

Redes sociales, un medio para la movilización juvenil

Sare sozialak, gazte-mobilizaziorako bitartekoa

Social networks as a media for youth mobilization

María del Carmen García Galera¹
Mercedes del Hoyo Hurtado²

zer

Vol. 18 - Núm. 34
ISSN: 1137-1102
pp. 111-125
2013

Recibido el 20 de septiembre de 2012, aceptado el 4 de abril de 2013.

Resumen

El objetivo general de este artículo es identificar las percepciones, actitudes y comportamientos asociados a la participación en redes sociales por parte de los jóvenes. Se trata de conocer qué influencia están teniendo las redes sociales en la participación de la juventud en acciones sociales colectivas, qué percepción tienen los jóvenes de las redes sociales como fuente de información global, qué conductas desarrollan –o se ven afectados por ellas– que implican una mayor participación en situaciones de solidaridad y asociacionismo offline, y qué relaciones sociales nacen o se desarrollan a través de las redes sociales.

Palabras clave: Jóvenes, redes sociales, participación, Internet, movimientos sociales.

Laburpena

Artikulu honen helburu orokorra da jakitea zeintzuk diren sare sozialetan parte-hartzeari buruz gazteek dituzten pertzepzio, jarrera eta portaerak. Asmoa honakoa ezagutzea da: taldeko gizarte-ekintzetan parte-hartzeari begira, gazteengan sare sozialak zein eragin izaten ari diren; gazteek zer pertzepzio duten sare sozialei buruz, informazio-iturri global gisa; elkartasun eta offline asoziazionismo handiagoa dakarten zein jokabide garatzen dituzten –edo zein jokabidek duen eragina haiengan–; eta zein gizarteharreman jaio edo garatzen diren sare sozialen bidez.

Gako-hitzak: Gazteak, sare sozialak, parte-hartzea, Internet, gizarte-mugimenduak.

Abstract

The purpose of this article is to identify the perceptions, attitudes, and behaviours associated to the participation of teenagers in the social media. The article examines the influence of so-

¹ Universidad Rey Juan Carlos, carmen.garcia@urjc.es

² Universidad Rey Juan Carlos, mercedes.hoyo@urjc.es

cial networks in promoting collective social actions by youngsters, what kind of participation has this group in social media as a source of global information, which kind of behaviours they develop --or how they're impacted-- that foster a higher participation in actions of solidarity and association activities offline, as well as which social relationships are born or developed through the social networks.

Keywords: Youth, social networks, participation, Internet, social movements.

1. Las redes sociales en las relaciones sociales de los jóvenes

Hoy, más que nunca antes en la Historia, los jóvenes se encuentran interconectados, son capaces de “hablar” con más de cincuenta amigos al mismo tiempo y tienen a su alcance una gran cantidad de información de carácter político, social o cultural con un simple “click”. Estas conexiones han encontrado un cauce idóneo, dentro del entorno virtual, en las denominadas redes sociales. Para estos jóvenes, denominados como “nativos digitales” (Prensky, 2001), el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y todas sus infinitas posibilidades forma parte de su vida cotidiana. Además, el informe “Sociedad en Red 2012” (anual 2011), presentado por el Observatorio Nacional de las telecomunicaciones y de la Sociedad de la información (Ontsi), desvelaba que el uso de Internet en España se situaba en torno a un 62% de usuarios regulares en la Red. El Banco Mundial³ aumenta esta cifra hasta el 67,9%, si bien lo más interesante de todos estos datos es que se encuentran en continuo crecimiento, especialmente, entre el sector más joven de la población.

El contexto histórico y teórico de esta situación nos remite al paradigma teórico del Análisis de Redes Sociales que proviene de la convergencia de diferentes escuelas, situadas ellas mismas en diferentes áreas del conocimiento científico. No es objeto de este trabajo, sin embargo, realizar un repaso histórico de estas diferentes tradiciones que ya ha sido acometido por autores como Scott (1991), Requena (1989), Rodríguez (1995) y Lozares (1996). Sus aportaciones, sin embargo, nos permiten analizar una de las consecuencias más destacadas de la sociedad de la información: la conectividad que caracteriza a un mundo altamente conectado y agrupado.

Las denominadas ‘redes sociales’ de Internet demostraron, casi desde su aparición, que iban a jugar un papel destacado tanto en el mundo virtual como en el real, tanto desde la perspectiva económica como desde la social en todas sus vertientes. El fenómeno de las redes sociales online se enmarca dentro del surgimiento en las últimas décadas, a partir del desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC), de una nueva sociedad: la sociedad red. Tal como afirma Castells (2006), esta nueva realidad está teniendo como consecuencia la transformación y el surgimiento de una nueva cultura de la virtualidad real –construida mediante un sistema de medios de comunicación omnipresentes, interconectados y diversificados–, y la transformación de los cimientos materiales de la vida, el espacio y el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal.

Una red social es el resultado de la comunicación interpersonal y grupal que mantienen una serie de individuos a lo largo del tiempo. De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), se trata de “un sitio que contiene un servicio, basado en Internet que permite a los individuos: 1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión; y 3) ver y explorar su lista de conexiones y de aquellas realizadas por otros usuarios dentro del sistema”.

De manera habitual, se señala que las redes sociales son un fenómeno juvenil, y los estudios dan buena cuenta de la importancia que ha alcanzado el fenómeno de las redes sociales de Internet, redes cuya primera función, como advierte su propio nombre, es la de facilitar la interrelación. Esta idea es la que subyace en la definición que el profesor

³ <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2/countries/1W?display=default>

Carlos Lozares, citando a Mitchell, ofrece sobre las redes: “el conjunto bien delimitado de actores –individuos, organizaciones, comunidades o sociedades globales– vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales”. El segmento de población más joven representa no sólo a los primeros adoptantes de las redes sociales, sino también al primer grupo poblacional que está construyendo sus dinámicas de relación en convivencia con ellas (Monge y Olabarri, 2011).

Con el propósito de aportar algunos datos sobre la rápida penetración de las redes sociales en la vida de los jóvenes, puede tomarse como referencia la cuarta ola del Observatorio de las Redes Sociales, de la consultora The Cocktail Analysis⁴, que sostiene que el 91% de los usuarios de Internet en el país accede a diario a alguna de las redes sociales.

En el mes de abril de 2013, había en España 16,9 millones de usuarios de Facebook⁵ y desde Tuenti, con 12 millones de usuarios registrados, se muestran orgullosos al afirmar que el 15% del tráfico Web de España pasa por su red social⁶, ya que promedian casi 40.000 millones de páginas vistas al mes, 200 millones de mensajes diarios a través de su chat, suman 4 millones de fotos subidas cada día, y se reproducen 6 millones de vídeos diariamente en su plataforma.

Según *The Social Media Report* (Nielsen, 2012), 2012 ha sido, sin duda, el año de la explosión móvil 2.0. Cada vez nos conectamos más a Internet a través de dispositivos móviles (hasta un 82%) y también, cada vez entramos más a las redes sociales a través de aplicaciones móviles. Las redes sociales y los blogs siguen siendo los principales objetivos de los navegantes en Internet, y las primeras tienen entre como principales usuarias a mujeres cuya edad oscila entre los 18 y los 34 años.

Sin lugar a dudas, la adaptación del individuo a nuevas modalidades de socializar, comunicarse y de gestionar sus relaciones de sociabilidad, está siendo con toda certeza una de las consecuencias más significativas de este avance imparable de la sociedad red. Está produciendo una elevada conectividad y cambios, de importante calado, en los ámbitos, actores y mecanismos implicados en el proceso de socialización tradicional del individuo, inaugurando un espacio inédito de socialización virtual, con potencial impacto sobre la transmisión de normas, valores, actitudes y comportamientos personales y sociales.

Así pues, un estudio riguroso de las actitudes, percepciones, estructura y de las dinámicas que tienen lugar en las redes sociales, no puede obviar las relaciones que las constituyen, los contextos que promueven su emergencia, los acontecimientos biográficos que las afectan, los contenidos y la calidad de los vínculos que establecen las personas implicadas en su devenir (Bidart, 2009: 179; Boyd, 2000). En definitiva, no se pueden olvidar cuáles son los motivos que las animan y las variables individuales que inciden en la participación.

Según Bidart (2009: 181), a través del estudio de las relaciones que se establecen en las redes sociales, es posible analizar las siguientes variables: a) El contexto de origen; b) Las características de las interacciones (frecuencia y modalidad de encuentros, tipos de intercambio); c) Las cualidades del vínculo (antigüedad, especialización o polivalencia...); d) Las cualidades de los miembros de la relación (edad,

⁴ www.tcanalysis.com

⁵ <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

⁶ <http://blog.tuenti.com/ya-somos-12-millones>

nivel educativo, grado de centralidad en la red, proximidad y distancias geográficas o sociales...). Un quinto punto que sería necesario añadir es el de los conflictos asociados a las características de las interacciones, y que da lugar a una serie de comportamientos y actitudes frente a las redes sociales que se convierten en el objeto de estudio de este proyecto.

En el análisis de redes, el contexto de encuentro se suele asimilar al rol relacional. Por el hecho de coincidir en un aula universitaria, en un determinado lugar de ocio o en una oficina, la persona desempeña, frente a otros, el papel de compañero de estudio, de colega o amigo, o de compañero de trabajo. No obstante, el contexto posterior en el que interactúan las personas que se conocieron en estos ámbitos, y que siguen manteniendo la relación, puede ser muy diferente de los contextos de vida iniciales (familia, estudios, ocio, residencia, trabajo...) que promovieron el encuentro. El fin de los estudios universitarios, el cambio de residencia o de trabajo, pueden llevar aparejados cambios en el contexto de encuentro, sin que por ello estas personas dejen de relacionarse.

Tras los encuentros iniciales, las personas pueden ir repitiendo y acumulando interacciones cara-a-cara que, con el transcurso del tiempo, adquieren amplitud y van construyendo una historia. Es el momento en que puede considerarse que las personas han superado el umbral de la simple interacción, para entrar a establecer una relación. El placer de compartir en común experiencias, expectativas, rutinas y conocimientos, genera confianza, y los reencuentros empiezan a ser provocados, dejando a un lado su carácter casual.

El motivo de una relación reúne todos aquellos atributos e incentivos que construyen la “fuerza de atracción” entre dos personas; aquello que las mantiene juntas. El motivo se construye, por lo tanto, a partir de los elementos del contexto y de las cualidades de las personas, de las interacciones y de los vínculos que establecen (Biddart, 2009: 181). El motivo, en algunas relaciones, se encuentra ligado al contexto cotidiano de interacción en el que se comparten actividades comunes (ocio, estudio, trabajo, deporte), mientras que en otras relaciones se habrá desligado de dicho contexto y habrá pasado al ámbito de la intimidad interpersonal. En otros casos, es posible que el motivo se sustente en el intercambio de servicios, la inscripción dentro de un grupo o en el sentimiento afectivo.

2. Las redes sociales y su papel en la participación social activa

Dentro del ámbito o contexto participativo, Kahne, Lee y Timpany (2011) establecen tres formas predominantes de participación ‘online’: (1) política o cívica, (2) cultural o de ocio, y (3) de amistad o relaciones sociales, de la que ya hemos hablado. Cualquiera de estas tres formas de participación ‘online’ ha proporcionado a los jóvenes oportunidades para discutir temas sociales o políticos, aprender sobre diferentes aspectos predominantes en la sociedad, valores y experiencias vitales, aumentar su capital social, así como para desarrollar conocimientos sobre las normas de interacción entre grupos que pueden facilitarle su participación política y cívica en su vida fuera de las redes sociales (Ito, 2009).

Por tanto, las redes sociales online, además de satisfacer diferentes necesidades de relaciones sociales individuales, o precisamente porque las satisfacen, han dado sobradas muestras de que condicionan el mundo real. Si difícil resulta olvidar la

incidencia que tuvieron los mensajes de teléfonos móviles e Internet en las protestas tras los atentados del 11M en Madrid –a pocas horas de las elecciones generales–, no es menor la trascendencia que han tenido en episodios tan dispares como la convocatoria de un ‘macrobotellón’ en más de una docena de ciudades españolas, las movilizaciones opositoras desde 2009 en Irán⁷ –por las elecciones fraudulentas– o en Cuba –en este último caso son el liderazgo de la ‘bloggera’ Yoani Sánchez⁷–, la identificación del presunto asesino de la joven Marta del Castillo, la organización ciudadana opositora al alcalde de Salamanca, la movilización contra el Gobierno del José Luis Rodríguez Zapatero por la ley antidescargas que preveía el cierre de páginas Web, o todas las movilizaciones sociales de carácter solidario en las que las redes sociales están jugando un papel protagonista.

Se extiende por el mundo una nueva forma de activismo social. En los últimos años, los ciudadanos están siendo testigos de acontecimientos tales como las revoluciones árabes, las filtraciones de secretos de las embajadas de Estados Unidos y los Gobiernos de todo el mundo a través de Wikileaks, las acciones del colectivo de ciberatacantes Anonymous contra compañías como Visa o Amazon, los movimientos del 15M en España, *Occupy* en Estados Unidos o *Yo soy 132* en México, las protestas en Rusia, o campañas electorales muy basadas en redes sociales como la que en 2008 llevó a Obama a la presidencia de Estados Unidos.

Junto a estos fenómenos de movilización colectiva, o impulsándolos muchas veces, surgen casos de activistas individuales que usan las plataformas y redes digitales para dar a conocer su protesta, buscar aliados y enfrentarse a antagonistas, no hace mucho, inalcanzables. En definitiva, Internet como sociedad del conocimiento y las redes, como metonimia del conocimiento socialmente distribuido, que está dando paso al fenómeno del ciberactivismo, de la participación del ciudadano en la sociedad global como no se había producido hasta el momento (Tascón y Quintana, 2012).

No obstante, hay que destacar que no existe una conciencia entre los jóvenes de las repercusiones y el potencial, tanto en positivo como en negativo, que pueden tener estas redes sociales. Esta situación exige una urgente ‘alfabetización’ como la perseguida para comprender (y prevenir efectos de) los medios de comunicación de masas. Las posibilidades que ofrecen las redes sociales como herramientas para producir cambios positivos en la sociedad, requieren de una mayor implicación y participación activa de los jóvenes. Hasta el momento, este sector de la población, principal usuario de redes, en líneas generales, no es consciente de que estas herramientas superan con mucho las funciones de promover y reforzar las relaciones interpersonales.

3. Objetivos y metodología de la investigación

Se ha investigado cómo los medios de comunicación se han lanzado ya a intentar utilizar las redes sociales (Noguera, 2010), o qué nuevos perfiles profesionales y cambios están trayendo las redes a los medios (Flores-Vivar, 2009), o cómo trastocan sus modelos (Campos, 2008). También han captado el interés de los investigadores cuáles son las representaciones mediáticas que generan dichas redes (Bacallao Pino, 2010), o preocupaciones más concretas, como cuáles parecen ser las razones por las que Facebook tiene un crecimiento mayor que Tuenti (García, 2010).

⁷ www.desdecuba.com/generaciony

Este artículo intenta, por su parte, aportar una nueva visión para tratar de describir la realidad del ciberactivismo ciudadano de los jóvenes universitarios y las posibilidades que ofrecen las redes sociales como vía para la participación social activa y comprometida de este grupo social.

Aunque hace unos años nos preguntábamos si serían un fenómeno pasajero o un cambio significativo de nuestra forma de estar en contacto (Fernández, 2008), hoy en día ya nadie pone en duda que las redes sociales ocupan un lugar cada vez más importante en nuestro modo de comunicarnos, relacionarnos y participar. Esto cobra especial relevancia cuando hablamos del segmento más joven de la población.

Los resultados de la investigación que aquí se presentan se enmarcan dentro de un proyecto financiado por la Comunidad de Madrid. Dicho proyecto pretende analizar las redes sociales como cauce para la participación social, cívica y política de los jóvenes en la sociedad del conocimiento.

Aunque el cruce de variables ha permitido extraer una gran diversidad de datos, en el presente artículo se mostrará, en primer lugar, cómo los jóvenes que ya tenían una actitud activa hacia la participación social offline, utilizan las redes sociales para reafirmar sus conductas y animar a otros a la participación e implicación en cuestiones sociales, cívicas y/o políticas. En segundo lugar, se tratará de verificar si el uso de las redes sociales ha despertado una actitud más positiva, hacia la participación en cuestiones de solidaridad y asociacionismo, en aquellos jóvenes tradicionalmente menos participativos.

Por tanto, se trata de ver si la participación en actividades sociales, cívicas y/o políticas de la vida real se presenta como una consecuencia de la implicación en las redes sociales o si las redes sociales han reforzado conductas ya existentes. Es decir, la participación social como variable dependiente o independiente.

Por último, aportaremos información sobre la principal forma de participación que los jóvenes tienen en la actualidad en las redes sociales, participación que tiene que ver con sus relaciones sociales y cómo las redes se han configurado como un medio imprescindible para mantener estas relaciones.

La metodología utilizada, con el fin de obtener resultados válidos y fiables sobre la realidad objeto de estudio, ha sido la encuesta. Se han seleccionado a 553 jóvenes universitarios con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años en diferentes Universidades de la Comunidad de Madrid. La selección de estas universidades ha sido de probabilidad aleatoria simple, por conglomerados y multietápica, a partir de las diferentes universidades públicas y privadas de la Comunidad de Madrid. En cuanto al tamaño muestral, la muestra está formada por 553 jóvenes, elegidos con un margen de error de $\pm 4,25\%$, nivel de confianza de $95,5\%$ y variabilidad interna de la muestra de 50/50.

4. Análisis de resultados

4.1. Redes sociales e información de la realidad

España se sitúa como el quinto país del mundo que más utiliza las redes sociales⁸, principalmente, Tuenti, Facebook y Twitter. Por ese motivo, las redes sociales que se

⁸ <http://www.pewinternet.org/Topics/Demographics/Teens.aspx?typeFilter=5>

tuvieron en cuenta para el estudio fueron éstas, precisamente, ya que además son las más utilizadas por los jóvenes españoles en la actualidad. Los primeros resultados descriptivos de la realidad de los usos de estas redes por parte de este sector de la población, ponen de manifiesto que la red social que cuenta con una mayor presencia de jóvenes es Tuenti, de hecho, el 89% de los encuestados tienen perfil en esta red social, seguida de Facebook, con un 85% y Twitter, con un 60% de seguidores. Estos datos coinciden con los que arroja la población de usuarios jóvenes en España, datos recogidos por otras organizaciones y publicados recientemente, en los que se deja constancia de que Tuenti es la red social que más utilizan los jóvenes en España. De hecho, en enero de 2013 alcanzaba la cifra de 15 millones de usuarios registrados⁹.

En relación al tiempo que los jóvenes invierten dentro de estas redes sociales, el 61,3% de los encuestados afirma utilizar Tuenti varias veces al día, el 45% afirma tener esta misma rutina en Facebook y el 40%, en Twitter. No obstante, cualquiera que sea la red social que empleen, el 80% de los jóvenes declara que las redes sociales forman parte de su vida diaria.

Otro punto destacable es la diferencia que existe en el uso y pertenencia a Facebook o Tuenti, y a Twitter. Cuando se trata de analizar las distintas funcionalidades que estas redes tienen para los jóvenes, por ejemplo, a la hora de estar informados de la actualidad social, política y/o económica, los universitarios se inclinan por recurrir, principalmente, a Twitter. Así, según los datos obtenidos de la encuesta realizada, de los jóvenes que declaran tener una cuenta en esta red, el 61,4% asegura utilizar Twitter con esta finalidad varias veces al día, frente al 22% que recurre a Facebook o el 15% que usa Tuenti con este objetivo.

Estos datos pueden demostrar cómo las redes se van configurando como un medio de información claro para este sector de la población, si bien hay que subrayar cómo los jóvenes seleccionan la red en función de cuál sea el tipo de necesidad que pretendan satisfacer, es decir, mientras que Twitter sería la red que utilizarían para estar informados, Facebook o Tuenti son percibidas como medio para sus actividades de ocio y de relaciones sociales.

4.2. Participación y relaciones sociales

Hasta el momento, para nadie pasa inadvertido que la principal función de las redes sociales para los jóvenes tiene que ver con sus relaciones sociales (Kahne, Middaugh, Lee y Feezel, 2011). La observación de la realidad permite construir una clasificación de las diferentes formas en que los jóvenes utilizan las redes sociales para establecer nuevas relaciones sociales o para preservar las que ya tienen: (1) aquellos que utilizan las redes sociales para estar en contacto continuo con sus amigos de siempre; en este caso, las redes sociales proporcionan el medio para prolongar las relaciones que tienen lugar en la vida real; (2) aquellos que usan las redes sociales para “rescatar” a antiguos compañeros de clase, de campamentos o de otras situaciones vividas, y que vuelven a contactar con ellos; (3) aquellos que hacen nuevos amigos online y que se convocan a través de las redes sociales para compartir experiencias en la vida real, y (4) aquellos que hacen amigos online pero cuyos contactos permanecen en el mundo virtual.

⁹ <http://www.comscore.com>

Si aplicamos esta clasificación a los resultados del estudio, encontramos, en primer lugar, que el 85% de los jóvenes encuestados tiene en sus redes sociales a los amigos que ya conoce de su vida real y con los que mantiene y prolonga sus contactos en el mundo virtual, a través de Facebook y Tuenti principalmente.

Otro dato de interés es el porcentaje de jóvenes que han utilizado las redes sociales para contactar con antiguos amigos: un 65%, –con los que compartieron experiencias en otra situación o contexto al actual- con los que han conseguido retomar sus relaciones una vez los han invitado a su perfil. Este tipo de contactos favorecidos por las redes sociales tienen un carácter internacional, y no es exclusivo de los jóvenes de nuestro país, ya que el 50% de los jóvenes americanos declara que la principal razón para utilizar esta forma de comunicación es buscar amigos con los que se ha perdido el contacto, tal como recoge Pew Research Center¹⁰.

Respecto a la forma de relacionarse, es decir, aquella que pone en evidencia las posibilidades que ofrecen las redes sociales para hacer nuevas amistades en el mundo virtual y compartir experiencias en el mundo real, los datos obtenidos reflejan que el 14% de los encuestados tiene entre sus contactos a personas que han conocido a través de las redes sociales y que forman parte de su grupo de amigos en la vida real, mientras que el 70% tiene pocos o ninguno.

De los porcentajes expuestos se sigue fácilmente que es menos frecuente esta opción que las dos anteriores, y que las redes se utilizan fundamentalmente, para asentar las amistades que ya se tienen. De hecho, tan solo el 7% de los jóvenes que están en Facebook y el 10% de los que tienen perfil en Tuenti declaran que utilizan la red con cierta frecuencia para hacer nuevas amistades pero que estas relaciones permanecen en el mundo virtual (este dato coincide de nuevo con el 10% de los jóvenes americanos que utilizan este medio para ampliar su red social con desconocidos¹¹).

Por lo tanto, las redes sociales facilitan las relaciones sociales de los jóvenes, principalmente, contribuyendo a mantener las que ya se tienen en la vida real y es cuantitativamente menos significativo aquellos jóvenes que lo utilizan para hacer nuevos contactos. No obstante, cabe señalar que, aunque el dato estadístico pueda tener menos interés para las cuestiones abordadas hasta ahora, no hay que pasar por alto que precisamente este porcentaje menor de la población es el que puede sufrir mayores problemas relacionados con el uso indebido de las redes sociales y los riesgos asociados a este proceder.

4.3. Redes sociales y participación social

Como adelantábamos en el estado de la cuestión, a la hora de analizar la función que las redes sociales desempeñan en la vida de los jóvenes, conviene señalar que las redes, más allá de permitir extender sus relaciones sociales, se constituyen como un medio que permite a los jóvenes, no solamente estar informados de acontecimientos cívicos, políticos, culturales, etc., sino también participar en ellos de manera activa.

Cuando hablamos de participación social, política y/o cívica en las redes sociales se hace referencia a la posibilidad de identificar, comunicar, debatir y/o producir cuestiones y argumentos sobre temas sociales, políticos y/o cívicos. La pregunta que

¹⁰ <http://pewinternet.org/iPoll%20results.aspx>

¹¹ <http://pewinternet.org/iPoll%20results.aspx>

hasta ahora ha orientado los estudios en esta área es si el uso de Internet modifica los patrones clásicos de comportamiento con respecto a esta participación, es decir, quién participa, por qué y cómo.

En este sentido, las aportaciones se dividen entre aquellas que consideran la participación como la variable dependiente, es decir, que consideran la participación de los jóvenes como una consecuencia de la exposición y participación activa en las redes sociales; o como variable independiente, es decir, que sólo quienes adoptan en la vida real una actitud positiva hacia la participación en actos de responsabilidad ciudadana, se sirven de las redes sociales para implicar a otros y promover el ciberactivismo ciudadano.

Si hasta el momento en que aparecieron las redes sociales, la dinámica consistía en que los jóvenes con una actitud activa frente a cuestiones sociales de muy diferente índole tenían que ir a buscar la información para implicarse de manera participativa en esos acontecimientos, la aparición y posterior desarrollo de las redes sociales ha invertido el proceso. Los jóvenes reciben periódicamente invitaciones de índole muy diferente, que va desde participar en una marcha a favor del pueblo saharauí hasta conseguir una invitación para acudir a un mitin político o solidarizarse en la lucha contra el cáncer. Ante estas llamadas, los jóvenes tienden a reaccionar de dos posibles maneras: hay quien responde con un “*clickactivismo*” o con un “activismo de sillón”, ya que participar a través de las redes sociales es tan fácil como hacer “click” en la pestaña “me gusta” del evento correspondiente; y hay quien lleva más allá su compromiso, implicándose en acciones para intentar producir cambios sociales en la vida real.

Estas posibles actuaciones por parte de los jóvenes vienen avaladas por los datos del estudio que aquí se presentan y que muestran, en primer lugar, cómo tan solo el 26% de los jóvenes encuestados afirmó que las redes sociales le habían animado a asistir a alguna movilización social, pero que no lo había hecho. De hecho, el 51,1% de los jóvenes declararon que se suelen sumar a algún evento online pero que no se han animado a participar en su trasunto offline del mismo evento. El último dato, pero quizás más interesante para verificar la capacidad de participación y movilización social de las redes, es que sólo el 19% declaró haberse sumado a un evento online y haber participado también en el mismo fuera del ámbito virtual.

En función de las redes sociales utilizadas, los datos obtenidos en este trabajo cuantitativo reflejan que el 41% de los jóvenes encuestados participan entre una y varias veces al día en eventos o convocatorias que les entran a través de Tuenti. El porcentaje se reduce hasta un 25% en el caso de los que tienen un perfil en Facebook y no alcanza el 16% entre los que utilizan Twitter con esta finalidad, sin olvidar que esta participación en eventos no va más allá de la implicación online o de, como se ha mencionado, apretar una tecla del ordenador.

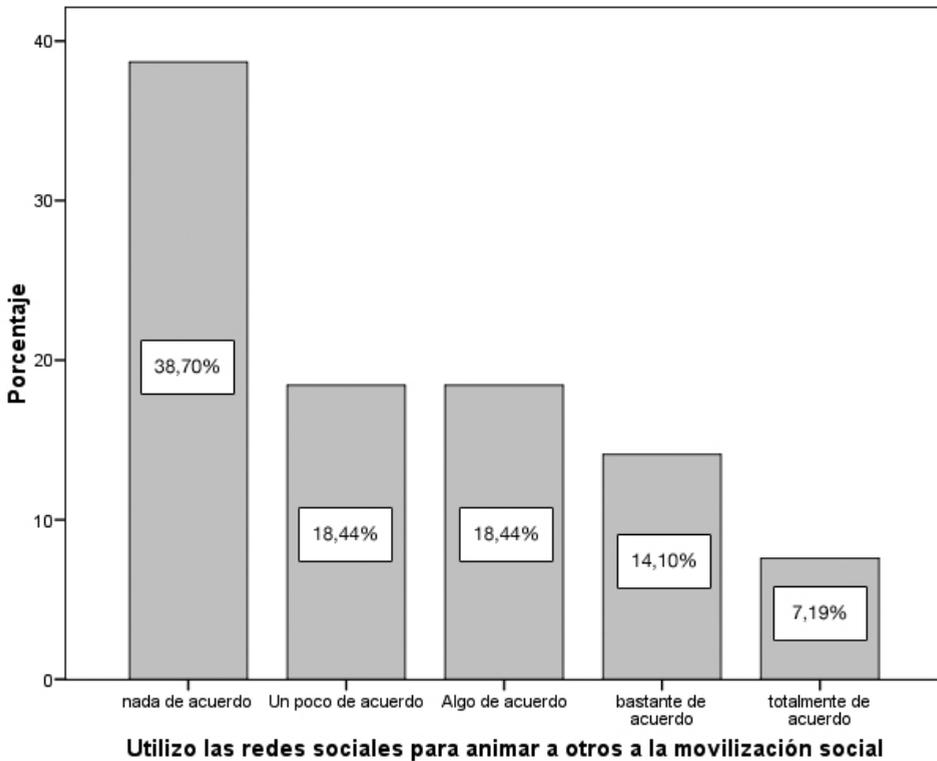
4.4. Redes sociales y ciberactivismo juvenil

Las posibilidades de las redes para implicar a los jóvenes en acciones de cambio que benefician a la sociedad son inmensas. Sin lugar a dudas, debido al uso elevado de las redes sociales por parte de los jóvenes, la sociedad se debe plantear cómo deber orientar a este sector de la población hacia una participación social y cívica activa y, por ello, la investigación debe constituir el punto de partida para calibrar la forma

de actuación y de orientación; de ahí que el presente trabajo tratase también de recolectar datos que permitieran hacer un análisis de aquellos jóvenes a quienes las redes sociales les sirven para reforzar su participación en actividades sociales, cívicas o reivindicativas de algún tipo.

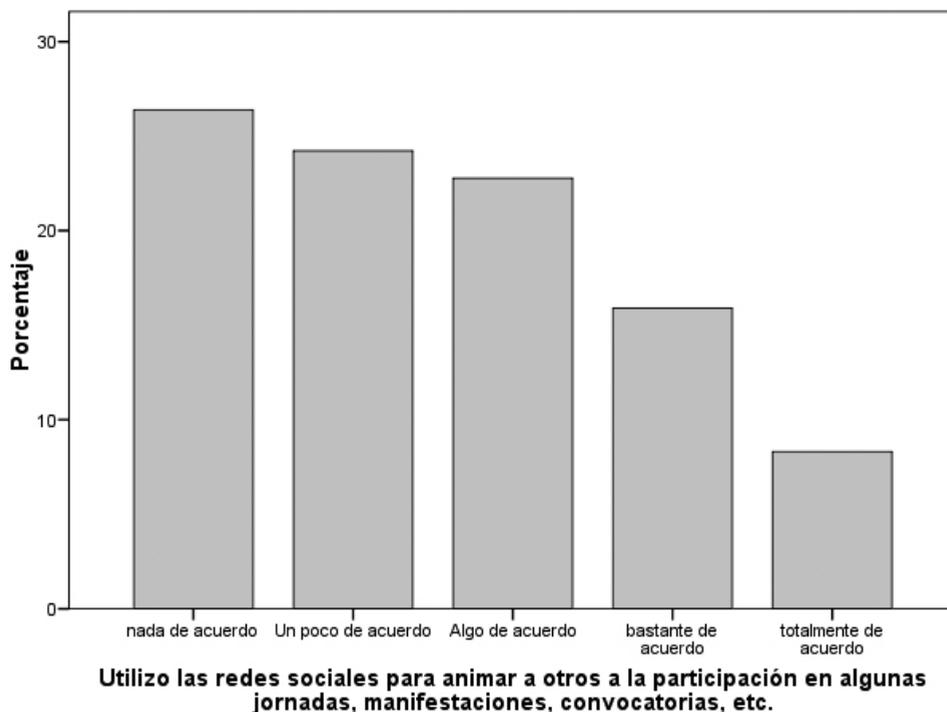
Los datos reflejan que este grupo se corresponde con un sector de la población que ya muestra una actitud positiva hacia la participación en eventos solidarios o de implicación cívica en la vida real, y cuyo manejo de las redes, además de para reforzar este activismo, les hace implicar a terceros en esta participación. En este sentido, el 21,7% de los jóvenes encuestados (gráfico 1) declara que usa las redes online para animar a otros a la movilización social, aunque es cierto que desconocen si lo consiguen o no, no tienen constancia de la eficacia o el éxito de su acción.

Gráfico 1. Redes sociales y movilización social.



En concreto, un 25,2% dice usar las redes sociales para animar a otros a la participación en jornadas, manifestaciones y/o convocatorias (gráfico 2); y el 30,2% de los jóvenes declara que las usa como el medio para denunciar situaciones injustas. El hecho de que la población juvenil declare que utilice las redes sociales para la participación y anime a otros a una participación offline demuestra el papel que puede estar desempeñando esta nueva forma de comunicación a la hora de implicar a este sector de la población en movilizaciones de carácter social y/o cívico.

Gráfico 2. Redes sociales y participación en jornadas, manifestaciones y convocatorias.



Es evidente que si estos porcentajes no alcanzan ni a un tercio de la población, dibujan un escenario en el que todavía parece que queda mucho trabajo por hacer desde el punto de vista de la implicación de los jóvenes en la movilización social propiciada por las redes sociales. Ahora bien, cuando los jóvenes perciben situaciones próximas a ellos en las que parece necesario el cambio, el porcentaje de individuos que responden positivamente a la llamada de las redes sociales se incrementa significativamente. Así, por ejemplo, ocurrió con acontecimientos como el 15-M, en el que el 36% de los jóvenes encuestados declararon que se habían implicado activamente como consecuencia de las llamadas realizadas desde las propias redes sociales o, en situaciones aún más próximas, como aquellas que animan a participar en movilizaciones por una mejora en la Universidad (45%). Es decir, los jóvenes participan en aquellos hechos o situaciones próximas a su circunstancia personal y encuentran en las redes sociales una herramienta para animar a otros a la participación, para estar enterados de cómo participar y movilizarse.

Sin embargo, otros acontecimientos, especialmente aquellos que se enmarcan en el contexto político, siguen chocando con cierta pasividad juvenil, tanto en el mundo real como en el virtual. Puede ilustrar esta afirmación el dato de que tan solo el 9% de los jóvenes encuestados respondieron que habían asistido a algún mitin político como consecuencia de haber sido invitado a través de las redes sociales. Para lo mis-

mo sirven las cifras ligadas al asociacionismo: sólo el 14% de los jóvenes responde que se ha inscrito en alguna ONG motivado por las propias redes sociales online. Este mismo porcentaje confirma que se ha involucrado en alguna acción de protesta cuando la iniciativa ha venido de la mano de alguna asociación.

5. Conclusiones

Los datos recogidos en este artículo se enmarcan dentro de una investigación más amplia realizada sobre la presencia positiva de las redes sociales en la vida de los jóvenes. Para ello, resulta imprescindible conocer más en profundidad, en primer lugar, las funciones que las redes sociales desempeñan en sus relaciones sociales diarias y, en segundo lugar, las variables que inciden en la participación social y cívica de los jóvenes, y en las posibilidades de movilización y cambio propiciados por las propias redes.

En esta línea, al margen de la cautela con que debe hablarse de la búsqueda de información de actualidad en las redes o de las garantías de fiabilidad que tenga la información que por ellas circula (y su correspondiente comparación con la ofrecida por los medios tradicionales), un porcentaje notable de jóvenes insiste en considerarlas como medio de información de actualidad y dice recurrir a ellas para satisfacer su necesidad de estar informados de lo que ocurre.

La evidencia de que las redes sociales multiplican las posibilidades de establecer nuevas relaciones ha servido de apoyo a numerosas voces que han dado la alarma sobre los riesgos que tal facilidad comporta para estos jóvenes nativos digitales. Sin embargo, el estudio pone de manifiesto que las redes son, fundamentalmente, un instrumento más de comunicación entre personas que ya se conocen, y rara vez un medio de entablar relaciones de amistad con desconocidos. No obstante, como ya hemos destacado, las consecuencias negativas de utilizar las redes como medio de contacto con desconocidos preocupan no por su porcentaje, sino por las propias consecuencias –psicológicas, emocionales– que en ocasiones estas relaciones traen para los jóvenes y, cuando es el caso, para los menores implicados.

A la luz del análisis, es indudable la potencialidad de las redes sociales para desarrollarse como una herramienta de implicación de la juventud en cuestiones de ámbito cívico, social y/o político. Cuanto menos, los usuarios tienen esa posibilidad, en sus manos está saber utilizarla implicándose o no, y en la de los adultos conseguir desde edades tempranas una formación digital que les anime a utilizar las redes sociales como un instrumento válido para la participación activa y el ciberactivismo.

Por tanto, las redes sociales se perfilan como un medio idóneo para el compromiso ciudadano de los jóvenes, si bien es necesario encontrar la fórmula que les lleve a trasladar su compromiso y su acción más allá de la red, que les dote de un espíritu más crítico hacia la realidad social que les rodea y les lleve a intervenir más allá del mundo virtual.

Referencias bibliográficas

- BACALLAO PINO, Lázaro (2010). “Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos”. **En:** *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna: Universidad de La Laguna, pp. 114-125.
- BAUMAN, Zigmunt y MAY, Tim (2007). *Pensando sociológicamente*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- BIDART, Claire (2009). “En busca del contenido de las redes sociales: los ‘motivos’ de las relaciones”. **En:** *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, vol. 6, núm. 7.
- BRINGUÉ, Xavier y SÁDABA, Charo (2011). *Menores y Redes Sociales*. Madrid: Fundación Telefónica.
- BOYD, Danah y ELLISON, Nicole (2007). “Social Network Sites: Definition, History and Scholarship”. **En:** *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, núm. 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- BOYD, John (2000). “Redes sociales y semigrupos”. **En:** *Política y Sociedad*, 33, pp. 105-112.
- CAMPOS FREIRE, Francisco (2008). «Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales». **En:** *Revista Latina de Comunicación Social*, 63. La Laguna: Universidad de La Laguna, pp. 287 - 293.
- CASTELLS, Manuel (ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- COCKTAIL ANALYSIS, The (2011). *Informe de resultados. Observatorio de las redes sociales, 3º oleada*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/TCAnalysis/tca-observatorio-redsociales2011publico>
- FLORES VIVAR, Jesús Miguel (2009). “Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales”. **En:** *Comunicar*, 33, pp. 73-81.
- GARCIA, José Sixto (2010). “Comportamientos activos en usuarios 2.0: Facebook supera a Tuenti, la red social que había sido líder en España. Causas, estrategias de comunicación e impacto en la recepción”. **En:** *Observatorio (OBS*) Journal*, vol.4 – núm. 2, pp. 153-166.
- ITO, Mizuko (2008). *Hanging out, Messing Around, Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA.: The MIT Press.
- KAHNE, Joseph., MIDDAGH, Ellen, LEE, Nam-Jin y FEEZELL, Jessica (2011). “Youth Online Activity and Exposure to Diverse Perspectives”. **En:** *New Media & Society*. 14 (3), pp. 492-512.
- LANCE, Bennett (2007). *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*. MacArthur Foundation. Cambridge, MA.: The MIT Press. Disponible en: <http://mitpress.mit.edu/catalog/item/default.asp?tttype=2&tid=12588&mode=toc>
- LOADER, Brian (2007). *Young citizens in the digital age. Political engagement, young people and new media*. Nueva York: Routledge.
- LOZARES, Carlos (1996). “La teoría de redes sociales”. **En:** *Revista de sociología*, 48. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 103-12. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Papers/article/viewFile/25386/5861>

- MONGE-BENITO, Sergio y OLABARRI FERNÁNDEZ, María Elena (2011). “Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones”. **En:** *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna: Universidad de La Laguna, pp. 79-100.
- NOGUERA, José Manuel (2010). «Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”. **En:** *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna: Universidad de La Laguna, pp. 176-186. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html
- PRENSKY, Marc (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. NCB University Press, 9 (5). Disponible en: <http://www.nnstoy.org/download/technology/Digital%20Natives%20%20Digital%20Immigrants.pdf>
- REQUENA SANTOS, Félix (1989). “El concepto de red social”. **En:** *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 48, pp.137-152.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, Josep (1995). *Análisis estructural y de redes*. **En:** Cuadernos Metodológicos, 16. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- SCOTT, John (1991). *Social network analysis: a handbook*. London: Sage.
- TASCÓN, Mario y QUINTANA, Yolanda (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Editorial Catarata.
- VITAK, Jessica, ELLISON, Nicolle, y STEINFELD, Charles (2011). “Re-examining the relationship between Facebook use and bonding social capital: A focus on social provisions”. 44º Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Kauai, HI.