

# COMUNICACIÓN EN LA RED: UN SELFIE

RESUMEN





El presente texto, elaborado por Anna Sanmartín Ortí, es un resumen del Informe del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de la FAD (2015) "Comunicación en la red: un *selfie*", del que son autores Juan Carlos Ballesteros Guerra e Ignacio Megías Quirós.

Las opiniones y observaciones incluidas en el texto son responsabilidad de los autores sin que el Centro se identifique necesariamente con ellas.

© FAD, 2015

**Edita:**

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud  
FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción)  
Avda. de Burgos, 1  
28036 Madrid  
Teléfono: 91 383 83 48  
Fax: 91 302 69 79

**Autores:**

Juan Carlos Ballesteros Guerra  
Ignacio Megías Quirós

**Maquetación:**

Joaquín Hornero Muñoz

**Depósito legal:** M-19446-2015

# ÍNDICE

---

	Página
PRESENTACIÓN .....	5
OBJETIVO .....	6
METODOLOGÍA .....	6
EL USO DE INTERNET Y DE LAS REDES POR LOS JÓVENES .....	7
TIPOLOGÍA .....	18

# COMUNICACIÓN EN LA RED: UN SELFIE

## PRESENTACIÓN

---

En el interés del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud por analizar el impacto de las TIC sobre la comunicación juvenil (“entre jóvenes”, que la comunicación “con los jóvenes” sigue siendo una asignatura pendiente), nos quedaba algo, absolutamente necesario: preguntar directamente a los más interesados, precisamente aquellos que reúnen la doble condición de tener pocos años y de desenvolverse con más o menos habitualidad, más bien con más, en las redes sociales.

Eso es lo que aquí hemos hecho: una encuesta online a un panel de jóvenes usuarios de Internet. Por supuesto que las cosas que les hemos preguntado surgen de las lecturas que previamente habíamos realizado de sus discursos; pero sus respuestas nos permiten cuantificar actitudes, opiniones y comportamientos, en un retrato que creemos describe bien, con toda su ambigüedad, el complejo campo de las relaciones online (y la forma, aún más compleja, en que esas relaciones se compatibilizan, conviven, con lo offline, con el cara a cara).

Ya sabíamos que “la juventud”, como perfil identitario, no era más que un constructo; que lo que es una realidad son los jóvenes, muy diversos, muy cambiantes, muy resistentes al encasillamiento por mucho que los tópicos se empeñen. Ahora sabemos que esa diversidad, esas peculiaridades diferenciadas, también se dan en la forma de aproximarse, vivir y relacionarse, con y a través de las TIC. Los jóvenes no necesariamente coinciden ni siquiera (otra vez el estereotipo) cuando se les supone “nativos digitales”.

Los diferentes tipos ideales de actuar la convivencia entre las relaciones on y offline, nos muestran la complejidad de ser joven en un mundo complejo. Un mundo en el que la interacción personal, la política, la formación o la construcción de la identidad personal y de la colectiva, se plantean desde presupuestos muy distintos, casi siempre autogestionados, que se supone que deberíamos conocer mejor. Sobre todo si queremos abordar eso que llamábamos asignatura pendiente: cómo comunicar con los jóvenes.

**J. Ignacio Calderón Balanzategui**

Director General

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud

# OBJETIVO

---

Analizar, desde los propios jóvenes, cómo las nuevas tecnologías, en especial las redes sociales, influyen en la creación de formas de comunicación diferenciada, y las ventajas y riesgos que eso supone.

Definir un autorretrato, un *selfie*, de todo ello.

# METODOLOGÍA Y MUESTRA

---

Encuesta on-line a una muestra de 800 jóvenes, entre los 16 y los 20 años, usuarios de Internet y redes sociales.

# EL USO DE INTERNET Y DE LAS REDES POR LOS JÓVENES ES MUY INTENSO...

FRECUENCIA CON LA QUE SE REALIZAN DETERMINADAS ACTIVIDADES EN INTERNET.  
DATOS AGREGADOS. EXCLUIDOS NS/NC.



# ... Y CON DISTINTAS FINALIDADES

---

Se perciben tres tendencias claras en relación al uso de Internet y redes sociales por parte de los jóvenes:



Una minoría (pero significativa) desempeña un rol más "activo" en la generación de contenidos: un 26,1% participa activamente en foros y un 25,6% mantiene su propia [web o blog](#).

# EN TODO CASO, LOS JÓVENES NO SÓLO VEN VENTAJAS EN LAS REDES

GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS  
EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES.  
ESCALA 1-10 (“TOTALMENTE EN DESACUERDO”-“TOTALMENTE DE ACUERDO”).  
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

IDEAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES	Media
Facilitan la comunicación entre personas	7,51
Permiten controlar más a las personas	7,49
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,24
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	7,03
Hacen que las relaciones sean más impersonales	6,88
Suponen una pérdida de intimidad	6,83
Ayudan a ligar	6,31
Aíslan a la gente	6,24
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	6,06
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	6,04
Facilitan las oportunidades laborales	5,96
Permiten las relaciones sin compromiso	5,64
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	5,63
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	4,43

# LOS JÓVENES CREEN QUE LA COMUNICACIÓN EN LAS REDES TIENE VENTAJAS E INCONVENIENTES

GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS  
EN TORNO A LAS TIC Y LAS REDES SOCIALES.  
DATOS EN MEDIAS (1 = NADA DE ACUERDO / 10 = MUY DE ACUERDO)

IDEAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES	Media
Las personas mienten más en Internet y en las redes sociales que "cara a cara"	7,42
Al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti	6,87
En las redes sociales te engañan muchas veces	6,75
La comunicación online es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara	6,67
En las redes sociales te desinhibes y dices cosas que no te atreves a decir cara a cara	6,65
Las redes sociales hacen que te sientas más controlado	6,60
Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas	6,33
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales	6,14
Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara	6,09
En las redes sociales las personas representan un papel que se crean para ello	5,87
En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño	5,87
La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir	5,85
La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas	5,84
Es complicado controlar la imagen que se ofrece a través de las redes sociales	5,83
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales	5,79
Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales	5,39
Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales	5,32
En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas	5,26
Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena	5,12
En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño	4,53

# COMO RESUMEN DE ESA AMBIVALENCIA, LOS JÓVENES CREEN QUE:

---

La comunicación en las redes sociales:

- **Facilita la mentira y el engaño:** “las personas mienten más que en el cara a cara” (7.42), y “te engañan muchas veces” (6.75).
- **Procura pérdida de intimidad:** “resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti” (6.87), y “te sientes más controlado” (6.60).
- **Desvirtúa en alguna medida el *deber ser* de las relaciones sociales:** “las relaciones son más pobres, más limitadas, que la que se tiene cara a cara” (6.67).

Pero también la utilización de las redes descubre un modo de comunicación distinto, con normas diferentes, no forzosamente negativo. Sobre todo son un magnífico vehículo para crear o consolidar relaciones.

La visión más crítica se da entre las mujeres.

# ESTA AMBIVALENCIA HACE QUE SE DEDIQUE A LAS REDES BASTANTE TIEMPO, CON UNA CIERTA MALA CONCIENCIA

El 65% de los jóvenes considera que es “algo excesivo” o “claramente excesivo” el tiempo que pasan en Internet; para una clara mayoría es más tiempo del que necesitan y/o les conviene.

En relación al uso de redes sociales esa percepción baja hasta el 52%, aunque un 14% afirma que su uso de redes sociales es “claramente excesivo”.

Las mujeres reconocen en mayor proporción un exceso de tiempo en las redes (un uso “claramente excesivo” es señalado por el 43%, diez puntos más que ellos).

	En Internet	En redes sociales
Claramente excesivo	11,5	13,8
Algo excesivo	53,7	38,1
Lo justo	33,0	39,6
Algo escaso	1,6	6,8
Claramente escaso	-	1,2
Ns/Nc	0,2	0,4
Total	100	100

# ESTO HACE QUE, OCASIONALMENTE, LOS JÓVENES SE SIENTAN EXCESIVAMENTE “VOLCADOS” EN LAS REDES...

---

## *SENSACIONES DE DEPENDER DE INTERNET/REDES SOCIALES*

	<b>%</b>
Sí, con mucha frecuencia	7,9
Sí, con alguna frecuencia	38,4
Pocas veces	28,4
Casi nunca	14,9
Nunca	8,9
<b>Ns/Nc</b>	<b>1,5</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>

Cuando se interroga por las vivencias ocasionales, casi la mitad (46,3%) señala que, en algún momento, se han sentido dependientes, y ello les ha provocado la necesidad de “desconectarse”.

# ... LO QUE PROVOCA NECESIDAD DE DESCONECTAR

## NECESIDAD DE DESCONECTAR DE INTERNET/REDES SOCIALES POR VIVENCIA DE SATURACIÓN

	<b>%</b>
Sí, muchas veces	13,8
Sí, algunas veces	36,2
Pocas veces	25,3
Casi nunca	13,7
Nunca	9,9
<b>Ns/Nc</b>	<b>1,1</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>

Casi el 14% afirma que “muchas veces” ha sentido la necesidad de desconectarse por “saturación”, proporción que es del 36% en la frecuencia “algunas veces”. El 24% no lo ha necesitado “nunca” o “casi nunca”.

# EN TODO CASO, SON MINORITARIOS QUIENES SE CREEN DEPENDIENTES DE LAS REDES EN TÉRMINOS GLOBALES

*AUTO PERCEPCIÓN DE LA DEPENDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN FUNCIÓN DEL TIEMPO DEDICADO.*

	<b>%</b>
Dependo demasiado de las redes sociales	7,1
Uso constantemente redes sociales y necesito hacerlo, pero no creo depender de ellas	27,8
Uso las redes sociales, pero no me genera ninguna inquietud su ausencia	45,5
No concedo excesiva importancia al uso de redes sociales, las uso poco	17,6
No uso las redes sociales	,6
<b>Ns/Nc</b>	<b>1,5</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>

Sólo el 7% de los jóvenes cree depender de las redes sociales. Y más del 60% afirma que no se inquieta ni concede excesiva importancia a la posibilidad de desconectarse.

# LOS JÓVENES NO SON AJENOS A LOS RIESGOS DE INTERNET. LOS SEÑALAN CLARAMENTE AUNQUE ESO NO DISUADE SE SU USO

*PERCEPCIÓN SOBRE LA FRECUENCIA DE DETERMINADOS RIESGOS ASOCIADOS  
A INTERNET Y LAS REDES SOCIALES  
(ACOSO DE ADULTOS A MENORES, ACOSO ENTRE COMPAÑEROS/AS  
DE LA MISMA EDAD, ETC.)*

	<b>%</b>
Son mucho más frecuentes de lo que se dice	56,2
Ocurren raras veces	27,1
Se exagera mucho en cuanto a los riesgos que puede suponer el uso de redes sociales	16,3
<b>Ns/Nc</b>	<b>0,4</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>

La mitad de los jóvenes (56%) considera que riesgos como el ciberbullying, acoso de adultos a menores, etc., son mucho más frecuentes de lo que se dice. El 16% considera que se exagera mucho al respecto.

Las mujeres destacan notablemente a la hora de considerar que los riesgos son más frecuentes de lo que se dice (64% ellas, frente a un 48% ellos).

# SOBRE TODO SE SEÑALAN LOS RIESGOS QUE TIENEN SU ORIGEN EN LOS PROPIOS JÓVENES

FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA SE DAN LAS SIGUIENTES SITUACIONES.  
DATOS EN %

	Poca	Regular	Bastante	Mucha	Ns/Nc
Acoso entre compañeros/as a través de las redes (ciberbullying)	14,7	23,3	31,2	26,4	4,4
Acoso de un adulto a un/a menor (grooming)	22,0	27,3	25,4	16,1	9,2
Envío de imágenes privadas y comprometidas (íntimas, de contenido sexual) sin consentimiento	19,8	17,7	28,2	26,3	7,9

El 58% considera que el acoso entre compañeros o ciberbullying se da con bastante o mucha frecuencia.

Un 54% considera lo mismo del envío de imágenes privadas y comprometidas, y un 41% del acoso de adultos a menores.

No supera el 20-22% la proporción de quienes consideran que estas situaciones se dan con poca frecuencia.

# LÓGICAMENTE EN EL GRUPO JUVENIL HAY DISTINTAS SENSIBILIDADES, DISTINTOS PERFILES RESPECTO A ESTAS CUESTIONES

---

Tipos ideales según:

- La forma de ver las redes sociales y su gestión.
- La lectura que se hace de la exposición del yo, las estrategias relacionales y la intimidad.
- Las vivencias de saturación, de dependencia y la preocupación que generan.

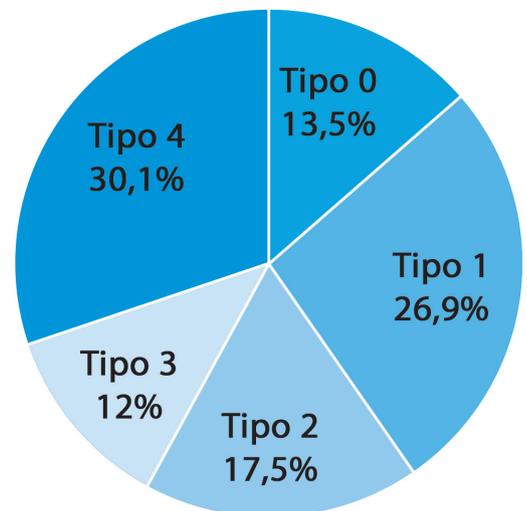
Tipo 0. No clasificados

Tipo 1: Integrados en la red (sin grandes entusiasmos)

Tipo 2: Experimentados (que perdieron el miedo a lo online)

Tipo 3: Tecnófobos (¿o indiferentes?)

Tipo 4: Pragmáticos (expertos en nadar entre dos aguas)



# TIPO 1: INTEGRADOS EN LA RED

## (SIN GRANDES ENTUSIASMOS) (26,9%)

---

- Tienen un posicionamiento integrador: entre la confianza en las redes, y la aparente despreocupación por la posibilidad de que puedan existir contrapartidas negativas.
- Niegan la relación directa de Internet con la mentira y el engaño, dudan de la pérdida de intimidad y la capacidad de control; y consideran que las relaciones online no son de menor calidad que las offline.
- Afirman que los riesgos asociados al uso de Internet ocurren “raras veces” y que su relación con las TIC es “adecuada”, con una percepción de dependencia y saturación baja.
- Tienen un posicionamiento desapasionado y un tanto distante, con usos escasamente intensivos de Internet y las redes sociales.

# TIPO 2: EXPERIMENTADOS

## (QUE PERDIERON EL MIEDO A LO ONLINE) (17,5%)

---

- Tienen una visión apasionadamente benévola de las redes sociales minimizando sus posibles riesgos.
- Su visión positiva se asienta más bien en la experiencia de ser usuarios habituales. Naturalizan la complementariedad entre los espacios offline y online y exaltan sus ventajas.
- No les preocupa ser dependientes y nunca se han sentido saturados. Plantean un uso compatible y complementario al resto de actividades cotidianas.
- Presentan un uso experimentado y consideran que los riesgos asociados a Internet y las redes sociales “se exageran”.

# TIPO 3: TECNÓFOBOS

## (¿O INDIFERENTES?) (12%)

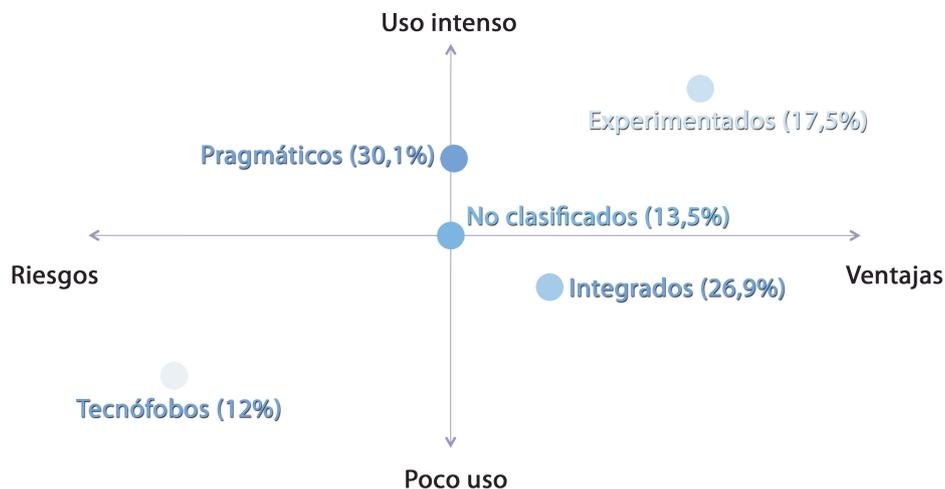
---

- Tienen una postura más unívoca y claramente diferenciada del resto, representando el discurso más negativo y crítico con las redes sociales.
- Creen que las relaciones “cara a cara” tienen mayor calado y en la capacidad de engaño y mentira, el aislamiento, la pérdida de intimidad de la comunicación online.
- No se declaran demasiado dependientes de Internet y/o las redes sociales, ni les preocupa “mucho” serlo.
- Declaran usar poco las redes, que la gente de su edad es muy dependiente de ellas y que los riesgos asociados al uso de Internet son más frecuentes de lo que se dice.

# TIPO 4: PRAGMÁTICOS

## (EXPERTOS EN NADAR ENTRE DOS AGUAS) (30,1%)

- Asumen y dan por válidas las dualidades del medio tecnológico: pueden acercar y aislar a las personas, entre la capacidad de desinhibición y el engaño, entre la mejor gestión del yo y la pérdida de intimidad, etc.
- Consideran en mayor medida que el resto que el tiempo que pasan en Internet y en las redes es “excesivo”, que han llegado a sentirse saturados hasta el punto de necesitar desconectarse “alguna o muchas veces”.
- Les preocupa “bastante o mucho” ser dependientes. Consideran que los riesgos asociados al uso de Internet son más frecuentes de lo que se dice.
- Reconocen dejar de hacer actividades por usar Internet y atribuyen a los usos tecnológicos carta de “normalidad” y relegan a quien voluntariamente se queda al margen al lugar del “extraño”.





---

# COMUNICACIÓN EN LA RED: UN SELFIE