



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

**“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”
“WHY TEENS USE SOCIAL NETWORKS?”**

Ana Belén Regalado Cuenca

Becaria de Colaboración. Facultad de Educación. Badajoz. Universidad de Extremadura.
662276851. Email: anarecu13@hotmail.com

M^a Isabel Fajardo Caldera

Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz.
Universidad de Extremadura. 924289481. Email: ifajardo@unex.es

Noelia Casanueva Carmona

Becaria de Colaboración. Facultad de Educación. Badajoz. Universidad de Extremadura.
655953706. Email: noe2409@hotmail.com

M^a Luisa Bermejo García

Profesora Titular Universidad. Facultad de Educación. Badajoz. Universidad de Extremadura.
924289581. Email: mbermejo@unex.es

Florencio Vicente Castro

Catedrático de Universidad. Facultad de Educación. Badajoz. Universidad de Extremadura.
924289482. Email: fvicente@unex.es

Fecha de recepción: 26 de enero de 2012

Fecha de admisión: 15 de marzo de 2012

RESUMEN

Este estudio pretende conocer la motivación que incita a las adolescentes a participar y formar parte de las redes sociales, en concreto de la red “tuenti”, pues constituye la fuente de expresión y evasión actual más frecuentada y conocida por los adolescentes españoles. Se trata, por tanto, de investigar la influencia que ejerce la red social sobre las adolescentes, intentado comprobar los beneficios de estas redes como el apoyo en sus iguales, o los perjuicios que puede conllevar el uso indiscriminado.

Palabras Claves: Adolescentes, redes sociales, Tuenti, iguales.

ABSTRACT

This study aims to find the motivation that encourages girls to participate and be part of social networks, specifically network “Tuenti”, which constitutes the source of expression and avoidance busiest current and known by the Spanish adolescents. It is, therefore, to investigate the influence of social networks on the lives of these teenagers, sought to verify whether these networks because adolescents are supported by their peers and whether their indiscriminate use can adversely affect certain aspects of their life.

Key Words: Adolescents, social networks, Tuenti, equal.



“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

INTRODUCCIÓN

El estudio que presentamos forma parte de una investigación que estamos desarrollando en el Departamento de Psicología dentro de la línea de investigación de la adolescencia, sobre la influencia que ejercen las redes sociales en las adolescentes y las motivaciones que impulsan a éstas a conectarse.

La adolescencia, momento de transición de la infancia a la vida adulta, es una de las etapas del ciclo vital más importantes del ser humano. En ella no sólo se condensan numerosos cambios biológicos y fisiológicos, sino también otros sumamente importantes para los adolescentes como son: la búsqueda y construcción de la identidad así como los cambios psicológicos, sociales, morales etc.... Todas estas transformaciones desembocan en numerosas ambivalencias debido a la inestabilidad y vulnerabilidad adolescente, pero que poco a poco van definiendo su propia identidad para así alcanzar su logro de identidad (Fajardo 2004). Es necesario resaltar que esta etapa variará en función de las características de cada individuo, puesto que no es uniforme.

El adolescente busca a los otros, “los iguales”, como el apoyo que necesita para poder conseguir su autonomía e independencia, ya que sus compañeros, amigos le van a proporcionar no solamente el sentirse comprendido ante las situaciones y acontecimientos que está experimentando, sino el apoyo para poder ir rompiendo con las dependencias infantiles para adquirir la autonomía. Y es aquí donde las relaciones con los iguales cobran una especial importancia. En este periodo de la vida del individuo, el adolescente necesita de sus iguales, de personas de la misma edad (y en general del mismo sexo, -en la primera etapa adolescente-), con las que pueda compartir esas dudas y transformaciones que le van surgiendo, puesto que al “igual” le está ocurriendo lo mismo. Por ello los padres, profesores y demás familiares comienzan a situarse en un segundo plano para ellos aunque no exento de importancia, ya que el papel de éstos es crucial en esta etapa.

La importancia del grupo de iguales radica en que el individuo, dentro de éste vive espontáneamente sin sentirse coaccionado o condicionado por los adultos. Al compararse con los demás, va tomando conciencia de sí mismo, cuestión que favorece el autoconcepto y va sentando las bases de la autoestima. Asimismo puede compartir criterios, opiniones y actitudes similares y se siente comprendido y apoyado.

Sin embargo, no hay que olvidar las influencias que en el adolescente pueden ejercer estos grupos. Éstas pueden derivar en efectos positivos, como es la construcción progresiva de la autoestima, ya que ofrecen un ambiente de seguridad emocional; el progreso en el área cognitivo, fruto de la interacción con los demás; y, finalmente (entre otros), actúa como compensación de la influencia paterna y materna; pero también pueden desembocar en efectos negativos, como son las conductas asociales o el conformismo, (inhibición social) sobre todo en personas con un yo débil que se enfrenta a las influencias sociales.

La generación adolescente de nuestros días se ha visto inmersa en el mundo de las nuevas tecnologías de forma involuntaria y de forma imperceptible desde su punto de vista. Y es que nuestros adolescentes han evolucionado acompañados de las tecnologías de la información y comunicación, llegando a formar parte de su vida y convirtiéndose en una pieza fundamental en el desarrollo de la misma.

Una realidad adolescente es la necesidad de utilizar las nuevas tecnologías. Estos nuevos medios se han convertido en una nueva forma de comunicación que propicia: estar conectados con el grupo de iguales y saber continuamente que están haciendo, compartir sus experiencias, dudas, alegrías, curiosidades, fotos, etc.... Esta forma de conectar no se limita únicamente al grupo de amigos o conocidos, sino que va mucho más allá, ampliando sus interacciones con otros iguales para compartir afinidades, intereses, crear nuevas relaciones, etc.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Los numerosos datos e informaciones que la investigación nos aporta sobre las nuevas tecnologías, en concreto sobre las redes sociales, hacen imprescindible indagar en la influencia que ejercen éstas sobre los adolescentes, los motivos que mueven a utilizarlas y cuáles son las consecuencias de su uso para de este modo avanzar en el conocimiento de esta etapa desde el punto de vista de la sociedad de la información y la comunicación y poder comprenderla, así como abordarla correctamente.

Siendo conscientes de la importancia que tienen las redes sociales sobre los adolescentes, hemos querido investigar si las adolescentes recurren a las redes sociales como búsqueda del conocimiento, de comunicación o del apoyo, que encuentran entre las iguales, ya que como sabemos (Fajardo, 2011) las adolescentes buscan en las iguales el espejo en el que mirarse para poder resolver sus propias situaciones personales. La principal red social y la que cuenta con un gran número de grupos o colectivos de adolescentes españoles es **la red social tuenti**. En facebook también proliferan algunas páginas que buscan formar grupos alrededor de adolescentes, no obstante, no se da una comunicación fluida virtual como se puede observar en tuenti. Facebook suele asociarse a participantes más adultos. El estudio sobre la conexión a las redes sociales por parte de los adolescentes en general es numeroso, y es por este motivo por el cual hemos decidido abordar el tema centrándonos en el sexo femenino, y también para poder determinar en un futuro posibles diferencias entre sexos en la utilización de las redes sociales.

ESTUDIO EMPÍRICO

El objetivo de esta investigación es identificar y analizar las motivaciones que llevan a las adolescentes a incorporarse y participar de la red social: tuenti.

Existen otras formas de comunicación entre grupos de pares, como pueden ser las actividades de ocio, las resultantes de las relaciones escolares,...pero las adolescentes actualmente prefieren recurrir a esta red social para buscar apoyo, comunicarse, expresarse, compartir emociones, etc.

HIPÓTESIS

1ª Hipótesis: En la red social: "tuenti" la adolescente encuentra un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.

2ª Hipótesis: La red social: "tuenti" es un espacio de ocio donde la adolescente se entretiene comunicándose con el grupo de iguales.

3ª Hipótesis: La red social "tuenti" constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas, formas de pensar, para las adolescentes.

4ª Hipótesis: La red social permite a las adolescentes situarse frente a la red desde su ideal del Yo.

5ª hipótesis. Hay conexión entre la frecuencia de conexión y el rendimiento académico.

6ª hipótesis. Las adolescentes actuales utilizan frecuentemente las redes sociales.

7ª hipótesis. Las adolescentes utilizan las redes sociales para estar en contacto con los pares.

MUESTRA:

La muestra está compuesta por 32 adolescentes españolas con edades comprendidas entre 15 y 19 años que perteneciendo a la red desearon colaborar con nuestra investigación. La muestra se eligió por conveniencia.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo se ha efectuado:

1.- Una búsqueda de los diferentes grupos adolescentes que aparecen vinculados a la red "tuenti".



“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

2.- Una observación y análisis detallado de cada uno de los grupos de adolescentes en “tuenti” para poder realizar un cuestionario adecuado a su realidad.

3.- Un cuestionario confeccionado por las investigadoras en otra investigación (Infad 2011) al que ha sido necesario modificar alguna pregunta.

El cuestionario construido de acuerdo a una escala Likert de cinco posibilidades de respuesta, consta de 19 ítems capaz de evaluar cogniciones, emociones y sentimientos relacionados con la integración de estas adolescentes en la red así como la convivencia y el desarrollo personal global de la adolescente.

4.- Una entrevista personal a las adolescentes que se prestaron a ello.

Para el análisis estadístico de los datos hemos utilizado el programa SPSS, versión PASW Statistics 17

ANÁLISIS ESTADÍSTICO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Tras aplicar el Alfa de Cronbach obtuvimos los siguientes resultados:

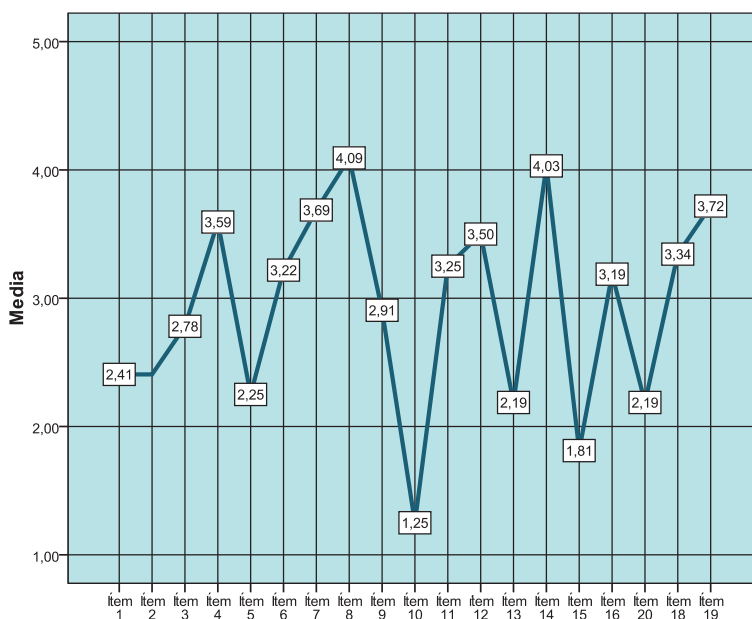
Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,850	,838	19

El Alfa de Cronbach asciende a 0,85, por lo que podemos considerar el cuestionario como fiable.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Gráfico de todos los ítems





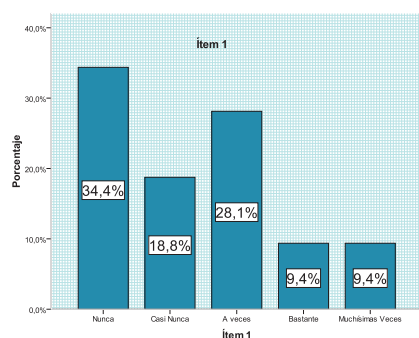
INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Este gráfico nos indica la puntuación media total que ha obtenido cada uno de los ítems del cuestionario.

Contraste Hipótesis 1: En la red social: “tuenti” las adolescentes encuentran un apoyo y un complemento seguro y eficaz para encontrarse mejor consigo misma.

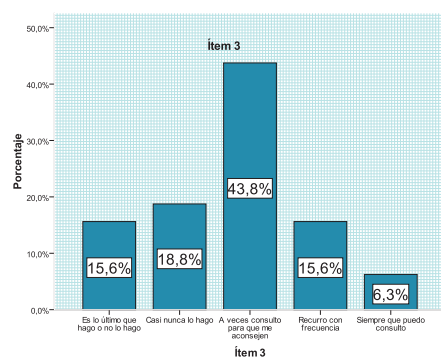
Contrastaremos esta hipótesis remitiéndonos a los ítems 1, 3, 4, 12 y 14 de nuestro cuestionario.

Ítem 1

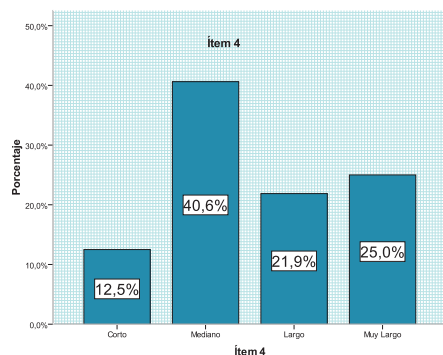


		Ítem 1			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	11	34,4	34,4	34,4
	Casi Nunca	6	18,8	18,8	53,1
	A veces	9	28,1	28,1	81,3
	Bastante	3	9,4	9,4	90,6
	Muchísimas Veces	3	9,4	9,4	100,0
Total		32	100,0	100,0	

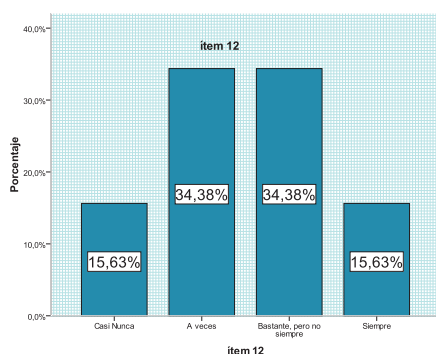
Ítem 3



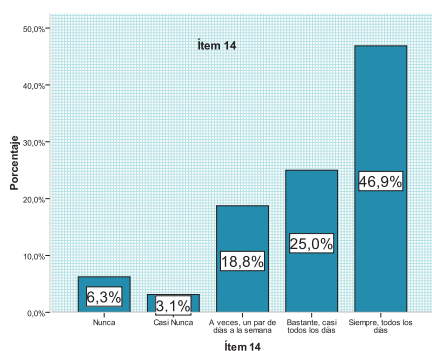
		Ítem 3			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Es lo último que hago o no lo hago	5	15,6	15,6	15,6
	Casi nunca lo hago	6	18,8	18,8	34,4
	A veces consulto para que me aconsejen	14	43,8	43,8	78,1
	Recorro con frecuencia	5	15,6	15,6	93,8
	Siempre que puedo consulto	2	6,3	6,3	100,0
Total		32	100,0	100,0	

**“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”****Ítem 4**

		Ítem 4			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Corto	4	12,5	12,5	12,5
	Mediano	13	40,6	40,6	53,1
	Largo	7	21,9	21,9	75,0
	Muy Largo	8	25,0	25,0	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Ítem 12

		Ítem 12			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Casi Nunca	5	15,6	15,6	15,6
	A veces	11	34,4	34,4	50,0
	Bastante, pero no siempre	11	34,4	34,4	84,4
	Siempre	5	15,6	15,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Ítem 14

		Ítem 14			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Nunca	2	6,3	6,3	6,3
	Casi Nunca	1	3,1	3,1	9,4
	A veces, un par de días a la semana	6	18,8	18,8	28,1
	Bastante, casi todos los días	8	25,0	25,0	53,1
	Siempre, todos los días	15	46,9	46,9	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Teniendo en cuenta los datos obtenidos, podemos establecer las siguientes conclusiones:
Las adolescentes encuestadas no sienten que la red social “Tuenti” les ayude a sentirse mejor consigo mismas ni apoyadas socialmente, con lo que no suelen conectarse con el fin de calmar su malestar.



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Más bien, a tenor de los datos, se conectan en sus ratos libres, como una forma de pasar el tiempo, aunque no exclusiva.

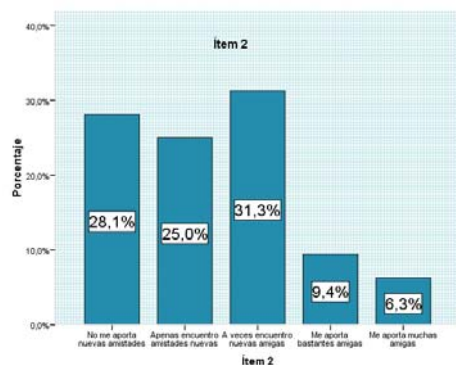
Cabe destacar que, desde que conocen esta red social, se conectan con asiduidad, pero, reiterando lo anterior, lo hacen como una forma de ocio.

Por tanto, **rechazamos la hipótesis de trabajo planteada.**

Contraste Hipótesis 2: La red social: “tuenti” es un espacio de ocio donde las adolescentes se entretienen comunicándose con el grupo de iguales.

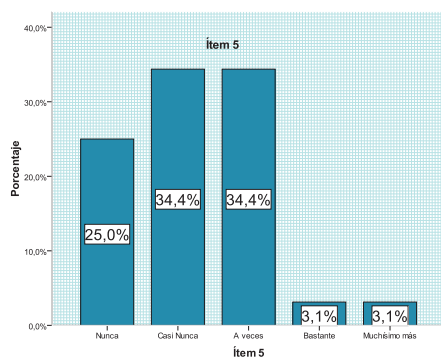
Contrastaremos esta hipótesis a través de los ítems 2, 5, 7, 10, 11 y 12

Ítem 2



Ítem 2				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
No me aporta nuevas amistades	9	28,1	28,1	28,1
Apenas encuentro amistades nuevas	8	25,0	25,0	53,1
A veces encuentro nuevas amigas	10	31,3	31,3	84,4
Me aporta bastantes amigas	3	9,4	9,4	93,8
Me aporta muchas amigas	2	6,3	6,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 5

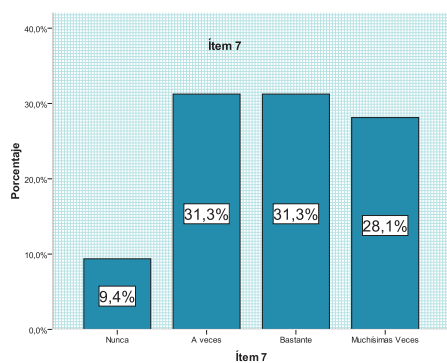


Ítem 5				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Nunca	8	25,0	25,0	25,0
Casi Nunca	11	34,4	34,4	59,4
A veces	11	34,4	34,4	93,8
Bastante	1	3,1	3,1	96,9
Muchísimo más	1	3,1	3,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	



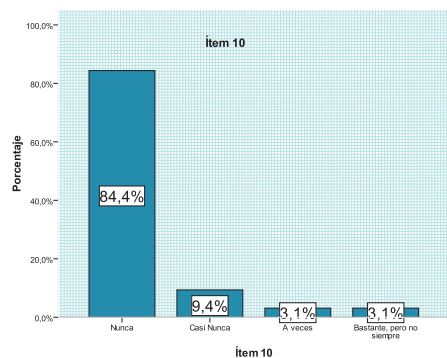
“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

Ítem 7



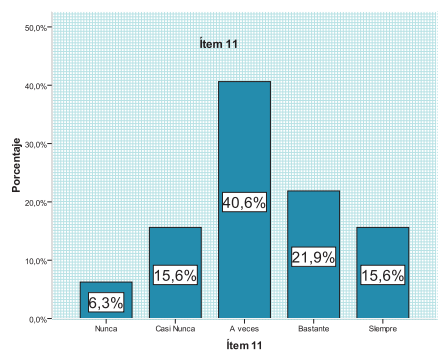
		Ítem 7			
Valídos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	3	9,4	9,4	9,4
	A veces	10	31,3	31,3	40,6
	Bastante	10	31,3	31,3	71,9
	Muchísimas Veces	9	28,1	28,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Ítem 10



		Ítem 10			
Valídos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	27	84,4	84,4	84,4
	Casi Nunca	3	9,4	9,4	93,8
	A veces	1	3,1	3,1	96,9
	Bastante, pero no siempre	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Ítem 11

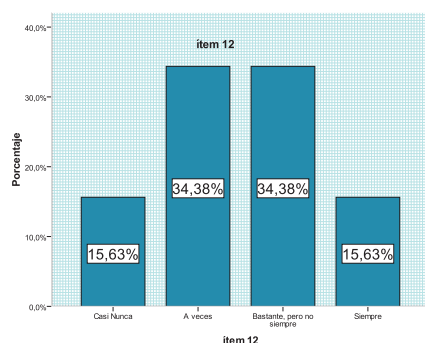


		Ítem 11			
Valídos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	2	6,3	6,3	6,3
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	21,9
	A veces	13	40,6	40,6	62,5
	Bastante	7	21,9	21,9	84,4
	Siempre	5	15,6	15,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0	



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 12



ítem 12				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos				
Casi Nunca	5	15,6	15,6	15,6
A veces	11	34,4	34,4	50,0
Bastante, pero no siempre	11	34,4	34,4	84,4
Siempre	5	15,6	15,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

En base a los datos obtenidos, podemos afirmar lo siguiente:

Las adolescentes contactan con el grupo de iguales para hablar de temas personales usando la red social “Tuenti”, de modo que no la utilizan normalmente como un medio para conocer gente nueva.

A pesar de ser una herramienta que utilizan para el ocio, no es exclusiva, ya que las encuestadas expresan que, en su tiempo libre, también disfrutan haciendo otras actividades.

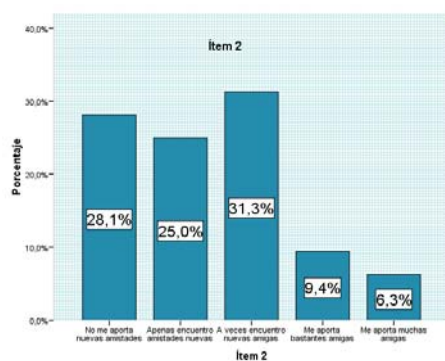
Por último, destacar que hay una alta frecuencia de conexión a “Tuenti” en los ratos libres de las encuestadas.

Por ello, **aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.**

Contraste Hipótesis 3: La red social “tuenti” constituye un medio de expresión de sentimientos, ideas, formas de pensar, para las adolescentes.

Contrastaremos esta hipótesis haciendo uso de los ítems 2, 3, 8, 9 y 10.

Ítem 2

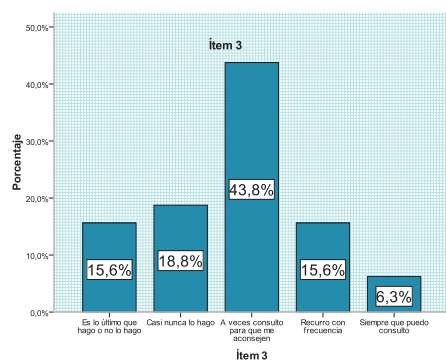


Ítem 2				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos				
No me aporta nuevas amistades	9	28,1	28,1	28,1
Apenas encuentro amistades nuevas	8	25,0	25,0	53,1
A veces encuentro nuevas amigas	10	31,3	31,3	84,4
Me aporta bastantes amigas	3	9,4	9,4	93,8
Me aporta muchas amigas	2	6,3	6,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	



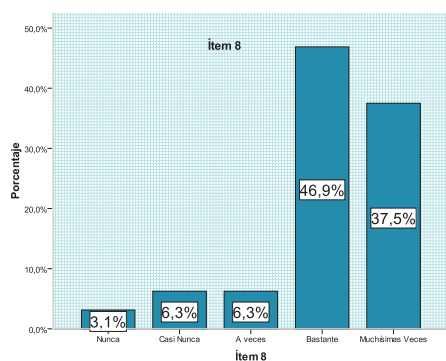
“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

Ítem 3



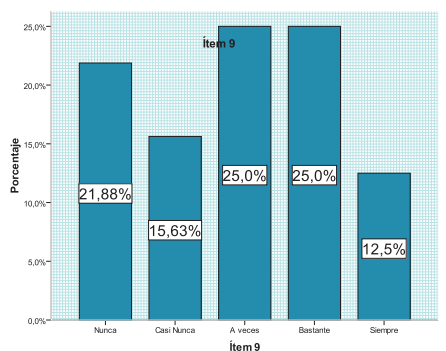
		Ítem 3			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	Es lo último que hago o no lo hago	5	15,6	15,6	15,6
	Casi nunca lo hago	6	18,8	18,8	34,4
	A veces consulto para que me aconsejen	14	43,8	43,8	78,1
	Recorro con frecuencia	5	15,6	15,6	93,8
	Siempre que puedo consulto	2	6,3	6,3	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Ítem 8



		Ítem 8			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	Nunca	1	3,1	3,1	3,1
	Casi Nunca	2	6,3	6,3	9,4
	A veces	2	6,3	6,3	15,6
	Bastante	15	46,9	46,9	62,5
	Muchísimas Veces	12	37,5	37,5	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Ítem 9

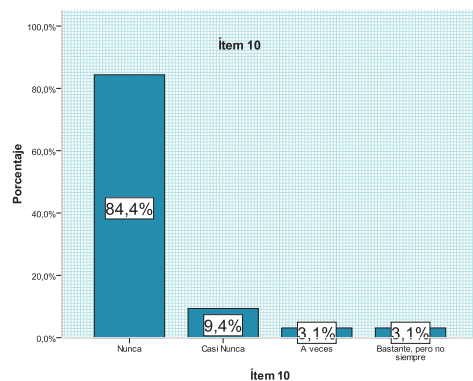


		Ítem 9			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	Nunca	7	21,9	21,9	21,9
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	37,5
	A veces	8	25,0	25,0	62,5
	Bastante	8	25,0	25,0	87,5
	Siempre	4	12,5	12,5	100,0
Total		32	100,0	100,0	



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 10



Ítem 10					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Validos	Nunca	27	84,4	84,4	84,4
	Casi Nunca	3	9,4	9,4	93,8
	A veces	1	3,1	3,1	96,9
	Bastante, pero no siempre	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

En base a lo anterior concluimos lo siguiente:

Las adolescentes encuestadas contactan con su grupo de amigas por la red social “Tuenti” para compartir aspectos de su vida personal, tal y como ellas los perciben y los sienten.

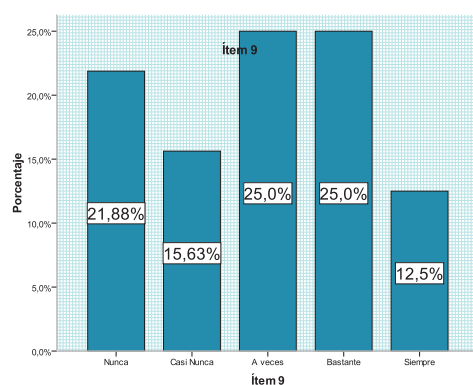
Sienten que pueden ser ellas mismas y se muestran tal cual son, aunque hay respuestas dispares en relación al sentimiento de libertad que puede aportar esta herramienta telemática.

Dicho lo anterior, **aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.**

Contraste Hipótesis 4: La red social permite a las adolescentes situarse frente a la red desde su modelo ideal del Yo.

Contrastaremos esta hipótesis a través del ítem 9 de nuestro cuestionario.

Ítem 9



Ítem 9					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Validos	Nunca	7	21,9	21,9	21,9
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	37,5
	A veces	8	25,0	25,0	62,5
	Bastante	8	25,0	25,0	87,5
	Siempre	4	12,5	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	



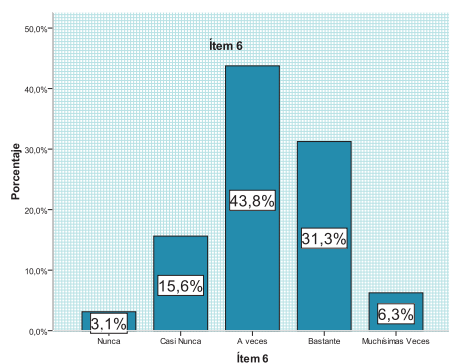
“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

Tal y como expresan los resultados, las encuestadas suelen sentirse libres y se expresan tal cual son, con lo cual no podemos afirmar que muestren una visión ideal de su propia persona.

Por ello, **rechazamos la hipótesis de trabajo planteada.**

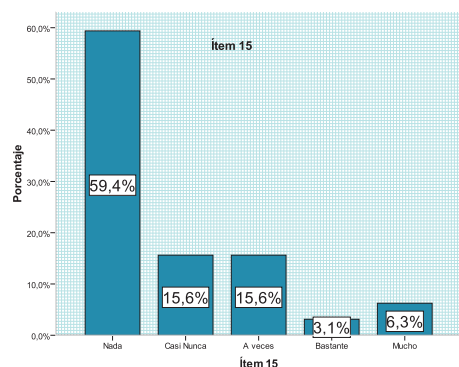
Contraste Hipótesis 5: Hay conexión entre la frecuencia de conexión y el rendimiento académico. Contrastaremos esta hipótesis a través de los ítems 6, 15, 16 y 18.

Ítem 6



		Ítem 6			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	3,1	3,1	3,1
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	18,8
	A veces	14	43,8	43,8	62,5
	Bastante	10	31,3	31,3	93,8
	Muchísimas Veces	2	6,3	6,3	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Ítem 15

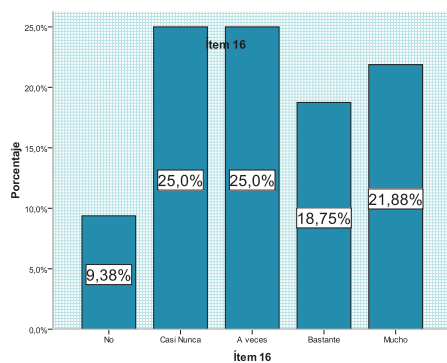


		Ítem 15			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada	19	59,4	59,4	59,4
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	75,0
	A veces	5	15,6	15,6	90,6
	Bastante	1	3,1	3,1	93,8
	Mucho	2	6,3	6,3	100,0
Total		32	100,0	100,0	



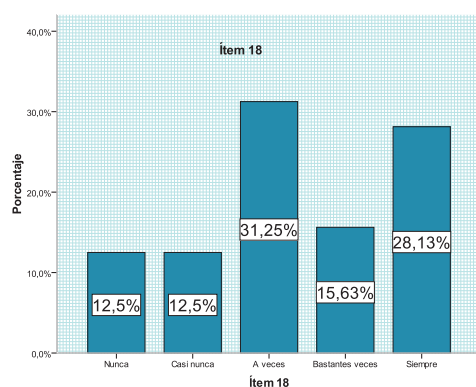
INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 16



		Ítem 16			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	3	9,4	9,4	9,4
	Casi Nunca	8	25,0	25,0	34,4
	A veces	8	25,0	25,0	59,4
	Bastante	6	18,8	18,8	78,1
	Mucho	7	21,9	21,9	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Ítem 18



		Ítem 18			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	4	12,5	12,5	25,0
	A veces	10	31,3	31,3	56,3
	Bastantes veces	5	15,6	15,6	71,9
	Siempre	9	28,1	28,1	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Visto los resultados, podemos establecer las siguientes conclusiones:

Las adolescentes encuestadas hablan con cierta frecuencia de sus estudios cuando se conectan a la red social.

Afirman en su gran mayoría, que no han notado cambios significativos en sus notas tras el uso de “Tuenti”, a pesar de reconocer que pasan más tiempo en internet a causa de esta red social.

De nuevo, expresan el uso de esta red como una herramienta de ocio para desconectar de sus estudios.

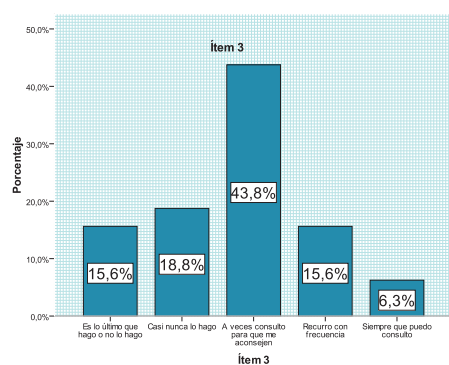
Dicho lo anterior **no podemos aceptar la hipótesis de trabajo planteada.**

Contraste Hipótesis 6: Las adolescentes actuales utilizan frecuentemente las redes sociales. Contrastaremos esta hipótesis a través de los ítems 3, 4, 5, 12, 14, 16 y 19.



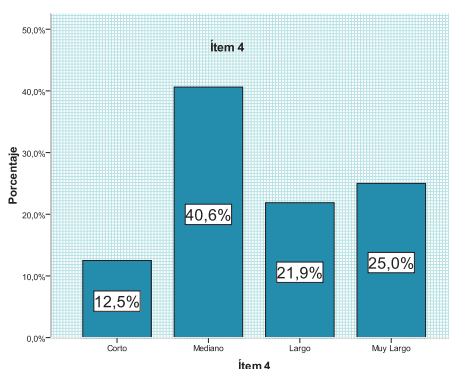
“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

Ítem 3



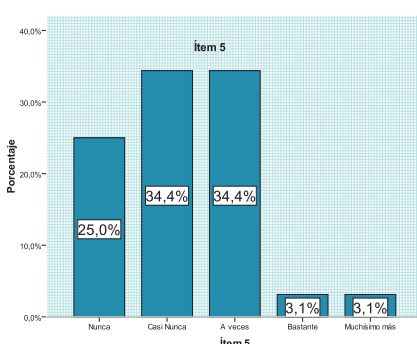
Ítem 3				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Es lo último que hago o no lo hago	5	15,6	15,6	15,6
Casi nunca lo hago	6	18,8	18,8	34,4
A veces consulto para que me aconsejen	14	43,8	43,8	78,1
Recurro con frecuencia	5	15,6	15,6	93,8
Siempre que puedo consulto	2	6,3	6,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 4



Ítem 4				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Corto	4	12,5	12,5	12,5
Mediano	13	40,6	40,6	53,1
Largo	7	21,9	21,9	75,0
Muy Largo	8	25,0	25,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 5

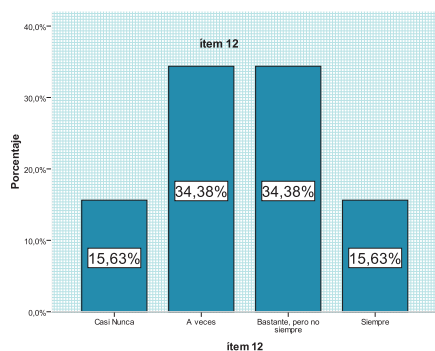


Ítem 5				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Nunca	8	25,0	25,0	25,0
Casi Nunca	11	34,4	34,4	59,4
A veces	11	34,4	34,4	93,8
Bastante	1	3,1	3,1	96,9
Muchísimo más	1	3,1	3,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	



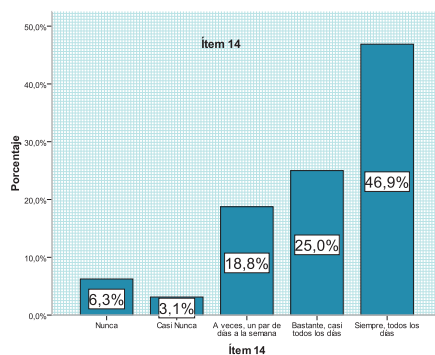
INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 12



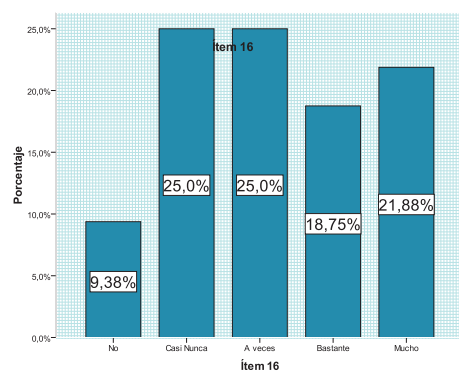
Ítem 12				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Casi Nunca	5	15,6	15,6	15,6
A veces	11	34,4	34,4	50,0
Bastante, pero no siempre	11	34,4	34,4	84,4
Siempre	5	15,6	15,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 14

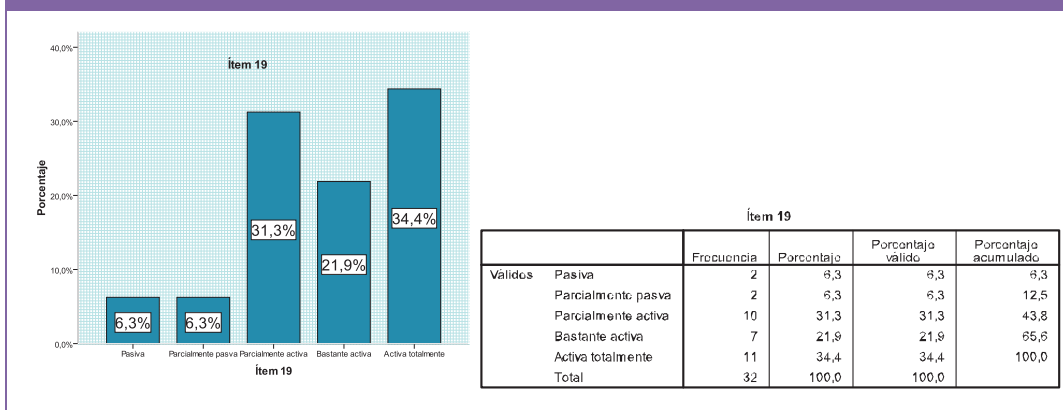


Ítem 14				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Nunca	2	6,3	6,3	6,3
Casi Nunca	1	3,1	3,1	9,4
A veces, un par de días a la semana	6	18,8	18,8	28,1
Bastante, casi todos los días	8	25,0	25,0	53,1
Siempre, todos los días	15	46,9	46,9	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 16



Ítem 16				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
No	3	9,4	9,4	9,4
Casi Nunca	8	25,0	25,0	34,4
A veces	8	25,0	25,0	59,4
Bastante	6	18,8	18,8	78,1
Mucho	7	21,9	21,9	100,0
Total	32	100,0	100,0	

**“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”****Ítem 19**

Una vez obtenidos los datos, podemos establecer algunas conclusiones:

Las adolescentes encuestadas se conectan a la red social “Tuenti” con el objetivo de pasar un buen rato charlando y compartiendo experiencias de su vida cotidiana con sus amigos.

Estiman permanecer en la red de aquí a varios años ya que es una de las actividades que les gusta hacer en su tiempo libre, sin restarle importancia a otras que realizan también al aire libre.

Por su parte, afirman que se conectan prácticamente todos los días desde que conocen la existencia de esta red, y que pasan más tiempo en Internet a causa de su utilización.

Por último, señalan que tienen una actitud activa en la red, intercambiando información y retroalimentando la información que dan sus amigos.

Dicho todo lo anterior, **aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.**

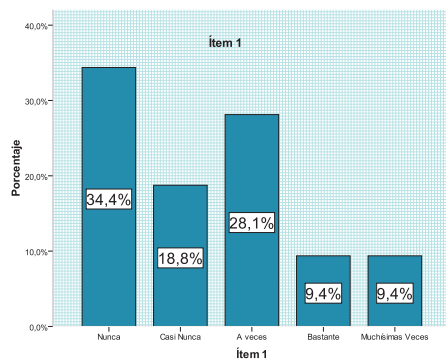
Contraste Hipótesis 7: Las adolescentes utilizan las redes sociales para estar en contacto con los pares.

Contrastaremos esta hipótesis basándonos en los ítems 1, 2, 5, 11, 13, 17 y 18



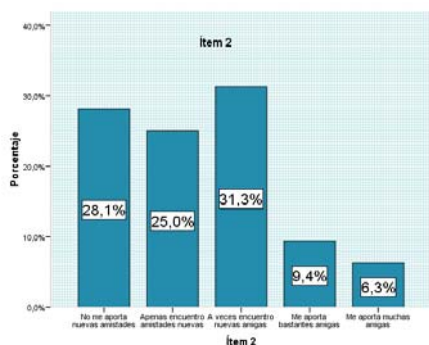
INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 1



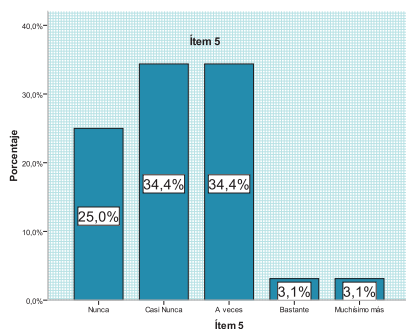
Ítem 1				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Nunca	11	34,4	34,4	34,4
Casi Nunca	6	18,8	18,8	53,1
A veces	9	28,1	28,1	81,3
Bastante	3	9,4	9,4	90,6
Muchísimas Veces	3	9,4	9,4	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 2



Ítem 2				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
No me aporta nuevas amistades	9	28,1	28,1	28,1
Apenas encuentro amistades nuevas	8	25,0	25,0	53,1
A veces encuentro nuevas amigas	10	31,3	31,3	84,4
Me aporta bastantes amigas	3	9,4	9,4	93,8
Me aporta muchas amigas	2	6,3	6,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Ítem 5

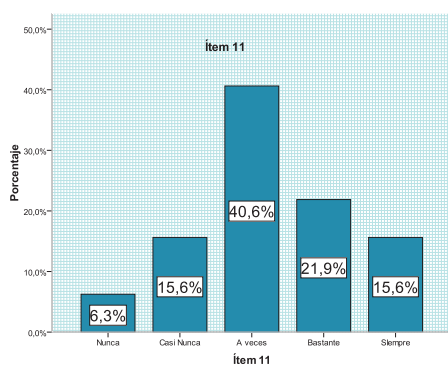


Ítem 5				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Nunca	8	25,0	25,0	25,0
Casi Nunca	11	34,4	34,4	59,4
A veces	11	34,4	34,4	93,8
Bastante	1	3,1	3,1	96,9
Muchísimo más	1	3,1	3,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	



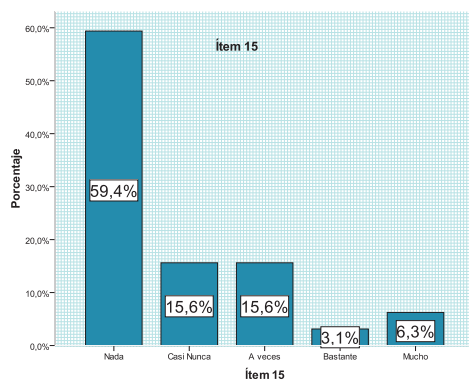
“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

Ítem 11



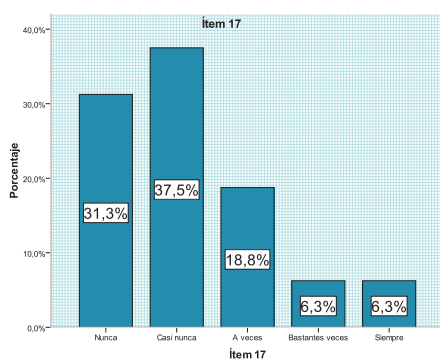
		Ítem 11			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	Nunca	2	6,3	6,3	6,3
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	21,9
	A veces	13	40,6	40,6	62,5
	Bastante	7	21,9	21,9	84,4
	Siempre	5	15,6	15,6	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Ítem 15



		Ítem 15			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	Nada	19	59,4	59,4	59,4
	Casi Nunca	5	15,6	15,6	75,0
	A veces	5	15,6	15,6	90,6
	Bastante	1	3,1	3,1	93,8
	Mucho	2	6,3	6,3	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Ítem 17

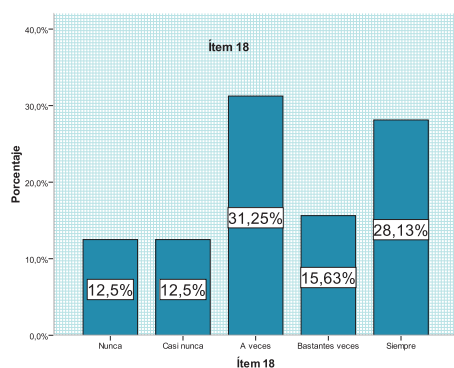


		Ítem 17			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos	Nunca	10	31,3	31,3	31,3
	Casi nunca	12	37,5	37,5	68,8
	A veces	6	18,8	18,8	87,5
	Bastantes veces	2	6,3	6,3	93,8
	Siempre	2	6,3	6,3	100,0
Total		32	100,0	100,0	



INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN UN MUNDO EN CRISIS Y CAMBIO

Ítem 18



Ítem 18				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valídos				
Nunca	4	12,5	12,5	12,5
Casi nunca	4	12,5	12,5	25,0
A veces	10	31,3	31,3	56,3
Bastantes veces	5	15,6	15,6	71,9
Siempre	9	28,1	28,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Teniendo en consideración los datos anteriores, podemos establecer las siguientes conclusiones:

Las adolescentes encuestadas no se conectan a la red social con frecuencia para buscar apoyo y sentirse mejor como personas ni buscando una vía de escape a sus problemas. No así, suelen conectarse en su tiempo de ocio. Cabe destacar, como hemos dicho en hipótesis anteriores, que no es la única actividad que, en general, deseen hacer en su tiempo de ocio, sino que prefieren hacer también actividades al aire libre.

Consideran que su grupo de iguales en “Tuenti” les distrae y les sirve para desconectar, sin que éste suela estar formado por personas que no conocen. Según indican los datos, estos grupos están compuestos por amigos y amigas de las encuestadas.

Las adolescentes añaden que, de forma mayoritaria, no han notado modificaciones en sus calificaciones escolares desde que usan esta red social.

Por último, y sintetizando lo anterior podemos observar que las encuestadas especifican que se conectan a la red social “Tuenti” para hablar con sus amigas, mientras desconectan de sus estudios.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, **aceptamos la hipótesis de trabajo planteada.**

CONCLUSIONES

1. El uso de las nuevas tecnologías, en concreto de las redes sociales, se ha comprobado que va aumentando progresivamente, sobre todo entre las adolescentes. Este fenómeno ha conseguido marcar tendencia en todos los aspectos de la vida de la adolescente.

2. La red social tuenti se ha convertido en una importante herramienta de ocio para las adolescentes, a través de la cual pueden contactar con sus iguales y comentar sus experiencias personales, sentimientos, emociones,...

3. La red social tuenti no la utilizan para la búsqueda de nuevas amistades, puesto que su interés radica en la conexión con su grupo de amigos para hablar de sus cosas.

4.- Las adolescentes no se conectan a la red para buscar apoyo emocional, o escapar a sus problemas o evadirse de una realidad personal conflictiva. Se conectan para compartir con sus amigos sus experiencias diarias.

5.- Las adolescentes no necesitan mostrarse como otra persona diferente e idealizada cuando se conectan a la red. Se muestran tal y como son, pues la comunicación siempre se da entre los amigos.



“¿PARA QUÉ UTILIZAN LAS ADOLESCENTES LAS REDES SOCIALES?”

6.- La conexión a la red social, en nuestra muestra, no afecta a su rendimiento académico, si bien es cierto que invierten gran parte de su tiempo en la utilización de esta red, ya sea para charlar con sus amigas/os o como medio de desconexión de los estudios.

7.- Las adolescentes participan de forma activa en la red social tuenti y consideran su futura permanencia en las mismas.

El objetivo de esta investigación consistía en identificar y analizar las motivaciones que llevan a las adolescentes a incorporarse y participar de la red social tuenti. Consideramos que lo hemos alcanzado al revelar algunos aspectos de la sociedad adolescente de hoy en día en lo que respecta a las tecnologías de la información y de la comunicación. Esto ha de servirnos para prestar especial atención a las nuevas necesidades que el uso de las redes sociales implica, y atender los posibles problemas que de ellas pueden surgir y comprender la importancia que ejercen sobre nuestras adolescentes. Debemos ser conscientes de lo que supone esta etapa de la vida, los cambios, las experiencias, la vulnerabilidad,... donde los grupos de pares se convierten en pilar y sustento fundamental de la personalidad de los adolescentes y las redes sociales juegan un papel crucial.

LINEA FUTURA DE INVESTIGACIÓN

Deseamos investigar posteriormente el rendimiento académico y la conexión a la red, viendo las calificaciones de las adolescentes obtenidas a través de los boletines dados por ellas o por la familia. Así como deseamos entrevistar a las familias para obtener datos sobre la estructura familiar de las adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Ballestrini, F., Marcon, A., Morduchowicz, R., Sylvestre, V. (2010). “Los adolescentes y las redes sociales”. *Ministerio de Educación de la Nación Argentina*.
- Castells, M. (2001): *La Galaxia de Internet Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona, Plaza & Janés.
- Carretero, M. (2000). *Psicología evolutiva 3. Adolescencia, madurez y senectud*. Madrid: Alianza.
- Erikson, E. (1968). *Identidad, juventud y crisis*. Buenos Aires: Paidós.
- Fajardo Caldera, M. I. Fajardo Caldera, M. I. (2004). Presiones internas y externas que influyen en quién es el adolescente. EN Fajardo Caldera y otros: *Infancia y Adolescencia: Desarrollo psicológico y propuestas de Intervención*. PSICOEX. Pág. 33 a 51
- Fajardo Caldera, M. I., Ruiz Fernández, M. I., Díaz Díaz, A. V., Vicente Castro, F., & Julve Moreno, J. A. (2002). *Psicología de la infancia y de la adolescencia: nuevos retos, nuevas respuestas*. Badajoz: PSICOEX.
- Prendes Espinosa, M^a P., Sánchez Vera, M^a M., Serrano Sánchez, J.L., (2011). “Modelos de interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales”. *EduTec-e. Revista electrónica de tecnología educativa*, n^o 35 pp2-5.
- Rubio Gil, A. (2011). “Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social”. *Revista Juventud y nuevos medios de comunicación*, n^o 88 pp 201-219.
- Santamaría González, F. (2008). “Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas”. *Revista TELOS*, n^o 76.
- Serapio Costa, (2006). “Realidad Psicosocial: La adolescencia actual y su temprano comienzo”. *Revista de estudios de juventud*, n^o16 pp12-20.
- Tapscott, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital: la generación Net*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Vicente Fajardo, J. (2010). *Trabajo en redes, nuevas tecnologías y conducta de ejecución eficaz en la organización y dirección de los equipos de trabajo*. Tesis doctoral. Universidad de Extremadura.