

GRADO DE EDUCACIÓN SOCIAL

Curso 2019-2020

**LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO MEDIO DE
SOCIALIZACIÓN ENTRE ADOLESCENTES**

Autora: Lucía Mariño Prieto

Directora: María Dosil Santamaría

En Leioa, a 28 de mayo de 2020

ÍNDICE

Introducción.....	3
1. Marco teórico.....	4
1.1. Origen del ocio	4
1.1.1. ¿Qué se entiende por ocio?.....	5
1.1.2. Distinción de ocio y tiempo libre.....	7
1.2. Influencia de las TIC en el ocio de las nuevas sociedades	7
1.2.1. ¿Qué son las Tecnologías de la Información y la Comunicación?	8
1.3. Redes Sociales y juventud.....	9
1.3.1. Frecuencias del uso de las redes sociales a nivel estatal	10
1.3.2. Frecuencias del uso de las redes sociales en la CAPV.....	11
1.3.3. Aspectos positivos y negativos del uso de las redes sociales	12
1.4. Educación Social y redes sociales	14
2. Metodología.....	15
2.1. Objetivo e hipótesis	15
2.2. Participantes	16
2.3. Instrumento para la recogida de datos	16
2.4. Procedimiento.....	17
2.5. Análisis de los datos	17
3. Resultados obtenidos.....	18
3.1. Frecuencias de las redes sociales habituales entre los y las adolescentes	18
3.2. Frecuencia de uso de las redes sociales	19
3.3. Frecuencia de uso de distintas actividades en las redes.....	21
3.4. Perfil particular de cada individuo en las redes sociales	23
3.5. Medidas de seguridad en las redes sociales	24
3.6. Actitudes sexistas y de acoso en las redes sociales	25
4. Discusión y conclusiones	29
5. Ética profesional y protección de datos.....	31
6. Referencias bibliográficas	33
7. A N E X O S	36
Anexo 1. Carta de solicitud para utilizar el cuestionario.....	36
Anexo 2. Autorización para divulgar el cuestionario.....	40
Anexo 3. Certificado de participación en el Congreso Internacional Virtual en Inclusión Social y Educativa.....	38

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO MEDIO DE SOCIALIZACIÓN EN ADOLESCENTES

Lucía Mariño Prieto

UPV/EHU

No todas las personas tienen las competencias necesarias para llevar a cabo un uso responsable de las nuevas tecnologías, en las que se engloban las redes sociales, entendidas como una nueva forma de ocio y socialización, específicamente entre adolescentes. Por ello, este estudio se centra en analizar el impacto de las redes sociales en el colectivo juvenil, concretamente en una muestra de 264 jóvenes ($M=21.6$; $DT=3.02$). Aunque las redes sociales llevan tiempo formando parte de la vida de los y las adolescentes, los resultados muestran que sigue faltando concienciación sobre los riesgos a los que pueden exponerse.

Ocio, redes sociales, adolescentes, socialización, riesgos

Not everyone has the necessary skills to make responsible use of new technologies, which include social networks, understood as a new form of leisure and socialization, specifically among adolescents. Therefore, this study focuses on analyzing the impact of social networks on the youth group, specifically in a sample of 264 young people ($M=21.6$; $DT=3.02$). Although social networks have long been part of the lives of adolescents, the results show that there is still a lack of awareness of the risks to which they may be exposed.

Leisure, social networks, adolescents, socialization, risks

Pertsona guztiek ez dituzte teknologia berrien erabilera arduratsua egiteko behar diren gaitasunak. Teknologia horietan sare sozialak sartzen dira, eta horiek aisialdirako eta sozializatzeko modu berri gisa ulertzen dira, bereziki nerabeen artean. Horregatik, azterlan honek sare sozialek gazteen kolektiboan duten eragina aztertzen du, zehazki 264 gazteren lagin batean ($M=21.6$; $DT=3.02$). Sare sozialek denbora daramate nerabeen bizitzaren parte izaten, baina emaitzek erakusten dute oraindik ere ez dagoela kontzientziatorik egon daitezkeen arriskuei buruz.

Aisialdia, Sare sozialak, nerabeak, sozializazioa, arriskuak

Introducción

Gran parte de las sociedades actuales se ven influenciadas por todas las posibilidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Uno de los ámbitos es el del ocio, en el que se crean nuevas formas basadas en las nuevas tecnologías. Éstas, permiten gestionar tanta información y realizar tantas actividades, que los individuos pueden llegar a olvidarse de los riesgos que existen en la red. Asimismo, las nuevas tecnologías, modifican muchas de las actividades cotidianas, como, por ejemplo, el modo de socialización de la población general. Aunque es el colectivo juvenil, quien ha crecido rodeado de tecnologías, teniendo al alcance un campo social muy amplio gracias a las redes sociales, que permiten la socialización con cualquier persona, en cualquier momento y desde cualquier parte del mundo (Naval, Sádaba y Bringué, 2003). Además, hoy en día, las redes sociales son incomparables como modo de socialización en los y las adolescentes (Aladro, Valbuena y Padilla, 2012). Debido a esto, es necesaria una concienciación de todos los riesgos a los que pueden exponerse mediante estas plataformas digitales, por ello, debe establecerse una buena alfabetización digital, tanto en los jóvenes como en los adultos.

Para poder tratar todas estas cuestiones, se plantea una investigación basada en un estudio descriptivo sobre el impacto que tienen las redes sociales en el colectivo juvenil de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Para ello, el trabajo se divide en tres partes. En primer lugar, se recoge el marco teórico, en el que se definen algunos de los conceptos más relevantes para la investigación. Se define el ocio y se realiza un recorrido histórico del concepto, se explica qué son las TIC y sus características, se habla sobre el objeto de estudio de la investigación, las redes sociales; en el colectivo juvenil. Para terminar con los conceptos, se reflejan las ventajas y los riesgos que conlleva el uso de las redes sociales. En la segunda parte de la investigación, se exponen todos los datos relevantes de la metodología, los y las participantes del estudio, el instrumento utilizado y el procedimiento seguido. Por último, se describe el análisis de los datos obtenidos, al mismo tiempo que se presentan las conclusiones a las que se ha llegado.

1. Marco teórico

1.1. Origen del ocio

Al ser un término polisémico, el ocio se define de formas muy diferentes. Por ello, es interesante conocer todos los significados que ha tenido a lo largo del tiempo (Red Estatal de Ciudades Educadoras, 2009).

En palabras de Milagros (2019), el ocio se concibe como un término heterogéneo que ha sido objeto de estudio desde sus orígenes, variando según las ideologías o disciplinas. Para Juniu (2008), el ocio se entiende como “la ocasión para la realización de la excelencia en todas las cosas” (p.68). En la antigüedad, los griegos lo asociaban directamente con “la buena vida” y con los valores supremos del mundo. En cambio, en Roma se entendía como un tiempo para descansar tras las actividades colectivas y como una táctica para apoyar el trabajo, entendido como un fin en sí mismo. A esta situación se le denominó “Otium”, refiriéndose a cualquier momento en el que no se tenían obligaciones públicas o privadas y podían dedicar el tiempo a las actividades que se quisiera (Hernández, 2012). A continuación, en la Tabla 1 recogida del Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto, se refleja el recorrido cronológico del concepto de ocio (Juniu, 2008).

Tabla 1
Perspectiva histórica

PERIODO HISTÓRICO	ANTIGUA GRECIA	ROMA	EDAD MEDIA	PURITARISMO	REVOLUCIÓN INDUSTRIAL	POST-INDUSTRIALISMO	REVOLUCIÓN DIGITAL
CONCEPTOS	Concepto de ideal y contemplación. “Buena vida”	Concepto utilitario. Tiempo para la recuperación. “Otium”	Concepto de nobleza, lujo y placer.	Concepto de ética del trabajo protestante	Concepto de diversión para incrementar la producción	Concepto de consumismo y mercado	Nuevas formas de interacción social

En la Edad Media, al concepto se le otorgó un valor jerárquico con el que se diferenciaban las clases altas de las bajas; los nobles disfrutaban de él mientras que los pobres trabajaban. En la época puritana, al otorgar un valor religioso al trabajo, el ocio se consideraba pecado, inactividad y pérdida de tiempo. Más tarde, en la revolución industrial, las jornadas de trabajo eran tan amplias, que no se diferenciaba el tiempo de trabajo, el tiempo para recargar energía y el tiempo dedicado a actividades sociales, culturales o intelectuales (Primo, 2017). A raíz de ello, se produjeron movimientos de los

trabajadores, que conllevaron a una reducción del tiempo de trabajo y a horas libres que dedicar al ocio (Juniu, 2008). Tras esto, en la post-industrialización, se comercializó el ocio y se produjo un gran consumismo de éste (Hemingway, 1996, citado por Juniu, 2018). Después comenzó la época actual, la revolución tecnológica, donde el conocimiento se obtiene de forma inmediata a través de un entorno virtual (Cancelo y Alonso, 2007). Uno de los elementos característicos de esta época es el ocio digital, aquel ligado a las nuevas tecnologías que se disfruta y experimenta a través de dispositivos tecnológicos (Viñals, Abad y Aquilar, 2014).

1.1.1. ¿Qué se entiende por ocio?

Una de las definiciones más tradicionales del concepto es la siguiente:

El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales, para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o su formación desinteresada, o para participar voluntariamente en la vida social de su comunidad (Llull, 2011, p. 3).

Al mismo tiempo, Cuenca (2014) indica que es todo lo que se realiza libre y voluntariamente porque se disfruta de ello y, además, debe partir de la motivación y la voluntad. Asimismo, Cuenca (2000) sugiere que es una forma de expresión personal, puesto que refleja la manera de ser y de expresarse. El concepto está compuesto por tres elementos principales que, según García, Hernández, Oña, Godoy y Rebollo (2001), son “un marco temporal determinado, una serie de actividades a realizar y las actitudes concretas y personales de cada sujeto” (p. 146). También se distinguen varios niveles en cuanto al aprovechamiento del ocio, los cuales se explican a continuación en la Tabla 2, recogida del texto *Pedagogía del Ocio* (Llull, 2011).

Tabla 2
Niveles de ocio

NIVEL SUPERIOR		FORMACIÓN
↑	OCIO	ENTRETENIMIENTO
		DESCANSO
	OCIOSIDAD	ABURRIMIENTO
NIVEL INFERIOR		CONSUMO

En el nivel superior se encuentra el ocio de formación, dedicado a actividades que enriquecen espiritualmente a la persona. El nivel de entretenimiento se dedica a las aficiones que elige el individuo de manera espontánea. El ocio de descanso se basa en el simple hecho de reponer fuerzas, tanto físicas como psíquicas. El nivel del aburrimiento se establece dentro del concepto de ociosidad y se caracteriza por ser un estado de inactividad. Y, por último, el nivel de consumo vuelve a englobarse en el término de ociosidad. Se trata de la etapa en la que la persona delega su tiempo de ocio en empresas de servicios y en la industria del ocio (Llull, 2011).

A continuación, en la Figura 1 se recogen las características del ocio, las cuales se reflejan en la Carta Internacional para la Educación del Ocio (1993). Éstas, se desarrollaron por la World Leisure and Recreation Association (WLRA)[Asociación Mundial del Ocio y Recreación]. La propuesta se realizó en Jerusalén en 1993, en un seminario sobre educación del ocio. El objetivo de la carta fue informar globalmente sobre el significado y los beneficios del ocio y de la educación (Red Estatal de Ciudades Educadoras, 2009).



Figura 1. Características del ocio

Como se puede observar, se entiende el ocio como un área específica de la experiencia humana que, además, proporciona beneficios propios, como la libertad de elección, la creatividad, la satisfacción, el disfrute, el placer y una mayor felicidad. También se trata de un concepto asociado directamente con la calidad de vida y el aumento de ésta, que se consigue a través de la realización de actividades individuales o grupales. Al ser esencial para la experiencia humana se considera como un derecho humano básico, accesible para

cualquier persona. Aunque, solo es favorecedor si se garantizan las condiciones básicas de una vida digna, como la seguridad, la comida, la educación, etc. Igualmente, el disfrute del ocio se valora como un gran aliado para combatir las situaciones de stress o de aburrimiento, influyendo directamente en el bienestar físico, mental y social (Red Estatal de Ciudades Educadoras, 2009).

1.1.2. Distinción de ocio y tiempo libre

La diferenciación entre ocio y tiempo libre se entiende como uno de los aspectos con mayor controversia a la hora de establecer el concepto de ocio. Por ello, en este apartado se pretende clarificar cada concepto.

El ocio se percibe como una forma positiva de utilizar el tiempo libre (Sarrate, 2008), convirtiéndose éste último en ocio cuando se emplea en algo que agrada al individuo. Por otra parte, el tiempo libre se reconoce como un espacio dentro del tiempo global, en el que se hace referencia a las horas que quedan una vez terminadas las labores obligatorias, ya sean de índole laboral, social o personal, siendo dentro de este espacio donde se enmarca el ocio (Espejo, 1998; Milagros, 2019). Aunque, Trilla (1993) menciona que una gran parte de las horas exentas del trabajo, se destinan a obligaciones y compromisos, por lo que no todo el tiempo libre puede dedicarse al ocio.

1.2. Influencia de las TIC en el ocio de las nuevas sociedades

La aparición de internet, la digitalización y las redes interconectadas a escala global, se encuentran entre las principales características de las sociedades actuales y también se perciben como las causantes de grandes modificaciones sociotécnicas, tal y como se ha dado en el ocio.

Con el objetivo de englobar todos los cambios en un mismo término, las sociedades contemporáneas han recibido distintos nombres, como “sociedad red”, “sociedad digital”, “sociedad de la información” o “sociedad del conocimiento” (Sacristán, 2018). Cabe decir que, autores como Araiza (2012) plantean una diferenciación entre sociedad de la información y la del conocimiento. La primera se relaciona en mayor medida con los avances tecnológicos, mientras que la del conocimiento con la transformación social, cultural, económica y política, es decir, la sociedad de la información se caracteriza como una etapa previa a la sociedad actual, la cual llevará a la del conocimiento. Aunque, Barroso (2013) expresa que la sociedad de la información no siempre conlleva a la del

conocimiento. Es más, plantea que pueda crearse una brecha digital por las diferentes competencias de las personas sobre las nuevas tecnologías.

Por otra parte, tal y como se ha comentado al principio del apartado, las formas de ocio se han visto influenciadas por las TIC, tanto en las actividades en sí como en la manera de realizarlas y disfrutarlas (Viñals, 2013).

Esto se refleja, por ejemplo, en que se han creado nuevas experiencias de ocio ligadas al ciberespacio, que se entiende como un espacio virtual donde se encuentran variedad de actividades y experiencias de ocio, las cuales han pasado a denominarse “ocio conectado” (Castells, 2006, citado por Viñals, 2016). Esta situación, ha hecho que las personas hayan sido testigo de la digitalización de las prácticas de ocio tradicionales, pero también de la creación de nuevos ocios ligados al espacio virtual (Viñals, 2016). A continuación, en la Tabla 3, se realiza la diferenciación entre el ocio tradicional digitalizado y los nuevos ocios digitales conectados (Viñals, 2013).

Tabla 3
Ocio tradicional digitalizado y nuevos ocios digitales conectados

OCIO TRADICIONAL DIGITALIZADO	NUEVOS OCIOS DIGITALES CONECTADOS
Videojuegos online	Redes sociales
Música en la “nube”	Blogs
Cine 3D	Wikis
Publicaciones digitales	Comunidades virtuales

El ocio tradicional digitalizado se basa en aquellas actividades de ocio que se han vuelto digitales, como el hecho de leer, que hoy en día se puede hacer mediante soportes electrónicos. En cambio, los nuevos ocios digitales se entienden como el conjunto de actividades que ofrece la red, como por ejemplo las redes sociales

1.2.1. ¿Qué son las Tecnologías de la Información y la Comunicación?

Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se clasifican como elemento primordial en la era digital; principalmente porque millones de personas acceden y manipulan grandes cantidades de información a través de ellas (Sánchez-Torres, 2005). Asimismo, han abierto puertas que nadie hubiera imaginado, convirtiendo a las personas en usuarios y usuarias activas, otorgándoles la capacidad de escoger los contenidos en función de sus necesidades (Marín y Ángel, 2010).

Para Baelo y Cantón (2009), se entienden como:

una realización social que facilitan los procesos de información y comunicación, gracias a los diversos desarrollos tecnológicos, en aras de una construcción y extensión del conocimiento que derive en la satisfacción de las necesidades de los integrantes de una determinada organización social (p.2).

A continuación, en la Tabla 4, recogida de «Las TIC como mediadoras en el aprendizaje de la biología», se reflejan las características del concepto según los autores Acosta y Riveros (2012):

Tabla 4
Características de las TIC

CARACTERÍSTICAS	DEFINICIÓN
Inmateriales	Los medios electrónicos facilitan el trabajo de datos (Cabero, 2000, citado por Acosta y Riveros, 2012).
Interconexión	Pueden utilizarse de forma independiente o interconectada. Son flexibles y adaptables a las necesidades.
Interactividad	Intercambio de roles del emisor y receptos según la situación. No son unidireccionales.
Instantaneidad	Facilitan la conexión con cualquier parte del mundo y en cualquier momento y lugar.
Elevados parámetros de calidad y sonido	Superan los fallos e interrupciones a la hora de transmitir la información.
Digitalización	Permiten traducir la información a dígitos.
Capacidad de penetración	Se encuentran en todos los sectores de la vida de una persona.
Nuevos códigos y lenguajes expresivos	Hace referencia a la capacidad y al conocimiento de las personas para utilizar las TIC
Capacidad de almacenamiento	Posibilitan el almacenamiento y la recuperación de grandes cantidades de información.

1.3. Redes Sociales y juventud

Una red social se define como un lugar en Internet donde se puede publicar todo tipo de información, ya sea personal o profesional, con el fin de compartirla con otras personas, conocidas o desconocidas (Celaya, 2008). Se utilizan para variedad de situaciones, como hacer amigos/as, subir fotos, buscar pareja, etc., y normalmente se accede a ellas mediante el móvil. Además, gracias a ellas las personas se convierten tanto en receptores como productores de contenido (Urueña, Ferrari, Blanco y Valdecaza, 2011).

Ahora bien, ¿quiénes son los principales usuarios/as de las redes sociales? Urueña et al. (2011), afirman que los y las jóvenes se convierten en las y los principales consumidores de redes sociales, ya que el grupo de edad comprendido entre los 19 y los 25 años se observa como el que mayor uso medio de redes sociales hace, concretamente un 2,56 de redes de media. El Observatorio Vasco de la Juventud (2019), también se refiere a que son las personas jóvenes las que se relacionan habitualmente mediante las redes sociales. Por juventud, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2019) entiende a las personas incluidas dentro del rango de edad de 15 a 24 años. Asimismo, este colectivo se denomina nativos digitales, es decir, aquellos hablantes nativos del lenguaje digital de los ordenadores, los videojuegos y de Internet que han nacido rodeados de tecnología. Asimismo, todas las demás personas nacidas fuera de la era digital se denominan inmigrantes digitales (Prensky, 2001).

1.3.1. Frecuencias del uso de las redes sociales a nivel estatal

El Ministerio del Interior (2014) recoge los siguientes datos; un 58.8% del colectivo juvenil entrevistado utiliza Internet todos los días y un 25.7% casi todos los días. En cuanto al número de horas dedicadas, un 9.7% utiliza internet menos de una hora al día, un 41.9% afirma que lo utiliza entre una y dos horas y un 22.5% más de tres horas al día.

El móvil se convierte en el dispositivo tecnológico para acceder a Internet, utilizado habitualmente por un 30.4%, mientras que un 28% accede desde el ordenador de sus padres. En relación con las redes sociales, un 66.2% tiene perfil en una red social y un 33.8% no. Además, un 68.7% tiene un perfil o más de uno en las redes sociales. En cuanto a la privacidad, un 48% expresa que su perfil es privado y solo tienen acceso a él sus amigos y amigas, mientras que un 16.5% lo tiene público y todo el que quiera puede verlo. Cada persona escoge qué contenidos quiere que aparezcan en su perfil y, en este caso, un 65.4% de los y las encuestadas dicen tener una foto de perfil con su cara, un 44.7% tiene su apellido y un 29.7% su edad real. En cambio, un 31.6% tiene una imagen que no refleja su identidad, un 19.9% tiene puesta una edad falsa y un 9.3% pone datos sobre su persona que no son reales.

En cuanto al acoso, un 12.9% reflejan que alguien les ha herido o desagradado a través de internet en los últimos 12 meses y un 82.7% dice no haber tenido ninguna situación así. Las personas a las que sí les ha ocurrido, afirman que fue a través de aplicaciones de

mensajería como Whatsapp (55.9%) o a través de redes sociales como Twitter o Facebook (39.0%). En referencia a las pautas de uso, un 88.6% dice que ha recibido consejo sobre cómo usar de forma segura internet por parte de sus progenitores, un 68.8% por parte de sus profesores y profesoras, mientras que un 2.1% dice no haber recibido ningún tipo de consejo.

En relación a la red social, la más utilizada por los y las adolescentes es Instagram, esta red social consta a nivel mundial con 246 millones de perfiles que corresponden a edades entre los 18 y los 24 años (Sirgo, 2019).

1.3.2. Frecuencias del uso de las redes sociales en la CAPV

A nivel de la CAPV, el Observatorio Vasco de la Juventud (2019), recoge datos sobre la población juvenil y el uso que le dan a las redes sociales.

En cuanto al número de redes sociales que utiliza la juventud de Euskadi, la totalidad afirma que tiene cuenta en alguna red social o en alguna red de mensajería; es más, el 51.5% de la juventud dice tener perfil en 3 o 4 redes sociales. Las principales redes sociales que utilizan son Youtube (plataforma para compartir vídeos), siendo un 99.2% los que afirman que se conectan alguna vez. De las aplicaciones de mensajería para teléfonos móviles, las más utilizadas son Whatsapp, Telegram o Line, utilizadas por un 99,1% de las personas jóvenes. Por otra parte, solo un 5% utilizan redes sociales de contacto para hablar y tener citas, como pueden ser Tinder o Meetic.

Respecto a la frecuencia de uso de las distintas redes sociales, un 98.2% de la juventud utiliza redes de mensajería a diario o casi a diario. También se conectan diariamente a Instagram un 74.1% de los y las jóvenes, ocupando ésta la segunda posición, por detrás de las aplicaciones de mensajes.

Referente al sexo y excluyendo Whatsapp, puesto que en ambos es la primera aplicación más utilizada, se observa que las tres redes más utilizadas por las chicas de entre 15 a 19 años son, por orden de uso, Instagram, Youtube y Snapchat. En cambio, los chicos de la misma edad utilizan Youtube, Instagram y, en última posición, Twitter.

El orden de preferencia para las chicas de 20 a 24 años es Instagram, Youtube y Facebook y, para los chicos, Youtube, Instagram y Facebook.

En cuanto a la edad, el Observatorio Vasco de la Juventud (2016), concreta que los y las jóvenes de entre 15 a 19 años son los que utilizan más redes sociales, conectándose

de media a 3 o 4. A mayor edad, la media de redes y su uso disminuye, ya que las personas de 20 a 24 años utilizan tres redes, mientras que los jóvenes comprendidos entre los 25 y los 29 años utilizan 2,5 redes. Así, se observa que, cuanto más edad, menos frecuencia de uso se realiza de las mismas.

Para concluir, la juventud se quedaría con Instagram como red social favorita, puesto que, en total, el 52,1% de la juventud de 15 a 29 años respondieron Instagram.

1.3.3. Aspectos positivos y negativos del uso de las redes sociales

Tal y como menciona el Observatorio Vasco de la Juventud (2019), las nuevas tecnologías se convierten en facilitadoras de los procesos de la vida cotidiana, además de mediante ellas se crean nuevas posibilidades. Sobre todo, entre las y los jóvenes, que se relacionan habitualmente con las redes sociales. Esto se puede deber a que el colectivo se siente atraído por Internet porque les ofrece respuestas y recompensas inmediatas, interactividad y muchas ventanas con distintas actividades (Echeburúa y De Corral, 2010). Aunque puede ser de gran utilidad, se tiene que ser consciente de los riesgos y desafíos a la hora de utilizar las tecnologías y más en particular, las redes sociales.

1.3.3.1. Aspectos negativos

Según Arab y Díaz (2014), el anonimato y el falseamiento de identidad que se da en Internet y en las redes sociales, conlleva en ocasiones a que aparezcan conductas inapropiadas, como el exhibicionismo, la agresividad, el engaño, etc. Los mismos autores señalan algunos de los peligros a los que se puede exponer cualquier persona, estos son:

(1) *Grooming*, se trata de un conjunto de estrategias que realiza una persona para ganarse la confianza de algún adolescente a través de internet. De esta forma adquiere poder y control sobre el joven o la joven, con el fin de abusar sexualmente de él/ella; (2) *Cyberbullying*, se refiere a la violencia virtual, es decir, cuando una persona ejerce violencia sobre otra a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería. Generalmente, esta violencia se da desde el anonimato, ejerciéndose un constante daño que genera un gran impacto sobre la víctima. Los datos recogidos por Fernández, Peñalva y Irazabal (2015) en su estudio, muestran que el 9.4% de los y las jóvenes han recibido amenazas por correo electrónico y que el 13.7% ha sido insultado a través de la red. Por último, un 12,3% afirma haber insultado ellos mismos a otros compañeros y compañeras. Igualmente, el estudio realizado por Del Río, Sádaba y Bringué (2010) refleja que el 5%

de los menores de entre 10 y 18 años han perjudicado a alguien en Internet, ya sea a través de fotos, vídeos o comentarios. Al mismo tiempo que un 8% de los menores dicen haber sido perjudicados en Internet por terceras personas, siendo las chicas más atacadas que los chicos; (3) *Sexting*, se trata de compartir imágenes o vídeos de contenido sexual, personal o de otros por medio del teléfono e Internet. El riesgo se da si el contenido se publica y viraliza sin permiso de la persona. Según un estudio realizado por (Rodríguez, Alonso, Lameiras y Faílde, 2018), las conductas de Sexting se realizan más por parte de las chicas, aunque muchas de ellas aluden que lo hacen, o bien para mantener su relación porque su pareja se lo pide, o porque quieren conseguir una relación afectiva. En definitiva, muchas de ellas recalcan que lo hacen por una coacción por parte de personas que le gustan o de sus propias parejas; (4) *Ciberadicción o conducta adictiva a Internet*, uno de los riesgos a los que se expone el colectivo juvenil se basa en desarrollar una conducta adictiva a internet debido al uso abusivo de las redes sociales. Spada (2014, citado por Arab y Díaz, 2014), lo definen como un patrón de comportamiento mediante el que la persona pierde el control del uso de Internet. Según la Fundación Mapfre (2014) un 21.3% de las y los adolescentes españoles ya están en riesgo de sufrirlo. Echeburúa y De Corral (2010), dicen que cuando se abusa de la tecnología, se genera el aislamiento, la ansiedad, consecuencias en la autoestima y la pérdida de control.

1.3.3.2. Aspectos positivos

A pesar de los riesgos existentes, cuando se realiza un uso adecuado de las redes sociales e Internet en general, estos pueden llegar a ser un gran aliado en el día a día de las personas. Por ello, Veloz (2017) menciona los siguientes beneficios de un uso correcto: (1) *Educación*, las redes sociales se utilizan para mejorar la comunicación entre el alumnado y el profesorado. Además, proporcionan grandes beneficios para el sistema educativo, puesto que generan un gran interés entre los y las estudiantes, por lo que se tratan como una buena propuesta didáctica que incorporar (Durango, 2014); (2) *Comunicación*, posibilitan la comunicación social con cualquier persona del mundo y en cualquier momento. Aparte, como mantiene Veloz (2017) “la comunicación en red ha sido explorada como instrumento de activación de movimientos sociales y culturales como la lucha de los derechos humanos, feministas, ambientalistas, etc.”; (3) *Oportunidades laborales*, algunas empresas buscan información de sus posibles empleados a través de las redes sociales para tener más datos sobre ellos; (4) *Entretenimiento*; se proporcionan variedad de aplicaciones y redes sociales distintas, se

dan muchas opciones entre las que elegir para distraerse y entretenerse donde y cuando se quiera.

1.4. Educación Social y redes sociales

La educación formal y no formal se convierte en esencial para evitar que los riesgos comentados anteriormente se den en la vida de las personas. En este sentido, las TIC se convierten en favorecedoras de los procesos educativos, puesto que pueden ser utilizadas para interiorizar en las personas los riesgos que pueden conllevar las redes sociales.

Como plantea Pérez (2010):

Toda tecnología que trate de información, comunicación o conocimiento es objeto de interés educativo; aparecen nuevos formatos audiovisuales, nuevas herramientas específicas para la educación, nuevas fuentes de información y conocimiento y nuevas didácticas que se han de analizar críticamente (p. 1).

Que las nuevas tecnologías se integren en el contexto académico conlleva que los sistemas educativos trabajen desde una perspectiva diferente. Se hace necesario educar y capacitar a todas y todos de forma eficaz en el uso de las tecnologías, proporcionado herramientas y habilidades para gestionar la información y los nuevos conocimientos adquiridos a través de las TIC. Es decir, se trata de educar en la alfabetización digital, la cual, para Avellano, López, Cañedo, Álvarez, Granados y Obando (2013), se entiende como:

El uso apropiado de las tecnologías de la información y las comunicaciones digitales para indagar, identificar, acceder, fragmentar, procesar, gestionar, integrar, sintetizar, analizar y evaluar la información, así como los diferentes recursos digitales, con la finalidad de construir nuevos contenidos individuales, colaborativos y cooperativos a través de estos espacios para que sea socializados y compartidos con la comunidad digital (p. 453).

Aparte, la alfabetización digital se sustenta en tres principios: el uso de la tecnología, la comprensión crítica de la misma y la creación y comunicación del contenido digital en diferentes formatos. El primero de ellos, se refiere a la competencia tecnológica de cada persona a la hora de usar las distintas herramientas tecnológicas, como el ordenador, hojas de cálculo o internet. El segundo de ellos, la comprensión crítica se basa en tener la habilidad de comprender, contextualizar y evaluar críticamente todos los contenidos digitales que se encuentran en internet. El tercer principio se trata de la capacidad para

ver, crear y seleccionar las herramientas tecnológicas que sean necesarias de acuerdo con el contexto y con el público al que vaya dirigido el contenido (Arrieta y Montes, 2011).

Desde la Educación Social, también puede trabajarse la alfabetización digital, con el fin de que todos los individuos con los que se intervenga adquieran esta capacidad. Principalmente porque que la misión de estos y estas profesionales es facilitar a las personas su adaptación a la sociedad, proporcionándoles herramientas para la socialización que, actualmente, se realiza en gran medida a través de las TIC. Esto se basa principalmente en que a través de ellas se mantiene todo tipo de comunicación, con las personas y con las instituciones (Sampedro, 2015). Para que esto se dé, las y los educadores/as sociales tienen que dotarse previamente de los procesos que pueden realizarse con las tecnologías, con el fin de filtrar y gestionar toda la información existente en la red. Una vez adquiridos los conocimientos necesarios sobre las TIC, se podrán transmitir a las personas con las que se trabaje, otorgándoles la competencia digital necesaria para la inclusión en la sociedad (Sampedro, 2015).

Además, gracias a la alfabetización digital y a la adquisición de las competencias necesarias, se disminuirá la brecha digital, que se define como las diferencias socioeconómicas entre la gente que tiene acceso y conocimiento sobre las TIC y la gente que no. Esta brecha puede llegar a considerarse otro motivo más de exclusión, por lo que los y las profesionales de la Educación Social tienen la labor de educar digitalmente a los individuos con los que se realiza la intervención con el fin de capacitar a todas las personas integrantes (Pérez, 2010).

2. Metodología

El tipo de diseño metodológico es descriptivo. Asimismo, destacar que en este apartado se recoge, por un lado, el objeto de investigación y las hipótesis planteadas, por otro lado, la muestra, el instrumento y el procedimiento y, por último, los resultados obtenidos y las conclusiones.

2.1. Objetivo e hipótesis

Objetivo

- Analizar el impacto de las redes sociales en adolescentes de la CAPV

Hipótesis

1. Los y las adolescentes menores de 20 años utilizan con mayor frecuencia las redes sociales que los mayores de 25, siendo Instagram una de ellas
2. El colectivo juvenil pasa muchas horas conectado a las redes sociales
3. Algunas personas utilizan las redes sociales para acosar o humillar
4. Son más los chicos los que realizan sexting a través de las redes, ya sea con su pareja o con desconocidos/as

2.2. Participantes

La muestra está compuesta por 264 jóvenes de Euskadi. Un 37.5% (n= 99) tienen una edad comprendida entre los 16 y los 20 años, un 50% (n=132) entre 21 y 25 años y un 12.5% (n= 33) mayores de 26 años ($M= 21.6$; $DT= 3.02$). En cuanto al género, un 26.1% (n= 69) se definen como chicas, un 72.7% (n= 192) como chicos y, un 1.1% (n= 3) como otros. Por último, de los 264 adolescentes, un 90.5% (n= 239) viven en Vizcaya, un 5.3% (n= 14) en Álava y un 4.2% (n= 11) en Guipúzcoa.

2.3. Instrumento para la recogida de datos

La herramienta empleada fue un cuestionario con el que se recogieron las diferentes opiniones de los y las adolescentes en cuanto al uso de las redes sociales.

El cuestionario¹ fue creado por el Observatorio Vasco de la Juventud (2019), con ayuda de dos expertas en redes sociales que les orientaron sobre los aspectos relevantes a tener en cuenta. Se trata de un cuestionario mayoritariamente formado por preguntas estructuradas y cerradas. A través de éste, se analizan dimensiones relacionadas con las redes sociales. Una de ellas se refiere a las redes de mayor uso; ítems (FR0, FR1, FR2, FR3, FRE4, FR5, FR6, FR7, FR8, FR9, FR10, FR12,.) por ejemplo, Instagram, Facebook, Snapchat o Twitter. Otra dimensión se refiere a la frecuencia de uso de las actividades de las redes sociales; ítems (A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A14, A15), por ejemplo, ver series o películas, escuchar música, leer la prensa, escuchar podcasts. Las respuestas se puntúan en una escala Likert de cinco puntos: 1 (No contesta), 2 (Nunca), 3 (Con menor frecuencia), 4 (Al menos un día a la semana) y 5 (Todos o casi todos los días). La siguiente dimensión se basa en el perfil personal en las redes sociales;

¹ A continuación dejo el link referente al artículo realizado por el Observatorio en el que se encuentra el cuestionario utilizado

https://www.gazteaukera.euskadi.eus/contenidos/informacion/ovj_tendencias_juventud/es_liburuak/adjuntos/sare_sozialak_19_c.pdf

ítems (P1, P2, P3, P4), por ejemplo, ¿tú tienes algún blog personal?, ¿Sueles mirar el número de likes, reenvíos o comentarios que reciben los contenidos que subes?. Las respuestas a esta dimensión se puntuaban en una escala Likert de cuatro puntos: 1 (no contesta), 2 (Nunca), 3 (Algunas veces), 4 (Siempre). Otra de las dimensiones se refiere a las medidas de seguridad; ítems (M1, M2, M3, M4), por ejemplo, ¿has dado a alguien tu contraseña para entrar en una red social?, ¿Sueles aceptar todas las solicitudes de amistad?. Esta dimensión se puntuaba en una escala Likert de tres puntos: 1 (no contesta), 2 (no) y 3 (sí). La última dimensión se trata de las actitudes sexistas y el acoso en las redes; ítems (S1, S2, S3, S4, S5), por ejemplo, ¿te han echado de algún grupo de Whatsapp?, ¿Te han suplantado la identidad?.

2.4. Procedimiento

Para la realización de este trabajo se han seguido varios pasos. En primer lugar, al tratarse de una investigación dirigida al colectivo juvenil, los y las participantes son adolescentes que residen en la CAPV. En un primer momento solo iban a analizarse respuestas de adolescentes entre 15 y 29 años, pero al observar respuestas de personas mayores a ese rango de edad, se optó por analizar todas las respuestas.

Por otra parte, como el cuestionario fue creado por el Observatorio Vasco de la Juventud (2019), el primer paso fue redactar una solicitud (Anexo 1) para la utilización y divulgación de éste. La solicitud fue enviada al correo proporcionado por el Observatorio en su página web, y fue vista por la responsable del mismo, la cual autorizó el uso del cuestionario (Anexo 2).

El tercer paso, fue realizar el cuestionario en la aplicación Google Forms. Una vez obtenidas las respuestas, se recogieron los datos y se pasaron a una base de datos de Excel, donde se reemplazó cada respuesta con un número para facilitar el análisis. En cuanto a la protección de datos, lo primero que se observa al abrir el cuestionario es que los datos obtenidos serán tratados bajo su consentimiento y para la exclusiva finalidad de promoción y divulgación, tal y como se dispone en el Reglamento (UE) 2016/679, General de Protección de Datos de Carácter Personal. Por lo que la primera cuestión era referente a si otorgan o no su consentimiento.

2.5. Análisis de los datos

En esta investigación el tratamiento que se ha dado a los datos recogidos ha sido de carácter cuantitativo. Para ello, en un primer momento se ha utilizado el programa Excel, para recopilar todos los datos y ordenarlos para su posterior análisis. Después, se han importado en el programa estadístico SPSS v. 24, a través del cual se ha realizado la interpretación de los datos mediante tablas de frecuencias y tablas cruzadas. Al analizar los datos, se crearon nuevas dimensiones conformadas por varios ítems, algunas de éstas son las siguientes. Una se refiere a las redes habituales de mayor uso, conformada por trece ítems, que son: “Youtube”, “Instagram”, “Facebook”, “Snapchat”, “Tik Tok”, “Tumblr”, “Ask.FM”, “Twitter”, “ThisCrush”, “Curious Cat”, “Infojobs”, “Tinder” y “Whatsapp”. Otra de las dimensiones creadas es la de la frecuencia de uso de las redes sociales, formada por las siguientes afirmaciones: “lo primero que haces al levantarte es mirar Whatsapp”, “te pones de mal humor si no tienes conexión”, “estás atento a las redes en el colegio o trabajo”, “te han llamado la atención por pasar muchas horas conectado” y “te has quedado hasta tarde por la noche conectado”. La siguiente hace referencia a la frecuencia de uso de las actividades en las redes y está conformada por los siguientes quince ítems: “ver vídeos o tutoriales”, “escuchar música”, “ver series, películas o documentales”, “escuchar música”, “escuchar podcasts”, “leer la prensa”, “opinar o comentar noticias”, “ver pornografía”, “publicar contenidos: fotos, vídeos, música”, “participar en sorteos”, “hacer apuestas deportivas”, “jugar al póker o a otros juegos online por dinero”, “jugar conectado con otras personas a juegos de la Play, Xbox”, “comprar o vender productos o servicios”, “hacer videollamadas por Skype” y “compartir contenidos personales de carácter sexual con tu pareja o amistades”.

3. Resultados obtenidos

3.1. Frecuencias de las redes sociales habituales entre los y las adolescentes

En relación a las redes sociales más habituales, se han analizado la frecuencia de uso Snapchat, Facebook, Infojobs, etc. Sin embargo, se ha observado que tres de ellas predominan ante las demás, siendo utilizadas todos o casi todos los días por los y las jóvenes. La primera de ellas es Whatsapp utilizada por un 98.9% (n= 261), la segunda Instagram, utilizada por un 91.7% (n= 242) y, la última, Youtube, utilizada por un 71.2% (n=188) (Ver Figura 2).

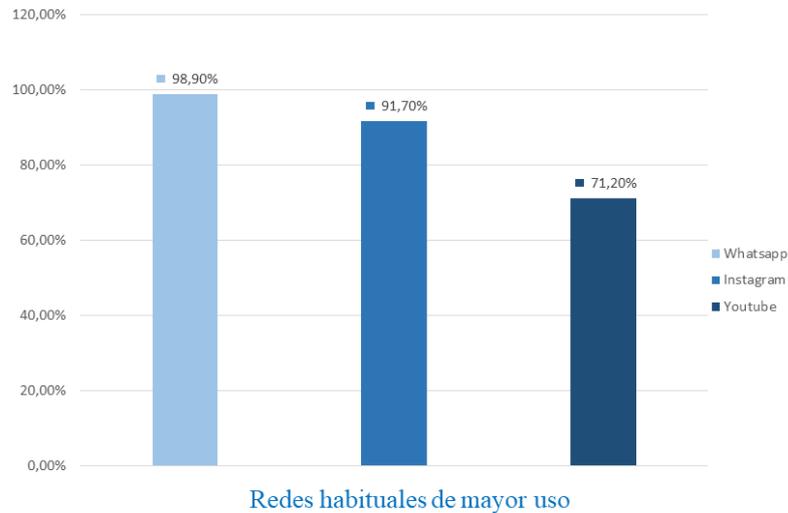


Figura 2. Redes de mayor uso entre los y las adolescentes

Es importante señalar que en cuanto al uso que se le da a Instagram y la edad se muestran asociaciones estadísticamente significativas, $\chi^2 = 25.68$, $p = .01$, $V_{cramer} = .31$. Un 82.6% (n= 218) de los y las adolescentes comprendidos entre 16 y 25 años, utilizan la aplicación todos o casi todos los días. Por el contrario, esta opción solo ha sido marcada por un 9.1% (n= 24) de los y las participantes mayores de 26 años.

3.2. Frecuencia de uso de las redes sociales

En cuanto a la frecuencia de uso que los y las adolescentes les dan a las redes sociales. Los resultados indican que un 31.8% (n= 84) se pone de mal humor muchas veces cuando no pueden acceder a Internet estando en algún sitio sin conexión, seguido con un 15.5% (n= 41) de algunas veces y siendo únicamente un 4.9% (n= 13) quienes dicen no ponerse nunca de mal humor por ese motivo (Ver Figura 3).

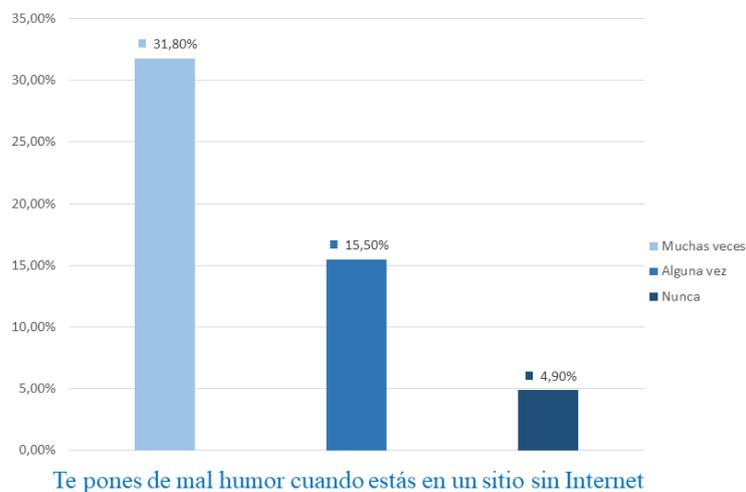


Figura 3. Ponerse de mal humor cuando no disponen de Internet

Respecto a si están atentos y atentas a sus redes sociales mientras están en clase o en el trabajo, un 79.9% (n=211) afirma que alguna vez, mientras que un 19.7% (n=52) indica nunca.

Sobre si les han llamado la atención por el tiempo que pasan en las redes sociales, un 31.8% (n=84) señala que familiares o amigos si les han llamado muchas veces, seguido de un 15.5% (n=41) a los que alguna vez y un 4.9% (n=13) aluden que nunca les han llamado la atención (Ver Figura 4).

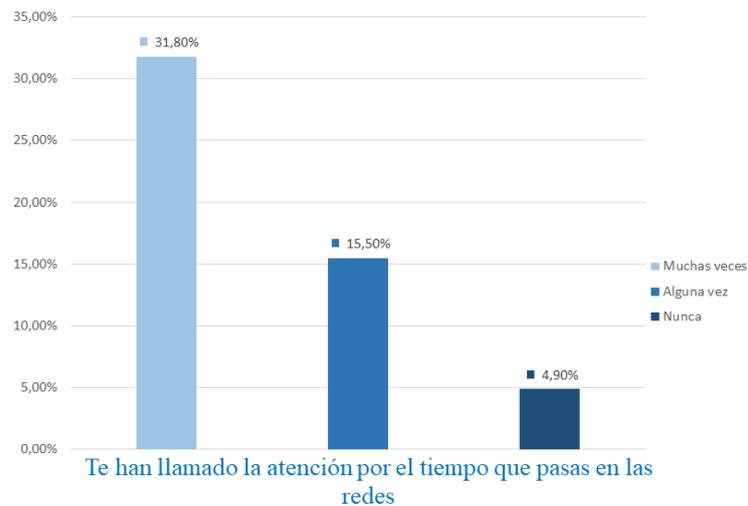


Figura 4. Les llaman la atención por el tiempo de uso de las redes

Por último, a la pregunta de si se quedan hasta tarde conectados/as en redes o enviando mensajes de noche, se observa que un gran porcentaje suele quedarse muchas veces, concretamente un 36.7% (n= 97). Asimismo, un 9.5% (n= 25) se queda alguna vez y, solo un 2.7% (n= 7), dice no quedarse nunca (Ver Figura 5).

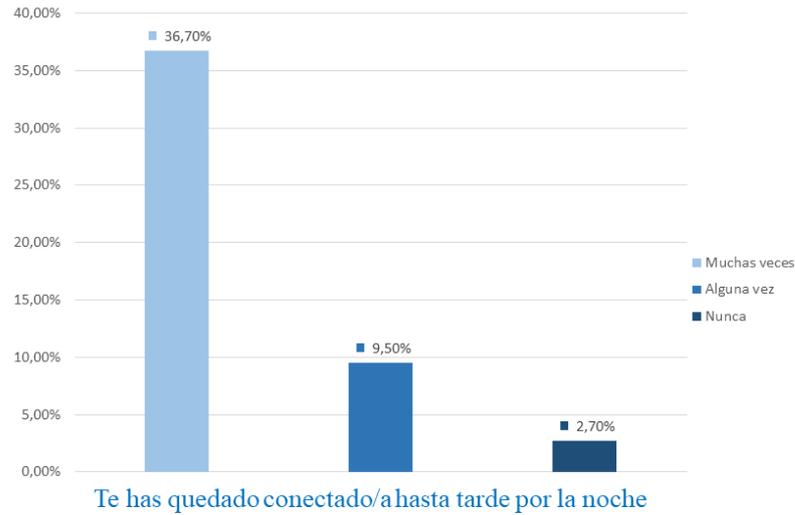


Figura 5. Frecuencia de conexión durante la noche

3.3. Frecuencia de uso de distintas actividades en las redes

En referencia a las distintas actividades que se pueden hacer en las redes, se presentarán los datos referentes a las actividades que los y las adolescentes suelen realizar con mayor frecuencia.

En cuanto a escuchar música, un 21.2% (n= 56) lo hacen todos o casi todos los días, seguido de un 27.7% (n= 73) que dedican tiempo a la música al menos un día a la semana. Por último, el mayor porcentaje de adolescentes, un 44.7% (n=118), escuchan música con menor frecuencia (ver Figura 6).

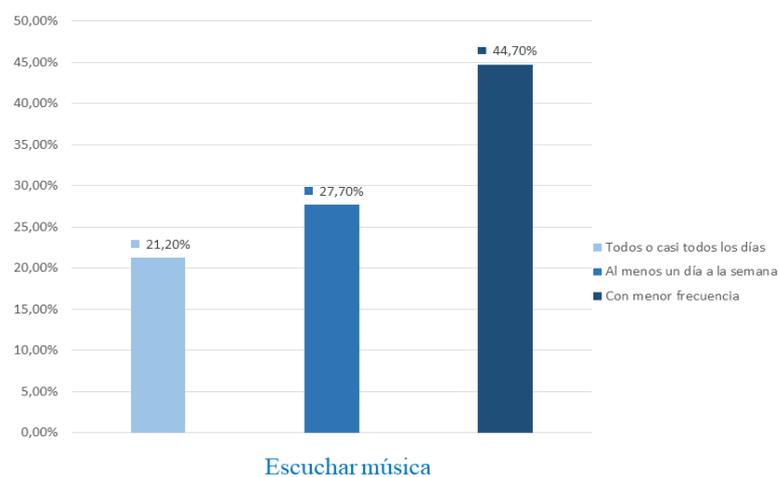


Figura 6. Frecuencia con la que escuchan música

Otra de las actividades más realizadas por el colectivo, son las videollamadas, ya sea con amigos y amigas o con familiares. Los resultados indican que un 19.3% (n= 51) las realizan todos o casi todos los días, un 22% (n= 58) lo hacen con menor frecuencia. En cambio, un gran porcentaje, concretamente un 54.2% (n= 143) lo hacen al menos un día a la semana (ver Figura 7). Otra de las actividades online que realiza el colectivo es jugar a juegos online por dinero. Al menos un día por semana un 56.1% (n=148) juegan online con el objetivo de conseguir dinero, mientras que un 23.9% (n= 63), lo hacen con menor frecuencia.

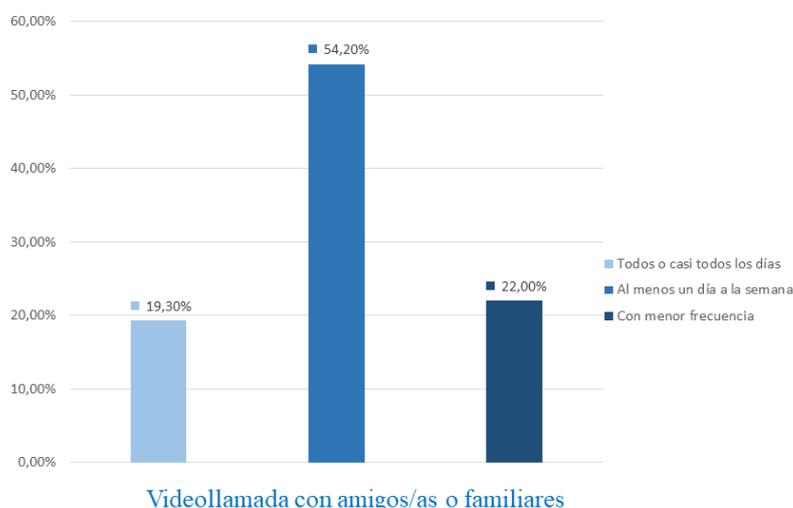


Figura 7. Frecuencia con la que hacen videollamadas

También se han analizado la frecuencia de uso de actividades de índole social, es decir, aquellas que no se relacionan directamente con actividades de relajación u ocio. Acerca de escuchar podcasts, un 3% (n= 8) de los y las adolescentes afirman que los escuchan todos o casi todos los días, seguido de un 11.7% (n= 31) que lo hacen al menos un día a la semana. En cambio, la mayoría del colectivo, un 36.4% (n= 96), comentan no hacerlo nunca (ver Figura 8). El hecho de leer la prensa tampoco es una de las actividades más realizadas por el colectivo, puesto que solo un 0.4% (n= 1) dice leerla todos o casi todos los días, mientras que un 74.6% (n= 197) no lo hace nunca.

En cuanto a opinar o comentar noticias, los y las adolescentes tampoco se muestran muy interesados. Solo un 0.4% (n=1) dice hacerlo todos o casi todos los días, seguido de un 77.7% (n=205) que no lo hace nunca.

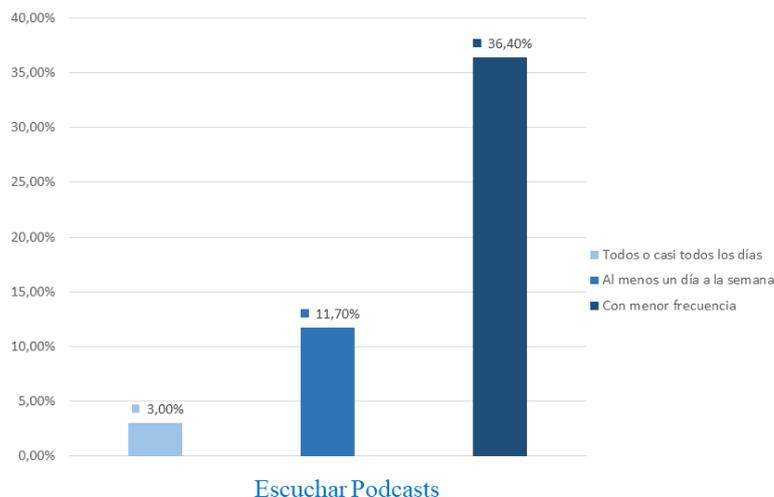


Figura 8. Frecuencia con la que escuchan Podcasts

Para finalizar, hay que mencionar que se observan asociaciones estadísticamente significativas $\chi^2 = 97.68$, $p = .01$, $V_{cramer} = .43$, al relacionar el hecho de ver series o películas y el sexo. Respecto a si lo ven todos o casi todos los días, un 0.4% ($n = 1$) de las chicas y un 7.2% ($n = 19$) de los chicos afirman que sí. En la respuesta de “al menos un día a la semana”, los porcentajes están más igualados, siendo un 8.3% ($n = 22$) chicas y un 8% ($n = 21$) chicos. A ella le sigue la respuesta de “con menor frecuencia”, donde se observa que la frecuencia de las chicas, un 22.7% ($n = 60$), predomina sobre un 7.6% ($n = 20$) de los chicos. Por último, un gran porcentaje de chicas, 39% ($n = 103$) dicen que nunca ven series o películas, mientras que solo un 1.9% ($n = 5$) de los chicos dan la misma respuesta.

3.4. Perfil particular de cada individuo en las redes sociales

Otro de los factores que se ha analizado, ha sido acerca de los perfiles personales de cada adolescente. A la pregunta de si suelen seguir habitualmente a algún Youtuber o Influencer, la mayoría de ellos y ellas, un 79.2% ($n = 209$), dicen que no. Aunque un 20.5% ($n = 54$), manifiestan que antes sí los seguían, pero que actualmente no.

Respecto a si tienen algún blog personal, se ha observado que la gran mayoría, en algún momento de su vida, ha tenido uno. Esto se refleja en que, un 46.6% ($n = 123$) afirman tener actualmente un blog, seguido de un 40.5% ($n = 107$) que ahora no lo tienen, pero antes sí. Por el contrario, solo un 6.1% ($n = 16$) dice que nunca ha tenido (ver Figura 9).

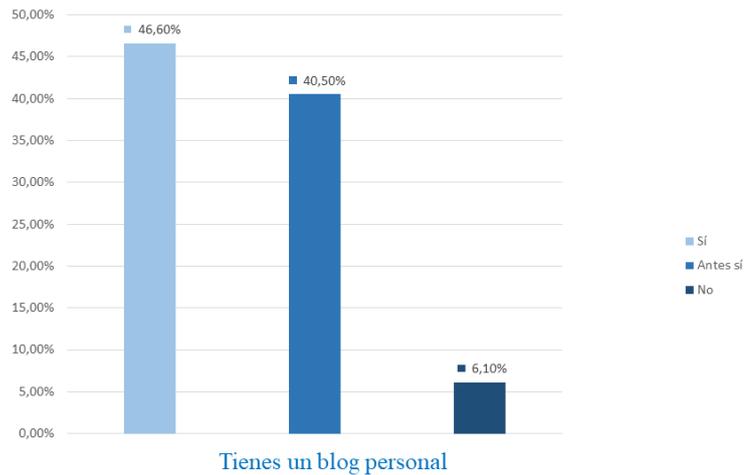


Figura 9. Tener un blog personal

Cuando se les pregunta sobre si miran las reacciones de los demás sobre sus contenidos, es decir, mirar el número de Likes o de comentarios, los resultados están bastante igualados. Un 47% (n=124) afirma que suelen mirarlo algunas veces, un 49.2% (n=130) dicen que nunca lo hacen.

La última pregunta en relación a los perfiles personales se basa en si piden permiso a las personas que aparecen en el contenido que quieren subir a sus redes sociales. Un 0.8% (n= 2) responden hacerlo alguna vez, un 12.5% (n= 33) nunca y que, un 81.8% (n= 216) “no contesta” (ver Figura 10).

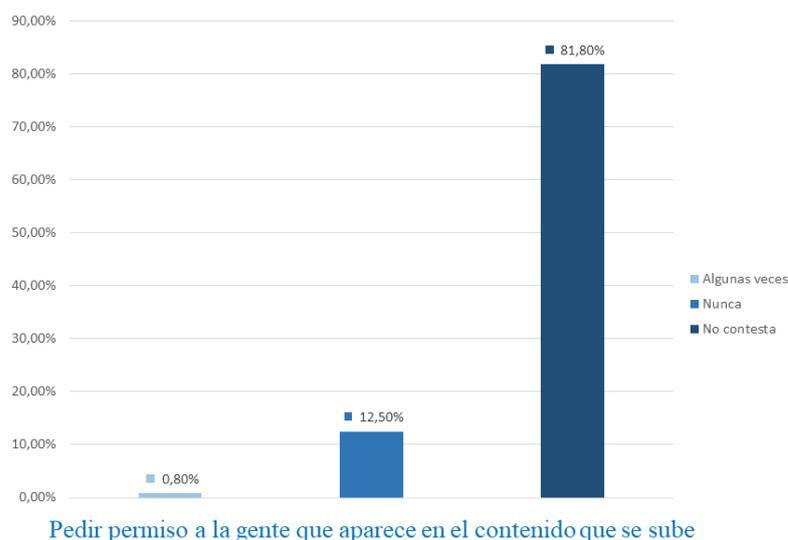


Figura 10. Pedir permiso a las personas antes de subir contenido

3.5. Medidas de seguridad en las redes sociales

Las medidas de seguridad también fueron objeto de análisis. Entre las preguntas relacionadas con la seguridad, se les preguntó si toman alguna medida para garantizar la privacidad en sus redes sociales. El porcentaje de respuesta era muy igualado tanto para la opción “sí” como para “no”, siendo un 50.4% (n=133) y un 43.9% (n=116), respectivamente.

En cambio, para la pregunta de si han dado a alguien su contraseña, se observa una diferencia significativa entre las respuestas. Un 12.9% (n=34) afirman que sí la han compartido, pero un 83.3% (n=220) dicen que no.

En cuanto a las solicitudes de amistad que llegan a sus redes sociales, un 0.8% (n=2) acepta la de los amigos de amigos, aunque no los conozca, un 16.7% (n=44) solo acepta la de amigos/as. En cambio, un 81.1% (n=214), dice que a veces no acepta ni las de amigos o amigas (ver Figura 11).

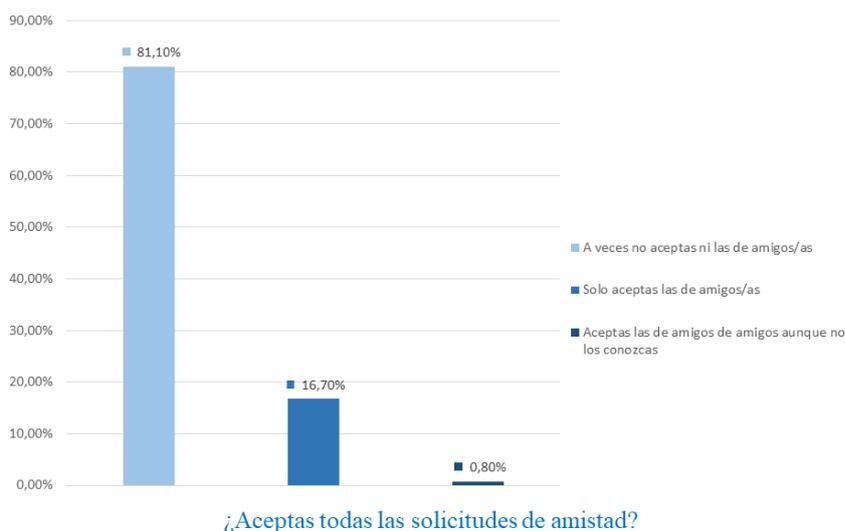


Figura 11. Qué solicitudes de amistad aceptan

Por otra parte, un 38.6% (n=102) afirma que en el último año han promovido algún debate social en sus redes, aunque un 56.1% (n=148) dice que no lo ha hecho.

3.6. Actitudes sexistas y de acoso en las redes sociales

En lo referente al acoso y a las actitudes sexistas, un 67% (n= 177) señala que algunas veces comparte con sus contactos los WhatsApp de contenido sexista que le llegan, seguido de un 21.2% (n= 56) que no lo hace nunca y de un 11.7% (n= 31) que afirma hacerlo siempre (ver Figura 12).

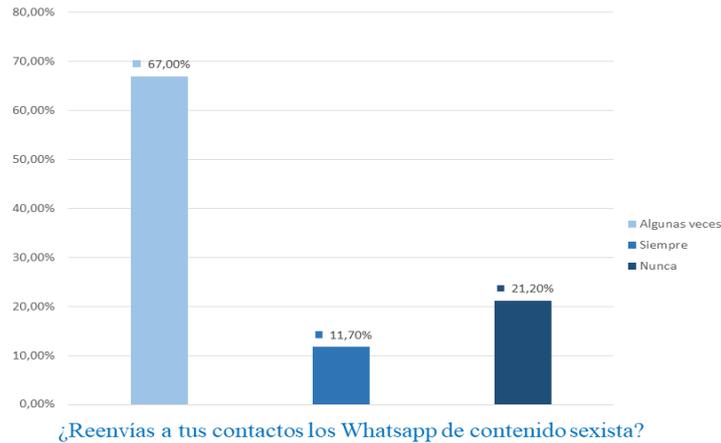


Figura 12. Reenviar mensajes de contenido sexista

Sobre si alguna vez les han echado de un grupo de WhatsApp, se observa que la mayoría del colectivo ha pasado por ello, ya que un 37.5% (n= 99) dice que muchas veces, un 49.6% (n= 131) alguna vez y solo a un 12.5% (n= 33) no se lo han hecho nunca (ver Figura 13).

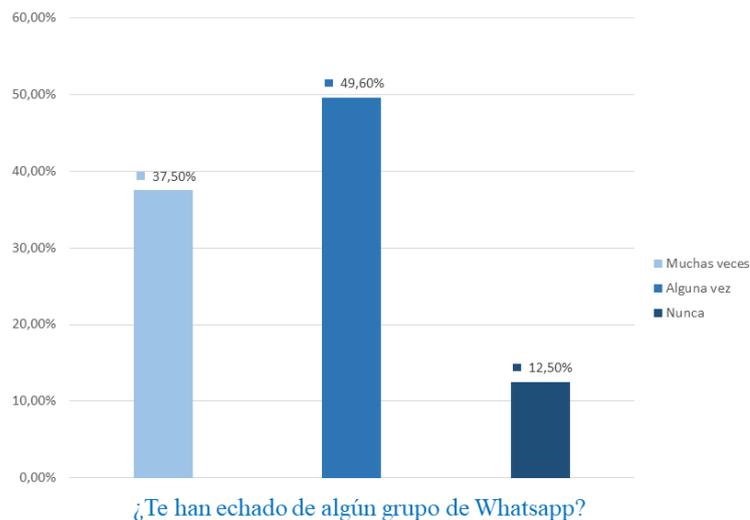


Figura 13. Han sido expulsados de un grupo de Whatsapp

Con relación a la suplantación de identidad, se observan porcentajes altos afirmando que lo han vivido en algún momento de su vida. Un 72.3% (n=191) dice haberlo sufrido muchas veces, seguido de un 25% (n= 66) que lo ha pasado alguna vez y un 2.7% (n= 7) nunca (ver Figura 14). Además, un 8% (n=21) manifiesta que han subido contenido comprometido o humillante sin su permiso muchas veces, seguido de un 49.6% (n= 131) que lo ha vivido alguna vez, mientras que un 42% (n=111) nunca (ver Figura 15).

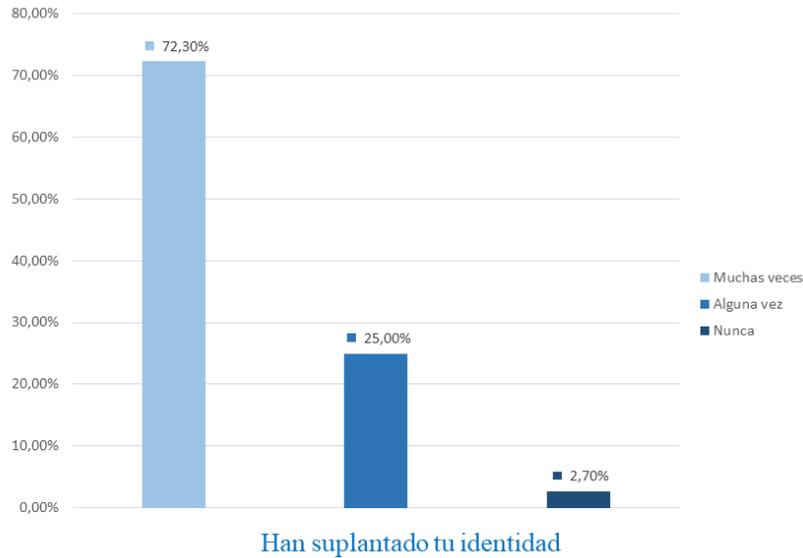


Figura 14. Le han suplantado la identidad en las redes sociales

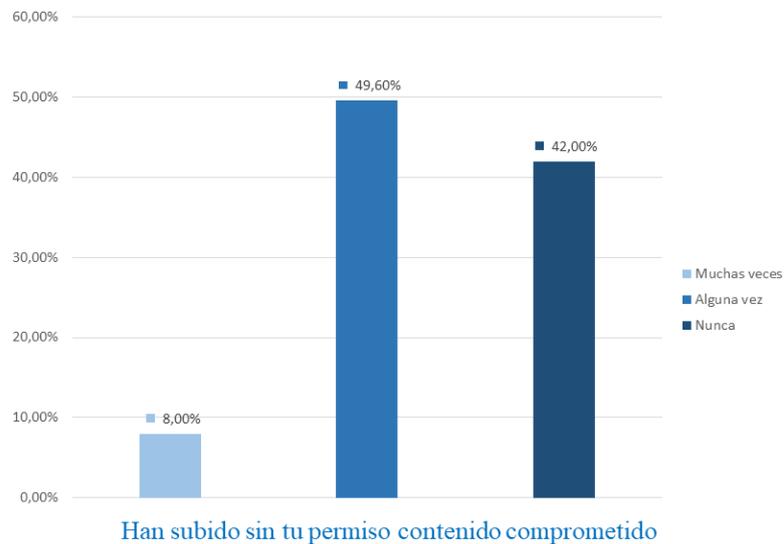


Figura 15. Terceras personas han subido contenido comprometido o humillante

Asimismo, bastantes adolescentes se han sentido acosadas o acosados en algún momento de su adolescencia en sus redes sociales a través de insultos o comentarios continuados. Un 35.6% (n=94) comenta que muchas veces, un 48.9% (n=129) alguna vez y un 15.5% (n=41) nunca (ver Figura 16).

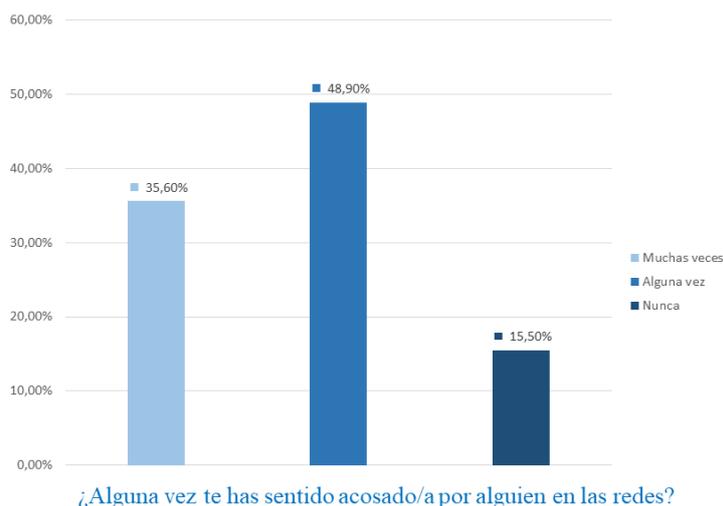


Figura 16. Han sido acosados/as en las redes

Cabe mencionar que cuando se relacionan las actitudes sexistas y el acoso en las redes con el sexo, se muestran asociaciones estadísticamente significativas en las tres variables pertenecientes a esta categoría. En primer lugar, hay asociaciones estadísticamente significativas al relacionar el sexo y los mensajes sexistas reenviados $\chi^2 = 11.88$, $p = .018$, $V_{cramer} = .15$. Un 51.5% (n=136) de las chicas, un 14.8% (n= 39) de los chicos y un 0.8% (n=2) otros indicaron algunas veces reenviar a sus contactos mensajes de contenido sexista. En cambio, un 9.1% (n=24) de las chicas, un 2.3% (n=6) de los chicos y un 0.4% (n=1) de otros señaló reenviar esos mensajes siempre.

Del mismo modo, al relacionar el sexo y compartir contenidos personales de carácter sexual con tu pareja o amistades se encuentran asociaciones estadísticamente significativas $\chi^2 = 14.83$, $p = .005$, $V_{cramer} = .17$. Un 59.8% (n= 158) de las chicas y un 20.8% (n=55) de los chicos, dicen hacerlo con menor frecuencia, frente al nunca del 11.4% (30) de las chicas y 4.9% (n= 13) de los chicos. En cuanto a las personas consideradas “otros”, todas las respuestas se agrupan en la opción de nunca, siendo un 1.1% (n= 3).

Por último, vuelven a darse asociaciones estadísticamente significativas, $\chi^2 = 94.48$, $p = .01$, $V_{cramer} = .42$, al relacionar el sexo y haber sido humillados por terceras personas en internet. Los porcentajes a la opción de “muchas veces” son los menos elevados, siendo un 6.4% (n= 17) chicas, 1.1% (n= 3) chicos y 0.4% (n=1) otros. En cambio, en las respuestas de “alguna vez” y “nunca”, los resultados son semejantes, siendo en la primera opción un 37.9% (n= 100) chicas y 11.7% (n= 31) chicos. Por último, un 28.4% (n= 75) de las chicas, un 13.3% (n= 35) de los chicos y un 0.4% (n= 1) otros responden que nunca.

4. Discusión y conclusiones

La investigación realizada ha permitido un acercamiento al impacto que las redes sociales tienen en la vida de los y las adolescentes. A través de los resultados se ha observado que las redes sociales son el medio que el colectivo juvenil utiliza para realizar muchas de las actividades de su vida cotidiana. De este acercamiento se han destacado varios aspectos.

En primer lugar, los resultados sugieren que los y las adolescentes menores de 20 años hacen un uso más intenso de las redes sociales que los jóvenes con edades más elevadas, por lo que este dato ratifica la hipótesis 1, que predecía que a los y las encuestadas de menor edad usaban más las redes sociales. Además, esto corrobora los resultados del estudio realizado por el Observatorio Vasco de la Juventud (2016), que refleja que los jóvenes de 15 a 19 años utilizan más redes sociales, en contraposición a las personas de entre 20 a 24 años que utilizan menos. De igual manera, los datos reflejan que un 82.6% del colectivo entre 16 y 25 años utilizan Instagram prácticamente todos los días, mientras que solo un 9.1% de los mayores de 26 lo hacen todos los días. Por lo que vuelve a confirmarse la hipótesis, ya que el análisis de datos coincide con el artículo realizado por Sirgo (2019), donde se expresa que a nivel mundial 246 millones de perfiles de Instagram son de jóvenes de entre 18 y 24 años, siendo los que más la utilizan. Estos resultados pueden deberse a que los más jóvenes tienen mayor necesidad de socialización y ganas de conocer gente nueva, además de que probablemente tengan más tiempo libre. En cambio, posiblemente los jóvenes de mayor edad tengan otras responsabilidades primordiales en las que ocupar su tiempo.

En segundo lugar, los resultados ponen de relieve que uno de los riesgos a los que se exponen los y las adolescentes es abusar del tiempo que pasan en las redes sociales. Se observa que a un 31.8% de los encuestados les llamaron la atención muchas veces por este motivo, por lo que se aprueba la hipótesis 2, que asumía que el colectivo pasa mucho tiempo en las redes sociales. También se reafirma el estudio realizado por la Fundación Mapfre (2010), donde se refleja que el 21.3% de los jóvenes están en riesgo por el uso abusivo de las redes sociales. Aparte, se comprueba la veracidad del estudio realizado por el Ministerio del Interior (2014), que expresa que un 41.9% de los y las adolescentes a nivel estatal dedican entre una y dos horas a Internet y un 22.5% más de tres horas. El

hecho de que las redes sociales sean un nuevo medio de socialización para el colectivo juvenil hace que gran parte de su tiempo lo pasen en ellas, aunque también puede deberse a todas las posibilidades que ofrecen las redes como nueva forma de ocio, lo que hace que los jóvenes se vean más ligadas a ellas.

En tercer lugar, los resultados resaltan que las redes sociales no son un espacio libre de acoso o humillaciones, sino que en ellas sigue existiendo ese acoso a través del denominado Cyberbullying. Los datos reflejan que un 35.6% se sintieron acosados muchas veces y un 48.9% alguna vez, por lo que son porcentajes bastante elevados, lo que hace que la hipótesis 3 se apruebe. Ésta sugería que algunas personas utilizan las redes como medio de acoso o humillaciones a terceras personas. Asimismo, estos resultados apuntan en la misma dirección que los obtenidos por Fernández, Peñalva y Irazabal (2015), en el que se exponía que un 9.4% de los y las jóvenes recibían amenazas por correo electrónico y un 13.7% por las redes. De igual manera, el estudio de Del Río et al. (2010), plantea que el 8% de los menores fueron perjudicados en Internet. A pesar de que en la hipótesis 3 no se especifica el sexo de las personas que se sienten acosadas, me parece importante resaltar que el estudio de estos autores refleja que las chicas son las que más se sienten así, lo que coincide con los datos de esta investigación, donde se observa que un 37.9% de ellas se sienten acosadas alguna vez y solo un 11.7% de los chicos lo sienten así.

El hecho de que el acoso persista en las redes sociales puede ser causa de las facilidades que algunas personas encuentran a través de las redes para dañar a otras, puesto que no necesitan identificarse, lo que suele resultar más fácil. Se observa que las chicas no pueden liberarse del acoso que pueden vivir en su día a día, ya que a través de las redes continúan recibiendo mensajes o comentarios sexistas.

Por último, los resultados ponen de manifiesto que las chicas se ven más propensas a compartir mensajes de contenido sexual con la pareja o amistades que los chicos. Mediante los datos obtenidos se observa que un 59.8% de las chicas lo hacen con menor frecuencia, frente a un 11.4% de los chicos que daban la misma respuesta. Por ello, la hipótesis 4 se contradice con los resultados, puesto que proponía que eran los chicos quienes más Sexting realizaban. En cambio, los resultados de esta investigación irían en la misma línea de los obtenidos en el estudio de Rodríguez et al. (2018), ya que muestran que las chicas realizan más conductas de Sexting, aunque sea por coacción de sus parejas o por la necesidad de encontrar una.

A través de todos los resultados obtenidos, se observa el gran impacto de las redes sociales, incidiendo en muchos factores de la vida de los y las adolescentes, desde actividades de ocio y riesgos en cuanto a la privacidad, hasta las relaciones afectivas.

Como limitaciones del estudio, cabe destacar que, aunque el cuestionario haya sido realizado por una entidad como es el Observatorio Vasco de la Juventud, no se ha podido realizar un estudio de fiabilidad y validez. Por otra parte, también se ha encontrado una limitación a la hora de difundir el cuestionario, ya que el Observatorio limitó su divulgación únicamente a la CAPV, por lo que se ha tenido que difundir en el mismo territorio. Por último, el tiempo de realización y divulgación del cuestionario también ha sido limitado. Además, se suma la situación social en la que nos encontramos debido al COVID-19, no permitiéndome esta situación ahondar más en la investigación, por ejemplo, realizando entrevistas en profundidad a jóvenes sobre el objeto de estudio. Aun así, pretendo seguir investigando acerca de esta temática, y profundizando en los resultados con otras estrategias de investigación.

5. Ética profesional y protección de datos

A lo largo de toda la investigación se ha tenido en cuenta la protección de datos por parte de los y las adolescentes encuestadas, del mismo modo que se ha asegurado una ética profesional a la hora de la recogida de datos.

Se han respetado los principios y artículos que menciona la Asociación Estatal de Educación Social (2007) en los Documentos Profesionalizadores donde se encuentra el Código Deontológico del educador y la educadora social. En primer lugar, el cuestionario ha sido totalmente anónimo y en él se ha explicado que los datos recogidos han sido utilizados únicamente para realizar la presente investigación. Asimismo, una de las primeras cuestiones ha representado si otorgaban o no su consentimiento para la realización del cuestionario. Por ello, se ha respetado el principio de la información responsable y de la confidencialidad expresado en el Código Deontológico, donde se refleja que toda educadora o educador social debe guardar el secreto profesional sobre la información obtenida por parte de las personas con las que se trabaja.

De igual manera, se ha llevado a cabo una coordinación adecuada con la responsable del Observatorio Vasco de la Juventud para poder utilizar su cuestionario, teniendo siempre en cuenta la opinión de esta persona, tanto en la investigación como para la participación en el Congreso Internacional Virtual en Inclusión Social y Educativa (Ver

Anexo 3). Así, se ha respetado el principio de complementariedad de funciones y coordinación.

Por último, la presente investigación ha respetado la norma deontológica de guardar un trato igualitario sin discriminar a la persona debido a su raza, sexo, edad, ideología, etc. Además, durante todo el estudio se han usado términos que no atentan contra la dignidad de las personas, ya que son términos que no generan etiquetas discriminatorias.

6. Referencias bibliográficas

- Acosta, R. y Riveros, V. (2012). Las tecnologías de la información y comunicación como mediadoras en el aprendizaje de la biología. Algunas consideraciones. *Revista Omnia*, 18(1), 25-44. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73722545002.pdf>
- Aladro, E., Valbuena, F. y Padilla, G. (2012). Redes sociales y jóvenes preuniversitarios españoles: los nuevos ejes de socialización y comunicación. *Austral Comunicación*, 1(1), 27-40. Recuperado de <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/2/4>
- Arab, E. y Díaz, A. (2014). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26, 7-13. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864015000048>
- Araiza, V. (2012). Pensar la sociedad de la información/conocimiento. *Biblioteca Universitaria*, 15(1), 35-47. doi: [10.22201/dgb.0187750xp.2012.1.40](https://doi.org/10.22201/dgb.0187750xp.2012.1.40)
- Arrieta, A. y Montes, D. (2011). Alfabetización digital: uso de las TIC's más allá de una formación instrumental y una buena infraestructura. *Revista Colombiana de Ciencia Animal*, 3(1), 180-197. doi: [10.24188/recia.v3.n1.2011.360](https://doi.org/10.24188/recia.v3.n1.2011.360)
- Asociación Estatal de Educación Social. (2007). *Documentos profesionalizadores*. Recuperado de <http://www.eduso.net/archivo/docdow.php?id=143>
- Avello, R., López, R., Cañedo, M., Álvarez, H., Granados, J. y Obando, F. (2013). Evolución de la alfabetización digital: nuevos conceptos y nuevas alfabetizaciones. *Medisur*, 11(4), 450-457. Recuperado de <http://medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/2467>
- Baelo, R. y Cantón, I. (2009). Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación superior. Estudio descriptivo y de revisión. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50(7), 1-12. Recuperado de <https://rieoei.org/RIE/article/view/1965>
- Barroso, C. (2013). Sociedad del Conocimiento y Entorno Digital. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 14(3), 61-86. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=201029582004>
- Cancelo, P. y Alonso, J.M. (2007). *La Tercera Revolución: Comunicación, Tecnología y su Nomenclatura en Inglés*. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aTYA_ANpMYC&oi=fnd&pg=PR7&dq=el+ocio+en+la+tercera+revoluci%C3%B3n+&ots=dU8UHB-ArH&sig=mkYAYTN9QrC5D27N25TZFeoCd-c#v=onepage&q&f=false
- Celaya, J. (2008). *La empresa en la Web 2.0*. Barcelona: Gestión 2000
- Cuenca, M. (2000). Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones actuales del ocio. Recuperado de http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio16.pdf
- Cuenca, M. (2014). Ocio valioso. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4JJ1BQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=ocio+valioso&ots=4dnkgU_v0k&sig=ude-xrs_T3H_QgpHFWSwoteQIEE#v=onepage&q&f=false
- Del Río, J., Sádaba, C. y Bringué, S. (2010). Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbullying. *Revista de Estudios de Juventud*, (88), 115-129. Recuperado de <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-09.pdf>
- Durango, A. (2014). *Las Redes Sociales*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=sORqCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=>

- [PT5&dq=las+redes+sociales+alicia+durango+pdf&ots=GudojDqvTm&sig=Nnc hU89zX9BiJ6THzDnr75tMsWU#v=onepage&q=espacio%20educativo&f=true](#)
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista adicciones*, 22(2), 91-95. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=289122889001>
- Espejo, B. (1998). *Educación y ocio. Planteamientos pedagógicos para el tiempo de ocio*. Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaPS-1998-01-2150/Documento.pdf>
- Fernández, J., Peñalva, M., y Irazabal, I. (2015). Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 44, 113-121. doi: [10.3916/C44-2015-12](https://doi.org/10.3916/C44-2015-12)
- Fundación Mapfre. (2014). Tecnoadicción. *Seguridad y Medio Ambiente*, (1), 66-69. Recuperado de https://app.mapfre.com/fundacion/html/revistas/seguridad/nEspecial2014/es/cap_5_1.html
- García, M.E., Hernández, A.I., Oña, A., Godoy, J.F. y Rebollo, S. (2001). La práctica física de tiempo libre en la mujer. *European Journal of Human Movement*, 7, 145-186. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/ejhm/article/view/56140>
- Hernández, D. (2012). *La escuela del ocio: tiempo libre y filosofía antigua*. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=la+escuela+del+ocio+tiempo+libre+y+filosof%C3%ADa+antigua&btnG=
- Juniu S. (2008). Transformando nuestro comportamiento mecánico: la recuperación del ocio. En Monteagudo, M.J. (Ed.), *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los Estudios de Ocio* (pp. 1-345). Documentos de Estudio de Ocio: Universidad de Deusto.
- Llull, J. (2011). *“Pedagogía del ocio”*: coordinadores de Tiempo Libre. Recuperado de <https://eala.files.wordpress.com/2011/02/pedagogc3ada-del-ocio.pdf>
- Marín, J. y Ángel, J. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, (71). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045>
- Milagros, M. (2019). *Ocio y uso del tiempo libre en adolescentes mendocinos*. (Trabajo final de licenciatura. Pontificia Universidad Católica Argentina, Mendoza). Recuperado de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/9486/1/ocio-uso-tiempo-libre-adolescentes.pdf>
- Naval, C., Sádaba, C. y Bringué, X. (2003). *Impacto de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en las relaciones sociales de los jóvenes navarros*. Navarra: Gobierno de Navarra. Instituto Navarro de Deporte y Juventud.
- Observatorio Vasco de la Juventud. (2016). *La juventud vasca en las redes sociales*. Recuperado de https://www.gazteukera.euskadi.eus/contenidos/informacion/ovj_publicaciones_fecha/es_liburuak/adjuntos/sare_sozialak_16_c.pdf
- Observatorio Vasco de la Juventud. (2019). Cuadernos de tendencias de la juventud vasca: la juventud de Euskadi y las redes sociales. Recuperado de http://www.gazteukera.euskadi.eus/contenidos/informacion/gazteen_joerak/es_1_liburuak/adjuntos/sare_sozialak_19_c.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2019). *Por los jóvenes, con los jóvenes, para los jóvenes*. Recuperado de <https://es.unesco.org/youth>

- Pérez, J. (2010). Educación social y Tecnologías de la Información y la Comunicación: impactos y retos: reflexiones de un educador-TIC. *Revista de Educación Social*, 11, 1-1. Recuperado de <http://www.eduso.net/res/?b=14&c=129&n=375>
- Prensky, M. (2001). Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales, *Revista On the horizon*. MCB University Press 5 (9). Recuperado de <https://url2.cl/B9guZ>
- Primo, W. (2017). Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: del ocio tradicional al ocio digital. *UPGTO Management Review*, 2(2), 1-19. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054220>
- Red de Ciudades Educadoras (2009). *Educación y ocio*. Recuperado de http://www.zaragoza.es/contenidos/educacion/educacion_ocio.pdf
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, 27 de abril de 2016. (BOE, núm. 193, 10-8-2018, pp. 80841-80845). Recuperado de [https://www.boe.es/eli/es/res/2018/08/01/\(1\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2018/08/01/(1))
- Rodríguez, Y., Alonso, P., Lameiras, M. y Faílde, J.M. (2018). Del sexting al cibercontrol en las relaciones de pareja en adolescentes españoles: análisis de sus argumentos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 50(3), 170-178. doi: [10.14349/rlp.2018.v50.n3.4](https://doi.org/10.14349/rlp.2018.v50.n3.4)
- Sacristán, A. (2018). Tecnologías y vidas. En Sacristán, A. (Ed.), *Sociedad digital, tecnología y educación* (pp. 1-399). Universidad Nacional de Educación a Distancia: Madrid.
- Sampedro, B. (2015). Las TIC y la educación en el siglo XXI. *EDMETIC*, 5(1), 8-24. doi: [10.21071/edmetic.v5i1.4014](https://doi.org/10.21071/edmetic.v5i1.4014)
- Sánchez, J. (2005). *Propuesta metodológica para evaluar las políticas públicas de promoción del e-government como campo de aplicación de la Sociedad de la Información. Conceptualización y aplicación empírica en el caso colombiano*. (Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid). Recuperado de <https://n9.cl/8am2>
- Sarrate, M.L. (2008). Ocio y tiempo libre en los centros educativos. *Bordón. Revista de Pedagogía*, 60(4), 51-61. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/28868>
- Sirgo, S. (2019). *Percepción y usos de las redes sociales entre los adolescentes: una aproximación a través de Instagram*. (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Valladolid, Facultad de Educación y Trabajo Social, España. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/39773/TFG-G4043.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D. y Valdecasa, E. (2011). ONTSI: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI [Base de datos]. Recuperado de https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf
- Veloz, A. (2017). Las redes sociales y sus factores de riesgos. *Pro Sciences: Revista de producción, ciencias e investigación*, 1(5), 10-13. doi: [10.29018/issn.2588-1000vol1iss5.2017pp10-13](https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol1iss5.2017pp10-13)
- Viñals, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital. *Fonseca: Journal of Communication*, 6, 155-182. Recuperado de <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12089>
- Viñals, A. (2016). El ocio conectado, móvil, transmedia y multisoporte de los jóvenes en la era digital. *Fonseca: Journal of Communication*, 13, 99-113. doi: [10.14201/fjc20161399113](https://doi.org/10.14201/fjc20161399113)
- Viñals, A., Abad, M. y Aguilar, E. (2014). Jóvenes conectados: una aproximación al ocio digital de los jóvenes españoles. *Communication Papers*, 3(4), 52-68. Recuperado de <https://communicationpapers.revistes.udg.edu/article/viewFile/22125/25893>

7. ANEXOS

Anexo 1. Carta de solicitud para utilizar el cuestionario realizado por el Observatorio Vasco de la Juventud



Autorización para la distribución de la encuesta de opinión de la juventud de Euskadi

La persona abajo firmante es alumna de la *Facultad de Educación de Bilbao UPV-EHU* (Leioa),

Hace constar que:

Actualmente está realizando su trabajo de fin de carrera (TFG) con título "el uso de las redes sociales en los y las jóvenes de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV)". La presente investigación pretende analizar el impacto de las redes sociales en los y las adolescentes de la CAPV. Para este propósito, se necesita disponer de una herramienta específica sobre las redes sociales.

Informarles de que todos los datos que se recojan serán confidenciales y anónimos, siendo los y las participantes informados/as previamente del uso que se les dará a los datos que se obtengan.

Por ello, mediante este escrito, pido el consentimiento del Observatorio Vasco de la Juventud para hacer uso de su encuesta de opinión de la juventud de Euskadi.

Para cualquier aclaración pueden ponerse en contacto conmigo, no obstante, una vez finalizado el estudio, me comprometo a enviarles un informe descriptivo de los resultados obtenidos.

Muchísimas gracias de antemano,

Y para que así conste donde proceda,

Lucía |

Anexo 2. Autorización por parte de la responsable del Observatorio Vasco de la Juventud para la utilización del cuestionario

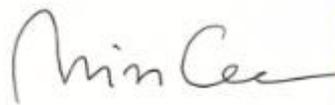


Autorización para utilizar el cuestionario diseñado desde el Observatorio Vasco de la Juventud sobre el uso de las redes sociales por parte de la juventud de Euskadi

El Observatorio Vasco de la Juventud autoriza a Lucía Mariño Prieto a utilizar en su Trabajo de Fin de Grado (TFG) el cuestionario diseñado por el Observatorio para el análisis del uso de las redes sociales por parte de la juventud de Euskadi.

Lucía Mariño se compromete a eliminar el logotipo del Observatorio Vasco de la Juventud en el cuestionario a distribuir entre las y los adolescentes de Euskadi a quienes entreviste para la elaboración del TFG, a fin de no crear confusión respecto a la autoría del estudio.

Y para que quede constancia de esta autorización, la responsable del Observatorio Vasco de la Juventud firma este documento en Bilbao a 20 de enero de 2020.


Fdo. Nieves Corcuera Bilbao



GAZTEEN EUSKAL
BEHATOKIA OBSERVATORIO VASCO
DE LA JUVENTUD

Responsable del Observatorio Vasco de la Juventud

Anexo 3. Certificado de participación en el Congreso Internacional Virtual en Inclusión Social y Educativa, donde se han presentado los datos preliminares de esta investigación



Gorka Román Etxebarrieta eta/ y Nekane Beloki Arizti,
Euskal Herriko Unibertsitatea, CIISE'20-ko zuzendari bezala, ZIURTATZEN DUTE
Director y Directora de CIISE'2020, de la Universidad del País Vasco, CERTIFICAN QUE

Mariño, L; Dosil, M

Inklusio Sozial eta Hezitzaileari buruzko Nazioarteko II. Kongresua. Gizarte eta hezkuntza inklusiorako sareak kongresura bertaratu dela eta bertan ondoko komunikazioa aurkeztu zuela:

Ha asistido al congreso: **II Congreso Internacional en Inclusión Social y Educativa. Redes para la inclusión social y educativa** y ha presentado la comunicación:

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO MEDIO SOCIALIZACIÓN ENTRE ADOLESCENTES

2020ko apirilaren 29an eta 30ean egina, Online modalitatean Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitateak antolatua.

Celebrado del 29 y 30 de abril de 2020 en modalidad ONLINE por la Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea.

Eta hau jasota gera dadin, honako ziurtagiri hau ematen da.

Y para que conste a los efectos oportunos, se expide la presente certificación.

Signature of Dr. Gorka Román Etxebarrieta
Dr. Gorka Román Etxebarrieta
Director

CIISE
INTERNATIONAL CONGRESS

Signature of Dra. Nekane Beloki Arizti
Dra. Nekane Beloki Arizti
Directora

KideON | Universidad del País Vasco | Euskal Herriko Unibertsitatea | SILBOKO HEZKUNTZA FAKULTATEA FACULTAD DE EDUCACIÓN DE BILBAO | España | Unión Europea