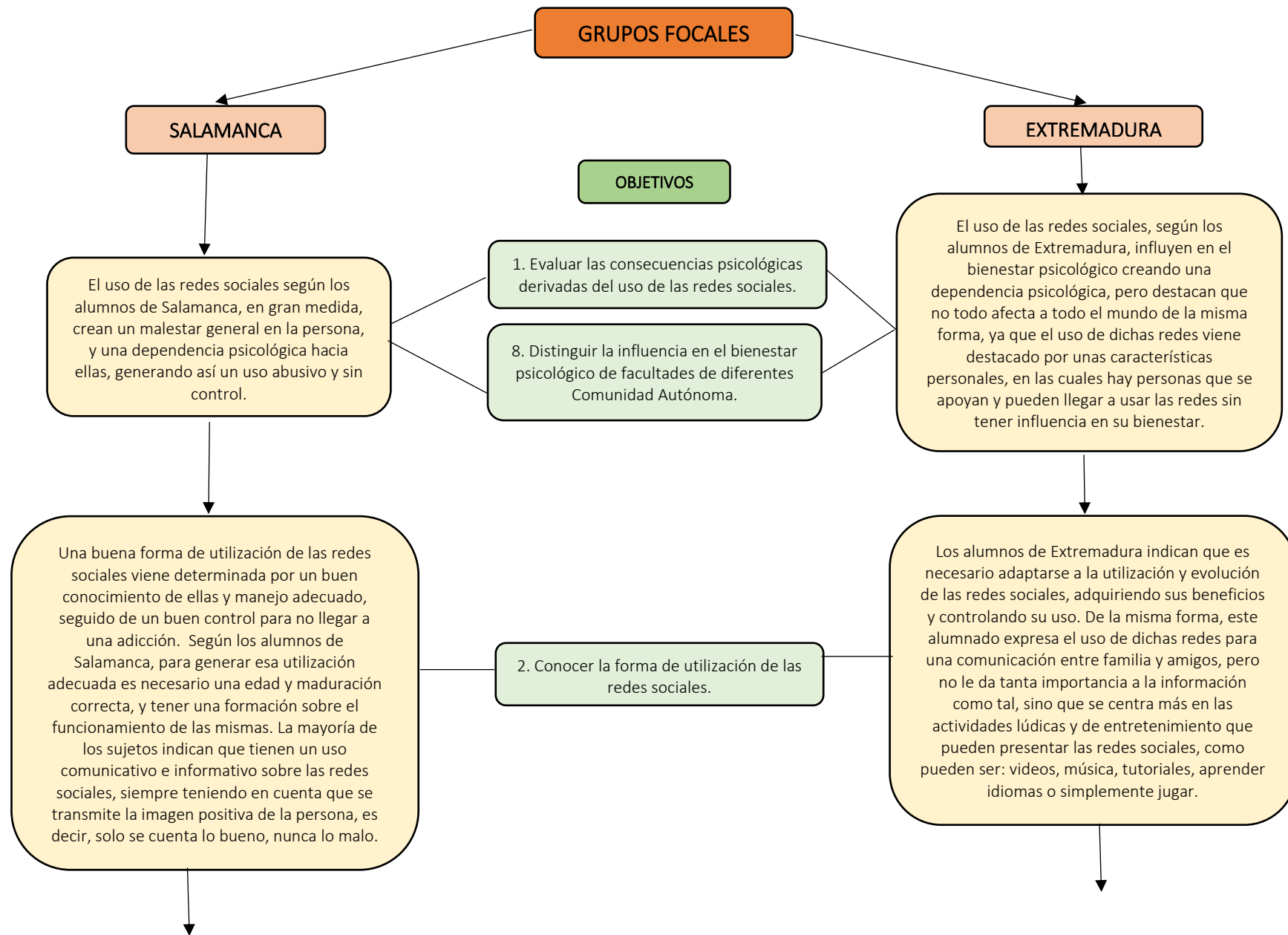
Figura 129: Gráfica de categorías de la investigación.

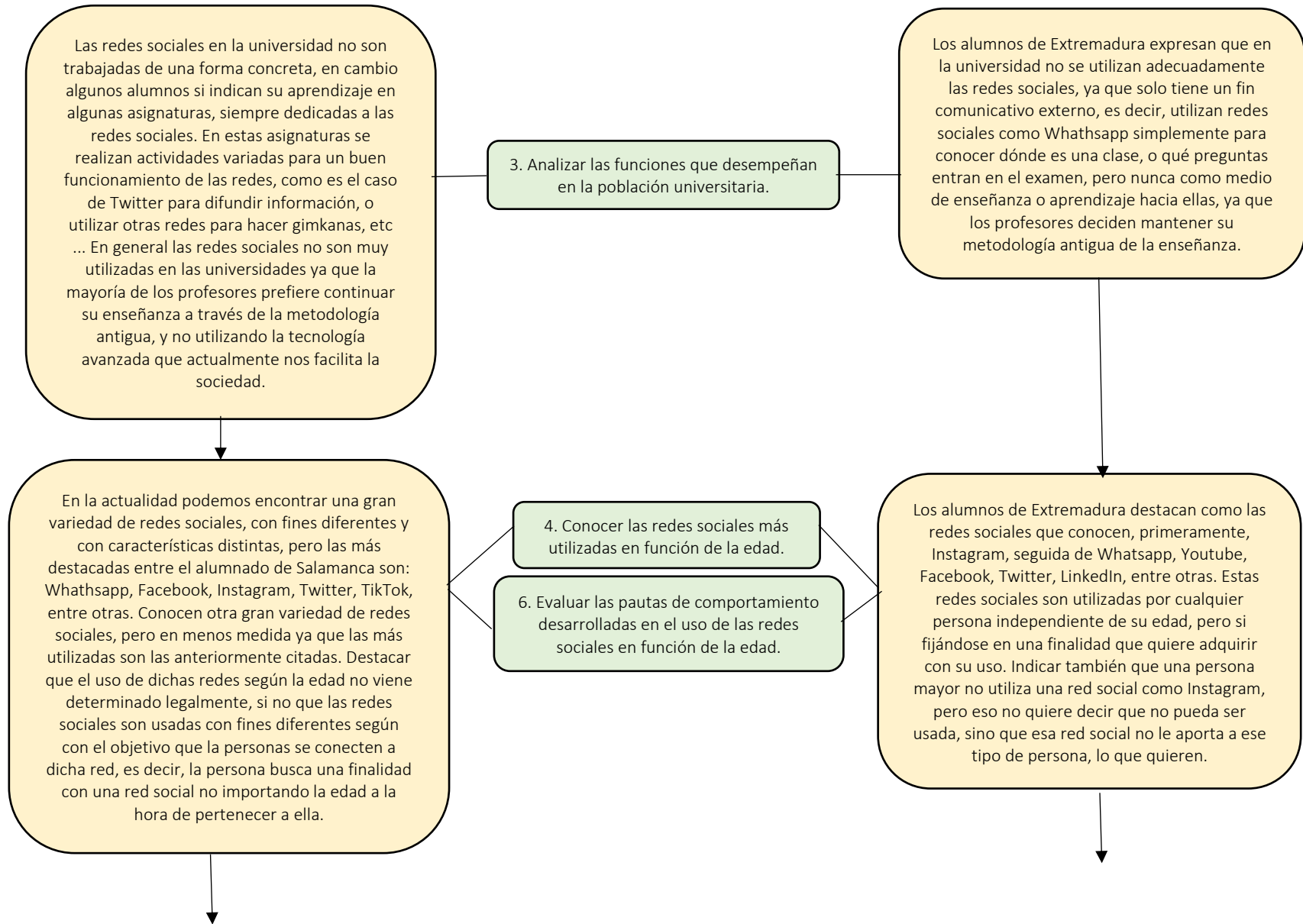
A lo largo de varios años se han realizado estudios en los que se explora la utilización de mapas conceptuales en investigaciones cualitativas, y que ellos puedan aclarar de forma más visual los resultados obtenidos en cada una de las investigaciones. Ello viene justificado por su naturaleza, como técnica que acompaña al proceso de análisis de contenidos (Spradley, 1997; Strauss y Corbin, 2002; Strauss, 1987) y que apoya a los detalles obtenidos en la

investigación, y de la cual se puede extraer información relevante y comparativa entre varios argumentos, en entrevistas o sobre preguntas abiertas (Chrobak et al., 2008; Daley, 2004; Kozminsky et al., 2008).

La herramienta que se ha utilizado para la realización del mapa conceptual ha sido Cmaptools. Dicha herramienta ha sido estudiada por autores como Aguilar y Montero-Hernández (2010), en la cual concluyen que el uso de mapas conceptuales y más concretamente el de la herramienta Cmaptools en el ámbito cualitativo, esta muy poco estudiada y trabajada, y que falta por descubrir sus ventajas a la hora de trabajar con ella, pero que puede ser una forma correcta para la concreción y comparación de información aportada en entrevistas o preguntas abiertas.

A continuación, se presenta un mapa conceptual con la herramienta Cmaptools sobre las ideas más esenciales que se han planteado en ambos *focus group*, teniendo en cuenta los diferentes objetivos que se han llevado a cabo en la investigación.





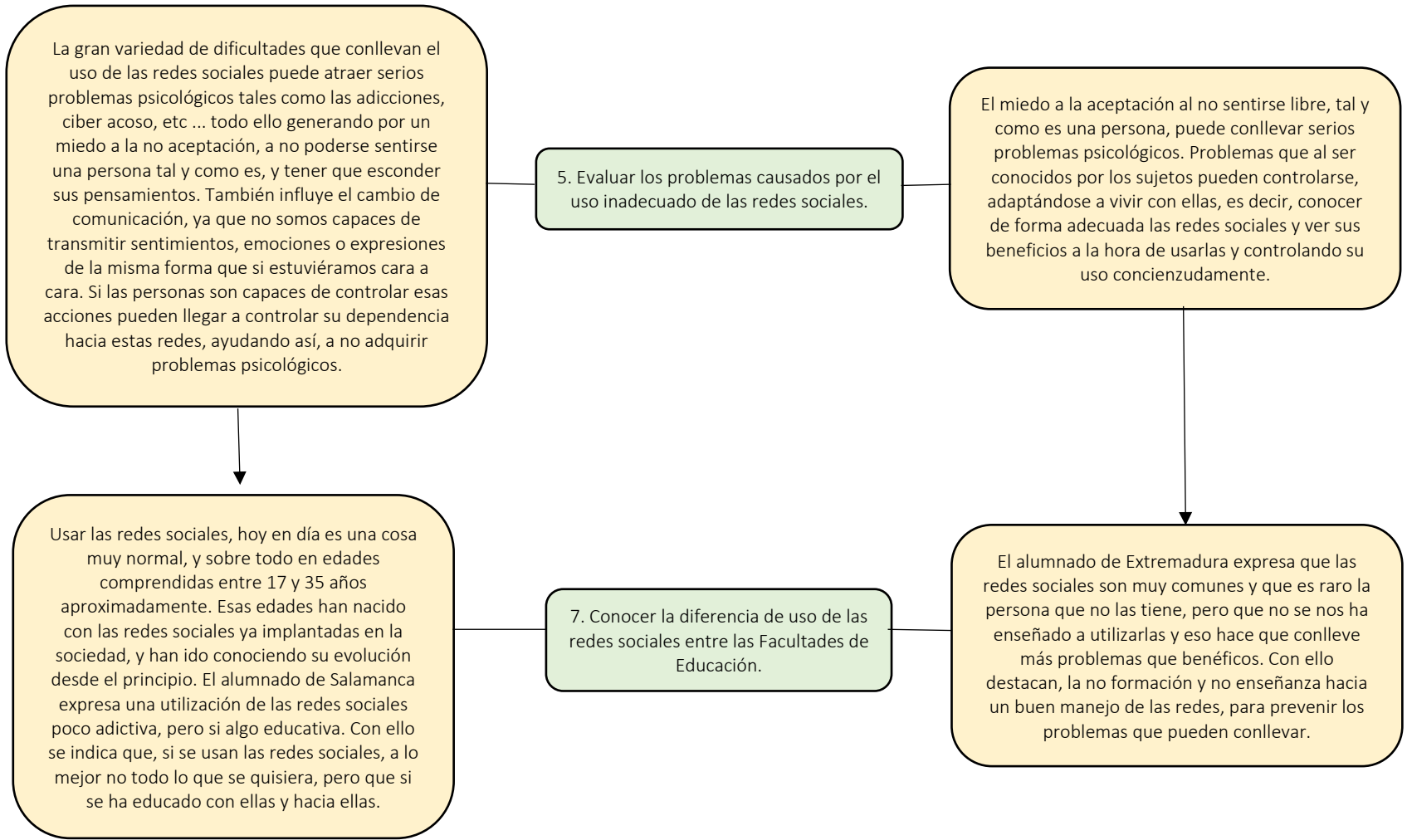


Figura 130. Resumen de ambos focus groups.



III. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

III. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A continuación, se describirán las principales conclusiones a las que podemos llegar a partir de los resultados obtenidos, comparándolas con la literatura científica y analizando sus implicaciones. Para ello, se dará respuesta a los objetivos e hipótesis formulados, discutiendo los resultados con estudios que han abordado temáticas similares.

Comenzaremos dando respuesta al primero de los objetivos específicos de la tesis: “Conocer la finalidad del uso de las redes sociales por parte de la población universitaria”. Si bien los sistemas de comunicación personal y social han cambiado en las últimas décadas y ha hecho que las personas se relacionen cada vez más a través de las tecnologías, son múltiples las finalidades que su uso persigue, aunque, entre todas estas, la comunicación con amistades y/o familiares es hegemónica.

Se han desarrollado redes sociales destinadas a compartir diferentes hobbies, fotografías, videos, imágenes, o simplemente a difundir noticias, información deportiva, universitaria, etc. La gran diversidad de objetivos y fines a la hora de utilizar estas redes sociales hace que, una gran parte de la población no disponga de información suficiente para determinar si es apropiado o no su uso diario en el ámbito laboral o formativo. Los resultados obtenidos indican la facilidad que se tiene actualmente para buscar o comparar información sobre una temática concreta, introduciendo una serie de datos reducidos en cualquier dispositivo tecnológico (teléfono, tablet u ordenador).

Los resultados obtenidos muestran que no hay una relación directa entre la situación laboral de los sujetos y el tipo de uso de diferentes redes sociales, accediendo a ellas indistintamente, sin un patrón determinado, en aquellos momentos que deseen utilizarlas. Por otro lado, no se han encontrado diferencias significativas en la frecuencia de uso de las redes sociales entre los grupos de estudiantes que sólo estudian y los que estudian y trabajan. A pesar de ello, existe documentación que avala que las redes sociales pueden ser beneficiosas en un contexto laboral. Autores como García (2013) indican unos resultados positivos sobre el uso de las redes sociales en un marco laboral o formativo, generando crecimiento personal y relaciones positivas, frente a su uso con finalidades ociosas y de entretenimiento, que originaron una menor autoaceptación personal y mayores dificultades en las relaciones

sociales. Por otra parte, Jiménez (2013) sí entiende que existen diferencias significativas entre mujeres según su situación laboral, edad o estudios realizados, ya que presentan resultados dispares las personas que viven en zonas rurales (poco pobladas) y las que están en grandes ciudades.

Se ha podido comprobar que el alumnado utiliza las redes sociales indistintamente a su nivel académico, independientemente de la forma o finalidad con las que las usen. Esta diversidad educativa tampoco ha determinado la frecuencia del uso de las redes sociales.

Aunque cada red social parece tener más o menos definida sus finalidades, se ha podido observar que su uso no siempre se desarrolla de forma común y con objetivos homogéneos entre la población universitaria. En la presente investigación se establece que incluso aspectos tan determinantes como una edad madura, una formación académica elevada o una estable situación laboral no influyen a la hora de conocer y/o usar conscientemente las redes sociales. En el caso de la edad, investigaciones como la de Bringué y Sádaba-Chalezquer (2009) encontraron que el 71% de los adolescentes españoles (12-18 años) utilizaban las redes sociales e iba aumentando el porcentaje de su uso con la edad. No obstante, la muestra con la que se ha trabajado ha sido mayor de 17 años, por lo que los resultados a partir de esta edad indican que no hay diferencias respecto a su uso.

Hay algunos sujetos que describen como finalidad de dichas redes la comunicación entre familiares y amigos, apoyada también en la proyección de su imagen positiva mediante fotografías alegres y divertidas. En estas, se proyectan actividades y situaciones positivas de la vida, pero, generalmente, no se reflejan errores o problemas que cualquier persona puede tener. Autores, como García (2013), defienden una postura similar, pero determinan un mayor porcentaje de uso para una finalidad lúdica o de entretenimiento (47%), sin darle tanta importancia o prioridad a la comunicación. Los resultados de las distintas investigaciones en torno a redes sociales están altamente determinados y condicionados por las redes que son seleccionadas en cada investigación, puesto que como se ha citado anteriormente cada una de ellas tiene una finalidad y un uso variable entre los sujetos.

En relación con el segundo objetivo “conocer las redes sociales más utilizadas en función de la edad”, que parte de la premisa de que, desde sus inicios, las redes sociales han

ido evolucionando y actualizándose tecnológicamente para favorecer su uso. De dicha evolución, así como de la necesidad que todas las personas tenemos de contactar o interactuar con otros seres humanos, se han generado redes como Instagram, que se ha convertido en una de las más conocidas entre la juventud actual y es considerada una de las más utilizadas a nivel mundial. Según este estudio, se ha podido observar un mayor uso de dicha red social entre jóvenes universitarios con edades comprendida entre 17 y 20 años, frente a los de edades entre 21 y 24 años. Uno de los grandes motivos que justifican este cambio generacional lo ofrece Sánchez (2018), que argumenta que en dichas plataformas se encuentran muchos de sus intereses: ídolos juveniles, marcas afines, moda, música o cine.

De la misma manera, se ha comprobado que hay diferencias significativas en el uso de Facebook entre las franjas de edades de 17 a 20 años, en comparación con el grupo de alumnos con edades entre 20 – 24 años y mayores de 24 años. Esto puede venir justificado por la poca diferencia de edad entre ambos grupos, evidenciándose una mayor distancia entre los otros rangos de edad, así como entre los intereses propios de dichos grupos de edad, que conllevan la formación de comunidades con gustos e inquietudes similares. Unos resultados equivalentes a estos podemos encontrarlos en la investigación realizada por Aspani, Sada & Shabot (2012), en la que se demuestra que las personas de 20 años o menores tienen una actitud positiva hacia esta red social y las relaciones personales que se generan de ella.

Como red social online, Facebook no tiene una finalidad en particular, sino que se adapta a los objetivos individuales de cada persona, siendo así una red muy versátil que genera sentimientos satisfactorios. Estudios, como el de Valerio y Serna (2018), apoyan esta asociación positiva entre el número de fotos que se suben en la red social y el bienestar psicológico subjetivo de la persona; pese a ello, también demuestran que puede generar una asociación negativa de este bienestar, dependiendo del número de horas que se utiliza dicha red social, a mayor número de horas menor bienestar psicológico subjetivo.

Uno de los temas emergentes detectados entre los universitarios ha sido el de la imagen corporal. La necesidad de potenciar la imagen corporal es patente en el estudio, en ella se incluyen las propias características físicas de la persona, la vestimenta o imagen que se proyecta, así como la atracción física. Contando con múltiples factores explicativos, tanto biológicos como sociales y culturales, las redes sociales, en especial Instagram, parecen

potenciar la importancia de la imagen corporal. Estos hallazgos corroboran lo señalado por Peris, Maganto y Kortabarria (2011), para quien los adolescentes muestran una excesiva preocupación por el aspecto físico y una sobrevaloración del cuerpo en el sexo masculino y femenino, y más concretamente en su imagen corporal.

Mientras que en la presente investigación se ha contemplado una gran variedad de redes sociales, con fines diferentes y funcionalidades diversas, en otras investigaciones, como la del Royal Society for Public Health (2017), se han tenido en cuenta sólo cinco plataformas (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter y Youtube). En estas, se interactúa, principalmente, a través de imágenes o vídeos, haciendo que centre su mayor atención en la imagen personal. A pesar de la importancia que la imagen corporal tiene entre los jóvenes universitarios y a la potenciación que determinadas redes sociales pueden hacer de esta, sin embargo, no hemos encontrado una influencia en relación con el bienestar psicológico de los sujetos universitarios.

Los universitarios utilizan muy frecuentemente las redes sociales en su día a día, pero no realiza un uso educativo de estas, si no que tiene un fin más vinculado a sus necesidades de relaciones con los demás y al conocer en todo momento la realidad actual. No obstante, se ha podido observar que compartir opiniones e información sobre determinadas materias de interés hace que los estudiantes se sientan más seguros.

El análisis del uso de las redes sociales a nivel académico en la universidad ha demostrado que depende directamente del profesorado. El uso de las tecnologías refleja ventajas y puede ofrecer un buen uso de las redes sociales para transmitir conocimientos o información sobre temas concretos, siendo defendido por autores como Gutiérrez, Palacios y Torrego (2010) que destacan la necesidad de la innovación educativa. A su juicio, esta se produce a un ritmo menor al que evoluciona la sociedad y, por lo tanto, más lento que la evolución tecnológica. Por el contrario, autores como Gómez, Roses & Farias (2012), han obtenido resultados en los que el alumnado muestra una actitud positiva hacia la utilización de las redes sociales con fines educativos, siendo los académicos uno de los principales motivos de uso de dichas redes. Espuny, González, Lleixá y otros (2011) apoyan esta perspectiva, pues en sus estudios el alumnado no mostró una actitud negativa respecto al uso didáctico de las redes sociales.

En el análisis del objetivo “conocer la diferencia de uso de las redes sociales según el sexo” se ha observado un mayor uso de las redes sociales en las mujeres frente a los hombres. Investigaciones como la de Colás, González y Palos (2013) encuentran diferencias en el uso de dichas redes en función del sexo. Para ellos, las mujeres muestran una motivación social basada en hacer nuevas amistades, los hombres, por su parte reflejan una motivación más individual y basada en la autoestima.

Normalmente, se ha incidido en la conclusión de que la mayoría de los problemas sobre la imagen corporal van asociados a las mujeres, considerando que están más afectadas o condicionadas por la sociedad, y este argumento es apoyado por autores como Grabe, Ward y Hyde (2008). Pese a ello, según los datos obtenidos, cabe destacar que las mujeres presentan un mayor uso de las redes sociales. Esto puede suceder por la influencia cultural y social en la que todavía se vive. Desde hace muchos años las mujeres luchan por obtener los mismos derechos laborales y sociales que tienen los hombres, pero la realidad nos sigue ofreciendo ejemplos constantes de desigualdad en función del sexo. Autores como Andreassen et al. (2012) corroboran estos resultados en los que determinan que la utilización de las redes según el sexo, viene condicionada por la vulnerabilidad de las mujeres a una dependencia frente al otro sexo. Cabe destacar, por el contrario, que Colas, González y Palos (2013) comprenden que no hay diferencia en la frecuencia de uso según el sexo, pero sí en la motivación por su uso, siendo, en el caso de las mujeres, de carácter relacional. Estos resultados entrarían en contradicción con los de García (2013) que indican que no existe diferencia entre los sexos a la hora de utilizar las redes sociales.

Dos de los objetivos de esta investigación se han centrado en “analizar el uso de las redes sociales en diferentes universidades” y “estudiar la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico en diferentes universidades”. Respondemos a ellos indicando que no se han encontrado diferencias entre los universitarios de las Facultades de Educación pertenecientes a la universidad de Salamanca y la de Extremadura en relación al uso de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico.

Los resultados obtenidos en diferentes investigaciones que relacionan el bienestar psicológico con el uso de las redes sociales son difíciles de comparar o equiparar entre sí, debido a la diversidad con la que el constructo de “bienestar psicológico” es definido y medido.

Algunos autores centran sus estudios en los mismos términos que esta investigación, pero con evaluaciones distintas y obteniendo otras conclusiones.

La población universitaria estudiada no ha presentado niveles elevados de puntuación al evaluar el bienestar psicológico. Es plausible pensar que el uso que se haga de las redes sociales, especialmente con una utilización abusiva o de dependencia, pueda ser diferente en sujetos que ya presenten una vulnerabilidad a nivel psicológico o que estén en alto riesgo de padecerla.

Se dará respuesta al objetivo específico “evaluar el bienestar psicológico según el uso de diferentes redes sociales” a través del objetivo general de la investigación “analizar la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico”, que pasamos a discutir a continuación.

La conclusión general de esta tesis es que la frecuencia de uso de las diferentes redes sociales no es relevante a la hora de tener un mejor o peor bienestar psicológico.

Las redes sociales han facilitado y fomentado la adaptación tecnológica, así como el acceso a información con menos restricciones. Por esto, el uso de las mismas también puede tener consecuencias negativas. Es vital remarcar la importancia de su uso consciente, responsable y coherente. La adquisición de un correcto uso de las redes parece ser un requisito fundamental para ser conscientes de las implicaciones de su uso. Por eso se recomienda un conocimiento exhaustivo y minucioso sobre los beneficios reales que las redes sociales conllevan, concretando sus ventajas e inconvenientes, permitiendo así un mayor control. Las investigaciones de Royal Society for Public Health o RSPH (2017) respaldan esta idea, pues identifican un uso excesivo e inconsciente de algunas de las redes sociales más conocidas (Facebook, Instagram y Twitter), que pueden conllevar serios problemas de ansiedad y depresión, entre otros, por ejemplo, el miedo a no ser aceptado o poder sentirse libre a la hora de utilizar las redes.

Sería un error afirmar que las redes sociales únicamente generan problemas, puesto que hay usuarios que las usan con control y siendo conscientes de lo que hacen o pueden causar. En ocasiones, pueden originar amistades duraderas y reales, permitiendo conocer diferentes foros con gustos o ideales comunes, participando de forma sana, responsable y

enriquecedora. Mckema, Green y Glason (2001) establecen que la comunidad online genera una mejor autoestima y crea vínculos sociales de confianza, en el que cada uno aporta valor, transmitiendo sus conocimientos y sentimientos al resto. Por el contrario, Sánchez (2013) expresa un uso excesivo y descontrolado de las redes sociales, las cuales pueden conllevar un trastorno de conducta derivado de la gran diversidad de contenidos que internet o las redes proporcionan.

Autores como Lickleder y Taylor (1968) o Rheingolg (1996) determinan que la creación de foros o grupos de contactos, donde se transmite información específica, hace que la vida sea más sencilla, disponiendo de una interacción más dinámica y selectiva, de la misma forma que facilita la comunicación y socialización de personas que tengan problemas a la hora de relacionarse.

No se ha podido detectar en esta investigación que los sujetos hayan presentado problemas generados por el uso de las redes sociales. Por el contrario, García (2013) refleja que con un mayor uso de las redes sociales aumenta la posibilidad de provocar un problema en la autoestima, generar una baja empatía y un menor nivel de autodeterminación, teniendo una actitud negativa generalizada hacia la vida. Esta gran diferenciación entre los resultados podría explicarse por las diferentes características de las muestras utilizadas. Mientras que García (2013) seleccionó para su investigación a 322 estudiantes, de edades comprendidas entre 18 y 65 años, la presente investigación se centró en edades comprendidas entre tres rangos de edad: 17-20, 21-24 y mayores de 24. En ella se puede resaltar un mayor tamaño muestral en el rango de 24 a 65 años, teniendo así una mayor dificultad a la hora de concretar si la frecuencia con la que se utilizan las redes sociales influye según edad. En cambio, sí se determina que las personas utilizan las redes sociales con finalidades distintas en función de la edad; así, una persona de 24 años utilizará una red social con una finalidad distinta a una persona de 60 años.

El 2021 ha sido un año con cambios a nivel social, como consecuencia de la pandemia provocada por la Covid-19 a la que nos hemos tenido que enfrentar, y ello ha podido cambiar el uso que se hace de las redes sociales, no solo por su gran evolución, sino por la necesidad de contactar con nuestros familiares y amigos durante un confinamiento. Todo ello, ha podido

generar un cambio en la frecuencia de uso de estas redes, puesto que las relaciones sociales presenciales se han visto debilitadas por las diferentes restricciones de movilidad.

Los resultados y conclusiones alcanzados en este estudio generan la siguiente propuesta de líneas de investigación futuras:

- Llevar a cabo un estudio sobre el uso de las redes sociales durante el estado de alarma por la COVID-19, y conocer la influencia tras su uso obligatorio por los medios educativos o laborales.
- Estudiar la relación entre la frecuencia de una de las redes sociales con el bienestar psicológico en diferentes grupos de edades distinto a los universitarios, grupos con patologías psicológicas y psiquiátricas, o en la población general.
- Conocer la relación entre el uso de las redes sociales y el bienestar psicológico en la población diagnosticada de trastornos mentales, con el objetivo de analizar posibles diferencias con respecto a la población general.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Tecnología (22 de mayo de 2017). *Instagram, la red social que más afecta a la salud mental de los jóvenes*. ABC redes. Recuperado el 15 de junio del 2018 de https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-instagram-social-mas-afecta-salud-mental-jovenes-201705222045_noticia.html
- Aboujaoude, E., Koran, L. M., Gamel, N., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Potential markers for problematic internet use: A telephone survey of 2,513 adults. *CNS Spectrums*, 11(10), 750–755.
- Acevedo, H. (15 de abril de 2013). Comscore publica el estudio 2013 Spain Digital Future in Focus – El Mercado Digital Español. Recuperado el 13 de septiembre de 2017 http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Spain_Digital_Future_in_Focus
- Ackermann, M, et al. (2008). HelloWorld: an open source, distributed and secure social network. lcpdas. Disponible en: http://www.w3.org/2008/09/msnws/papers/HelloWorld_paper.pdf
- ACPI-Protegeles (2009). *Seguridad infantil y costumbres de los menores en internet*. Recuperado de http://www.protegeles.com/docs/estudio_internet.pdf,8-3-2011.
- Adamic, L. y Eytan, A. (2005). *How to search a social network*. *Social networks*, 27(3), 187-203. Disponible en: <http://www.cond.org/socsearch.pdf>.
- Adell, J. y Castañeda, L. (2010). Los entornos personales de aprendizaje (PLEs): una nueva manera de entender el aprendizaje. En R. Roig Vila y F. Fiorucci (eds.), *Claves para la investigación en innovación y calidad educativas, la integración de las tecnologías de la información y la comunicación y la interculturalidad en las aulas* (Vol 22., pp. 19-30). Alcoy: Marfil.
- Adeva, R. (28 de diciembre de 2020). *AZ adsl zone*. ¿Qué es y cómo funciona Twitch? Recuperado el 2 de abril del 2021 de <https://www.adslzone.net/reportajes/internet/como-funciona-twitch/>
- Aguilar Tamayo, M. F.; Montero-Hernández, V. (2010) CmapTools y el análisis cualitativo de datos. Métodos y procedimientos. En: Sánchez I, J.; Cañas, A. J.; Novak, J. D. (Ed.) (2010) *Concept Maps: Making Learning Meaningful. Proceedings of the Fourth International Conference on Concept Mapping* (Vol 2., pp. 15-18) Santiago de Chile. Universidad de Chile.
- Ahn, J. (2011). The effect of social network sites on adolescents' social and academic development: current theories and controversies. *Journal of the American Society for*

- Aignerren, M. (2002), La técnica de recolección de información mediante grupos focales, Antioquía: Universidad de Antioquía/ Centros de Estudios de Opinión, México, Itaca.
- AIMC EGM (2010). *Audiencia de internet*. Asociación para la investigación de Medios de Comunicación. Recuperado el 3 de noviembre de 2019, <https://internet.aimc.es/index.html#/landing>.
- Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Revista Científicas de Educomunicación*, 20(40), 127-135.
- Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología; una aproximación interpretativa*. Fundamentos.
- Alonso, L. (2007). *La formación de tutores de e-learning o e-formación* [Tesis de doctorado, Universidad de Extremadura]. Dehesa Repositorio Institucional de la Universidad de Extremadura.
- Alvarado, B., Zunzunegui, M., Béland, F., y Bamvita, J. (2008). Life course social and health conditions linked to frailty in Latin American older men and women. *Journals of Gerontology: Medical Sciences*, 63(12), 1399- 1406.
- Alvarado, J. y Israel, D. (2017). *Las redes sociales y la personalidad de los estudiantes de Primero y Segundo año de BGU, de la Unidad Educativa Particular Ricardo Descalzi, de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación]. Repositorio digital Universidad Técnica de Ambato.
- Álvarez, O. y Zapata D. Z. (2002). *La enseñanza virtual en educación superior*. Bogotá: ICFES. https://www.fumc.edu.co/wp-content/uploads/resoluciones/arc_914.pdf
- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-V)* (Fifth Edit.). American Psychiatric Pub. Washington, DC EE. UU.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Hetland, J., & Pallesen, S. (2012). Development of a work addiction scale. *Scandinavian journal of psychology*, 53(3), 265-272.
- Argyle, M. (1992). *La psicología de la felicidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Argyle, M. (1997). Is happiness a cause of health? *Psychological & Health*, 12(6), 769-781. <https://doi.org/10.1080/08870449708406738>

- Argyle, M. y Lu, L. (1990). The happiness of extraverts. *Personality and Individual Differences*, 11(10), 1011–1017. [https://doi:10.1016/0191-8869\(90\)90128-E](https://doi:10.1016/0191-8869(90)90128-E)
- Arnaiz, P., Cerezo, F., Giménez, A. M., & Maquilón, J. J. (2016). Conductas de ciberadicción y experiencias de cyberbullying entre adolescentes. *anales de psicología*, 32(3), 761-769.
- Aspani, S., Sada, M., & Shabot, R. (2012). Facebook y vida cotidiana. *Alternativas en psicología*, 16(27), 107-114.
- Aymerich-Andreu, M., Casas-Aznar, F., Planes-Pedra, M., & Gras-Pérez, M. E. (2005). El cuidado de los ancianos en el entorno familiar. Valoración de diversos recursos de apoyo mediante grupos de discusión. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 40(3), 16-23.
- Babor, T. F., Higgins-Biddle, J. C., Saunders, J. B., Monteiro, M. G. & Organización Mundial de la Salud (2001). *AUDIT: Cuestionario de Identificación de los Trastornos debidos al Consumo de Alcohol: pautas para su utilización en atención primaria* (p. 40). Valencia: Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/331321>
- Barbour, R. (2013). *Introducing qualitative research: a student's guide*. Sage.
- Bargh, J., McKenna, K., & Fitzsimons, G. (2001). Can you see the real me? Activation and expression of the 'True Self' on the internet. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33-48. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00247>
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(2), 209-213. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0228>
- Barnes, J. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, (7): 39-58. <https://doi.org/10.1177/001872675400700102>
- Barrantes Monge, M. (2006). Género, vejez y salud. *Acta Bioethica*, 12(2), 193 - 197. <http://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2006000200008>
- Basile, D. H. S. (2006). Adicción a internet. Ciberadicción. *Alcmeon: Revista Argentina de Clínica Neuropsiquiátrica*, 13(2), 74-90.
- Bassler, B. L. (2002). Small talk: cell-to-cell communication in bacteria. *Cell*, 109(4), 421-424. [https://doi.org/10.1016/S0092-8674\(02\)00749-3](https://doi.org/10.1016/S0092-8674(02)00749-3)
- Baym, N. (2013). Social networks 2.0. En: Consalvo, M., Ess, C. Wiley, J. y Sons (coords). *The Handbook of Internet Studies* (pp. 384–405). Oxford: Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444314861.ch18>
- BBC (21 de mayo de 2018). *Cómo funciona Tik Tok, la app de selfies de China que se ha convertido en la más descargada de 2018 en iPhones de todo el mundo*. BBC News

Mundo. Recuperado el 14 de mayo del 2019 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44168690>.

- Becchetti, L., Castriota, S., & Londoño Bedoya, D. A. (2007). Climate, happiness and the Kyoto protocol: Someone does not like it hot. *Centre for Economic and International Studies*, 247. (CEIS) Working Paper.
- Belmonte, A. M., & Tusa, F. (7–10 de diciembre de 2010). *Alfabetización digital en la docencia universitaria: el uso de los blogs y redes sociales en el entorno universitario* [Sesión de conferencia]. II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Laguna.
- Belsey, B. (2005). Cyberbullying: An emerging threat to the “Always On” generation. Recuperado el 5 de mayo de 2014, de <http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA3.pdf>
- Benavides, M. O., & Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(1), 118-124.
- Bernal, C., & Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, 20(40), 25–30. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-02>
- Bernete, F. (2010). *Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de los jóvenes*. *Revista de estudios de juventud*, (88), pp. 97-114.
- Bicen, H., & Cavus, N. (2010). The most preferred social network sites by students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 5864-5869.
- Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2) 179-187.
- Bishop, B. (2011). *Inside Sina Weibo* [Diapositivas]. <https://es.slideshare.net/sinocismblog/inside-sina-weibo>. [Consulta: 21 de febrero del 2011].
- Blanco, A. y Díaz, D. (2005). El bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17(4), 582-589.
- Bordignon, N. A. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de investigación*, 2(2), 50-63.
- Bowman, N. A. (2010). The development of psychological well-being among first-year college students. *Journal of College Student Development*, 51(2), 180-200. doi: 10.1353/csd.0.0118

- Boyd, D. M. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press. <https://doi.org/10.1177/1461444814554342c>
- Boyd, D. y Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Bringué, X., & Sádaba-Chalezquer, C. (2009). *Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas*. Rialp.
- Bryman, A. (2003). *Quantity and Quality in Social Research*, 18. Routledge.
- Burns, K. S. (2017). *Social Media: A Reference Handbook: A Reference Handbook*. ABC-CLIO.
- Buzzi, M. C., Buzzi, M. & Leporini, B. (2011) Web 2.0: Twitter and the blind. En *Proceedings of the 9th ACM SIGCHI Italian Chapter International Conference on Computer Human Interaction: Facing Complexity*, (pp. 151 – 156). Alghero, Italy.
- Cabañero, M. J., Richart, M., Cabrero, J., Orts, M. I., Reig, A. y Tosal, B. (2004). Fiabilidad y validez de una escala de satisfacción con la vida de Diener en una muestra de mujeres embarazadas y puérperas. *Psicothema*, 16(3), 448-455.
- Cabero, J, López, E y Ballesteros, C. (2009). Experiencias universitarias innovadoras con blogs para la mejora de la praxis en el contexto europeo. (Artículo en línea). *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Universities and Knowledge Society journal*, 6(2), 1-14. [13 de abril del 2020]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78012947003>
- Cabrera, C. (4 de junio de 2017). *Instagram: La red social que más afecta a la salud mental de los jóvenes*. Ciencia centro educativo. <http://ciencia.edu.co/instagram-la-red-social-que-mas-afecta-la-salud-mental-de-los-jovenes/>
- Calle, C. (1999). Las historias de vida, fundamentos y metodologías para la investigación educativa y social. *Revista Fundación Universitaria Luis Amigó*. Colombia.
- Camacho, M. (2010). Las redes sociales para enseñar y aprender. *Aprendizaje con redes sociales*. Sevilla: MAD, 91-104.
- Campbell, J., & Oliver, M. (2013). *Disability politics: understanding our past, changing our future*. Routledge.
- Campillo-Alhama, C., & Martínez-Sala, A. M. (2017). Integrated communication 2.0 in municipal administration. *El profesional de la información*, 26(3), 507–515. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2017.may.17>

- Campos F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63), 283 - 293. Recuperado el 28 de agosto del 2016. http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006023>
- Canales, M. (2006). El grupo de discusión y el grupo focal. En M. Canales (Ed.), *Metodologías de la investigación social. Introducción a los oficios* (1ª ed, pp. 265-287). Santiago de Chile: LOM.
- Capdevilla, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Revista Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), 625–648.
- Carbonell, X., & Oberst, U. (2015). Las redes sociales en línea no son adictivas. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 33(2), 13-19.
- Carbonell, X., Guardiola, E., Beranuy, M., & Bellés, A. (2009). A bibliometric analysis of the scientific literatura on internet, video games, and cell phone addiction. *Journal of The Medical Library Association*, 97(2), 102–107. doi:10.3163/1536-5050.97.2.006
- Cardona, J. (2013). Instagram y la nostalgia sintética. *Revista Universidad de Antioquia*, 312, 66-68.
- Carrera, F. (2011). *Redes sociales y Networking*. Barcelona: Profit
- Cassany, D., & Ayala, G. (2008). Nativos e inmigrantes digitales en la escuela. *Participación educativa: revista del Consejo Escolar del Estado*. 2008; 9(4): 57–75.
- Castañeda, L., & Gutiérrez, I. (2010). Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas. *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*, 17-39.
- Castellana, M., Sánchez-Carbonell, X., Graner, C., & Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Papeles del psicólogo*, 28(3), 196-204. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77828306>

- Castellón, A. y Romero, V. (2004). Autopercepción de la calidad de vida. *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, 14(3), 131-137.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). *Comunidades virtuales o sociedad red* [Diapositivas en PowerPoint]. Slideshare. <https://es.slideshare.net/guestaf933c/comunidades-virtuales-o-sociedad-de-red-manuel-castell>
- Castells, M. (2002). *The Internet Galaxy: reflections on the internet, business and society*. Oxford University Press, New York.
- Castro, P. M. (2011). *El Internet en China: ¿el reflejo del espejo?: una aproximación comparativa de las plataformas digitales chinas y sus pares extranjeras* [Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Tesis PUCP.
- Casullo, M. M. y Solano, A. C. (2013). Evaluación del bienestar psicológico en estudiantes adolescentes argentinos. *Revista de Psicología*, 18(1), 35-68.
- Chamberlin, L., & Lehmann, K. (2011). Twitter in higher education. *Cuttingedge Tecnologi is in Higher Education* 1, 375 – 391. [https://doi.org/10.1108/S2044-9968\(2011\)0000001021](https://doi.org/10.1108/S2044-9968(2011)0000001021)
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2009). *Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives*. Little, Brown.
- Christakis, N. y Fowler, J. (2010). *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. Madrid: Taurus.
- Chrobak, E., Sobrino, E., y Ponzoni, M. E. (2008). Concept Maps for Qualitative Analysis. The “Traces” of High School in Graduates from Patagonia. En: A. J. Cañas, P. Reiska, M. Ahlberg y J. D. Novak (Eds.), *Concept Mapping: Conenecting Educators. Proceedings of the Third International Conference on Concept Mapping*. Tallin: University of Tallin.
- Cívico, A., Cuevas, N., Colomo, E., & Gabarda, V. (2021). Jóvenes y uso problemático de las tecnologías durante la pandemia: una preocupación familiar. *Hachetetepe. Revista científica de educación y comunicación*, (22), 1204-1204. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2021.i22.1204>
- Coca Cola Social Media Guard (2014). Coca Cola Social Media Guard. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v= u3BRY2RF5I>
- Colás, P., González, T. y Pablos, J. (2013). Juventud y Redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Revista Científica de Educomunicación*, 40(20), 15–23. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>

- Cole, J. (2000). *Surveying the Digital Future*. UCLA Center for Communication Policy, University of California-Los Angeles.
- Cornejo, M. y Salas, N. (2011). Rigor y calidad metodológicos: Un reto a la investigación social cualitativa. En: *Psicoperspectivas: Individuo y Sociedad*, 10(2), 12-34. <http://psicoperspectivas.cl>
- Cosenza, V. (2017). *World Map of Social Networks 2017*. Vincos blog. Recuperado el 3 de junio de 2020 en <https://vincos.it/world-map-of-social-networks/>
- Cosenza, V. (2019). *World Map of Social Networks 2019*. Vincos blog. Recuperado el 3 de junio de 2020 en <https://vincos.it/world-map-of-social-networks/>
- Cosenza, V. (2020). *World Map of Social Networks 2020*. Vincos blog. Recuperado el 3 de junio de 2020 en <https://vincos.it/world-map-of-social-networks/>
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1980). Influence of extraversion and neuroticism on subjective well-being: happy and unhappy people. *Journal of personality and social psychology*, 38(4), 668.
- Cravero, S. y Alza, M. E. (2012). Comunicación de destinos en tiempos de social media marketing. *Notas en Turismo y Economía*, 5, 7-27.
- Cubillos C. H., Cáceres J. X., & Erazo E. D. (2016). Impacto laboral de la Maestría en Educación de la Universidad del Tolima en sus graduados. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(1), 235-246.
- Cubo, S., Martín, B. y Ramos, J. L. (2011). *Métodos de investigación y análisis de datos en ciencias sociales y de la salud*. Madrid: Pirámide.
- Cummins, R. y Cahill, J. (2000). Avances en la comprensión de la calidad de vida subjetiva. *Intervención Psicosocial*, 9(2), 185-198.
- Dader, J. L. (2003). Ciberdemocracia y ciberparlamento: El uso de correo electrónico entre los parlamentarios españoles y ciudadanos comunes (1999-2001). *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 55, 86-96.
- Dader, J. L. y Campos, E. (2006). "Internet parlamentario en España (1999-2005): los recursos para el contacto ciudadano y su uso, con una comparación europea". *Zer: Revistas de estudios de comunicación = Kominikazio ikasketen aldizkaria*, 11(20), 105-132.
- Daley, B. J. (2004). *Using Concept Maps in Qualitative Research*. University of Wisconsin – Milwaukee.

- De Larra, R. (2005). *Los menores en la Red: comportamiento y navegación segura*. AUNA Fundación.
- De los Ríos, J. (2021). El valor pedagógico de Telegram como complemento del mobile learning en la formación en finanzas: aplicación práctica a un caso de estudio. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, (18), 7-42.
- Del Moral, M. (2007). Una herramienta emergente de la Web 2.0: la Wiki. Reflexión sobre sus usos educativos. *Unión Revista Iberoamericana de Educación Matemática*, (9), 73 – 82.
- Delgado, H. (20 de agosto de 2019). *Evolución de la Web 1.0, 2.0 y 3.0 – Diferencias y atributos*. Akus.net: Diseño web. Recuperado el día 25 de diciembre del 2019 <https://disenowebakus.net/etapas-de-transicion-de-la-web.php>
- Deneve, K. M., & Cooper, H. (1998). The happy personality: a meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological bulletin*, 124(2), 197-229.
- Díaz, C. M. (2009). ¿Cómo desarrollar, de una manera comprensiva, el análisis cualitativo de los datos?. *Educere*, 13(44), 55-66.
- Díaz, D., Rodríguez-Carvajal, R., Blanco, A., Moreno-Jiménez, B., Gallardo, I., Valle, C. y Van Dierendock, D. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicothema*, 18(3), 572-577.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542- 575.
- Diener, E. (1994). El bienestar subjetivo. *Psychosocial Intervention*, 3(8), 67-113.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological bulletin*, 125(2), 276-302.
- Diener, E., Suh, E. y Oishi S. (1997). Recent Findings on subjective well-being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 24, 25-41.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. y Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W.R. y Robinson, J. P. (2001). Social implications of the internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336.
- Domínguez, D. C. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales/Democracy 2.0: politics inside social networks. *Pensar la publicidad*, 3(2), 31-48.
- Domínguez, F. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014). *Revista de Comunicación*, 14, 48-69

- Echeburúa, E., & de Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22(2), 91-96. <http://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/196>
- Edmunds, H. (1999). *The focus group research handbook*. NTC/Contemporary Publishing Group, Chicago.
- Elliott, R., Fischer, C. T., & Rennie, D. L. (1999). Evolving guidelines for publication of qualitative research studies in psychology and related fields. *British journal of clinical psychology*, 38(3), 215-229.
- Emol. (29 de abril de 2015). *Aplicación de streaming "Periscope" superó el millón de usuarios en 10 días*. Emol.Tecnología. Recuperado el 17 de febrero de 2016, de <http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2015/04/29/714782/aplicaciondestreamingperiscopesuperoelmillondeusuariosen10dias.html>
- Espuny, C., González, J., Lleiá, M. & Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 8(1), 171-185
- Esteban, M. P. S. (2000). Criterios de validez en la investigación cualitativa: de la objetividad a la solidaridad. *Revista de investigación educativa*, 18(1), 223-242.
- Etxeberriá, F., Esteve, J. M. y Jordán, J. A. (2001). *La escuela y la crisis social [Ponencia]*. XX Seminario Interuniversitario de Teoría de la Educación. Murcia. Cajamurcia.
- Eurobarometer (2010). *E-Communications Household Survey Report*. Eurobarometer. https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_335_en.pdf
- Ewing, J. A. (1984). Detecting Alcoholism. *JAMA Journal of the American Medical Association*, 252(14), 1905–1907. <https://doi.org/10.1001/jama.1984.03350140051025>
- Fages-Ramió, R. (2008). Actitud 2.0: la política más allá de los blogs. *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencias Políticas de la UOC*, (7), 19-25. https://www.researchgate.net/publication/26544581_Actitud_20_la_politica_mas_alla_de_los_blogs
- Feng, S. (2021). *Análisis del impacto de Twitter y Weibo en la comunicación en la crisis del COVID-19 en España Y China* [Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Valencia]. RiuNet, Repositorio Institucional UPV.
- Fernández-Guerrero, I. M. (2014). WhatsAppitis. *The Lancet*, 383, 1040. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(14\)60519-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(14)60519-5)
- Fierro, A. (2000). Sobre la vida feliz. *Social Psychology*, 64, 678-769.

- Flichy, P. (2006). El individualismo conectado. Entre la técnica digital y la sociedad. *Telos*, 68, 13-25.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Madrid. Morata.
- Flores, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 17(33), 73-81.
- Forkosh, A. & Hershkovitz, A. (2011). The use of Social Networks by Higher Education Institutes in Isarael. *In Proceedings of the Chais conference on institutional technologies research*, 14-20.
- Freeman, C. (2013). *Economics of industrial innovation*. Routledge.
- Freire, J. (2009). Presentación. Monográfico" Cultura digital y prácticas creativas en educación". *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 6(1), 6.
- Fundación Universitaria Católica del Norte. (2005). *Educación virtual: reflexiones y experiencias*. Medellín: Fundación Universitaria Católica del Norte.
- Gabelas-Barroso, J. A. (2010). Escenarios virtuales, cultura juvenil y educomunicación 2.0. *Educomunicación más allá del 2.0.*, 2, 205-223.
- Galzacorta, M. A., Blanco, A. V., & Gutiérrez, E. A. (2014). Jóvenes conectados: Una aproximación al ocio digital de los jóvenes españoles. *Communication papers*, 3(04), 52-68.
- García, A., López-de-Ayala, M. C., & Catalina, B. (2013). Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 21(41), 195-204.
- García, F. B. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, (88), 97-114.
- García, S. (13-15 noviembre de 2013). *Bienestar eudaimónico y el uso de redes sociales virtuales* [Resumen de presentación de la conferencia]. IV Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata.
- García-Viniegras, C. R. V. (2005). El bienestar psicológico: Dimensión subjetiva de la calidad de vida. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 8(2), 20.
- Garmendia, M. L. (2007). Análisis factorial: una aplicación en el cuestionario de salud general de Goldberg, versión de 12 preguntas. *Revista chilena de salud pública*, 11(2), 57.
- Garrison, D.R. (2005). *El E-learning en el siglo XXI: investigación y práctica*. Barcelona: Octaedro.

- Gil, F., Del Valle, G., Oberst, U., & Chamarro, A. (2015). Nuevas tecnologías ¿Nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 33(2), 77-83.
- Giles, M. F., Cubo, S., Alonso, L. (2016). *Evaluación del uso de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico* [Resumen de presentación de la conferencia]. XVI Congreso Nacional y VII Congreso Iberoamericano de Pedagogía: Democracia y educación del siglo XXI.
- Goldberg, D. (1992). *General health questionnaire (GHQ-12)*. Windsor, UK: Nfer-Nelson.
- Goldberg, D., & Williams, P. (2000). *General health questionnaire (GHQ)*. Swindon, Wiltshire, UK: nferNelson.
- Goldberg, D.P. y Williams P. (1988). *A user's guide to the General Health Questionnaire*. UK: NFER-NELSON.
- Goldberg, D.P., Gater, R., Sartorius, N., Ustun, T.B., Piccinelli, M., Gureje, O. y Rutter, C. (1997). The validity of two versions of the GHQ in the WHO study of mental health illness in general health care. *Psychological Medicine*, 27, 191-197.
- Goldberg, P. y Williams, P. (1988). *General Health Questionnaire*. International Journal of Clinical and Health Psychology.
- Gómez de la Cruz, Á. (2015). *¿Quién hay ahí? 2.0*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. iDUS Depósito de Investigación de Universidad de Sevilla.
- Gómez, J. (24 de septiembre de 2013). *El 'phubbing', otra amenaza para las relaciones interpersonales y laborales*. Merca 2. 0. Recuperado el 6 de julio de 2018 en <https://www.merca20.com/el-phubbing-otra-amenaza-contras-las-relaciones-interpersonales-y-laborales/>
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista Comunicar*, 19(38), 131- 138.
- Gonçaves, W. (1 de septiembre de 2016). *Facebook: ¡todo sobre la red social más usada en el mundo!* Rockcontent. Recuperado el 2 de mayo de 2020 de <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>
- González, G. (2013). El uso de las redes sociales o cómo estar permanentemente ocupado sin centrarse en nada. *Revista Crítica*, (985), 16-21.
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.

- Graetz, B. (1991). Multidimensional properties of the General Health Questionnaire. *Social Psychiatric and Psychiatric Epidemiology*, 26, 132-138.
- Greenhow, C., Robelia, B., & Hughes, J. E. (2009). Learning, teaching, and scholarship in a digital age. *Educational Researcher*, 38(4), 246-259.
- Griffiths, M. D. (2010). The role of context in online gaming excess and addiction: Some case study evidence. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8(1), 119-125. doi:10.1007/s11469-009-9229-x
- Griffiths, M. D., Parke, J. (2010). Adolescent gambling on the internet: a review. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 22(1), 58-75. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20491418>
- Grosbeck, G., & Holotescu, C. (2010). Microblogging multimediasbased teaching methods best practices with Cirip. eu. *ProcediaSocial and Behavioral Sciences*, 2(2), 2151-2155.
- Gutiérrez Brito, J. (2008). *Dinámica del grupo de discusión*. Madrid: CIS.
- Gutiérrez, A., Palacios, A., & Torrego, L. (2010). Tribus digitales en las aulas universitarias. *Comunicar*, 17(34), 173-181.
- Hampton, K. N. y Wellman, B. (2000). Examining community in the digital neighborhood: early results from Canada's wired suburb. En Ishida, T. & Isbister, K. (Eds.) *Digital Cities: Experiences, Technologies and Future Perspectives*, 194-208.
- Hankins, M. (2008). The reliability of the twelve-item general health questionnaire (GHQ-12) under realistic assumptions. *BMC Public Health*, 8, 355. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-8-355>
- Hardiman, S. J., Richmond, P., & Hutzler, S. (2009). Calculating statistics of complex networks through random walks with an application to the on-line social network Bebo. *The European Physical Journal B*, 71(4), 611-622.
- Hermosilla, K. (1 de agosto de 2012). *¿Cómo afecta a la salud el internet y las redes sociales?* Nueva Mujer. Recuperado el 9 de mayo de 2014, de <https://www.nuevamujer.com/lifestyle/2012/08/01/como-afecta-a-la-salud-el-internet-y-las-redes-sociales.html>
- Hernández, M. y Solano, I. (2007). Ciberbullying, un problema de acoso escolar. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 10(1), 17-33.
- Hernández, P. (2005). *Educación del pensamiento y las emociones*. Madrid: Tafor/Narcea.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M^a P. (2010). *Metodología de la investigación (5ª ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Herrera, M. A. (2009). Disponibilidad, uso y apropiación de las tecnologías por estudiantes universitarios en México: perspectivas para una incorporación innovadora. *Revista Iberoamericana de Educación*. 48(6), 1-9.
- Herrero, J., Meneses, J., Valente, L. y Rodríguez, F., (2004). Participación social en entornos virtuales. *Psicothema*, 16, 456-460.
- Hewitt, C.E., Perry, A.E., Adams, B. y Gilbod, M. (2010). Screening and case finding for depression in offender populations: A systematic review of diagnostic properties. *Journal Affective Disorders.ELSEVIER*, 128, 72-82. doi: 10.1016/j.jad.2010.06.029
- Hicks, J., Epperly, L. y Barnes, K. (2001). Gender, emotional support, and well-being among the rural elderly. *Sex Roles*, 45, 15-30. <http://www.ontsi.red.es/hogares-ciudadanos/articulos/id/4927/xxvii-xxviii-oleadas-del-panel-hogares-enero-junio-2010.html,14-3-2011>.
- Hu, Y., Stewart-Brown, S., Twigg, L. y Weich, S. (2007). Can the 12-item General Health Questionnaire be used to measure positive mental health? *Psychological Medicine*, 37, 1005-1013.
- Hurley, R. E. (1999). Qualitative Research and the Profound Grasp of the Obvious. *Health Services Research*, 34(5), 1119-1136.
- IAB. Spain (2015). VI Estudio Redes Sociales [Diapositivas PowerPoint]. <https://es.slideshare.net/IAB Spain/estudio-anual-de-redes-sociales-2015>
- IAB. Spain (2017). Estudio anual de redes sociales 2017 [Diapositivas PowerPoint]. <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2017/>
- Ibáñez, J. (1992). *El debate metodológico*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Ibáñez, J. (2003). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y práctica*. Siglo XXI.
- Instituto Nacional de Estadística, INE (2016). *Población que usa internet (en los últimos 3 meses) Tipo de actividades realizadas por internet*. INE. <https://goo.gl/OzpXOr>.
- Instituto nacional de tecnologías de la comunicación (2008). *Guía legal sobre redes sociales, menores y privacidad en la red*. INTECO. https://www.formacion.andaluciaesdigital.es/c/document_library/get_file?uuid=5529b2c5-6976-4964-b2af-be730e9326b0&groupId=20195

- Instituto nacional de tecnologías de la comunicación y Orange (2011). *Estudio sobre hábitos seguros en el uso de smartphones por los niños y adolescentes españoles*. Observatorio de la Seguridad de la Información. http://www.inteco.es/guias_estudios/Estudios/Estudio_moviles_3C2011
- Iruela, J. (20 de mayo de 2015). *Qué es la Web 3.0. Informática y Tic's*. Revista digital INESEM. Recuperado el 3 de mayo del 2016 de <https://revistadigital.inesem.es/informatica-y-tics/que-es-la-web-3-0/>
- Islas, C., Carranza, M. R. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa? *Apertura*, 3(2). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68822737001>
- Islas, O., & Ricaurte, P. (2013). *Investigar las redes sociales*. México: Tecnológico de Monterrey.
- Jácome, D. I. (2017). *Las redes sociales y la personalidad de los estudiantes de Primero y Segundo año de BGU, de la Unidad Educativa Particular Ricardo Descalzi, de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato UTA.
- Jimenes, V. K. (2009). *Sociedad de la Información*. Loja, Ecuador.
- Jiménez, A. G., de Ayala López, M. C. L., & García, B. C. (2013). Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21(41), 195-204. <http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=41-2013-19>
- Jiménez, R. (4-6 de septiembre de 2013). *Impacto de las redes sociales online en el bienestar subjetivo y emocional de las mujeres de zonas rurales. Educación para la e-inclusión* [Resumen de presentación de la conferencia]. XVI Congreso Nacional/II Internacional Modelos de Investigación Educativa de la Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE). *Investigación e Innovación Educativa al Servicio de Instituciones y Comunidades Globales, Plurales y Diversas*, p 837-845 (pp. 837-845). AIDIPE. Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica. <https://idus.us.es/handle/11441/66934>
- Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. (2010). Get out of MySpace!. *Computers & Education*, 54(3), 776-782.
- Jones, S. G. (Ed.). (2003). *Cibersociedad 2. 0*. Barcelona: UOC.
- Katz, J.E. y Rice, R.E. (2005). *Social Consequences of Internet Use*, Editorial UOC, Barcelona.

- Kesici, S., Sahin, I. (2010). Turkish adaptation study of internet addiction scale. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 185–189, <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2009.0067>.
- Keyes, C., Ryff, C. D. y Shmotkin, D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007-1022. doi: 10.1037//0022-3514.82.6.1007
- Kierkegaard, S. (2010). Twitter thou doeth? *Computer Law & Security Review*, 26(6), 577–594.
- Kim, M. G., & Kim, J. (2010). Cross-validation of reliability, convergent and discriminant validity for the problematic online game use scale. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 389–398. doi:10.1016/j.chb.2009.11.010
- Kim, Y., Park, J. Y., Kim, S. B., Jung, I.-K., Lim, Y. S., Kim, J.-H. (2010). The effects of internet addiction on the lifestyle and dietary behavior of Korean adolescents. *Nutrition Research and Practice*, 4(1), 51–57. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2830415/>
- Kittinger, R., Correia, C. J., Irons, J. G. (2012). Relationship between Facebook use and problematic internet use among college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 324–327. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2010.0410>.
- Kozminsky, L., Nathat, N., Kozminsky, E., y Gurion, B. (2008). Using Concept Mapping to Construct New Knowledge While Analyzing Research Data: The Case of the Grounded Theory Method en A. J. Cañas, P. Reiska, M. Ahlberg y J. D. Novak (Eds.), *Concept Mapping: Conenecting Educators. Proceedings of the Third International Conference on Concept Mapping*, (Vol. 2, pp. 704-708). Tallin: University of Tallin.
- Krause, M. (2001). Hacia una redefinición del concepto de comunidad. *Revista de Psicología*, 10(2), 49-60.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, 58(1), 49-74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T. y Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychological Association*, 52, 1017-1031.
- Kruger, D. J., & Djerf, J. M. (2016). High ringxiety: Attachment anxiety predicts experiences of phantom cell phone ringing. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 19(1), 56-59.

- Kuss, D. J., Dunn, T. J., Wölfling, K., Müller, K., Hędzerek, M., Abstract, J. M. (2017). Excessive Internet Use and Psychopathology: The Role of Coping. *Clinical Neuropsychiatry*, 14(1), 73–81. <http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/28364/>
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? En *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (pp. 591-600). AcM.
- Lacey, A., & Luff, D. (2001). *Qualitative data analysis* (pp. 320-357). Sheffield: Trent focus.
- Lam, L. T., Peng, Z., Mai, J., Jing, J. (2009). The association between internet addiction and self-injurious behaviour among adolescents. *Injury Prevention*, 15(6), 403–408, doi:10.1136/ip.2009.021949
- Lee, C.-C., Chiou, W.-B. (2013). Keep Logging In! Experimental evidence showing the relation of affiliation needs to the idea of online social networking. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 419-422. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2012.0544>.
- Lee, N. & Lings I. (2008). *Doing Business Research. A Guide to Theory and Practice*. SAGE Publications Ltd. Londres.
- Lenhart, A. (2009). Teens and sexting. *Washington, DC: Pew Internet & American Life Project*, 15(1), 1-26.
- Ley 1/1995, de 27 de enero, de Protección del Menor.
- Ley 10/1989, de 14 de diciembre, de Protección de Menores.
- Ley 11/1985, de 13 de junio, de Protección de Menores.
- Ley 25/2007 de octubre, de Conservación de Datos relativos a las Comunicaciones Electrónicas y a las Redes Públicas de Comunicaciones.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico.
- Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de Mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios.
- Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.
- Ley 8/2002, de 27 de mayo, de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre Medidas de Protección de los Menores Desamparados y de la Adopción, y de Regulación de la Atención Especial a los Adolescentes con Conductas de Alto Riesgo Social.

Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen.

Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil.

Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

Licklider, J. C. R. y Taylor, R. W. (1968). The computer as a communication device. *Science Technology*, 76, 21-31.

Lincoln, Y., Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry*. Newbury Park, CA: Sage

Lindfors, P., Berntsson, L. y Lundberg, U. (2006). Factor structure of Ryff's psychological well-being scales in Swedish female and male white-collar workers. *Personality and individual differences*, 40(6), 1213-1222.

Lobo, A. y Muñoz, P. E. (1996). *Cuestionario de Salud General. Guía para el usuario de las diferentes versiones*. Barcelona: Masson.

Loneck, B., & Way, B. (1997). Using a focus group of clinicians to develop a research project on therapeutic process for clients with dual diagnoses. *Social Work*, 42(1), 107-111.

Longhurst, R. (2003). Semi-structured interviews and focus groups. *Key methods in geography*, 3(2), 143-156.

López, B. (23 de marzo 2021). *Qué es LinkedIn, para qué sirve y cómo funciona*. Ciudadano 2.0. Ayuda y consejos para bloggers y 2.0 Adictos. Recuperado el 2 de abril de 2021 de [https://www.ciudadano2cero.com/linkedin-que-es-como-funciona/#LinkedIn para que sirve esta red social profesional](https://www.ciudadano2cero.com/linkedin-que-es-como-funciona/#LinkedIn%20para%20que%20sirve%20esta%20red%20social%20profesional)

López, P. (9 de agosto de 2020). *¿Qué es Telegram y para qué sirve?*. Geeknetic. Recuperado el 19 de abril de 2021 de <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-telegram/que-es-telegram/1/>

Lorenzo, C., Gómez, M. Á., & Alarcón, M. D. C. (2011). Redes sociales virtuales, ¿de qué depende su uso en España? *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 21(41), 145-157.

Machaca, Y. K., & Meneses, K. H. (2019). *Programa de intervención para la adicción a las redes sociales en estudiantes de nivel secundario de una institución educativa privada de Arequipa* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional UNAS.

Maciá, F., & Gosende, J. (2011). *Marketing con redes sociales*. Anaya. España.

- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A. y Beaton, M. (2013). *Teens, Social Media, and Privacy*. Washington: Pew Research Center.
- Magno, G., Comarela, G., Saez-Trumper, D., Cha, M., & Almeida, V. (2012). *New kid on the block: Exploring the google+ social graph*. Proceedings of the 2012 Internet Measurement Conference (pp. 159-170). <https://doi.org/10.1145/2398776.2398794>
- Martin, A.J. (1999). Assessing the multidimensionality of the 12-Item General Health Questionnaire. *Psychological Reports, 84*, 927-935.
- Martínez, M. (2016). *Análisis del rendimiento académico del alumnado del último curso de ingeniería mediante nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje* [Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Madrid]. Archivo digital UPM.
- Martínez, M., & Ferraz, E. (2016). *Uso de las redes sociales por los alumnos universitarios de educación: un estudio de caso de la península ibérica*. *Tendencias pedagógicas*. Revistas UAM. <https://doi.org/10.15366/tp2016.28.003>
- Martínez-Lirola, M. (2012). Aproximación a la interacción virtual: el caso de la red social Badoo. *Palabra Clave, 15*(1), 107-127.
- Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M., Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior, 39*, 376–386, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.047>
- Matad, M. (2004). Autoestima en la mujer: Un análisis de su relevancia en la salud. *Avances en psicología latinoamericana. Fundación para el avance de la psicología en la salud, 22*, 19-140.
- McDowell, I. (2006). *Measuring Health – a guide to rating scales and questionnaires*. 3ª.ed. New York: Oxford.
- McKenna, K., Green, A. y Glason, (2001). Relationship formation on the internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues, 58*, 9-31.
- Meerkerk, G. J., Van Den Eijnden, R., Vermulst, A. A., Garretsen, H. F. L. (2009). The Compulsive Internet Use Scale (CIUS): Some psychometric properties. *CyberPsychology and Behavior, 12*(1), 1–6, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19072079>
- Merton, R y Kendall, P. (1946). The Focused Interview. *The American Journal of Sociology, 51*(6), 541-557.
- Merton, R.; Fiske, M. y Kendall, P. (1956). *The focused interview*. Glencoe. Free Press.

- Michalos, A. C. (1982). The satisfaction and happiness of some senior citizens in rural Ontario. *Social Indicators Research, 11*, 1-30. doi: 10.1007/BF00353590
- Michalos, A. C. (1986). An application of multiple discrepancies theory (MDT) to seniors. *Social Indicators Research, 18*, 349-373. doi: 10.1007/BF00300488
- Miles, M.B. y Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. California: Sage.
- Miranda, C. (2005). Aproximación a un modelo evaluativo de la formación permanente del profesorado chileno. *Estudios Pedagógicos, 31*, 145-166.
- Mok, S. C. (2010). Privacidad y protección de datos: un análisis de legislación comparada. *Diálogos Revista Electrónica, 11*(1), 115-152.
- Molina, C. J. y Meléndez, J. C. (2006). Bienestar psicológico en envejecientes de la República Dominicana. *Geriátrika, 22*(3), 97-105.
- Moral, F. (2001). Aspectos psicosociales de la comunicación y de las relaciones personales en internet, *Anuario de Psicología/The UB Journal of Psychology, 32*(2), 13-30.
- Morante, J. J., & Cuenca, A. (2017). *Snapchat y Periscope: diálogo con los más jóvenes en comunicación política*. ACOP Papers #7.
- Moyano, E. y Ramos, N. (2007). Bienestar subjetivo: midiendo satisfacción vital, felicidad y salud en población chilena de la Región Maule. *Revista Universum, 22*(2), 177-193.
- Mucientes, E. y Hernández, M. (14 de julio de 2017). *Line o WhatsApp, ¿quién puede más? El Mundo*. Recuperado el 2 de abril del 2021 de <https://www.elmundo.es/grafico/tecnologia/2016/07/14/5787708c268e3ee0338b45d5.html>
- Muñoz, A. (29 de abril de 2017). *¿Que es troll?* Noticias: Computer Hoy. Recuperado de <https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-troll-61526>
- Murphy, E., Dingwal, R., Greatbatch, D., Parker, S., Watson, P. (1998). Qualitative research methods in health technology assessment: a review of the literature. *Health Technology Assessment, 2*(16), 1-274.
- Newman, M., Barabasi, A. L., & Watts, D. J. (2011). *The structure and dynamics of networks* (Vol. 12). Princeton University Press.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI) (2010 - 2011). *Las Redes Sociales en Internet*. https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf

- Oliver, A., Navarro, E., Meléndez, J. C., Molina, C. y Tomás, J. M. (2009). Modelo de ecuaciones estructurales para predecir bienestar y ABVD en adultos mayores de la República Dominicana. *Revista Panamericana de Salud Pública/Pan American Journal of Public Health*, 26, 189-196.
- Onwuegbuzie, A. J., Leech, N. L., Dickinson, W. B., & Zoran, A. G. (2011). Un marco cualitativo para la recolección y análisis de datos en la investigación basada en grupos focales. *Paradigmas: Una revista Disciplinar de Investigación*, 3(2), 127-157.
- Organización Mundial de la Salud (1996). *Evaluación de la Calidad de Vida, Grupo WHOQOL, 1994. ¿Por qué Calidad de vida?* Foro Mundial de la Salud, OMS, Ginebra.
- Orihuela, J. L. (10 de marzo de 2009). *Redes sociales y educación*. Ecuaderno.com. Recuperado el 3 de agosto de 2015 de <http://www.ecuaderno.com/2009/03/10/redes-sociales-y-educacion>.
- Ortiz, E. (s/f). *Breve historia de las redes sociales (Evolución + Cronología)* [Mensaje en un blog]. Eva Ortiz Periodista y copywriter. Recuperado el 5 de abril de 2019 de <https://evaortiz.es/historia-redes-sociales/>
- Ossorio, M. Á. (30 de junio de 2015). *Periscope, el vídeo en directo para todos*. Internet Media Lab: Center for Innovation and Interactive Media Studies. Universidad Complutense de Madrid. <http://internetmedialab.com/2015/06/30/periscope-el-video-en-directo-para-todos/>
- Padgett, R. D., Johnson, M. P., Saichaie, K. y Paulsen, M. B. (2009). *The impact of physical health and good practices on college students' psychological well-being*. Trabajo presentado en el 34º Annual Meeting of the Association for the Study of Higher Education, Vancouver, Canadá.
- Padrón, A., Galán, I., Durbán, M., Gandarillas, A., & Rodríguez-Artalejo, F. (2012). Confirmatory factor analysis of the General Health Questionnaire (GHQ-12) in Spanish adolescents. *Quality of Life Research*, 21(7), 1291-1298.
- Palacios, B., Sánchez, M. C., & Gutiérrez, A. (2013). Evaluar la calidad en la investigación cualitativa. *Guías o checklists*, 3, 581-596.
- Papacharissi, Z., Mendelson, A. (2011). Toward a new(er) sociability: Uses, gratifications and social capital on Facebook en S. Papathanassopoulos (Ed.). *Media perspectives for the 21st century* (pp. 212–230). New York: Routledge.
- Parini, A., Vera, V., Galende, E., Ganga, L., Abuchaem, R., & Cifre, S. (2013). *Context and participation in virtual world Habbo Hotel*. Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina.

- Park, M.-H., Park, E. J., Choi, J., Chai, S., Lee, J.-H., Lee, C., et al. (2011). Preliminary study of internet addiction and cognitive function in adolescents based on IQ tests. *Psychiatry Research*, 190(2-3), 275-281. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2011.08.006>
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of applied developmental psychology*, 30(3), 227-238.
- Perez, A. L. R. (2016). *La representación de los espacios de vida de la mujer en el ciberfeminismo* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. E-prints Complutense, El repositorio de la producción académica en abierto de la UCM.
- Pérez, J., Gardey, A. (2014). *Definición de Red Social*. Definición.DE. Recuperado el 30 de agosto del 2016 de <http://definicion.de/red-social/>
- Pérez-López, E., Vázquez, A., y Cambero, S. (2021). Educación a distancia en tiempos de COVID-19: Análisis desde la perspectiva de los estudiantes universitarios. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 24(1), 331-350. <http://dx.doi.org/10.5944/ried.24.1.27855>
- Peris, M., Maganto, C., & Kortabarria, L. (2015). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. *European Journal of investigation in health, psychology and education*, 3(2), 171-180.
- Piscitelli, A. (2006). Nativos e inmigrantes digitales: ¿brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? *Revista mexicana de investigación educativa*, 11(28), 179-185.
- Piscitelli, A., Adame, I. & Binder, I. (2010). *El proyecto Facebook y la postuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Buenos Aires: Ariel-Fundación Telefónica.
- Ponce, I. (17 de abril de 2016). *MONOGRÁFICO: Redes Sociales-Clasificación de redes sociales*. Astearte. Recuperado el 3 de febrero de 2018 de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales?format=pdf>
- Ponce, I. (17 de abril de 2012). *Redes sociales y Definición de Redes sociales*. Instituto Nacional de Tecnología Educativas y de Formación del Profesorado. Recuperado el 12 de mayo de 2014 de <http://recursostic.educacion.es>
- Poore, M. (2015). *Using social media in the classroom*. London: Sage.
- Prensky, M. (2014). Digital Natives, Digital Immigrants, 2001. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Prensky, M. R. (2010). *Teaching digital natives: Partnering for real learning*. Corwin Press.

- Publometro. (6 de enero de 2016). *Conoce Periscope: la aplicación que se consolidó durante el 2015*. Santiago, Región Metropolitana, Chile. Recuperado en 4 de mayo de 2017 de <https://www.publometro.cl/cl/noticias/2016/01/06/conoce-periscope-aplicacion-que-se-consolido-durante-2015.html>
- Ractham, P., & Firpo, D. (2011). Using social networking technology to enhance learning in higher education: A case study using Facebook. *44th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1-10). IEEE.
- Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Real, T. (2008). Dependencia funcional, depresión y calidad de vida en ancianos institucionalizados. *Informaciones Psiquiátricas*, *192*, 163-178.
- Rehdanz, K., & Maddison, D. (2005). Climate and happiness. *Ecological Economics*, *52*(1), 111-125.
- Renau, V., Oberst, U., & Carbonell, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online. *Anuario de Psicología*, *43*(2), 159–170.
- Revista Médica (21 de mayo de 2014). *Enganchados a las redes*. Revista médica de nuestros hospitales. Recuperado el 24 de noviembre de 2014, <https://revistamedica.org.ec/noticias/6992-enganchados-a-las-redes>
- Rey, J. P. (2021). El gaming es el nuevo rock. *Ctrl: control & estrategias*, (685), 38-45.
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- Rideout, V. (2012). *Social Media, Social Life: How teens view their digital lives*. San Francisco: Common Sense Media.
- Robinson, J. P. y Kestnbaum, M. (1999). The personal computer, culture and other uses of free time. *Social Science Computer Review*, *172*, 209-216.

- Rodríguez, G., Gil, J. G. & García, E. (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada, Aljibe.
- Rodríguez-Carvajal, R., Díaz, D., Moreno-Jiménez, B., Blanco, A. y van Dierendonck, D. (2010). Vitalidad y recursos internos como componentes del constructo de bienestar psicológico. *Psicothema*, 22(1), 63-70.
- Romaní, J. C. C. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 14(27).
- Romero, J. R., & de Espinosa, M. P. L. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 13(2), 73-94.
- Rosen, L. D., Carrier, L. M., Cheever, N. A. (2013). Facebook and texting made me do it: Media-induced task-switching while studying. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 948–958. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.001>
- Ros-Martín, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información*, 18(5), 552-558.
- Rovira, C. (2008). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva para SEM-SEO. *Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, (6).
- Royal Society for Public Health (2017). *Statusofmind# Social media and Young people's mental health and wellbeing*. RSPH Royal Society for Public Health, Vision, Voice and Practice. Recuperado el 23 de mayo de 2018 de <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>
- Ruiz- Olabuenaga, J. I. (2003) *Técnicas de triangulación y control de calidad en la investigación socioeducativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ryan, M., Scott, D., Reeves, C. N., Bate, A., Van Teijlingen, E., Russell, H., Napper, A., Robb, C. (2001) Eliciting public preferences for healthcare: A systematic review of techniques. *Health Technology Assessment*, 5(5), 1-86.
- Ryan, R. M. y Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 141-166. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.141

- Ryan, R. M. y Frederick, C. M. (1997). On energy, personality and health: Subjective vitality as a dynamic reflection of well-being. *Journal of Personality*, 65, 529-565. doi: 10.1111/j.1467-6494.1997
- Ryff C. D. y Keyes, C. L. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727. doi: 10.1037/0022-3514.69.4.719
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 57(6), 1069.
- Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 1007-1029.
- Ryff, C. D. y Singer, B. H. (1998). The contours of positive human health. *Psychological Inquiry*, 9(1), 1-28. doi: 10.1207/s15327965pli0901_1
- Ryff, C. D. y Singer, B. H. (2000). Interpersonal flourishing: a positive health agenda for the new millennium. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 30-44. doi: 10.1207/S15327957PSPR0401_4
- Ryff, C. D. y Singer, B. H. (2008). Know thyself and become what you are: a eudaimonic approach to psychological well-being. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 13-39. doi: 10.1007/s10902-006-9019-0
- Sabariago, M. (2018). *Análisis de datos cualitativos a través del programa NVivo 11 PRO Dossier 1. Tutorial del programa*. Universidad de Barcelona.
- Salanova, M., Martínez, I., Bresó, E., Gumbau, L. y Grau, R. (2005). Bienestar psicológico en estudiantes universitarios: facilitadores y obstaculizadores del desempeño académico. *Anales de Psicología*, 21, 170- 180.
- Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 1(1). [Http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf](http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/salinas1104.pdf)
- Salomon, D. (2013). Moving on from Facebook. Using Instagram to connect with undergraduates and engage in teaching and learning. *College & Research Libraries News*, 74(8), 408-412.
- Salotti, P. (2006). *Estudio sobre estrategias de afrontamiento y bienestar psicológico en una muestra de adolescentes de Buenos Aires*. Belgrano: Universidad de Belgrano.
- San Emeterio, M. A. V., de León, A. P., & Arazuri, E. S. (2011). Fundamentos en el manejo del NVIVO 9 como herramienta al servicio de estudios cualitativos. *Contextos educativos: Revista de educación*, (14), 11-30.

- San Ildefonso, J. (2020). *Todas las novedades de Instagram que se estrenaron en 2019* [Mensaje en un blog]. Jordi San Ildefonso. Recuperado el 4 de enero de 2021 de <https://jordisanildefonso.com/novedades-instagram/>
- Sánchez Gómez, C. (2004). La investigación cualitativa. En F. Salvador, J.L. Rodríguez y A. Bolívar (Dir.), *Diccionario Enciclopédico de Didáctica* (Vol.2, 94-102). Málaga: Aljibe.
- Sánchez, A. (15 de noviembre de 2018). *Instagram Analytics: Ahora ya puedes analizar tu cuenta de instagram*. eLOGIA. Recuperado el 3 de diciembre de 2019 de <https://blog.elogia.net/instagram-analytics-ahora-ya-puedes-analizar-tu-cuenta-de-instagram>
- Sánchez, A. (2013). *¿Quién utiliza más a menudo las redes sociales: hombres o mujeres?*. The Phone House, Blog oficial. Recuperado el 10 de junio de 2014, de <https://blog.phonehouse.es/2013/09/08/tendencias-quien-utiliza-mas-a-menudo-las-redes-sociales-hombres-o-mujeres/>
- Sánchez, M., Aparicio, M. y Dresch, V. (2006). Ansiedad, autoestima y satisfacción autopercibida como predictores de la salud: diferencias entre hombres y mujeres. *Psicothema*, 18(3), 584-590.
- Sánchez-Cánovas, J. (2013). *EBP Escala de Bienestar Psicológico*. TEA ediciones.
- Sánchez-Carbonell, X., Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A., & Oberst, U. (2008). La adicción a internet y al móvil: ¿Moda o trastorno? *Adicciones*, 20(2), 149 –160.
- Sánchez-López, M.P. y Dresch, V. (2008). The 12-Item General Health Questionnaire (GHQ- 12): Reliability, external validity and factor structure in the Spanish population. *Psicothema*, 20, 839-843.
- Santos E. (2016). Weblog sl: *Musical.ly: qué es, cómo funciona y por qué tiene tanto éxito entre los adolescentes*. Xataka. Recuperado el 6 de mayo de 2018 de <https://www.xataka.com/especiales/musical-ly-que-es-como-funciona-y-por-que-tiene-tanto-exito>
- Schallock, R. L. y Verdugo, M. A. (2003). *Calidad de vida. Manual para profesionales de la educación, salud y servicios sociales*. Madrid: Alianza.
- Sebastián, J., Manos, D., Bueno, M. y Matero, N. (2007). Imagen Corporal y Autoestima en mujeres con Cáncer de mama participantes en un Programa de Intervención Psicosocial. *Revista Ciencia y Salud*, 18, 137-161.

- Simón, J. E. (2017). Uso de las Redes Sociales por las universidades públicas andaluzas. Análisis de contenido de la cuenta oficial de Twitter. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23(1), 631-645.
- Skeels, M. M., & Grudin, J. (2009). When social networks cross boundaries: a case study of workplace use of Facebook and LinkedIn. En *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work* (pp. 95-104). Nueva York:ACM.
- Smock, A., Ellison, N., Lampe, C., Wohn, D. (2011). Facebook as a toolkit A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27, 2322–2329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.011>
- Sofaer, S. (1999). Qualitative Methods: What Are They and Why Use Them?. *Health Services Research*, 34(5), 1101-1118.
- Solano, M. y Viñarás, M. (2013). *Las nuevas tecnologías en la familia y la educación: retos y riesgos de una realidad inevitable*. CEU ediciones.
- Special, W. T., Li-Barber, K. T. (2012). Self-disclosure and student satisfaction with Facebook. *Computers in Human Behavior*, 28, 624–630. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.008>
- Spitzer, R. L., Kroenke, K., Williams, J. B. W. y Löwe, B. (2006). A Brief Measure for Assessing Generalized Anxiety Disorder. *The GAD-7*. *Archives of Internal Medicine*, 166(10), 1092–1097.
- Spradley, J. P. (1997). *The Ethnographic Interview*. USA: Wadsworth Publishing.
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. United Kingdom: Cambridge University Press. View publication
- Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Suárez, E. (20 de febrero de 2014). Facebook compra WhatsApp por 19.000 millones de dólares. EL MUNDO. Recuperado el 22 de mayo del 2014, de <https://www.elmundo.es/economia/2014/02/19/53052f1e268e3eed5d8b456c.html>
- Swanborn, P. (2010). *Case study research. What, why and how?*. Sage, London.
- Tello, L. (2013). Intimidación y extimidad en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook. *Revista Científica de Educomunicación, Comunicar*, 20(40), 205-213.

- Tosun, L. P. (2012). Motives for Facebook use and expressing “true self” on the internet. *Computers in Human Behavior*, 28, 1510–1517. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.018>
- Traver, V., Fernandez, L. (2011). *El epaciente las redes sociales*. España: Editorial Publidisa desposito legal.
- Trimble, J. E., Helms, J. E., & Root, M. P. (2003). Social and psychological perspectives on ethnic and racial identity. *Handbook of racial and ethnic minority psychology*, 239-275.
- Trujillo, S. (2005). Agenciamiento individual y condiciones de vida. *Revista Científica de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. 4(2), 221-229.
- Tsitsika, A., Critselis, E., Louizou, A., Janikian, M., Freskou, A., Marangou, E. (2011). Determinants of Internet addiction among adolescents: A case-control study. *The Scientific World Journal*, 11, 866–874. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21516283>
- Tufekci, Z. (2012). Facebook, youth and privacy in networked publics. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 6(1), 338-345.
- Túñez, M., & Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de comunicación social*, (66), 210-246. doi: 10.4185/RLCS-66-2011-930-210-246.
- Turan, Z., Tinmaz, H., & Goktas, Y. (2013). The reasons for non-use of social networking websites by university students. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 21(1).
- Urresti, M. (2000). *Informe del área de adolescencia*. Buenos Aires, UNICEF.
- Valerio, G. y Serna, R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(3), 19-28. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>
- Van Hoorn, A. (2007). A short introduction to subjective well-being: its measurement, correlates and policy uses. *Trabajo presentado en International conference: Is happy measurable and what do those measures mean for policy*. Roma, Italia.
- Van Rijswijk, E.; Van Hout, H.; Van de Lisdonk, E.; Zitman, F. y Van Weel, C. (2009). Barriers in recognising, diagnosing and managing depressive and anxiety disorders as experienced by family physicians; a focus group study. *BMC Family Practice*. 10(1). doi:10.1186/1471-2296-10-52.
- Veenhoven, R. (1994). El estudio de la satisfacción con la vida. *Intervención Psicosocial*, 3, 87-116.

- Vega, J. L., Mayoral, P., Buz, J. y Bueno, B. (2004). Dominios globales y específicos del bienestar de las personas muy mayores. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 39(3), 23-30.
- Veletsianos, G. (2012). Higher education scholars' participation and practices on Twitter. *Journal of Computer Assisted Learning*, 28(4), 336-349.
- Victoria, C. (1999). Manual para la utilización del cuestionario de salud general de Goldberg. Adaptación cubana. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 1(15), 88-97.
- Vidales-Bolaños, M. J. & Sádaba-Chalezquer, C. (2017). Adolescentes conectados: La medición del impacto del móvil en las relaciones sociales desde el capital social. *Comunicar*, 53, 19-28. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-02>.
- Vilchez, L. (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.
- Villacampa, C., & Gómez, M. (2016). Nuevas tecnologías y victimización sexual de menores por online grooming. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, 18(2), 1-27.
- Villalobos, M. V. P., Castellanos, M. F. V., Mujica, A. D., González-Pienda, J. A., & Pérez, J. C. N. (2011). Disposición y enfoques de aprendizaje en estudiantes universitarios de primer año. *Universitas Psychologica*, 10(2), 441-449.
- Vilo, K. C. (2011). [Reseña] Manual imprescindible. Redes sociales para la educación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 54(5), 1-2.
- Viñas, F. (2009). Uso autoinformado de Internet en adolescentes: perfil psicológico de un uso elevado de la red. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*. 9(1), 109-122. <http://www.ijpsy.com/volumen9/num1/225/uso-autoinformado-deInternet-enadolescentes-ES.pdf>
- Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal Expressiveness and Hedonic Enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678-691.
- Watts, D.J. (2003). *Six degrees the Science of a Connected Age*. Norton & Company.
- Weber, S. y Mitchell, C. (2008). *Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies*. Concordia University, Montreal, Department of Education.
- Werneke, U., Goldberg, D.P., Yalcin, I. y Ustun, B.T. (2000). The stability of the factor structure of the General Health Questionnaire. *Psychological Medicine*, 30, 823-829.
- Wilkinson, S. (2004). Focus Group Research. En D. Silverman. (Ed.), *Qualitative research: Theory, method and practice* (177-199). London, United Kingdom: SAGE.

- Yanguas, J. J. (2006). *Análisis de la calidad de vida relacionada con la salud en la vejez desde una perspectiva multidimensional*. Madrid: IMSERSO.
- Ye, S. (2009). Factor structure of the General Health Questionnaire (GHQ-12): The role of wording effects. *Personality and Individual Differences*, 46, 197-201.
- Zacarés, J., Iborra, A., Tomás, J., & Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: una comparación global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de Psicología*, 25(2), 36-329.
- Zamora, L. (29 de octubre de 2014). ¿Sufres el síndrome de Ring? Red Forbes: *México Forbes*. Recuperado el 30 de mayo de 2017 de <https://www.forbes.com.mx/sufres-el-sindrome-del-ring/>
- Zhang, C. B., Li, Y. N., Wu, B., & Li, D. J. (2017). How WeChat can retain users: Roles of network externalities, social interaction ties, and perceived values in building continuance intention. *Computers in Human Behavior*, 69, 284-293.



ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE TABLAS

TABLAS	PAG
Tabla 1: Descripción y operativización de las variables	140
Tabla 2: Muestra de la investigación	144
Tabla 3: Frecuencia y porcentaje de muestra por edad	147
Tabla 4: Frecuencia y porcentaje de muestra sexo	148
Tabla 5: Selección de cuestionarios sobre el bienestar psicológico	149
Tabla 6: Nota media según estructura del cuestionario	153
Tabla 7: Nota media según ítems del cuestionario	153
Tabla 8: Estadísticos de fiabilidad, Dimensión B	154
Tabla 9: Estadísticos de fiabilidad, Dimensión C	154
Tabla 10: Resumen de procesamiento de casos GHQ-12	155
Tabla 11: Estadísticas de fiabilidad del GHQ-12	155
Tabla 12: Participantes de la Universidad de Extremadura	159
Tabla 13: Participante de la Universidad de Salamanca	160
Tabla 14: Diseño del Focus Group en función de los objetivos de investigación	162
Tabla 15: Términos convencionales y alternativos de criterios de evaluación cualitativa	163
Tabla 16: Relación de edad y sexo de la muestra	171
Tabla 17: Situación Laboral	171
Tabla 18: Nivel educativo superior alcanzado	172
Tabla 19: Curso que está estudiando	173
Tabla 20: Centros de la Universidad de Extremadura o de Salamanca en los que están cursando sus estudios actualmente	174
Tabla 21: Grado que estudia	176
Tabla 22: País de origen	178
Tabla 23: Localidad de origen	179
Tabla 24: Muestra por sexo de GHQ	208
Tabla 25: Porcentaje respuesta por cada ítem del GHQ	209

Tabla 26: Tabla de pruebas	213
Tabla 27: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 1	215
Tabla 28: Correlación de hipótesis 1	216
Tabla 29: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 2	217
Tabla 30: Rango de muestra según el conocimiento de los problemas por el uso de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico	218
Tabla 31: Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 2	218
Tabla 32: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 3	219
Tabla 33: Rango de muestra por el uso de las redes sociales según su situación laboral	220
Tabla 34: Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 3	220
Tabla 35: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 4	221
Tabla 36: Tabla de rangos hipótesis 4	222
Tabla 37: Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 4	222
Tabla 38: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 5	223
Tabla 39: Tabla de rangos hipótesis 5	224
Tabla 40: Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 5	224
Tabla 41: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 6	225
Tabla 42: Tabla de rangos hipótesis 6	226
Tabla 43: Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 6	226
Tabla 44: Post -hoc de uso de Instagram, por edades	227
Tabla 45: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 7	228
Tabla 46: Tabla de rangos hipótesis 7	229
Tabla 47: Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 7	229
Tabla 48: Post -hoc de uso de Facebook, por edades	230
Tabla 49: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 8	231
Tabla 50: Tabla de rangos hipótesis 8	232
Tabla 51: Prueba Kruskal- Wallis hipótesis 8	232
Tabla 52: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 9	233
Tabla 53: Tabla de rangos hipótesis 9	234

Tabla 54: Prueba U de Mann- Whitney hipótesis 9	234
Tabla 55: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 10	235
Tabla 56: Tabla de rangos hipótesis 10	236
Tabla 57: Prueba U de Mann- Whitney hipótesis 10	236
Tabla 58: Tabla para decidir la prueba estadística, para contrastar la hipótesis 11	237
Tabla 59: Tabla de rangos hipótesis 11	238
Tabla 60: Prueba U de Mann-Whitney hipótesis 11	238
Tabla 61: Resumen de resultados	239
Tabla 62: Categorías y subcategorías de los focus groups	243

TABLAS DE ANEXOS	PAG
Tabla A.1: Valoración de las dimensiones	391
Tabla A.2: Valoración de los ítems	392
Tabla A.3: Prueba normalidad hipótesis 1	401
Tabla A.4: Prueba normalidad hipótesis 2	401
Tabla A.5: Prueba normalidad hipótesis 3	402
Tabla A.6: Prueba normalidad hipótesis 4	402
Tabla A.7: Prueba normalidad hipótesis 5	403
Tabla A.8: Prueba normalidad hipótesis 6	404
Tabla A.9: Prueba normalidad hipótesis 7	404
Tabla A.10: Prueba normalidad hipótesis 8	405
Tabla A.11: Prueba normalidad hipótesis 9	405
Tabla A.12: Prueba normalidad hipótesis 10	406
Tabla A.13: Prueba normalidad hipótesis 11	407



ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE FIGURAS

	PAG
Figura 1: Estructura de la tesis	24
Figura 2: Evolución de las redes sociales	41
Figura 3: Evolución de las redes sociales (Ponce, 2012)	42
Figura 4: Mapa mundial de las principales redes sociales en 2017	44
Figura 5: Mapa mundial de las principales redes sociales en 2019	45
Figura 6: Mapa mundial de las principales redes sociales en 2019 - 2º ranking	46
Figura 7: Mapa mundial de las principales redes sociales en 2020	47
Figura 8: Uso actual de las redes sociales en España	49
Figura 9: Uso actual de las redes sociales en España (II)	49
Figura 10: Leyes sobre el servicio de la sociedad de la información	52
Figura 11: Leyes sobre la Protección de los datos Personales	52
Figura 12: Ley sobre la Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen	53
Figura 13: Ley sobre la Protección de la Privacidad intelectual	53
Figura 14: Leyes sobre la Protección de Consumidores y Usuarios	53
Figura 15: Leyes sobre la Protección de menores e incapaces	54
Figura 16: Aspectos básicos de la calidad de vida (Schalock y Verdugo, 2003)	103
Figura 17: Componentes del bienestar subjetivo	109
Figura 18: Gráfico de muestra según edad	147
Figura 19: Gráfico de muestra según el sexo	148
Figura 20: Secuencia de aplicación de los grupos focales	167
Figura 21: Gráfico de muestra según la Situación Laboral	172
Figura 22: Gráfico de muestra según el nivel educativo alcanzado	173
Figura 23: Gráfico de muestra según el curso que están estudiando	174
Figura 24: Gráfico de muestra según la facultad en la que están estudiando	176
Figura 25: Gráfico de muestra según el grado que están estudiando	178
Figura 26: Gráfico de muestra según el país de origen	179
Figura 27: Gráfico de muestra según localidad de origen	180
Figura 28: Gráfico uso de WhatsApp	180

Figura 29: Gráfico uso de Snapchat	181
Figura 30: Gráfico uso de Twitter	181
Figura 31: Gráfico uso de Facebook	182
Figura 32: Gráfico uso de Renren	182
Figura 33: Gráfico uso de Instagram	183
Figura 34: Gráfico uso de Qq	183
Figura 35: Gráfico uso de Wechat	184
Figura 36: Gráfico uso de Weibo	184
Figura 37: Gráfico uso de Line	185
Figura 38: Gráfico uso de Habbo	185
Figura 39: Gráfico uso de Periscope	186
Figura 40: Gráfico uso de LinkedIn	186
Figura 41: Gráfico uso de Otras Redes	187
Figura 42: Te han informado sobre las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales	187
Figura 43: Con qué frecuencia realizas la revisión de cualquier red social	188
Figura 44: Actualizar tus estados en diferentes redes sociales, mientras estás en una reunión con amigos o familiares, en vez de prestar atención al evento o la conversación	188
Figura 45: Aceptas todas las solicitudes de amistades que recibes	189
Figura 46: Utilizas las redes sociales con algún fin concreto	189
Figura 47: Sientes que la necesidad de usar alguna red social aumenta constantemente	190
Figura 48: Te impacientas cuando no tienes conexión (ya sea de datos o WIFI) en tu dispositivo y no puedes revisar o actualizar tus redes sociales	190
Figura 49: Puedes estar un tiempo sin usar ningún tipo de red social	191
Figura 50: Tratas de reducir el uso de las redes sociales	191
Figura 51: Cuando un amigo cuelga una foto tuya en una red social, ¿te pide primero permiso?	192
Figura 52: Suelen colgar fotos tuyas en las redes sociales	192

Figura 53: Alguna vez has visto una foto que hubieras preferido que no la hubieran subido	193
Figura 54: Alguna vez has visto que insulten a alguien en alguna red social	193
Figura 55: Usa las redes sociales como recurso didáctico de la enseñanza en la universidad	194
Figura 56: Usas las redes sociales en clase cuando esta actividad no es requerida en el aula	194
Figura 57: Para qué usa, más a menudo, las redes sociales	195
Figura 58: Las redes sociales son un buen método para conocer gente	195
Figura 59: Usas las redes sociales como una forma para evadirte de pensar en posibles problemas personales	196
Figura 60: Tomas precauciones para evitar riesgos derivados del uso de las redes sociales	196
Figura 61: El uso de las redes sociales ha tenido un impacto negativo sobre mi trabajo o estudios	197
Figura 62: El uso abusivo de las redes sociales puede provocar o incrementar, en el caso de que los hubiera, problemas personales	197
Figura 63: Has sabido poner límites entre la intimidad y la exhibición cuando usas las redes sociales	198
Figura 64: Las redes sociales te han ayudado a mejorar tu vida	198
Figura 65: Conoces personalmente a todas las personas que tienes en tus redes sociales	199
Figura 66: Estas al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales	199
Figura 67: Has tenido algún problema con tu familia y amigos por el uso de alguna red social	200
Figura 68: En el caso de acoso en las redes sociales, sabrías qué tienes que hacer o a quien debes acudir	200
Figura 69: Tu vida es más positiva utilizando las redes sociales	201
Figura 70: Crees que las redes sociales influyen en tu estado de ánimo	201

Figura 71: ¿Ha podido concentrarse bien en lo que hacía?	202
Figura 72: ¿Sus preocupaciones le han hecho perder mucho sueño?	202
Figura 73: ¿Ha sentido que está desempeñando un papel útil en la vida?	203
Figura 74: ¿Se ha sentido capaz de tomar decisiones?	203
Figura 75: ¿Se ha notado constantemente agobiado y en tensión?	204
Figura 76: ¿Ha tenido la sensación de que no puede superar sus dificultades?	204
Figura 77: ¿Ha sido capaz de disfrutar de sus actividades normales de cada día?	205
Figura 78: ¿Ha sido capaz de hacer frente adecuadamente a sus problemas?	205
Figura 79: ¿Se ha sentido poco feliz o deprimido?	206
Figura 80: ¿Ha perdido confianza en sí mismo?	206
Figura 81: ¿Ha pensado que usted es una persona que no vale la pena nada?	207
Figura 82: ¿Se siente razonablemente feliz considerando todas las circunstancias?	207
Figura 83: Porcentajes de respuesta según el Factor I del GHQ- 12	211
Figura 84: Porcentajes de respuesta según el Factor II del GHQ- 12	212
Figura 85: Diagrama de dispersión entre media de uso de redes sociales y datos de GHQ-12	215
Figura 86: Gráfico sobre el conocimiento de los problemas del uso de las redes sociales y su influencia en el bienestar psicológico	217
Figura 87: Gráfico uso de las redes sociales según situación laboral	219
Figura 88: Gráfico nivel educativo alcanzado y media de uso	221
Figura 89: Gráfico media de uso de las redes sociales y para qué se usan	223
Figura 90: Gráfico media de uso de Instagram según la edad	225
Figura 91: Gráfico media de uso de Facebook según la edad	228
Figura 92: Gráfico media de GHQ-12 frente a la media de uso de Facebook	231
Figura 93: Gráfico media de uso de las redes sociales según el sexo	233
Figura 94: Gráfico media de uso de las redes sociales en la Universidad de Extremadura (facultades de educación) y la Facultad de Educación	235
Figura 95: Gráfico media de GHQ- 12 en los sujetos de la Universidad de Extremadura (facultades de educación) y la Facultad de Educación	237

Figura 96: Gráfica de subcategorías sobre la finalidad de las Redes Sociales (Extremadura)	256
Figura 97: Gráfica de subcategorías sobre la influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico (Extremadura)	263
Figura 98: Gráfica de subcategorías sobre los problemas del mal uso de las Redes Sociales (Extremadura)	266
Figura 99: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales que conocen (Extremadura)	270
Figura 100: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales que conocen (Extremadura)	271
Figura 101: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según la edad (Extremadura)	273
Figura 102: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según la edad (Extremadura)	275
Figura 103: Gráfica de subcategorías sobre el desconocimiento de las Redes Sociales (Extremadura)	277
Figura 104: Gráfica de subcategorías sobre los inconvenientes de las Redes Sociales (Extremadura)	278
Figura 105: Gráfica de subcategorías sobre la presión social de las Redes (Extremadura)	282
Figura 106: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales en la Universidad (Extremadura)	284
Figura 107: Gráfica de subcategorías de las finalidades de las redes sociales (Salamanca)	287
Figura 108: Gráfica de subcategorías de la Influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico (Salamanca)	289
Figura 109: Gráfica de subcategorías sobre los problemas del mal uso de las Redes Sociales (Salamanca)	291
Figura 110: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales que conocen (Salamanca)	293

Figura 111: Gráfica de subcategorías sobre el uso adecuado de las Redes Sociales (Salamanca)	295
Figura 112: Gráfica de subcategorías sobre el uso de Redes Sociales según la edad (Salamanca)	298
Figura 113: Gráfica de subcategorías sobre el uso de Redes Sociales según el nivel educativo (Salamanca)	300
Figura 114: Gráfica de subcategorías del desconocimiento sobre el uso de las Redes Sociales (Salamanca)	301
Figura 115: Gráfica de subcategorías sobre los inconvenientes de las Redes Sociales (Salamanca)	303
Figura 116: Gráfica de subcategorías sobre la presión social de las Redes (Salamanca)	305
Figura 117: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales en la Universidad (Salamanca)	307
Figura 118: Gráfica de subcategorías sobre la finalidad de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca)	309
Figura 119: Gráfica de subcategorías sobre la influencia de las Redes Sociales en el Bienestar Psicológico (Extremadura y Salamanca)	311
Figura 120: Gráfica de subcategorías sobre problemas del mal uso de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca)	312
Figura 121: Gráfica de subcategorías sobre Redes Sociales que conocen (Extremadura y Salamanca)	314
Figura 122: Gráfica de subcategorías sobre el uso adecuado de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca)	315
Figura 123: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según la edad (Extremadura y Salamanca)	316
Figura 124: Gráfica de subcategorías sobre el uso de las Redes Sociales según el nivel educativo (Extremadura y Salamanca)	317
Figura 125: Gráfica de subcategorías sobre el desconocimiento del uso de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca)	318

Figura 126: Gráfica de subcategorías sobre los inconvenientes de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca)	319
Figura 127: Gráfica de subcategorías sobre la presión social de las Redes Sociales (Extremadura y Salamanca)	320
Figura 128: Gráfica de subcategorías sobre las Redes Sociales en la Universidad (Extremadura y Salamanca)	321
Figura 129: Gráfica de categorías de la investigación	323
Figura 130. Resumen de ambos focus groups	325



ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I: VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS	391
ANEXO II: PRINCIPIOS DE CADA HIPÓTESIS	401
ANEXO III: CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN	409
ANEXO IV: TRANSCRIPCIÓN FOCUS GROUP UNIVERSIDAD DE SALAMANCA	419
ANEXO V: TRANSCRIPCIÓN FOCUS GROUP UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	445

ANEXO I: VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS

VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS POR DIMENSIONES.

Tabla A.1

Valoración de las dimensiones

	PERTINENCIA		ADECUACIÓN		OBSERVACIONES
DIMENSION A	10	9,9	9	9,1	No hay observaciones
	10		9		
	9		10		
	10		9		
	10		9		
	10		9		
	10		9		
DIMENSION B	8	8,9	10	9,3	No hay observaciones
	8		10		
	9		9		
	9		8		
	9		9		
	10		10		
	9		9		
DIMENSION C	10	9,9	10	9,4	No hay observaciones
	10		10		
	10		9		
	9		9		
	10		10		
	10		8		
	10		10		
DIMENSION D	9	9,7	9	9,7	No hay observaciones
	10		10		
	10		10		

	10		9	
	10		10	
	9		10	
	9		9	
DIMENSION E	10	10	10	9,9
	10		10	No hay observaciones
	10		10	
	10		10	
	10		9	
	10		10	
	10		10	
	10		10	
Media Total		9,68	9,48	

VALORACIÓN DE LOS EXPERTOS POR ÍTEMS:

Tabla A.2

Valoración de los ítems

	PERTINENCIA		ADECUACIÓN		OBS.	MODI.
ÍTEM 1:	10	9,6	10	9,6	No conocen los objetivos, por lo que no saben si es adecuado este interrogante.	Uno de los objetivos de nuestras hipótesis es la diferencia entre sexos por lo que creemos conveniente su aplicación.
	10		10			
	7		7			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 2:	10	9,3	10	9,3	Proponen realizar un apartado para mayores de 30 años.	Nosotros nos centramos en los de 1º y los de 4º, siendo la media de edad la expuesta en el cuestionario.
	10		10			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
	7		7			
ÍTEM 3:	10	8,9	10	9,1		
	10		10			

	10		10			
	8		8			
	10		10			
	8		10			
	6		6			
ÍTEM 4:	10	9,7	10	9,7	Proponen que pongamos Máster o Título propio.	Se ha indicado el término como Máster o post grado
	10		10			
	10		10			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 5:	10	9,7	10	9,7	Diferenciar entre Máster y Doctorado.	Se ha indicado como Máster o Postgrado y Doctorado
	10		10			
	10		10			
	9		9			
	10		10			
	9		9			
	10		10			
ÍTEM 6:	10	9,9	10	9,9	Indican el cambio del término de Facultades, por Centros.	Se ha modificado el término Facultades por Centros.
	10		10			
	10		10			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 7:	10	9	10	8,9	Dejar que pongan de que país vienen, por si no son de España.	Se ha ampliado la cuestión, exponiendo una pregunta abierta en la que indican el país de origen.
	10		10			
	10		10			
	9		9			
	10		10			
	9		8			
	5		5			
ÍTEM 8:	10	8	10	7.71	Proponen indicar un apartado de extranjeros.	Se amplía la elección con una pregunta abierta del país extranjero.
	9		9			
	7		7			
	9		9			
	6		6			
	9		8			
	6		5			
ÍTEM 9:	10	9.7	10	9.7		

	10		10			
	9		9			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 10:	10	9.1	10	8.4	Proponen una corrección ortográfica de tilde en el "qué", e indican una sugerencia de interrogante, como: "¿Usas las redes sociales en clase cuando las TICs no son requeridas en el aula?"	Se ha modificado el error ortográfico y se ha introducido la pregunta en el cuestionario.
	9		9			
	8		10			
	9		9			
	10		10			
	8		6			
	10		5			
ÍTEM 11:	10	9	10	9.7	Proponen revisar la redacción.	Se modifica el interrogante, quedando así: ¿Con qué fin sueles usar las redes sociales con más frecuencia?
	10		10			
	9		9			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	5		10			
ÍTEM 12:	10	9.6	10	8.9	Indican la no adecuación de este ítem, porque reflejan que no tiene tanto que ver con uso de las redes sociales y/o bienestar psicológico, sino con Phubbing.	Se modifica la estructura de la cuestión para que tenga más sentido en nuestra investigación: Tomas precauciones para evitar riesgos derivados del uso de las redes sociales.
	10		10			
	9		10			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	9		3			
ÍTEM 13:	10	9.6	10	9.6		

	10		10			
	9		9			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 14:	10	7,6	10	7,7	Proponen modificar este interrogante al apartado de la dimensión D.	Se valora su aplicación y se lleva a consenso que debe de pertenecer a este apartado.
	10		10			
	8		9			
	4		4			
	1		1			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 15:	10	8,7	10	8,3		
	10		10			
	9		9			
	6		6			
	10		10			
	10		10			
	6		3			
ÍTEM 16:	10	9,3	10	8,7		
	10		10			
	10		10			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	6		3			
ÍTEM 17:	10	9,3	10	8,7		
	10		10			
	10		10			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	6		3			
ÍTEM 18:	10	9,1	10	8,7		
	10		10			
	10		10			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	6		3			
ÍTEM 19:	10	8,9	10	8,6		
	10		10			

	10		10			
	7		7			
	10		10			
	10		10			
	5		3			
ÍTEM 20:	10	9,7	10	9,7		
	10		10			
	10		10			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 21:	10	9,6	10	9,6		
	10		10			
	9		9			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 22:	10	8,3	10	8,3		
	10		10			
	9		9			
	8		8			
	1		1			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 23:	10	9,7	10	9,7		
	10		10			
	10		10			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 24:	10	8,3	10	8,3	Proponen modificarla de sitio y su formulación ya que se puede entender que el Conocer gente es un problema.	Se valora su aplicación y se lleva a consenso que debe de pertenecer a este apartado.
	10		10			
	9		9			
	8		8			
	1		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 25:	10	9,1	10	9,9	Indican modificar el	Se modifica su formulación
	10		10			

	10		10		termino desconectar por evadirte.	para mejor entendimiento: 4.2. Usas las redes sociales como una forma para evitar pensar en posibles problemas personales.
	9		9			
	10		10			
	5		10			
	10		10			
ÍTEM 26:	10	9,3	10	9,7		
	10		10			
	7		10			
	8		8			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 27:	10	7,3	10	8,6	Proponen modificar la redacción: Has tenido un impacto negativo al usar las redes sociales en tu trabajo y/o estudio o He tenido un impacto negativo al usar las redes sociales en mi trabajo y/o estudio.	Se modifica su formulación para mejor entendimiento: He tenido un impacto negativo, sobre el uso de las redes sociales, en tu trabajo o estudio.
	10		10			
	7		10			
	9		9			
	1		1			
	10		10			
	4		10			
ÍTEM 28:	10	8,4	10	7,4	Indican que si pongo incrementar estaría indicando que ya existe el problema. Por ello creen más conveniente su redacción: El uso abusivo de	Se modifica su formulación para mejor entendimiento: 4.5. El uso abusivo de las redes sociales puede provocar un problema personal.
	10		10			
	10		10			
	8		8			
	1		1			
	10		10			
	10		3			

					las redes sociales puede acarrear un problema personal	
ÍTEM 29:	10	7,3	10	8,3	Pretende indicar a qué me refiero con la pregunta, planteándolo mejor poniendo: ¿te pones límites...?	Se modifica su formulación para mejor entendimiento: Has sabido poner límites entre la intimidad y la exhibición cuando usas las redes sociales.
	10		10			
	10		10			
	8		8			
	0		0			
	10		10			
	3		10			
ÍTEM 30:	10	8,6	10	9,6	No saben indicar si se refiere a lo personal o a lo profesional. Por lo que proponen indicarlo.	Se valora su aplicación y se lleva a consenso que como se refiere a las dos partes, no creemos conveniente indicarlo.
	10		10			
	10		10			
	7		7			
	10		10			
	10		10			
	3		10			
ÍTEM 31:	10	9,3	10	9,6		
	10		10			
	8		10			
	7		7			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 32:	10	6,6	10	8,9	No saben indicar a que se refiere, si es: Masivo, adictivo, excesivo...	Se modifica su formulación: Estás al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales.
	10		10			
	7		7			
	9		9			
	4		4			
	10		10			
	3		10			
ÍTEM 33:	10	9,7	10	9,6		
	10		10			
	9		8			

	9		9			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 34:	10	8,3	10	9,3	Indican la no pertenencia de este interrogante en este apartado.	Se ha modificado al apartado del cuestionario, referido al perfil de uso.
	10		10			
	10		10			
	5		5			
	10		10			
	10		10			
	3		10			
ÍTEM 35:	10	9,7	10	9,7		
	10		10			
	9		9			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
ÍTEM 36:	10	8	10	9,29	Proponen reflejar mejor las indicaciones de este interrogante	Se modifica su formulación: Tu vida es más positiva utilizando las redes sociales.
	10		10			
	8		10			
	5		5			
	10		10			
	10		10			
	3		10			
ÍTEM 37:	10	9,7	10	9,7		
	10		10			
	9		9			
	9		9			
	10		10			
	10		10			
	10		10			
Media Total		8,45		9,1		

MOD. Modificaciones; OBS. Observaciones.

ANEXO II

HIPÓTESIS 1

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 1

Tabla A.3

Prueba normalidad hipótesis 1

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Media de uso de las redes sociales	,136	797	,000	,823	797	,000
Suma de los ítems del GHQ12 por persona	,130	797	,000	,949	797	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “*p*” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 2

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 2

Tabla A.4

Prueba normalidad hipótesis 2

		Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
4.9. Estás al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales.							
Suma de los ítems del GHQ12 por persona	Si	,131	701	,000	,951	701	,000
	No	,149	96	,000	,923	96	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “*p*” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 3

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 3

Tabla A.5

Prueba normalidad hipótesis 3

		Pruebas de normalidad					
	Situación Laboral.	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Media de uso de las redes sociales	Estudiando.	,140	715	,000	,815	715	,000
	Trabajando y estudiando.	,142	82	,000	,867	82	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “*p*” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 4

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 4

Tabla A.6

Prueba normalidad hipótesis 4

		Pruebas de normalidad ^b					
	Nivel educativo superior alcanzado.	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Media de uso de las redes sociales	Educación Secundaria.	,265	7	,147	,918	7	,454
	Bachillerato.	,143	570	,000	,803	570	,000
	Formación Profesional.	,133	99	,000	,932	99	,000
	Diplomado.	,219	3	.	,987	3	,780

Grado.	,126	108	,000	,790	108	,000
Máster o Postgrado.	,163	9	,200*	,909	9	,308

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

b. Media de uso de las redes sociales es una constante cuando Nivel educativo superior alcanzado. = Licenciado. y se ha desestimado.

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” en la mayoría de los niveles educativos es inferior a 0,05 (esto es, $p < 0,05$) siendo significativo, resaltando que si existe una normalidad en los grupos de Educación Secundaria que presenta un valor de $p = 0,147$, siendo este superior a 0,05 (esto es, $p < 0,05$) y en los Másteres o Postgrados con un valor significativo de $p = 0,200$ siendo este superior a 0,05 (esto es, $p < 0,05$), concretando finalmente la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 5

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 5

Tabla A.7

Prueba normalidad hipótesis 5

		Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
3. Para qué usas, más a menudo, las redes sociales...		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Media de uso de las redes sociales	Para conocer gente.	,125	61	,019	,953	61	,020
	Por trabajo.	,385	3	.	,750	3	,000
	Por estudio.	,250	6	,200*	,839	6	,128
	Para comunicar me con familia y amigos.	,138	592	,000	,815	592	,000

	Porque todo el mundo las utiliza.	,273	37	,000	,667	37	,000
	Otros.	,106	98	,008	,980	98	,132

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 6

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 6

Tabla A.8

Prueba normalidad hipótesis 6

		Pruebas de normalidad					
	Edad.	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
[Instagram]	17 - 20 años	,436	515	,000	,535	515	,000
	21 - 24 años	,398	234	,000	,618	234	,000
	> 24 años	,216	48	,000	,804	48	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 7

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 7

Tabla A.9

Prueba normalidad hipótesis 7

		Pruebas de normalidad					
	Edad.	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.

[Facebook]	17 - 20 años	,233	515	,000	,834	515	,000
	21 - 24 años	,218	234	,000	,870	234	,000
	> 24 años	,203	48	,000	,857	48	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 8

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 8

Tabla A.10

Prueba normalidad hipótesis 8

		Pruebas de normalidad					
[Facebook]		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Suma de los ítems del GHQ12 por persona	Nunca	,130	243	,000	,934	243	,000
	Poco frecuentemente	,137	222	,000	,947	222	,000
	Frecuentemente	,163	210	,000	,941	210	,000
	Muy frecuentemente	,138	122	,000	,961	122	,001

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 9

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 9

Tabla A.11

Prueba normalidad hipótesis 9

		Pruebas de normalidad					
Sexo.		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.

Media de uso de las redes sociales	Hombre	,154	220	,000	,804	220	,000
	Mujer	,132	577	,000	,813	577	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 10

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 10

Tabla A.12

Prueba normalidad hipótesis 10

		Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
En qué centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca está cursando sus estudios actualmente.		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Media de uso de las redes sociales	Universidad de Extremadura Educación	,153	217	,000	,836	217	,000
	Facultad de Educación de Salamanca	,122	238	,000	,840	238	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “ p ” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

HIPÓTESIS 11

Análisis para la elección del modelo estadístico de la hipótesis 11

Tabla A.13

Prueba normalidad hipótesis 11

		Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	En qué centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca está cursando sus estudios actualmente.	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
		Media de uso de las redes sociales	Universidad de Extremadura Educación	,153	217	,000	,836
Facultad de Educación de Salamanca	,122		238	,000	,840	238	,000
Suma de los ítems del GHQ12 por persona	Universidad de Extremadura Educación	,140	217	,000	,950	217	,000
	Facultad de Educación de Salamanca	,128	238	,000	,945	238	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

En dicha prueba asumimos que no es normal la distribución de ambos grupos ya que el nivel de “*p*” (esto es, $p < 0,05$) es significativo, indicándonos así la utilización de pruebas no paramétricas para nuestra hipótesis.

ANEXO III

CUESTIONARIOS DE LA INVESTIGACIÓN.

CONOCIMIENTO Y USO DE LAS REDES SOCIALES, CUESTIONARIO DE SALUD GENERAL

CUESTIONARIO SOBRE EL CONOCIMIENTO Y USO DE LAS REDES SOCIALES

Fecha.

___/___/___

Sexo.

Mujer
 Hombre

Nivel educativo superior alcanzado.

Educación Secundaria
 Bachillerato
 Formación Profesional
 Diplomado
 Grado
 Licenciado
 Máster o Postgrado
 Doctorado

Edad.

17 – 20 años
 21 – 24 años
 > 24 años

Situación Laboral.

Trabajando
 Estudiando
 Trabajando y estudiando

Curso que está estudiando.

1º Grado 4º Grado
 2º Grado Máster
 3º Grado Doctorado

País de origen.

España
 Otro

En qué centros de la Universidad de Extremadura o de la Universidad de Salamanca está cursando sus estudios actualmente.

<input type="checkbox"/>	Escuela de Ingenierías Agrarias de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Escuela de Ingeniería Industriales de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Facultad de Biblioteconomía y Documentación de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Facultad de Ciencias de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Facultad de Educación de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Facultad de Medicina de Badajoz
<input type="checkbox"/>	Escuela Politécnica de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Escuela Universitaria de Enfermería y Terapia Ocupacional de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de Derecho de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de estudios Empresariales y Turismo de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de Filosofía y Letras de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de Ciencias del Deporte de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de Veterinaria de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de Formación del Profesorado de Cáceres
<input type="checkbox"/>	Facultad de Educación de Salamanca

Grado Universitario que está realizando.

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Grado en Ciencias y Tecnología de los Alimentos |
| <input type="checkbox"/> | Grado de Ingeniería Electrónica y Automática |
| <input type="checkbox"/> | Grado de Comunicación Audiovisual |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Química |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Administración y Dirección de Empresas |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Psicología |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Fisioterapia |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Ingeniería Informática en Ingeniería de Computadores |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Terapia ocupacional |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte |
| <input type="checkbox"/> | Grado de Derecho |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Turismo, Administración de Organizaciones y Recursos Turísticos |
| <input type="checkbox"/> | Grado de Estudios Ingleses |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Veterinaria |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Educación Primaria |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Educación Infantil |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Pedagogía |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Educación Social |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Ingeniería Mecánica |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Ingeniería Electrónica y de Materiales |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Ingeniería Eléctrica |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Historia del Arte |
| <input type="checkbox"/> | Grado en Geografía y Ordenación del Territorio |

Localidad de origen.

- Badajoz capital
- Cáceres capital
- Salamanca capital
- Municipio de la provincia de Badajoz
- Municipio de la provincia de Cáceres
- Municipio de fuera de Extremadura
- Municipio de la provincia de Salamanca
- Municipio de fuera de Castilla y León
- Otros:

1. Redes sociales que conoces y tiempo de uso.

	Muy Frecuentemente	Frecuentemente	Poco Frecuentemente	Nunca
WhatsApp.				
Snapchat.				
Twitter.				
Facebook.				
Renren.				
Instagram.				
Qq.				
Wechat.				
Weibo.				
Line.				
Habbo.				
Periscope.				
Linkedin				
Otras. _____				

2. Perfil de uso de las redes sociales.

	Nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
2.1. Te han informado sobre las ventajas e inconvenientes del uso de las redes sociales.				
2.2. Con que frecuencia realizas la revisión de cualquier red social.				
2.3. Actualizas tus estados en diferentes redes sociales, mientras estás en una reunión con amigos o familiares, en vez de prestar atención al evento o la conversación.				
2.4. Aceptas todas las solicitudes de amistades que recibes.				
2.5. Utilizas las redes sociales con algún fin concreto.				
2.6. Sientes que la necesidad de usar alguna red social aumenta constantemente.				
2.7. Te impacientas cuando no tienes conexión (ya sea de datos o WIFI) en tu dispositivo y no puedes revisar o actualizar tus redes sociales.				

2.8. Puedes estar un tiempo sin usar ningún tipo de red social.				
2.9. Tratas de reducir el uso de las redes sociales.				
2.10. Cuando un amigo cuelga una foto tuya en una red social, ¿te pide primero permiso?				
2.11. Sueles colgar fotos tuyas en las redes sociales.				
2.12. Alguna vez has visto una foto que hubieras preferido que no la hubieran subido.				
2.13. Alguna vez has visto que insulten, dañen o humillen a alguien en alguna red social.				
2.14. Usa las redes sociales como recurso didáctico de la enseñanza en la universidad.				
2.15. Usas las redes sociales en clase cuando esta actividad no es requerida en el aula.				

3. Para qué usas, más a menudo, las redes sociales...

- Por conocer gente
- Por trabajo
- Por estudio
- Para comunicarme con familia y amigos
- Porque todo el mundo las utiliza

4. En qué medida usas las Redes sociales y conoces los problemas que conlleva su utilización.

	Si	No
4.1. Las redes sociales son un buen método para conocer gente.		
4.2. Usas las redes sociales como una forma para evadirte pensar en posibles problemas personales.		
4.3. Tomas precauciones para evitar riesgos derivados del uso de las redes sociales.		
4.4. El uso de las redes sociales ha tenido un impacto negativo sobre mi trabajo o estudios.		
4.5. El uso abusivo de las redes sociales puede provocar o incrementar, en el caso de que los hubiera, problemas personales.		
4.6. Has sabido poner límites entre la intimidad y la exhibición cuando usas las redes sociales.		
4.7. Las redes sociales te han ayudado a mejorar tu vida.		
4.8. Conoces personalmente a todas las personas que tienes en tus redes sociales.		
4.9. Estás al tanto de los problemas que pueden llegar a tener las personas por el uso excesivo de las redes sociales.		
4.10. Has tenido algún problema con tu familia y amigos por el uso de alguna red social.		
4.11. En el caso de acoso en las redes sociales, sabrías qué tienes que hacer o a quién debes acudir.		
4.12. Tu vida es más positiva utilizando las redes sociales.		
4.13. Crees que las redes sociales influyen en tu estado de ánimo.		

CUESTIONARIO DE SALUD GENERAL DE GOLDBERG GHQ-12

1. ¿Ha podido concentrarse bien en lo que hacía?

- Mejor que lo habitual
- Igual que lo habitual.
- Menos que lo habitual.
- Mucho menos que lo habitual.

2. ¿Sus preocupaciones le han hecho perder mucho sueño?

- No, en absoluto.
- No más que lo habitual.
- Algo más que lo habitual.
- Mucho más que lo habitual.

3. ¿Ha sentido que está desempeñando un papel útil en la vida?

- Más útil que lo habitual.
- Igual que lo habitual.
- Menos útil que lo habitual.
- Mucho menos útil que lo habitual.

4. ¿Se ha sentido capaz de tomar decisiones?

- Más que lo habitual.
- Igual que lo habitual.
- Menos que lo habitual.
- Mucho menos que lo habitual.

5. ¿Se ha notado constantemente agobiado y en tensión?

- No, en absoluto.
- No más que lo habitual.
- Algo más que lo habitual.
- Mucho más que lo habitual.

6. ¿Ha tenido la sensación de que no puede superar sus dificultades?

- No, en absoluto.
- No más que lo habitual.
- Algo más que lo habitual.
- Mucho más que lo habitual.

7. ¿Ha sido capaz de disfrutar de sus actividades normales de cada día?

- Más que lo habitual.
- Igual que lo habitual.
- Menos que lo habitual.
- Mucho menos que lo habitual.

8. ¿Ha sido capaz de hacer frente adecuadamente a sus problemas?

- Más capaz que lo habitual.
- Igual que lo habitual.
- Menos capaz que lo habitual.
- Mucho menos capaz que lo habitual.

9. ¿Se ha sentido poco feliz o deprimido?

- No, en absoluto.
- No más que lo habitual.
- Algo más que lo habitual.
- Mucho más que lo habitual.

10. ¿Ha perdido confianza en sí mismo?

- No, en absoluto.
- No más que lo habitual.
- Algo más que lo habitual.
- Mucho más que lo habitual.

11. ¿Ha pensado que usted es una persona que no vale para nada?

- No, en absoluto.
- No más que lo habitual.
- Algo más que lo habitual.
- Mucho más que lo habitual.

12. ¿Se siente razonablemente feliz considerando todas las circunstancias?

- Más capaz que lo habitual.
- Igual que lo habitual.
- Menos capaz que lo habitual.
- Mucho menos capaz que lo habitual.

ANEXO IV

TRANSCRIPCIÓN FOCUS GROUP UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Mediadora

Primeramente, vamos a centrar la investigación, en las cuestiones referentes a: ¿qué pensáis sobre las redes sociales? Y ¿os influyen en el bienestar psicológico?

Sujeto 1

¿Nos tenemos que presentar?

Mediadora

No, no hace falta.

Sujeto 1

Vale, pues haber... Yo creo que las redes sociales al final... son un poco, bueno... yo estoy de acuerdo con que la gente siempre proyecta lo mejor ... es a la conclusión que he llegado y por otro lado ¿si me afecta?... pues intento que no. Pero sí que es verdad que ... si que he notado una evolución... pero he de admitir que en algún momento si me ha afectado... pues por ejemplo en un momento en el que no estés a gusto con tu vida, por lo que sea... y ves que alguien esta super feliz en un proyecto que le motiva ... pues dices... algo estoy haciendo mal, ¿sabes?

Que es una bobada, porque te encuentras a esa persona dos semanas después, y da la casualidad de que lo ha dejado o no le gusta o está super triste y tal. Pero tu ves esa foto en ese mismo instante, y lo primero que ves es “joder que guay, ¿y yo?... Y te lo planteas.

Sujeto 2

Porque las redes sociales, lo que tú haces es subir una foto ¿no?, de un momento super bonito. Es decir ... no... yo me voy de vacaciones y subo 10 fotos, ... las 10 fotos mejores, las bonitas, ... Entonces eso genera ... si yo lo veo... joder que bien se lo ha pasado... Ha estado en sitios super bonitos, pero claro son 10 fotos de una semana, entonces... Son fotos elegidas para subirlas ... entonces claro que afecta... son mis mejores fotos. No vas a subir la foto mala, ni un video aburrido, ... ni la espera del avión ... son esos momentos que justamente son los bonitos. Entonces es un catálogo de fotos bonitas.

Sujeto 3

Si, ... de los mejores momentos de mi vida.

Y puede afectar negativamente, cuando no tienes... la gente no te da un feed-back positivo de lo que has subido. Entonces hay puede haber un poco de frustración... de no estoy gustando.

Sujeto 4

Estoy de acuerdo con todo lo que han dicho... las redes sociales, al fin de al cabo es mostrar, y también querer mostrarte... lo que ... Muestran una imagen que es socialmente aceptada. No muestra lo que va a estar mal visto por el público. Entonces aquí, ... por supuesto que afecta.

Mediadora

¿Cómo os sentís vosotros, al usarlas? No es el echo de que ... pero entiendo lo que queréis decir. De qué bueno, si veo las fotos, están bien..., son las fotos bonitas, ... pues ... Pero ¿cómo os sentís vosotros el usar día a día esas redes sociales?... si vosotros... ya no lo que puedan pensar o... vosotros.

Sujeto 1

Para mi es un coñazo, En serio ... Yo hay veces ... yo hace como 10 días dije ... Bueno ¿WhatsApp cuenta como red social?

Mediadora

Si

Sujeto 1

Si, bueno.

Mediadora

Hay autores que los consideran como red social.

Sujeto 1

¿Mis conocimientos del tema no? ...Pues yo, por ejemplo, lo he pensado, ... estoy un día sin WhatsApp y para mi es un día super feliz, o sea, es decir ...tengo el móvil puesto, por si pasa algo ... no sé, pero no sé, llamo a la gente ... ¿eh que haces?... ¿quedamos?... ¿tal? ... Es otro tipo de relación, y me siento mucho más a gusto que cuando estoy en WhatsApp y llega un WhatsApp de un grupo, sobre todo de los grupos ... que detesto... Entonces a mí me aburre, yo de verdad que si pudiera estaría un tiempo sin WhatsApp, pero se que eso significa perder muchas o varias relaciones, entonces... pues bueno.

Sujeto 2

Pero eso es lo que te ha creado la sociedad. Se ha ido introduciendo poco a poco en nuestras vidas, hasta que ya se ha vuelto una cosa que necesitas, porque yo muchas veces pienso, me voy a quitar el WhatsApp, y luego digo: “y joder ¿para quedar como hago?” ... Ya que tengo pocas relaciones sociales, ¿no?... y no sé qué... Y un amigo que no tiene WhatsApp... joder... no le puedes decir mañana se va a hacer estoy y lo otro, ya le tengo que llamar ...y entonces es como mas coñazo, ... que es lo que se hacia antes... llamar a la gente...

Pero si el WhatsApp crea una dependencia muy grande...

Sujeto 4

Para comunicarte y para cualquier cosa...

Pero al final es eso... tienes que... O sea, yo ya me propongo usarlo cuanto menos... y cuando me paso un poco... pienso me siento súper mal. Pero analizo y pienso: “¿pero como he podido usar tanto el móvil? Y al final claro, te pones a sumar y dices ... ¡joe! pues al final 2 horas y medias, por YouTube, por Google ... por lo que sea, pero ...

Sujeto 3

Que tampoco sabes lo que estas gastando, en mirar el móvil... Y es más de lo pensamos.

Mediadora

Si... Problemas que habéis detectado con el uso inadecuado de las redes sociales... que conozcáis de alguien que haya tenido algún problema, o que sepáis de problemas sobre el uso, ... de usarla mal, las redes sociales...

¿No conocéis ningún problema?

Sujeto 3

Que le hayan pasado fotos que alguien no quiere...tu le pasas una foto a alguien, y esa foto se difunde... Por ejemplo.

Mediadora

¿Fotos sin permiso?... Sexting ... ¿no conocéis el ciber acosos?... el FOMO ... Fear of missing out... es perderse algo... el miedo a perderse algo... es como estoy conectado constantemente porque necesito ver que están haciendo los demás. Y los hay.

Hay el Vibranxiety, que es que se cree las redes sociales, y esta constante mente el móvil vibrando ... dicen que es como si fuese una parte de tu cuerpo, que vibra, pues ellos se creen que el móvil está vibrando.

Sujeto 1

Ostras... yo es que no se...

Mediadora

Hay bastantes, hay bastantes... ¿No conocéis ninguno? ¿ningún acoso?, ¿ningún problema de redes sociales?

¿Pues es raro eh? ...

Sujeto 3

Lo de las fotos y los videos... pero...

Mediadora

¿Que suban sin permiso?

TODOS

Si.

Sujeto 2

Si yo tenía, por ejemplo, yo fui boyscout, yo tenía una niña que, sí que le acosaban por las redes sociales, por el WhatsApp sobre todo... una persona mayor.

Mediadora

Y ¿cómo creéis que sería un uso adecuado de las redes sociales, para no llegar a tener esos problemas?

Sujeto 2

Yo las eliminaría, la verdad...

Mediadora

Me parece bien, antes se vivía sin ellas, ...Se puede vivir ¿Cómo no sabemos? porque no hemos vivido sin ellas ...Pero ...

Sujeto 1

Se puede, pero...

Sujeto 4

Un uso adecuado...

Sujeto 3

Y consciente, un uso consciente...

Mediadora

Depende de cada uno...

Sujeto 2

Por que también las redes sociales se han convertido en un catálogo de las personas.

Sujeto 4

Yo creo, que lo hay que ser es consciente, lo que tú has dicho... saber un poco y jugar con ello. Saber que es lo que hay, y tú ya jugar un poco ... como un ejemplo, no tiene nada de que ver, ... con la estética, tú puedes ser muy de izquierda y dejarte el bigote de Hitler.

Mediadora

Si, si, ...

Sujeto 4

Pues lo mismo pasa con las redes, saber que es lo que hay, pero jugar un poco en función de lo que ...

Mediadora

Controlarse un poco, es lo que ella ha dicho antes, el controlarse, el decir, pues vale yo puedo estar días sin el WhatsApp, o sin cualquier red social, y no me pasa nada. Pero que hay gente que cree que si le pasa.

Sujeto 2

Claro porque te crea esa dependencia psicológica.

Sujeto 1

Pero y practicando también ... yo hay ahora mismo no tengo el móvil, o sea ..., no lo he hecho por esto, sino yo muchas veces al salir de casa pienso: ¿vale voy a quedar con alguien?, ¿Voy a necesitar el móvil?, No ... voy a ir a estudiar, ...vale ...pues no me llevo el móvil, ... O ya he quedado con esta persona en tal sitio, ... bueno pues no creo que vaya a fallar, ... entonces ... voy directamente y tal, ... haber que pasa...

Pero yo creo también, que yo noto el salto generacional ... o sea, ... ¿tú tienes 22?

Sujeto 3

Si, bueno 21.

Sujeto 1

Búa, yo tengo 23, ... es decir... que tampoco, ... yo creo que a lo mejor pues un chaval de esta generación ... Y griega...

Mediadora

¿Mia?

Sujeto 1

No, de esta generación ... No ... que un chaval del 200, pues probablemente tu le dices, que practica y deja el móvil en tu casa... y te dice que no ...

Mediadora

Si salen de casa sin el móvil, se dan la vuelta para ir a por él.

Sujeto 3

Yo no salgo de casa sin el móvil.

Sujeto 1

A vale entonces, jaja

Sujeto 4

Yo si lo dejo a veces en mi casa, ... incluso ayer mismo, en plan que le digo... antes de salir de mi casa voy a apagar el móvil ... a esta hora voy a estar ahí, ... y ya está.

Mediadora

Pues eso es complicado encontrar gente así, porque yo tengo 30, voy a cumplir 30, y no salgo sin el móvil, ¿eh? ...

Sujeto 2

Yo tampoco.

Sujeto 1

Pero ¿y por qué?, o sea, ...que crees que va a pasar.

Mediadora

No, no creo que va a pasar...

Hoy en día estas localizado 100% con el móvil, te pasa algo, ... vas con el coche y tienes un accidente, tienes para llamar, ...o yo que sé, yo por ejemplo estoy en una ciudad que no soy de aquí, entonces mis padres prefieren decir, pues yo te llamo, ... o mi pareja: te llamo para saber donde estas, ... o te localizo, o te escribo un WhatsApp, te...

Es ese control, que en verdad se esta muy bien sin él...

Sujeto 1

Si ...

Mediadora

Se está de lujo.

Pero... creo que la sociedad nos ha hecho utilizarlo para eso, ... por lo menos a mí.

Sujeto 1

Yo, es que, en serio, ¿nunca os sentís que os agobiáis?, O sea ¿no os agobia? ...No decís, búa es como si tuvieras una telaraña pegada en la mano y que por más que hicieras así, hay días que es que no para, que dices ijoe! pero la gente como... o sea... por que no me llama y me lo cuenta, en vez de tenerme media hora al WhatsApp.

Sujeto 2

Bueno, también depende de tu círculo de relaciones, ¿no? Porque Joe yo tampoco estoy con el móvil, ahí ... Joe si yo dejo el móvil un día no voy a tener más de 30 mensajes, obviando grupos. Porque igual el grupo de trabajos o no sé qué... pero si no... dejo el móvil y ...

Mediadora

¿Para qué usáis las redes sociales? Yo, por ejemplo, he dicho que las uso para que me localicen, para saber dónde estoy, ... vosotros ¿para qué?... Cualquiera, me da igual WhatsApp, Facebook, Instagram... o las que uséis que hay muchas más ...

Sujeto 4

Yo, las que uso... Porque no tengo, en el móvil, aplicación de Instagram, no tengo Twitter, no tengo Facebook ...y cuando me meto, me meto en el Facebook en el ordenador, y es para a lo mejor... pues cuando escribo un poema o lo que sea, lo subo, y ya está.

Mediadora

Para que la gente lea lo que tú haces.

Sujeto 4

Es la clave, es lo que yo quiero proyectar...es como el que sube una foto con su pareja porque quiere que la gente vea que tengo pareja.

Mediadora

Vale...

Sujeto 4

O porque, lo que sea...

Mediadora

Vale...

Sujeto 1

Yo, lo uso a efectos informativos, Facebook, es lo único que tengo, y WhatsApp. Entonces veo que se publica un tipo de información, que muchas veces en medios convencionales no se ven. O sea, la gente que es super, no se ... que le encanta investigar, ... incluso a medios que yo a lo mejor no conozco tanto o artículos tal...

Entonces lo uso un poco para eso...

También para grupo de difusión de ... ah... ha salido el proyecto tal o este curso online, de no se qué...

Entonces yo lo uso a efecto informativos, ... pero hace que no publico una foto en Facebook, año y medio... por lo menos, o así...

Mediadora

Pero por ejemplo WhatsApp, no lo usas como informativo.

Sujeto 1

Ya ... WhatsApp yo lo uso más, pues eso, ... para mantener contacto, ... o sea ...

Sujeto 4

Hay mucho de interés detrás del ... sobre ...totalmente de interés de con quien hablas más, ... pues con la persona que te interesa hablar ... me gusta esa persona y yo quiero hablar con ella. Y al resto a lo mejor... pues me da igual.

Mediadora

Pero lo usas para contactar, quedar o lo que sea con una persona.

Sujeto 4

Si...

Sujeto 2

Yo, lo que más lo utilizo, o sea, los antiguos SMS, ... pues ahora como sale gratis ... mandar mensajes, pues para eso... Y el Facebook lo utilizo, pues como ella, solo manera de información, ... porque yo me hice Facebook hace ya... hace 10 años casi, y subí una foto hace 10 años, y no he vuelto a subir ninguna foto.

Yo Facebook lo utilizo para subir fotos, y a mi caso me obligaron a hacerme el Facebook, me acuerdo diciéndome: "hazte Facebook, hazte Facebook, ... ahora que se lleva mucho", y yo "joe que pesaos sois", "el Tuenti, el Tuenti, ...". Venga me voy a hacer Facebook, y subí la foto para ponerla de perfil, y yo ... yo fotos más, o sea, yo como para subir, no he subido.

Mediadora

Te han subido, y te han etiquetado en lo que sea, pero no son, ... pero ya está

Sujeto 2

Si, claro, ...

Sujeto 3

Si, también el Facebook así. Información, actualidad, un poco para entretenerme también cuando no tengo nada que hacer.

Mediadora

Por aburrimiento.

Sujeto 3

Por aburrimiento, si sin estar con el igual, si me lo quite un año y medio o dos años o así, y bueno ...

Mediadora

Te ha vuelto a llamar.

Y ¿solo usáis Facebook y WhatsApp?, ¿No conocéis más redes sociales que uséis?

Sujeto 1

¿LinkedIn cuenta? ¿no?

Mediadora

Si, LinkedIn es una red social.

Sujeto 1

LinkedIn cuenta.

Yo lo tengo, porque queda muy bien en el curriculum, pero ni idea. O sea, yo he hecho como tipo curriculum, pero de verdad que ... a mi hay gente que me agrega, que no conozco de nada, y no acabo de entender, ... o sea, honestamente no acabo de entender como funciona LinkedIn.

Se supone que, para encontrar trabajo, lo mas importante es tener contactos, pero sinceramente, o sea, ...

Mediadora

Pero en LinkedIn tú tienes contactos.

Sujeto 1

Ya, pero si no, es decir claro, pero me agrega una tal persona de Madrid, y yo digo: ...

Mediadora

¿Quién es este?, ¿no?

Sujeto 1

¿Y para qué?, y yo le doy a aceptar, porque se que es lo que hay que hacer, pero honestamente no le voy a hablar en mi vida. Entonces ... es un poco, que digo, ... bueno pues esta red le dará trabajo a gente, pero no es mi método. Yo, o sea, para mí no ... no.

Mediadora

Eso puede ser un problema, un hándicap, que hay muchas redes sociales, y no se saben cómo se usan.

Sujeto 1

También ... puede ser.

Sujeto 2

Si, porque yo de las redes sociales, solo conozco WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, ... y ya.

Mediadora

Pues hay más... muchas más.

Sujeto 4

El Telegram.

TODOS

Telegram ...

Sujeto 3

Pero ¿cómo el WhatsApp?...

Sujeto 2

Es igual que las otras.

Mediadora

Pero que son, ... hay muchísimas redes sociales, dependiendo de lo que quieran hacer, por ejemplo, de trabajo está la de LinkedIn. Pero la gente, lo que dice es que no sabe como usarlas... no se les ha explicado, no sé cómo funciona, ... entonces yo subo la foto, como dice él de Facebook, pero ya está, ... ahí está. Ahora yo existo ahí, pero no tengo nada más que ver.

Y, ... bueno ... haber que más os puedo preguntar, ... Como universitarios, ¿creéis que las redes sociales cumplen algún tipo de función en la universidad?, para ti ... para vosotros. Es decir, que se utilizan las redes sociales en las clases, si se utilizan, si son apropiadas o no.

Sujeto 1

Hombre, los grupos de clase, te dan la vida, muchas veces, ... el WhatsApp, ... todo hay que decirlo. Pero luego ya más ... bueno.

Sujeto 4

Yo me acuerdo durante la carrera, a mí a veces me ha ayudado ... que no escribía, pero a lo mejor, la gente daba información de: o tal, ... se han cambiado la clase tal a tal sitio, ... o el estar, ... esto puedo entrar para el examen, o el profesor tal, ... eso si es útil.

Sujeto 2

Pues yo, por ejemplo, del grupo de clase, me salí el primer día, ... me metieron, vi que en el primer examen había 323 ... ¿Cómo? ... fuera. Esta pregunta, ... esta no entra ... darle aquí ... bueno, bueno, mira, mira, me estoy agobiando ... fuera. Pero me fui porque me agobiaba, por lo del examen, dije ala a tomar por saco.

Sujeto 4

Un compañero de piso, hizo lo mismo. Y después la información que yo cogía, le decía tío mira.

Sujeto 2

Entonces tú eres el filtro, para...

Sujeto 1

Si, total, ...

Mediadora

Entonces solo lo usáis para grupos de compañeros, ... ¿no lo usáis para nada mas?

No hay otra red social que uséis, que os venga bien, por ejemplo, vosotras habéis dicho que buscáis información, en las redes sociales.

Sujeto 1

Si

Mediadora

No os puede venir bien, para otras cosas, ... el buscar esa información ... respecto a la universidad, quiero decir.

Sujeto 1

Hombre, si sigues las páginas de Facebook de instituciones educativas o tal, ... si

Sujeto 4

Sindicatos, también.

Sujeto 1

Si.

Mediadora

Pero como para clase como tal, no.

Sujeto 3

En clase hemos trabajado redes sociales. Pero, para trabajar a través de las redes sociales.

Mediadora

¿Como qué?

Sujeto 3

Pues yo que se, hemos usado Twitter como difusión.

Sujeto 1

Claro.

Sujeto 3

Pero en clase, como materia. El Snapchat, también lo hemos usado en clase. Hemos hecho alguna yincana por la facultad con Snapchat.

Mediadora

Pero que la habéis usado, porque la clase en sí era sobre las redes sociales, y habéis, ... vale. Pero que las otras clases no lo ... no os dejan ... haber como puedo explicarlo ... No os dejan, imaginaros una clase de didáctica, yo que se, ... de didáctica general, que os dijese que tenéis que usar el Facebook.

Sujeto 2

No, pero yo creo también porque la metodología que utilizan los profesores sigue estando anclada en el anterior siglo, entonces lo que hago es, yo soy el profesor vengo aquí con mi power point aún, ... muy bonito de hace 5 o 6 años, os cuento la chapa y adiós.

O sea, ya no es ni hacer un prezi, ¿sabes? Es como "oh, novedad", bueno novedad hace 10 años ¿sabes?, yo que se un poco de novedad. No sigue siendo el típico power point y ya está, te lo explico.

Entonces, ¿Cómo vamos a avanzar? a, joe a través de redes sociales vamos a hacer esto, no sé qué ... Studium también puede ser una red social.

Sujeto 1

Si.

Sujeto 2

Si vale, ahí hay algún profesor, que te pondrá en el foro algo, y te dice "me tienes que hacer una reflexión sobre esto", o ¿Qué os parece este tema? Pero tampoco le hacemos mucho caso.

Sujeto 1

Si, nosotros si que hemos usado en el máster el foro, el foro de Studium para hacer cosas y tal, ... para dialogar, ... pero vamos cuestiones esporádicas. En evaluación lo hicimos y con Agustín, lo hacíamos, ... en Sociología debatíamos ...

Mediadora

Pero eso vale más o menos igual que el WhatsApp, cada uno puede decir su opinión en el propio grupo y vosotros contestarlo, ¿no?

Sujeto 1

Si, haber lo hacíamos ...

Sujeto 3

Es más costoso, meterte en Studium, meterte en el foro, poner mensajes, subirlo, ...

Sujeto 1

Y claro que al final se evalúa, tiene efectos académicos, entonces pues claro.

Mediadora

Que es como un trabajo, ... que os piden un trabajo.

Sujeto 1

Es un trabajo, lo usas, pero bueno, ... sin más.

Sujeto 4

Cambia el medio, pero en el fondo es lo mismo.

TODOS

Si.

Mediadora

Aquí, tengo lo de que redes sociales conocéis, ya me habéis dicho que Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Snapchat,

Sujeto 3

Esto es en mi adolescencia.

Sujeto 1

¿El qué?

Sujeto 3

Tumblr

Mediadora

Si, existe ... Blr. Es que termina en BLR... Yo no la he usado nunca, pero se que existe, por que la he estado estudiando.

Sujeto 2

A, joe, MySpace ... hace años ...

Mediadora

El Tuenti estuvo también.

Sujeto 1

El Tinder este, ¿no?

Mediadora

Bueno el Tinder no llega a ser una red social, ... no sé. Puede entenderse como si y no. Tinder es buscar pareja. Me gusta y ya está.

Sujeto 3

Ya, pero tienes un perfil ...

Mediadora

Si eso sí, crea su perfil y tal.

Sujeto 3

Pone sus fotos...

Mediadora

Bueno, se puede considerar, sí.

Sujeto 1

Y esto que los niños, bueno los niños ... los chavales hacen, que por ejemplo ... yo tengo una prima, ... una niña de 10 años ...

Sujeto 2

El TIKTOK

Sujeto 1

Eso ... eso ...

Mediadora

También es una red social.

Sujeto 2

Lo de hacer videos cantando...

Sujeto 3

Ah... el Musicaly.

Sujeto 4

A mi me da mucha pereza eso.

Mediadora

Exacto el Musicaly, es que se llama TIKTOK en Estados Unidos es TILTOK, y es Musicaly ... es el mismo.

Sujeto 1

A vale.

Sujeto 2

El YouTube, también puede ser.

Mediadora

YouTube es una red social. Es que todo, ... el Gmail, que todos utilizáis, es una red social.

Sujeto 1

Google drive, ¿también?

No el Google drive, es tuyo. Es tuyo, tu lo tuyo no lo puedes compartir.

Sujeto 1

No Google drive es más de trabajo.

Sujeto 3

Si lo puedes compartir ...

Mediadora

Lo puedes compartir, tu si quieres, pero no lo ve todo el mundo ... ¿sabes?

Sujeto 3

Pero no está abierto al público.

Sujeto 1

Hombre los blogs son red social ¿no?

Mediadora

No.

Sujeto 1

Vale, ijo! ... Estoy pensando todo lo que he visto en la carrera y máster, pero ...

Sujeto 3

Pinterest.

Mediadora

Pinterest, sí.

Sujeto 1

A, vale. A que chulo.

Sujeto 2

Hay muchas.

Mediadora

Hay muchísimas ...

Sujeto 1

A pues al final uso más, eh ...

Mediadora

Hay muchísimas redes sociales, que parece que no las ... decimos ¡uy! pues si me suena, ¡uy! pues ... Por ejemplo, te digo, ... yo, por ejemplo, crecí con Tuenti.

Sujeto 1

Ya, qué tiempos aquellos, ¡jobar!, ...

Mediadora

Yo nací, con Tuenti.

Sujeto 2

Fotolog.

Mediadora

¿Fotolog?

Sujeto 2

Antes del Tuenti.

Mediadora

Fotolog, ese no lo conozco. Se cual es, pero no la conozco.

Vale, ¿creéis que influye la edad y el nivel universitario, en el modo de usar las redes sociales?

Sujeto 1

Nivel universitario, ...

Mediadora

Si, el nivel académico, es decir, si una persona que haya estudiado, si usa mas o menos las redes sociales, o una persona que tenga mayor edad, menos edad, ¿Qué redes sociales crees que utilizan cada uno?

Sujeto 4

Yo creo que es individual, esa cosa es de cada uno...

Sujeto 3

Pero la brecha digital es, ... o sea las personas de 60 años no usan las redes sociales, como las usamos nosotros ...

Sujeto 4

Eso sí, claro.

Sujeto 1

Ya ...

Sujeto 2

Yo, creo ... mi tío que tiene 60 años, está ahí con el WhatsApp constantemente, ...

Mediadora

A tope.

Sujeto 2

No ... Se ha hecho Facebook hace poco, ... entonces ...

Mediadora

La gente mayor se esta adaptando mas a las redes sociales ...

Sujeto 1

Mucho por cotilleo ¡eh! Yo conozco, o sea, una tía mía, ... de verdad ... lo hace por cotillear. No por otra cosa, ... tal cual. Ella no tiene ni idea de subir una foto a Facebook. Pero claro pone el nombre de su ... de fulanita tal ... y claro, me dice eso el otro día ... “! ay ¡jes que lo tiene privado, no le puedo ver las cosas”, ... ¡joe la tía como sabe, ¿sabes?... bueno ... si, si, si, no sé.

Haber yo creo que no ... creo que es algo que esta hiper extendido, y que la educación, ... el nivel formativo que tu tengas, yo creo que eso no influye ...

Mediadora

Y ¿creéis que por ejemplo un niño que le dan el móvil en la primera comunión, utiliza las mismas redes sociales, que uno de 50 años?

Sujeto 2

O sea, los estándares, ... por así decirlo, yo creo que sí. O sea, WhatsApp, Facebook, Instagram, yo creo que sí... O sea, yo creo que Facebook, ya te viene hasta preinstalado en el móvil.

Mediadora

Si hay muchos móviles que lo traen ya.

Sujeto 2

Entonces ...

Sujeto 1

No sé, yo creo que ... no se... que tanto que lo mismo, lo mismo, no sé. Yo, por ejemplo, veo a mi prima, eso ... haciendo el TIKTOK, y yo es que eso no lo entiendo, es decir, le saco 13 años, que ... que tampoco es tanto, ¿no? Pero es que yo no lo entiendo, me parece absolutamente una tontería, pero el ... les encanta, y se tiran la tarde haciendo esas cosas.

Entonces no sé, ... yo hay cosas que no estoy dispuesta, o sea, que no tengo voluntad para verme.

Mediadora

Snapchat, ¿creéis que lo utilizan la gente de 50 años?

Sujeto 3

No

Sujeto 2

No

Mediadora

¿Y quién lo usa?

Sujeto 2

Los jóvenes...

Sujeto 3

Los de 15 ...

Mediadora

Depende de ... hay muchas redes sociales que son dependiendo de las edades, pero la mayoría, es lo que vosotros decís, las comunes las suelen usar casi todos.

Pero el nivel universitario ¿pensáis que no?...

Sujeto 2

Yo creo que ...

Sujeto 3

Igual en la forma de utilizarlo. Lo que decíamos antes, es la forma consciente, en la que tu usas la aplicación o no. Que te sirva de algo o lo uses por usarlo.

Sujeto 2

Pues yo creo que no... O sea, estoy pensando ahora en la gente de mi clase, ¿sabes?, pues yo que se las típicas fotos que subes a ... o al Instagram o algo, o darle mas importancia a tu cuerpo, o sea no tiene nada que ver el nivel universitario, porque eso lo hace todo el mundo...

O sea, no ve ninguna diferencia entre una persona que no haya cursado ningún nivel universitario, con una que sí.

Sujeto 1

Yo creo que, ahora que lo dices, sí que conozco alguna persona que ... bueno, ... sí que lo usa de una forma bastante diferente ... pero, o sea, ... quiero decir de mi entorno, en todos mis compañeros, que casi todos mis amigos son universitarios y todos hacemos el mismo uso, que es, o no hacer ninguno, excepto informativo, o subir la foto de un paisaje muy bonito y tener 85 “me gusta”. Entonces ... no sé. Solo conozco un par de personas que lo usan, ... pues para reflexionar, para ... ver que publican cosas super interesantes, pero ... ya tienen 30 años, y 36, así que bueno ... que no los considero mayores...

Mediadora

Ah, vale, jaja...

Sujeto 1

Jobar, es que no se ...

Mediadora

Nada más, ... sobre esto. Alguna opinión, ... ya no hay más preguntas, que queráis decir vuestras opiniones sobre lo que pensáis de las redes sociales, o cómo podemos atacarlas con los problemas que pueden tener.

Sujeto 1

¡Buf!

Sujeto 4

Yo creo que no ... hay que adaptarse a ellas. Intentar visir sin ellas, en este mundo, aquí... Yo creo que no se puede. Simplemente tiene que adaptarlas y aprovecharte de ellas... Hacer critica social, hacer ...aprovechar para hacer denuncia de otras cosas... pero darle un uso ... aprovecharlo, básicamente.

Sujeto 3

Aprender a darle uso y que sirva.

Sujeto 2

Yo creo que hay que educar para saber darle ese uso. Porque claro, yo si no sé qué uso es bueno, o que uso es malo, pues entonces ... claro, yo puedo subir una foto, todo el mundo le da a “me gusta” o eso es lo normal, pues yo busco “me gusta” ijoe!, y si no tengo “me gusta”, digo “¡Coño, que estoy haciendo mal!”.

Entonces, igual hay que educar a la gente, a los chavales, a que ... a hacer un uso responsable, a no darle tanta importancia a los "me gustas" ... a, ¡tío!, Si subes una foto es porque has querido, y quieres compartirla, no para que la gente esté dándole al botoncito.

Sujeto 1

Ya ...

Mediadora

Pero ¿creéis que estáis todos totalmente informados, de las redes sociales, como para poder, por ejemplo, si tenéis unos hijos, vosotros informarles? De ese control.

Sujeto 4

Que va...

Mediadora

¿Conocéis todos los problemas, ventajas, que hay? ...

Sujeto 3

Creo que no hay que dar móvil a un chaval de 10 años.

Sujeto 1

Si, eso para empezar.

Sujeto 3

Igual tienes que esperar un poco a que tenga la cabeza un poco más amueblada y que sepa que puede hacer y que no puede hacer con un móvil ... luego cuando lo tenga, ya ...

Mediadora

Pero en el caso este, hablando de universitarios... quiero decir que ya tienen el móvil, ... es decir, normalmente.

Sujeto 3

Que están un poco amueblados, ¿no?

Sujeto 4

No estamos informados, ... yo hablo por lo menos de mí, ... yo para nada, ... no conozco nada de este mundo.

Mediadora

Es más, hace un momento hemos estado hablando de los problemas, ... pocos problemas conocéis. Y hay miles, ... miles de problemas que no se dan cuenta, y los hay.

Sujeto 1

Como aceptar la privacidad esta de datos, que a mí me pone nerviosa... pero claro que vas a hacer, es que no te queda más. Y luego te enteras de: "Facebook ha ... no se cuanto ..." y dices: ahí van, ahí van todos mis datos, ahí van...

Sujeto 4

Eso es una estafa, cuando te dicen que una aplicación es gratis, en el fondo gratis es mentira, tu estas pagando con tu privacidad. Y tú, ... cuando aceptas esas cosas, las miles de cláusulas que vienen ... tu cedas derechos a que accedan al micro, a la cámara, no sé dónde... y después esa información se vende a no sé qué empresa, y después te salen los anuncios, ...

Mediadora

Pero ellos se curan de espanto, ... ellos te lo ponen, ... ahora tu eres el que tienes que aceptarlo o no, ... el problema que todo el mundo lo hace.

Sujeto 2

Pero porque nadie nos ha enseñado a eso. O sea, yo he ido creciendo y d repente apareció el móvil, luego hemos seguido creciendo, ¡joder! El Smartphone. Entonces ... nadie me ha dicho los riesgos que hay a la hora de utilizar esas cosas, o de darle, ... "Si acepto, ¿porque no?".

O sea, yo lo máximo que aceptaba era cuando me instalaba un juego en el ordenador, y no tenia casi ni internet, entonces ... "acepto", pues vale. Pero ...

Mediadora

Si, es que muchos de ellos no saben lo que aceptan.

Sujeto 2

O Mis datos o mi información personal, yo que se que van a hacer con ella... nadie me ha dicho que tenga cuidado, porque eso es tuyo, y eso está moviéndose. Entonces ...

Mediadora

Ya ... la información ... la información es valor.

Sujeto 1

De todas formas, si no lo consientes es que no te dejan usarla. O sea que no te dejan avanzar. Entonces, al final no te queda más remedio, o sea ...

Sujeto 2

Que al final las redes sociales te aíslan si no quieres ... estar en esa red social.

Sujeto 1

Exacto, exacto... O aceptas todo no entras.

Mediadora

O estas fuera...

Sujeto 1

Si, pero bueno... que, en fin.

Pero bueno cuando ha dicho lo del power point, que me ha hecho mucha gracia, porque eh... digo que no nos enseñan a usar las redes sociales, si es que muchísimas veces, o sea algo tan básico, ... un power point ¿no es una red social?, ¿no?, pero bueno es una forma de usar las nuevas tecnologías de la información.

O sea, no sé cómo harán vuestros profesores los power point, o muchísima gente y tal... pero hay tips para hacer power point, que yo no los hago perfectos ¿no?, pero dices ¡joder! una cosa que es una herramienta de trabajo, ni si quiera somos capaces de hacerla bien. Es decir, pones 58 mil frases en la misma pantalla del power point, o yo que se ... que te quiero decir, me hace mucha gracia ... si no sabemos ni hacer un power point, como para usar las redes sociales dentro de ...

Mediadora

De una forma adecuada, ...

Sujeto 1

Que decir, que no ... que no ...

Sujeto 2

Claro, se aprovechan de nuestra ignorancia.

Sujeto 1

También puede ser, Si.

Mediadora

Si, totalmente.

Sujeto 2

Y como a la gente parece que no le interesa esto, o parece ser que no le dan importancia, pues ya está ... ¡joe! Porque las redes sociales ... ¿el Facebook, cuantos años hace que salió?

Sujeto 1

Muchos años.

Sujeto 2

Y en ningún momento se plantea, ¡Ostias! vamos a darles a las nuevas generaciones, unas nociones básicas. Tampoco hace falta hacer una clase que sea, Redes Sociales.

Pero yo que se una tutoría, de ijoder! Esto es lo que pasa en Facebook, tener cuidado, por lo menos, si lo aceptas ... aceptarlo y saber porque lo aceptáis.

Mediadora

Con conciencia de lo que estás haciendo.

Sujeto 2

Con conciencia, claro ...

Pero ni eso... O sea, entonces la educación como pasa de eso, pues, ...

Mediadora

Y ¿creéis que, en la universidad, por ejemplo, se darían unas clases de como hacer las ... como es el funcionamiento de las redes sociales?

Sujeto 2

Yo creo que la universidad ya no está para eso ...

Mediadora

Ya tendría que ser, ...yo que se. Cuando tienen el primer móvil ...

Sujeto 1

Claro, si ...

Mediadora

Yo creo que debía de ser cuando tienes el primer móvil.

Sujeto 2

Si, porque sí, yo ya sé que trafican con mis datos, con mí no sé qué, no se cual ... pero ahora ¿qué hago ya?, ... si tengo, si me quito WhatsApp, ... si me quito Facebook, si tiro el móvil a tomar por saco ...

Mediadora

No, ya lo tienes.

Sujeto 2

Claro.

Mediadora

Ya en el momento que has aceptado la primera vez, ya tienen todos tus datos.

Sujeto 2

Entonces...

Sujeto 1

Ya...

Sujeto 4

Yo no sabía, me enteré el otro día, me lo dijo un colega, en plan de que, en Facebook, aunque te quites de Facebook, siguen recolectándote información.

Mediadora

Sigues estando.

Sujeto 4

Pues vaya ...

Mediadora

Si es verdad, si es verdad, yo conozco a uno que se quito Facebook, borró todo, y volvió a aparecer al tiempo... yo lo buscaba y aparecía, y él decía, si lo he borrado. Y el se metía intentaba poner la contraseña y no entraba. Y es que seguía la misma información estaba allí.

Sujeto 1

Que fuerte.

Mediadora

Si, eso es ... el control de las redes sociales.

¿Alguna opinión más?

Sujeto 2

Que nos tienen controlados. Y te meten dentro de su sociedad digital, que a la vez es la sociedad real, entonces si te quieres salir de la sociedad digital, pues también puedes acarrear el riesgo de caer en exclusión, de ... ¡Ostia! de perder amigos, ... por estar aislado.

Mediadora

¿No habéis estado alguna vez en una conversación, donde esté la gente mirando el móvil?

Sujeto 2

Si, hombre, claro.

Sujeto 3

Siempre.

Sujeto 2

Muchas veces.

Mediadora

La mayoría de gente que, ... vamos yo he estado en conversaciones en las que yo hablo contigo y estoy hablando aquí, pero estoy con el móvil. No tiene sentido.

Sujeto 2

Claro, sí..., eso es feo.

Sujeto 1

Está muy feo.

Mediadora

Pero ha llegado a esa dependencia, es decir, ... venga me da vergüenza hablar con una persona, que está dos sillas más para allá, y le escribo. Y, es así. Y ha llegado a ese plan. Y yo te digo, investigaciones hasta que han dicho siete personas: "os dejamos siete días sin redes sociales" y han preferido dejar de comer antes que estar sin las redes sociales.

Sujeto 2

¡Ostias! ...

Sujeto 4

Dependencia... Una de las cosas que durante la carrera se hablaba mucho ... un campo emergente para trabajar es un centro de desintoxicación para las redes.

Mediadora

Si, es que hay muchos adictos ¿eh? a las redes sociales, ... muchísimos, parece que no, pero hay muchísimos. Pero bueno, ...

Sujeto 1

Y ¿Qué haces?, o sea, es decir ... yo es que lo pienso.

Mediadora

Llega a ser una enfermedad, esta metido ya en el DSM-5, como una enfermedad, ... la adicción a las redes.

Sujeto 2

Es igual que fumar, si no puedes dejar de fumar durante una semana, no puedes dejar el móvil durante una semana, ... es una adicción.

Mediadora

Es una adicción totalmente, ... no pueden vivir sin ella, tiene que estar constantemente utilizándola, viéndola, ... para ellos es algo satisfactorio y es lo que tu utilizan.

Sujeto 4

Yo, lo veo un poco, como cuando tu quieres cuidar la imagen que das al exterior, ... en el fondo el interior te dejas de cuidar, por así decirlo, entonces te destruye.

Una vez que te da igual la imagen social que tu des ... o que des una imagen social que a la gente no le guste, tu ya nada mas porque la gente te deja de seguir, ... tu uso o vas a bajar tu uso, y te dedicas mas tiempo a ti, que a lo que tú quieres mostrar.

Mediadora

Si, es así...

Pues nada, ¿ninguna opinión más?

ANEXO V

TRANSCRIPCIÓN FOCUS GROUP UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

Mediadora

Bueno os explico, el Focus Group va a consistir en que yo os voy a plantear unas preguntas para que iniciéis un tipo de debate, como se puede decir.

Vais a planteando vosotros vuestras opiniones sobre eso, él porque, si estáis de acuerdo con lo que ha dicho compañeros y en vuestra vida si en verdad hacéis eso. Que sepáis que mi trabajo es sobre cómo influyen las redes sociales en el bienestar psicológico de los universitarios, tanto Másteres como carrera de segundo, ella está también en Máster.

Yo intentando coger en diferentes edades porque yo primero he hecho un cuestionario en el que he recogido información sobre las opiniones del uso de redes sociales y un cuestionario del bienestar psicológico, entonces yo ahora lo que me ha salido en ese cuestionario lo quiero comparar con lo que vosotros vayáis planteando aquí de ideas, opiniones o comentarios sobre eso, ¿vale? Yo os planteo las preguntas, y vosotros vais abriendo debate quien quiera. Esto va en orden, que no hay ningún problema, si uno quiere decir pues yo no estoy de acuerdo que no hace falta llevar un orden, ¿vale?

Bueno primero la primera pregunta que yo quiero plantearos, es si ¿pensáis que el uso de las redes sociales influye en vuestro bienestar psicológico? Es decir, en vuestra vida diaria, en vuestro bienestar, tanto físico como social. El psicológico engloba todo.

Sujeto 1

Cada vez más se nota que la Web 2.0., que es un punto importante de partida, que las redes sociales, los Blogger, Redes sociales como Facebook, Instagram, cada vez las utilizan más día a día las personas. Por eso las personas viven muy agarradas a las tecnologías y no consideran vivir sin un móvil. Tu vas a tomar un café con un amigo y siempre estas con un móvil, poniendo videos y fotos del momento, cuando les los mensajes de otros amigos que no están juntos, cada vez interactuamos menos, no realiza la parte cotidiana de la sociedad.

Mediadora

Pero, eso me parece bien, buena opinión, pero ¿por qué?

Sujeto 1

Y por qué, porque hay una inclusión de los aspectos psicológicos, cada vez más los humanos estamos más conectados a la tecnología, antiguamente no, se podía vivir sin un móvil, ahora no. Necesitas un ordenador o un móvil para hacer todo lo de tu vida cotidiana.

Sujeto 2

Pero yo pienso que depende de las características personales de cada uno, y de tu situación emocional, por decirlo así. Si eres una persona dependiente, que necesitas continuamente el refuerzo, si que te vas a apoyar más en las redes sociales.

Sujeto 3

Eso puede ser como el fin, tu publicas algo, a la gente le gusta y te llegan un montón de comentarios positivos de...

Sujeto 2

Y te sientes mejor, dices ¡hay mira!, a lo mejor es un poco de dependencia.

Mediadora

Entonces vosotros personalmente ¿pensáis que vuestro bienestar psicológico está mejor cuando las usáis o peor?

Sujeto 1

Para mí está igual ...

Sujeto 4

Puedo...

Mediadora

Si dale...

Sujeto 4

Yo pienso lo mismo que ella, que realmente existe e influye, pero depende sobre todo de las características personales de una ... ósea lo que es la personalidad de alguien. Si es una persona que necesita continuamente refuerzos o si realmente necesita apoyo, o está incluso faltada de cariño, depende mucho de también lo que es, tu alrededor, tu círculo, tu forma de ser. Entonces yo creo que, sí que hay una influencia dentro de algún grupo de personas, pero si hay otros, que por ejemplo yo no considero que a mí me influya realmente las redes sociales en mi bienestar, puesto que yo las utilizo, las uso mucho, pero no depende mi bienestar por el uso de una red social.

Mediadora

Vale.

Sujeto 4

Haber me pueden afectar cosas, pero no mi bienestar en general a mí misma.

Mediadora

Vale, perfecto, ¿estabas hablando? ...

Sujeto 1

No...

Mediadora

Se le ha olvidado...

¿Bueno alguna opinión más que queráis decir sobre eso?

Sujeto 4

Sí, has preguntado si te influye de manera positiva o de manera negativa y ahí ha sido cuando él ha empezado a hablar.

Mediadora

Si ...

Sujeto 4

Y no sé si seguiré el hilo, pero yo creo que también eso depende mucho de la personalidad de alguien, que te influya de una forma positiva. Si tu utilizas las redes sociales de bien uso, como se suele decir, si utilizas las redes sociales de forma buena te va a influir de forma positiva, mientras que si tu tienes una dependencia de esa red social pues seguramente te influya de manera negativa.

Mediadora

Vale, ¿nada?, ¿ninguna opinión?,...

Ahora ¿qué problemas habéis detectado vosotros por un uso inadecuado de las redes sociales?

Que conozcáis o que os haya pasado.

Sujeto 1

“False”, de muchas partes, la parte “false”.

¿Qué es “False”? Es una palabra inglesa que se usa en termino de perfiles falsos.

Mediadora

Vale si... si, si seguir hablando ...

Sujeto 1

Entonces lo que se siente es que crea un doble perfil, que tengamos perfiles falsos para hablar con personas que tiene miedo, por la manera en la que me expreso o como hablo,

dependiendo de las características psicológicas y personales. Lugo también la parte cognitiva, en un medio en el que fue educado para tal, para crear eso. La intimidad es una cosa muy típica de ahora con las personas. Cada vez mas los estudiantes son más tímidos y tienen dificultad con las nuevas personas y mira:

- Me llamo tal ...
- Encantado de conocerte ...
- Vamos a tomar un café...

Se nota algo muy difícil, ahora se usan mucho las redes sociales las personas para hablar, no como antiguamente, que te quedabas hablando, “mira vamos a tomar una copa” ...” una caña por ahí”, “vamos hablando en cuadrilla o en pandilla” ...

Mediadora

Si...

Sujeto 3

Si, como que garantizan mucho, no un anonimato, sí. Pero como más, ... ante una ... no se decirlo. Tu por ejemplo quieres proponer un plan, si ves que no, o que no le interesa a la gente quedar contigo, tu al hacerlo desde un medio social, desde el móvil. No te afecta tanto, lo ves como mucho más ... bueno no ha pasado nada. A la persona puede ...

Mediadora

Afectar...

Sujeto 3

Resultar mucho más difícil, plantar esa situación, ya sea porque seas más tímido o tengas ... menos extrovertido o lo que sea. Y esa red social, yo que se Instagram, Twitter, ... lo que sea, te puede hacer ... dar la facilidad, que realmente tampoco creo que luego sea una facilidad para comunicar, para perder esa vergüenza en muchos aspectos, sobre todo lo que puede ser una primera comunicación, un primer contacto. Es como más fácil agregar a alguien al Instagram y comentarlo en una foto, que ir a hablar con la persona directamente.

Mediadora

Si ... ¿1 opinión?

Sujeto 4

Yo... si pienso lo mismo que ellos, pero en realidad, problemas a la hora de ... que yo conozca de ... a través de que use las redes sociales.

Mediadora

Si....

Sujeto 4

Si que conozco a lo mejor, que si el robo de identidad, que se hacen pasar por otras personas, o por ejemplo se que hay el ciberacoso... Personalmente no lo conozco, pero sé que hay mucha gente que lo sufre y no lo publica como ciberacoso, pero si es más fácil llegar a insultos a palabras mayores, a través de una red social sin ser consciente de la repercusión que puede tener y ... Pero como estas detrás de una pantalla, es como que no afecta tanto ... o no estas haciendo tanto daño... y entre los problemas que yo conozco así cercano también el no ponerse de acuerdo o el perder el contacto directo con la persona, tanto familiares, como amigos, como ... ya únicamente te conectas al Whatsapp y decir "oye como estas", y ni si quiera lo llamas, ni lo escuchas, ni ... bueno ahora con los audios es mucho más cercano a las personas. Pero tampoco es una comunicación directa de que estas hablando, te está contestando, ... mal entendidos, cuando te escriben una cosa la malinterpretas, porque no sabes el tono que está utilizando, el lenguaje no verbal, ...

Mediadora

Exactamente...

Sujeto 1

La sociedad ... hablando de estudiantes a veces cuando tienen un problema discuten por el WhatsApp o por Facebook, y mandan audios, en vez de quedar los dos y mira "vamos a hablar de estos temas y este punto", por eso tienen dificultades en el medio de expresar sus opiniones, tales como "¿cómo te ha ido?" "¿cómo ha ido?" como... Yo estaré en un conflicto interno entre los dos, no prácticamente entre los dos en vez de tomar una copa, para evitar de esas situaciones.

Mediadora

Bueno, a partir de ahí, saldría otra pregunta que tengo que es "¿Cómo sería un uso adecuado, ¿cómo creéis que se puede usar bien esa red social?"

Tu has dicho que es mejor evitar el ponerte a hablar por las redes sociales, cuando tengas un problema con eso y hablarlo cara a cara.

Pero como creéis vosotros que sería un buen uso de cualquier red social, no una en concreto, cualquiera.

Sujeto 2

Yo refiriéndome a la pregunta que has planteado anteriormente también creo que es importante decir, la exposición a la que estamos sometidos, ... a la que nosotros mismos nos sometemos, ósea subimos fotos que estamos en tal sitio, a tal hora, fotos de niños pequeños, y eso es una exposición, que eso una vez que esta subido no hay manera de que después desaparezca, y de controlarlo y de quien llega a esas imágenes o esa información.

Y ahora mismo, ... no somos conscientes ni nosotros mismos, ni los propietarios de esas redes sociales de la problemática tan grande que puede existir. Y yo creo que con la pregunta que después has preguntado, de cómo podríamos mejorar el uso. Creo que por una parte deberíamos mejorar el uso a raíz de las propias redes sociales, de controlar más la información y que no jueguen con nuestra información personal, y después nosotros ser conscientes de hasta donde llega esa información. De si subimos una foto, esa foto donde va a estar, ... va a estar ahí solo, ... o va a subirse después a un servidor y va a estar ... va a tener acceso, por ejemplo, a navegadores ... y yo creo que más información ... información más clara, más sencilla, no folios de políticas de privacidad que nadie se lee y que todo el mundo acepta, si no información clara y sencilla para saberlo ...

Sujeto 3

Yo creo que, en ese aspecto, es algo que no lo puedes controlar al fin de al cabo el internet ...

Sujeto 1

Si que puedes controlarla ... la verdad que puedes controlar, si quieres la puedes controlar de una forma muy diferente

Sujeto 2

Yo creo que no sale en cuenta ...

Sujeto 3

Si, si aun así una empresa que tiene dinero, por así decirlo y sabe como buscar en internet, ahí está la información, ... tú has subido tu foto, aunque tengas el perfil en privado, se pueden meter en tu perfil. Y eso va a estar siempre.

Sujeto 2

Se supone que, si tú has puesto tu perfil en privado, se debería preservar tu interés de que esa foto no se muestre, en cambio no se ... no se ... no se respeta tu opinión, entre comillas.

Sujeto 3

En términos de privacidad, ... cuando tu aceptas, ya estas condenándote a todo lo que subas es propiedad de la empresa, en cualquier momento puedes cambiar los términos y tu los vas a volver a aceptar, entonces ...

Sujeto 2

A eso voy, que son términos que no vienen claros, si pueden venir claros, pero no te dicen exactamente hasta donde ...

Mediadora

Hasta qué punto puede llegar ese problema, de haber subido esa foto o dónde. Que vengan un poquito más claros, es lo que tú quieres decir.

Sujeto 1

A vosotras se os esta olvidando una cosa. Para la sociedad están detallados los análisis digitales, igual que se juzga a un criminal, asesino, o cualquier tipo, también el análisis digital va a ser delito, también se va al tribunal, siendo un delito. Protección de datos, que se llama, vosotros olvidasteis hablar de la protección de datos, que consiste en unos servidores encriptado, con un algoritmo que guarda toda la información. En esto viene la parte de Firewalls, importes de internet. "¿Tu cuenta para internet es segura?" "NO" ... no es, las cosas que se pueden evitar en internet, por ejemplo, un ordenador Mackintosh, o un sistema IOS, están protegidos, tienen Firewalls, tienen protección de datos, en todos. Una persona entra en tu ordenador con tu información personal donde esta guardado, o un Windows que es una cosa más fácil de hacer la línea de comandos, y le pones los códigos y te vas a acceder a todo tipo de información. Porque yo lo sé y ya he hecho una cosa de este género, entrando en un servidor de la facultad cuando era más pequeño.

Yo estudié ingeniería informática y tenía un postgrado en licencias de internet.

Mediadora

Y fuiste capaz de meterte en el servidor ... Hombre, pero es lo que estas diciendo, hay gente que puede hacerlo, pueden meterse y ese control ...

Sujeto 3

Aunque sea más difícil, siempre habrá alguien que sepa hacerlo.

Mediadora

Claro.

Sujeto 1

He hecho diseño multimedia y tengo varios puntos de vista y maneras para el control de la información, ... y depende mucho la parte de la persona.

Mediadora

Claro.

Sujeto 1

Te vas, por ejemplo, te vas a comprar algo por internet y tienes que poner tu número de tarjeta y el pin de tres dígitos, ¿Tú piensas que tu pin de tres dígitos está seguro? ...

Mediadora

No...

Sujeto 1

No lo está, lo más seguro que tú tienes es PayPal. Te haces una cuenta con PayPal, porque las políticas son diferentes. Puedes comprar y está más seguro tu dinero.

Es la misma cosa que cuando hablamos de los datos en las redes sociales.

Mediadora

Si ... que tienen su control, pero aun así es complicado, como decía (2) controlar todo.

Sujeto 4

Ya, yo por ejemplo considero que eso, que un buen uso de redes sociales, va asociado siempre a un buen control del tiempo, de lo que subes o dejas de subir, de lo que hablas o dejas de hablar, de lo que ... los amigos que agregas o dejas de agregar, ósea que todo va asociado a ese control de uno mismo. Pero si que es cierto que ese control es muy difícil de darlo, aunque tu siempre aceptas unas políticas de privacidad...

Mediadora

Privacidad.

Sujeto 4

En cada una de las redes sociales en las que te registras y nadie se lee esas políticas, nadie sabe las consecuencias, nadie sabe nada, pero si bien es cierto que ahora con el tema de las redes sociales, nuevas tecnologías, bueno ... nuevas tecnologías, ...

Mediadora

Sí, en general...

Sujeto 4

Todo lo que es el mundo de ahora, el poder buscar todo, ... lo que repercute y sí que tenemos muchas más facilidades de saber las repercusiones que tiene el mal uso. Pero yo creo que va asociado al control de uno mismo.

Mediadora

Vale, y ahora vosotros estas redes sociales, ¿para qué las usáis? Cada una tiene un fin, cada uno lo va a usar para una forma, cada uno ¿para que lo usa?

Sujeto 4

Yo por ejemplo la utilizo para comunicarme con mis amigos, comunicarme con mi familia, ... conocer a gente nueva, ... estar a lo mejor asociado a un grupo, por ejemplo, en Facebook que hay grupo de, ... en mi caso que yo soy educadora social, grupos de educación social, grupo de oposición, grupos ... un montón de ... investigación, de un montón de cosas que podemos acceder y sobre todo también para el tema, todo lo que es adquirir información, yo creo que eso es para lo que más lo utilizo.

Sujeto 3

Yo diría lo mismo, comunicación con los amigos y tal, la familia. Y Twitter principalmente para información, periódicos y tal.

Sujeto 1

Yo pienso hablo porque pienso de manera igual, porque es importante. Fueron muy importantes las redes sociales cuando estuve estudiando fuera, en erasmus en Bilbao, tanto en el contacto o comunicarme con la familia de Portugal, que tenía que llamar desde mi móvil, que la tarjeta era portuguesa.

Mediadora

Claro, ...

Sujeto 1

Porque en Portugal antiguamente me cobraba, ahora no, me lo ponen gratis, gracias dios,

Mediadora

Gracias a dios ¿no?, te ha venido bien ...

Sujeto 1

Es que es gratis...

Mediadora

Ahora la tarifa que tengas te vale, ...

Sujeto 1

Te vale lo mismo que en Portugal. Por eso ha sido muy importante para hablar con mi familia, para hablar con mi novia y eso, ... porque Portugal es otro país y ahora estas aquí en España, entonces es una comunicación muy fuerte para mantener el contacto y eso. Cuando tienes trabajos o cosas que hacer no puedes quedar con tu pareja aquí en España ... tienes un contacto más directo ...

Sujeto 2

Mas continuo ... un poco más continuo ...

Mediadora

más fácil de contactar nosotros.

Sujeto 2

Yo aparte de lo que han dicho mis compañeros también para mantener, a lo mejor amistades que ... creías perdidas, o contactar con gente con la que no has hablado desde que acabaste el instituto y ... para mantener el contacto, como decía (3) un contacto más continuo, que aunque sigue siendo una comunicación indirecta, porque yo te escribo hoy y tu me contestas por la noche, ... y yo te vuelvo ... no es una comunicación directa pero si continuada en el tiempo. Te permite a lo mejor saber un poco más de familia que tengas lejos, en otro país o en otra ciudad, o amigos de la infancia, y yo creo que eso es el lado positivo que yo le veo.

Sujeto 1

En lo que se refiere a la comunicación yo tengo varios familiares por parte de mi padre que no sabia que existían, y ahora gracias a Facebook tengo contacto ...

Mediadora

Con ellos, ...

Sujeto 1

Con mi prima y con mi tío, hablando con él, por ejemplo.

Mediadora

Esa ventaja, vale, ... Y ahora como universitarios que sois tanto máster como carreras o diferentes carreras, ... ¿creéis que las redes sociales cumplen algún tipo de función en la universidad?, ¿Para ti cumple alguna función esa red social?

Sujeto 1

Que sí, muy lógico, porque al final, ... en Portugal nosotros, la carrera son tres años, se usa mucho Multimedia, fue mi carrera, donde yo estudie, que notamos que utilizamos todo tipo de información, si necesitábamos alguna cosa de otros años, frecuencias, exámenes escritos, para las clases teóricas, ... poníamos en un grupo de Facebook y encontrábamos la información, o ... nueva clase mañana, tenemos que entregar un trabajo, todo tipo de ayuda, porque teníamos un contacto continuo toda la clase, ... con los alumnos de clase. Y eso es bueno porque se nota amistad y trabaja a la par. Por ejemplo, las redes sociales son muy buenas. Busqué una palabra que yo no sabía que era muy complicada, utilizando el móvil con un amigo que estaba haciendo fuera chuletas, para hablar lo que tenía que escribir. Se llaman las chuletas digitales, ...

Mediadora

Madre mía ... chuletas digitales, ya aquí hay de todo, ...

Sujeto 2

Yo por ejemplo pienso que depende, depende, por ejemplo, sí que es verdad que todos tenemos grupos ahora mismo de estudios, de la carrera, del máster, ... seguro que estamos en algún grupo metidos de estudio, pero no deja de ser un grupo, ... a nivel interno, ósea, me refiero a un grupo de alumnos, no tiene nada que ver con la institución en general.

O sea, no sé si me explico...

Mediadora

Si es como que vosotros solos, que no tiene nada que ver con la universidad en sí. Que os habéis relacionado como si fueseis un grupo de amigos.

Sujeto 2

La universidad no está involucrada en las redes sociales, es a lo que quiero, ... a lo que quiero llegar.

Mediadora

Por ejemplo, en las clases utilizáis, o os dicen que utilizéis algún tipo de red social, Facebook, Twitter, ... Ya es lo que dice ella, que lo usáis más entre vosotros para contactar, ... el por ejemplo ha dicho que para comunicarse y eso lo utilizaban...

Sujeto 4

Yo, por ejemplo, considero que, sí que se hace uso de redes sociales, como dicen mis compañeros, sobre los grupos de clases, para ayudarnos sobre todo en las fechas de entrega y todo eso, ... pero no se hace un uso claramente educativo, hacia los alumnos, como red social.

Mediadora

Vale...

Sujeto 4

Yo, por ejemplo, únicamente en una asignatura me enseñaron a utilizar Facebook de forma profesional...

Mediadora

A pues mira, ...

Sujeto 4

Si, ... para hacer un perfil profesional, por el caso de cuando ya vayas a adquirir empleo, tengas ese Facebook, como algo más ... por si ... claro es que ahora todas las empresas te buscan a través de las redes sociales y todo para la hora de contratarte, entonces era como un Facebook totalmente diferente al que realmente es el tuyo personal, entonces creo que realmente no están vinculadas todo lo suficiente que deberían de estar con la universidad. Únicamente el Gmail de la universidad que es lo que hace comunicarte entre alumno- profesor, o alumno – institución, pero no hay una implicación real por parte de la universidad, en que los alumnos utilicen las redes sociales, y estén vinculados ...

Sujeto 1

Yo tengo una idea en contra de lo que estás hablando ... Venga, pues Facebook no vale para un perfil...

Mediadora

Profesional

Sujeto 1

Profesional, nunca ... porque hay una red social, muy potente y muy fuerte que se llama LinkedIn...

Mediadora

LinkedIn ...

Sujeto 1

Es una red social parecida a Facebook, pero no es por contacto, es profesional, tu creas un perfil tuyo y tu lo haces como quieres ... LinkedIn es un perfil profesional, tu puedes buscar empresas, trabajos, todas esas, ... y ofertas, si tienes los perfiles adecuados y tienes las

capacidades adecuadas para trabajar en esta empresa, hazte un perfil LinkedIn, usando Facebook das otra información. No creo que Facebook sea una red social destinada como perfil para búsqueda de empleo ... si que puedes tener una empresa ... si tienes una empresa, muy bien, creas una página como una empresa con lo que tú haces, y haces márketing digital, pero si es un perfil profesional no.

Mediadora

Bueno eso es... vale...a partir de eso, bueno ¿qué redes sociales conocéis? y ¿para que las usáis cada uno? Porque ella, por ejemplo, decía que Facebook le habían enseñado a utilizarla profesionalmente, que a lo mejor otra persona utiliza LinkedIn, como tú has dicho.

Pero decirme ¿Cuáles conocéis vosotros? Que estéis usando actualmente o algunas que se hayan cerrado, pero ... y ¿para qué las usáis esas redes sociales?

Sujeto 1

Antes había una que se llamaba hi5...

Mediadora

Hi5...

Sujeto 1

Si...

Mediadora

Si, si, si, existe ...

Sujeto 1

Es una red social, que actualmente existe, ...

Mediadora

Si, si ...

Sujeto 1

Una red social como es Facebook, se ve sustituida por parte de esta red social. Para el nivel profesional, tenemos "LinkedIn", tenemos "Behance" ... unos perfiles y portafolios de diseñadores gráficos, para poder mostrar tu trabajo. Tienes varios tipos de redes sociales. Tipo de redes sociales que quieras, tenemos para educadoras, cada uno tiene una red social propia... una red social para ...

Mediadora

Cada profesión.

Sujeto 1

Profesorado, ... Eres diseñador, pues tienes una app para diseñadores, eres ingeniero tienes una red social para ingeniero, ... eres por ejemplo de comunicación audiovisual, tienes una red social que "Vimeo" que es una red social donde puedes publicar, ... Por ejemplo, "YouTube" es una red social. En este mundo muchas personas se centran solo en las principales, que si YouTube, Facebook, Instagram, ... más alrededor de Instagram existen muchas redes sociales. No tengo posibilidad de estar hablando de millones de redes sociales, varios nombres, mas ...

Mediadora

¿Cuál es la que tu usas?

Sujeto 1

Yo ¿qué uso más?, ...

Mediadora

Y ¿para qué?

Sujeto 1

"LinkedIn" a nivel profesional, "Behance" para mostrar mis trabajos, un Portfolio, que como yo soy diseñador multimedia, hago mis trabajos y muestro, ... "Vimeo" lo utilicé una vez, tengo cuenta "Vimeo" para videos, en "YouTube", tengo cuenta de "YouTube" para escuchar música, por ejemplo para ver videos tutoriales son material de apoyo para moverte en la parte de diseño multimedia,... para comunicación audiovisual, "After Effects", "Premiere Pro",...

Facebook no uso mucho porque mas o menos hablando con mi familia, tengo cuenta, pero no lo uso mucho, ... uso más Instagram porque tengo mas contactos con algunos amigos, que hace mucho tiempo que no los veía, vamos hablando, ... por Instagram. "WhatsApp" también se considera una red social comunicativa, una comunicación indirecta, para hablar con mis compañeros de máster, con mi novia, con mi familia con mi madre, con mi abuela ... Por un lado, es bueno, tus datos móviles, teniendo datos móviles tienes todas las cosas del mundo, ahora. Y ahora como los tengo gratis, tengo datos móviles aquí en España igual que en Portugal, ... por eso es bueno, ...

Mediadora

Vale ... ¿Vosotros?...

Sujeto 3

Principalmente, ... tampoco muchas... creo que no muchas, ... pero "YouTube" pues eso, para ver creadores de contenidos que me parecen interesantes, "Twitter" informarme de una forma

o modo que los medios de comunicación más clásicos no suelen ofrecer, también otro punto de vista más diferente, y “WhatsApp” comunicación con amigos y tal, ... bueno Instagram también, para hacer nada, porque realmente como red social me parece que no aporta nada, simplemente es como un vicio que ... a mi me ha pasado algunas veces que lo abres lo miras 3 segundos y lo cierras, que no has hecho absolutamente nada, ... como una necesidad que te has auto creado, por así decirlo,... realmente no estas satisfaciendo nada, ... al menos yo es lo que me noto y que lo observo en gente de mi edad, ... puede ser, que hemos crecido mas con eso...

Mediadora

Si, ...

Sujeto 4

Yo igual más o menos, ... “YouTube” lo utilizo para escuchar música, como o utilizan mis compañeros, para ver videos de influencer, en fin, lo que se lleva ahora,

Mediadora

Si, ...

Sujeto 4

Luego “WhatsApp” sí que lo utilizo para, ... sobre todo comunicación con mi familia, mis amigos, los compañeros de clase, con cualquiera, ... “Gmail” para un carácter mas formal, con los que son mis directores de TFM o mis profesores o Vicerrectorado,

Mediadora

O trabajos, que son, ...

Sujeto 4

Mas vinculados a la universidad... Si que uso LinkedIn, lo que pasa que lo tengo un poco ahí apartado, pero lo utilizo, pero nadie me ha enseñado a utilizarlo, que eso es muy importante, ...

Mediadora

Si ...

Sujeto 4

Y luego “Instagram” sinceramente, lo utilizo siempre, o sea a diario, ... o para cotillear o para, si, si,... es una red social que no tiene ningún tipo de fin, porque realmente es ver lo que hacen

otras personas, o ver otras personas lo que haces tú,... entonces es como un cotilleo constante entre la gente que sigues, la que o sigues, la que lo tiene público, la que no y es eso ...

Pero la que más, más utilizo es “WhatsApp” ...

Mediadora

Claro, vale...

Sujeto 2

Yo resumiendo un poco de lo mismo, ... principalmente “WhatsApp”, después “Instagram” por lo que ha dicho ella, prácticamente es la mirilla antigua de ... de ...

Mediadora

Del cotilleo ...

Sujeto 2

Exactamente... Y “Facebook” también. Pero principalmente, más “WhatsApp” para hablar con familia, con amigos, con mi novio, con un poco de todo, que los tengo lejos y no tengo acceso a verlos todos los días ...

Mediadora

También pensamos que antiguamente no existía esto...

Sujeto 1

Existía el correo ...

Mediadora

existía el correo... y el correo, ... el correo tu mandabas una carta y tardaba ...

Sujeto 1

y hasta la semana no estaba ...

Mediadora

nos hemos pensado que la vida es así, pero porque hemos nacido así, ... pero antiguamente ...

Sujeto 2

Esto es como cuando se va la luz, ... y no ... se va la luz en casa, que ha habido un apagón, ... y no sabemos que hacer ...

Mediadora

Y no sabes que hacer ...

Sujeto 2

Porque todo va eléctrico, y no tienes ni para calentarte un café, ni para ...

Sujeto 3

Y ya ni siquiera la luz, ... se va el internet ... estas dos tardes sin internet ...

Mediadora

Desconectado ... y parece que ...

Sujeto 2

O cuando se cae, como ha habido estas últimas caídas de “WhatsApp”, “Instagram”, que se han caído los servidores ...

Mediadora

Si ...

Sujeto 2

Y estas una hora y ves a la gente que se esta tirando de los pelos, porque no puede una hora meterse en las redes sociales, ...

Sujeto 1

Es bueno e importante vivir eso, ... adaptarse a vivir un poco sin las redes sociales, porque cada vez mas se nota que necesitamos mas pasos de nosotros, propios como alumnos, como amigos, como novios, o como familiares, ... pero no es fácil entre nosotros mismos, en nuestro mundo ...

Sujeto 2

Pero hoy en día ya no te dejan tener ese espacio, porque están continuamente, que están, ... “te envío un correo a no sé qué ... no sé cuánto”, “ten el móvil encima porque tengo que llamarte para no sé qué”, que si la familia, ...

Mediadora

Te tienen contactada en todo momento ...

Sujeto 2

Si, si, si ... no hay manera de que tengas, mira, ... apago una semana el móvil, lo enciendo dentro de una semana ... imposible vivir esa desconexión ...

Mediadora

Si, hoy en día sí, es más complicado, ... Y haber, ... ahora la última, ... Si creéis que influye la edad y nivel universitario, es decir, si has estudiado o no, la edad que tienes para el uso de las redes sociales ...

Sujeto 1

Es un poco hacerse a la idea, porque es diferente un estudiante de primaria, de 5 años a un estudiante de doctorado que tiene una fase de 30, 45 años, ... entre una fase de 20 a 45 años, puede ser un único funcionamiento de estudiante ... y también tienes la edad de personas más mayores que utilizan las redes sociales y que se deben adaptar a las nuevas tecnologías ... yo conozco personas que no está formada, que no está trabajado, ..

Sujeto 2

Está jubilada ...

Mediadora

A vale...

Sujeto 1

Y entonces ... que se quede en casa, y poder hablar con sus amigos, usa las redes sociales y para hablar con muchos amigos que hace mucho tiempo que no ve y entonces, ... también utiliza para jugar en consola, en ...

Mediadora

Que no lo ve...

Sujeto 2

Juegos ...

Sujeto 1

Por ejemplo, mis hermanos, la PS4 con los juegos virtuales ...

Sujeto 2

Online ...

Sujeto 1

Online, ... los juegos online, cada vez se parecen más a las redes sociales ...

Mediadora

Si ... porque ya hablas con unos y con otros mientras estas jugando ...

Sujeto 1

Porque pueden jugar hasta 4 personas, ... por ejemplo, mi hermano usa un juego muy conocido, el Fortnite...

Mediadora

Uf, ... el Fortnite ... como está el Fortnite ahora ...

Sujeto 1

Parece para mi hermano ...

Sujeto 4

A mí me parece, ... uy perdón ...

Mediadora

No, no, ... espera que termina ...

Sujeto 4

No, no, ... sigue, sigue ...

Sujeto 1

Por ejemplo, mi hermano se ... el Fortnite, es una persona hablando, español o inglés, no lo entiende ...

Mediadora

Claro...

Sujeto 1

Porque el habla en portugués... son cosas, ... una cosa, ... no la educación como antiguamente de los idiomas, ... yo aprendí español ...

Mediadora

Que ha aprendido a base de eso ...

Sujeto 1

Yo he aprendido a base de la televisión, de los dibujos, ... y aprendí todo el español que yo se ahora, además de los dibujos, viví con chicos de erasmus en Portugal, que vinieron de burgos, ... me fui de erasmus, ... ahora estoy haciendo un máster aquí es España,... y eso es lo que me interesa mejorar mi idioma español, porque es un idioma que yo domino,... también domino inglés, también se un poquito de italiano, intento italiano, ... también se un poquito, ... tengo clases de euskera que he dado clases en el País Vasco, ... y son cosas que tu aprendes en el mundo universitario ...

Cuando estas de erasmus es muy bueno para una persona estudiante, ya que conoces otra vida, otros idiomas, ... como las redes sociales te enseña otros idiomas

Mediadora

Si ... las redes sociales también ...

Sujeto 2

Yo, por ejemplo, ... pienso que si que influye mucho la edad y el contexto cultural ... o el nivel educativo de la persona, para saber usar las redes sociales ...

Yo creo que las redes sociales ... creo que a lo mejor estoy hablando de más, pero ...

Mediadora

Son opiniones ...

Sujeto 2

Creo que a lo mejor no ... no hace el mismo uso un ... una persona de 25 años, que ha estudiado ... que a lo mejor las busca, utiliza las redes sociales con otro tipo de interés o las busca con otro tipo de contenido, que a lo mejor otra persona de 25 años, que no ha estudiado ... no se si ... esa es mi opinión ...

Mediadora

Que cada uno lo busca por si beneficio ... ¿no?

Sujeto 2

Es por su interés, ... yo creo que no es el mismo interés el que tiene una persona que estudia y el que no estudia ... los dos son igual de lícito ... no tiene nada de ... no es mejor ... uno que otro, si no que son intereses distintos.

Yo creo que el nivel cultural y educativo, si influye en el uso que tú haces de las redes sociales... y después la edad yo creo que también ... la edad ... una persona ... mi madre a lo mejor,... mi madre tiene Facebook ... el uso que ella hace de Facebook seguramente que no sea el mismo por el que lo hago yo, y hay 28 años de diferencia entre ella y yo ... entonces yo creo que son factores que siempre van a influir para cada persona ...

Mediadora

Haber ... (1) estabas para hablar...

Sujeto 4

Vale ... pues yo considero que, la verdad, si que influye el uso de redes sociales ... puesto que parece que cuanto más edad tienes, y es como que tienes más preocupaciones y mas responsabilidades ... que es como que el uso de redes sociales pasa a un plano secundario, ... como que ... si están ahí pero no las utilizo, o las utilizo menos, o las utilizo con otros fines ... en cambio cuando eres un poco mas joven es como que ... sobre todo cuando tienes 17, 18 años ... es como que te quitan el móvil y tu vida se va al garete ... porque no existe otra cosa más allá que tu conexión directa con el teléfono ... yo a lo mejor con 22 años me quitan el móvil ... las tres primeras horas estoy berreando ... "mi móvil, mi móvil, mi móvil" ... pero ...

Mediadora

Pero después se te olvida ...

Sujeto 4

Pero a las 3 horas a lo mejor se me pasa, porque digo “ba si no lo necesito, si tengo otras cosas que hacer o tengo otras preocupaciones, o tengo que hacer mil cosas” aparte de estar conectada al teléfono ...

Mediadora

Si ...

Sujeto 4

El tema de la edad influye muchísimo, y sobre todo las publicaciones que van con la edad ...

Mediadora

Claro...

Sujeto 4

Porque las personas mayores ... bueno cada vez hay más personas mayores que utilizan las ... lo que son las redes sociales ... mi abuela por ejemplo tenía Facebook ... y a mi me resultaba algo super curioso que lo utilizaba únicamente para ver donde estaban sus nietas ... para ver donde habían comido ... o ver las amigas, o ver no sé qué ... por el simple hecho de verte a través de una red social... no por otra cosa ...

Mediadora

Sí ...

Sujeto 4

Y luego el nivel cultural o el nivel de estudios y eso, creo que también esta directamente relacionado con el uso, puesto que las personas que han tenido un nivel de estudio más alto sabe un poco más los beneficios o las cosas negativas que te puede dar una red social, ... y es como que usas la red social ... se supone ... que con un poco más de cabeza que las personas que a lo mejor no han tenido esa información o esa ... esa persona que les diga “que si haces esto vas a ir mal”... “si haces esto vas a ir bien”...entonces también, ... también un poco por el control parental y todo eso ...

Mediadora

Si... eso hay ...

Sujeto 1

La parte del control parental ... es muy complicado. Vais por otras directrices.

Mediadora

Si aparte ... aquí nosotros nos estamos centrando sobre todo en universitarios ... en nivel educativo, ... porque claro el control parental menor de 16 años ya tiene otras complicaciones ...

Sujeto 1

Se va por otras directrices ... por otros caminos, ... por otro mundo más complicado ...

Sujeto 3

De acuerdo con todos, la edad obviamente influye ... en el sentido de que cuanto mas mayor seas, mas nuevo, ... o sea más nuevo, más de repente ha aparecido una red social en tu vida, estas mas acostumbrada a relacionarte sin ella, que otra persona que, ... sobre todo eso 16, 17 ... ya menos todavía más.

Es de repente, ya en la primera comunión te dan el primer móvil y ya va a ser así el resto de tu vida, ha sido parte de ti desde el principio, casi ...entonces estas acostumbrado a tenerlo ... a tenerlo a tres metros de ti y que no se separe ... que es lo único que no se separa de ti, realmente en todo el día ...

Mediadora

Que sales de casa, se te olvida el móvil y vuelves corriendo, que se te ha olvidado el teléfono...

Sujeto 3

Haces una dependencia ... que ... que creas y que no puedes no tenerla al fin de al cabo. A lo mejor si eres más mayor ... ya sobre los 30 o 40 si puedes tener una mayor conciencia de lo que haces con ella y lo que dejas de hacer...

Mediadora

Y, ¿creéis que utilizan diferentes redes sociales?, ... me habéis dicho que la edad influye y que el nivel educativo o cultural también influye algo ... ¿Son diferentes redes sociales las que creéis vosotros, que utilizan los mayores o los más pequeños? Contando mayores de 16,18...

Sujeto 1

Hombre, yo creo que si ...

Mediadora

¿Son las mismas? ...

Sujeto 3

Facebook, por ejemplo, yo creo que no se lleva tanto entre la gente más joven, es algo que ha sido sustituido por Instagram, porque es algo más visual, mas ... fotos y ya ...

Sujeto 2

Mas directo ...

Sujeto 3

Claro ...

Sujeto 2

Es más directo, ... Instagram es más directo, y Facebook es como más informativo, ... yo misma lo uso para ... para un poco estar enterada de las noticias o cosas de otros sitios y el Instagram es como ver directamente lo que hace esa persona, lo que deja de hacer en ese momento y ... Facebook yo creo que sí, que lo usan más las personas ... con una edad

Sujeto 3

Mas a mis tíos, mis padres, mi abuela a lo mejor ... así un publico más ...

Mediadora

Facebook lo usan mayores ... según vosotros Facebook lo usan mayores e Instagram un poquillo más jóvenes.

Sujeto 3

No necesariamente mayores, pero si generalmente yo diría que es un público con una edad media mayor que Instagram, ... Instagram yo creo que predomina la gente menor de 30.

Sujeto 2

Si también es verdad qué cuando empezó Facebook, no se cuanto tiempo hace, ... pero pongamos entre 10 ... unos 10 años o así empezaron la gente que tenia a lo mejor 20, 22 años y que ahora ya van de 30 para arriba, entonces como que hay ...

Mediadora

Ellos han ido siguiendo esa red social ... es al o que te refieres ... Vale (1).

Sujeto 4

Opino lo mismo, ... Si, si ...

Mediadora

Vale, ... y solo pensáis que usan Facebook, Instagram, ... ¿hay alguna qué creáis que sea también diferente por edad?

Sujeto 4

Los más pequeños utilizan mucho Snapchat, por ejemplo...

Mediadora

Vale, si ...

Sujeto 4

Por el tema de los filtros que es algo más divertido... o entre ellos por ejemplo ... la gente que yo conozco más pequeña de 16 años de primos míos y eso, utilizan mucho el Snapchat, es algo que ... yo por ejemplo lo utilizo, ... a lo mejor lo utilizo para un día, con mis amigas o algo, pero es algo que no suelo utilizarlo a menudo ... y por ejemplo yo a mi abuela no la veo utilizando Snapchat, porque no lo utiliza nunca ... entonces ... yo creo que es eso ... que Facebook es más a personas ...

Sujeto 3

Mi abuela tiene Instagram ...

Mediadora

¿Sí?...

Sujeto 1

Mi abuelito también.

Mediadora

Sigue, sigue, que dice que su abuela tiene Instagram...

Y, por ejemplo, también habéis dicho que WhatsApp se considera una red social, para vosotros,

...

Sujeto 3

Si, yo creo que WhatsApp es inter-geracional que se conecta a todos ...

Sujeto 2

A todos ... sin importar el nivel, ni la edad, ni el nivel educativo o cultural

Mediadora

Esa la utilizaríamos todos ...

Sujeto 1

Es que es con tu número directamente, en el momento que tienes un móvil tienes un número

... y tienes WhatsApp directamente, además es que es super cómodo para hablar ...

Mediadora

Si ...

Sujeto 1

Por eso yo creo que WhatsApp es inter-geracional ...

Mediadora

Vale ... Alguna opinión más que queráis dar, porque ya hemos acabado las preguntas que yo tenía planteadas, ... si tenéis alguna opinión que queráis decir sobre las redes sociales, sobre como creéis que os influyen, o ¿algo así? ...

Sujeto 1

Prácticamente fue todo ya hablado aquí ... y por ahora tienes mucha información para la tesis ...

Mediadora

Ahora tengo mucha información ... si ...

Sujeto 1

Aparte de la investigación, vas a tener esa parte de ...mucha información diferente ...

Mediadora

Si con los cuestionarios ... claro... son opiniones que tenéis y que o las voy a comprobar con el cuestionario, de los datos qué yo he obtenido ... y ya

Nada simplemente decir, que gracias por colaborar ... yo os daré por correo el haber participado, ... un documento firmado por los dos tutores, ... que me han dicho que ya lo firmarán y nada, si queréis algo que sepáis que yo estoy aquí haciendo el doctorado ... cualquier cosa que queráis ...