



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultad de Educación

Memoria del Trabajo de Fin de Grado

Adolescentes y redes sociales en la era digital

Laura Cruz Diana

Grado de Educación Social

Año académico 2016-17

DNI del alumno: 41542446 F

Trabajo tutelado por Joana Colom
Departamento de Educación

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Palabras clave: educación; Internet; redes sociales; adolescentes; relaciones interpersonales.

Resumen: Las redes sociales se han convertido en el medio socializador para el colectivo adolescente, generando un gran impacto en el desarrollo personal y en las relaciones sociales de este. En este trabajo, se va a contextualizar el fenómeno de las redes sociales, además de esclarecer los principales usos que los adolescentes hacen de estas y cuáles son las nuevas tendencias. Por otro lado, se van a exponer los cambios más significativos en relación al uso de las redes sociales y cómo este uso afecta en el desarrollo personal y en las conductas de los adolescentes. Así mismo, se definen las bases necesarias para educar en esta nueva era digital, con la finalidad de que sirvan de guía para futuros modelos de intervención socioeducativa adaptada a las necesidades de los nuevos ciudadanos digitales.

Palabras clave: educación; Internet; redes sociales; adolescentes; relaciones interpersonales.

Abstract: Social networks have become the socializing medium for the teenagers group, generating a great impact on personal development and social relations. This article contextualizes the phenomenon of social networks and the main practices that the teenagers make of these. Moreover, using the data collected in different studies, we will see the most significant changes in the use of social networks will be presented, and how this affects personal development and the behavior of adolescents. Besides, the article define the necessary bases to educate in this new digital age, in order to serve as a guide for future models of socioeducational intervention adapted to the needs of new digital citizen.

Key Words: education, Internet, Social Network; teenagers; interpersonal relationships.

ÍNDICE

1.	Introducción.....	pág. 5
2.	Estructura del trabajo.....	pág. 7
3.	Contextualización de la aparición de las redes sociales en la sociedad actual.....	pág. 8
	3.1. Definición de las redes sociales.....	pág. 11
	3.2. Tipos de redes sociales.....	pág. 14
	3.3. Beneficios y riesgos para los adolescentes en relación al uso de las redes sociales.....	pág. 19
	3.3.1. Respuesta legislativa ante los posibles riesgos del uso de las redes sociales.....	pág. 24
4.	Aspectos clave en la socialización de los adolescentes.....	pág. 28
	4.1. Uso de las redes sociales en el tiempo libre y de ocio de los adolescentes.	pág. 34
	4.2. Tendencias actuales en cuanto al uso por parte de los adolescentes de las redes sociales.....	pág. 41
	4.3. Consecuencias y cambios en las conductas de comportamiento de los adolescentes debido al uso de las redes sociales.....	pág. 43
5.	Líneas de intervención socioeducativa en la nueva era digital.	pág. 48
6.	Conclusiones.....	pág. 51
7.	Referencias bibliográficas.....	pág. 56

1. Introducción

La era digital ha llegado para quedarse. No se trata de una moda pasajera, sino que se ha instaurado en nuestra sociedad con gran fuerza e intensidad. Ha tomado el papel protagonista en las acciones que forman parte de todos los ámbitos de nuestra vida, con la dificultad añadida de que los cambios se producen de forma rápida y constante, lo que requiere especial atención y capacidad de adaptabilidad, que no se conseguirá hasta que no se asienten las bases para entender el fenómeno en su totalidad.

Los profesionales del ámbito socioeducativo son conscientes de la necesidad de estudiar el fenómeno de las redes sociales y por ello se han realizado diversos estudios que analizan el papel que estas juegan en el desarrollo social y personal del colectivo adolescente. Se considera necesario continuar estudiando dicho fenómeno y contribuir a esclarecer cuáles son las verdaderas consecuencias que se están produciendo en las nuevas generaciones de los llamados *millennials*, con la finalidad de poder hacer frente a las situaciones que en un futuro, incluso en el presente, se van a tener y se están teniendo que afrontar. Al igual que ocurrió en épocas pasadas, las revoluciones o transformaciones sociales deben ser estudiadas para comprender la actitud que debemos tomar para ser capaces de adaptarnos a las nuevas eras. En este caso, la era digital y los retos que presenta deben ser abordados en profundidad desde el ámbito de la educación social ya que repercuten en el comportamiento de toda la sociedad.

En esta nueva sociedad conviven nativos e inmigrantes digitales, quienes comparten un mismo espacio lleno de posibilidades aparentemente accesibles para cualquier miembro de la comunidad, pero la realidad que encontramos es otra. Los nativos digitales se mueven con total naturalidad en este contexto, no conocen el mundo sin las Tecnologías de la Información y la Comunicación (a las que se hará referencia bajo las siglas *TIC*) ni Internet, lo que les conduce a una sobrevaloración de sus conocimientos y habilidades en relación al manejo de las herramientas digitales. Esta sobrevaloración les expone deliberadamente a los riesgos que se esconden tras las oportunidades y posibilidades que nos ofrece el contexto digital.

Por todo ello, se convierte en una necesidad contextualizar la aparición de las redes sociales en la nueva era digital, denominada *Sociedad Red* por el sociólogo e investigador Castells (2006). La misma importancia toma conocer el significado que se le otorga al concepto de red social, tanto desde su perspectiva tradicional como digital, siendo esta última la que despierta mayor interés a lo largo del desarrollo de este trabajo; a su vez, identificar y

describir los diferentes tipos de redes sociales que existen ayuda a tener una visión más clara de la magnitud del fenómeno y el gran impacto que genera, ya que en muy poco tiempo ha tomado un papel protagonista ocupando tanto el ámbito del tiempo libre y de ocio, como el educativo y el profesional.

Por otra parte, se considera importante analizar las posibilidades que las redes sociales brindan a los y las adolescentes (a los que se englobará bajo el término de “los adolescentes” para facilitar la lectura del texto) como espacio idóneo para relacionarse con su grupo de iguales si se realiza un uso adecuado de ellas. El problema surge cuando no se realiza un uso correcto de las mismas, lo que supone la aparición de riesgos y amenazas que afectan especialmente al colectivo adolescente debido a la vulnerabilidad que por naturaleza les concierne, atentando contra la protección de sus datos personales, su privacidad, su honor y su derecho al olvido. Todo ello, crea la necesidad de ofrecer una visión general sobre el estado del marco legislativo encargado de regular y gestionar las problemáticas relacionadas con los posibles riesgos ocultos tras Internet y las redes sociales.

Siendo los adolescentes los principales protagonistas en el entorno digital, y en especial el de las redes sociales, además del colectivo objeto de estudio en el presente trabajo, se describirán los aspectos claves de la etapa de la adolescencia. Su finalidad será entender de qué manera pueden llegar a condicionar el uso y el aprendizaje a través de las redes sociales, las conductas y los comportamientos de los adolescentes.

Finalmente, teniendo consciencia de los cambios que se producen en el desarrollo psicosocial de los adolescentes, se aborda el tema desde una perspectiva socioeducativa, en la que la educación juega un papel fundamental, ya que esta nueva era ha modificado, no solo las conductas del colectivo adolescente, sino las de todos los miembros de la sociedad. Estos deben aprender a hacer frente los nuevos retos que se presentan para ser capaces de educar a las nuevas generaciones, dotándolas de las herramientas necesarias para hacer un uso adecuado de las redes sociales y a su vez les servirá para emplear de manera ética y consciente las herramientas que Internet y los medios digitales ofrecen.

2. Estructura del trabajo

El presente trabajo consiste en realizar una revisión bibliográfica en torno al papel de las redes sociales en el impacto del desarrollo personal y social de los adolescentes y todos los aspectos que conciernen en relación a dicho desarrollo. Para lo que, a continuación, se describirán los contenidos principales que se van a desarrollar a lo largo del trabajo, no sin antes exponer cuáles han sido las fuentes y los recursos principales que han hecho posible la realización del mismo. Cabe señalar del mismo modo, que este no pretende ser de carácter exhaustivo, sino que pretende aportar información relevante, con la finalidad de fomentar y apoyar la realización de trabajos de investigación por parte de profesionales del ámbito socioeducativo, teniendo en cuenta la magnitud y la novedad que engloba a dicho fenómeno.

Se ha realizado una búsqueda sistemática de la bibliografía existente principalmente a través de dos recursos: por una parte, se han consultado las ediciones disponibles en relación al tema objeto de estudio en la biblioteca de la Universidad de las Islas Baleares y en las bibliotecas públicas del *Govern Balear*; y por otra parte, Internet ha sido el medio a través del cual se ha obtenido gran parte de la documentación. Gracias a la herramienta de búsqueda *Google Académico*, ha sido posible acceder a investigaciones, estudios, monografías, estudios de grado y artículos de revistas científicas, todos ellos de carácter riguroso y académico, los cuales quedarán reflejados en el apartado de referencias bibliográficas. Además, se han consultado varias bases de datos, tales como *Dialnet* o el *Instituto Nacional de Estadística*, así como diferentes revistas electrónicas tales como, *Revista de Estudios de Juventud*; *Comunicar*, *Revista Científica de Educación y Comunicación*, entre otras.

Se ha considerado necesario estructurar el trabajo en siete apartados diferentes, pero debido a la naturaleza del mismo, se ha añadido también el *resumen* donde se sintetizan de forma muy breve las ideas principales que se abordan, junto con cinco *palabras clave* que permiten intuir el sentido del trabajo. Centrándonos en los apartados principales del trabajo, en primer lugar se encuentra la *introducción* en la que se explica todo aquello que se va a realizar y analizar a lo largo del artículo; en segundo lugar, encontramos la estructura, en la que se va a explicar la tipología del presente trabajo además de los recursos empleados para desarrollarlo; en tercer lugar, se desarrolla la *contextualización de la aparición de las redes sociales en la sociedad actual*, punto que a su vez contiene cuatro subapartados en los que se define el *concepto de redes sociales*, tipología de las mismas y *beneficios y riesgos* para los

adolescentes en relación al uso de estas, incluyendo también una *respuesta legislativa* ante estos posibles riesgos. A este, le sigue otro gran apartado, el de los *aspectos clave en la socialización de los adolescentes*, en el que además se van a analizar los *usos de las redes sociales* por parte de este colectivo, cuáles son las *tendencias* actuales en este sentido y cuáles son las *consecuencias y los cambios en las conductas de comportamiento* ante el uso de las redes sociales. Se considera necesario incluir un apartado en relación a las *necesidades socioeducativas en la nueva era digital*. Y para finalizar, se aportan las conclusiones en relación al tema tratado junto con otro apartado en el que se recogen las referencias bibliográficas consultadas.

3. Contextualización de la aparición de las redes sociales en la sociedad actual

Las redes sociales se han convertido, con la llegada de la Web 2.0, en el paradigma de las numerosas oportunidades que nos proporciona esta nueva manera de emplear y de entender Internet. Forman parte de lo que se ha denominado *sociedad de la información* o *sociedad red*, cuya estructura social se compone de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basadas en lo digital. Por estructura social, se entiende la organización de los individuos miembros de la sociedad en relación a los patrones establecidos y transmitidos mediante una comunicación significativa que ha sido generada por la cultura. Estas redes son globales, es decir, no poseen límites y toda la población mundial está incluida en ellas. En la *sociedad red* todo ocurre a través de Internet y de las redes sociales, engloban el ámbito social, libre y de ocio, profesional y académico, por lo que todo el mundo está unido a través de comunidades que comparten intereses y que no están atadas a ningún lugar en concreto (Castells, 2006).

La mayoría de redes sociales se crearon y consolidaron en nuestra sociedad a partir del año 2003, convirtiéndose en herramientas facilitadoras de las relaciones interpersonales y del tiempo libre y de ocio entre todas las personas que disponen de un usuario en las mismas (Domingo, 2013). Al hablar de ellas, se debe hacer mención de la Web 2.0, ya que es la que permite el desarrollo de las mismas como las conocemos hoy en día. Esta Web, posee nuevas características de lectura y escritura, las cuales permiten a todas las personas estar conectadas y compartir información “en movimiento” que se actualiza de forma incesante. La sustitución de la Web 1.0 por la Web 2.0 ha supuesto una revolución. A esta nueva web se ha

considerado la Web social, por lo que los medios de comunicación que ofrece han pasado a ser considerados de *Mass Media* a *Medios Sociales* o *Social Media* (Ponce, 2012). Estos nuevos medios sociales son definidos por Andreas M. Kaplan y Michel Haenlein, (citados por Ponce, 2012: 2), como “un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0 y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario”. Ponce (2012), defiende que los usuarios pasan de ser consumidores de la Web, y por tanto usuarios pasivos, a usuarios activos, que interactúan con esta y con el resto de usuarios que navegan en ella. El concepto de medios sociales engloba una multitud de oportunidades y maneras de comunicarse, dejando espacio a las redes sociales como herramienta, casi imprescindible, de comunicación para la gran mayoría de la población mundial actual.

Todas las herramientas que se han desarrollado con la llegada de esta nueva Web, han hecho posible un cambio en la mentalidad de los consumidores de las mismas, permitiéndoles colaborar y compartir entre todos ellos. Este hecho ha supuesto la creación de redes personales entre personas que comparten un interés común y ha dado pie a un verdadero fenómeno con gran impacto en nuestra sociedad. Existe una necesidad de compartir experiencias y de pertenecer a un grupo, que ya existía antes de la llegada de Internet y de las TIC, pero que con su llegada ha creado un nuevo modo de interacción, trasladado al ámbito informático y virtual (Ponce, 2012).

Las redes sociales en Internet, entendidas como fenómeno, envuelven una gran cantidad muy diversa de redes, por lo que de forma generalizada, hablamos de ellas en plural (redes sociales). Es común que los usuarios de Internet posean diversas cuentas en varios servicios de los que nos ofrece Internet, a través de los cuales establecen y nutren diversas relaciones personales. Todo ello contribuye a que los servicios de redes sociales en Internet están empezando a funcionar en conjunto, interactuando y compartiendo los unos con los otros, (o más bien permitiendo a los usuarios conectar sus cuentas en las diferentes plataformas en las que tienen creado un perfil). Es decir, se están convirtiendo en plataformas que permiten a los usuarios estar conectados entre sí abriendo un gran abanico de posibilidades para comunicarse (Ponce, 2012).

Con la finalidad de comprender la magnitud del fenómeno se considera necesario explicar, de forma resumida, el funcionamiento básico de cualquier red social del tipo

generalista o de ocio (para entender el tipo de red social al que se hace mención se dedicará un apartado exclusivamente destinado a describir la clasificación de las redes sociales existentes. 3.2. *Tipos de redes sociales*). Este tipo de red social requiere la creación de un perfil en el que se deben aportar datos personales mediante un cuestionario proporcionado por la propia plataforma, los cuales serán compartidos con otros miembros de la comunidad virtual, favoreciendo la creación de relaciones sociales. A través de estos datos, que pasarán a ser de dominio público, se podrá conocer desde el nombre y la dirección del domicilio hasta la formación académica, profesión, aficiones, orientación sexual, etc. Inicialmente, la propia plataforma anima a los usuarios a crear su propia lista de contactos, invitando a personas con las que previamente se mantiene una relación offline, es decir, fuera de la red. Pero las redes sociales no conocen límites y su interés es aumentar de forma progresiva la lista de contactos de cada usuario, con la finalidad de aumentar así el número total de usuarios registrados en esta, por lo que dispone de buscadores que permiten al usuario tanto buscar otros perfiles, como ser buscado a través de los amigos y de los amigos de los amigos. Estas sugerencias provienen, generalmente, de la lista de contactos creada y proporcionada a través del correo electrónico, que es imprescindible para poder abrirse un perfil en la red social. Otra de las estrategias que emplean las redes sociales con la finalidad de aumentar su público es ofrecer la posibilidad de crear grupos o comunidades virtuales unidas por las preferencias, aficiones, motivaciones, ubicación geográfica, etc. que previamente se ha proporcionado como requisito imprescindible para formar parte de la red social. En definitiva, esta permite poner en contacto a personas que ya se conocían, fortaleciendo sus relaciones, además de ampliar el grupo de amistades creando nuevos vínculos con personas desconocidas. Las herramientas que brinda para facilitar y fomentar las relaciones interpersonales son chats, mensajería instantánea, agregar vídeos y fotos, mediante las cuales se puede etiquetar a personas y difundir todavía más ese mensaje (Domingo, 2013).

Siguiendo con estas ideas, Ponce (2012), concluye que las redes sociales son el medio idóneo para expresar y desarrollar la identidad personal de cada individuo, ya que el contenido de estas se crea en base a lo que los propios usuarios comparten, siendo los principales protagonistas. Algunas de las redes sociales más conocidas están incorporadas en nuestro lenguaje cotidiano, pero ¿realmente conocemos el significado de este concepto? Para continuar abordando el fenómeno es necesario definir lo que entendemos por redes sociales, así como las teorías que sostienen su significado.

3.1. Definición de redes sociales

Las redes digitales que conviven en Internet son globales, es decir, no poseen límites y todas las personas del mundo están incluidas en ellas. En la *sociedad red* todo ocurre a través de Internet y de las redes sociales, engloban el ámbito profesional, social, de ocio, profesional y académico, por lo que todo el mundo está unido en torno a nuevas comunidades que comparten intereses y que no están atadas a ningún lugar en concreto. En nuestro lenguaje cotidiano asociamos al concepto de red social nombres como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* o *YouTube*, pero en realidad su significado es mucho más vasto y complejo (Castells, 2006).

Se puede deducir que *red social* es un concepto que existe desde antes de la aparición de Internet y de los ordenadores y que engloba el conjunto de personas que están conectadas de algún modo mediante amigos, valores, relaciones de trabajo u opiniones, pero hoy en día, este concepto ha ido más allá, ya que también puede hacer referencia a una plataforma web que permite a las personas estar conectadas entre sí (Castells, 2006). Por ello, es necesario esclarecer su significado desde una perspectiva tradicional y por otro lado, desde una perspectiva digital (Ruiz y De Juanas, 2013).

En primer lugar, se van a presentar varias definiciones en su sentido tradicional, ya que este significado sustenta la adopción del concepto de *red social* para hacer referencia a su perspectiva digital. Ponce (2012: 2), la define como “una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común”. Coincidiendo con esta, Rizo (2003), entiende que las redes son, por una parte, la manera en la que la sociedad interactúa. Las cuales se definen principalmente por los intercambios dinámicos que se producen entre los miembros de las mismas. Por otra parte, las entiende como sistemas abiertos y horizontales, formados por un colectivo de personas que comparten una serie de necesidades y problemas comunes. Concluye finalmente, que son la manera en la que la sociedad se organiza con la finalidad de solventar los problemas compartidos y fortalecer sus recursos. Con una línea muy similar a las mencionadas en los párrafos anteriores, el Observatorio Regional de la Sociedad de Información (ORSI) de Castilla y León (2008: 45), define el concepto como:

Formas de interacción social, entendidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos

que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

Una vez explicado el sentido tradicional del concepto se van a exponer algunas de las definiciones que diversos profesionales de la materia han aportado sobre este desde su *perspectiva online*. Por otra parte, se quiere aclarar que a lo largo del trabajo se va a emplear el concepto de *redes sociales* bajo su significado online.

Ponce (2012: 2), a su vez, también propone una definición para el concepto desde su perspectiva online, aludiendo que son:

Estructuras compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo.

En palabras de Domingo (2013: 15), la red social es “una aplicación online que permite a los usuarios generar un perfil con sus datos en páginas personales y compartirlo con otras personas, haciendo pública esta información. Lo que facilita la interrelación con otros usuarios a partir de los perfiles publicados”. Siguiendo en la misma línea, Ruiz y De Juanas (2013), las definen como medios sociales y plataformas colaborativas que se construyen mediante la participación de los propios usuarios de Internet y que permiten compartir conocimiento en tiempo real. En un sentido más estricto, Ureña (2011), (citado en Ruiz y De Juanas, 2013), las define como determinados servicios que permiten crear perfiles de usuarios propios en los que pueden relacionarse, comunicarse, compartir diferentes contenidos, fundar comunidades, etc. Por último, cabe señalar la definición aportada por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), (2009: 38):

Las redes sociales online son servicios prestados a través de internet que permiten a los usuarios generar un perfil, desde el que hacer públicos datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios y localizarlos en función de las características en sus perfiles.

Las redes sociales se han convertido en una parte importantísima de nuestra vida, dándole sentido a la estructura de nuestras relaciones personales. Es tal la importancia que están adquiriendo, que no tan sólo las disciplinas de ámbito social y antropológico se dedican a estudiarlas, sino que desde el campo de las matemáticas y ciencias de la computación se han desarrollado diversas teorías que nos permiten estudiar dicho fenómeno y son la base de la definición del concepto de red social tal y como se ha descrito en párrafos anteriores. Algunas de las teorías más consolidadas son: la *Teoría de grafos* o la de *Seis grados de separación*, las cuales se van a desarrollar a continuación gracias a las aportaciones que se recogen en diversos estudios sobre el fenómeno, como el realizado por Ponce (2012), sobre *Redes Sociales* y el *Estudio sobre privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*, realizado por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), (2009) (a los que a lo largo del trabajo se hará referencia bajo las siglas INTECO y AEPD de forma conjunta, ya que el estudio realizado ha sido fruto de una colaboración entre ambas entidades).

La *Teoría de grafos*, propuesta por los antropólogos Alfred Radcliffe-Brown y Jhon Barnes, representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas. Los nodos representarían a los individuos, mientras que las aristas lo harían con las relaciones que unen a los mismos constituyendo finalmente un grafo, que se entiende como “una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social” (Ponce, 2012: 2).

Otra de las teorías es la de los *Seis grados de separación*, elaborada por el escritor Frigyes Karinthy en 1930. Esta defiende que todas las personas están relacionadas entre sí por medio de cinco intermediarios, y por lo tanto, se puede acceder a cualquier persona del mundo a través de seis “saltos”, lo que le otorga su nombre. La hipótesis parte de la base de que el grupo de conocidos aumenta de forma exponencial gracias a las conexiones que se producen en cadena y que con cinco de estas conexiones se cubriría la población mundial. El politólogo Ithiel de Sola Pool y el matemático Manfred Kochen intentaron demostrar dicha teoría en la década de los 50, pero en aquel momento, las demostraciones que intentaron llevar a cabo no dieron frutos. Fue en 1967 cuando se desarrolló un nuevo experimento que demostró que con tan solo de 5 a 7 intermediarios era suficiente para poder contactar con cualquier persona (Ponce, 2012 y INTECO y AEPD, 2009).

Con la llegada de internet y el crecimiento de las redes sociales online, esta teoría toma más sentido. En el año 2003, el sociólogo Duncan J. Watts, actualizó dicha teoría en su libro *Seis grados: la ciencia de las redes en la era conectada del acceso*, quien la puso a prueba usando la plataforma del correo electrónico. Demostró, que a través de seis nexos diferentes, lo que es conocido como los seis “saltos”, es posible contactar con la persona seleccionada. De hecho, las corporaciones *Yahoo!* y *Facebook*, han intentado demostrar esta teoría llevando a cabo un estudio que parte de la misma base. Consiste en seleccionar previamente a un remitente y a un destinatario, el remitente debe enviar a sus contactos un mensaje que, finalmente, debe llegar al destinatario deseado.

Lo que aporta la adaptación del experimento llevado a cabo por *Facebook* y *Yahoo!* es que las nuevas redes sociales no son más que una adaptación de lo que existía anteriormente trasladado al mundo virtual. Adaptación que se produce en función de las tecnologías de las que disponemos, las cuales son responsables de las transformaciones que estamos experimentando en cuanto a la manera de comunicarnos y relacionarnos.

Llegado a este punto, habiendo contextualizado y definido el fenómeno de las redes sociales como herramienta propia de la web 2.0 y como estructura en la que se organizan las relaciones personales, se va a realizar una clasificación del tipo de redes sociales que existen.

3.2. Tipos de redes sociales

Dada la complejidad y amplitud del fenómeno, es necesario clasificar y estructurar el conjunto de redes sociales que existen a día de hoy, por lo que distinguimos diversas tipologías en función del uso que se hace de estas.

Siguiendo con las ideas propuestas por Ponce (2012) en su monográfico sobre las *redes sociales*, estas se pueden clasificar en relación de su *dimensión social*. De tal modo que se clasificarían en: redes sociales analógicas, es decir, las que no emplean ningún tipo de aparato electrónico; redes sociales digitales y redes sociales mixtas, que compartirían características propias de los otros dos tipos de redes sociales mencionados.

En relación al tema que se pretende abordar en este trabajo, se considera necesario centrar la atención únicamente en el tipo de redes *digitales*. Estas se clasifican a su vez en horizontales o generales y en verticales o especializadas. Dentro de estas dos categorías se

distinguen otras subcategorías, las cuales se van a describir a continuación siguiendo las ideas de Ponce (2012: 4):

- Redes sociales horizontales: carecen de una temática específica, ya que están dirigidas a todo el público en general y priorizan los contactos, lo que supone que los usuarios de estas redes busquen una interrelación general cuando acceden a ellas. Su cometido principal es el de relacionar a las personas mediante las herramientas que ofrece. Las características propias de este tipo de redes son: crear un perfil; compartir contenidos y difundir una listado de contactos. Las más conocidas son: *Facebook*, *MySpace*, *Tuenti*, *Google+*, *Badoo*, *Hi5*, *Orkut*, *Sonico*, *Bebo*, y *Netlog*.
- Redes sociales verticales: este tipo de redes surgen ante la necesidad de satisfacer los gustos e intereses de las personas que buscan un lugar de intercambio compartido y ganan millones de usuarios cada día. El hecho de que se ofrezca la posibilidad de crear redes sociales personalizadas produce que exista una gran diversidad de tipos, por ello, se han clasificado en tres categorías distinguiendo: la temática; la actividad y el contenido compartido.

A continuación, se van a desarrollar en profundidad las subcategorías que pertenecen a la categoría de redes sociales verticales siguiendo lo expuesto por Ponce (2012: 4):

Temática

Existen redes sociales **profesionales**, las cuales están orientadas hacia los negocios y las actividades comerciales. La actividad que realizan les permite compartir experiencias, además de relacionar grupos, empresas y/o usuarios que compartan los mismos intereses laborales. Algunas de las más importantes para el sector profesional son: *Xing*, *LinkedIn* y *Viadeo*.

Por otro lado, encontramos las de **identidad cultural**, que nacen como consecuencia de la globalización mundial y la necesidad de crear un espacio en el que las personas que pertenecen a un mismo origen de procedencia puedan crear lazos y continuar manteniendo su identidad. Algunos ejemplos de estas redes sociales son: *Spaniards* o *Asianave*.

También encontramos redes sociales clasificadas por **aficiones**, las cuales están dirigidas hacia grupos de personas que comparten la misma pasión hacia determinadas actividades de ocio y tiempo libre. Algunos ejemplos de esta tipología son: *Ravelry*, *Blooosee*, *Dogster*, etc.

Redes sociales que agrupan **movimientos sociales**, desarrollándose en base a una preocupación de carácter social. Como por ejemplo: *Care2*, *WiserEarth*, *SocialVibe*, etc.

El mundo de los **viajes** tiene una gran atracción por el público de las redes sociales, tanto, que se han creado redes sociales especializadas en esta temática. Este tipo de redes facilitan la preparación y organización de los viajes y permiten conectar viajeros, quienes tienen la oportunidad de compartir sus experiencias alrededor del mundo. Algunas de las más conocidas son: *TravBuddy*, *Travellerspoint*, *Minube* o *Exploroo*.

Estas son algunas de las temáticas que dan forma a un mayor número de redes sociales, pero como se ha explicado en párrafos anteriores, la variedad es tan amplia como perfiles y usuarios se pueden encontrar en la red.

Actividad

El **Microblogging** da nombre a la actividad que más se realiza en Internet, constituyendo diferentes redes sociales que permiten a los usuarios enviar y publicar mensajes breves en formato de texto, además de seguir a otros usuarios sin necesidad de que sea una relación recíproca. *Twitter* sería una de las más famosas dentro de este grupo.

Otra de las actividades que recoge más público es **jugar**, por lo que surge la necesidad de que los usuarios tengan un espacio compartido en el que puedan estar conectados y relacionarse. Este fenómeno alcanza tal importancia, que algunos profesionales de las ciencias sociales se están encargando de estudiar el comportamiento de los usuarios dentro de este tipo de redes sociales. Algunos de las más conocidas son: *Friendster*, *Foursquare*, *World of Warcraft*.

La **Geolocalización**, que crea redes sociales a través de las cuales podemos conocer el lugar exacto en el que se encuentra un objeto, lugar o individuo. Mediante estas,

los usuarios pueden hallar el contenido digital que es compartido en la red. Alguno de los ejemplos de este tipo de redes son: *Metaki*, *Ipoki* y *Panoramio*.

Por último, la categoría de **marcadores sociales**, en la que se encuentran aquellos usuarios que principalmente realizan actividades de almacenaje y clasificación de diversos enlaces con la intención de ser compartidos con el resto de usuarios. Además de tener acceso a las listas de recursos de los mismos. Este tipo de servicios brindan la oportunidad de realizar comentarios, votaciones y crear grupos. Algunas de ellas son: *Delicious*, *Digg* y *Diigo*.

Contenido compartido

Existe una gran variedad de contenidos compartidos en Internet, lo que genera la necesidad de organizar toda esa información creando diferentes tipos de redes sociales. La clasificación que se plantea es la siguiente: redes sociales especializadas en **fotos**, entre las cuales destacan *Flickr* y *Pinterest*, las cuales permiten almacenar, ordenar, buscar y compartirlas.

Aquellas que contienen **música** permitiéndonos, además de escuchar, ordenar y compartirla, crear una lista de contactos con los que poder compartir en tiempo real las preferencias y gustos musicales; las más populares son: *Last.fm* y *Blip.fm*.

Las redes sociales que contienen **vídeos**, comparten las mismas características que las ya mencionadas, siendo las más populares *Youtube*, *Vimeo*, *Flickr* y *Pinterest*.

Estos son los contenidos más populares en las redes, y que por lo tanto reúnen un mayor número de usuarios y adeptos, pero existen otros contenidos que también deben ser mencionados. Por lo que también se pueden encontrar redes sociales especializadas en **documentos**, **presentaciones**, **noticias** y **lectura**.

Como se ha comentado en párrafos anteriores, la diversidad de redes sociales es tan extensa que se podrían enumerar tantas como ciudadanos digitales, por ello podemos encontrar otras clasificaciones desarrolladas y expuestas en otros estudios e investigaciones, como la que presentan INTECO Y AEPD (2009: 40), quienes las clasifica en función del público objetivo al que estas están dirigidas o bien al tipo de contenido que amparan. De tal manera que diferencian dos grandes grupos: *generalistas o de ocio* y *profesionales*. Así mismo, apuntan a que ambos grupos comparten una serie de rasgos y estructuras comunes.

Los objetivos primordiales de estas son facilitar el contacto y la interrelación de los individuos, posibilitar la interacción entre todos los miembros de la comunidad virtual, bien compartiendo información, proporcionando facilidades a la hora de crear contactos nuevos o facultando el contacto directo; dar la oportunidad de crear un contacto real con personas conocidas mediante una plataforma virtual; permitir a los usuarios estar conectados desde cualquier lugar en cualquier momento, es decir, crear contactos entre los usuarios de forma ilimitada y por último, potenciar la *difusión viral de la red social*, siendo los propios usuarios los encargados de llevar a cabo dicha difusión. A continuación, se va a describir cada uno de los grandes grupos de forma más detallada, siguiendo con la clasificación propuesta por INTECO y AEPD (2009).

Las redes sociales *generalistas o de ocio* facilitan y fomentan las relaciones personales entre los miembros que forman parte de ellas. *Facebook* es una de las redes sociales de este gran grupo más conocida y que ha crecido de forma prácticamente incontrolable en los últimos años. En el colectivo más joven este tipo de red social sustituye a otros medios de comunicación, como por ejemplo, la mensajería instantánea. Los rasgos propios de este tipo de redes son: la diversidad de usos que brinda; la posibilidad de trasladar todas las acciones realizadas en la red a la vida real y la capacidad que otorga a los usuarios de las mismas para crear aplicaciones propias, las cuales pueden ser ejecutadas en la propia red social o en otras aplicaciones externar a esta, pero que a su vez están interconectadas las unas con las otras. De esta manera consiguen darle una mayor funcionalidad y facilidad para ser difundidas. A su vez este grupo puede clasificarse en relación a la finalidad o la temática a la que hacen referencia. Únicamente se van a enumerar las clasificaciones que se detallan en este estudio, ya que su base es muy similar a la ya expuesta en párrafos anteriores sobre la clasificación propuesta por Ponce (2012). De esta manera podemos encontrar redes de *intercambio de contenidos e información; microblogging*; y basadas en *perfiles* (INTECO y AEPD, 2009: 40-42).

En el segundo gran grupo se encuentran las redes sociales con contenido *profesional*, “las cuales son creadas y diseñadas con la finalidad de poner en contacto y mantener la relación a nivel profesional, con diferentes sujetos que tengan interés para el usuario” (Espinari y González, 2009: 91). El estudio realizado por INTECO Y AEPD (2009), apunta que este tipo de redes sociales atraen al público adulto. Los menores de 20 años apenas

emplean este tipo de redes sociales, por lo que no tienen relevancia para el público objeto de estudio de este trabajo.

3.3. Beneficios y riesgos para los adolescentes en relación al uso de las redes sociales

Las redes sociales son un fenómeno complejo que ha revolucionado por completo la sociedad actual, brindando un gran abanico de posibilidades, que con un uso adecuado son beneficiosas para todos los miembros de la sociedad de la información, a la vez que crean nuevas amenazas y riesgos, en especial para el colectivo adolescente, que es el que aparentemente dispone de las capacidades necesarias para desenvolverse en el nuevo contexto digital por pertenecer a la generación de los *millennials*.

Domingo (2013), defiende que las redes sociales son una herramienta que favorece la libertad y la civilización. Crean un nuevo medio a través del cual los ciudadanos pueden participar de forma libre, lo cual es un valor procedimental imprescindible para el principio democrático. La verdadera esencia se encuentra en la posibilidad que la red social brinda para poder agruparse con otras personas en los procesos de participación electrónica o bien en los Social Media, con total libertad de expresión. En el caso de la política estos nuevos medios han permitido a los más jóvenes sentirse parte activa de procesos democráticos, además de hacer despertar el interés hacia la política, cosa que era poco frecuente en la juventud.

Siguiendo en la misma línea, las redes sociales proporcionan libertad de expresión al completo. Además, permiten estar informados de todo lo que ocurre a nivel mundial y a tiempo real, por lo tanto, se han convertido en canales que permiten expresar opiniones propias, estableciendo un espacio para participar de forma activa, entretenerse y buscar información. Por otro lado, debido al carácter social que por naturaleza tiene el ser humano, las redes sociales permiten compartir experiencias, ideas y opiniones personales, lo que favorece el sentimiento de pertenencia a un grupo, siendo este un aspecto clave en la socialización de los adolescentes, ya que puede evitar la exclusión o aislamiento social. Pero bien es cierto que estas nuevas herramientas exigen actuar de forma inteligente y cuidar todo aquello que se hace o se dice en Internet. Prestando especial interés hacia esta cuestión, se dedicará un apartado, (5. *Líneas de intervención socioeducativa en la nueva era digital*), exponiendo la necesidad de fomentar la alfabetización digital en esta nueva sociedad conectada (Domingo, 2013).

Piñar et al. (2011), declara que el fenómeno de las redes sociales ha atraído principalmente a los más jóvenes creando situaciones que, a primera vista, son muy positivas y beneficiosas para todos, pero en especial para este colectivo. Estas permiten mantener relaciones multibanda en tiempo real a nivel global; crear redes con cientos de miles de contactos; intercambiar información de todo aquello que se pueda imaginar; volver a poner en contacto con personas que, o bien por el paso del tiempo o por la distancia física, se consideraba imposible recuperar. También brindan la oportunidad de crear reacciones masivas en cuestión de minutos; presenciar o participar en cualquier acto que ocurra en cualquier lugar del mundo; generar influencia en eventos o sucesos de carácter político, social o económico; etc. Finalmente, coincidiendo con otras ideas ya expuestas, concluye afirmando que las redes sociales se han convertido es un medio a través del cual los adolescentes comparten sus experiencias y se relacionan, convirtiéndose en una nueva forma de socialización. Además señala que se pueden considerar como un nuevo instrumento de civilización, abriendo un nuevo canal para que los adolescentes puedan tomar parte activa en la vida pública, haciendo especial hincapié en la participación en la vida política, que hasta el momento, no había captado el interés de los más jóvenes.

Otro de los beneficios que se han observado implican el papel de las redes sociales en la educación, tanto formal como informal de los adolescentes, ya que se están comenzando a instaurar en las aulas con la finalidad de motivar y transformar la enseñanza, empleando métodos didácticos más atractivos para este colectivo.

En este sentido, De Haro (2009) realiza un estudio en el que pone en práctica el uso educativo de las redes sociales. Las conclusiones que obtiene son un ejemplo de los efectos positivos de estas, ya que sirven como herramienta para facilitar la comunicación entre alumnado y profesorado, a través de grupos, mensajes privados o públicos, etc. Además, tienen la ventaja de que pueden ser utilizadas de forma masiva, por lo que incrementa la posibilidad de comunicación con toda la comunidad educativa, rompiendo las barreras físicas y temporales. El efecto de llamada social es lo que puede garantizar el éxito del uso educativo de las redes sociales ya que en ellas pueden encontrar múltiples opciones que son de su interés, interactuando con el resto de usuarios. A través de estas redes educativas, entran en contacto tanto el aprendizaje informal como el formal lo que supone un aumento en la eficacia del aprendizaje del alumnado.

En definitiva, son una herramienta que permite abordar la educación desde una perspectiva diferente, integrando los aprendizajes que nos aportan, tanto la educación formal, como la informal, lo que supone la posibilidad de crear métodos de aprendizaje mucho más ricos y completos, más positivos y atractivos para el alumnado y para la comunidad educativa en su conjunto.

Hasta el momento se ha hecho referencia a las oportunidades y a los beneficios que brindan las redes sociales, pero debemos ser conscientes de que existen *riesgos* que ponen especialmente en peligro a los más jóvenes, ya que prácticamente el cien por cien de este colectivo es usuario de las redes sociales, según aportan los datos ofrecidos por la organización Interactive Advertising Bureau Spain, (quien se engloba bajo las siglas IAB Spain). Siendo conscientes de este dato, se puede afirmar que los adolescentes viven en las redes sociales y toman un papel protagonista en su estilo de vida.

Lázaro et al. (2012: 122), afirman que “los riesgos que están más presentes en este tipo de plataformas son los relacionados con la seguridad de la información, la privacidad, la intimidad, la protección de la infancia, la propiedad intelectual y las suplantaciones de identidad”. Estos riesgos no afectan exclusivamente a los menores, pero factores como la edad y la madurez, así como la falta de experiencia, la despreocupación o falta de consciencia en relación a las consecuencias, a corto o largo plazo, sobre los actos cometidos, provocan que los más jóvenes se conviertan en seres todavía más vulnerables ante los posibles riesgos existentes en la red. Los adolescentes comparten información y experiencias personales sin tener en cuenta que esta se queda almacenada en la red, lo que supone que dejan un rastro en Internet que no va a poder ser eliminado y que va a suponer la pérdida de control sobre la propia información (Lázaro et al., 2012 y Piñar et al., 2011). Se afirma que “el 4,5% los jóvenes de 14 a 21 años tienen un alto riesgo de sufrir consecuencias negativas para su trabajo en el futuro como consecuencia de las huellas que han dejado en las redes sociales” (Piñar et al., 2011: 36).

Existe una clasificación de los riesgos que pueden aparecer en relación al uso de las redes sociales distinguiendo *el momento en el que se registra el usuario, mientras participa de forma activa* y, por último, cuando se quiere dar de *baja del servicio*. De este modo, se distinguen diferentes situaciones que atentan contra la privacidad y la seguridad de los

usuarios, de las que se expondrán aquellas que se han considerado más relevantes para el contenido tratado en el presente trabajo (Lázaro et al. (2012: 122-125):

- El exceso de información que demandan los formularios, permitiendo que esta sea visible para todos los contactos de la red social, incluso para los amigos de estos.
- La configuración del perfil que, por defecto, no restringe la privacidad del mismo, es decir, por defecto todo aquel que se crea una cuenta acepta que esta sea pública. Por lo que es el usuario quien debe modificar la privacidad de su cuenta. ¿Qué ocurre si se desconoce este hecho? Que estaremos dejando al descubierto nuestros datos personales para todo aquel que forme parte de la red social, sin poder limitar el acceso a nuestra cuenta. Lo que supone un verdadero riesgo para nuestra intimidad y privacidad que no debemos dejar pasar por alto.
- Dificultad para acceder a las condiciones legales de uso y las políticas de privacidad de la red social, sin olvidar que el lenguaje que emplean no está adaptado a todo el público. Lo que dificulta su comprensión, en especial para los adolescentes, que son los usuarios más frecuentes.
- La falta de claridad en cuanto a la finalidad de los datos proporcionados a la red social.
- La ubicación de las plataformas de la red social, que frecuentemente se encuentran fuera del territorio español. Lo que supone una transferencia internacional de los datos personales de los usuarios.
- La publicación de datos personales de terceras personas sin obtener el consentimiento de estas. Este es un tema de especial interés a la hora de desarrollar políticas de regulación en cuanto a la protección de la privacidad y la intimidad de los menores.
- La publicidad personalizada que aparece en las cuentas personales de los usuarios, que demuestra que han tenido acceso a sus datos personales y han estudiado sus preferencias para garantizar el éxito en lo que se refiere a captar la atención de los consumidores.
- Pérdida de los derechos de propiedad intelectual, es decir, los usuarios aceptan, generalmente sin ser conscientes, que todo aquello que publiquen en su red social será cedido en beneficio de los proveedores de la misma. Sin embargo, cuando lo que

publica el usuario es propiedad de un tercero, los proveedores eximen su responsabilidad dejándola caer única y exclusivamente sobre el usuario.

- El riesgo a ser víctima de una suplantación de identidad, es decir, de que tus datos personales, incluidos el nombre, fotografías, o cualquier tipo de información compartida, sea empleada por terceras personas sin obtener tu consentimiento. Lo que supone una gran amenaza para los menores, que pueden tener consecuencias severas en su vida personal y profesional en un futuro.
- La realidad con la que se encuentran los usuarios cuando quieren darse de baja en una red social. Es en ese momento cuando descubren que la información proporcionada en esta no va a desaparecer. Únicamente existe la opción de desactivar la cuenta, pero los datos van a permanecer en Internet, pudiendo ser empleados en beneficio del proveedor de la red social o de terceros. El fin de las redes sociales de almacenar los datos no es más que obtener información a través de la cual lucrarse, ya que les permite conocer las preferencias de los perfiles y generar así publicidad que posteriormente será “bombardeada” a otros usuarios con rasgos similares.

Pero estas no son las únicas amenazas que se pueden encontrar en el contexto de las redes sociales, ya que en relación a los menores aparece una nueva problemática, la cual hace referencia a la garantía de que cumplan con la edad mínima para darse de alta en una red social. “Según el artículo 13 del Real Decreto 1.720/2007, 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 (RDLOPD)”, (citado en Lázaro et al., 2012: 126), los mayores de 14 años tienen el derecho de tomar las decisiones oportunas en cuanto a la cesión de sus datos personales, pero los menores de esta edad deben haber obtenido el consentimiento de sus padres o tutores legales, por lo que los servidores de las redes sociales deberían asegurarse de que dicho consentimiento se ha obtenido y este no ha sido falsificado. En cualquier caso, el artículo mencionado exige que para los mayores de 14 años se emplee un lenguaje fácil de comprender y adecuado a la capacidad cognitiva de las edades a las que hace referencia. Lo que, como se ha señalado en líneas anteriores, no se cumple.

Otro de los riesgos asociado a las redes sociales, es la facilidad para difundir contenidos y la rapidez con la que se produce, lo que supone que una vez se ha compartido información se pierda el control sobre esta, pudiéndose convertir en viral y provocar graves consecuencias

para la privacidad de los menores. También se ha de tener presente el peligro que corren al tener acceso a información de todo tipo, siendo expuestos a contenidos inapropiados para su edad, como por ejemplo, contenido de carácter sexual, juegos de azar, violencia, etc. Sin dejar de lado que como consecuencia a la acumulación de información pueden llegar a perder la capacidad de análisis y de reflexión. Por ello, es imprescindible enseñarles a saber distinguir la información veraz de la falsa o errónea.

Es tal la importancia que están adquiriendo las redes sociales, que ya son varios los autores que han hecho referencia al problema de las adicciones sobre el uso de las redes sociales, (Lázaro et al., 2012 y Domingo, 2013), pudiendo provocar dependencia, aislamiento social, etc. Por ello, se apuesta por la importancia de ejercer control sobre el tiempo que emplean y la participación que llevan a cabo en las redes.

Por supuesto, no se puede hablar de los riesgos ante el uso de las redes sociales sin mencionar el *ciberacoso* y el *acoso que es ejercido por parte de un adulto hacia un menor con contenido sexual*, pudiendo ser explícito o implícito, fenómenos en los que no se profundizará debido a la complejidad y amplitud que les concierne y escapa del análisis del presente trabajo. En relación al *ciberacoso* cabe mencionar que, este se produce tanto en el ámbito educativo como en el extraescolar, pudiéndose manifestar de múltiples formas, incluso pudiendo llegar a traspasar el mundo virtual produciendo graves efectos, tanto a nivel físico como psíquico. Las redes sociales han contribuido al aumento de estos problemas, ya que disponen de múltiples herramientas para difundir y comunicar contenidos maliciosos a cualquier persona, de forma rápida y fácil. Estas problemáticas han sido abordadas en profundidad por numerosos profesionales, tales como Piñar et al. (2011); Lázaro et al. (2012) y Llodrà-Riera, Mas, Morey y Debrix (2016).

3.3.1. Respuesta legislativa ante los riesgos del uso de las redes sociales

Ante las posibles amenazas que se encuentran implícitas en el uso de Internet y las redes sociales surge la necesidad de abordar este tema desde una perspectiva jurídica, quien debe asumir la responsabilidad de establecer las normas y las leyes necesarias para afrontar las posibles acciones negligentes que se enmarcan en este nuevo contexto, en el que las responsabilidades se diluyen escapando de las fronteras físicas, ya que Internet y las edes sociales, como ya se ha comentado, no poseen límites. En esta línea, son varios los

profesionales que han realizado una aproximación a las posibles respuestas legales que se encuentran en el marco jurídico del territorio nacional en España, tales como Piñar et al. (2011), quienes llevan a cabo una revisión exhaustiva del marco jurídico a través de su libro *Redes Sociales y Privacidad del Menor*; a su vez, Lázaro et al. (2012), también realiza una propuesta sumamente interesante en su libro *Menores y Nuevas Tecnologías. Posibilidades y Riesgos de la TDT y las Redes Sociales*. En torno a las reflexiones recogidas en ambos libros, se va a desarrollar a continuación una síntesis de aquellas que se han considerado más significativas.

La complejidad del fenómeno de las redes sociales conlleva diferentes implicaciones jurídicas, siendo dos los bienes jurídicos que deben ser protegidos debido a la peligrosidad que se esconde tras el uso de las redes sociales, por un lado, “la protección de datos personales” y por otro, “la del derecho del honor, la intimidad y la propia imagen” (Lázaro et al., 2012:128). En relación “al tratamiento de los datos de los menores se desarrolló el “Real Decreto 1.720/2007, aprobado por el reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica de Datos”, como citan Lázaro et al., (2012:128). Dicho reglamento, exige la prestación del consentimiento por parte de los menores para que se puedan recopilar datos personales. Además, se debe tener presente que si son menores de 14 años se debe obtener, a su vez, el consentimiento de los padres o tutores legales de estos. En relación a “la protección del honor, de la intimidad y de la propia imagen, se desarrolló la Ley Orgánica 1/1982”, la cual defiende que la decisión tomada por los menores será válida siempre y cuando sus condiciones de madurez se lo permitan (citado en Lázaro et al., 2012: 129).

Debido al carácter riguroso y especializado de la información que se pretende aportar, se va a transcribir un fragmento del texto citado por Piñar et al. (2011:72), en el que se recogen los principios configuradores del derecho fundamental a la protección de datos y privacidad del menor, el cual debe ser aplicado del mismo modo en el contexto de las redes sociales, este es:

En 1980 la OCDE estableció una serie de directrices relativas a la protección de la intimidad y la circulación transfronteriza de datos personales. Por su parte el Convenio 108 del Consejo de Europa, en enero de 1981, recoge datos en relación a la protección de las personas con respecto al tratamiento autorizado de datos de carácter personal. Las

Naciones Unidas en 1990 establecieron los principios esenciales de protección de datos. Tales como la legalidad y la lealtad; información; calidad del dato; finalidad; seguridad; transparencia; responsabilidad y supervisión. Estos principios han pasado a la Directiva 95/46/CE y a la Ley Orgánica de Protección de Datos. Pero cuando se trata de personas que no han adquirido la mayoría de edad legal se deben tener en cuenta, y por encima de cualquier otro principio de protección de datos, el de la prevalencia del interés superior del menor. De este modo el principio jurídico fundamental es el interés superior del menor. Como señala el Grupo de Trabajo del artículo 29, siendo este un principio consagrado en la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (artículo 3) y confirmado posteriormente por la Convención 192 del Consejo de Europa (artículo 6) y la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE (artículo 24). (...) Tal principio exige, en efecto, que la intimidad de los niños se proteja de la mejor manera mediante la aplicación, en la medida de lo posible, de los derechos de protección del niño interesado.

Según Piñar et al. (2011) y Lázaro et al. (2012), aplicar los principios de protección de datos se convierte en una tarea difícil para los organismos encargados de hacerlo, ya que el servidor principal de muchas redes sociales se encuentra ubicado fuera del territorio europeo. Por ello, se están desarrollando diferentes iniciativas que abordan la problemática de la extraterritorialidad que engloba el contexto de las redes sociales actualmente, de las que se pueden destacar (Piñar et al., 2011: 63):

La Conferencia Internacional de Autoridades de Protección de Datos y Privacidad, que tuvo lugar el 2008, aprobando una Resolución sobre la Protección de la Privacidad en los servicios de Redes Sociales. Por su parte, el Grupo del Artículo 29 ha llevado a cabo un documento llamado Dictamen 5/2009 sobre las redes sociales en línea en el que se recogen las directrices, que tanto los proveedores como los usuarios de las redes sociales, deben seguir para cumplir con la normativa vigente. La European Network and Information Security Agency () (ENISA), ha desarrollado un trabajo sobre security Issues and Recomendatios for Online Social Networks (*). También ha tenido lugar el I Seminario Euro-Iberoamericano*

de Protección de Datos en Colombia en 2009, en el que se estudió la situación de los menores en Internet y en especial en las redes sociales.

Siguiendo la misma línea, tratando de abordar la situación del marco legal a nivel nacional, europeo e internacional en relación al contexto de las redes sociales y su carácter extraterritorial se aportan otros datos especialmente interesantes, de los que se ha realizado una síntesis en base a las necesidades explicativas del presente trabajo (INTECO y AEPD, 2009: 8-13):

La protección del honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen de los usuarios. Siendo amparada en España por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honos, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen, donde el legislador español desarrolla la disposición constitucional recogida en el artículo 18.1 de la CE. Para el caso de los menores existe una disposición especial. La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE). Esta ley ha surgido ante la demanda de establecer una normativa que establezca una regulación de manera completa, íntegra y efectiva en relación al uso de Internet y sus servicios.

La protección de datos de carácter personal. Siento este un Derecho Fundamental regulado específicamente en el artículo 18.4 de la CE. Llevado a cabo en España mediante la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica de Protección de Datos (RDLOPD). Cabe señalar que gracias a este decreto se reguló la necesidad de obtener consentimiento por parte de los padres o tutores para poder recopilar información de cualquier menor de 14 años.

Protección de la propiedad intelectual e industria de los contenidos. En España existe la Ley de Propiedad Intelectual, la cual concede a los autores de las obras derechos en exclusiva sobre estas. Lo que supone que cualquier tratamiento, reproducción, puesta a disposición o transmisión de la obra deberá ser realizada con la autorización de los titulares de derechos.

Por último, se hace mención a la protección de los consumidores y usuarios. Se observa un aumento en cuanto a la colaboración de los usuarios de las redes sociales a la hora de

detectar y controlar el tipo de publicidad, así como los productos y servicios con los que se comercializa a través de la red. Esta colaboración da pie a que se lleve a cabo una autorregulación interna de la plataforma. Es decir, que se demuestre y garantice a los posibles consumidores que se ha realizado una observación y un correcto cumplimiento de la normativa legal vigente.

4. Aspectos clave en la socialización de los adolescentes

Según Altuna, Amenabar, Lareki y Martínez de Morentín (2010), (citados por Urdín, Perurena, Arcos y Morentin, 2013: 310) “Las redes sociales llevan un tiempo irrumpiendo con fuerza en las sociedades del siglo XXI, lo cual está generando la existencia de cambios en los agentes de socialización significativos para los adolescentes, como la familia o el profesorado de los centros educativos”. Urdín, Perurena, Arcos y Morentin (2013), afirman que un 93,9% de los adolescentes de 16 a 18 años usan las redes sociales. A los que sigue un 78,1% de adolescentes de 13 a 15 años. Siendo conscientes de la información recogida por dichos autores, no cabe duda que las redes sociales están ejerciendo, o ejercerán en un futuro cercano, consecuencias en las conductas y en las relaciones interpersonales de los adolescentes. El impacto será diferente para cada uno de los individuos, pues como dice Castillo (1999:47): “no hay adolescencia, sino adolescentes”. Aun así, es importante analizar y ser conscientes de los aspectos relevantes propios de una de las etapas más significativas en el ciclo vital de las personas: *la adolescencia*. El libro *El adolescente y sus retos. La aventura de hacerse mayor*, del cual es autor Gerardo Castillo (1999), sirve de guía para comprender el desarrollo de esta etapa. Por ello, será el punto de referencia para desarrollar los conceptos teóricos en terreno de la socialización de los adolescentes, necesarios para el desarrollo del presente trabajo.

La *adolescencia* es entendida como el proceso de hacerse mayor, mediante el cual el adolescente va adquiriendo autonomía y madurez, tanto a nivel psicológico como social, de tal manera que va construyendo progresivamente su propia personalidad. Por tanto, es una etapa en la que no sólo son importantes los cambios biológicos experimentados, sino que debe ser entendida como un proceso de vital importancia en el futuro desarrollo de la vida adulta. Se trata de un cambio cuantitativo y cualitativo que está relacionado con la maduración de la personalidad. Aunque si bien es cierto, la adolescencia también es considerada una construcción social, ya que el contexto en el que se encuentra cada individuo influye en los

procesos de cambio que tienen lugar a lo largo de esta etapa. Por todo ello, se considera que cada adolescente es diferente, ya que en cada uno de ellos varían factores como la edad, el sexo, la personalidad y el entorno familiar y social (Castillo, 1999).

La adolescencia se subdivide en tres subetapas diferentes, que pueden variar en función del proceso de maduración propio de cada persona. En cada una de las subetapas tienen lugar una serie de crisis de crecimiento que contribuyen al desarrollo del proceso de maduración. Las tres subetapas son, según Castillo (1999):

- *Adolescencia temprana* o pubertad, que en función del sexo tiene su inicio en edades diferentes. En el sexo femenino suele iniciarse a los 11 años, y en el caso del masculino, a los 13. Su prolongación en el tiempo no suele superar los dos años.
- *Adolescencia intermedia*, que comprende desde los 14 hasta los 17 años.
- *Adolescencia tardía o edad juvenil*, que comprende desde los 18 hasta los 21 años de edad. Pudiéndose prolongar en el tiempo en función del nivel de madurez adquirido durante el proceso individual de cada individuo.

La *adolescencia temprana* viene marcada por una fase inicial: la pubertad, mediante la cual se produce la madurez física y sexual que trae consigo una “autoafirmación del yo hacia afuera que afecta al comportamiento externo” (Castillo, 1999:115). Tiene lugar el desarrollo de la capacidad para la reproducción y la relación sexual, lo cual supone un avance en el desarrollo personal de cada individuo. Pero, el cambio físico no es el único que tiene lugar durante esta etapa, sino que viene acompañado de un conjunto de transformaciones de la personalidad que involucran cambios en el plano físico, mental, afectivo y social. Cabe señalar que para el adolescente el aspecto físico es muy importante, y contribuye a la formación de la imagen que tiene sobre sí mismo. Toda esta serie de cambios afectan de forma negativa en el desarrollo de la personalidad del púber, pudiéndole generar estados de ansiedad y sentimientos de inferioridad que influirán de forma negativa en su autoconcepto.

Otro aspecto relevante de esta subetapa es el desarrollo de la vida afectiva, la cual está marcada inicialmente por reacciones emocionales primarias. Estas, no son más que conductas afectivas superficiales y, que en muchas ocasiones, se producen de manera inconsciente. El adolescente carece de control sobre sus propias emociones y puede llegar a experimentar bruscos cambios en su estado de ánimo. Esta situación le puede provocar frustración e

inseguridad provocándole un estado de retraimiento. A través de esta reacción, el adolescente muestra la necesidad de sentirse aceptado, comprendido y querido para poder alcanzar el pleno desarrollo. Para saciar dicha necesidad, recurre a su grupo de iguales, distanciándose del contexto familiar y ampliando su espacio de relación social. Este distanciamiento forma parte del proceso de maduración personal del adolescente como ser social y es necesario para que este sienta que dispone de un espacio social en el que puede actuar con mayor autonomía (Castillo, 1999).

En esta subetapa, el grupo de iguales es un agente de socialización primordial para el adolescente, ya que tiene un fuerte carácter formativo. A través de este grupo, los adolescentes aprenden y experimentan nuevos roles, se ponen a prueba a sí mismos y crean nuevas actitudes necesarias para la convivencia, como la cooperación o la solidaridad. Todo ello, contribuye al desarrollo de su propia identidad y afectividad. Pero tener esa necesidad de pertinencia al grupo de iguales les supone una serie de limitaciones. La fuerte identificación que sienten con su grupo de iguales puede provocar sentimientos de hostilidad hacia aquellos que quedan fuera del grupo. Además, pueden producirse dos conductas: por un lado, desarrollar una actitud conformista, adoptando los gustos y las maneras de comportarse propias del grupo de identificación; y por otro, el gregarismo, que aparece cuando “las experiencias de vida colectiva dificultan el estilo de vida personal, los miembros del grupo están unidos entre sí por medio de vínculos emocionales que predisponen a seguir las conductas previstas” (Castillo, 1999:126).

Por último, esta subetapa es considerada la de los malos modales o la del comportamiento antisocial. Este comportamiento negativo se produce como consecuencia de la necesidad de autoafirmación como ser adulto. Por ello, el adolescente suele mostrar oposición a los modelos paternos. La autoafirmación grupal, que refuerza la individual, suele ser representada mediante rebeldía. También se le suma la inadaptación y el desequilibrio emocional provocados por las rápidas transformaciones a nivel físico, que les generan frustración que deben manifestar de algún modo (Castillo, 1999).

La *adolescencia intermedia* viene marcada por grandes cambios en el campo psíquico. Se produce lo que denomina Castillo (1999:143), como “el descubrimiento consciente del yo” que le permite desarrollar el autoconocimiento y la autocomprensión. Se otorga especial protagonismo a sí mismo, y cada vez es más consciente de su individualidad, reconociéndose

como un ser con libertad e intimidad. Por tanto, comienza a interiorizar una serie de valores y pautas de conducta que van dando forma a la creación de su identidad personal. Este conjunto de transformaciones contribuyen al desarrollo del *pensamiento reflexivo*, mediante el cual descubre algunas de sus posibilidades y limitaciones, que pueden generarle sentimientos de duda e inseguridad desarrollando conductas contradictorias a la vez que ambivalentes, como por ejemplo, mostrar conformismo y de pronto inconformismo o independencia-dependencia.

Como consecuencia del desarrollo de la capacidad reflexiva aparece el *pensamiento formal*. Por un lado, supone un cambio a nivel cuantitativo, aumentando progresivamente su inteligencia; y por otro lado, un cambio a nivel cualitativo, mejorando las estrategias cognitivas. Ahora el adolescente es capaz de pasar de pensamientos concretos, estrechamente ligados con la realidad, al pensamiento abstracto y general, siendo capaz de valorar y explorar lo posible, es decir, las posibilidades que van más allá de la realidad. Su capacidad reflexiva le dota de seguridad, y como consecuencia, aumenta su autonomía y criterio personal (Castillo, 1999).

El desarrollo cognitivo supone a su vez un desarrollo de la capacidad del razonamiento moral, que da pie a la personalización de la vida moral. Esta personalización consiste en una interiorización de las normas entendidas en esta fase como valores que contribuirán al sentido del deber y guiará los comportamientos del adolescente. Por otro lado, también se produce una interiorización de la conducta afectiva, siendo protagonistas fundamentales los sentimientos. Se generan así, una serie de necesidades (Castillo, 1999):

- *Necesidad de identidad*: busca encontrar su identidad, quiere conseguir ser alguien siendo él mismo y siendo lo que realmente quiere ser, pero a su vez, atendiendo a lo que se espera de él, a lo que debe ser.
- *Necesidad de afecto*: busca sentirse apoyado emocionalmente para hacer frente a sus inseguridades, sentimientos de incompreensión, culpabilidad, etc.
- *Necesidad de realización personal*: buscando crecer interior y exteriormente. Para ello, intenta ser cada vez más autónomo, asumiendo los riesgos que esta actitud puede conllevarle. El éxito contribuirá a su autoconcepto positivo y aumento de autoestima, en cambio, el fracaso le producirá frustración e infravaloración de sí mismo.
- *Necesidad de independencia*: busca ejercer libertad de movimientos, tomar decisiones personales, actuar en función de sus intereses, poseer cosas materiales, etc. Cuando no

satisfacen esa necesidad de independencia suelen desarrollar conductas rebeldes o agresivas.

- *Necesidad de relación social*: el adolescente es un ser social por naturaleza, necesita sentirse en armonía con su contexto social más próximo (amigos, compañeros de clase, familiares, etc.). Si esto no ocurre, también favorece a la aparición de conductas negativas.

Por tanto, siendo los sentimientos uno de los protagonistas del desarrollo de esta subetapa de la adolescencia, cabe suponer que la amistad y el amor son los intereses principales de esta. Los grupos de amigos creados en la etapa anterior se fragmentan y se reducen. Dando paso a grupos más estructurados y, normalmente, conducidos por un líder, en el que cada miembro tiene un rol establecido. La interacción en estos grupos de amistad, inicialmente unisexuales, es más personal, por lo que la amistad está basada en la confianza y la simpatía. Suele darse el caso de que se generen relaciones más íntimas entre dos miembros del mismo grupo, considerándose incluso, relaciones con cierto carácter posesivo. A medida que se avanza, los grupos pasan de ser unisexuales a mixtos. Compartir experiencias con personas de diferente sexo enriquece la personalidad de los adolescentes y contribuye a desarrollo de los primeros sentimientos de amor. Siendo propio el desarrollo de “amores platónicos” (Castillo, 1999:153).

En la *tercera subetapa de la adolescencia* se rompe con el proceso de crisis de personalidad vivido en etapas anteriores. En este momento, la personalidad se afirma con la autoexigencia y la cooperación. El rasgo más característico de esta etapa es el desarrollo de la capacidad de profundización y la aparición del pensamiento especializado. Este nuevo desarrollo, trae consigo el “descubrimiento del tú” y por consiguiente, “el desarrollo de sentimientos sociales, tales como la comprensión, la compasión, el altruismo, la entrega, etc.” (Castillo, 1999: 164). Todo ello contribuye en la maduración de la amistad y del amor. Las relaciones sociales durante esta etapa son más variadas y extensas. Incluso vuelve a conectarse con su nexo familiar.

El “cultivo de la intimidad personal” se convierte en uno de los retos de esta nueva etapa, ya que deben aprender a cuidar de su mundo interior sin dar pie al aislamiento y seguir manteniendo activo su mundo exterior. Deben ser capaces de encontrar un equilibrio y mantener unidos esos dos mundos (Castillo, 1999:165).

Por otro lado, también nace el sentido de la responsabilidad, que le ayuda a hacer frente a los problemas ya que cree en sus posibilidades y dispone de una serie de capacidades para poder hacerlo. Esta es la manera en la que el adolescente o joven se autoafirma. Es consciente de que, a base de esfuerzo, es capaz de conseguir superar los retos que se le presenten y alcanzar las metas que se proponga. Se trata de una autoafirmación positiva hacia sí mismo, lo que castillo (1999:166), llama: “afirmación del yo mejor”, que supone una “maduración del carácter”. En esta última subetapa, el adolescente fija sus propios objetivos y metas, tomando como base los valores y la necesidad de autorrealización que ha ido adquiriendo a lo largo del proceso de maduración. Es la etapa en la que desarrolla su proyecto personal de vida, que fijará las bases de aquello que quiere llegar a ser y aquello que quiere conseguir. Tiene perspectiva de futuro y es consciente de lo que va a tener que poner en juego para satisfacer sus inquietudes y nuevas necesidades.

Como ya apunta Castillo, el proceso de socialización es sumamente importante en el desarrollo social de niños y adolescentes, coincidiendo con este, Naval, Sábada y Bringué, (2003:25), exponen que a través de este proceso “aprenden conductas, destrezas, motivaciones, valores y creencias, que corresponden al contexto cultural en el que se desenvuelven”. Los mismos autores defienden que a día de hoy, los medios de comunicación forman parte de los agentes de socialización más importantes, como demuestran diversos estudios sobre la materia. Los adolescentes de nuestra sociedad crecen en un contexto completamente digitalizado desconocido hace unas décadas. Estos, forman parte de lo que llaman Naval, Sábada y Bringué (2003:25), la “netgeneration” y tienen a su alcance una amplia gama de medios para comunicarse. Lo que aumenta su campo social, ya que pueden navegar por Internet con total libertad, si lo desean, pueden estar conectados mediante el teléfono móvil a todas horas, participar en conversaciones con personas de cualquier parte del mundo, pertenecer a comunidades virtuales y miles de posibilidades que ofrecen a día de hoy las TIC e Internet.

4.1. Uso de las redes sociales en el tiempo libre y de ocio de los adolescentes

El tiempo libre y de ocio es fundamental en la socialización de los adolescentes, el cual ha experimentado grandes cambios en el contexto social actual, pero para poder entender estos cambios, es interesante conocer la perspectiva que se tenía de este hace unas décadas. Según Castillo (1999), el ocio y el tiempo libre, antes de irrupción de la Sociedad de la Información, era visto por los adolescentes como el espacio en el que podían actuar libremente, sentirse aceptados y experimentar éxito entre su grupo de amigos, lo que contribuía al desarrollo de su personalidad e identidad personal. El ocio y tiempo libre se desarrollaba prácticamente por completo fuera del hogar y escapaba del control de los padres. Coincidiendo con Castillo, Gil Calvo (1996), (citado por Gómez y Marín, 2017: 20), expuso que “las actividades lúdicas y el ocio son el medio a través del cual los adolescentes refuerzan su pertenencia a grupos de iguales, con los que mantienen relaciones y construyen su propia identidad personal y social”.

En la era digital la situación ha cambiado, las pantallas y los aparatos electrónicos se han convertido en los mejores aliados del colectivo adolescente, trasladando el disfrute del tiempo libre y de ocio al hogar, sin necesidad de tener que salir de este para poder relacionarse con su grupo de iguales, lo que representa uno de los principales cambios en los modelos de interacción social (Bernete, 2010). Por tanto, el medio en que se produce el desarrollo de la socialización de los adolescentes actualmente son: *las redes sociales*. Para poder entender los cambios que han generado en las conductas del colectivo adolescente es necesario conocer cuáles son los usos que este hace de ellas. Para ello, se van a exponer los datos recogidos en el *Estudio Anual de Redes Sociales 2017* realizado por la organización Interactive Advertising Bureau Spain -a la que se hará referencia a lo largo del trabajo bajo las siglas *IAB*-. Así mismo, se van a contrastar los datos de este último estudio con los que se recogieron en estudios realizados por la misma organización (IAB Spain) en el año 2016 y 2015. Se considera interesante mostrar los datos recogidos en el año anterior ya que nos ayuda a ser conscientes de la evolución y magnitud del fenómeno; y, los datos del 2015, ya que es el único año en el que la organización ha incluido en el estudio una muestra específica para la franja de edad de 14 a 17 años. Los datos más relevantes se recogen en las siguientes tablas:

AÑO	POBLACIÓN ESPAÑOLA TOTAL (16-65 AÑOS)	POBLACIÓN INTERNAUTA (SEMANAL)	USUARIOS REDES SOCIALES
2017	27,3 Millones → 100%	22,4 Millones → 82%	19,2 Millones → 86%

(Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por: IAB Spain, 2017)

AÑO	POBLACIÓN ESPAÑOLA TOTAL (16-55 AÑOS)	POBLACIÓN INTERNAUTA (SEMANAL)	USUARIOS REDES SOCIALES
2016	25,4 Millones → 100%	19,1 Millones → 75%	15,4 Millones → 81%

(Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por: IAB Spain, 2016)

AÑO 2015			
GRUPOS DE EDAD	POBLACIÓN ESPAÑOLA TOTAL	POBLACIÓN INTERNAUTA (último mes)	USUARIOS REDES SOCIALES
18-55 años	24,8 Millones → 100%	17,6 Millones → 71%	14 Millones → 82%
14-17 años	3,4 Millones → 100%	-	3,3 Millones → 97%

(Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por: IAB Spain, 2015)

Se observa un aumento anual de usuarios de redes sociales. A pesar de la falta de información específica para el grupo de edad de 14 a 17 años en cuanto a la penetración de las redes sociales en el estudio realizado en 2017, cabe destacar que en el año **2015** el **97%** de los menores de **14 a 17 años** era usuaria de las redes sociales, lo que supone prácticamente un cien por cien de la población. Este dato es determinante para poder apreciar la magnitud y el alcance de las redes sociales en la vida de los adolescentes.

Las redes sociales más empleadas en los últimos tres años, según los datos aportados por cada uno de los estudios realizados en el año 2015, 2016 y 2016 por IAB Spain son:

AÑO	FRANJA DE EDAD	REDES SOCIALES UTILIZADAS/VISITADAS	RED SOCIAL PREFERIDA
2015	14-17	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook → 78% 2. YouTube → 70% 3. Twitter → 61% 4. Instagram → 60% 5. Tuenti → 54% 6. Spotify → 36% 7. Google+ → 25% 8. Badoo → 6% 9. LinkedIn → 5% 10. Pinterest → 5% 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook → 35% 2. Twitter → 19% 3. Instagram → 18%
	18-55	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook → 96% 2. YouTube → 66% 3. Twitter → 56 % 4. Google+ → 34% 5. LinkedIn → 31% 6. Instagram → 26% 7. Spotify → 24% 8. Tuenti → 12% 9. Pinterest → 9% 10. Flickr → 8% 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facebook → 65% 2. YouTube → 13% 3. Twitter → 9%

(Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por: IAB Spain, 2015)

AÑO	FRANJA DE EDAD	REDES SOCIALES CONOCIDAS	RED SOCIAL PREFERIDA
2016	16-55	1. Facebook→ 100% 2. WhatsApp→ 94% 3. Twitter→ 92% 4. YouTube→ 84% 5. Instagram→ 83% 6. Google+→ 73% 7. LinkedIn→ 69% 8. Spotify→ 64% 9. Line→ 60% 10. Badoo→ 53%	1. WhatsApp→ 38% 2. Facebook→ 38% 3. YouTube→ 8% 4. Twitter→ 6% 5. Instagram→ 5% 6. Otras→ 5%

(Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por: IAB Spain, 2016)

AÑO	FRANJA DE EDAD	CONOCIMIENTO DE REDES SOCIALES	USO/VISITA REDES SOCIALES
2017	16-65	1. Facebook→ 97% 2. WhatsApp→ 93% 3. Twitter→ 91% 4. YouTube→ 90% 5. Instagram→ 87% 6. Google+→ 72% 7. Spotify→ 70% 8. LinkedIn→ 64% 9. Pinterest→ 56% 10. Telegram→ 54%	1. Facebook→ 91% 2. WhatsApp→ 89% 3. YouTube→ 71% 4. Twitter→ 50% 5. Instagram→ 45% 6. Spotify→ 31% 7. LinkedIn→ 26% 8. Google+→ 26% 9. Pinterest→ 19% 10. Telegram→ 16%

(Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por: IAB Spain, 2017)

El Estudio Anual de Redes Sociales 2017 recoge datos específicos en relación a las redes sociales más visitadas por los usuarios de 16 a 30 años de edad, al incluir edades que comprenden la etapa de la adolescencia se considera interesante presentar los datos con la

finalidad de aportar más rigurosidad al presente trabajo. Enumerándose de mayor a menor uso, estas son las redes sociales más visitadas (IAB Spain 2017: 23):

- | | |
|------------------------------|--------------------|
| 1. <i>Facebook/ WhatsApp</i> | 5. <i>Linkedin</i> |
| 2. <i>Twitter</i> | 6. <i>Tumblr</i> |
| 3. <i>Instagram</i> | 7. <i>Google+</i> |
| 4. <i>Pinterest</i> | 8. <i>Telegram</i> |

En cuanto a las actividades realizadas, el Estudio Anual de Redes Sociales 2017, recoge una variedad muy amplia, de las cuales se van a destacar aquellas que son más frecuentes y aquellas que tienen una finalidad esencialmente de índole social. Estas son (IAB Spain, 2017: 30):

- Chatear/enviar mensajes
- Ver vídeos, música
- Ver qué hacen mis contactos
- Publicar/ colgar contenidos
- Seguir cuentas
- Comentar la actualidad
- Seguir a *influencers* (personas que tienen un gran número de seguidores y son los referentes de marcas, estilos de vida, etc., ejerciendo una gran influencia sobre sus seguidores)
- Jugar en la red
- Conocer gente/hacer nuevos amigos
- Interactuar con otros usuarios por GPS
- Crear eventos

En cuanto al dispositivo que emplean para conectarse a las redes sociales se presenta la siguiente tabla en la que se recoge el aparato más empleado, así como las redes sociales a las que se accede en mayor medida a través de cada uno de estos (IAB Spain, 2017):

DISPOSITIVO	REDES SOCIALES
Teléfono móvil → 94%	WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y Spotify
Ordenador → 93%	Facebook, YouTube, Twitter, Spotify y WhatsApp
Tablet → 55%	Facebook, YouTube, Twitter, Instagram y Spotify

Varios estudios como el *Estudio Anual Redes Sociales 2017* y el *Estudio Anual Redes Sociales 2016*, realizados por IAB Spain; *La Sociedad de la Información en España 2016*, realizado y publicado por la Fundación Telefónica en 2017; *Us d' Internet per part dels alumnes d'ESO de les Illes Balears*, realizado en 2016 por Llodrà-Riera, Mas, Morey y Debrix y *Hàbits de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles*, llevado a cabo en 2013 por García, López de Ayala, y Catalina, afirman que: tanto el teléfono móvil como la *Tablet*, están teniendo en los últimos años un gran aumento de penetración en los adolescentes. Todos ellos a su vez coinciden en que visitar o conectarse a las redes sociales es el principal uso por parte del colectivo adolescente, pero García, López de Ayala y Catalina (2013), añaden datos muy significativos, entre los que se destaca que:

- El **90%** de los adolescentes emplea las redes sociales.
- Se observan diferencias en relación al sexo en la franja de edad de 15 a 17 años, las **chicas** registran un uso **superior** al de los chicos, con un **89,5%** frente a un 79,3%.
- En función de la edad también se observan diferencias, los adolescentes de **15 a 17** años representan un **84,1%** de actividad en las redes, mientras que los adolescentes de **12 a 14** años, registran un **68%**.
- Las actividades preferidas para los adolescentes son chatear, ver vídeos o fotos de su lista de contactos y actualizar su perfil, pero en el caso de los **chicos** se observa una **diferencia**, gran parte del tiempo que dedican a las redes sociales va destinado a **jugar** a través de la red, cosa que no ocurre en el caso de las chicas, quienes dedican menor parte de su tiempo destinado a ello.

Los datos aportados por el estudio *Ús d'Internet per part de l' alumnat d' ESO de les Illes Balears* (Llodrà-Riera, Mas, Morey y Debrix, 2016) corroboran los datos expuestos por García, López de Ayala, & Catalina, (2013). Así pues, afirman que: los usuarios de Internet

de entre 10 y 15 años de edad son mayoritariamente del sexo femenino, registrando un 99%, frente a un 93% de usuarios del sexo masculino. Este estudio ha extraído los datos a través del estudio *Indicadores sobre uso de TIC por menores en España* realizado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONSTI). El cual basa sus datos en la *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares* realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016). En relación a las redes sociales, los datos aportados por Llodrà-Riera, Mas, Morey y Debrix (2016), son los siguientes:

- Las redes sociales más empleadas por parte del alumnado de ESO de las Islas Baleares son: *WhatsApp, Youtube e Instagram*.
- Afirman que: “los principales usos están relacionados principalmente con el ocio y la socialización” (Llodrà-Riera, Mas, Morey & Debrix, 2016: 13). Coincidiendo con los datos recogidos en los estudios que se han analizado en párrafos anteriores, las actividades más practicadas son: chatear, mirar vídeos, escuchar música, actualizar el perfil y publicar contenido personal.

Según Morales (2009), (citado en Maseda et al., 2011), las redes sociales han creado un nuevo sistema de comunicación abierto, inmediato, lúdico y a distancia. Crean un espacio virtual en el que los adolescentes interactúan y amplían su abanico de contactos, satisfaciendo las necesidades propias de esta etapa del ciclo vital y constituyendo una herramienta excelente para darse a conocer y sentirse reconocidos. Por todo ello se han convertido en la actividad preferida para los adolescentes durante su tiempo de ocio y tiempo libre en la actualidad. Para conocer realmente cuál es el estado de la cuestión en nuestra sociedad se exponen a continuación las preferencias en cuanto al uso y el medio favorito para acceder a estas redes.

4.2. Tendencias actuales en cuanto al uso por parte de los adolescentes de las redes sociales

Es evidente que las tendencias relacionadas con el disfrute del tiempo libre y de ocio por parte de los adolescentes han cambiado en la actualidad. La socialización de los adolescentes ahora incluye nuevas herramientas: Las TIC e Internet. Desde la aparición de las TIC hasta el momento hemos experimentado diversos cambios: en primer lugar la aparición del ordenador de sobremesa y el teléfono móvil y posteriormente los ordenadores portátiles o *tablets* y el teléfono móvil inteligente o *smartphone*. Los adolescentes manejan estas herramientas con total naturalidad, siendo imprescindibles en su vida cotidiana.

A través de ellas, tienen acceso a Internet y a las redes sociales, por lo que pueden estar conectados a cualquier hora del día desde cualquier lugar. Por ello, se consideran el medio a través del cual mantienen gran parte de sus relaciones sociales y por tanto juegan un papel fundamental en su socialización.

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) se encarga de estudiar el consumo de los medios de comunicación en España, siendo Internet uno de sus focos principales debido al gran impacto que causa a nivel global. El último estudio realizado, *Navegantes en la red* (AIMC, 2017), aporta datos relevantes para conocer las tendencias actuales en cuanto al uso de internet. Entre ellos, destaca el uso del teléfono móvil como principal medio para acceder a Internet y a las redes sociales, seguido del ordenador portátil o la *Tablet*. Pero no es el único estudio que aboga por esta nueva tendencia, la Fundación Telefónica ha publicado en 2017 el estudio, *La sociedad de la Información en España 2016*, a través del cual se observa que un **98,4%** de adolescentes y jóvenes de **16 a 24** años realizan un acceso frecuente a Internet. El **98,8%** de adolescentes y jóvenes acceden a este a través de su *Smartphone* (Fundación Telefónica, 2017: 73).

La innovación y la evolución generan cambios constantes y a una gran velocidad. Desde el estudio que realizó en 2009 la Fundación Telefónica, hasta el último estudio publicado en 2017 por esta, se ha podido observar un gran cambio en cuanto al uso del teléfono móvil. Ahora, los usuarios de esta plataforma tienden a emplear el formato vídeo para comunicarse con amigos y familiares. Este hecho se produce con mayor fuerza entre adolescentes de 14 a 19 años, seguidos de los jóvenes de 20 a 24 (Fundación Telefónica, 2017:37). El uso de la

videoconferencia sugiere que se está produciendo un uso más racional de los diferentes servicios y formatos que nos ofrecen las redes sociales debido a la interiorización de los mismos en nuestra vida cotidiana. Los adolescentes y jóvenes de 16 a 24 años son los que registran mayor actividad en relación al uso de redes sociales como *YouTube* (Fundación Telefónica, 2017: 35).

Otro de los aspectos que se debe tener en cuenta a la hora de hablar de las redes sociales de moda para los adolescentes y jóvenes de la actualidad, siendo estas: *Facebook*, *Youtube* e *Instagram*, como afirman los datos recogidos en los estudios ya citados, es: “el seguimiento” en las redes sociales. En esta nueva tendencia entrarán en juego los seguidores o *followers* y los *YouTubers* o *Instagramers*. Como su propio nombre indica, los seguidores serían los fans o aficionados y los *YouTubers* o *Instagramers*, los perfiles de referencia en la red. Estos últimos, se han convertido en el foco de interés para marcas y empresas, con la finalidad de promocionarse para alcanzar al mayor número de público ya que, **el 86% de la población española es usuaria de alguna red social**. El estudio *Navegantes en la Red* ha analizado el seguimiento que se produce en las redes sociales por parte de sus usuarios (AIMC, 2016: 71): “en primer lugar, se encuentran los medios de comunicación; en segundo lugar, las empresas o marcas; y en tercer lugar, gente conocida, como cantantes, deportistas, políticos, etc.”. En cuanto al seguimiento de *YouTubers*, los datos que se recogen no son significativos, pues un 59,7% afirma no seguir a ninguno, frente a un 23,8% que lo hace ocasionalmente y un 16,3% que lo hace habitualmente. Estos datos sugieren que el número de usuarios que visitan y emplean *YouTube* no es correlativo al número de usuarios *seguidores* en esta plataforma, ya que el mismo estudio registra que **visualizar vídeos online**, del tipo YouTube, es la segunda actividad más realizada, con un **83,4% de alcance** (AIMC, 2017: 89).

4.3. Consecuencias y cambios en las conductas de comportamiento de los adolescentes debido al uso de las redes sociales

Las TIC han generado nuevas formas de organización social “basada en relaciones orientadas hacia el consumo de información mediante un nuevo sistema de redes que se sustenta en estilos comunicativos dispuestos entre lo formal y lo informal” (Ruiz y De Juanas, 2013: 96). La forma en la que nos comunicamos en la actualidad, a través de las TIC, provoca una disminución del contacto vivencial con el entorno de los adolescentes. Según Blúmer (1982), (citado por Gómez y Marín, 2017), los procesos de comunicación de estos se basan en la teoría del interaccionismo simbólico, en la que el emisor y el receptor actúan como individuos activos por la interacción social con sus iguales, empleando las redes sociales como medio para dar significado a las interpretaciones de la realidad social. Dentro de estas redes, tienen lugar diferentes roles sociales que moldean las conductas de los individuos dentro de estas, pudiendo llegar a influir en los comportamientos de los adolescentes que se encuentran dentro de este nuevo contexto cultural. Ruiz y De Juanas (2013), apoyan esta idea, concluyendo que nos encontramos ante un escenario en el que se ha desarrollado un nuevo contexto de socialización crucial para la consolidación de la identidad de los adolescentes, afectando la manera de interpretar la realidad, de relacionarse, organizarse, adquirir conocimientos, trabajar y, en definitiva, emplear su tiempo, en especial el de ocio y el tiempo libre.

Por tanto, el verdadero cambio se ha producido en el medio en el que tiene lugar el desarrollo de las relaciones entre los individuos y el contexto, no en las necesidades propias de la etapa de la adolescencia. La tecnología, es hoy en día, un elemento mediador de las acciones cotidianas, que ha llegado a transformar “conceptos fundamentales como la privacidad, el derecho a la propia imagen y al honor o el derecho al olvido, a desaparecer de la red sin dejar rastro” (Fumero y Espiritusanto 2012), (citado en Ruiz y De Juanas, 2013: 104).

Gómez y Marín (2017), afirman que la influencia de las redes sociales se hace latente, especialmente, en aquellos adolescentes que tienen una personalidad vulnerable, relaciones familiares disfuncionales y una baja interacción social. Durkheim (1971), (citado en Gómez y Marín, 2017), aboga por que el sentido de vida y la autorrealización de los adolescentes se ven influenciados por su entorno social y cultural mediante la interacción que se produce

entre las redes sociales y los individuos. Esta interacción, contribuye al desarrollo de su identidad psicológica, social y cultural. Los adolescentes, satisfacen su necesidad de mantener una vida social plena a través de las redes sociales. Ligado a esto, no puede pasar por alto mencionar que el teléfono móvil se ha convertido en otra de las herramientas imprescindibles en la vida de los adolescentes, a través de este aparato electrónico, desarrollan toda una serie de conductas, que sin lugar a duda, afectan a su desarrollo personal. En palabras de Ruiz y De Juanas, (2013: 102): “llega a ser una extensión más de su yo”.

En el entorno digital la construcción de la identidad personal se convierte en un proceso más complejo, pues entra en juego la posibilidad de jugar con diferentes identidades y con el anonimato. En el medio digital la identidad se construye, en cierta medida, gracias a la capacidad de gestionar la propia visibilidad, la reputación y la privacidad en la red, aspectos que se construyen a partir de la actividad que uno mismo va generando en esta, además, de la de las terceras personas. Por tanto, permite hacer visible únicamente aquello que se quiere mostrar a los demás. Según Valkenburg, Schouten & Peter (2005), (citados en Ruiz y De Juanas, 2013), los adolescentes juegan con su identidad digital con la intención de conocer lo que los demás sienten cuando se relacionan con una persona diferente. Hecho que les permite vencer la timidez y favorecer las relaciones sociales. En este nuevo medio, la identidad digital se apoya en el lenguaje audiovisual, asemejándose a la identidad real fuera de la red. De tal manera que los espacios de lo privado, lo íntimo y lo público se diluyen. Es aquí donde se desencadena una gran controversia: la Web 2.0 y las redes sociales existen gracias a la participación de sus miembros y estos definen su identidad digital y su persona en sí en la medida en la que interactúan con otros usuarios, compartiendo datos personales, intereses, opiniones, vivencias, etc. Por lo que estos son lo que permiten ver, y lo que dan a conocer en la propia red. En palabras de Ruiz y De Juanas (2013: 104): “la visibilidad es determinante en la construcción y desarrollo de nuestro propio yo”; y esta, solo se puede conseguir estando presentes y activos en Internet y en las redes sociales.

Por otro lado, las redes sociales dan pie a que se desarrolle un “yo co-construido”, ya que la identidad personal y la colectiva se fortalecen de forma constante (Caro, 2012, citado en Ruiz y De Juanas, 2013: 107). Es más, hay quien afirma que estamos presenciando la consolidación de una “identidad planetaria” (Espín, 2015:36). El hecho universal está rompiendo la diferenciación de la esfera pública y la privada, ya que actualmente, a través de las redes sociales, exponemos todo tipo de experiencias, pensamientos, opiniones, etc. Es tal

la importancia y el papel que están adquiriendo estas redes, que se llega a hablar de que están desplazando la propia comunicación interpersonal por aquella que requiere el uso de la tecnología. Nos encontramos ante casos en los que los adolescentes pasan de mantener una conversación en tiempo y espacio físico real al virtual. Se observa como la comunicación a través de los medios electrónicos ha ganado terreno a la comunicación interpersonal directa.

Las nuevas posibilidades que brindan las redes sociales permiten a los adolescentes relacionarse con un grupo más amplio y diverso, además de exponerse y abrirse al resto de personas, sin estar limitados a mantener el contacto con las personas más próximas a su territorio cercano. Este hecho favorece la interacción y la relación social de aquellos adolescentes que tienen dificultades debido a su timidez e inseguridad, lo que contribuye al correcto desarrollo de su personalidad y aumento de su autoestima.

Cabe destacar, que las redes sociales han contribuido a la imposición de un modelo general de formas de ocio basadas en el consumo. Es cierto que a través de las redes sociales cada individuo es libre de defender y exponer sus propias opiniones, pero existe otra realidad, la presencia y la presión de la sociedad capitalista, que emplea las redes sociales como escaparate para promocionar todo aquello que podamos imaginar, desde marcas, objetos, estilos de vida, maneras de vestir, etc. y que los adolescentes adoptan como estilo de vida, consolidándose una identidad colectiva, prácticamente universal.

Por lo que respecta a la influencia de las redes sociales en el ámbito psicológico de los adolescentes, Gómez y Marín han realizado un meta-análisis examinando exhaustivamente 30 estudios realizados por profesionales del ámbito, a través de estos elaboran una síntesis de las ideas principales que aportan cada uno de ellos. Con la finalidad de dar respuesta a la influencia de las redes sociales en las conductas de los adolescentes se van a exponer algunas de las aportaciones de diversos profesionales que han sido estudiados por Gómez y Marín en su meta-análisis. Las aportaciones más significativas son (Gómez y Marín, 2017: 21-24):

Las redes sociales son las causantes, en gran medida, de la pérdida de contacto personal en la interacción de los jóvenes con su entorno social, como afirma Cortes (2011). En ello coincide Herrera (2009), quien defiende que el desarrollo de la tecnología provoca una despersonalización en las relaciones interpersonales, ya que estas han perdido gran parte del contacto personal.

En cuanto al supuesto aislamiento de los adolescentes como consecuencia del uso de las redes sociales existen dos posturas totalmente contradictorias: por una parte existen autores que creen en ese aislamiento como consecuencia de un uso excesivo de las redes sociales, pero autores como Orleans y Laney (2000), Van Schie y Wiegman (1997), consideran que se produce aislamiento en la misma medida en la que se producía en otros contextos o facetas de la vida de los adolescentes. Las relaciones en el mundo virtual pueden variar en función de su intensidad, potenciando o dificultando la dimensión social de los individuos (Naval, Sábada y Bringué, 2003). Pero no se puede negar que, la pérdida del contacto personal supone una grave amenaza en el desarrollo de la capacidad de los adolescentes para relacionarse con los demás. La comunicación mediante las redes sociales favorece el individualismo en las relaciones offline, ya que el individuo toma una actitud más indiferente en las relaciones sociales (Peña, 2011). Bringas, Ovejero, Herrero y Fernández (2008), coinciden en cuanto a la influencia de las redes sociales en el desarrollo de conductas antisociales, en la reducción de las interacciones familiares y sociales y en la creación de relaciones interpersonales débiles, pero además añaden que no son sólo las redes sociales las que transforman la conducta de los adolescentes, sino que también entran en juego factores individuales, como son la edad; las variables de la personalidad y los valores motivacionales. Siguiendo esta última idea, Colás (2013), sugiere que la comunicación social de los adolescentes mediante las redes sociales y los dispositivos electrónicos se ve influida por la percepción que ellos mismos tienen en relación a su identidad y autoestima, así como la compensación social y el entorno social en que se encuentran.

Por su parte, Morrison y Gore (2010), afirman que aquellos jóvenes que se consideran a sí mismos dependientes de las redes sociales, pueden llegar a manifestar altos niveles de depresión y agresividad, dificultando así su adaptación social. En la misma línea, Bringas, Ovejero y Fernández (2008), abogan que el uso excesivo de estos medios provoca una disminución afectiva en las relaciones familiares y sociales.

El impacto de las redes sociales está influyendo en las conductas que desarrollan los adolescentes en el ámbito académico, como apuntan Castellana, Sánchez, Graner y Beranuy (2007). El bajo rendimiento escolar, provocando el fracaso e incluso el

abandono está contribuyendo a la aparición de sentimientos de culpabilidad y disminución de la autoestima en adolescentes. Para los adolescentes todo su mundo gira en torno a la vida virtual que mantiene a través de las redes sociales, captando por completo su atención y pudiendo provocar alteraciones en su bienestar psicológico. Ferrer (2010), coincide con esta idea, afirmando que el uso excesivo de las redes puede causar ausentismo escolar, además de desórdenes de sueño.

Otro de los factores que se debe tener en cuenta es el que menciona Sámano (2013), quien incide en la importancia de la educación informal implícita en las redes sociales, en las cuales tiene lugar un aprendizaje significativo, el aprendizaje por descubrimiento. Los adolescentes imitan las conductas que observan en la red, las cuales, en muchas ocasiones, son inapropiadas o perjudiciales. Pudiendo llegar a provocar graves problemas de salud. Los trastornos alimenticios suelen ser unos de los más frecuentes, debido a los cánones y estereotipos de belleza que se reproducen a través de las redes sociales y que afectan enormemente en la etapa de la adolescencia, que como es sabido, es una etapa en la que los adolescentes experimentan inconformidad y desagrado hacia su aspecto físico como consecuencia de los cambios fisiológicos que aparecen de forma inesperada para los adolescentes que se encuentran en la subetapa de la pubertad.

Autores como Echeburúa y Corral (2010), Esteves y Calvete (2007), Berner y Santander (2012), observan que las redes sociales favorecen el desarrollo de trastornos obsesivos compulsivos, de conductas narcisistas y conductas deformadas de la realidad. Además, destacan la relación que existe entre la dependencia de las redes sociales y la baja autoestima junto con una carencia de habilidades sociales.

Todos los estudios coinciden con la gran influencia que las redes sociales ejercen sobre las conductas de los adolescentes, algunos observan esa influencia desde una perspectiva positiva, pero la gran mayoría coinciden en las consecuencias negativas que se han registrado debido al uso excesivo de las redes sociales. Siendo conscientes de la magnitud del fenómeno es importante conocer cuáles son las líneas que los profesionales del ámbito social deben seguir para guiar las actuaciones de los adolescentes y de los agentes que intervienen en su socialización, tales como los miembros de su núcleo familiar y las instituciones escolares, ya que a través de ellos, los adolescentes deben encontrar un referente, un modelo a seguir.

5. Líneas de intervención socioeducativa en la nueva era digital

En la era digital, un tiempo en el que prima la información, el conocimiento y en el que se hace latente el fenómeno de la globalización, conviven dos generaciones diferentes: los *nativos* y los *inmigrantes digitales*. En el primer grupo, se encuentra la generación de adolescentes que ha nacido en el cambio de milenio, inmersos en un mundo en el que las tecnologías de la información y el conocimiento son imprescindibles para desarrollar todos los ámbitos de la vida cotidiana de un individuo, en el segundo, se encuentran aquellos que han tenido que aprender el lenguaje digital y el manejo de las herramientas que lo comprenden. Se ha creado lo que llaman la *brecha digital*, en este caso, la que separa a estas dos generaciones con necesidades aparentemente diferentes pero que, como consecuencia del contexto actual, han pasado a ser compartidas. Dominar y ser capaces de desenvolverse en el entorno digital, superando los obstáculos y los posibles riesgos que se esconden tras el amplio abanico de posibilidades que las TIC e Internet nos ofrecen, se ha convertido en un gran reto. Reto que debemos entender como “la oportunidad para repensar los cambios en la transmisión de valores, en los procesos de socialización de las nuevas generaciones, en la modificación de los hábitos educativos, y sobre todo, en la gozosa aventura de educar” (Domingo, 2013: 14).

Las investigaciones relacionadas con el impacto de las redes sociales en el mundo educativo son cada vez mayores, ya que se necesita dar respuesta a las inquietudes de padres, madres y educadores en relación a los grandes cambios que se están produciendo en el proceso de socialización, afectando al conjunto de valores, creencias e ideas con los que este se organiza y es gestionado por parte de los agentes involucrados. Lo que ahora preocupa a estos agentes socializadores son las competencias digitales que necesitan dominar para poder afrontar la utilización de las TIC en los entornos educativos, pero sobre todo, ante la vulnerabilidad o posible desprotección de los menores ante la red. A su vez, la era digital exige una nueva antropología en cuanto a las formas de relacionarnos con la información, de generar conocimiento y de organizar juicios, lo que supone el desarrollo de una nueva pedagogía, capaz de transformar a lo que anteriormente denominábamos agentes del cambio en autores protagonistas, dotados de las competencias necesarias para afrontar su labor educativa con responsabilidad.

Desde un punto de vista integrador de la educación, la escuela y la familia son vistas como el horizonte educativo con la capacidad de integrar la educación formal y la informal.

Se debe instaurar una nueva alfabetización, *la digital*, entendida como un aprendizaje continuo de las TIC, tanto en los contextos formales como en los informales. Para desarrollar esta nueva alfabetización, es necesario establecer las pautas de un modelo integrado capaz de cubrir las necesidades de la nueva cultura digital. Para ello, se debe trabajar desde diferentes ámbitos o dimensiones, todas ellas enmarcadas dentro del contexto de la Web 2.0, además de establecer cuáles son las competencias necesarias para desenvolverse adecuadamente en el contexto digitalizado. Las dimensiones que se deben abordar en términos de educación son (Area, Borrás y San Nicolás, 2015: 28):

- Web 2.0 como una biblioteca universal.
- Web 2.0 como un mercado de servicios.
- Web 2.0 como un puzle de micro contenidos entrelazados.
- Web 2.0 como espacio público de comunicación en redes sociales.
- Web 2.0 entendida como el espacio por excelencia para la expresión multimedia y audiovisual.
- Web 2.0 como el territorio en el que tienen lugar experiencias virtuales interactivas.

Expuesto el modelo de alfabetización digital bajo el que deben guiarse todos y cada uno de los autores protagonistas responsables de la educación de las nuevas generaciones, se van a describir las necesidades educativas que exige el fenómeno de las redes sociales, ya que es el interés principal del presente trabajo. En este sentido, la alfabetización hace referencia a la capacidad para participar plenamente en comunidades o grupos de individuos que se encuentran conectados a través de medios digitales y, consecuentemente, adecuar los comportamientos sociales tomando como premisa la colaboración e intercambio de información compartida. Las competencias implicadas en la alfabetización digital, tanto de los nativos, como de los inmigrantes digitales, deben abordar el plano instrumental, cognitivo, comunicativo, axiológico y emocional (Area, Borrás y San Nicolás, 2015):

- *Competencia instrumental*: por lo que se refiere a adquirir las habilidades instrumentales necesarias para emplear cualquier clase de medio, ya sea impreso, audiovisual o digital.

- *Competencia cognitiva*: siendo capaz de transformar la información en conocimiento, realizando un correcto planteamiento de los problemas y analizando e interpretando con significado la información.
- *Competencia comunicativa*: disponer de las habilidades y del conocimiento necesario para generar cualquier clase de documento, así como conocer las pautas de interacción adecuadas para relacionarse mediante las redes sociales.
- *Competencia axiológica*: en este sentido, se refiere a la capacidad de usar de manera ética y democrática la información, a través de una correcta adquisición de actitudes y valores críticos y éticos en relación a la información y a la comunicación.
- *Competencia emocional*: desarrollar una personalidad equilibrada tomando consciencia y controlando los impulsos negativos a través de la empatía hacia los demás y hacia uno mismo, tanto en el terreno digital como en el analógico.

Otros autores como Domingo (2013), también apuestan por la necesidad de la alfabetización digital de la ciudadanía, dotándola de los conocimientos y las capacidades necesarias para participar activamente, de forma responsable y en consecuencia con sus actos, en esta nueva sociedad completamente globalizada, en la que los intercambios de información y de contenido están a la orden del día. A ella se refiere bajo el concepto de *infoética*, refiriéndose a la ética de la comunicación, la cual no puede limitarse a los problemas relacionados con la propiedad de la información, ya que ha aparecido la necesidad de tutelar los derechos fundamentales más allá del territorio nacional. La red no conoce fronteras, por ello es necesario establecer una serie de principios comunes y un modelo de Carta de los Derechos reconocida a nivel internacional.

En definitiva, ser un alfabeto digital significa ser capaz de construir una identidad digital como un ciudadano autónomo, libre, culto y con valores éticos y morales democráticos, necesidad que engloba en la actualidad la implicación de diversos agentes, tales como la familia, la escuela, las administraciones públicas y las organizaciones que conforman las políticas estatales e internacionales y que se debe abordar a través de la educación adaptada a la era digital (Area, Borrás y San Nicolás, 2015).

6. Conclusiones

Las redes sociales están generando un gran impacto en la Sociedad de la Información, ya que se han convertido en herramientas imprescindibles para desenvolverse como miembro activo y de pleno derecho en la sociedad, pero se está observando un especial impacto en el colectivo adolescente, prácticamente el cien por cien de este es consumidor de las redes sociales, siendo el colectivo mayoritario en este terreno. Es tal el impacto, que se están transformando los modelos conductuales y comportamentales de los adolescentes, quienes se encuentran en pleno proceso de desarrollo personal

Las redes sociales se han convertido en el medio socializador más influyente en la etapa de la adolescencia, escapando del control parental, así como de cualquier otro agente implicado en la socialización de los adolescentes. Esta etapa del ciclo vital es de suma importancia para cualquier individuo, pues en ella se adquieren los valores, las ideas, las creencias y las actitudes que van a conformar su identidad personal, su autoestima y su autoconcepto, en definitiva, van a permitir al individuo alcanzar la madurez para pasar a la siguiente etapa, la adultez. Por todo ello, la adolescencia es una etapa inestable, una etapa de cambios, de conocimiento y de descubrimiento de uno mismo, así como del entorno en el que se desenvuelve.

Los adolescentes son seres con una especial vulnerabilidad, debido a su carácter moldeable e influenciado, por lo que su acceso a las redes sociales está creando nuevos retos educativos. Acceso, que en numerosas ocasiones, se produce de manera prematura. Es importante destacar en este sentido, que la gran mayoría de redes sociales establece su propia política de privacidad y accesibilidad, en la que queda reflejada que los usuarios registrados deben ser mayores de 14 años, pero la realidad es muy diferente. Estos menores acceden sin ninguna dificultad a este tipo de plataformas digitales, lo que sugiere la necesidad de realizar un planteamiento acerca de la rigurosidad y eficiencia de las medidas de seguridad que toman los responsables de estas plataformas online, así como la supervisión por parte de los familiares o tutores legales de estos menores. Está claro que en este sentido, queda un largo camino por recorrer. Se deben establecer medidas que aseguren y velen por la seguridad y la privacidad de los adolescentes, en especial la de los menores de edad en las redes sociales, pero también en el resto de plataformas o medios digitales a los que tienen acceso, ya que en ellas vuelcan una gran cantidad de información sensible en relación a su vida privada -incluso

la de terceras personas-, sin ser conscientes de que cualquier usuario puede tener acceso a esa información. Además, de que esta va a permanecer en la red sin posibilidad de ser eliminada, por lo que cabe la posibilidad de que se vulnere el derecho al olvido, a la intimidad y a la protección de datos de carácter personal. Tarea que debe ser resuelta por los organismos políticos, quienes deben trabajar de manera conjunta con los estados miembros de otros países para acordar un reglamento o unas pautas de carácter y validez internacional debido a la extraterritorialidad propia del contexto digital globalizado. Pero no sólo es tarea de los organismos políticos, los propios adolescentes también tienen el deber de velar por su integridad y por la de las terceras personas que involucran en su actividad en las redes sociales, ya que ellos son los autores del contenido que generan en sus propios perfiles y deben actuar de manera responsable y consecuente.

Se debe desarrollar un trabajo de sensibilización y educación de un uso correcto de las redes sociales y este trabajo puede empezar a trabajarse desde sus propias casas, mediante la educación familiar, pero también es importante que las escuelas evolucionen e incluyan en su currículum académico la educación en el entorno digital, sino más específicamente en las redes sociales, que es un tema especialmente preocupante en el caso de los menores. Además, sería una manera interesante de captar la atención de los jóvenes estudiantes y abordar en un todo las consecuencias que se han observado en cuanto al impacto en el rendimiento escolar del alumnado que tiene totalmente focalizado su interés en el mundo interactivo a través de las redes sociales. Incluir este tipo de herramientas, como ya hacen algunas escuelas, despertaría el interés de los adolescentes, sin hablar de los beneficios que aportaría en tanto que les ayudaría a desarrollar su capacidad de pensamiento reflexivo y crítico.

Se ha hablado de las redes sociales como medio socializador en la etapa de la adolescencia, en este nuevo medio, se ha desarrollado una nueva manera de comunicarse que está transformando las relaciones interpersonales del colectivo adolescente. La comunicación ha traspasado el medio físico y se ha trasladado al entorno digital, en el que se mantienen relaciones a distancia, lo que conlleva a una despersonalización de la comunicación generando aislamiento social, además de un individualismo en las conductas de los adolescentes, sin olvidar el efecto que tiene en la adquisición de las habilidades sociales. En este sentido, existen dos posturas diferentes; por una parte, la que defiende que el aislamiento se produce en la vida online en la misma medida en la que se produce en la vida offline y por otra parte, la que defiende que las redes sociales son las causantes del aislamiento social.

En mi opinión, es sumamente difícil decantarme por una u otra postura, pues por un lado coincide en cuanto al aislamiento que se produce como consecuencia del desplazamiento de la comunicación real a la comunicación virtual, pues aunque las redes sociales sean excelentes espacios de comunicación, que permiten estar conectados con cualquier persona, sin necesidad de una proximidad física, requieren que sea una comunicación individual, es decir, enviar mensajes, compartir o consultar información y navegar por la red, son acciones que se realizan en solitario.

¿En cuántas casas encontramos que cada miembro de la familia se aísla en su habitación, o incluso siendo esta compartida, para mantener conversaciones mediante su Smartphone, Tablet u ordenador, pero no son capaces de compartir experiencias, inquietudes u opiniones entre ellos mismos, en ese preciso momento? Lo mismo pasa con los grupos de amigos, ¿cuántas veces salimos de casa y observamos cómo en un grupo de amigos o amigas todos están más pendientes de sus pantallas que de mantener una conversación en tiempo y espacio real entre ellos? Por este motivo, considero que las relaciones interpersonales y la comunicación fuera del entorno digital se están viendo amenazadas por la nueva comunicación digital. Las relaciones online no permiten poner en práctica las habilidades sociales propias de los individuos como seres sociales por naturaleza, las pantallas no permiten captar, por ejemplo, la comunicación no verbal, que en muchas ocasiones es incluso más importante que la verbal, porque es aquella que se escapa de nuestro control, que realmente revela nuestro estado de ánimo, nuestra actitud ante aquello a lo que nos enfrentamos. En contraposición, no puedo pasar por alto que las redes son un espacio que favorece la relación para aquellos adolescentes que tienen especiales dificultades para interactuar con sus pares o con adultos fuera del entorno digital.

El reto está en conseguir establecer un término medio, encontrar la manera para que la comunicación virtual no se convierta en una amenaza para la real y para ello, están naciendo nuevas tendencias. El formato en el que se entablan los sistemas de comunicación está experimentando un cambio que lleva a una naturalización de los medios electrónicos en tanto que las relaciones virtuales se intentan asemejar a las relaciones reales mediante el formato vídeo, formato que enriquece la comunicación. De este modo, se obtienen grandes beneficios, ya que permite disfrutar de todas las ventajas que ofrecen las relaciones virtuales, sumándoles el valor que trae consigo el formato vídeo que permite tomar consciencia del mensaje y de la información que este contiene desde la perspectiva de la comunicación verbal y la no verbal,

favoreciendo la interpretación del mensaje al completo, analizando gestos, posturas, tono de voz, etc., sin dejar escapar parte de la información como ocurría con la comunicación a través del formato exclusivamente textual.

Tratando este tema, no puede pasar por alto mencionar el impacto del teléfono móvil en el fenómeno de las redes sociales. Es el medio electrónico más empleado por los adolescentes, ya que les permite estar conectados desde cualquier lugar y en cualquier momento. Es el medio que les permite mantenerse informados de todo aquello que ocurre a su alrededor, lo que puede llegar a provocar graves problemas de adicción. Se habla de adicción al teléfono móvil, pero considero que lo que realmente genera adicción es el uso y la actividad que se realiza en él, que en este caso prima el uso de las redes sociales. En este sentido, cabe señalar que se observan diferencias en relación al sexo. Las chicas emplean en mayor medida el teléfono móvil –u otro soporte electrónico- para acceder a las redes sociales que los chicos, para ellos, la actividad preferida es participar en juegos a través de la red. Algunas redes sociales, como Facebook, tienen integrado este servicio.

Otra cuestión que llama especialmente mi atención es el contenido al que acceden a través de las redes sociales, por poner un ejemplo, a través de YouTube, ya que como se puede intuir es diferente para chicos y chicas, en el caso de los chicos, el contenido suele estar relacionado con videojuegos, mientras que en el caso de las chicas, el contenido está relacionado con estilos y tendencias en moda, maquillaje y personajes públicos que explican sus propias experiencias vitales, en definitiva, lo emplean en actividades destinadas a la interacción puramente social. Este hecho, demuestra que a través de las redes se siguen transmitiendo valores que pertenecen a la sociedad patriarcal, en los que la mujer debe responder a los cánones de belleza establecidos socialmente, por este motivo, las chicas recurren a la red como medio de aprendizaje, buscando información sobre el tema o simplemente intercambiándola entre unas y otras, cosa que antes enseñaban las madres, hermanas mayores, o incluso las revistas de moda, pero como con todo, ahora el aprendizaje se puede realizar a través de las redes sociales.

Otro de los temas que me gustaría destacar es el uso de las redes sociales por parte de las empresas o marcas, quienes emplean los datos personales proporcionados por los adolescentes en sus propios perfiles sociales para bombardearlos con publicidad. De ahí la importancia de que los adolescentes sean capaces de administrar sus propias redes

configurando su privacidad y siendo conscientes de la importancia que esta tiene, ya que aunque el acoso que realizan algunas marcas proporcionando anuncios publicitarios de forma persistente es molesto, sería mucho más grave si el acoso se produjera por parte de terceras personas, ya que como he comentado, la información publicada en la red hace que nuestra vida sea totalmente transparente para el resto de usuarios si se no se vigila la privacidad. Los casos de ciberacoso están a la orden del día, y yendo más allá, también se conocen casos de violencia y secuestro que se han podido producir gracias a la información proporcionada a través de las redes sociales. Vuelvo a insistir en este punto en la importancia de la educación digital, necesaria para hacer un uso responsable de las redes sociales.

En conclusión, son múltiples los beneficios que las redes sociales aportan en el desarrollo de la personalidad del colectivo adolescente, pues son espacios de comunicación e intercambio social abiertos, que permiten a los adolescentes relacionarse con su grupo de iguales y desarrollar su sentido de pertenencia hacia un grupo, esencial para su correcto desarrollo, pero no podemos obviar que a pesar a la naturalidad con la que se desenvuelven en el entorno digital no disponen de la madurez necesaria para hacer frente a los numerosos retos y peligros que entraña la red. Educar en un uso adecuado de las redes sociales debe ser tarea de todos y cada uno de nosotros, pues hoy en día, en mayor o menor medida, todos somos agentes socializadores, ya que somos quienes creamos el contenido de la información que aparece en internet, somos a la vez que participantes consumidores de contenidos, actores protagonistas que tienen el poder de modificar aquello que pasa en la Internet. Inculcar valores éticos y morales que favorezcan la creación de ciudadanos digitales capaces de participar activamente en un entorno democrático completamente digitalizado, siendo capaces de adquirir las herramientas y las competencias necesarias que favorezcan la inclusión, el respeto, la tolerancia, los derechos de las personas y el enriquecimiento personal, social y cultural de cada individuo es el principal foco de interés en esta nueva sociedad de la información.

7. Referencias bibliográficas

- Agencia Española de Protección de Datos (AEPD). (2009). *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Madrid: Agencia Española de Protección de Datos. Recuperado el 9 de mayo de 2017 de <http://www.agpd.es/>
- Area, M., Borrás, J. F., y San Nicolás, B. (2015). Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital. *Revista de estudios de juventud*, 109, 13-32. Recuperado el 13 de febrero de 2017 de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/415394>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). (2016). *Navegantes en la red*. Madrid: AIMC. Recuperado el 31 de marzo de 2017 de: <http://www.aimc.es/-Navegantes-en-la-Red-.html>
- Bernete, F. (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. Recuperado el 13 de febrero de 2017 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3254537>
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza.
- Castillo, G. (1999). *El adolescente y sus retos. La aventura de hacerse mayor*. Madrid: Pirámide.
- De Haro, J. J. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. *Didáctica, Innovación y Multimedia*, 13, 1-8. Recuperado el 15 de mayo de 2017 de <http://dim.pangea.org/revista13.htm>
- Domingo, A. (2013). *Educación y redes sociales. La autoridad de educar en la era digital*. Madrid: Encuentro.
- Espín, M. (2015). Tesis/Antítesis. Identidades y contextos de los y las jóvenes. De lo local a lo global. *Revista de Estudios de Juventud*, 109, 33-47. Recuperado el 13 de febrero de 2017 de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/415394>
- Espinar, E., y González, M.J. (2009). Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género. *Feminismos*, 14, 87-106. Recuperado el 10 de mayo de 2017 de <http://feminismos.ua.es/article/view/2009-n14-jovenes-en-las-redes-sociales-virtuales-un-analisis-exploratorio-de-las-diferencias-de-genero>
- Fundación Telefónica. (2017). *La Sociedad de la Información en España 2016*. Madrid: Ariel. Recuperado el 18 de mayo de 2017 de <https://www.fundaciontelefonica.com/artecultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/558/>
- García, A., López de Ayala, M.C., y Catalina, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar, Revista científica de Educación y Comunicación*, 41, 195-204. Recuperado el 4 de abril de 2017 de: <https://www.revistacomunicar.com/?contenido=revista&numero=41>

- Gómez, k.k., y Marín, J. S. (2017). *Impacto que generan las redes sociales en la conducta de adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años* (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Bucaramanga. Recuperado el 19 de mayo de 2017 de <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/747>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2016). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Madrid: INE. Recuperado el 15 de febrero de 2017 de http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735576692
- Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO). (2009). *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Madrid: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. Recuperado el 9 de mayo de 2017 de <https://www.incibe.es/>
- Interactive Advertising Berau (IAB Spain). (2015). *Estudio Anual Redes Sociales 2015*. España: IAB Spain. Recuperado el 15 de febrero de 2017 de <http://iabspain.es/investigacion/busca-tu-estudio/>
- Interactive Advertising Berau (IAB Spain). (2016). *Estudio Anual Redes Sociales 2016*. España: IAB Spain. Recuperado el 15 de febrero de 2017 de <http://iabspain.es/investigacion/busca-tu-estudio/>
- Interactive Advertising Berau (IAB Spain). (2017). *Estudio Anual Redes Sociales 2017*. España: IAB Spain. Recuperado el 15 de febrero de 2017 de <http://iabspain.es/investigacion/busca-tu-estudio/>
- Lázaro I.E., et al. (2012). *Menores y nuevas tecnologías. Posibilidades y riesgos de las TDT y las redes sociales*. Madrid: Tecnos.
- Llodrà-Riera, I., Mas, F., Morey, F., y Debrix, A.L. (2016). *Ús d' Internet per part dels alumnes d' ESO de les Illes Balears* [versión electrónica]. Palma de Mallorca: Fundació Balear d' Innovació i Tecnologia, Observatori Balear de la Societat de la Informació (OBSI). Recuperado el 15 de febrero de 2017 de <http://obsi.fundaciobit.org/publicacions/monografies/15-lus-dinternet-entre-lalumnat-deso-de-les-illes-balears/>
- Maseda, P. et al. (2011). El sentido de vida en los jóvenes redes sociales, relaciones significativas y actividades de ocio. *Revista Estudios de Juventud*, 95, 59-72. Recuperado el 5 de abril de 2017 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5052580>
- Naval, C., Sábada, C., y Bringué, X. (2003). *Impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en las Relaciones Sociales*. Navarra: Gobierno de Navarra. Instituto Navarro de Deporte y Juventud. Recuperado el 18 de mayo de 2017 de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/18444>
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI (ONSTI). (2016). *Indicadores sobre uso de TIC por menores en España*. Madrid: Gobierno de España. ONSTI. Recuperado el 15 de febrero de 2017 de <https://www.ontsi.red.es/ontsi/es/content/dossier-de-indicadores-sobre-uso-de-tic-por-menores-en-espa%C3%B1a-diciembre-2016>

- Observatorio Regional de la Sociedad de la Información (ORSI). (2008). *Castilla y León 2.0. Hacia la sociedad de la colaboración*. Castilla y León: Consejería de Fomento de Castilla y León. Recuperado el 10 de mayo de 2017 de <http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/consulta/registro.cmd?id=18586>

- Piñar et al. (2011). *Redes Sociales y Privacidad de Menor*. Madrid: Reus.

- Ponce, I. (2012). *Redes Sociales* [versión electrónica]. España: Observatorio Tecnológico del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Recuperado el 20 de febrero de 2017 de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/eu/internet/web-20/1043-redes-sociales>

- Rizo, M. (2003). Redes. Una aproximación al concepto. *Universidad Autónoma de la ciudad de México*. 1-7. Recuperado el 5 de mayo de 2017 de https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=81

- Ruiz, M., y De Juanas, A. (2013). Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre educación*, 25, 95-113. Recuperado el 4 de abril de 2017 de <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/estudios-sobre-educacion/article/view/1883>

- Urdín, J., Perurena, N., Arcos, A., y Morentin, J. I. (2013). Las redes sociales y las diferencias intergeneracionales: un análisis entre Europa y Estados Unidos. *Revista Fuentes*, 13, 309-326. Recuperado el 10 de mayo de 2017 de: <https://ojs.publius.us.es/ojs/index.php/fuentes/article/view/2581>