

Uso de las redes sociales virtuales. Encuesta a jóvenes estudiantes de la zona oriente del valle de México.

Resultado de investigación finalizada.
GT 01- Ciencia, tecnología e innovación.
García Liberato Sandra Ibeth.
*Navarro Bolaños David Esteban.
Peña Navarro Deysi Tania.
Quintero Huerta Daniel.

Uno de los fenómenos sociales que ha llamado la atención en la actualidad son las relaciones sociales llevadas a cabo en la realidad virtual. Las innovaciones tecnológicas que las hacen posibles son diversas y el número de personas que las adquieren para mantenerse comunicados va en aumento. Se piensa que los jóvenes estudiantes son ese sector, en casi todas las sociedades, con mayor participación en esta actividad. Se hace alusión a esta como la mejor manera de relación inmediata. Tomando en cuenta el concepto de Vida cotidiana trabajado por A. Heller y la noción de Capital social de P. Bourdieu, reflexionamos sobre el tema y sopesamos las consecuencias. ¿La red social virtual genera relaciones duraderas y de provecho?

Palabras Clave: Red social virtual, Jóvenes estudiantes, Capital social.

Introducción.

El presente artículo es resultado de un estudio sobre el modo de vida de jóvenes estudiantes a partir del uso de las redes sociales virtuales. Se diagnostican las posibles problemáticas y se ofrecen propuestas para este fenómeno de trascendencia. Para su análisis partiremos del concepto de Vida cotidiana trabajado por A. Heller y la noción de Capital Social de P. Bourdieu, como alternativas para tratar las redes sociales virtuales en beneficio de la sociedad juvenil. Es muy importante caer en la cuenta de que esta población es vulnerable a cambios. Están en plena constitución de su personalidad. Aprenden a relacionarse en diferentes instituciones y en ellas enfrentan diversas situaciones (Casa, Escuela, Trabajo, Amigos, Hobbies, Vicios, etc.). Un sinfín de información los aqueja y como sujetos sociales deben hacerse cargo de recibirla, procesarla y reproducirla. Para ello, con las Nuevas Tecnologías de la Información y comunicación (TIC's), se ofrecen patrones de identidad. Sugieren que hacer, que tener y que dar. Como segundo factor, considerar el uso que los jóvenes le están dando a las redes sociales virtuales. La facilidad de relación con personas a las que frecuentan diariamente, no solo en un ámbito cara a cara, también mediadas o facilitadas por un artefacto tecnológico (llámese teléfono celular, computadora, iPod, etc.). Considerando que no toda la información en estos medios será de ayuda para dicha población, y tomando en cuenta que pueden no estar preparados para el uso de la primera en cuestión, entonces, nos encontramos con la necesidad de crear modelos de comprensión de la realidad virtual. Así, tendrán la oportunidad indicada para generar un intercambio de conocimiento creativo e inventivo. Aprender a manejar la información en el sentido de diferenciar la que podrá ser de utilidad de la que no, además de insertar en el joven la conciencia del uso responsable. Así, las redes sociales virtuales ayudaran a formar para el joven, un capital social que genere vínculos, donde exista la reciprocidad y se fomente la confianza. Su vida cotidiana no se verá rebasada por los medios de comunicación y la evolución tecnológica en curso.

ESTUDIO DOCUMENTAL EXPLORATORIO Y PRELIMINAR SOBRE “EL USO DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES”.

Fijación de conceptos.

Uso: Empleo continuo y habitual de algo. Real Academia Española (2012)

Red Social:

“Conexiones que se establecen a partir de las relaciones *inter*-personales que permiten un intercambio de información (sentimientos, expresiones, gustos, etc.) A partir de símbolos socialmente establecidos. Por proponer ejemplos, existen redes familiares, redes de amigos, redes profesionales entre otras. El término red social propiamente dicho, alude a que las relaciones van más allá de la mera suma del número total de relaciones que se tienen (de forma personal real), es decir, como seres sociales una red social implica enérgicamente un todo del que somos parte y participes activos constantes, así pues las redes sociales siempre se mantienen”. (Requena, Felix. 2001)

Virtual: “Que tiene virtud para producir un efecto, aunque no lo produce de forma presente”. RAE(2012)

Un enfoque desde Sociología de la vida cotidiana y el Capital Social.

La sociología como ciencia extensamente dinámica nos permite la comprensión de las relaciones sociales a través de lo micro social lo que deriva en una sociología de la vida cotidiana pero, ¿Qué es la vida cotidiana? de acuerdo con lo que menciona Agnes Heller, ésta se define como: "El conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, los cuales, a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social [...] es la forma real en que se viven los valores, creencias, aspiraciones y necesidades" (Heller 1970: 19)

Así pues la vida cotidiana se resume en las vivencias diarias, intereses y estrategias, mismas que ayudan a la construcción de relaciones sociales mediante la convivencia. Se afirma entonces que el hombre, como ser particular, realiza actividades que caracterizan su propia reproducción, es decir, es un ser histórico. Heller menciona también que el individuo nace inserto en su cotidianidad (por ser un individuo histórico), sin embargo y a pesar de ello, el hombre necesita aprender de muchas cosas para lograr su supervivencia en un contexto social diferente. Estos aprendizajes se adquieren mediante la convivencia con los otros y así se crea la posibilidad de una reproducción social. “es necesario saber usar –en mayor o en menor medida– las cosas e instituciones del mundo en el que se nace” (Heller 1970: 22)

Las relaciones humanas, existentes a través de la comunicación de cualquier tipo -Las relaciones de amistad, familiares y escolares-, son básicas para el desarrollo de los individuos dentro de una sociedad.

Siguiendo la línea sobre el planteamiento de Heller, hablando de la necesidad de aprendizaje para la supervivencia en un contexto social determinado; habremos de introducir la noción de Capital social de P. Bourdieu.

Bourdieu describe y analiza tres tipos de capital: económico, cultural y social. Se describe el capital cultural y social, como complemento del marco teórico: “El capital es trabajo acumulado”, (Bourdieu, 2001:131).

El capital cultural, es la acumulación del conocimiento. La educación es pues herramienta que desarrolla el conocimiento de los jóvenes: conocer, investigar y saber hacer son partes de dicho capital;

también se ve reflejado en la remuneración económica después de la acumulación de conocimiento a través de la educación. Del “tener” surge el “ser”. (Bourdieu, 2001:140)

El capital cultural es posible reconocerlo a través de tres estados: - Incorporado: Formación educativa completa, que le ayuda a *ser* a través de sus conocimientos. Los conocimientos siempre serán parte de la persona que realizó dicho esfuerzo intelectual.

- Objetivado: Herramientas, instrumentos y técnicas (lecturas, investigaciones, instrumentos de aprendizaje: internet, información, etc.) a través de las cuales puede adquirir un conocimiento. Éstos pueden ser transferidos a otras personas, a través de una relación social. - Institucionalizado. Reconocimiento colectivo no solo individual.

El capital cultural es transferible (Bourdieu, 2001:144)

Los intercambios que se presentan en el capital social para formalizar las redes son materiales o simbólicos, contribuyen a la construcción y mantenimiento, dando apertura a una unión que funciona y se mantiene reconocida por todos los integrantes del grupo. Así pues, a través de las relaciones sociales se forman capitales sociales que pueden ser utilizados para diversos fines específicos de la persona.

El capital cultural y social, no existe sin las relaciones sociales y humanas en donde se mezclan, se comparten y aprovechan: experiencias, conocimientos, ideas, técnicas, instrumentos a través de la comunicación y el diálogo; para obtener un objetivo fijado por el bien común.

EL ESTUDIO EXPLORATORIO DE CAMPO, PRELIMINAR A LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA.

Datos estadísticos de referencia.

Se consultó información expuesta en portales virtuales; instituciones dedicadas al censo o conteo de población y vivienda en México –INEGI, CONAPO, SEP, AMIPCI- y diarios de circulación nacional con noticias destacadas que abordan las características de la red en los dos últimos años.

Estadísticas nacionales:

Usuarios de internet.

a) México joven.

De acuerdo al censo de población 2010, en México habitan 36.2 millones de jóvenes, 32.3% respecto de la población total; entre 12 y 29 años de los cuales:

- 17.8 millones (49.2%) son hombres.
- 18.4 millones (50.8%) son mujeres.

El Estado de México y el Distrito Federal son dos de las entidades federativas que concentran mayor cantidad de población joven.

Secretaría de Educación Pública SEP (2012)

b) -México en la red- de Asociación Mexicana de Internet AMIPCI (2012).

- Según las cifras del Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2012, el número de internautas se incrementó un 14%, con lo que llegó a 40.6 millones de usuarios. Se recalca la importancia del avance de los dispositivos móviles como instrumento de conexión a internet.

-El tiempo promedio de la conexión del internauta mexicano fue de 4.9 horas diarias.

-El 92% de los mexicanos tienen entre sus principales actividades en línea acceder a redes sociales virtuales. El 23% de éstos tiene más de cinco años utilizándolas.

Del total de población joven: 36.2 millones:

- Distrito Federal: Ubica el 42.3% de los jóvenes que tienen conexión de internet desde su hogar.
- Estado de México: Ubica el 34.8% de los jóvenes que tienen conexión a internet desde su hogar.
- Sin considerar a los jóvenes que hacen uso de la red a través de dispositivos móviles.
- Es notoria la diferencia entre ambas entidades, ésta puede marcarse a partir de los niveles de desarrollo social para cada entidad.

La cantidad de usuarios de internet no implica necesariamente que este sea el mismo número de usuarios de redes sociales virtuales, al respecto:

- Los principales usos de la red de internet entre los internautas jóvenes se destacan:

Actividades.	% Hombres	% Mujeres
Usar redes sociales virtuales	38.2	45.7
Buscar y recibir información.	22.2	24.6
Descarga de elementos.	39.6	29.7
Total.	100	100

SEP (2012)

- Las mujeres utilizan más las redes sociales virtuales.
- Los hombres tienen como segunda actividad más importante el uso de redes.
- La principal red social virtual utilizada entre los jóvenes es *Facebook* (88.2%), seguida de otros (6.9%) y finalmente *Twitter* (4.1%).
- Respecto del total de jóvenes internautas, destacan los principales usos dados a las redes sociales: Comunicarse (93.7%), mantener relaciones de amistad (85.3%) y pasar el tiempo (88.3%).

Estadísticas de referencia a la zona de estudio.

- Distrito Federal y Estado de México, Zona Oriente del Área Metropolitana del Valle de México (AMVM).
- La siguiente tabla corresponde a la cantidad de usuarios de *Facebook* por entidad federativa respecto de la población por entidad, y como dato sumamente interesante el porcentaje de penetración de dicha red social virtual por entidad federativa.

Entidad Federativa	Usuarios en Facebook	Población del Estado	% de Usuarios.
Distrito Federal	4,157,680.00	8,851,080.00	46.9%
Estado de México	6,224,280.00	15,175,862.00	41.0%

SEP (2012)

- Aunque pareciera que el porcentaje de usuarios es mayor para el caso del Distrito federal, debe tomarse en cuenta que la población es menor en dicha entidad, por lo que puede concluirse que en ambas entidades federativas la penetración sobre el uso de las redes sociales virtuales es casi similar.

- La zona de estudio que abarca dicha investigación se encuentra entre ambas entidades, por lo que es importante referir que desde sus hogares o desde un establecimiento -cibercafé- los jóvenes tienen la oportunidad de integrarse a las redes sociales virtuales y sus diversos usos.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

“EL USO DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES”.

Hipótesis directrices para identificar a la variable dependiente y a sus posibles variables precipitantes.

-Las redes sociales virtuales son una plataforma de uso múltiple, en donde la comunicación, información y conocimiento son efectuados de manera horizontal e igualitaria; en este sentido los jóvenes pueden sentirse libres debido a que nada les impide la expresión de sus sentimientos o necesidades.

-A través de las redes sociales virtuales, es posible desarrollar un capital social que mejore la calidad de sus relaciones personales.

-De los 13 a los 25 años, los jóvenes son más vulnerables y tienden a caer en modas que imponen los grupos sociales de los que es parte.

-Una de las principales actividades diarias de los jóvenes estudiantes internautas, es acceder a las redes sociales virtuales para comunicarse principalmente con amigos y familiares.

Basados en los argumentos anteriores iniciamos la investigación concreta sobre el uso dado a las redes sociales virtuales entre jóvenes estudiantes, no lo hacemos con ánimo de etiquetar o limitar entre lo positivo y negativo sino para descubrir lo que sucede con esta plataforma de comunicación.

Diseño operativo.

La aplicación de entrevistas, se organizó para aplicarse a jóvenes estudiantes habitantes de los municipios de Valle de Chalco, Ixtapaluca, Chimalhuacán y las Delegaciones Iztapalapa e Iztacalco. Para facilitar y completar la muestra deseada se realizaron entrevistas virtuales, es decir, mediante correo electrónico, es importante mencionar que el modo de aplicación -en línea-, no se controló, utilizándose únicamente como método para alcanzar la muestra deseada. El instrumento-entrevista se dividió en los siguientes apartados para tener una estructura que permitiera dar secuencia:

- Datos de identificación.
- Dinámica familiar.
- Dinámica socioeconómica.
- Personalidad.
- Dinámica escolar.
- Dinámica en redes sociales virtuales.

Dichas variables serán de utilidad para la identificación sobre la ideología, creencias y atención de las convocatorias o experiencias mediante las redes sociales virtuales entre los jóvenes de la Zona Oriente del Valle de México, estas variables y sus respectivos indicadores ayudaran al abordaje de la investigación.

Diseño de la muestra.

- Jóvenes que hacen uso específico de la red de internet y cuentan con al menos una cuenta en una red social virtual.
- Sexo: Masculino / Femenino.
- Jóvenes de 16 a 28 años.

- Estudiantes de preparatoria o Licenciatura en la zona oriente del Valle de México.
- El tipo de entrevista: En línea o de modo personal.

Cuadro de distribución.

SEXO	EDAD	GRADO DE ESCOLARIDAD		MODO DE		TOTAL
		PREPARATORIA	UNIVERSIDAD	LINEA	PERSONA	
HOMBRES	DE 16 A 19 AÑOS	28		4	22	53
	DE 20 A MÁS		25	2	25	
MUJERES	DE 16 A 19 AÑOS	30	2	12	18	61
	DE 20 A MÁS	2	27	0	31	
TOTALES		60	54	18	96	114

-Anexo-

Se presenta el modelo rector que como guía de la presente investigación y los indicadores que ayudaron a recabar la información.

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.

Caracterización de los jóvenes entrevistados.

Dentro de nuestro total de entrevistados (114=100%), los hombres representan el 46.5% y las mujeres el 53.5%.

Siendo las mujeres quienes tienen mayor representación al escoger los casos al azar. Se realizan dos cohortes de edad.

- De 16 a 19 años (50.9%)
- 20 años ó más (49.1%).

De acuerdo al grado de escolaridad:

- Jóvenes estudiantes de preparatoria representan un 52.6%
- Jóvenes estudiantes de Universidad representan un 47.4%

El modo de entrevista se ha realizado en dos modalidades, “Personal” y “En línea”, es decir, vía correo electrónico. Dicha variable no fue controlada desde el inicio de la investigación, sin embargo, se presenta como variable controlada únicamente para resaltar diferencias existentes entre una modalidad y otra. Al respecto se presentan:

- 84.2% entrevistas de modo personal.
- 15.8% entrevistas vía correo electrónico.

Confirmación de Hipótesis directrices y análisis de Variables -dependiente y precipitantes-.

Relaciones sociales

La variable aquí presentada nos muestra como son las relaciones sociales de los jóvenes estudiantes. Es importante tener una primera percepción de las relaciones personales de los jóvenes, ya que esta nos puede servir para entender su interactuar en la realidad virtual.

VARIABLES INTERVINIENTES.				Frecuencias de uso de las Redes Sociales Virtuales (RSV)				Horas de uso de RSV					
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Mucho		Nada		Una hora		De 2 a 4 horas		De 5 a 6 horas	
		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Como son sus relaciones sociales personales.	Muy buenas, te desenvuelves bien.	105	92,1	91	92,9%	14	87,5%	33	84,6%	47	100,0%	25	89,3%
	Malas, con todos te llevas mal.	9	7,9	7	7,1%	2	12,5%	6	15,4%	0	,0%	3	10,7%
	<i>Total</i>	<i>114</i>	<i>100</i>	<i>98</i>	<i>100,0%</i>	<i>16</i>	<i>100,0%</i>	<i>39</i>	<i>100,0%</i>	<i>47</i>	<i>100,0%</i>	<i>28</i>	<i>100,0%</i>

Cruce de variable interviniente (Relaciones sociales personales) con variables dependientes.

El 92% de los jóvenes dice desenvolverse de buena manera utilizando con frecuencia las redes sociales virtuales. Además, el promedio de uso es de 4 a 6 horas. Lo cual indica que los jóvenes le dedican buena parte de su día a este tipo de relación.

VARIABLES INTERVINIENTES.				Uso de RSV por moda		Uso de RSV para encontrar pareja.		Uso de RSV para comunicación.		Uso de RSV para entretenimiento		Uso de RSV para encontrar amigos.	
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
		Abs.	%										
		30	26,3	6	5,3	100	87,7	75	65,8	41	36,0		
Como son sus relaciones sociales personales.	Muy buenas, te desenvuelves bien.	105	92,1	27	90,0%	5	83,3%	93	93,0%	69	92,0%	38	92,7%
	Malas, con todos te llevas mal.	9	7,9	3	10,0%	1	16,7%	7	7,0%	6	8,0%	3	7,3%
	<i>Total</i>	<i>114</i>	<i>100</i>	<i>30</i>	<i>100,0%</i>	<i>6</i>	<i>100,0%</i>	<i>100</i>	<i>100,0%</i>	<i>75</i>	<i>100,0%</i>	<i>41</i>	<i>100,0%</i>

Cruce de variable interviniente (Relaciones sociales personales) con variables dependientes.

El porcentaje es muy alto en todos los motivos por los cuales se hace uso de la Red Social Virtual. Sin embargo, el mayor porcentaje se encuentra en la variable, "Uso de las redes sociales por comunicación" (93%). Haciéndonos pensar que entre mejor sean las relaciones sociales, mayor es el interés por el uso de las RSV para comunicación.

Pertenencia a grupos, sectas o tribus.

En la variable a continuación presentada se habla de la pertenencia a grupos, clubs o sectas, que pudieran tener los jóvenes, en relación a la 3 de variables dependientes.

VARIABLES INTERVINIENTES.				Frecuencias de uso de las Redes Sociales Virtuales (RSV)				Horas de uso de RSV					
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Mucho		Nada		Una hora		De 2 a 4 horas		De 5 a 6 horas	
		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Pertenece a un grupo social.	Deportivo	7	6,1	7	7,1%	0	,0%	0	,0%	2	4,3%	5	17,9%
	Religioso	13	11,4	7	7,1%	6	37,5%	7	17,9%	3	6,4%	3	10,7%
	Tribu urbana	2	1,8	2	2,0%	0	,0%	2	5,1%	0	,0%	0	,0%
	Otros	5	4,4	4	4,1%	1	6,3%	3	7,7%	1	2,1%	1	3,6%
	Ninguno	87	76,3	78	79,6%	9	56,3%	27	69,2%	41	87,2%	19	67,9%
	<i>Total</i>	<i>114</i>	<i>100</i>	<i>98</i>	<i>100,0%</i>	<i>16</i>	<i>100,0%</i>	<i>39</i>	<i>100,0%</i>	<i>47</i>	<i>100,0%</i>	<i>28</i>	<i>100,0%</i>

Cruce de variable interviniente (Perteneencia a un grupo social) con variables dependientes.

El 76.3% de los jóvenes no se consideran miembros de un club o grupo social. El otro 24.7 por ciento de jóvenes dice pertenecer a un grupo deportivo (6.1%), religioso (11.4%), tribu urbana (1.8%) u otros (4.4%). Siete de 13 jóvenes que pertenecen a un grupo religioso dicen usar las RSV 1 hora al día. Siete jóvenes que practican algún deporte dicen usarlas de 2 a 6 horas al día.

VARIABLES INTERVINIENTES.				Uso de RSV por moda		Uso de RSV para encontrar pareja.		Uso de RSV para comunicación.		Uso de RSV para entretenimiento		Uso de RSV para encontrar amigos.	
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
		Abs.	%	30	26,3	6	5,3	100	87,7	75	65,8	41	36,0
Pertenece a un grupo social.	Deportivo	7	6,1	0	,0%	0	,0%	4	4,0%	4	5,3%	1	2,4%
	Religioso	13	11,4	5	16,7%	1	16,7%	10	10,0%	6	8,0%	6	14,6%
	Tribu urbana	2	1,8	1	3,3%	0	,0%	2	2,0%	2	2,7%	1	2,4%
	Otros	5	4,4	2	6,7%	0	,0%	4	4,0%	2	2,7%	2	4,9%
	Ninguno	87	76,3	22	73,3%	5	83,3%	80	80,0%	61	81,3%	31	75,6%
Total		114	100	30	100,0%	6	100,0%	100	100,0%	75	100,0%	41	100,0%

Cruce de variable interviniente (Perteneencia a un grupo social) con variables dependientes.

Los grupos mas representativos hacen uso de las redes sociales virtuales como medio de comunicación, entretenimiento, y buscar amigos. Los porcentajes son bajos en cuanto a moda.

Has experimentado un sentimiento de libertad al estar en una RSV.

La libertad es una emoción que muchos estudiantes no pueden disfrutar debido a que en diversas instituciones siempre se presentan reglas para mantener el “orden”. Algunos jóvenes buscan libertad manifestándose ya sea escrita, oral, o en acciones desordenas para los profesores o padres de familia. Así son escuchados y atendidos, o simplemente cuestionados por su forma de expresarse.

VARIABLES PRECIPITANTES.				Frecuencias de uso de las Redes Sociales Virtuales (RSV)				Horas de uso de RSV					
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Mucho		Nada		Una hora		De 2 a 4 horas		De 5 a 6 horas	
		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Sentimientos de libertad al conectarse a una RSV.	Siempre	61	53,5	57	58,2%	4	25,0%	16	41,0%	32	68,1%	13	46,4%
	Nunca	53	46,5	41	41,8%	12	75,0%	23	59,0%	15	31,9%	15	53,6%
	Total	114	100	98	100,0%	16	100,0%	39	100,0%	47	100,0%	28	100,0%

Cruce de variable precipitante (S. de libertad) con variables dependientes.

Los estudiantes dicen utilizar “Mucho” las redes sociales virtuales y siempre experimentan sensación de libertad (58.2%). Esto explica que las redes permiten expresar sentimientos, pensamientos, gustos, decisiones, eventos o noticias. Siempre que un estudiante quiera dar a conocer alguna situación, no tendrá ninguna restricción salvo las políticas de privacidad de la red.

El 59% de los jóvenes que dice utilizar las redes sociales por una hora no ha experimentado la sensación de libertad; esto podría ser por el poco tiempo que está en ellas. El 68.1% dice usar las redes de 2 a 4 horas y experimentar dicha sensación, probablemente porque encontró alguna red que cubriera todas sus expectativas, y al estar conectado tiene la posibilidad de intercambiar y expresar ideas sin ninguna restricción.

Existe también un 53.6% de la población entrevistada que dice utilizar las redes de 5 a 6 horas que no ha experimentado la sensación de libertad. Es de suma importancia este dato, pues se contrapone al pasado. El uso de la red social virtual no garantiza esa sensación de libertad.

VARIABLES PRECIPITANTES.				Uso de RSV por moda		Uso de RSV para encontrar pareja.		Uso de RSV para comunicación.		Uso de RSV para entretenimiento		Uso de RSV para encontrar amigos.	
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
		Abs.	%	30	26,3	6	5,3	100	87,7	75	65,8	41	36,0
Sentimientos de libertad al conectarse a una RSV.	Siempre	61	53,5	15	50,0%	4	66,7%	58	58,0%	47	62,7%	24	58,5%
	Nunca	53	46,5	15	50,0%	2	33,3%	42	42,0%	28	37,3%	17	41,5%
	<i>Total</i>	114	100	30	100,0%	6	100,0%	100	100,0%	5	12,2%	12	16,4%

Cruce de variable precipitante (S. de libertad) con variables dependientes.

Existe un 66.7% que dice sentir libertad al utilizar las redes para encontrar una pareja, o también para encontrar amigos con 58.5%. Esto debido a que existen páginas donde puede visualizar perfiles de otras personas y conocerlas mediante estos medios.

Realiza convocatorias a través de las redes sociales virtuales.

Las redes sociales virtuales han servido como medio para hacer convocatoria (política, social, cultural). Los jóvenes participan en estas relaciones y por ende perciben estos intentos de promover movimientos y marcas de empresas privadas. Tenemos claro que, los jóvenes son fieles testigos de esta situación; lo que nos interesa saber es en que medida son capaces de realizar convocatorias de este tipo.

VARIABLES PRECIPITANTES.				Frecuencias de uso de las Redes Sociales Virtuales (RSV)				Horas de uso de RSV					
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Mucho		Nada		Una hora		De 2 a 4 horas		De 5 a 6 horas	
		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Participa haciendo convocatorias.	Nunca	75	65,8	59	60,2%	16	100,0%	29	74,4%	30	63,8%	16	57,1%
	Siempre	39	34,2	39	39,8%	0	,0%	10	25,6%	17	36,2%	12	42,9%
	<i>Total</i>	114	100	98	100,0%	16	100,0%	39	100,0%	47	100,0%	28	100,0%

Cruce de variable de control (Participan haciendo convocatoria) con variables dependientes.

Los jóvenes que participan en convocatorias a través de las diversas redes sociales virtuales son minoría (39.8%), a pesar de que suelen usarlas con mayor frecuencia, no destinan parte de su tiempo al uso de dichas plataformas de comunicación para convocar a reuniones, compartir información etc.

Las redes sociales virtuales son un medio moderno a través del cual se pueden realizar invitaciones privadas o convocatorias al público en general. A través de ellas la convocatoria puede ser más rápida e incluir a diversas personas en cualquier parte del país. Si embargo los jóvenes no suelen explotar al máximo esta capacidad que dicho medio les brinda.

VARIABLES PRECIPITANTES.				Uso de RSV por moda		Uso de RSV para encontrar pareja.		Uso de RSV para comunicación.		Uso de RSV para entretenimiento		Uso de RSV para encontrar amigos.	
VARIABLE	CATEGORIA	FRECUENCIAS		Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
		Abs.	%	30	26,3	6	5,3	100	87,7	75	65,8	41	36,0
Participa haciendo convocatorias.	Nunca	75	65,8	21	70,0%	3	50,0%	62	62,0%	48	64,0%	27	65,9%
	Siempre	39	34,2	9	30,0%	3	50,0%	38	38,0%	27	36,0%	14	34,1%
	<i>Total</i>	114	100	30	100,0%	6	100,0%	100	100,0%	75	100,0%	41	100,0%

Cruce de variable de control (Participan haciendo convocatoria) con variables dependientes.

Podemos observar que el porcentaje mayoritario de los encuestados (38%), hacen uso de las redes sociales por comunicación, pero a pesar de eso en este espacio, se puede observar que el 62% nunca participa haciendo convocatoria.

Llama la atención que en el uso de RSV para comunicación se encuentren los dos porcentajes más altos, anteriormente mencionados.

CONCLUSIONES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.

El diagnóstico sobre la problemática focal –Uso de las redes sociales virtuales– concluye con una reflexión y brinda propuestas de sentido sociológico que pueden ayudar a encauzar el uso de las redes sociales virtuales como herramienta complementaria de las relaciones humanas integrales:

El joven es un ser humano con expectativas. Puede y quiere aprender, conocer, experimentar y sentir. Tiene la capacidad de asombro y se llena de intereses, por lo tanto, son apegados a espacios donde expresan su libertad de acción y decisión. Ellos sienten libertad cuando hacen uso de las redes sociales virtuales. Aunque sabemos de antemano que la libertad no implica la toma de buenas decisiones. Los jóvenes todavía no son consientes de la herramienta que usan diariamente.

El uso de las redes sociales virtuales hasta ahora se ha limitado a la comunicación inmediata; con familia y amigos por diversos motivos (Académicos, entretenimiento, ocio). No es capaz de percibirse como ser humano y ser consciente de su entorno social; es decir, el joven se vuelve un reproductor de una sociedad pasiva. Podríamos asegurar que hoy en día, le da demasiada importancia a la acumulación de bienes materiales, que le puedan dar prestigio, utilizar con frecuencia y signifiquen comodidad. Los bienes intangibles, como el conocimiento, los sentimientos, los valores, entre otros, quedan desplazados por este tipo de valoraciones.

El problema reside en el poco empleo inteligente. Las redes sociales virtuales como herramientas de comunicación e información no son aprovechadas en su máximo potencial: se cree que sirven sólo para mediar relaciones a distancia y no como una herramienta de comunicación que rescate relaciones humanas integrales y sea fuente de conocimiento.

Propuestas

Actualmente, la sociedad está perdida en sus quehaceres cotidianos, la rutina absorbe a las personas que poco a poco pierden u olvidan el sentido de la humanidad, el apoyo, la reciprocidad, el intercambio mutuo, el compañerismo y los valores. Absorbidos por las Tecnologías de Información y Comunicación, los jóvenes pierden de vista, poco a poco, lo importante que son las relaciones humanas y la fraternidad con que deben ir acompañadas.

Los jóvenes estudiantes, profesores y familiares, (específicamente los padres, jefes de familia), toman roles que actúan por separado. Cada uno de ellos, son incapaces de proponerse un beneficio para la comunidad. Es decir, cada grupo es capaz de reconocer que tiene conocimientos, habilidades, creatividad, sentimientos, dudas, entre otras, que se manifiestan recíprocamente. Al existir una barrera que separa a los grupos, mediante “la individualización”, no existe un intercambio o acuerdo, que permita el desarrollo social.

Si el capital social fomenta las relaciones sociales, y éstas se ven impulsadas por las redes sociales virtuales, entonces los jóvenes tienen la oportunidad indicada para generar un intercambio de conocimiento creativo, inventivo. Es conveniente que los jóvenes caigan en la cuenta del poder que tienen en sus manos y organicen un capital social que incluya a profesores, familiares y amigos para la consecución de una meta en común.

Para lograr esto, como base de un desarrollo humano y social, proponemos la creación de un programa de promoción social. En éste, se promoverá el uso inteligente de las redes sociales virtuales.

Queremos decir con “uso inteligente” al conjunto de ideas y actividades que se deben tomar en cuenta al interactuar en estas plataformas:

-Racionalizar el tiempo y los datos al interactuar: Al estar en constante uso de las redes sociales virtuales, se pierde el sentido del tiempo y el sentido de las actividades realizadas ahí. Es indispensable establecer un periodo de tiempo al día o a la semana que sea justo para las actividades importantes. Así se logrará evitar la banalidad y el ocio.

-Los datos que brindemos en nuestra interacción, deben pasar por un juicio previo. Evitemos brindar datos de identidad personal como dirección, teléfono, ubicación, fotos familiares, etc. Si es así, hacerlo con las medidas de prevención necesarias (privacidad).

-Creación de grupos para la atención de dudas o solución a problemas mediatos: Estamos envueltos en un sinfín de información. Es conveniente crear grupos en los que pongamos a discusión las problemáticas que percibimos en la sociedad, y la información que exponen los distintos medios de comunicación. La opinión y testimonio de todos es importante, es nuestro deber aprender de éstos y hacernos de un juicio propio.

También, es necesario aprender a ayudar a las personas. Como jóvenes, pareciera ser que no contamos con los medios necesarios para auxiliar al que lo necesite. Precisamente mediante las redes sociales virtuales podemos hacer saber de dichas problemáticas y atenderlas. “El que está solo es porque quiere”. Promover reuniones y convivencias (Conocer algún museo, ver una película, visitar un parque, asistir a un concierto). Es necesario fortalecer nuestras relaciones primarias (cara a cara). Evitar que nuestras relaciones sociales se vean mediadas por artefactos tecnológicos en su totalidad.

-Promover la creación de grupos virtuales de estudio: En la escuela es común frecuentar a tus compañeros de clase y amigos; se les pide ayuda y se recuerda junto con ellos las labores por hacer (un trabajo, un examen próximo, materiales para la próxima clase, etc.). Sería de gran ayuda llevar estas relaciones escolares a un ámbito virtual, en donde se pueda platicar en forma de recordatorio, todas las actividades por hacer en la escuela (en alguna materia o algún día en especial). Hacer que los profesores participen en estos grupos es conveniente. Ellos pueden ser de gran ayuda y facilitar la información de primera mano. Organizar a los alumnos y agilizar el modo de trabajo.

-Estrechar los lazos de confianza con los familiares: Es de sentido común pensar que los jóvenes usan las redes sociales virtuales como el espacio donde pueden desenvolverse sin ninguna limitación. Esta limitación, por lo general, está representada por los padres (jefes de familia) que no saben cómo relacionarse con ellos en una etapa “difícil”. Sin embargo, podríamos pensar las relaciones virtuales con los familiares como una alternativa para solucionar problemáticas o estrechar lazos de confianza entre sí. Un joven o padre de familia puede no estar acostumbrado a la confrontación, o por lo contrario puede ser tal su impulso, que no permita algún tipo de respuesta. Cuando se da un problema, alguna de las dos partes no logra expresar por completo sus ideas. Las redes sociales virtuales pueden servir para complementar esta situación (Claro está con sus debidas precauciones). El problema puede tratarse con su debido tiempo. Al pensar en lo que se escribirá estamos tratando el problema en dos ámbitos, como se piensa y como se dice (escribe). Se hace de lado el impulso y se descartan en buena medida las malas decisiones. Un problema tratado desde esta perspectiva podría ofrecer mejores resultados.

Pensamos que esta implementación se irá dando de forma natural. Las relaciones sociales en un ámbito virtual han tomado ya gran fuerza. Sólo es necesario consensar el rumbo conveniente para todos.

Bibliografía.

- BADURA, Berhand (1979). *Introducción a la sociología de la comunicación*. Ed. Ariel, España.
- BONAL, Xavier (1998) *Sociología de la Educación. Una aproximación crítica a las corrientes contemporáneas*. Paidós, Barcelona.
- BOURDIEU, Pierre, (2001), *Poder, derecho y clases sociales*, España, Edit. Desclée de Brouwer S.A de C.V
- DELVAL, Juan, (1999), *Aprender en la vida y en la escuela*, España, Morata.
- GARCIA Canclini, Néstor (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Ed. Gedisa, Barcelona.
- GRISWOLD, Wendy, Nathan Wright, 2005, *Internet y la lectura*, en *Sociedad on-line*, editores Howard Philip N. y Steve Jones, Barcelona. Ed. UOC.
- HELLER, Agnes, (1970a) *Sociología de la vida cotidiana*, España, Ediciones Península.
- HELLER, Agnes. (1970b) *Historia y vida cotidiana. Aportación a la sociología socialista*, Barcelona, Grijalbo.
- HIMANEN, Pekka, (2001), *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Edit. Destino, 2001, España.
- HINE, Christine (2004), *Etnografía virtual*, Editorial UOC, Barcelona.
- KATZ, James, Ronaldo E. Rice, *Consecuencias sociales del uso del internet*, Editorial UOC, 2002, Barcelona.
- KATZ, James, Ronaldo E. Rice, *Consecuencias sociales del uso del internet*, Editorial UOC, 2002, Barcelona.
- LUCAS Marín, Antonio, Carmen García Galera y José Antonio Ruíz San Román. (1999). *Sociología de la comunicación*. Ed. Trotta, Madrid.
- LUCAS Marín, Antonio. Carmen García Galera y José Antonio Ruíz San Román (1999). *Sociología de la comunicación*, Ed. Trotta, Madrid.
- ORIHUELA, José Luis, *Internet: la hora de las redes sociales*, en *Nueva Revista [en línea]*, nro. 119, octubre 2008, [Fecha de consulta: octubre de 2012] Disponible en archivo PDF desde: http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/2962/1/nueva_revista_08.pdf.
- SIMONITE, Tom, (2012) *El tesoro (sin explotar) de Facebook*, en la revista *EXPANSIÓN*, Publicado Septiembre 17, 2012, México.

- TENZER, S. Mario, Olga Ferro y Nuria Palacios. (En línea Julio, 2009). *Redes Sociales Virtuales: Personas, Sociedad y Empresa* (PDF). Cátedra Introducción a la Computación, FCEA. [Fecha de Consulta: Agosto, 2012.] Disponible en: http://salonvirtual.upel.edu.ve/pluginfile.php/19830/mod_resource/content/0/Redes_Sociales/Redes.pdf
- WINCOUR, Rosalía, *Robinson Crusoe ya tiene celular*, ed. Siglo XXI, 2009, México.

Sitios de enlace.

Diccionario de Sociología, [en línea] diciembre 2007 [Fecha de consulta: 18 de Septiembre de 2012] Disponible desde:<http://ciberconta.unizar.es/leccion/sociodic/tododic.pdf>

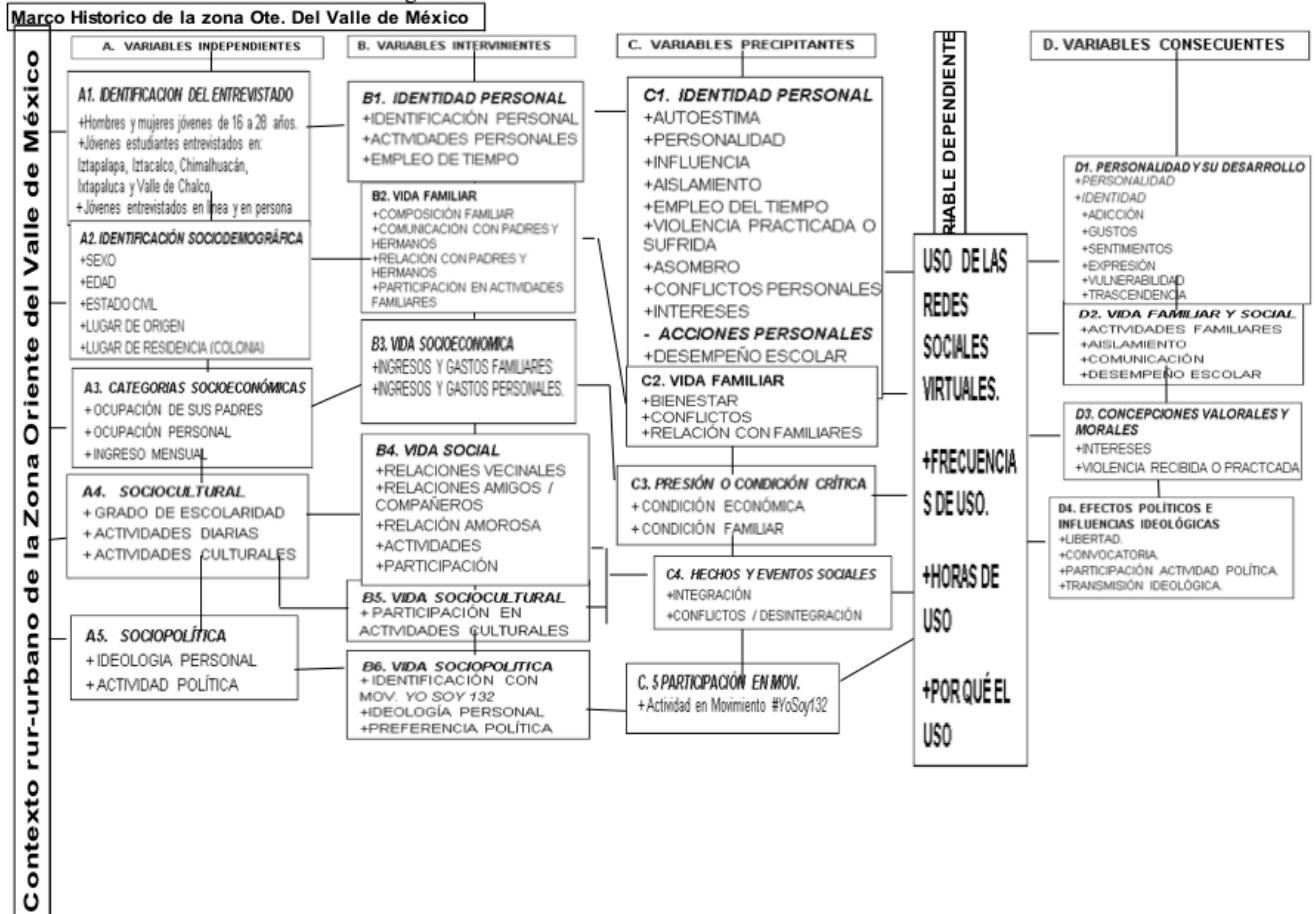
Real Academia Española, Vigésima segunda edición [en línea] Marzo 2012[Fecha de consulta: 18 de Septiembre de 2012] Disponible desde:<http://lema.rae.es/drae/?val=uso>

Secretaría de Educación Pública, Instituto Mexicano de la Juventud. *Encuesta Nacional de Juventud 2010: Resultados Generales* [En línea. Archivo PDF.], Noviembre, 2011, [Fecha de consulta: 13 de Noviembre 2012]. Disponible desde: http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/2249/1/images/EncuestaNacional%20deJuventud%202010%20-%20Resultados%20Generales_18nov11.pdf

JUÁREZ, Renato. *Hábitos de los usuarios de internet en México 2012*. AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) [en línea] 17 de Mayo de 2012 [Consulta: 18 de Septiembre de 2012]. Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1> (Archivo PDF).

Anexo

Presentación del Modelo Rector de la Investigación.



Listado de variables e indicadores.

En los siguientes recuadros se presentan los indicadores establecidos referentes a cada variable delimitada, en el modelo rector, de acuerdo a las hipótesis directrices sobre el uso de las redes sociales virtuales.

CUADRO DE VARIABLES UNITARIAS Y SUS INDICADORES			
	CONJUNTOS DE VARIABLES	VARIABLES COMPRENDIDAS	INDICADORES DE LAS VARIABLES
0	VARIABLE DEPENDIENTE	USO DE REDES SOCIALES VIRTUALES.	Tiempo de uso: 1 a 2 hrs. / 2 a 4 hrs. / 4 hrs. o más / Uso de las redes sociales virtuales: moda, interacción, mejoramiento de relaciones, por actividades escolares, entretenimiento, participación social: política, ideológica /
A	VARIABLES INDEPENDIENTES		
A2	CATEGORIAS DE IDENTIFICACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA.	SEXO	Hombre / Mujer
		EDAD	16 -21 años / 22 a 27 años / 28 a 32 años.
		ESTADO CIVIL	Soltero (a) / Casado (a) / Unión libre
		LUGAR DE ORIGEN	D.F. / Estado de México / otro estado cuál /
		LUGAR DE RESIDENCIA (COLONIA)	Colonia del D.F. / Colonia de Estado de México / otro
		TIPO DE ENTREVISTA	Personal o en línea.
A3	CATEGORIAS DE IDENTIFICACIÓN SOCIOCULTURAL	ESCOLARIDAD.	Secundaria Terminada / Preparatoria (En curso-Terminada) / Licenciatura (En curso-Terminada) / Posgrado (En curso-
		OCUPACIÓN	trabajo / escuela / otro / tiempo destinado a cada actividad
		ACTIVIDADES CULTURALES	Música / Juegos / Talleres / Actividades al aire libre / Danza / Pintura / Difusión / Actividades políticas /
A4	CATEGORIAS DE IDENTIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA.	OCUPACION DE SUS PADRES	hogar / empleado / comerciante / pensionado / otro
		OCUPACION PERSONAL	estudiante / empleado / comerciante /
		INGRESO MENSUAL FAMILIAR	1,000 A 2,000 / 2,000 a 3,000 / 3,000 a 4,000 / 4,000 o 5,000 / 5,000 o más
B	VARIABLES INTERVINIENTES		
B1	CAMPO DE IDENTIDAD PERSONAL.	IDENTIFICACIÓN PERSONAL	actitudes / gustos / aficiones / aptitud /
		EMPLEO DE TIEMPO	Familia / Escuela / Amistades / Relaciones vecinales / convivencia / Red Social Virtual
B2	CAMPO DE VIDA FAMILIAR	COMPOSICIÓN FAMILIAR	Integrantes de la familia: nuclear, monoparental, etc.
		COMUNICACIÓN CON PADRES Y HERMANOS	Excelente / Muy buena / buena / Mala / Muy Mala / cómo / por qué
		RELACIÓN CON PADRES Y HERMANOS	
		RELACIÓN CON OTROS FAMILIARES	
		RELACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET	Qué actividades / satisfactorio / insatisfactorio / Mucha-poca-muy poca-nada de participación
PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES FAMILIARES			
B2	CAMPO DE VIDA SOCIAL. B2.1 Interrelaciones Sociales	RELACIONES AMIGOS / COMPAÑEROS DE CLASE	Quienes / Cómo / Qué tanto / Para Qué / Qué efecto / es excelente, muy buena, buena, mala, muy mala /
	B2. CAMPO DE VIDA SOCIAL B2.2 Procesos de socialización.	ACTIVIDADES SOCIALES	convivencia con amigos / familiares / vecinos / Excelente / Muy buen / buena / mala / muy mala
		PARTICIPACIÓN SOCIAL	participación en reuniones / participación política / participación escolar / participación en convivencia / satisfactorio e insatisfactorio.
B3	CAMPO DE VIDA SOCIOCULTURAL	PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES	Qué actividades / satisfactorio / insatisfactorio / Mucha-poca-muy poca-nada de participación
		PARTICIPACIÓN A GRUPOS RELIGIOSOS	
		PREFERENCIAS POLITICAS	si / no / izquierda / derecha / ninguno.
B4	CAMPO DE VIDA SOCIOECONÓMICO	TIPO DE EMPLEO (INDIVIDUAL)	medio tiempo / fines de semana / parcial / por horas.
		LUGAR DE EMPLEO	distancia del lugar de residencia / tiempo de traslado
		INGRESOS Y GASTOS FAMILIARES Y PERSONALES	1,000 a 2,000 / 2,000 a 3,000 / 3,000 a 4,000 / 4,000 o 5,000 / 5,000 o más / para qué servicios se genera el gasto / se ocupan / no se ocupan
B5	CONJUNTOS DE VARIABLES	VARIABLES COMPRENDIDAS	INDICADORES DE LAS VARIABLES

C VARIABLES PRECIPITANTES			
C1	IDENTIDAD PERSONAL	AUTOESTIMA	Mucha/ Poca/ Casi nada/ Nada
		PERSONALIDAD	A gusto/ Mas o menos a gusto/No muy a gusto/ Nada a gusto
		PERTENENCIA	Si/ No/ Cual
		INFLUENCIA	Amigos/ Familia/ Pareja/ Otras personas
		AISLAMIENTO	Mas bien si/ Mas bien no
		EMPLEO DEL TIEMPO	Televisión/ Musica/ Lectura /Deportes / Act. Culturales/ Amigos/ RSV. /Pareja
		VIOLENCIA PRACTICADA O SUFRIDA	Mas bien si/ Mas bien no / medios / soluciones.
		ASOMBRO	En vida diaria / a través de redes sociales virtuales.
		CONFLICTOS PERSONALES	Siempre/ Algunas veces/ Casi nunca/ Nunca
		INTERESES	Culturales: Música, danza, pintura, teatro / Escuela / Familia /
	ACTMIDADES	Act. Culturales Esc./ Act. Culturales casa/ Amigos/ Religión/ Act. Civico P./ Talleres Cursos/ Act. Mov. Sociales (Yo soy 132)	
C2	HECHOS Y EVENTOS SOCIALES	CONVIVENCIA / INTEGRACIÓN	Familia /Amigos /Vecinos / Pareja / Otras personas/ por qué.
		CONFLICTOS / DESINTEGRACIÓN	
C3	VIDA FAMILIAR	CONTACTO A TRAVÉS DE RSV'S	
		CONFLICTOS	
C4	ACCIONES PERSONALES	DESEMPEÑO ESCOLAR	Muy bueno / malo / regular / muy malo / ¿por qué?.
		DESEMPEÑO FAMILIAR	Actividades familiares : quehaceres, tareas, salidas, convivencia / A gusto / Disgusto / ¿por qué?
		ACTMIDADES Y DESEMPEÑO	Escuela / Amigos / Pareja / Actividades en general / A gusto / Disgusto / ¿Por qué?
C5	PRESIÓN O CONDICIÓN CRÍTICA.	CONDICIÓN FAMILIAR	Problemas / Acercamientos / Disgustos /
D VARIABLES CONSECUENTES			
D1	PERSONALIDAD Y DESARROLLO	AUTOESTIMA	Identificación de identidad propia / A gusto / No muy a gusto /
		IDENTIDAD	
		CONVIVENCIA	Amigos/ Familia/ Pareja/ Otras personas
		PERSONALIDAD	Cambios: si - no / Reflexivo / Pasivo / Soñador / Introverso / Extroverso / Activo / Agresivo /
		ADICCIÓN	Vídeo juegos/ Apuestas/ Ejercicio/ Tecnología/ Compras /Sustancias toxicas
		GUSTOS	Música/Juegos / Talleres / Actividades al aire libre / Danza / Pintura / Difusión / Actividades políticas /
		SENTIMIENTOS	Decepción/ Alegría/ Libertad/ Satisfacción/ Desilusión/ Entusiasmo/ Melancolía/ Asombro
		EXPRESIÓN	Sentimientos / gustos / aficiones / ideas / personalidad / pensamiento político / artística.
		VULNERABILIDAD	Escuela / relaciones familiares / Redes Sociales en general /En el uso de Redes Sociales Virtuales /
D2	VIDA FAMILIAR Y SOCIAL	ACTIVIDADES FAMILIARES	Cambios: si - no / mejoramiento / problemas /
		AISLAMIENTO	Preferencia a la soledad / poca compañía / falta de identificación con otros / afectación en relaciones sociales /
		COMUNICACIÓN	A través del uso de redes sociales virtuales / Cambios: Si- no / Familia / Amigos / Vecinos / Pareja
		DESEMPEÑO ESCOLAR	Cambio: Si - No : Muy bueno/ Bueno/ Malo/ Muy malo /
D3	CONCEPCIONES VALORALES Y MORALES	INTERÉSES	A través del uso de redes sociales virtuales /
		RELACIONES A TRAVÉS DE INTERNET	Cambios: Si- no / Familia / Amigos / Vecinos / Pareja
		VIOLENCIA RECIBIDA O PRACTICADA	A partir del uso de Redes Sociales Virtuales. Cambios detectados: si - no. / Concepción propia de violencia, enajenación y libertad a través de las redes sociales virtuales / inclusión o exclusión de actividades, convocatorias y trasmisión de ideas.
D4	EFECTOS POLÍTICOS E INFLUENCIAS IDEOLÓGICAS.	LIBERTAD	
		CONVOCATORIA	
		PARTICIPACIÓN ACTIVIDAD POLÍTICA.	
		TRANSMISIÓN IDEOLÓGICA	