



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información

y Nuevos Análisis de Comunicación Social

España

Núñez-Gómez, Patricia; García-Guardia, María-Luisa; Hermida-Ayala, Lourdes-Ainhoa
Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales y jóvenes en la web

2.0

Revista Latina de Comunicación Social, núm. 67, enero-diciembre, 2012, pp. 1-28
Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81923566009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales y jóvenes en la web 2.0

Trends in social and interpersonal relations of the digital natives and young people in Web 2.0

Dra. Patricia Núñez-Gómez [C.V.] Profesora titular de CAVP I. Facultad de CC. de la Información, Universidad Complutense de Madrid - pnunezgo@ccinf.ucm.es

Dra. María-Luisa García-Guardia [C.V.] Profesora Contratada de la Facultad de CC. de la Información, Universidad Complutense de Madrid - mluisagarcia@ccinf.ucm.es

Dña. Lourdes-Ainhoa Hermida-Ayala [C.V.] Secretaria de Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada y doctoranda de la Facultad de CC. de la Información de la Universidad Complutense de Madrid - ahermida@isdfundacion.org

Resumen: El desarrollo evolutivo de la Red hacia una Red Universal Digital conlleva una modificación de las conductas, usos y competencias de los internautas. Han surgido nuevas formas de acceso, gestión y diseño de la información, las cuales están generando conductas distintas a la hora de gestionar dicha información y en el seno de las relaciones sociales. Son los llamados “nativos digitales” los que hacen una mayor utilización de este tipo de recursos y servicios nuevos. El objeto de la investigación presente es la evaluación y análisis de las conductas y competencias sociocomunicativas que los “nativos digitales” y jóvenes desarrollan en la Red. Esta fase del proyecto es meramente cualitativa por lo que siempre se habla de tendencias. Los resultados muestran una clara diferencia entre dos grupos: los “nativos digitales” (jóvenes de 14 a 17 años), y los “inmigrantes digitales” (jóvenes de 18 a 35 años) respecto a su comportamiento en la red.

Palabras clave: Relaciones sociales, Web 2.0, Red, Herramientas digitales, Jóvenes, Nativo digital

Abstract: The evolutional development of the Net into a Universal Digital Network leads a change in behavior, habits and competencies of Internet users. There are new forms of access, management and information design, which are generating different behaviors for managing such information and within social relations. These are called

"digital natives" who make greater use of such resources and new services. The purpose of this research is the evaluation and analysis of behaviors and competencies in social communications that "digital natives" and young people develop on the Net. This phase is purely qualitative, so that all the conclusions are trends. The results show a clear difference between two groups of ages: the "digital natives" (14 to 17 years old) and the "digital immigrants" (18 to 35 years old) about their behaviors on the network.

Keywords: Relationships, Web 2.0, Net, Digital Tools, Young People, Digital Natives

Sumario: 1. Introducción. 1.1. Marco teórico. 1.2. Objetivos. 1.3. Hipótesis. 2. Método. 2.1. Trabajo de campo. 3. Resultados. 3.1. Relaciones sociales de los jóvenes en la web 2.0. 3.2. Conclusiones. 4. Bibliografía

Summary: 1. Introduction. 1.1. Theoretical framework. 1.2. Objectives. 1.3. Hypothesis. 2. Method. 2.1. Fieldwork. 3. Results. 3.1. Social relationships of young people in the web 2.0. 3.2. Conclusions. 4. Bibliography

Traducción de **Cruz-Alberto Martínez-Arcos** (Universidad de Londres)

1. Introducción

La evolución de la Red hacia una Red Universal Digital (Sáez-Vacas, 2004) y la consolidación del fenómeno denominado Web 2.0, está produciendo una modificación de las conductas, usos y competencias de los internautas. Este proceso es más acusado en los denominados "nativos digitales" y, especialmente, entre los adolescentes y jóvenes. En este marco, los sistemas de colaboración social facilitan nuevos modelos de creación compartida de la información (elaboración y publicación de imágenes fijas y vídeos, elaboración de weblogs y podcasting, elaboración participada de contenidos en wikis, sindicación de contenidos digitales, etc.), de gestión del conocimiento (utilización y participación de buscadores 2.0, marcadores sociales, sistemas de personalización de la información, sistemas de ranking y directorios sociales, sistemas de geoposicionamiento de contenidos, etc.), y de relaciones sociales (participación activa en redes y comunidades virtuales, entornos multijugador, sistemas de comunicación en Red, etc.).

Uno de sus pilares son los servicios que permiten fórmulas para crear, modificar, compartir, etiquetar, organizar, relacionar y distribuir Servicios y Contenidos Digitales Abiertos, tanto en lo que se refiere a los contenidos en sí como a la metainformación asociada a éstos, que posibilita la gestión compartida de conocimiento en la Red.

Existen, en consecuencia, nuevas formas de acceso, gestión, y diseño de la información que, desde una perspectiva sociocomunicativa, pueden estar generando y/o fomentando hábitos y conductas distintas, usos novedosos, y competencias sociocomunicativas específicas y diferenciales. Se ha dicho de los medios de comunicación que generan realidad social; en este momento los nuevos medios de la Red Universidad Digital están construyendo también esa realidad social con la aportación productiva del *Homo noosferensis* (Sáez-Vacas, 2004).

Tanto las referencias teóricas como las investigaciones anteriores sobre este campo, indican que son los "nativos digitales" (la generación digital) aquellos que hacen una mayor utilización de este tipo de recursos y servicios, y que dejan su huella en la construcción de la realidad social de los jóvenes. Por todo ello, el objeto de la investigación es la evaluación y análisis de las conductas y competencias sociocomunicativas que los "nativos digitales" desarrollan en la Red, a través del uso de los servicios y Contenidos Digitales Abiertos, y cómo dichas conductas y competencias influyen en la construcción de la realidad social de los jóvenes.

En general, los medios de comunicación, como han destacado Berger y Luckman (1991) o Searle (1997), construyen la realidad social y responden: a la visión del mundo que éstos transmiten; al modo en que ésta es percibida por los usuarios; y a las experiencias de los mismos, de la que forman parte los medios, lo que revierte también en la construcción social de la realidad, de tal forma que se produce un efecto de retroalimentación constante. Lev Manovich (2005) considera que, en la era digital, se está construyendo a través de la imagen un lenguaje de los nuevos medios. Como sucedía con los medios tradicionales, éstos están construyendo, igualmente, realidades sociales, a través de los principios de representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad y transcodificación. Y lo hacen de una forma muy especial, construyendo nuevos modos de representación de la realidad social para y por los usuarios, utilizando, entre otros elementos, la interfaz, cuyo resultado final constituye un "lenguaje de los interfaces culturales" según el autor.

Mark Tribe, fundador de Rizome.org, recuerda cómo Manovich encuentra los orígenes de la estética, y quien dice estética dice también lenguaje, en la pintura, en la fotografía, el cine y la televisión, y estudia la imagen digital, el hipermedia, los videojuegos, la composición, la animación, la telepresencia y los universos virtuales, dejando claro el recorrido y las huellas que estos medios dejan en los nuevos; o visto de otra forma, en qué medida el discurso que proveen los nuevos medios son memoria de la experiencia discursiva y su incidencia en los universos que generaron. La teoría

del encapsulamiento de los medios de comunicación (Hughes, 1995) incide en los modelos de creación de nuevos medios y cómo éstos generan sus estructuras a partir de la reformulación de los anteriores.

Pero los nuevos medios no solo prometen y propician, sino que incitan a indagar nuevos caminos de experiencias de realidades que están al límite de las experiencias vicarias de los sujetos. Estudia cómo las experiencias vitales directas e interrelacionadas son memoria de la cultura, por una parte, y modos nuevos, por otra, de relacionarse con los objetos digitales y con los otros sujetos participantes, compartiendo no sólo las interrelaciones a través de las herramientas de comunicación (email, foros, chat, IRC...), sino también las producciones, ya sean colaborativas o individuales. Se genera así un espacio vital que supera limitaciones de tiempo y espacio, que se sitúa en la línea de la experimentación de las relaciones interpersonales, y de los nuevos tipos de elaboración de universos propios, que activa las posibilidades proteicas de los contenidos, los servicios, las relaciones y las experiencias que tienen lugar en la Red, muy especialmente para los adolescentes y los jóvenes; y que se lanza a la inmersión de otros mundos que están en la Red y que no son completamente controlados por los agentes sociales tradicionales, sino autogestionados por los propios sujetos.

Los internautas están, así, alimentándose de los contenidos de la Red, sirviéndose de sus ofertas comunicativas, gestionando la información y la comunicación, y modelando modos de apropiación del conocimiento. Hacen realidad y construyen realidad social.

No solo se está cambiando la realidad social debido a un efecto directo, entre otros elementos de la influencia de los nuevos medios, sino que también está cambiando la forma en que actúan las nuevas generaciones debido en gran parte a la transformación que ejercen las Tic y, muy especialmente, Internet, que permite la comunicación sincrónica o diferida, aboliendo distancias espacio-temporales y la libertad de interactuación entre los sujetos de las más diversas procedencias socioculturales, socioeconómicas, étnicas, y de diferentes formas de ser, de pensar, de actuar, generando una nueva sociedad que no lo es solo por ser Sociedad de la Información, sino por ser una sociedad más intercomunicada, según la idea de James Martin (1980) que imaginó una sociedad nueva que amplifica sus posibilidades formativas, económicas, culturales, laborales....

En este sentido está trabajando el Grupo de investigación Complutense Socmedia, quienes consideran que los jóvenes están llevando a cabo actividades en la Red que no solo influyen en sus conductas en la misma Red sino que tienen trascendencia en las relaciones interpersonales de los sujetos fuera de la Red.

1.1. Marco teórico

Conductas, hábitos y competencias de jóvenes y adolescentes en la Red:

Todos tenemos pantallas y las usamos. La afirmación resulta evidente cuando consultamos los datos de la sociología del consumo sobre implantación y uso de las TIC. El consumo de los contenidos audiovisuales y multimedia en las sociedades avanzadas contemporáneas afectan a una importante cantidad de personas, y está en un relevante proceso de transformación cuantitativo (número y tipos de medios) y cualitativos (modalidades de recepción y de emisión).

En consecuencia, los estudios sobre los efectos de los medios de comunicación y de Internet en los procesos de socialización de los jóvenes vienen siendo estudiados desde hace años. En todo caso, las encuestas de los estudios sobre las conductas de los usuarios (entre ellas las del CIS) han ido modificando su estructura para adaptarse a la nueva configuración de las sociedades de la Información. Así, ya no se pregunta sobre la existencia de un televisor en el hogar, sino sobre el segundo televisor u otros medios de comunicación y ocio (DVD, ordenador, acceso a Internet con banda ancha, etc.)

Los datos disponibles sobre la dotación de recursos tecnológicos de los hogares muestran una importante penetración en nuestro país, con altas cotas de usuarios intensivos y dependientes (RED.es). Cada vez es más importante conocer no solo los datos cuantitativos (ligados a indicadores) como los cualitativos, a través de los cuales podemos conocer las características, los modos de conducirse, las motivaciones y las consecuencias, tanto las positivas como las negativas. Sáez Vacas (2004) define a los primeros a partir de la Ley de Metcalf (utilidad cuadrática de la Red), y a los segundos mediante la Ley de la complejidad cuadrática. Dicho de otra forma, pone de relieve cómo el valor exponencial de la Red Universal Digital expande tanto componentes positivos (cooperación, participación, democratización, etc.) como negativos (intromisión en la intimidad, dependencia, delincuencia, etc.).

El análisis de las competencias de los adolescentes y jóvenes posee, singularmente, una relevancia capital en estos momentos. Los estudios de la llamada Comisión Scans (The Secretaries Commission on Achieving Necessary Skills) del

Departamento de Trabajo de los Estados Unidos, los realizados por el Consejo Europeo de Amsterdam (1997), la Cepal o la Unesco, han puesto de manifiesto la importancia de aprovechar las oportunidades de las TIC para potenciar lo que denominan “competencias claves”. En el caso europeo, los proyectos Eurydice y Tunning, entre otros, han seleccionado el mapa de dichas competencias, incluyendo en ellas, por ejemplo, competencia de autonomía e iniciativa personal, competencia social y ciudadana, o el tratamiento de la información y competencia digital. Las oportunidades de la Red favorecen este tipo de competencias, y en el caso de los Servicios y Contenidos Digitales Abiertos, propician especialmente las vinculadas al aprender y las de interrelación, entre otras; aunque autores como Roszak (2005), nos hacen también reparar en la importancia de considerar el “curriculum oculto” no positivo que estos medios guardan.

La configuración y construcción de la Generación Digital o de “nativos digitales”

El término “nativo digital”, acuñado por Mark Prensky (2001, 2005) forma parte ya del imaginario colectivo de nuestra sociedad, al designar a aquellos grupos poblacionales (esencialmente jóvenes y adolescentes) que han crecido en un marco tecnológico digital (ordenadores, Internet, teléfonos móviles, MP3...) y cuyos usos y habilidades en relación a estos medios está completamente naturalizado; de alguna manera, podríamos decir, que se ha “transparentado” el dominio digital y discreto de la tecnología a favor de una experiencia de usuario integral.

Singularmente, en la Red Universal Digital, como indica Rosnay (1996) los “nativos digitales” viven en un mismo tiempo universal (entrópico) y en distinto tiempo *simbionómico*, una “burbuja temporal fractal” que configura los modelos de interrelación de estos internautas. Y es que, como señala Jeroem Boschma (2007), para los adolescentes de ahora, el ordenador no es una máquina tecnológica, sino una máquina social. La generación Einstein, como la han calificado, se caracteriza por romper todas las fronteras: “anywhere, anytime, anyplace”. Tiene una gran capacidad de comunicación, necesitan expresar lo que piensan y lo que sienten y aspiran a cambiar el mundo. Para lo cual será preciso el paradigma de la transformación e innovación tecnológica.

Asimismo, la teoría de la regeneración y transformación basada en la digitalización, Manovich (2005), nos ayuda a explicar cómo los procesos de conversión de la información en modelos discretos es uno de los principales motores de cambio y transformación, y a entender en qué medida los “nativos digitales”

(generación digital, generación Einstein...) optimizan al máximo las posibilidades de un mundo discretizado.

La teoría de las edades de las audiencias, Tapscott (1997), nos ofrece referencias de las fases de construcción y definición de las audiencias en relación a la penetración social, a los usos y experiencias del usuario en estos nuevos medios.

Modelos de construcción, naturaleza y características de los Servicios y Contenidos Digitales Abiertos en la Red Universal Digital (RUD).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación hacen posible una utilización plena y expansiva del concepto que McLuhan (1964) definió para referirse al valor de los medios como extensiones de las capacidades humanas, y que otros autores, como Echeverría (1999), han denominado, en el ámbito de la Red Universal Digital, como “protesicidad”, que consiste en ampliar sus sentidos, sus capacidades de cálculo, su memoria, sus capacidades de comunicación y que, unida a las propiedades de potencialidad, intangibilidad y ubicuidad de la Red, abren el camino hacia potentes prótesis integradas en los cuerpos y en su envoltura artificial. Y, además, contempla la distatilidad, representalidad, reticularidad, movilidad, instantaneidad, multisensorialidad, interactividad, neuralidad, intelectividad, hermeticidad, discontinuidad, virtualidad y feudalidad, como rasgos significativos de la naturaleza de esta Red Universal Digital.

A ésta se aplican las Teorías relacionadas con los sistemas de construcción social de la Red (especialmente referidas a la producción de contenidos y servicios entre pares, en redes P2P y similares) y también el desarrollo de modelos de Servicios y Contenidos Educativos Digitales, denominados por la Unesco (2002) Open Educational Resources, OER, o REA, Recurso Educativo Abierto.

La propia tecnología determina el tipo de producto cultural, su organización, sus géneros emergentes y sus contenidos (Manovich, 2005: 93) Así, las convergencias tecnológicas han activado no solo sus posibilidades de acción, sino también nuevas convergencias expresivas que son mediadas por los actores en cuanto que actúan de diversa forma si se trata del medio mismo o del medio en convergencia con otros (García-García, 2006). La aplicación de distintas teorías, como la de Coase (1960) o la teoría del estilo bazar de Raymond (1998) para analizar el fenómeno de la producción entre pares, ha aportado valiosas explicaciones para comprender el fundamento de los modelos de producción de los actuales Servicios y Contenidos Digitales Abiertos. Y es que, la producción tipo bazar asigna de forma más eficiente el capital humano captado

realmente, bajo sutiles condiciones de remuneración por incentivos indirectos de un conjunto muy numeroso, amplio y disperso de talentos. La potencia y facilidad de las redes hacen el resto, posibilitando el acceso y la comunicación en esta *ad-hocracia* virtual de nodos cooperantes (Sáez-Vacas, 2004: 88).

Ahora, la construcción de los textos y discursos en la Red se realiza de forma cooperada. Textos y contenidos a los que los usuarios exigen un alto grado de calidad que se caracteriza por la fiabilidad, reutilización, intercambio, catalogación, reconocimiento y utilidad (Gértrudix *et al.*: 2007). Los usuarios se han apropiado de los medios de producción y, como señala este autor (op.cit: 64), el usuario final forma parte de toda la red de suministros. Ahora, todos somos proveedores y clientes a la vez: Todos para uno y uno para todos. (Casi) todo se convierte en una Red. Montgomery and Gottlieb-Robles (2007) inciden en que la “generación digital” participa cada vez de forma más activa y es creadora de este nuevo medio de construcción cultural, desarrollando contenidos, diseñando web personales y lanzando sus propias empresas innovadoras en Red. Según el grupo Socmedia^[1], los adolescentes y los jóvenes saben aprovechar las oportunidades que estos medios les brindan en la construcción de sí mismos.

García-García (2007) pone de relieve que la virtualidad de algunos contenidos como los videojuegos, se actualiza a través de una de las posibles acciones del videojugador. Una vez que se ha tomado una decisión, el modo de ser pasa de ser virtual a actual, pero, a su vez, propone una nueva acción ya sea en relación a su participación anterior o a la jugada que otro videojugador haya realizado. Es una de las formas, no solo de ser interactivo sino de serlo productivamente.

Pero los “nativos digitales” no solo reciben y producen contenidos digitales, sino que forman parte de la retícula que vela por la gestión de la información en la Red, así como de las acciones de los internautas en las interrelaciones entre los distintos medios. El modelo de organización, gestión y etiquetado folksonómico de la información que facilita la Red a los usuarios, remite al pensamiento de Negroponte (1995) cuando al preguntarse si la naturaleza de un medio puede reproducirse en otro, decía: “*La respuesta consiste en crear ordenadores, clasificar, seleccionar y manejar multimedia en beneficio propio; ordenadores que lean periódicos y miren la televisión por nosotros, y que actúen como editores cuando se lo pidamos*”; y se proyecta en los vaticinios que, autores como Spivack (2007) o Castells (2005), conceden a la web semántica.

1.2. Objetivos

- Describir los usos que los jóvenes hacen de los servicios y contenidos digitales abiertos.
- Conocer la forma en la que se están relacionando los nativos digitales y jóvenes que desarrollan con el uso de los servicios y contenidos digitales abiertos en la Red.
- Identificar los nuevos modelos de relación social que se están produciendo.
- Descubrir las conductas y competencias que los nativos digitales y jóvenes están desarrollando con el uso de la web 2.0.

1.3. Hipótesis

La hipótesis de partida es que la forma en que los adolescentes y jóvenes utilizan la Red, por medio de Servicios y Contenidos Digitales Abiertos en la Red Universal Digital, está modificando sus relaciones sociocomunicativas e interpersonales, en la medida en que son abiertas, activas, globales, inmediatas, y poco controlables por otros agentes sociales (familiares, educativos, institucionales...).

2. Método

Tabla 1. Definición de los parámetros de estudio

Parámetro	Definición
Agentes	Personas o conjuntos de personas con las que se relaciona un sujeto
Frecuencia	Grado de repetición de la interactuación con la Red
Modo	Forma en la que se establece la relación entre los sujetos: en función de la presencia física o a distancia de la relación
Uso	Tipo de conducta sociocomunicativa
Medio	Sistema a través del cual se relacionan con otras personas

El universo de la investigación está constituido por nativos digitales e inmigrantes digitales de ambos sexos comprendidos entre los 14 y los 35 años de edad.

Los parámetros de estudio inicialmente considerados fueron los relacionados con el objeto de estudio y la hipótesis de partida:

Tabla 2. Guión de los grupos de discusión

Variables	Categorías	Preguntas
Agentes	Familia Amigos Compañeros Conocidos Desconocidos	Modo de relación con cada uno de los agentes Si tienen relación con desconocidos
Frecuencia de la relación	A diario Semanalmente Mensualmente Anualmente	Frecuencia Motivo de la frecuencia
Modo de relación por cada agente	Virtualmente No virtualmente	Tipo de relación con la familia y los amigos Tipo de relación con conocidos y desconocidos Tipo de relación con compañeros y amigos
Modo de relación por frecuencia		Con qué frecuencia utilizan estos medios para comunicarse
Medio	Nuevas tecnologías: teléfono, Internet Directamente o por terceras personas	En qué casos y con qué personas utilizan estos medios
	Tipo de medios	Tipo de medios tecnológicos: móviles, PDA, ordenador....
Uso	Motivo del uso	Para extraer, compartir o intercambiar información Relacionarse socialmente Distracción
Diferencias	Uso virtual y no virtual	La relación es distinta Diferencias Desde cuando el uso de relación virtual Orden de uso (si hay varias nuevas tecnologías) Sensaciones que experimentan

El interés del objeto de esta fase de la Investigación se centra principalmente en las relaciones y el comportamiento de los nativos digitales en la web 2.0. Es por ello que, además de los agentes, el resto de parámetros responde a esta prioridad: frecuencia de las relaciones, el modo o forma en la que se establecen, el medio utilizado y el uso que se hace de la web 2.0.

La metodología utilizada en esta fase ha sido cualitativa. En primer lugar se llevó a cabo un análisis documental que consistió fundamentalmente en la recogida, tratamiento y análisis de información de tipo secundario sobre los diferentes aspectos del objeto de la investigación. Tras el análisis documental se realizaron grupos de discusión con jóvenes y adolescentes del universo de estudio agrupados en tres tramos de edad: de 14 a 17 años, que corresponderían a los nativos digitales propiamente dichos; de 18 a 24 que corresponderían a los denominados inmigrantes digitales que están más cercanos a los nativos digitales; y de 25 a 35, formado el tramo de los jóvenes más alejados de los inmigrantes digitales.

En este caso la metodología utilizada ha consistido en la realización de grupos de discusión que permiten aproximarse al conocimiento de la realidad social a través del estudio del discurso. Esta técnica permite penetrar en las capas profundas del pensamiento humano y constatar lo que está soterrado y que no es perceptible a simple vista. Una vez extraídas las cualidades mediante el uso de las técnicas cualitativas, se debe indagar sobre su extensión y representatividad y por ello la investigación se ha compuesto de distintas fases que permitan dar toda su potencialidad, y realizar generalizaciones válidas y fiables.

El desarrollo de los tres grupos tiene como objetivo obtener información producida mediante la interacción entre las personas que integran el grupo que se encuentran relacionadas entre sí por el tema objeto de la reunión: las relaciones sociales producidas por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

A través del discurso se pretende identificar los atributos de las relaciones sociales que se establecen a través de la web 2.0 y las características de estas relaciones. Para establecer el panel de participantes en los grupos de discusión se buscó la representación tipológica y socio-estructural, de acuerdo con los propósitos de la investigación y las contingencias de medios y tiempo.

2.1. Trabajo de campo

El trabajo de campo comenzó en el año 2009 y la realización de los grupos de discusión fue entre enero y febrero del 2010. Para la recogida de la información se realizaron 3 grupos de discusión formados por jóvenes de cada uno de los tramos de edad. El número de participantes totales del trabajo de campo fue de 27 jóvenes.

Tabla 3. Ficha técnica de los grupos de discusión

Grupos de discusión	
Universo	Personas de 14 a 35 años
Número de grupos	3 en total para los siguientes grupos de edad: 1 de 14-17; 2 de 18-24; 3 de 25 a 35
Fechas de campo	Grupo 1: 11 de enero de 2010 Grupo 2: 5 de febrero de 2010 Grupo 3: 13 de febrero de 2010
Tamaño de los grupos	1: 12 personas (8 mujeres y 5 hombres) 2: 14 personas (9 hombres y 5 mujeres) 3: 8 personas (6 hombres y 2 mujeres)
Selección participantes	Personas de 14 a 35 años de ambos sexos de la Comunidad de Madrid
Lugar de realización	2 en la sede de la Fundación y 1 en la Universidad Rey Juan Carlos

El criterio para la selección de los participantes en los grupos fue únicamente pertenecer a los grupos de edad indicados en el universo de estudio. Aún sin ser requisito imprescindible, se tuvo en cuenta la selección de participantes femeninos y masculinos, si bien en alguno de ellos fue más difícil, como el grupo de mayor edad en el que únicamente se consiguieron 2 mujeres frente a 6 hombres.

El tamaño de los grupos osciló entre los 8 y los 14 actuantes. Se consideró esencial que, al contener numerosas variables de interés para el estudio, se crearan grupos de un tamaño mayor para asegurar la dinámica y un gran número de intervenciones. Se tuvo en cuenta un mínimo de dos individuos por cada valor de variable o atributo.

Se evitó que los componentes de cada grupo tuvieran relación directa entre sí – es decir, que se conocieran–, puesto que el objetivo de los mismos era recoger discursos independientes que fuesen generados y contrastados en el momento de la discusión. Es esencial tratar de que la dinámica del grupo se estableciera en el momento de la convocatoria –no viniera predeterminada– y que se orientara a la memoria colectiva. Además, al moderador se le dieron instrucciones concretas no solo del modo de operar y el protocolo de actuación, sino de atributos de alto interés para el estudio en los que era imprescindible conocer la importancia que le daban los actuantes.

La información corresponde a una muestra no probabilística de jóvenes por distintos tramos de edad, por lo que las conclusiones extraídas harán referencia únicamente a la muestra considerada, sin que se pueda hacer inferencias respecto al conjunto de población a la que pertenecen, es decir, que no es representativa en términos estadísticos. Lo que sí se detecta a través de esta técnica son las tendencias que se están produciendo en las nuevas formas de relación social a través de las TICs.

2. Resultados

Tabla 4. Variables de estudio

Variables de estudio
Variable agente: persona o conjunto de personas con las que se establece una relación
Variable frecuencia: número de veces que se utilizan las TIC durante un intervalo de tiempo
Variable modo: forma en la que se establecen las relaciones sociales en función de la presencia o no de los agentes de la relación
Variable medio: sistema a través del cual se establece la relación con otras personas o se accede a contenidos de la Red
Variable uso: motivo por el que se utilizan las TIC
Variable lugar: espacio o sitio en el que se utilizan las TIC
Variable competencia sociocomunicativa: Habilidad, aptitud o adecuación para relacionarse o interactuar con otras personas o medios
Variable percepción: sensaciones que se tienen relacionadas con las relaciones sociales a través de las TIC
Variable contenido digital: como cualquier documento digitalizado, que es accesible e intercambiable

El análisis de las investigaciones previas corroboró que los indicios extraídos en la fase de análisis documental saldrían en mayor o menor medida de forma espontánea ya que son las variables que definen las relaciones sociales de cualquier persona. Con qué personas te relaciones, así como la frecuencia de las relaciones, el modo y el medio, salen inmediatamente al pedir la descripción de sus relaciones. Por otro lado, la variable uso, ha hecho percibir el abanico de posibilidades que encuentran los actuantes a la web 2.0 y ha permitido conocer la percepción que éstos tienen de su vida respecto al uso de este medio.

3.1. Relaciones sociales de los jóvenes en la web 2.0.

Al encontrar diferencias según los distintos tramos de edad se procede a señalar las principales características por cada uno de ellos y posteriormente se muestran las tendencias generales encontradas por variable de estudio.

A) Resultados por grupo de edad

- Grupo de 14 a 17 años

En cuanto a la variable agente, la primera relación a la que hacen referencia son los compañeros y amigos. Tras el silencio se sugieren otros agentes como la familia y los desconocidos, en el primero consideran que no suelen mantener relación con la familia por estos métodos, y en cuanto a las relaciones con desconocidos aparecen dos grupos: uno reducido que afirma haber mantenido relación con personas que no conoce físicamente; y otro mayoritario que asegura rotundamente no hablar con desconocidos.

La frecuencia de las relaciones entre los diferentes agentes aparece en la tabla:

Tabla 5. Frecuencia de las relaciones 14-17

Frecuencia de las relaciones	
Compañeros de colegio	Todos o casi todos los días (muchos de ellos son amigos)
Amigos	Todos los días
Familia	Directa: todos los días (en casa)
	Otra familia: varias veces al mes, o al año
Desconocidos	No hablan con desconocidos: un grupo muy numeroso del grupo afirma no hablar nunca con desconocidos, pero sí agregan y hablan con amigos de sus amigos en algunas ocasiones.
	Hablan y se relacionan con desconocidos: aseguran hacerlo, pero no con mucha frecuencia.

Habitualmente aseguran hablar con conocidos, principalmente amigos y compañeros de clase y muy escasas veces con desconocidos.

Respecto a la variable “modo por el cual se relacionan”, aseguran preferir las relaciones personales (cara a cara), aunque el número de horas con el que se relacionan con medios virtuales es muy elevado. Con los compañeros de clase normalmente tienen una relación personal, aunque en ocasiones utilizan medios como el teléfono y el ordenador para comunicarse (quedarse, intercambiar información de clase...).

Con los amigos, aunque no se vean todos los días, se comunican diariamente por redes como Tuenti, o por teléfono, preferencia que en este grupo es exclusiva del género femenino.

En cuanto a la relación con la familia, aseguran no utilizar medios virtuales y la relación con desconocidos muestra en su mayoría la negativa del grupo excepto en ocasiones en las que sale a la luz: relaciones con amigos de sus amigos (referencia nuevamente a las redes sociales), juegos on-line donde juegan con personas de forma interactiva, o bien en Chat.

El uso de las nuevas tecnologías se resume en que la totalidad del grupo afirma haber tenido móvil cerca de los 8 años, correo electrónico a una media de 10 años y comenzar a relacionarse en las redes sociales en torno a los 10 -12 años. Aseguran usarlas continuamente, de hecho una de las participantes afirma no separarse nunca del teléfono móvil. Creen en la necesidad de su uso en un principio para el control paterno y luego para mantener mayor relación con amigos y conocidos.

El sistema a través del cual se relacionan con otras personas varía según sea entre semana o los fines de semana. En el primer caso aseguran que la relación con los compañeros y amigos del instituto es durante el horario escolar, y una vez en casa mediante el uso de Tuenti y teléfono, principalmente fijo. En el caso de familiares el uso es principalmente de forma directa y se usan modelos virtuales (móvil) cuando hay que comunicar algo corto y concreto, haciendo especial mención “*... cuando voy a llegar tarde o para que me vengan a buscar...*”. Los fines de semana afirman mantener principalmente relaciones “cara a cara” y siempre con amigos, complementando esas relaciones con el uso de las redes sociales para quedar o narrar lo sucedido.

- Grupo de 18 a 24 años

En cuanto a la variable agente, la primera mención es para compañeros, seguido de amigos y familia.

Tabla 6. Frecuencia de las relaciones 18-24

Frecuencia de las relaciones	
Compañeros de colegio	Todos o casi todos los días (muchos de ellos son amigos)
Amigos	Todos los días
Familia	Directa: todos los días (en casa) Otra familia: ocasionalmente
Desconocidos	No suelen hablar con desconocidos salvo raras excepciones o que vengan introducidos por algún conocido También se relacionan a través de juegos interactivos o través del chat

De forma espontánea se habla de familia, con la que aseguran comunicarse más mediante teléfono y en persona, de igual modo sale de forma espontánea los “amigos de mis amigos”. El modo por el que prefieren relacionarse es el que podemos denominar personal (cara a cara), aunque el número de horas con el que se relacionan con medios virtuales es muy elevado e incluso mayor que con las relaciones personales.

Con los compañeros de clase normalmente tienen una relación personal, aunque en ocasiones utilizan medios como el teléfono y el ordenador para comunicarse (para quedar, intercambiar información de clase...). Con los amigos se comunican por redes como Tuenti, o por teléfono, preferencia que en este grupo es exclusiva del género femenino.

El motivo por el cual se utiliza una TIC, afirman que es por considerarlo rápido, inmediato y con mayores posibilidades (hablando de alcance), aunque depende de las personas concretas el preferir un método virtual o presencial, este último elegido para las relaciones con amigos íntimos y compañeros.

Respecto al medio, el uso de las redes sociales es su plataforma preferente en la actualidad, que usan con amigos, compañeros, escasamente con familiares y “amigos de sus amigos”, aunque en este caso, afirman que prácticamente nunca se relacionan con desconocidos.

- Grupo de 25 a 35 años

La primera relación a la que hacen referencia son los compañeros de trabajo y amigos. A parte de los amigos, aumentan las referencias a las relaciones con personas desconocidas, mediante el intercambio de información y el mantenimiento de intereses comunes. La familia se desplaza a un tercer lugar ya que señalan en su mayoría que el contacto se reduce a una vez por semana. La frecuencia de sus relaciones se resume:

Tabla 7. Frecuencia de las relaciones 23-35

Frecuencia de las relaciones	
Compañeros de trabajo	Compañeros de trabajo: todos o casi todos los días, relación directa en el trabajo, en rara ocasión se mantiene (según los participantes) relación fuera del contexto laboral
Amigos	Varias veces a la semana. En el caso de los amigos que usen las redes sociales (principalmente Facebook, o redes especializadas en alguna temática), correo electrónico y teléfono
Familia	Familia directa: una vez a la semana o una vez al mes, relación directa o telefónica
Desconocidos	Otra familia: varias veces al año y normalmente directa
	Frecuentemente

Desconocidos: se amplía el horizonte de las relaciones como búsqueda de intereses comunes o intercambio de información. Se recurre de forma continuada a los Foros, Chat temáticos,... Incluso aseguran mantener mayor relación con desconocidos (que en ocasiones pasan a ser conocidos), que con familiares y amigos.

Aseguran preferir las relaciones personales (cara a cara), aunque el número de horas que utilizan las TICs es muy elevado. El uso es principalmente por trabajo, ya que se pasan numerosas horas delante del ordenador y eso facilita las relaciones virtuales, frente a las personales, que se suele reducir por el escaso tiempo libre del que disponen.

Con los compañeros normalmente tienen una relación personal que en muy raras ocasiones se traslada a las relaciones en el uso de la web 2.0. Con los amigos,

aunque no se vean todos los días, se comunican habitualmente por teléfono o por correo electrónico, y con menor frecuencia personalmente.

El tipo de uso o los motivos de la utilización de la tecnología se resume en la facilidad y la rapidez de la comunicación. Aunque se observa cierta negativa a las nuevas tecnologías, aseguran usarlas continuamente por motivos laborales, de distracción y búsqueda de información. Un gran número de participantes declaran usar varias horas al día el ordenador para jugar a distintos juegos que se encuentran en la red.

El medio o sistema a través del cual se relacionan con otras personas es principalmente mediante el correo electrónico, las redes sociales (Facebook) y chats especializados; en cambio, dicen preferir las relaciones presenciales, además de afirmar que no les gusta el tipo de relación social que se está dando en la actualidad en los jóvenes, ya que consideran que hay muchos que tienen cierta adicción a las nuevas tecnologías. Tema que salió de forma espontánea en numerosas ocasiones a lo largo de la conversación.

B) Resultados por variable de estudio

- Lugar

En relación con el lugar en el cual acceden mayoritariamente a la web 2.0., es para los grupos de 14 a 17 y de 18 a 24 años el centro educativo y el domicilio, mientras que para los del último tramo de edad, es el lugar de trabajo.

- Competencia sociocomunicativa

De la variable competencias sociocomunicativas, es necesario reseñar que aparecieron grandes diferencias entre los tres grupos, ya que en el caso de los jóvenes de 14 a 17 años, hablaban de posibilidad de hacer numerosas cosas a la vez y del aumento de sus relaciones; en cambio los de 18 a 24 años hablaban de aprendizaje y estrategia (juegos); y por último, los de mayor edad se referían a los negocios y al dominio tecnológico.

- Percepción

La variable percepción es una variable muy compleja ya que las categorías extraídas hablan de las sensaciones que les transmite el tener relaciones a través de las nuevas tecnologías. Se puede resumir en dos categorías o parámetros más extensos, como son:

- Grupo positivo: está constituido por los más pequeños y los más jóvenes del grupo intermedio:

Sensaciones positivas:

- Facilidad para establecer relaciones sociales
- Protagonismo
- Facilidad de expresión de pensamientos íntimos
- Volumen de información
- Facilita la vida
- Globalización
- Nuevas formas de relación social
- Sensaciones negativas
- Desinterés / desconocidos

- Grupo negativo-nostálgico: constituido por los mayores y los de mayor edad del grupo intermedio, a pesar de ser el grupo que más usa las TICs

Sensaciones negativas:

- Miedo social
- Desconfianza
- Fiabilidad de la información
- Hartazgo
- Adicción
- Influye en la personalidad
- Dependencia
- Resistencia al cambio
- Protagonismo
- Nuevas formas de relación social

Sensaciones positivas:

- Volumen de información
- Facilita la vida
- Globalización

Todo lo que los más jóvenes consideran positivo, suele ser considerado negativo por aquellos de mayor edad y viceversa. La percepción está directamente relacionada con la edad del grupo: los nativos digitales muestran la interiorización del nuevo modelo

de relación social, mientras que los inmigrantes digitales sostienen una aptitud nostálgica respecto a las relaciones sociales tradicionales.

Mención especial merece la sensación percibida de la pérdida de intimidad por los de mayor edad, al considerar que se encuentran expuestos a una mayor visibilidad social, frente a los más pequeños que manejan lo que consideran íntimo y lo que pueden mostrar, al mismo tiempo que van considerando cada vez más natural las nuevas formas de visibilidad social de uno mismo y de los demás.

- Contenido digital

En último lugar se encuentra la variable contenido digital. Los jóvenes de menor edad centran su atención hacia las Redes Sociales, sitios web-videos (como youtube) y juegos, en cambio los de mayor edad, aunque afirman hacer uso de las Redes sociales, declaran hacerlo en menor medida, centrándose su uso en el correo electrónico y en acceder a temas de interés e información concreta y específica relacionada con sus intereses profesionales y lúdicos.

3.2. Conclusiones

Los resultados obtenidos en esta fase muestran que existe una percepción totalmente distinta entre aquellos denominados “nativos digitales” y los conocidos como “inmigrantes digitales”. Los jóvenes de menor edad consideran muy positivas las relaciones que mantienen con el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, además de percibir cierta resistencia al cambio de todos aquellos que no nacieron con Internet. Insisten en el control paterno como prueba de esa desconfianza hacia el medio de los adultos, y aseguran controlar el medio de una forma precisa y adecuada.

Por otro lado los jóvenes de mayor edad, incluyendo el grupo de 18 a 24 años y el de 25 a 35 años, ofrecen una visión de carácter fatídica, que encuentra la necesidad de controlar a los jóvenes de menor edad por considerarles inconscientes, irresponsables y con demasiadas posibilidades para la edad a la que se enfrentan, a la que denominan en numerosas ocasiones como “Edad del Pavo”.

El enfrentamiento entre opiniones puede mostrar dos tipos de sujetos: los integrados y los nostálgicos. Los integrados lo componen todos aquellos que formaron parte del grupo de menor edad (14 a 17 años) y parte de los que ocuparon el grupo de

edad media (18-24 años), los que coincidían con los más cercanos al grupo anterior, aunque estos últimos en cierta manera mantienen cierta desconfianza al medio.

En ambos grupos se habla del control, los de menor edad como control hacia el medio (como competencia) y en ocasiones como control paterno que afirman manejar; y los de mayor edad, incluidos gran parte de los de mediana edad, hablan de la conveniencia de ejercer un control hacia los menores que usan las tecnologías como medio natural.

Las relaciones sociales mediante el uso de las TIC son para los de 14 a 17 y los de 18 a 24 años esenciales, siendo el centro de contacto principalmente con amigos y compañeros. Para los de mayor edad desciende a un plano inferior las relaciones que mantienen a través de estos medios, aunque sean muy numerosas. La frecuencia de la relación se ha visto modificada, según se desprende de la investigación, hacia una mayor inmediatez, y el modo de relación de cada agente ha potenciado la facilidad y es más abierta y amplia, según afirman cada uno de los grupos actuantes, algo que ven como ventaja todos, aunque con cierto recelo en el grupo de mayor edad, donde se opina que se debe de restringir a los más pequeños.

El lugar en el cual acceden mayoritariamente a la web 2.0. es, para los grupos de 14 a 17 y de 18 a 24 años, el centro educativo y el domicilio; en cambio para los del último tramo de edad, es el lugar de trabajo.

Las competencias que afirman tener los jóvenes de 14 a 17 años, están relacionadas con la posibilidad de hacer numerosas cosas a la vez y de tener facilidad en mantener un gran número de relaciones. En cambio los de 18 a 24 años hablan de aprendizaje y estrategia (juegos); y por último los de mayor edad aluden a los negocios y al dominio tecnológico.

La percepción que les transmite las relaciones a través de las nuevas tecnologías es positiva para los de menor edad y negativa para aquellos de mayor edad. Los más pequeños centran su atención hacia las Redes Sociales, sitios web-videos (como Youtube) y juegos, en cambio los de mayor edad, aunque afirman hacer uso de las Redes sociales lo hacen en menor medida, y su uso se centra en el correo electrónico y en acceder a temas de interés e información concreta y específica relacionada con sus intereses profesionales y lúdicos.

Por último, se observa una tendencia a la “naturalización” de las nuevas formas y contenidos de las relaciones sociales a través de la web 2.0 por los más pequeños, es decir, por los nativos digitales.

Estos factores, representan los principales cambios que los actuantes consideran que se han producido en las relaciones sociales con el uso de las nuevas tecnologías.

TENDENCIAS CLAVE

La edad está directamente relacionada con el motivo por el cual se conectan a Internet, los dos motivos principales aducidos por los participantes son, a mayor edad más interés en la búsqueda de información; a menos edad más importancia a la diversión-distracción.

En cuanto a los cambios que han llevado las nuevas tecnologías a las relaciones sociales, aunque son evidentes para todos los grupos de edad, son los más pequeños los que manifiestan percibir ese cambio de una forma más clara.

Se ha producido un cambio en el concepto de agente, desde el momento en el que el “desconocido virtual” pasa a tener unas connotaciones diferentes al “desconocido tradicional”.

A mayor edad, se aprecia mayor sensación de vulnerabilidad al haberse modificado los referentes que permitían separar la esfera de la intimidad de la esfera pública.

* Proyecto de I+D: “La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos”. Número: CSO2008-1496/SOCI - Entidad financiadora: Subdirección General de Proyectos de Investigación. Ministerio de Ciencia e Investigación (certificados de financiación: [primero](#) + [segundo](#)).

4. Bibliografía

- Berger, Peter; Luckmann, Thomas (1991): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires. Editorial: Amorrortu
- Boschma, Jeroen (2006): *Generación Einstein*. Bilbao, Editorial: Gestión 2000
- Buckingham, David; Willett, Rebekah (eds.) (2006): *Digital generations: Children, Young People, and New Media*. New Jersey (USA), Erlbaum.
- Bustamante, Enrique (Coord.) (2007): *Cultura y comunicación para el siglo XXI. Diagnóstico y políticas públicas*. Tenerife: Cabildo Insular de Tenerife.
- Castells, Manuel (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona. Plaza y Janés.
- Castells, Pablo (2005): “La web semántica”. En C. Bravo Santos, & M. Redondo Duque, *Sistemas interactivos y colaborativos en la web* (págs. 195-212). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Cerezo, José Manuel (coord.) (2006): *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. F. France Telecom España, Madrid.
- Coase, Ronald “The problem of social cost”. *Journal of Law and Economist*, vol. 3 (Oct. 1960) pp. 1-44. Recuperado el 25/03/2011: <http://www.jstor.org/pss/724810>
- De-kerckhove, Derrick (1999): *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa.
- Dirección General de Educación y Cultura. Unidad europea de Eurydice (2002): *Las competencias clave: un concepto en expansión dentro de la educación general obligatoria*. Madrid: MEC. Recuperado el 11/01/2008 de: http://www.eurydice.org/ressources/eurydice/pdf/0_integral/032ES.pdf
- Domínguez, Mario; Sádaba, Igor (2005): “Transformaciones en las prácticas culturales de los jóvenes en España” en Revista de Estudios de Juventud, 70: 23-38.
- Echeverría, Javier (1999): *Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- Edmunds, June; Turner, Brian (2002): *Generations, culture and society*. Buckingham: Open University Press.
- Facer, Keri; Furlong, John; Furlong, R. & Sutherland, R. (2003): *Screenplay: Children and computing in the home*. London: Routledge.
- Flichy, Patrice (2003): *Lo imaginario de Internet*. Madrid: Tecnos.
- Fumero, Antonio; Roca, Genís y Encinar, Jesús (2007): *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange.

- Gallego, Domingo (2002): “Globalización, TIC y ocio digital”, en Aguiar, M. V.; Farray, J. I.; y Brito, J. (coords.). *Cultura y educación en la sociedad de la información*. A Coruña: Netbiblo.
- García-García, Francisco “Videojuegos y virtualidad narrativa”, en *Red Digital*, nº 8 (2007): *Videojuegos: aplicaciones sociales y educativas*. ISSN 1697-8293 [http://www.icono14.net/revista/num8/index_num8.html]
- “Contenidos educativos digitales: construyendo la sociedad del conocimiento”, en *Red Digital*, nº 6 (2006): Contenidos multimedia educativos al servicio de la educación. ISSN 1696-0823 [<http://reddigital.cnice.mecd.es/6>]
- Gertrudix, Manuel; Gálvez, M.C.; Álvarez, S.; Galisteo; A.; Gertrudix, Felipe. (2007): “Acciones de diseño y desarrollo de objetos educativos digitales en el marco del programa Internet en el Aula”, en “Monográfico Contenidos educativos en abierto”, Revista RUSC de la Universidad Oberta de Catalunya. [http://www.uoc.edu/rusc/4/1/dt/esp/gertrudix_alvarez_galisteo_galvez.html]
- Gordo- López, Ángel J. (2006): “De los chats al Messenger. Tecnologías de comunicación emocional”, en F. G. Selgas y C. Romero (eds.). *El doble filo*. Madrid: Trotta.
- Hughes, Kevin (1995): *From the Webspace to Cyberspace*. Disponible en:
<http://www.eit.com> (marzo 2011)
- Icono 14 Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías. [www.icono14.net/revista] (2007) : nº 9: *Radio y TV al Servicio de la Sociedad* - (2007) nº 8: *Videojuegos: aplicaciones sociales y educativas*. - (2006) nº 7: *Educación y nuevos medios*.
- Joyanes, Luis (2004): “Las redes sociales: de la mensajería instantánea a los weblogs”. *Sociedad y utopía*: R.CC. Sociales, 24: 93-122.
- Kress, Gunther (2005): *El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación*. Granada-Málaga, Aljibe.
- Lacasa, Pilar (2004): “Creation: A shared adventure”. *Mind, Culture and Activity*. 11 (1) 82 -87
- Lorente, Santiago; Bernete, Francisco y Becerrill, Diego (2004): *Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación*. Madrid, Instituto de la Juventud.
- Lucas, Antonio (2006): *Sociología: una invitación al estudio de la realidad social*. Pamplona: Eunsa.

- Manovich, Lev (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mainer Blanco, Belén (2005): “Ciberjuego y sociabilidad: Relaciones y efectos en los usuarios de juegos online (Word of Warcraft)”, Revista Espéculo nº 31, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.
- Martin, James.; Ollero, Julio.; Ramos, Mª Rosa (1980): *La Sociedad interconectada*. Madrid: Tecnos.
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: New American Library
- Montgomery, Kathryn (2004): *Youth as E-Citizens*. Recuperado el 11/01/2008 de <<http://www.centerforsocialmedia.org/ecitizens/index.htm>>
- Montgomery, Kathryn (2007): *Generation Digital: Politics, Commerce, and Childhood in the Age of the Internet*. Cambridge, MA: MIT Press
- Negroponte, Nicholas (1995): *El mundo digital*. Barcelona Ediciones B, S.A. pp. 16
- Nie, Norman H.; Erbring, Lutz (2000) *Internet and Society. A preliminary report*. Stanford Institute.
- O'Reilly, Tim (23 de 02 de 2006): Fórum Fundación Telefónica. Recuperado el 26/10/2007 de Qué es la web 2.0. Patrones de diseño y modelos del negocio para la siguiente generación de software:
<http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>
- Piscitelli, Alejandro (2005): Internet, la imprenta del siglo XXI. Gedisa.
- Prensky, Marc (2001): “Digital Natives, Digital Immigrants”, from *On the Horizon*. NCB University Press, Nol. 9, nº 5.
- Prensky, Marc (2005): “Listen to the natives”, from educational leadership”. ASCD. Recuperado el 10/01/2008 de
http://www.ascd.org/cms/objectlib/ascdframeset/index.cfm?publication=http://www.ascd.org/authors/ed_lead/el200512_prensky.html
- Raymond, Eric (1998): *La Catedral y el bazar*. Recuperado el 20/03/2011.
<http://biblioweb.sindominio.net/telematica/catedral.html>
- Rheingold, Howard (1999): *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- Revuelta D., Francisco Ignacio (2004): “El poder educativo de los juegos on-line y de los videojuegos, un nuevo reto para la psicopedagogía en la sociedad de la información”, *Revista Teoría* Vol. 13, pp. 97-102.

- Rosnay, Joël (1996): *El hombre simbótico. Miradas sobre el tercer milenio*. Madrid
Editorial: Cátedra
- Roszak, Theodore (2005): *El culto a la información. Un tratado sobre alta tecnología, inteligencia artificial y el verdadero arte de pensar*. Barcelona. Editorial: Gedisa
- Sáez -Vacas, Fernando (2004): *Más allá de internet: la Red Universal Digital*. Madrid:
Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Searle, John R. (1997): *La construcción social de la realidad*. Barcelona: Paidós.
- Scolari, Carlos (2004): *Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Spivack, Nova (2007): *Radar Networks*. Recuperado el 26/10/2007 de
<http://www.radarnetworks.com/>
- Tapscott, Don (1998): *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York:
McGraw-Hill.
- Trejo, Raúl (2006): *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*.
Barcelona: Gedisa.
- Wolton, Dominique (2000): *Internet ¿y después?* Barcelona: Gedisa.
-----(2000): *Sobrevivir a Internet: conversaciones con Olivier Jay*. Barcelona: Gedisa.

5. NOTAS

[¹] Grupo de Investigación Socmedia. <http://www.gruposocmedia.es/>

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Núñez-Gómez, P.; García-Guardia, M.-L. y Hermida-Ayala, L.-A. (2012): "Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 179 a 206 recuperado el ____ de ____ de 2_____, de
http://www.revistalatinacs.org/067/art/952_UCM/08_Patricia.html
DOI: [10.4185/RLCS-067-952-179-206](https://doi.org/10.4185/RLCS-067-952-179-206) / CrossRef link

Artículo recibido el 10 de febrero de 2012. Sometido a pre-revisión el 13 de febrero. Enviado a revisores el 17 de febrero. Aceptado el 29 de febrero de 2012. Galeradas telemáticas a disposición de las autoras el 2 de marzo de 2012. Visto bueno de las autoras: 4 de marzo de 2012. Publicado el 6 de marzo de 2012.

Nota: el **DOI** es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.