

RITA VEGA BAEZA
PAULA REQUEIJO REY
(Coordinadoras)

LA UNIVERSIDAD Y NUEVOS HORIZONTES DEL CONOCIMIENTO

Colección:
EDICIONES UNIVERSITARIAS



Diseño de cubierta:
J. M. Domínguez y J. Sánchez Cuenca

1.ª edición, 2018



Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeran, plagiaran, distribuyeran o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

© FORUM XXI, 2017
© EDITORIAL TECNOS (GRUPO ANAYA, S.A.), 2018
Juan Ignacio Luca de Tena, 15 - 28027 Madrid
ISBN: 978-84-309-7392-7
Depósito Legal: M-630-2018

Printed in Spain

24. ADOLESCENTES SUICIDAS: ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LA NARRATIVA MEDIÁTICA Y FAMILIA, por *Viviana Naranjo Ruiz y María Elena Medina Tuapanta* 297
25. LAS IMÁGENES EN LOS LIBROS DE TEXTO DE ESPAÑOL: OPINIÓN DE ALUMNOS Y PROFESORES, por *Dimitrinka G. Nikleva* . 309
26. EL DISCURSO DEL REGENERACIONISMO ESPAÑOL Y LA CONDENA DEL SISTEMA, por *Begoña Pérez Calle* 319
27. COMPONENTES VERBALES Y NO VERBALES EN TRES TIPOS DE DISCURSOS: ANÁLISIS DE CASOS, por *Geoconda Pila* 333
28. EL DERECHO A LA INTIMIDAD EN LA PRENSA ESPAÑOLA. ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO FOTOGRÁFICO EN LA INFORMACIÓN DE SUCESOS, por *Esperanza Pouso Torres* 349
29. COMENTARIOS SOBRE LOS PRINCIPIOS BAYESIANOS, GERENCIA DE SUPERVIVENCIA Y COMUNICACIÓN, por *Milton Enrique Quero Virla* 365
30. LAS RELACIONES FAMILIA ESCUELA Y EL USO DE LOS GRUPOS DE WHATSAPP. ESTUDIO PSICOMÉTRICO DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN, por *Antonia Ramírez-García y Patricia Bancalero-Fernández* 379
31. DE LO PROBABLEMENTE MEDIBLE A LA POSIBILIDAD DE UNA MEJORA REAL: LOS EDUCADORES SOCIALES COMO GARANTES DE LA CALIDAD SOCIOEDUCATIVA, por *Monia Roderigo* 391
32. EDUCACIÓN MUSICAL PERFORMATIVA. UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA, por *José A. Rodríguez-Quiles* 401
33. ¿RESPONSABILIDAD SOCIAL O NEGOCIO EMPRESARIAL?: LA IMAGEN DEL TURISMO «DE BAJO COSTE» EN ESPAÑA, por *José Rodríguez Terceño, Rosa María Torres Valdés y Mario Barquero Cabrero* 417
34. «¿RECUPERAR LO SAGRADO EN UN TIEMPO DE DESENCANTO»? ¿«ATEÍSMO RELIGIOSO», «ANATEÍSMO»... O PESIMISMO DESDE LA FORTALEZA?, por *Encarnación Ruiz Callejón* 433
35. LA EDUCACIÓN DE LAS CINCO MENTES DEL FUTURO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA PSICOLOGÍA POSITIVA, por *Lina M.ª Tomás Pastor, M.ª José Lombarte Londres y Natividad Gómez Gómez* 447
36. LO VIRTUAL Y LO PRESENCIAL EN LAS INTERACCIONES COMUNICATIVAS DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS, por *Olivia Velarde Hermida y Belén Casas-Mas* 461

36. LO VIRTUAL Y LO PRESENCIAL EN LAS INTERACCIONES COMUNICATIVAS DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

OLIVIA VELARDE HERMIDA

BELÉN CASAS-MAS

Universidad Complutense de Madrid (España)

I. INTRODUCCIÓN

Las aportaciones científicas de los análisis centrados en los colectivos juveniles abarcan diferentes grupos de edades. En España, desde que comenzaron los estudios de juventud en los años sesenta, las cohortes de edad han venido variando. En esos años, la juventud duraba sólo hasta los 22 años y llegaba hasta los 25 en la década de los setenta. Desde mediados de los ochenta hasta ahora, la condición juvenil se ha dilatado a los 30 años» (Martín y Velarde, 1996). Y en la actualidad es posible encontrar estudios sobre adolescencia y juventud desde los 12 hasta los 35 años, en función de temáticas específicas (Sanmartín, 2013). Pero en cualquier caso, los estudios que analizan comportamientos y percepciones de los jóvenes, clasifican al colectivo de los universitarios como personas que pertenecen a ese grupo.

Como se sabe, la tecnología y los medios de comunicación electrónicos, han invadido los espacios cotidianos de la gente joven para quienes las herramientas digitales se han convertido en elementos básicos de comunicación, para compartir y para crear contenidos (Taberner, Aranda y Sánchez-Navarro, 2010). Con el desarrollo de las redes sociales, las personas jóvenes han mostrado un alto nivel de adaptación a las nuevas formas de comunicación, dada su familiaridad nativa con el formato pantalla y los constantes cambios en contenidos, lenguajes y discursos (Rodríguez y Megías, 2014).

Según se afirma en el último informe presentado por la Fundación Telefónica sobre «La Sociedad de la Información en España 2016», la edad y el nivel de estudios son dos de los factores principales que influyen a la hora de acceder a Internet. Prácticamente la totalidad de los jóvenes de nuestro país con edades comprendidas entre los dieciséis y los veinticuatro años ha accedido a Internet en los últimos tres meses (98,4%), frente al 34,7% de las personas entre los sesenta y cinco y los setenta y cuatro años de edad.

Respecto a los internautas considerados como «usuarios intensivos» (aquellos que se conectan a Internet a diario): el 63% han finalizado la educación primaria,

frente al 95,4% con título de licenciatura o master, llegando incluso al 97,5% cuando se posee la titulación de doctorado (INE 2016, Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares).

A la luz de estos datos, se comprenden las razones del aumento de los estudios que focalizan el interés por conocer y analizar los hábitos, comportamientos de los jóvenes en relación con los usos de las TIC. Según Bernete (2010: 98), «Para los jóvenes actuales, usar Internet o el sms es algo tan natural como para sus padres ver televisión o para sus abuelos escuchar la radio». Este autor apunta a los procesos de «naturalización» de las innovaciones tecnológicas por cada generación y grupo social, para un mejor aprovechamiento de las mismas. Otros investigadores (Yarto, 2010) apuntan a procesos de «domesticación» de estas tecnologías y analizan los usos que hacen de cada nueva herramienta comunicativa (smartphones y tablets) el colectivo infantil o el de jóvenes (Haddon, 2016).

Por su parte, Centeno y Cubo (2013: 533) evaluaron en un estudio entre el alumnado universitario la Competencia Digital y afirman que «el uso de las TIC se ha generalizado de tal modo que el 100% de los estudiantes disponen de recursos vinculados con ellas».

En el trabajo que ahora presentamos, ofrecemos algunos de los resultados del estudio realizado entre los estudiantes de grado de la Universidad Complutense de Madrid¹. De forma específica describimos la manera en que los universitarios abordan el tratamiento de temas existenciales: concretamente, anímicos, afectivos, económicos, sanitarios, educativos, laborales y familiares. Y examinamos cuándo se recurre y cuándo no se recurre a las TIC, como medio de abordar dichos temas y quiénes son los interlocutores en cada uno de éstos.

II. ESTADO DE LA CUESTIÓN

1. RELACIONES INTERPERSONALES DE LOS JÓVENES MEDIADAS POR LAS TECNOLOGÍAS

El debate público y científico sobre Internet como causante del aislamiento de los usuarios, ha ido cediendo lugar a razonamientos menos dicotómicos. Desde principios del siglo actual, está cobrando fuerza la argumentación que defiende que en términos generales, la interacción social en la red es solo un añadido *on-line* a las relaciones sociales previamente existentes. Como afirma Castells (2001), las relaciones sociales de los usuarios de Internet suelen ser más amplias que las de los no usuarios e incluso, Internet potencia la sociabilidad tanto en las relaciones a distancia como en los círculos locales de los usuarios.

¹ Los datos proceden de la investigación «Análisis de contenido del discurso científico referido a las repercusiones de las TIC en los escenarios juveniles.» Financiada por la Universidad Complutense de Madrid dentro de la convocatoria 2014/GR3/14. La información obtenida se ha utilizado para preparar y diseñar la investigación I+D+i «Los Usos del tiempo relacionados con la virtualización. Transformaciones Generacionales», con referencia CSO2015-63983-P (MINECO/FEDER) y duración del 1 de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2019.

Diversos trabajos como el de Cornejo y Tapia (2011) analizan el comportamiento de las relaciones interpersonales en relación con la comunicación y la innovación tecnológica. Según un estudio llevado a cabo por Catalina, García-Jiménez, y Montes (2015), los jóvenes universitarios utilizan las redes sociales principalmente para estar en contacto con otras personas. En segundo lugar, para la búsqueda de información y de opinión. Además, independientemente de que se mantengan más tiempo conectados para contrastar información, destaca la preferencia por compartirla cara a cara, de forma presencial, incluso tratándose de «nativos digitales» (Catalina, García-Jiménez, y Montes, 2015: 617). Su alfabetización informacional y digital comprende, entre otras, una dimensión socio-comunicacional que les capacita para comunicarse y expresarse utilizando diferentes formas y tecnologías (Aria, 2009).

Cheung, Chiu y Lee (2011) condujeron otro estudio con el que mostraron que el elemento principal por el que los jóvenes participan en las redes sociales como Facebook, es la presencia social. Al ser esta red la más utilizada por los usuarios de Internet, la comunicación con sus amigos y conocidos es de carácter instantáneo y facilita las relaciones sociales. Ya en 2011, los datos del estudio del CIS sobre «Actitudes hacia las tecnologías de la información y la comunicación», mostraban que un 40 % de los encuestados consideraba que gracias a las TIC se relacionaban más con su familia y con sus amigos (frente al 54,6%). Además, las tres cuartas partes, aproximadamente, afirmaban que era más fácil hacer nuevas amistades.

Cuando se trata de estar más cerca de los familiares con los que no se convive, el 43% de la población afirma que las TIC les sirve «bastante» y el 23% «mucho» para tal fin. Y los datos aumentan a más del 81% cuando los encuestados afirman haber enviado un mensaje por el móvil en los últimos seis meses (CIS, 2016: 10-11). Estas cifras indican una tendencia al alza en el aumento del uso de las TIC por parte de toda la población para mantener e iniciar relaciones personales.

Los resultados del estudio llevado a cabo por Colás, González-Ramírez y Pablos-Pons (2013: 22), coinciden con otras investigaciones internacionales: el uso extensivo que realizan los jóvenes de las tecnologías 2.0 está fundamentalmente destinado «a relacionarse con sus iguales y a canalizar la expresión de sus opiniones». Winocour (2006) apunta que este grupo de individuos vive el mundo virtual y el real de forma complementaria, por lo que se entiende que el consumo de Internet y el uso del móvil se realiza como un modo de socialización. Esta nueva forma de relacionarse no desplaza las anteriores, sino que posibilita nuevas formas de interrelación y reunión. Por su parte, García y Rosado (2012: 36) no identifican características distintas en las relaciones virtuales entre los nativos y lo inmigrantes digitales, «siendo los amigos con los que más se relacionan, seguidos de los compañeros y los familiares».

Se pueden identificar dos tendencias en el ámbito académico de las relaciones sociales juveniles: por un lado, las que defienden las relaciones sociales virtuales porque favorecen la amplitud de la red social de los jóvenes y evitan su aislamiento. Y, por otro lado, la tendencia de estudios que analizan las relaciones «cara a cara». Aunque se reconocen las limitaciones de estas segundas, se entiende que ofrecen oportunidades «para favorecer el desarrollo de comportamientos pro-

sociales, la mejora de la autoestima y el fortalecimiento de la confianza mutua para afianzar la red social juvenil» (Fernández-García, de Fátima Poza-Vilches y Fiorucci, 2015: 136).

Dejando aparte las interacciones «cara a cara», las nuevas modalidades de relación tienen como principal herramienta las apps de mensajería instantánea que ofrecen los smartphones. Según el informe «Radiografía Tuenti Móvil e IPSOS sobre hábitos de uso del móvil e Internet entre los jóvenes en España» en 2014, «el 90% de los jóvenes chatea diariamente». Además, «el móvil es la herramienta preferida para dar excusas y cancelar planes después de la hora, para ligar y para felicitar la Navidad» (Fernández y Fernández, 2015: 1). Estos datos indican que los jóvenes encuestados consideran este dispositivo como una herramienta clave para organizar sus relaciones sociales.

El estudio entre jóvenes universitarios madrileños de García-Galera, Seco y Del Hoyo (2013: 101) señala que la participación de los jóvenes en las redes *online* «les permite prolongar sus relaciones en la vida real», y establecer un contacto permanente con los amigos que ven a diario. Estos resultados confirman los planteamientos de Ellison, Steinfield y Lampe (2007) sobre la consolidación de las relaciones *offline* establecidas previamente, gracias al uso de las redes digitales. Además, en términos cuantitativos es menos significativo la utilización de estas herramientas por los jóvenes para conocer a nuevas personas o comenzar relaciones de amistad o de pareja (García-Galera y Del Hoyo, 2013; Khane *et al.*, 2011).

Parece indiscutible que el desarrollo de las TIC ha ido ligado a nuevos modelos de interacción y participación social virtuales potenciados por la mayor facilidad de manejo y la gratuidad de las aplicaciones telemáticas (Prendes, Sánchez y Serrano, 2011; Domínguez y Llorente, 2009). Diversos estudios como el de Aranda *et al.* (2010), afirman que, lejos de aislar a los individuos, las redes digitales contribuyen al aumento de las relaciones sociales. Los resultados de una investigación realizada por Prendes, Sánchez y Serrano (2011: 11), indican que «los amigos presenciales generalmente son los mismos que se indican como amigos en entornos tecnológicos». Así, autores como Villalón (2017: 172), afirman que los nuevos vínculos virtuales no son «más laxos o ideológicamente débiles», sino que las dimensiones del espacio en el que se desarrolla la acción social han cambiado.

III. METODOLOGÍA

Los resultados que presentamos a continuación provienen de la investigación «Análisis de contenido del discurso científico referido a las repercusiones de las TIC en los escenarios juveniles». En dicho trabajo, además del Análisis de Contenido realizado, se aplicó una encuesta a los alumnos de grado de la Universidad Complutense de Madrid. Los resultados del análisis de contenido, que se están difundiendo en otras publicaciones, sirvieron para orientar los temas de la encuesta. La encuesta se levantó en el año 2015 a una muestra representativa de 810 estudiantes de grado de la Universidad Complutense de Madrid, mediante un muestreo bietápico, proporcional a las ramas de estudio de dicha universidad y aleatorio en cada rama. La información recogida se refiere, entre

otros tópicos, a la virtualización de las actividades presenciales; a las fuentes de información y conocimiento utilizadas por los estudiantes; a la autopercepción del uso que hacen de internet y a los interlocutores de sus interacciones comunicativas según distintos ámbitos referenciales². Este último aspecto es el que abordamos a continuación.

IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

1. CON QUIENES TRATAN LOS UNIVERSITARIOS SEGÚN LOS ÁMBITOS DE REFERENCIA

Como se ha mencionado, la encuesta aplicada incluía un indicador para analizar ciertos ámbitos referenciales utilizados por los universitarios en sus interacciones comunicativas. Para ello, se les ofrecía un repertorio de temas de conversación y otro repertorio de interlocutores. Los temas por los que se les preguntaba están vinculados a aspectos de los que depende su inserción social y su bienestar físico y emocional. Concretamente, referidos a cuestiones familiares; a su situación económica, educativa y laboral; a su salud y sus estados de ánimos y a sus emociones derivadas de sus amores y desamores. Los posibles interlocutores incluían componentes de sus círculos sociales: Profesionales (por ejemplo, médicos, profesores, empresarios); miembros de su familia; amigos y otras personas. Con estos repertorios a la vista, se les pedía que indicasen cual fue su interlocutor, la última vez que habían hablado sobre cada tema. Y podían responder si dicha conversación se había llevado a cabo a través de las redes sociales digitales o de forma presencial. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Cualquiera que sea el tema, una gran mayoría de los universitarios, lo trataron o con familiares o con amigos. Y aún más cuando los temas están relacionados con su inserción social y con su bienestar personal. El examen detallado de estas interacciones comunicativas nos indica que la familia en su condición de referente, se convierte en uno de los temas utilizados por la mayoría de los encuestados. Además, tres de cada cuatro universitarios conversan con sus familias temas inherentes a su endogrupo. Dicho de otro modo, los temas familiares se tratan preferentemente en familia. Sólo un 21% de estudiantes comparte esos temas con sus amigos y apenas un 1% dice hacerlo con otras personas o con profesionales. Al parecer, tampoco es un tema tratado de forma online, pues apenas un 2% de los universitarios lo menciona.

La situación económica, la salud y el trabajo, representan también ámbitos de referencia en los que la familia es el interlocutor elegido por la mayoría de los universitarios. Y aunque dos de cada cinco hablan de sus estudios en el entorno familiar, son todavía más numerosos quienes prefieren tratar estos temas con sus amigos. Y cuando se trata de temas anímicos, el porcentaje de quienes lo comentan

² Véanse los estudios realizados, dentro del marco de la investigación mencionada, por Bernete (2018) y Cadilla-Baz (2018).

en familia descendiendo al 25% y disminuye aún más en aquellas cuestiones referidas a los amores y desamores de los universitarios. Sólo uno de cada diez indica hablar con su familia de tales cuestiones. Este dato es lo que cabía esperar, si se toma en cuenta la importancia de las amistades entre los jóvenes.

La gran mayoría de los universitarios habla de amor y desamor con sus iguales. Concretamente cuatro de cada cinco. Y tres de cada cinco eligen a los amigos para conversar sobre los estados de ánimo. Cuando se trata de los temas académicos también los amigos ocupan un buen lugar en la vida de los universitarios. La mitad de ellos elige a sus amigos para hablar de sus estudios.

Cabe destacar que el tratamiento de todos estos temas se realiza mayoritariamente de forma presencial. A juzgar por las repuestas de los universitarios, sólo una proporción muy escasa utiliza los recursos *on line* para tratar con sus redes sociales los temas relacionados con su inserción social y con su bienestar. Por otra parte, también son muy pocos los universitarios que tratan temas de salud y trabajo con profesionales especializados, tal y como puede comprobarse en la siguiente tabla.

Temas	Con quién los trataste						Base (N)
	Online	Presencial				%	
	Con sus círculos en las redes sociales	Consulta profesional	Conversación con su familia	Conversación con sus amigos	Conversación con otras personas		
De sus estudios	5.	1.	42.	49.	3.	100.	787
De su situación económica	1.	0.	67.	29.	3.	100.	755
De su salud	1.	9.	64.	24.	2.	100.	766
De sus amores y desamores	2.	1.	10.	84.	3.	100.	760
De su trabajo	3.	5.	50.	35.	7.	100.	635
De temas familiares	2.	1.	75.	21.	1.	100.	780
De su estado de ánimo	3.	1.	26.	66.	4.	100.	776

Tabla 1. ¿Cómo y con quién trataron los siguientes temas, la última vez que hablaron de ello?

2. LOS RASGOS DE LOS UNIVERSITARIOS QUE FAVORECEN O DESFAVORECEN LA PREFERENCIA POR UNOS U OTROS INTERLOCUTORES

Hemos examinado los datos anteriores tomando en cuenta las diferencias entre los estudiantes atribuibles al sexo, a las edades, a la rama de estudios que cursan; a su lugar de residencia; y a las personas con quienes conviven. Y

también se han controlado tales diferencias según el tiempo que dicen permanecer conectados a internet. Los resultados de esos análisis diferenciales son los siguientes:

Como cabía esperar, algunos de los rasgos utilizados para diferenciar a los encuestados, aumentan o disminuyen el porcentaje de personas que acuden a unos u otros interlocutores, para tratar algunos temas. Pero lo más llamativo es que dichas variaciones porcentuales no alteran, en ningún tema:

— Las preferencias por tratar cada cuestión ya sea con la familia o con los amigos, según los temas y

— La posición que ocupa en cada tema, cada uno de los cinco tipos de interlocutores.

Ofrecemos a continuación la información detallada, destacando en cursivas cada una de las variables las diferencias encontradas:

A) *Cualquiera que sea el sexo*

— La mayoría de los universitarios trata los temas relativos a la salud y a la situación económica con su familia; y comentan con sus amistades, sobre sus amores y desamores.

• La diferencia: *Pero hay relativamente menos varones que mujeres, que así lo hagan.*

B) *Cualesquiera que sean las edades*

— Los temas familiares se comentan con la familia por la mayoría de los estudiantes.

• La diferencia: *Y todavía en mayor número, cuando tienen menos de veinte años.*

— La situación económica es tema que la mayoría trata con su familia, en todas las edades.

• Las diferencias: *Se trata de forma aún más generalizada entre los menores de veinte años. Pero a medida que se van cumpliendo años, va aumentando la proporción que utiliza a sus amigos como interlocutores.*

— Los amigos son los referentes utilizados por el mayor número de universitarios para hablar sobre el trabajo, y otro tanto sucede para tratar sobre los estados de ánimo.

• La diferencia: *Con el paso de los años, aumenta todavía más el número de quienes así lo hacen.*

C) *Cualquiera que sea el lugar de residencia*

— La familia es el referente utilizado por más universitarios para tratar de cuestiones familiares, y el segundo más utilizado para referirse a los estados de ánimo.

• Las diferencias: *Entre quienes residen en hogar propio, con o sin pareja, el recurso a la familia está relativamente menos generalizado para tratar temas familiares, y relativamente más utilizado para referirse a estados de ánimo.*

— También es la familia el referente utilizado por la mayoría de los encuestados para tratar sobre temas de trabajo.

• La diferencia: *Entre quienes viven en residencias universitarias disminuye relativamente esa proporción.*

— Igualmente, es la familia el referente utilizado por la mayoría de los encuestados para tratar sobre su situación económica.

• Las diferencias: *Entre quienes residen en hogar propio, con o sin pareja, otras personas son referentes relativamente más frecuentes.*

— Las amistades son los interlocutores para la mayoría de los encuestados para tratar de amores y desamores.

• La diferencia: *Es todavía más numerosa esta proporción entre quienes viven en pisos compartidos.*

D) *Cualquiera que sea la rama de estudios*

— Es la familia el referente utilizado por la mayoría de los encuestados para tratar sobre temas de trabajo.

• La diferencia: *Es todavía más numerosa esta proporción en estudiantes de ciencias de la salud.*

— Las amistades son los segundos interlocutores más utilizados por los universitarios para tratar de su situación económica cualquiera que sea la rama de estudios.

• La diferencia: *La proporción es relativamente menos numerosa en estudiantes de ciencias de la salud.*

E) *Cualquiera que sea el tiempo total de conexión a internet*

— La familia es el referente de la mayoría para tratar de la situación económica; y la segunda referencia en número de encuestados, para tratar sobre estudios y sobre estados de ánimo.

- Las diferencias: *Estas orientaciones se hacen tanto más generalizadas, cuanto mayor sea el tiempo total de conexión a internet.*

— Los amigos son referentes para la mayoría cuando el tema tiene que ver con los estados de ánimo.

- La diferencia: *Esta orientación se va haciendo relativamente menos generalizada, a medida que aumenta el tiempo de conexión.*

V. CONCLUSIONES

De acuerdo a las respuestas proporcionadas por los universitarios encuestados, se percibe claramente que las relaciones en las redes sociales no están desplazando, y ni siquiera equiparándose, a las relaciones no mediadas con familiares y amigos. Cuando en las interacciones presenciales los estudiantes tratan aspectos de los que depende su inserción social y su bienestar, persiste el funcionamiento complementario de la familia y de las amistades, como referentes de estos temas. Es una práctica comunicativa que ya se había podido comprobar en algunos de los informes de juventud en España realizados por el INJUVE (cfr. Martín y Velarde, 1996 y 2001).

También permanece la prioridad —o si se quiere la especialización— de la familia o de las amistades, en unos determinados temas:

— La familia sigue siendo la opción más generalizada en temas que afectan a las condiciones de vida de los universitarios porque en la gran mayoría de los casos sigue existiendo una situación de dependencia (concretamente en temas referidos a vínculos familiares, situación económica, salud, trabajo).

— Y las amistades permanecen como la opción más utilizada cuando están implicados los estados emocionales y las relaciones amorosas de estas personas jóvenes.

Las pautas de interacción que se han mostrado, están determinadas por el contenido de los temas a propósito de los que se conversa. Esa especialización puede ser más o menos generalizada entre los universitarios, pero se mantiene aunque sean diferentes las características sociodemográficas, o las prácticas de utilización de internet de los encuestados. Al respecto, los datos más relevantes son los siguientes:

Contradiendo un lugar común, se aprecia que el recurso a la familia para tratar los temas mencionados está más generalizado cuanto mayor sea el tiempo de conexión a internet. Esa tendencia es muy acusada cuando la conversación versa sobre la situación económica; sobre los estudios; pero también sobre los estados de ánimo.

Los veinte años marcan un punto de inflexión en el funcionamiento de estas pautas. Antes de esa edad, las cuestiones familiares y económicas se solventan con la familia, por una proporción todavía mayor de encuestados.

Es un indicador de lo generalizada que está la dependencia en estas edades. Esa dependencia sigue siendo la norma durante todas las edades en las que los jóvenes están estudiando en la universidad, como sabemos por los informes de juventud. En ese contexto, y a medida que los universitarios ven cumpliendo años, cuando se trata de cuestiones relativas a la situación económica hay un incremento relativo del número de encuestados que utilizan a sus amistades como interlocutores.

Las pautas de interacción que han aparecido en este estudio son las mismas para varones y mujeres. Pero menos hombres que mujeres manifiestan que conversan con sus familias, sobre cuestiones relativas a su situación económica o a su salud; y con sus amistades, a propósito de sus amores y desamores. Cabe pensar en la influencia de un factor de género, en la medida que la actitud de estos varones tenga que ver con la necesidad de mostrar una imagen de autonomía o tal vez de autosuficiencia en temas tan vinculados a la autoestima.

La rama de estudios que estén cursando no introduce variaciones en estas pautas. Con una excepción: en el alumnado de ciencias de la salud, está todavía más generalizado el recurso a la familia para tratar las cuestiones de trabajo y las relacionadas con la situación económica. Este dato puede deberse a que en esta rama de estudios haya un mayor número de encuestados que son dependientes.

Quienes no conviven con su familia de origen tienen, en quienes les acompañan, los referentes físicamente más próximos. Y como cabía esperar, conversan con ellos sobre los temas a los que estamos dando seguimiento. Pero sus nuevos compañeros o compañeras, son referentes para la mayoría, en la medida en la que cumplan ya sea funciones familiares o ya sean amistosas. Con lo cual, se está reproduciendo la misma pauta que operaba cuando vivan en el hogar de origen. Esa continuidad demuestra en los siguientes resultados:

— Los pisos compartidos son un espacio en el que se generalizan todavía más las intimidades que comparten los universitarios con quienes definen como sus amistades. Concretamente, tratan con ellos sobre sus de amores y desamores.

— Para la mayoría de quienes tienen su propio hogar —solos o con su pareja— la familia (de origen o de nueva creación) sigue siendo la instancia de referencia para tratar cuestiones familiares. Aunque es el grupo en el que aumenta —en poco— el número de quienes acuden a profesionales.

— En la mayoría de los componentes de este grupo también siguen siendo las amistades, referencia para tratar cuestiones referidas a estados de ánimo. Pero se ha producido una traslación a la familia, de una parte de este contingente. Véase en la perduración de esta pauta, una manifestación de una tendencia a mantener las relaciones de interdependencia con las amistades después de haber formado parejas. Este es un comportamiento de las personas jóvenes que está documentado en los informes de juventud desde el año 2000 y que —como el resto de las pautas que aquí se han analizado— se está manteniendo a medida que la virtualización se generaliza y abarca más ámbitos existenciales.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Aranda, D., Sánchez, J., Taberero, C. y Tubella, I. (2010): «Los jóvenes del siglo XXI: prácticas comunicativas y consumo cultural», en *Actas del II Congreso Internacional AE-IC. Comunicación y desarrollo en la era digital* [en línea]. Recuperado de: www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/204.pdf. Fecha de consulta: 21/06/2017.
- Bernete, F. (2010): «Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes», en *Revista de Estudios de Juventud* (88), pp. 97-114.
- (2018): «El uso de Internet para las gestiones administrativas y las relaciones personales entre los estudiantes universitarios», en Díaz-Cuesta, J. (coord.), *Proyecciones de la investigación actual universitaria* (pp. 43-56), Madrid: Tecnos.
- Cadilla-Baz, M. (2018): «Comportamientos de los estudiantes universitarios en Internet: La virtualización de actividades culturales y otras tareas cotidianas», en Rodríguez Terceño, J. (coord.), *Investigando en comunicación e investigando en docencia* (pp. 49-64), Madrid: Tecnos.
- Castells, M. (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Barcelona: Plaza y Jané.
- Catalina, B., García-Jiménez, A. y Montes, M. (2015): «Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales», en *Historia y Comunicación Social*, 20 (2), pp. 601-619. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51402. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/51402>. Fecha de consulta: 27/07/2017.
- Centeno, G. y Cubo, S. (2013): «Evaluación de la competencia digital y las actitudes hacia las TIC del alumnado universitario», en *Revista de Investigación Educativa*, 31 (2), pp. 517-536. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/rie.31.2.169271>. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/44963/42340>. Fecha de consulta: 30/06/2017.
- Cheung, M. K., Chiu, P. Y. y Lee, M. K. O. (2011): «Online Social Networks: Why Do Students Use Face-book?», en *Computers in Human Behavior*, 4 (27), pp. 1337-1343. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.028>. Recuperado de: www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210002244. Fecha de consulta: 18/06/2017.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2011): *Distribuciones marginales. Actitudes hacia las tecnologías de la información y la comunicación, Estudio CIS n.º 2889*. Recuperado de: www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2880_2899/2889/ES2889.pdf. Fecha de consulta: 20/06/2017.
- (2016): *Barómetro de marzo 2016. Avance de resultados. Estudio n.º 3131*. Recuperado de: http://datos.cis.es/pdf/Es3131mar_A.pdf. Fecha de consulta: 20/06/2017.
- Colás, P., González-Ramírez, T. y De Pablos-Pons, J. (2013): «Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes», en *Comunicar*, 40 (20), pp. 15-23. DOI: 10.3916/c40-2013-02-01. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=40&articulo=40-2013-03>. Fecha de consulta 19/06/2017.
- Cornejo, M. y Tapia, M. L. (2011): «Redes sociales y relaciones interpersonales en internet», en *Fundamentos en humanidades*, 12 (24), pp. 219-229. Recuperado de: www.redalyc.org/articulo.oa?id=18426920010. Fecha de consulta: 21/06/2017.
- Domínguez, G. y Llorente, M. C. (2009): «La Educación social la Web 2.0: nuevos espacios de innovación e interacción social en el espacio europeo de educación superior», en *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación* (35), pp. 105-114. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11441/22600>. Fecha de consulta: 15/07/2017.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. y Lampe, C. (2007): «The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites», en *Jour-*

- nal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), julio, pp. 1143-1168. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>. Fecha de consulta: 11/07/17.
- Fernández, C. y Fernández, N. (2015): *Radiografía Tuenti Móvil e IPSOS sobre hábitos de uso del móvil e Internet entre los jóvenes en España en 2014* [en línea]. Recuperado de: <http://corporate.tuenti.com/es/communication/download/133>. Fecha de consulta: 05/07/2017.
- Fernández-García, A., Poza-Vilches, M. F. y Fiorucci, M. (2015): «Análisis metateórico sobre el ocio de la juventud con problemas sociales», en *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria* (25), pp. 119-141. DOI: 10.7179/PSRI_2015.25.06. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/PSRI/article/view/38029/21482>. Fecha de consulta: 25/07/2017
- Fundación Telefónica (2016): *Informe «La Sociedad de la Información en España SiE[16]»*. Recuperado de: www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sie-espana-2016/. Fecha de consulta: 21/06/2017.
- García-Galera, M. C. y Del Hoyo, M. (2013): «Redes sociales, un medio para la movilización juvenil», en *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, (34), pp. 111-125. Recuperado de: www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/redes-sociales-un-medio-para-la-movilizacion-juvenil/517. Fecha de consulta: 22/06/17.
- García-Galera, M. C., Seco, J. A. y Del Hoyo, M. (2013): «La participación de los jóvenes en las redes sociales: Finalidad, oportunidades y gratificaciones», en *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 48, pp. 95-110.
- García-García, F. y Rosado, J. (2012): «Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0», en *Comunicación y Sociedad*, 25 (1), pp. 1-24.
- Haddon, L. (2016): «Análisis de la domesticación y estudio sobre el uso que hace la población infantil de los Smartphones y las Tablets», en *Revista de Estudios de Juventud*, 111, pp. 141-153.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016): *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2016* [en línea]. Recuperado de: www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=3031&capsel=3035. Fecha de consulta: 27/07/2017.
- Kahne, J., Middaugh, E., Lee, N. J. y Feezell, J. (2011): «Youth Online Activity and Exposure to Diverse Perspectives», en *New Media & Society*, 14 (3), pp. 492-512. DOI: 10.1177/1461444811420271. Recuperado de: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444811420271>. Fecha de consulta: 21/08/2017.
- Martín, M. y Velarde, O. (1996): *Informe Juventud en España 96*, Madrid: Instituto de la Juventud.
- (2001): *Informe Juventud en España 2000*, Madrid: Instituto de la Juventud.
- Prendes, M. P., Sánchez, M. M. y Serrano, J. L. (2011): «Modelos de interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales», en *EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 35, marzo, pp. 1-14. DOI: <http://dx.doi.org/10.21556/edutec.2011.35.414>. Recuperado de: <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec/article/view/414>. Fecha de consulta: 12/07/2017.
- Rodríguez, E. y Megías, I. (2014): «La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación. Percepciones desde los propios jóvenes», en Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (coord.), *Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse* [en línea, Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)], pp. 10-19. Recuperado de: <http://adolescenciayjuventud.org>. Fecha de consulta: 27/06/2017.
- Sanmartín, A. (2013): *Indicadores básicos de juventud. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).

- Taberero, C., Aranda, D. y Sánchez-Navarro, J. (2010): «Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje», en *Revista de Estudios de Juventud*, 88, pp. 77-96.
- Villalón, J. J. (2016): «La gestión de las identidades sociales por la juventud de la era de las TIC: El fortalecimiento de los vínculos incorpóreos», en *Revista de estudios de juventud*, 111, pp. 155-173.
- Winocur, R. (2006): «Internet en la vida cotidiana de los jóvenes», en *Revista mexicana de sociología*, 68 (3), pp. 551-580.
- Yarto, C. (2010): «Limitaciones y alcances del enfoque de domesticación de la tecnología en el estudio del teléfono celular», en *Comunicación y sociedad* (13), pp. 173-200.