

Metodologías de estudio de las redes sociales online y jóvenes

Lizette Martínez Valero, Universidad Complutense de Madrid, España

Resumen: *A pesar de que se cuenta con un gran número de investigaciones sobre redes sociales online y jóvenes, la mayoría de ellas carece de una metodología rigurosa o no cuenta con una muestra representativa. Hay, al menos, tres dificultades. La primera es que las redes sociales son reacias a proporcionar cualquier tipo de dato para facilitar el establecimiento de un universo de estudio. La segunda es que se trata de un universo en constante cambio y la tercera deriva de que el acceso a los datos de los usuarios es muchas veces imposible debido a las normas de privacidad que han ido estableciendo las redes sociales conforme han ido evolucionando. Por todo ello se ha optado por metodologías tradicionales como la encuesta o los grupos de discusión. Sin embargo, el uso a la par de metodologías cualitativas y cuantitativas es poco frecuente, y en este sentido se propone una nueva metodología mixta que aproxime más este tipo de investigaciones a la realidad de la relación establecida entre jóvenes y redes sociales.*

Palabras clave: *redes sociales online, jóvenes, metodologías, comunicación, internet*

Abstract: *Although there is a lot of research on online social networks and young people, most of it lack a rigorous methodology or do not have a representative sample. There are at least three difficulties. The first one is that social networks are reluctant to provide any information to facilitate the establishment of a universe of study. The second is that SN have a constantly changing universe; and the third one comes from the fact that access to user data is often impossible due to privacy rules that have been established as social networks have evolved. Therefore, researchers are applying traditional methodologies such as surveys or focus groups. However, the use of qualitative and quantitative methodologies together is rare. In this sense, this research proposes a new mixed methodology that can approach these researches to the reality of the relationship established between youth and social networking.*

Keywords: *Online Social Networks, Youth, Methodologies, Communication, Internet*

Introducción

La red puede ser considerada como el “gran medio de medios” porque en él confluyen periódicos, radio y televisión. Pero también es importante porque ha penetrado de tal forma en la sociedad que se ha convertido en uno de los principales medios de comunicación de masas. Gracias a la evolución que ha experimentado, en los últimos años, ha dado lugar a lo que Castells (2009) denomina el medio de “autocomunicación de masas” por excelencia. El estudio de internet resulta por tanto fundamental porque forma parte del proceso social de los individuos. Esta interacción con las nuevas tecnologías es especialmente practicada por las generaciones jóvenes, los llamados nativos digitales, que encuentran en la red un nuevo espacio de formación y expresión de su identidad en ciernes.

Las redes sociales online como Facebook brindan la posibilidad a los usuarios de formular su subjetividad. Se trata de herramientas que transforman viejas prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal, generando nuevos hábitos, nuevos lenguajes, nuevas formas de socialización, tanto en la esfera social presencial, como en la virtual, así como nuevas formas de identificarse, representarse a sí mismos en escenarios en donde se difuminan las fronteras entre lo virtual y lo real, lo local y lo global.

Esta nueva forma de comunicación surge a finales del siglo XX, pero no fue hasta el 2006 cuando su uso comenzó a ser masivo. En España, el verdadero *boom* de este tipo de sitios no se da hasta 2008. Se trata por tanto de un fenómeno relativamente nuevo del que comienza a investigarse principalmente en Estados Unidos, donde el uso de servicios de red social está más exten-



dido, mientras que en España la mayoría de los estudios se limita a estudiar los usos y no los efectos que las redes sociales online pueden tener en los individuos. Además de las investigaciones demográficas y de usos de las redes sociales online, gran parte de ellas están enfocadas al marketing y la publicidad. Sin embargo, el análisis de este fenómeno cobra cada vez más relevancia teniendo en cuenta el crecimiento que está experimentando. Según la última edición del estudio Navegantes en la Red de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), la penetración de internet en España supera ya el 98%, además de que el 68,4% de la población pertenece a menos a una red social.

El objetivo de la presente investigación es analizar las publicaciones académicas aparecidas hasta la fecha que tratan sobre los distintos usos que hacen los jóvenes de las redes sociales, así como las diversas formas de interacción que desarrollan a través de estos espacios de autocomunicación y cómo estos les facilitan herramientas para manifestarse tanto dentro como fuera del ciberespacio, haciendo especial hincapié en las metodologías utilizadas para ello. Se ha revisado la literatura que sobre el tema redes sociales y nativos digitales se ha publicado entre 2001 y los primeros meses de 2012. Se lleva a cabo un análisis crítico tanto de la metodología que el autor lleva a cabo como del tema del plantea, así como de las conclusiones a las que llega. Se trata de aportar un estado de la cuestión riguroso y exhaustivo que sirva de punto de partida a las investigaciones que sobre esta cuestión puedan abordarse en el futuro. La búsqueda bibliográfica se ha realizado en la Web of Knowledge, ScienceDirect, Dialnet, Psyke, Compludoc, Communication and Mass Media Complete y Google Scholar. Los resultados más abundantes son los procedentes de Estados Unidos. En castellano, predominan las investigaciones realizadas en España, país europeo con mayor número de usuarios de redes sociales. Facebook, la mayor red social que existe en la actualidad con más de 600 millones de usuarios en todo el mundo, ha sido el eje central de la búsqueda, si bien se incluyen otras investigaciones previas a la existencia de Facebook como precedentes. Se han incluido únicamente estudios que han servido de referencia a otras investigaciones, así como aquellos que presentaban muestras representativas. Las publicaciones encontradas han sido ordenadas cronológicamente para ver la evolución de la temática y de los intereses académicos. Dicho orden distingue dos periodos. El primero comprende desde la aparición de las primeras redes sociales hasta el momento en el que Facebook abre la participación en la red a cualquier usuario de una cuenta de correo electrónico (2006). El segundo, a partir del desarrollo de Facebook. Es importante tener en cuenta este hecho, puesto que los estudios empíricos anteriores tenían un universo de estudio más reducido. De esta forma, esta investigación da cuenta de las aportaciones más relevantes y fundamentales para entender el tema que nos ocupa y pone de relieve la falta de estudios orientados a las consecuencias que el uso de estas redes puede tener en distintos aspectos de la vida de los jóvenes.

De las primeras investigaciones a la apertura de facebook al mundo

Uno de los organismos que mayor empeño pone en la investigación sobre usos y efectos de las redes sociales online es el Pew Internet & American Life Project. Se trata de uno de los siete proyectos del Pew Research Center, un *fact tank* (“tanque de datos”) sin ánimo de lucro y sin – aparentemente – ideología política que tiene por objetivo proporcionar información sobre asuntos, actitudes y tendencias que están moldeando a Norteamérica y al resto del mundo. Se trata de un proyecto compuesto principalmente por investigadores universitarios y, en él, participan especialistas en diversas áreas, como sociólogos, informáticos y psicólogos. El proyecto dedicado a la investigación sobre internet ofrece informes sin periodicidad concreta que exploran el impacto de la red en las familias, en las comunidades, en el trabajo, en los hogares, en la educación, en la salud y en la vida política y diaria de los individuos. Dentro de sus 40 áreas de estudio, cuentan con una dedicada a la investigación de las redes sociales (Social Networking), además de otras como Web 2.0, Blogs, Comunidades o El Futuro de Internet. Ya en 2003, Lee Rainie, director del Centro, ofreció un discurso en Singapur titulado *Teenage Life Online: The Rise of the Networked*

Generation sobre cómo el uso de internet está cambiando la vida social de los jóvenes. Señaló que una de las áreas que más se verían afectadas sería la educación, tanto la formal como la informal, además de las implicaciones sociales como la privacidad, la amistad o incluso la familia.

Además de este centro, diversos expertos norteamericanos han dedicado sus esfuerzos, en estos últimos años, a la investigación de los efectos de las redes sociales online. Una de ellas es Danah Boyd, de la Universidad de California – Berkeley, que en 2004 publicaba *Friendster and publicly articulated social networks y Representations of Digital Identity* en colaboración con Chang, M. y Goodman. E. Boyd es una de las autoras que más tiempo ha dedicado a la investigación de las redes sociales. Entre sus trabajos más destacados se encuentran *Friends, friendsters, and top 8: Writing community into being on social network sites* (2006), *Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster* (2006), *Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence* (2008) y *Social network sites: Definition, history, and scholarship* (2008), además del mencionado. Éste último (*Journal of Computer-Mediated Communication*) repasa tanto la teoría como los principales estudios que se habían realizado hasta entonces, sobre el fenómeno emergente de las redes sociales, firmado en colaboración con Nicole B. Ellison, otras de las investigadoras especializadas en estas cuestiones. El resto son estudios empíricos con los que ha intentado dar un poco de luz sobre el tema entonces naciente. Se trata de las primeras investigaciones sobre la relación entre las redes sociales y los jóvenes que establecen las bases metodológicas y que revelan las tendencias de uso de estos nuevos medios. El apoyo recibido por la Universidad de Berkeley le ha permitido emplear tanto técnicas cualitativas como cuantitativas. Su labor ha consistido en practicar la observación participante dentro de distintas redes sociales desde hace varios años, lo cual le ha permitido además tener acceso a cientos de perfiles de usuarios para analizarlos, así como contar con muestras muy representativas en los cuestionarios que ha aplicado a lo largo de todas sus investigaciones.

En otra línea de investigación más orientada a la educación, destacan los trabajos de Amy Bruckman, profesora del College of Computing en Georgia Tech. Sus estudios están vinculados a la integración de las comunidades online como herramientas educativas. Aunque la mayoría de sus publicaciones va en esta línea, en 2001 publica, junto con Joshua Berman, el estudio *The Turing Game: Exploring Identity in an Online Environment*, referencia de diversas investigaciones sobre identidad y redes sociales online. A pesar de tratar entornos online en general, es una de las primeras en revelar la forma en la que los jóvenes expresaban su identidad en estos medios. Posteriormente realizó un trabajo de investigación, *Managing Identities Online*, junto con Susan Gov, donde exploraba cómo los usuarios manejan su identidad online al manejar diversas redes sociales. En esta última investigación, Bruckman utiliza la misma metodología que en las anteriores, pero con una muestra más amplia, y es, a partir de entonces, cuando se convierte en referencia en cuanto a la temática de la identidad online.

Cuando aparece Facebook, la línea de investigación orientada a la educación de Bruckman comienza a generar interés entre la comunidad universitaria, tal y como se refleja en “I’ll See You On ‘Facebook’: The Effects of Computer-Mediated Teacher Self-Disclosure on Student Motivation, Affective Learning, and Classroom Climate”, publicado en *Communication Education*. El estudio analiza los efectos de la interacción entre profesores y alumnos en Facebook y cómo afecta en la motivación, el aprendizaje y el ambiente en la clase. De él se desprende que los estudiantes que interactuaron con los profesores en la red social tuvieron niveles más altos de aprendizaje y una actitud más positiva en clase, aunque algunos estudiantes aseguraron que la presencia de un profesor en Facebook podría afectar su credibilidad. Es una de las pocas investigaciones que se dedican entonces al estudio de la imagen de una universidad con presencia en estos entornos. Emplearon una metodología experimental que consistió en crearle un perfil en Facebook a una profesora y medir las reacciones de los alumnos ante la presencia y actividad de dicho perfil. Asimismo, se aplicó un cuestionario con un N=133. Por los resultados, puede concluirse que los usuarios de Facebook aún veían la red social como una herramienta de comunicación personal con sus iguales, percibiendo con suspicacia la presencia de otros agentes como empresas o instituciones, punto de vista que cambiaría con los años. En 2006, con MySpace creciendo exponencialmente, comienzan las primeras publicaciones sobre cómo los jóvenes

construyen su identidad en esta red. Ese mismo año, el Pew Internet & American Life Project publica un estudio sobre la fuerza de los lazos sociales que se establecen a través de internet. Unos meses después de que Facebook se abriera a todo el público, el instituto realiza una investigación sobre su uso y el de MySpace por los adolescentes, de la que se extrae que el 55% de los adolescentes americanos entre 13 y 17 años pertenecían ya a ésta o a otra red social. El estudio se limitaba a cuantificar la cantidad de usuarios de las redes, realizar un perfil demográfico de ellos y señalar algunos de los usos principales que se hacen de ellas.

También en 2006, Boyd publica “Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life” en *Youth, Identity, and Digital Media Volume*. En este caso, la investigación se centra en la red social MySpace y las implicaciones que tiene su uso en la identidad de los adolescentes estadounidenses. Se basó en métodos etnográficos como la observación participante y entrevistas en profundidad, aunque no establece ningún universo referencia ni tamaño de la muestra. Además, la autora analizó, durante dos años, los perfiles y comentarios que hacían en la red social jóvenes norteamericanos entre 14 y 18 años. La principal conclusión de Boyd es que la identidad de los jóvenes se ve afectada por la aparición de las redes sociales online en tanto que constituyen una nueva arena pública.

Centrada igualmente en cómo los jóvenes comparten su identidad en las redes sociales, Frederic Stutzman, de la Universidad de Carolina del Norte, lleva a cabo, en 2006, la investigación *An Evaluation of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities* presentada en la conferencia iDMAa and IMS Code, basada en las respuestas de un cuestionario aplicado a 200 usuarios de Facebook. Se trata de una de las primeras investigaciones basadas en lo que entonces se llamaba TheFacebook, la red social creada por Mark Zuckerberg. En su primera etapa, la red funcionaba por invitación y, para acceder a ella, se necesitaba contar con una dirección de correo electrónico de alguna universidad de Estados Unidos. Los datos reflejaron que los usuarios de TheFacebook estaban dispuestos a compartir, con el resto de usuarios, datos que pertenecen a la esfera privada: estado civil, lugar de residencia o ideología política. Además, se señaló una tendencia que iría creciendo con el paso de los años: los jóvenes comenzaban a dejar de diferenciar entre realidad offline y realidad online, entre las formas tradicionales de expresar su identidad y estas nuevas formas que surgían.

El cómo los jóvenes estaban expresando su identidad a través de estos medios se convirtió en uno de los intereses más comunes de investigación. En 2006, el Departamento de Telecomunicaciones, Estudios de Información y Medios de la Universidad Estatal de Michigan llevó a cabo el estudio *A Familiar Face(book). Profile Elements as Signals in an Online Social Network*. Una interesante investigación que relaciona la estructura del perfil construido por los universitarios con la cantidad de amigos que tienen en la red social. Su intención es poner de manifiesto la importancia que tiene la forma en la que los jóvenes se reflejan a sí mismos en la red a la hora de establecer relaciones. Utilizando los perfiles de 30.773 usuarios de Facebook, los investigadores determinan qué elementos del perfil hacen que el usuario sea más proclive a establecer relaciones en la red social. El mismo grupo de investigadores llevó a cabo *A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing*. En esta ocasión, se puso de manifiesto que los universitarios utilizaban cada vez más Facebook para buscar a gente que conocían en su vida offline en lugar de hacerlo en sitios como Google o Yahoo!. Es una de las investigaciones más ambiciosas hasta entonces, con un universo de referencia de 7.200 individuos y una muestra de 1.400 para la aplicación del cuestionario online.

Desde que surgiera el fenómeno en Estados Unidos, una parte importante de las investigaciones se ha focalizado en el tema de la privacidad. Alessandro Acquisti y Ralph Gross de la Carnegie Mellon University realizaron un estudio sobre información compartida y privacidad en Facebook en el mismo año que Stutzman. *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook* es una investigación muy completa gracias a la colaboración del centro de datos de la universidad. Contó con la participación de 4.000 estudiantes. Además del análisis de las respuestas de los participantes a un instrumento de medición, los investigado-

res tuvieron acceso sus perfiles en Facebook, pudiendo comparar entre las respuestas al cuestionario y la realidad vertida en la web. Del estudio se desprende que la preocupación por la privacidad no es realmente determinante a la hora de darse de alta en una red social. La mayoría confían en su habilidad para revelar y ocultar la información que desean en Facebook, aunque se detectaron diversas confusiones respecto a cómo hacerlo.

Igualmente centrada en la privacidad, Catherine Dwyer, Starr Hiltz y Katia Passerini, del Instituto Tecnológico de Nueva Jersey emprendieron un estudio comparativo entre la privacidad de Facebook y MySpace en 2007, primer año en el que la primera sale del entorno universitario. Las investigadoras encontraron que prácticamente no hay diferencia en la preocupación por la privacidad que generan ambas redes entre sus usuarios, aunque no hacen sin mencionar el universo ni el tamaño de muestra que utilizaron para la aplicación de su cuestionario. Los usuarios de Facebook confían tanto en la red como en sus miembros, por lo que están más dispuestos a compartir información, mientras que en MySpace la gente está en contacto con más desconocidos. El estudio concluye que no hay una relación directa entre la confianza que se tenga para revelar datos y las relaciones que se establecen en las redes sociales, ya que los resultados demuestran que éstas pueden establecerse incluso en entornos cuya percepción de confianza y privacidad es débil.

Ese mismo año, Nicole B. Ellison, Charles Steinfield y Cliff Lampe publican *The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*, un trabajo llevado a cabo en el Departamento de Estudios de Telecomunicaciones, Información y Medios de la Universidad Estatal de Michigan. El estudio cuantitativo examina la relación entre el uso de Facebook y la formación y mantenimiento del llamado "capital social" de una muestra de 286 individuos. Los datos sugieren que existe una fuerte asociación entre el uso de la red social y tres tipos de capital social (aglutinante, vinculante y mantenido), además de beneficiar a los usuarios que presentaban una baja autoestima y satisfacción de la vida. En línea con esta investigación se sitúa el estudio de Joseph B. Walther, Brandon Van Der Heide, Sang-Yeon Kim, David Westerman y Stephanie Tom Tong, igualmente de la Universidad Estatal de Michigan en colaboración con la de West Virginia bajo el título *The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?* y publicado en 2008. Esta investigación analiza cómo los comentarios vertidos en los perfiles de otros en Facebook alteran la percepción que se tiene de ese usuario. Para ello se estudiaron los comentarios dejados en el "muro" y las imágenes que los 389 usuarios de la muestra comparten como foto de perfil. Se observó que la imagen que tienen los usuarios de sus amigos la asimilan y reflejan en la suya, y que determinados comportamientos considerados negativos hacían que los hombres, que los manifestaban, fueran percibidos como más atractivos, mientras que tenían el efecto contrario en las mujeres. La técnica cualitativa del análisis de contenido se complementó con un cuestionario de evaluación de las fotografías.

Relacionado con la forma en que los jóvenes expresan su identidad en las redes sociales, ese año se publica en la revista *Computers in Human Behavior* una investigación del Departamento de Sociología de la Universidad de Temple titulada "Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships". Zhao, Grasmuck y Martin comprobaron que los jóvenes reproducen su identidad online de distinta forma en Facebook que en otros entornos anónimos como los chats. Concluyen que, en la red social, los usuarios expresan su identidad de forma implícita en lugar de explícita, se muestran en lugar de "contarse", además de manifestar identidades de grupo. Se trata de una investigación muy completa que no sólo se basa en las respuestas vertidas en los cuestionarios y en el estudio de la página de perfil principal de los usuarios participantes, sino que también tiene en cuenta la información de contacto que proporcionan las redes a las que pertenecen, así como la descripción que hacen de ellos mismos. Asimismo, destaca la utilización de perfiles privados, hecho que no es habitual en los estudios de este tipo. Sin embargo, su muestra es tan sólo de 63 individuos. En este periodo también se cuenta con investigaciones teóricas en castellano como la de los colombianos Elías Said Hung y Daniel Aguilar sobre la construcción de la identidad y subjetividad de los jóvenes de Barranquilla en Facebook, llevada a cabo en 2008.

Del boom de las redes sociales a los últimos estudios

Para 2009, las redes sociales habían alcanzado ya su consolidación en todo el mundo. A comienzos de ese año, Pew revela que el 75% de los jóvenes de EEUU entre 18 y 25 años contaba con un perfil en al menos una red social. Dicho informe vuelve a centrarse únicamente en la demografía de este tipo de sitios y los usos que se hacen de ellos. También en Canadá se han realizado investigaciones sobre la influencia de las redes sociales online en adolescentes. Cabe destacar la investigación de Frederic Fovet, profesor del College Northside de Québec titulada “Impact of the use of Facebook amongst students of high school age with Social, Emotional and Behavioural Difficulties (SEBD)”. Fue presentada en 2009 durante la 39ª Conferencia ASEE/IEEE Frontiers in Education de San Antonio, Texas. El estudio se centra en estudiantes de instituto con problemas para relacionarse, problemas emocionales y de comportamiento, y cómo Facebook les ha ayudado a mejorar su imagen personal y a contactar con sus compañeros.

En Reino Unido, Adam N. Joinson, de la Escuela de Management de la Universidad de Bath, llevó a cabo el estudio *Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Uses of Facebook*, en el que detecta siete usos principales de la red social. Aunque se trata de una investigación menor -la muestra es reducida (N=137) según reconoce el propio autor-, da algunas de las principales pautas de comportamiento de los usuarios de Facebook en 2008. Este mismo año, un equipo del Departamento de Psicología de la Universidad de Georgetown llevó a cabo el estudio *College students' social networking experiences on Facebook*, a través de bitácoras diarias elaboradas por 92 estudiantes universitarios que a su vez fueron entrevistados sobre sus hábitos en la red social. De los resultados se desprende que los universitarios utilizaban Facebook una media de 30 minutos diarios, sin embargo, la mayor parte del tiempo lo pasaban observando, y no compartiendo. El principal uso que hacen los jóvenes era para comunicarse con los amigos con los que tenían relación en su vida offline. Además, ven a la red social como una herramienta para expresar rasgos de su identidad, como la religión que profesan o su ideología política, tal y como revelaron las primeras investigaciones de Stutzman. Durante esta etapa, en España también se investiga sobre las redes sociales más allá de los estudios orientados al marketing y la publicidad. En 2009, la revista *Feminismos* publica la investigación “Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género” de Eva Espinar y María José González de la Universidad de Alicante basado en las respuestas a un cuestionario enviado por correo electrónico a una muestra de 159 individuos seleccionados a través del método bola de nieve. Se trata de una investigación que presta especial atención a las posibles diferencias en el uso de las redes por parte de hombres y mujeres.

Asociado con la temática de los usos de Facebook, *Computers in Human Behavior* publicó en 2009 el estudio “Personality and motivations associated with Facebook use”, del Departamento de Psicología de la Universidad de Windsor, Canadá. La investigación cuantitativa con una muestra de 97 usuarios de Facebook, versa sobre cómo la personalidad de los jóvenes influye en la forma en la que utilizan dicha red social, con una orientación evidentemente psicológica. La misma revista publicó ese mismo año “Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens”, de Tamyra Pierce. El estudio examina cómo 280 jóvenes utilizan distintas tecnologías interactivas, Facebook entre ellas, y el papel que juega la dificultad que tienen para relacionarse en entornos offline. Este año aparece en España una de las investigaciones referencia en *Cuadernos de Información y Comunicación*. Se trata de “Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet”, de María Dolores Cáceres, José A. Ruiz San Román y Gaspar Brändle. Es una de las pocas investigaciones que señalan desde el principio las dificultades a la hora de establecer el tamaño de la muestra con relación al universo de usuarios de la red. A pesar de dichos problemas, el estudio consta de 360 encuestas, número muy superior incluso a las de algunas investigaciones norteamericanas que son referentes en la materia. Si bien carece del análisis directo de los perfiles de los jóvenes en las redes sociales centrándose únicamente en lo cuantitativo, los resultados que obtienen sobre cómo los jóvenes modifican su identidad en entornos online son muy relevantes.

En febrero de 2010, el Pew Internet & American Life Project acuña el término *Millennials* para referirse a la población entre 18 y 29 años, de los cuales el 75% en EEUU contaba entonces con un perfil en alguna red social, siendo Facebook la más popular. Uno de los estudios más interesantes de este centro es el publicado en julio de ese año. Se centra en cómo influyen en las relaciones offline. Se emplearon encuestas realizadas a expertos en internet y, en las conclusiones, apuntan que las relaciones que mantienen los individuos en su vida diaria se ven afectadas positivamente por las nuevas tecnologías. Finalmente, durante el verano de 2010, Pew publicó un informe que afirma que los individuos de la generación *Millennials* continuará compartiendo información a través de las redes sociales como un hábito a largo plazo, lo cual confirma que este fenómeno es algo más que una moda pasajera.

Actualmente, Amy Bruckman cuenta con un proyecto que lleva por título *Teens as Designers of Social Networks*, en el que, junto a Sarita Yardi, estudia la construcción de redes sociales online diseñadas por los jóvenes. También con Yardi y otros colaboradores (Bruckman, A., Karahalios, K., Kraut, K., Poole, E. y Thomas, J.) ha organizado el taller *Research Ethics in the Facebook Era Revisited*, sobre metodologías de investigación en redes sociales, tema que es no sólo de interés para la comunidad investigadora, sino que se ha convertido en una necesidad solventar los obstáculos metodológicos que se presentan en este tipo de estudios.

Computers in Human Behavior publicó en 2010 la investigación de Christy M.K. Cheung, Pui-Yee Chiu y Matthew K.O. Lee de la Universidad de Hong Kong y que lleva por título "Online social networks: Why do students use Facebook?". A través de un cuestionario online aplicado a 182 individuos, descubrieron que, de los cinco valores utilizados para medir la intención de uso de Facebook, los que más motivaban a los usuarios eran los relacionados con factores sociales, no personales.

Durante ese año salieron a la luz otras publicaciones teóricas centradas en el uso que hacen los jóvenes de las redes sociales y los posibles riesgos de privacidad que implica este uso. Destacan las de los profesores de la Universidad Complutense de Madrid, David Caldevilla y Francisco Bernete. Caldevilla realiza un amplio repaso de los diversos estudios cuantitativos que se han llevado a cabo sobre el uso de las redes sociales publicado en *Documentación de las Ciencias de la Información*. Bernete, aunque no centra su artículo en Facebook ni en las redes sociales, sí las tiene en cuenta en su estudio teórico sobre cómo el uso de las nuevas tecnologías por parte de los jóvenes interviene en su proceso de socialización y de construcción identitaria.

También en 2010 se publica "El laberinto teatral de espejos digitales: La presentación de mexicano-americanos en Facebook", en *Flacso*. A pesar de contar con una muestra pequeña (N=16), el estudio resulta interesante, porque cuenta con entrevistas en profundidad y perfiles de los usuarios, recurso que, como se ha señalado, no es habitual debido a las complicaciones que puede implicar la privacidad de los perfiles. Se analizan tanto las fotos, como los textos que los usuarios comparten, así como las relaciones que establecen a través de grupos a los que se unen. En esta línea, se publica a finales de ese año "El uso de la fotografía en la autorrepresentación de los sujetos en las redes sociales", de Wenceslao Castañares, que significa un paso más en el conocimiento de cómo los individuos se presentan ante los demás en las redes sociales.

A principios de enero de 2011, la Fundación Telefónica publicó un amplio estudio realizado por Xavier Bringué y Charo Sábada, entre más de 12.000 estudiantes de primaria, E.S.O y bachillerato en todo el territorio nacional. Sin duda, una de las investigaciones de mayor envergadura en España, y que no hubiera sido posible sin el apoyo de la Funcaión Telefónica, institución financiadora de la misma. Se centran en el grado de equipamiento, en el uso y la valoración de las diversas pantallas, en el acceso a servicios y contenidos, en las actitudes frente a la tecnología y en conductas que pueden considerarse como una oportunidad de mejora o como una exposición a determinados riesgos. Una vez más, estamos ante un estudio cuantitativo enfocado hacia la perspectiva de la privacidad de los usuarios de redes sociales. Este mismo año, la *Revista Latina de Comunicación Social* publica "Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones", de Sergio Monge y Elena Olabari. El estudio se centra en la relación que mantienen los estudiantes con las redes sociales, y aunque no queda claro cómo han establecido el tamaño de la muestra, ésta es bastante representativa (652 cuestionarios respondidos), porque abarca sólo una universidad. Aunque en la parte metodológica no aportan innovaciones, la información que obtuvieron de anali-

zar tal cantidad de cuestionarios permite una descripción detallada de cómo los jóvenes estudiantes españoles están haciendo uso de las redes sociales.

Finalmente, este año, Francisco García García y María Jesus Rosado publican en la revista *Comunicación y Sociedad* su investigación “Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0”. Con un tamaño muestral de 1.102 entrevistas a personas entre 14 y 35 años, la investigación no se centra en la redes sociales, pero es un ejemplo de metodología cuantitativa rigurosa que estudia jóvenes y nuevas tecnologías.

Conclusiones: el camino que queda por andar

No cabe duda de que, en la actualidad, el lugar de socialización de los jóvenes, en donde se expresa y en donde conviven con otros individuos y grupos es internet. Los llamados *nativos digitales* se unen a las redes porque allí es donde están sus amigos. Las redes sociales como Facebook se han convertido en verdaderos espacios de sociabilidad. Una vez más, el conocimiento de las consecuencias que tiene el uso de estas redes en la formación de la identidad de los jóvenes y las relaciones que establecen en ellas representa uno de los grandes retos para los investigadores de nuestro tiempo. Sin embargo, como se ha puesto de manifiesto, la mayoría de las investigaciones se limitan a proporcionar datos demográficos, y cuando van más allá, lo hacen teniendo en cuenta aspectos como el uso y la privacidad.

A pesar de que se han encontrado un gran número de investigaciones al respecto, la mayoría de ellas carece de una metodología rigurosa o no cuenta con una muestra representativa. A continuación, se muestran tres tablas resumen sobre la situación actual de las principales investigaciones sobre el tema, clasificadas según el tipo de metodología empleada:

Tabla 1. Metodología cuantitativa

<i>Autor/Es</i>	<i>Título</i>	<i>Metodología</i>	<i>País</i>	<i>Año</i>	<i>Ámbito</i>
<i>Stutzman</i>	An Evalutaion of Identity-Sharing Behavior in Social Network Communities	Cuestionario N=200 (U=¿?) elegidos al azar	EEUU	2006	Varias
<i>Lampe, Ellison, Steinfield</i>	A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing	Cuestionario online N=1.400 (U=7.200)	EEUU	2007	Facebook
<i>Ellison, Steinfield, Lampe</i>	The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites	Cuestionario online N=286 (U=¿?)	EEUU	2007	Facebook
<i>Dwyer, Hiltz, Passerini</i>	Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace	Cuestionario online N=¿? (U=¿?)	EEUU	2007	Facebook y MySpace
<i>Lenhart, Madden</i>	Teens, privacy & online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace	Cuestionario N=¿? (U=¿?)	EEUU	2007	MySpace
<i>Hargittai</i>	Whose Space? Differences among users and non-users of social network sites	Cuestionario N=¿? (U=¿?)	EEUU	2007	Varias
<i>Joinson</i>	Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Uses of Facebook	Dos cuestionarios N=137 (U=¿?) y N=241 (U=¿?)	Reino Unido	2008	Facebook

<i>Strano</i>	User Descriptions and Interpretations of Self-Presentation through Facebook Profile Images	Cuestionario online N=427 (U=¿?) por bola de nieve	EEUU	2008	Facebook
<i>Ross, Orr, Susic, Arsenault, Simmering</i>	Personality and motivations associated with Facebook use	Cuestionario online N=97 (U=¿?)	Canadá	2009	Facebook
<i>Pierce</i>	Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens	Cuestionario con consentimiento firmado de padres N=280 (U=¿?)	EEUU	2009	No centrado en RRSS
<i>Cáceres, Ruiz San Román, Brändle</i>	Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet	Cuestionario N=¿? U=¿?	España	2009	No centrado en RRSS
<i>Espinar, González</i>	Jóvenes en las redes sociales virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género	Cuestionario email N=159 (U=¿?) por bola de nieve	España	2009	Varias
<i>Cheung, Chiu, Lee</i>	Online social networks: Why do students use Facebook?	Cuestionario online N=182 (U=¿?)	Hong Kong	2010	Facebook
<i>Karls, Peluchette</i>	Examining Students' Intended Image on Facebook: 'What Were They Thinking?'	Cuestionario N=346 (U=¿?)	EEUU	2010	Facebook
<i>Bringué, Sábada</i>	Menores y redes sociales	Cuestionario online N=12.919 (U=4.945.951) aplicado en colegios	España	2011	Varias
<i>Gómez, Tapia</i>	Facebook y Tuenti: de plataforma de ocio a herramienta e-learning. El caso de la UEMC y la UFV	Cuestionario autoadministrado N=264 (U=3.455)	España	2011	Varias
<i>García, Rosado</i>	Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0	Cuestionario online N=1.102	España	2012	No centrado en RRSS

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Metodologías cualitativa

<i>Autor/Es</i>	<i>Título</i>	<i>Metodología</i>	<i>País</i>	<i>Año</i>	<i>Ámbito</i>
Bruckman	The Turing Game: Exploring Identity in an Online Environment	Panel físico y online	EEUU	2001	No centrado en RRSS
Golder, Wilkinson, Huberman	Rhythms of social interaction: messaging within a massive online network	Análisis de 162 millones de títulos de mensajes N=4,2 millones	EEUU	2006	Facebook
Stutzman	Student life on the Facebook	Estudio de perfiles N=¿3.193?	EEUU	2006	Facebook

Boyd	Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life	Observación participante y entrevistas en profundidad	EEUU	2006	MySpace
Morris, Millen	Identity management: multiple presentations of self in Facebook	Estudio de perfiles de N=68 (U=14.000)	EEUU	2007	Facebook
Pempek, Yermolayeva, Calvert	College students' social networking experiences on Facebook	Bitácoras + entrevistas (N=92)	EEUU	2008	Facebook
Grasmuck, Martin, Zhao	Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships	Estudio de perfiles N=63	EEUU	2008	Facebook
Fovet	Impact of the use of Facebook amongst students of high school age with Social, Emotional and Behavioural Difficulties	Estudio de perfiles N=12	Canadá	2009	Facebook
Elgueta, Loreto, Riffo	Motivación, consumo y apreciaciones de Facebook por parte de jóvenes universitarios: el caso de la red UCSC Chile	Grupos de discusión (tres)	Chile	2009	Facebook
Almeida	El laberinto teatral de espejos digitales: La presentación de mexicano-americanos en Facebook	Entrevistas en profundidad + estudio de perfiles N=16	México	2010	Facebook
Barkhuss, Tashiro	Student Socialization in the Age of Facebook	Entrevistas + bitácoras N=18 bola de nieve	EEUU	2010	Facebook
Amichai-Hamburger, Vinitzky	Social networks use and personality	Estudio de perfiles N=237	Israel	2010	Facebook

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Metodologías cuanti-cuali

Autor/Es	Título	Metodología	País	Año	Ámbito
Boyd, Chang y Goodman	Friendster and publicly articulated social networking	Observación + cuestionarios + grupos + perfiles	EEUU	2004	Friendster
Ellison, Heino, Gibbs	Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in Online Dating	Entrevistas + cuestionarios N=349	EEUU	2006	Dating
Acquisiti, Gross	Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on Facebook	Cuestionarios + perfiles (comparación)	EEUU	2006	Facebook
Boyd	Friends, friendsters, and top 8: Writing community into being on social network sites	Observación + cuestionarios + grupos + perfiles	EEUU	2006	MySpace y Friendster
Boyd	Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster	Observación + cuestionarios + grupos + perfiles	EEUU	2006	Friendster

Gaddis, Gosling, Vazire	Personality Impressions Based on Facebook Profiles	33 grupos (N=165) + estudio de perfiles (N=133) + cuestionarios (N=144)	EEUU	2007	Facebook
Zhao, Grasmuck y Martin	Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships	Entrevistas + grupos + cuestionarios + perfiles N=63	EEUU	2008	Facebook
Walther, Van der Heide, Kim, Westerman, Tom Tong	The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?	Perfiles (N=389) + cuestionarios	EEUU	2008	Facebook
Monge, Olabarri	Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones	2 grupos + cuestionario email N=652	España	2011	Tuenti y Facebook

Fuente: elaboración propia

El hecho de encontrarnos con una mayoría de estudios cuantitativos y, en general, con metodologías poco rigurosas, se debe a tres dificultades a las que se enfrenta el investigador de este campo. La primera es que las redes sociales son reacias a proporcionar cualquier tipo de dato para facilitar el establecimiento de un universo de estudio. La segunda es que se trata de un universo en constante cambio y la tercera deriva de que el acceso a los datos de los usuarios es muchas veces imposible debido a las normas de privacidad que han ido estableciendo las redes sociales conforme han ido evolucionando. Esta misma evolución ha quedado patente en la temática de las investigaciones sobre redes sociales y *nativos digitales*. Si bien en un principio el tema de la privacidad era una de las mayores preocupaciones, conforme las propias redes sociales fueron estableciendo normas y los usuarios se fueron adaptando a su uso, los estudios al respecto comenzaron a perder fuerza. Lo mismo ha ido ocurriendo con los usos.

Cabe mencionar además la falta de apoyo por parte de las diversas instituciones involucradas en la investigación en España. A diferencia de países como Estados Unidos, en donde la implicación por parte de las universidades, institutos y empresas en el estudio de temas relacionados con nuevas tecnologías es muy alto, la situación en nuestro país es muy distinta. Si bien es verdad que en la actualidad se atraviesa un difícil momento económico, la cooperación por parte de estas instituciones puede provenir de otras formas; por ejemplo, dando acceso a los investigadores a bases de datos de alumnos posiblemente interesados en participar en estudios de este tipo, proporcionando incentivos como créditos o puntos extra por participar en dichos estudios, descuentos en la compra de determinados productos, etc.

Ante este panorama, queda claro que aún queda mucho camino por andar. No sólo por parte de los investigadores, quienes han de idear nuevas técnicas metodológicas y poner empeño en la rigurosidad de las mismas. Sino también por parte de los actores involucrados en el área de investigación con el fin de proveer a la sociedad de mayor conocimiento sobre materias como las nuevas tecnologías.

Agradecimientos

Esta investigación ha sido realizada en el marco del programa de Creación y consolidación de grupos de investigación BSCH-Universidad Complutense de Madrid, convocatoria 2011, grupo de investigación: *Historia y estructura de la comunicación y del entretenimiento*.

REFERENCIAS

- Acquisti, A. y Gross, R. (2006). *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook*. Pittsburgh: PET.
- Aguilar, D. y Said Hung, E. (2010). "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". *Zona Próxima*, enero-junio, 190-207.
- Berman, J. y Bruckman, A. (2001). "The Turing Game: Exploring Identity in an Online Environment". *Convergence*, 7(3), 83-102.
- Bernete, F. (2010). "Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes". *Revista de Estudios de Juventud* 88, 97-114.
- Boyd, D. (2004). "Friendster and Publicly Articulated Social Networks". *Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)*. abril 24-29. Vienna: ACM.
- (2006). "Friends, friendsters, and top 8: Writing community into being on social network sites". *First Monday*, 11(12).
- (2007). "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life". MacArthur Foundation Series on Digital Learning – *Youth, Identity, and Digital Media* Volume (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT Press.
- (2008). "Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence". *Convergence* 14(1).
- Boyd, D., Chang, M. y Goodman, E. (2004). "Representations of Digital Identity". *Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW 2004)*. Chicago, IL, 6-10 noviembre.
- Boyd, D. y Ellison, N. (2008). "Social network sites: Definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230
- Boyd, D. y Heer, J. (2006). "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster". *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences, Kauai, Hawaii, HICSS-39*.
- Bringué, X. y Sábada, C. (2011). *Menores y redes sociales*. Madrid: Foro Generaciones Interactivas.
- Bruckman, A., Gov, S. y Yardi, S. (2006). "Managing Identities Across Multiple Online Communities". *UNC Social Software Symposium*, Chapel Hill, NC. 8-9 diciembre.
- Caldevilla, D. (2010). "Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual", Documentación de las Ciencias de la Información 2010, vol. 33, 45-68.
- Cáceres, M. D., Ruiz San Román, J. A. y Brändler, G. (2009). "Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet". *Cuadernos de Información y Comunicación*, 14, 213-231.
- Castañares, W. (2010). "El uso de la fotografía en la autorrepresentación de los sujetos en las redes sociales". En TORREGROSA, M. (coord.), *Imaginar la realidad. Ensayos sobre la representación de la realidad en el cine, la televisión y los nuevos medios*, Sevilla/Zamora, Comunicación social.
- Castells, M. (2009), *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.
- Cheunga, C., Pui-Yee, C. y Lee, M. (2010). "Online social networks: Why do students use Facebook?". *Computers in Human Behavior* (2010) n. pag. Science Direct. Web. Febrero 2011.
- Dwyer, C., Hiltz, S. y Passerini, K. (2007). "Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace". *AMCIS 2007 Proceedings*. Paper 339.
- Ellison, N., Lampe, C. y Steinfield, C. (2007). "The benefits of Facebook 'friends': Social capital and college students' use of online social network sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4).
- Espinar-Ruiz, E. y González-Río, M. J. (2009). "Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género". *Feminismo/s: Revista del Centro de Estudios sobre la Mujer de la Universidad de Alicante* 14, 87-106.

- Fovet, F. (2009). "Impact of the use of Facebook amongst students of high school age with Social, Emotional and Behavioural Difficulties (SEBD)". *39th ASEE/IEEE Frontiers in Education Conference*. Session W2G. San Antonio, TX, 18-21 octubre.
- Fox, S. y Jones, S. (2009). "Generations Online in 2009". *Pew Internet & American Life Project*.
- Fraser, N. (1992). "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy". En *Calhoun, C. (ed.), Habermas and the Public Sphere*, Massachusetts, MIT Press.
- García, F. y Rosado M. J. (2012). "Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0". *Comunicación y sociedad* 25(1), 15-38.
- Joinson, A. (2008). "Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of Facebook". En *CHI '08: Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, New York, NY, USA, ACM, pp. 1027-1036.
- Lampe, C., Ellison, N. y Steinfield, C. (2006). "A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing". *Proceedings of ACM Special Interest Group on Computer-Supported Cooperative Work, ACM Press*, 167-170.
- (2007), "A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network". *Proc. CHI 2007, ACM Press*, 435-444.
- Lenhart, A. y Madden, M. (2007). "Social Networking Websites and Teens". *Pew Internet & American Life Project*.
- Mcluhan, M. y Fiore, Q. (2001). *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- Mazer, J., Murphy, R. y Simonds, C. (2007). "I'll see you on 'Facebook': The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate". *Communication Education*, 56, 1-17.
- O'Reilly, T. (2005). *Web 2.0: Compact Definition?* O'Reilly Radar.
- Pempek, T., Yermolayeva, Y., y Calvert, S. (2009). "College students' social networking experiences on Facebook". *Journal of Applied Developmental Psychology*.
- Pierce, T. (2009). "Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens". *Computers in Human Behavior*, 25, 1367-1372.
- Rainie, L. (2003). "Teenage Life Online: The Rise of the Networked Generation" en la Conferencia Singapore Youth.Net.
- Ross, C., Orr, E., Sasic, M., Arsenault, J., Simmering, M. y Orr, R. (2009). "Personality and motivations associated with Facebook use". *Computers in Human Behavior* 25, 578-586.
- Stutzman, F. (2006), "An evaluation of identity-sharing behavior in social network communities". *Proceedings of the 2006 iDMAa and IMS Code Conference*, Oxford, Ohio.
- Walther, J. B., Van Del Heide, B., Kim, S.-Y., Westerman, D., y Tong, S. T. (2008). "The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep?". *Human Communication Research*, 34(1), 28-49.

SOBRE LA AUTORA

Lizette Martinez Valero: becaria predoctoral en la Universidad Complutense de Madrid. Sus investigaciones se centran en redes sociales y jóvenes con especial atención a las relaciones políticas entre ambos.