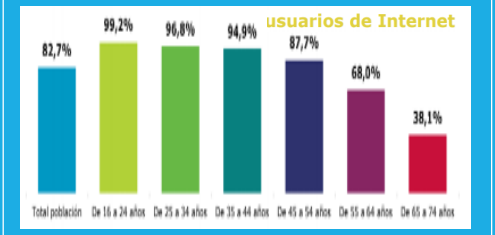
REDES SOCIALES Y ADOLESCENTES

Estudio de análisis de impacto y utilización de las redes sociales en adolescentes de Zaragoza

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
Universidad Zaragoza

faim

7 de cada 10 españoles tiene un smartphone (70,4%).



El **93%** de los **jóvenes usan Internet a diario.**

El **93,1%** de los **jóvenes usan el teléfono móvil a diario.**

Fuente: Panel Hogares. ONTSI, III Trimestre 2016. Gráficos: Urueña, Alberto. (coord.). (2017). La sociedad en red. Informe anual 2016

Resulta innegable la trascendencia que ha adquirido el *smartphone* en nuestro día a día: mapas, información, fotos relaciones, agenda....

Constante y omnipresente: Lo usamos de media 3 horas y 23 minutos y lo comprobamos unas 150 veces al día (Ditendria, 2016).

Este efecto es todavía mas acusado en adolescentes, que son nativos digitales:

> *"nativos digitales o interactivos" son aquellos que han aprendido a vivir con las nuevas tecnologías quienes no van a necesitar de un aprendizaje previo ni de un periodo de adaptación a los cambios que producen, la tecnología formará parte de su naturaleza en los procesos del día a día.*

Méndez Gago (2011)

El *smartphone* ha cambiado la forma de ver el mundo y la forma de interaccionar con los demás y con el entorno en el que vivimos.

Gran rapidez en su desarrollo: estudios escasos y con alta caducidad

Necesidad del estudio de las nuevas formas de relacionarnos.
En especial en los jóvenes, que son los que más las usan

faim

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo Universidad Zaragoza

Objetivo

Conocer la importancia y la utilización de las redes sociales en chicas y chicos adolescentes

Características más relevantes para el diseño de una red social educativa, para ofrecer a los adolescentes más vulnerables apoyo psicológico positivo

Proyectos FAIM:
Falo García

Raquel Coronas
Sara A. Chamorro
David Domínguez
Alba Gámez
Alba Gil
Jorge Torre
Yolanda López

faim

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo Universidad Zaragoza

Objetivos secundarios

- Identificar las redes sociales más usadas.
- Describir cuáles son las motivaciones a la hora de utilizar las redes sociales.
- Mostrar sus principales funciones y contenidos.
- Determinar el tiempo que se invierte en las redes sociales
- Describir la importancia que de incorporar juegos en las redes sociales
- Analizar las diferencias según género
- Investigar la incidencia del apoyo y el aprendizaje en las redes
- Recoger las características más relevantes para el diseño de una red social educativa

Metodología

Diseño: Estudio descriptivo transversal

Instrumentos: Cuestionario de utilización de redes sociales

Ámbito: Instituto de ámbito urbano de la provincia de Zaragoza

Descripción de la muestra

n = 123 adolescentes

Sexo: 46,2% ♂ 53,8% ♀

Edad:

$\bar{X}$= 13,8 años ; rango: 13 a 16 años (primer y segundo ciclo de ESO)

Redes sociales

Estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet con la finalidad de socializar, recibir apoyo emocional, y pasar el tiempo de ocio, entre otras actividades. (actualizado de Santos, 1989)

Twitter	Red social de *microblogging* que consiste en escribir mensajes de 140 caracteres en forma de *tweet*. También se pueden adjuntar videos y fotos a los tweets.
Facebook	Red social en la que cada usuario posee un perfil en el que introduce información de carácter personal, intereses y aficiones. Además, cada usuario, puede colgar contenido de tipología muy variada: fotos, estados, localizaciones, noticias… Esta red es muy completa ya que incluye juegos, mensajería instantánea… El nivel de interacción tiene un carácter prioritariamente personal (de relacionas con familia y amigos).
Instagram	Red social que se basa en subir fotos o videos con descripción o comentario opcional de ellos. Esto se puede realizar de forma permanente o en una historia con una durabilidad de 24 horas.
Snapchat	Red social que se basa en subir fotos o videos con una durabilidad de 24 horas, compartiéndolos con todos tus contactos o enviándolos a uno o varios contactos de con una duración de unos pocos segundos tras los cuales se elimina automáticamente su contenido.
	Es un portal de internet que permite visualizar y subir videos de manera pública. Cumple una función de red social en el momento que realiza una interacción entre el autor del video y los usuarios que lo visualizan o entre los usuarios en los comentarios del video o mediante el intercambio de *likes*.
	Red social que se basa en el intercambio de mensajes de texto de forma instantánea a un contacto o grupo de contactos agregados mediante teléfono móvil. Es una red de carácter privado que permite además compartir fotos, videos, mensajes de voz, ubicación, contactos, documentos y audios.
	Permite a los usuarios comunicarse con otras personas con base en sus preferencias para charlar y concretar citas o encuentros.
Ask.fm	Es una aplicación en la cual se puede hacer preguntas en anonimato, dar me gusta a las respuestas y recibir también preguntas. Las preguntas pueden ser recibidas anónimamente.
Lovoo	Es una red social de servicios basados en la localización. La función principal es un radar en vivo, que permite escanear el entorno directo del usuario para encontrar y contactar a otros usuarios de la app. Los resultados de la búsqueda se visualizan en un radar GPS, que muestra la dirección y distancia entre ambos
Musical.ly	Es una aplicación de red social de video para creación de video, mensajería y transmisión en vivo. A través de la aplicación, los usuarios pueden crear vídeos de 15 segundos y elegir pistas de sonido para acompañarlos, añadir filtros, y efectos preestablecidos.
Telegram	Servicio en la gestión de mensajes de texto y multimedia.

Grindr	Es una aplicación geo-social destinada al público homosexual que permite a los usuarios que lo tienen instalado localizar y comunicarse con otros hombres homosexuales y bisexuales que se encuentren en las proximidades.
	Plataforma que permite a los usuarios comprar y vender artículos de segunda mano, con la ventaja de la geolocalización, es decir, permite buscar y ofrecer productos por cercanía.
Tumblr	Es una plataforma de *microblogging* que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio a manera de *tumelog* (pensamientos al azar, enlaces, imágenes y otro contenido, sin una temática definida excepto el hecho de que está realizado por un mismo autor)
Badoo	Es una red social utilizada para encontrar citas por internet o simplemente para conocer personas nuevas y lograr relacionarse de manera amistosa.
Pinterest	Es una plataforma para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más. La misión de Pinterest es "conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes

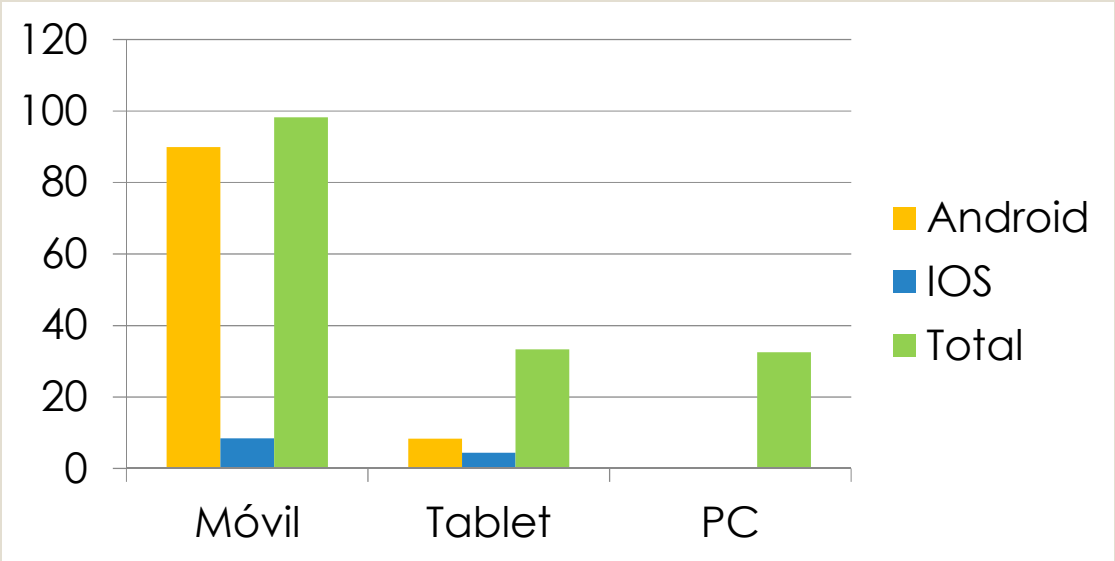
No la conozco	La conozco	La uso poco	La uso mucho	Es mi favorita

Resultados

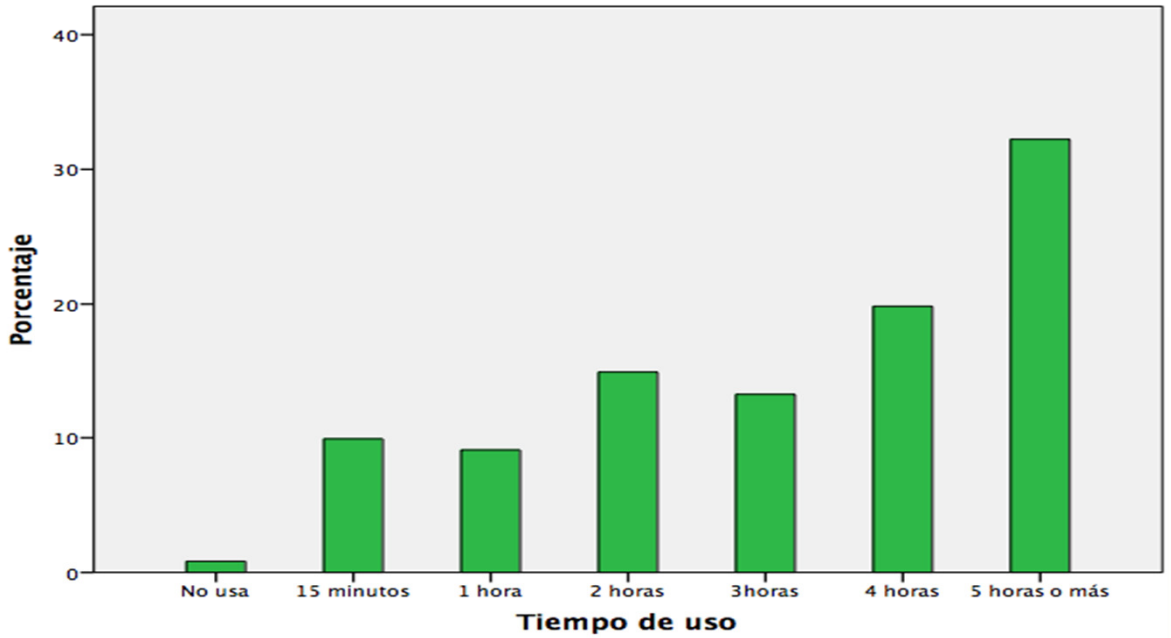
1.Acceso a las redes sociales

Acceden mayoritariamente a través del móvil (98,3% , aunque también Tablet (33%) o PC (32%)

El 89,9%



2.Frecuencia de uso



El 32,2% utilizan las redes 5 horas o más/día

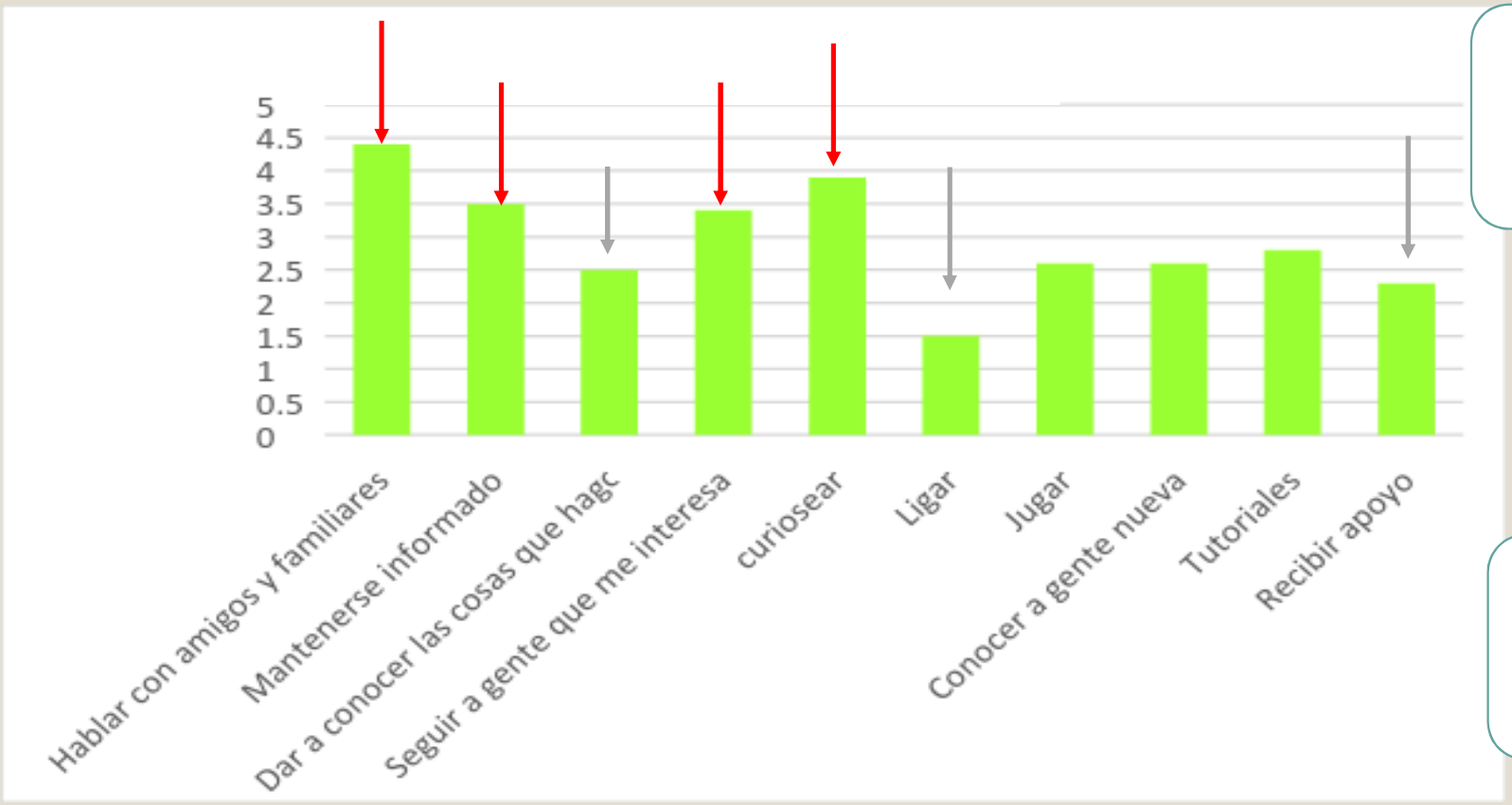
El 19,8% dedican 4 horas/día

Más de la mitad de los estudiantes afirma utilizar las redes sociales 4 o más horas/día

Solo el 1,6% (2/123) de los alumnos y alumnas entrevistadas NO UTILIZAN REDES SOCIALES

Resultados

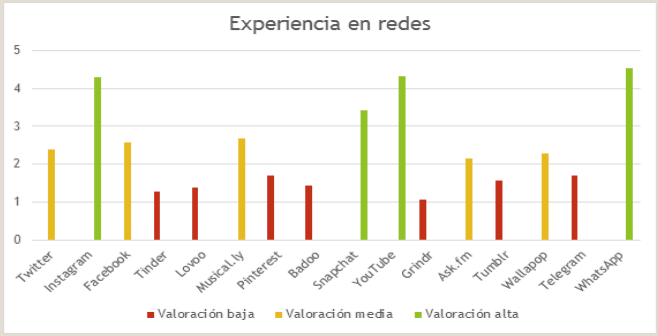
3. Finalidad de uso de las redes sociales



Más :
Hablar y
curiosear

Menos:
Ligar y **Recibir apoyo**

4. Experiencia en redes



Mas usadas

Menos usadas: redes de contactos

Valores polarizados

Contenido audiovisual frente a texto

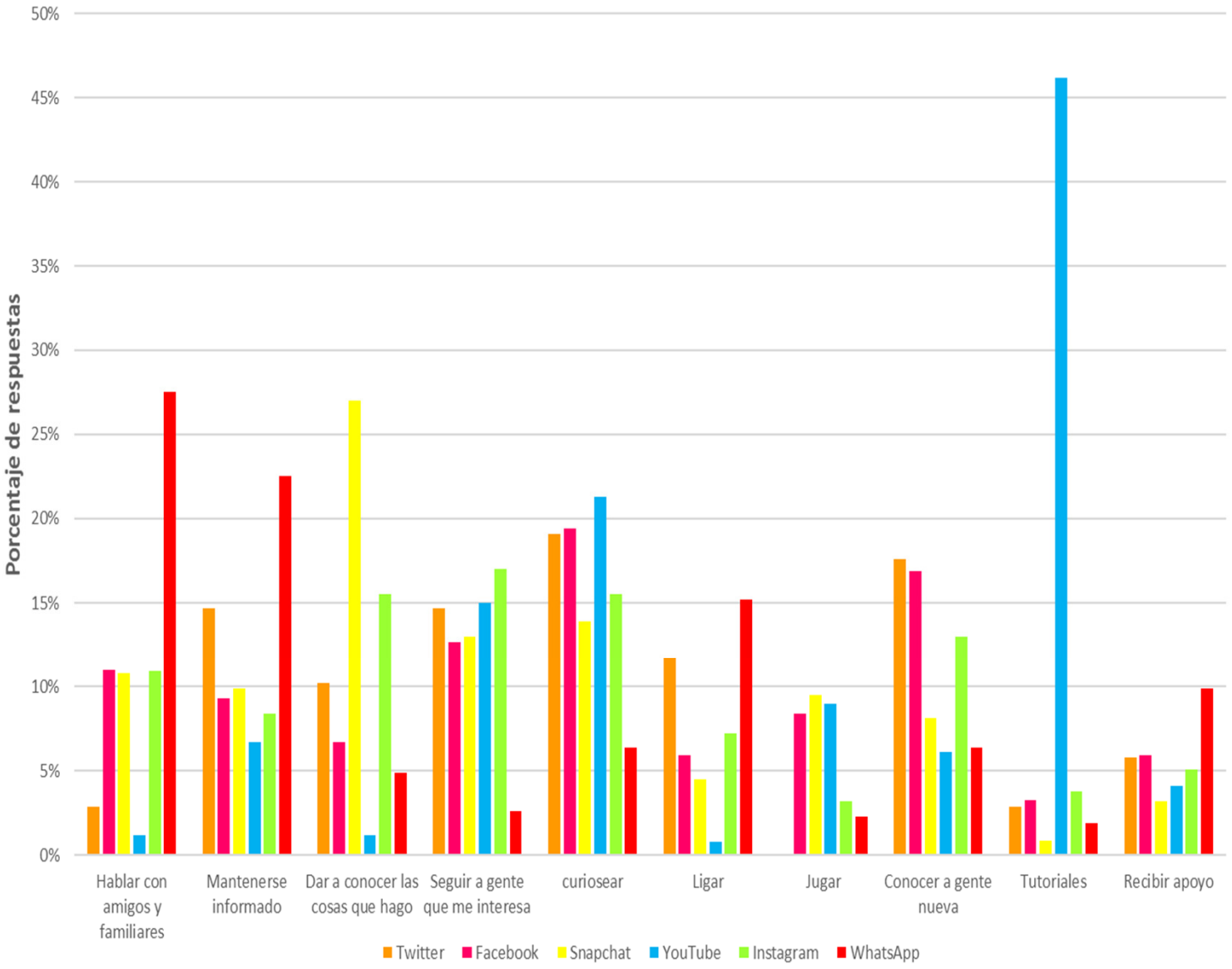
Mensajes veloces y efímeros

1 WhatsApp: 4,5
2 YouTube: 4.3
3 Instagram: 4.3
4 Snapchat: 3,4
5 Musical.ly 2.7

No la conozco	La conozco	La uso poco	La uso mucho	Es mi favorita

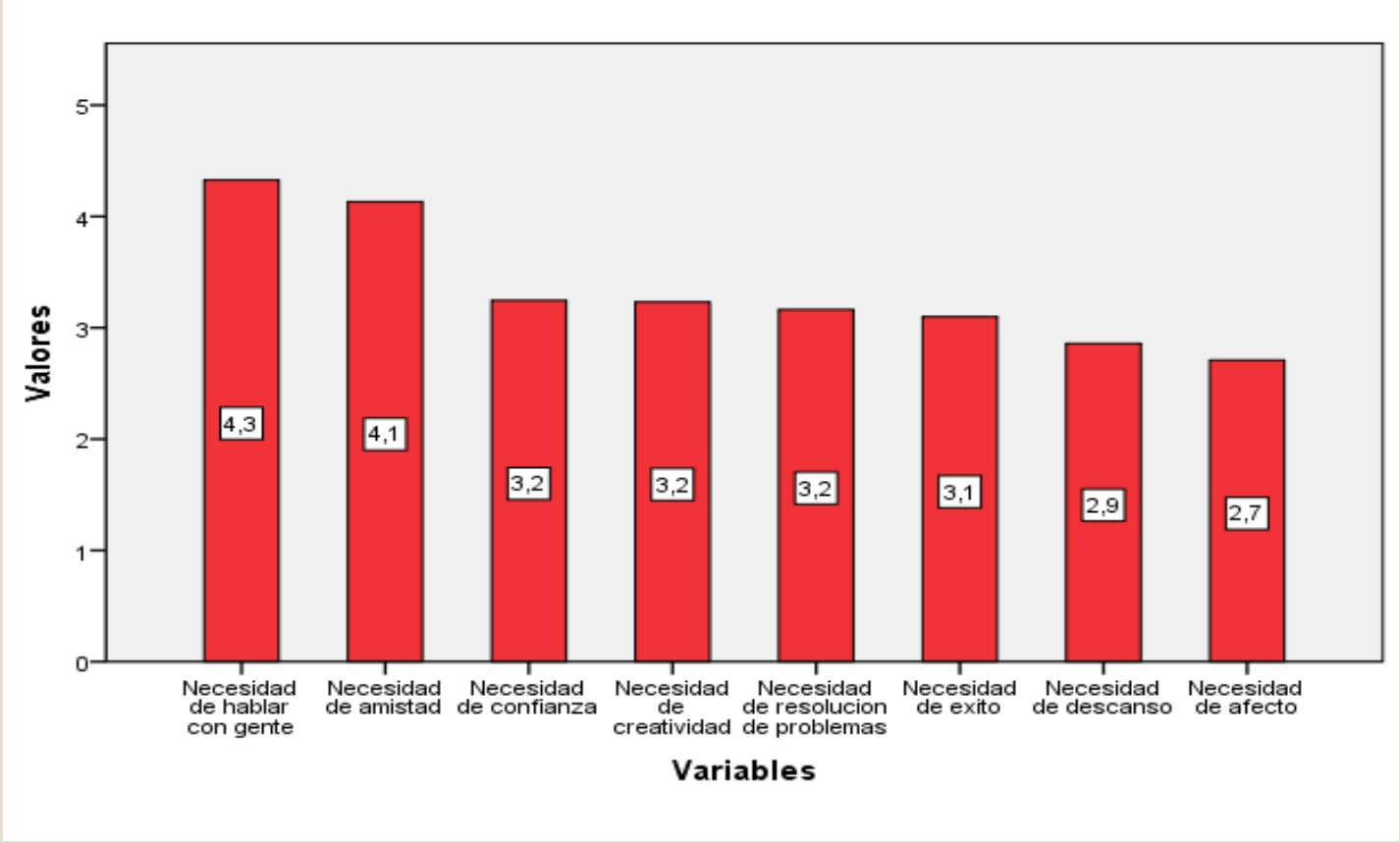
1 Grindr: 1,1
2 Tinder: 1,3
3 Lovoo: 1,4
4 Badoo: 1,4
5 Tumblr: 1.5

5. Finalidad de uso de cada red social



- Hablar con amigos y familiares
- Dar a conocer las cosas que hago
- Curiosear
- Seguir a gente que me interesa
- Aprender cosas nuevas
- Curiosear

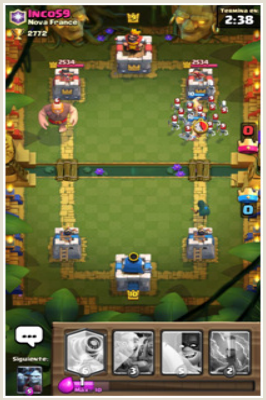
6.Necesidades que satisfacen



Necesidades satisfechas:
Interacción y amistad

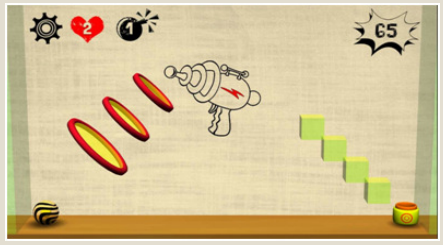
Necesidades por satisfacer:
AFECTO

7.Juegos más utilizados

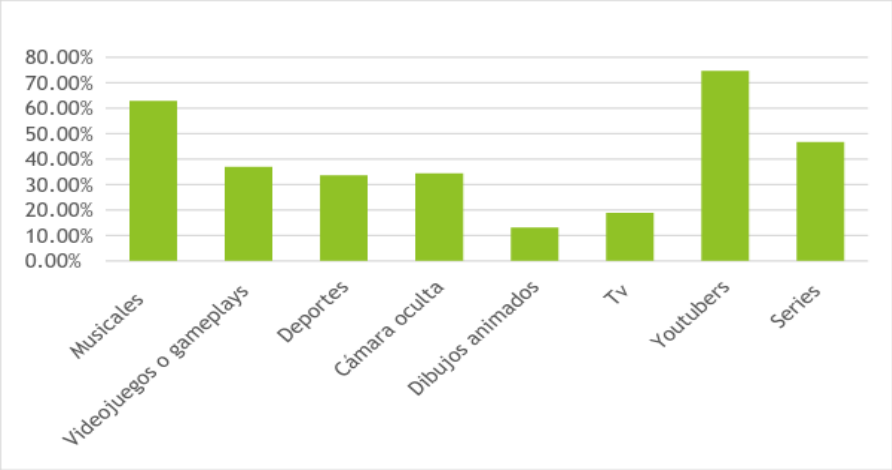


- Clash Royale, con un 50,4%
  - 81% varones
  - 22,2% mujeres

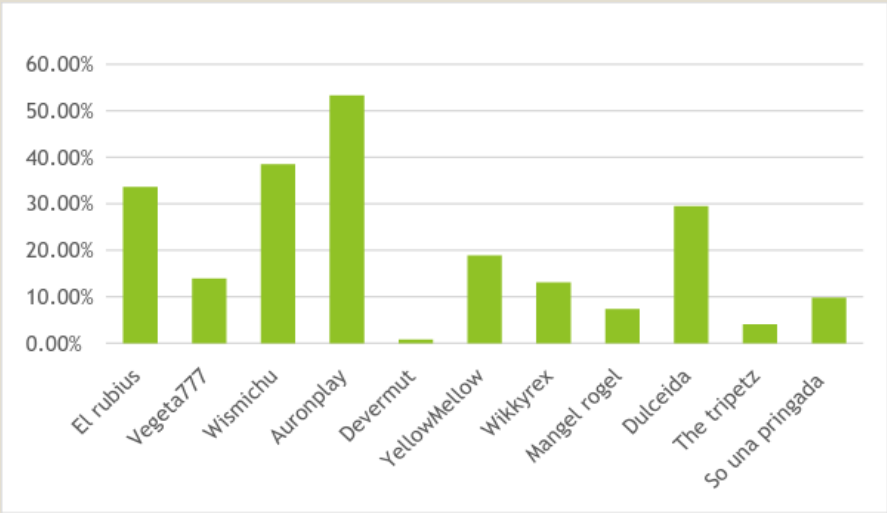
- Tiguerball, con un 43,9%
  - 51,9% varones
  - 36,5% mujeres



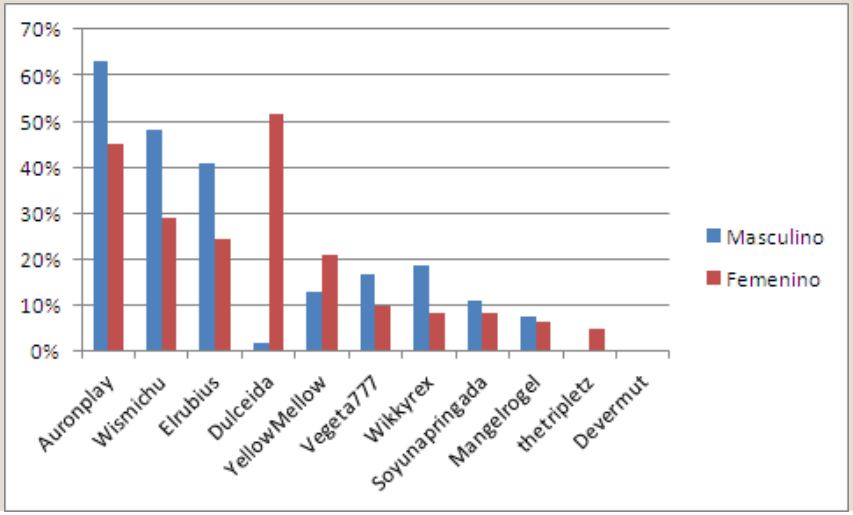
8. YouTube



Los *Youtubers* son el contenido más visto en YouTube.



Preferencia de los *youtubers*



8.

Videos que ven y género

Femenino	Masculino	
79%	72,2%	Youtubers
70,50%	55,60%	Videos musicales
59,70%	33,30%	Series
11,30%	64,80%	Videojuegos o gameplays
25,80%	44,40%	Cámara oculta
17,70%	51,90%	Deportes
12,90%	27,80%	TV
11,30%	16,70%	Dibujos animados

1/5 ha subido al menos un video a YouTube
(31,8% de los adolescentes; 8,3% de las adolescentes)

83,1% que conoce a alguien que ha subido algún video

Redes Sociales: WhatsApp, Youtube, Instagram y Snapchat

Mas de la mitad usan las redes 4 o mas horas al día

Redes según tendencia y en constante actualización

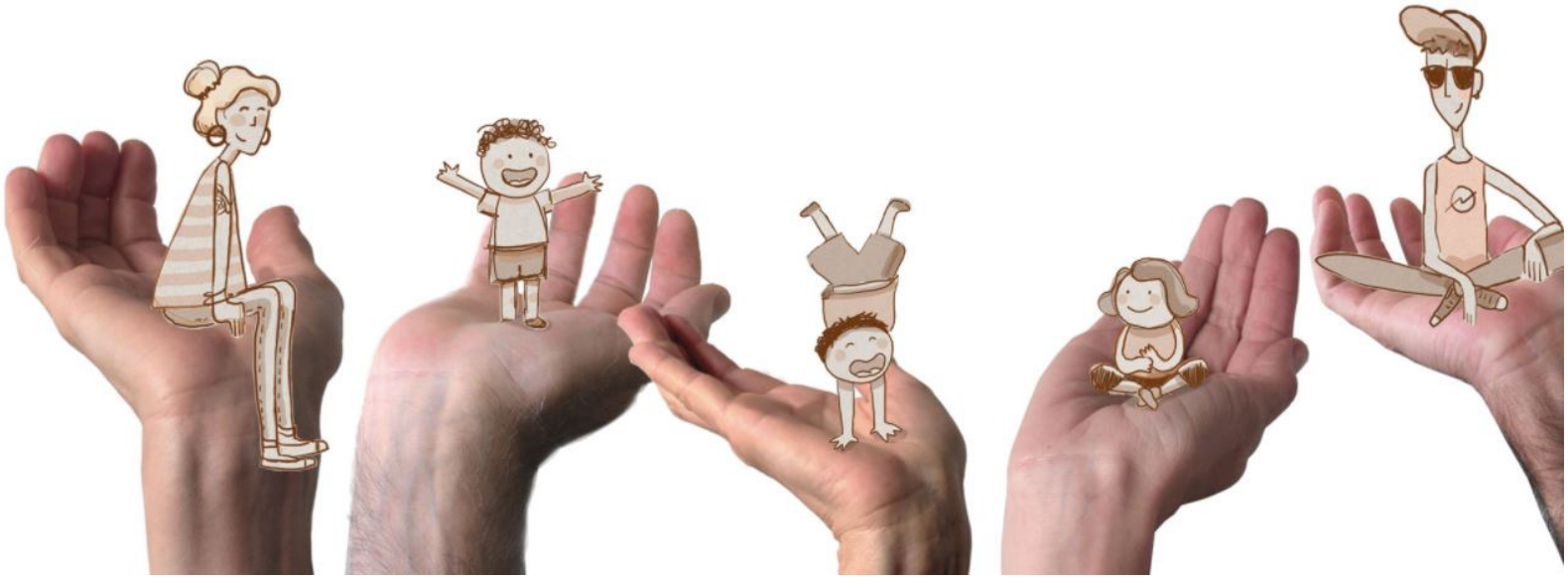
Diferencia considerable entre la finalidad de cada red

REDES SOCIALES Y ADOLESCENTES

CONCLUSIONES

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

-Preguntas-



REDES SOCIALES Y ADOLESCENTES

Estudio de análisis de impacto y
utilización de las redes sociales en adolescentes de Zaragoza

faim

Facultad de
Ciencias Sociales
y del Trabajo
Universidad Zaragoza