

VIDA COTIDIANA Y EXPERIENCIAS DE LOS JÓVENES EN LA RED

María Dolores Cáceres Zapatero

Profesora Titular

Universidad Complutense de Madrid

caceres@ccinf.ucm.es

Resumen

Esta comunicación presenta algunos datos a propósito de las prácticas y experiencias declaradas por los jóvenes, en la red. Los datos han sido elaborados a partir de una encuesta a 360 estudiantes de las Universidades madrileñas, realizada en octubre-noviembre de 2008. Se presentan los distintos perfiles que identifican a grupos diferentes de jóvenes, cuando se relacionan con otros a través en Internet, buscan amistad, información útil, participan en comunidades virtuales o realizan prácticas colaborativas. La red se presenta para estos nativos digitales como un medio importante no solo de acceso a la información, sino también de relación interpersonal y de vínculo con otros.

Palabras Clave

Jóvenes, Internet, relaciones sociales, relaciones interpersonales

Abstract

This paper presents some information about practices and experiences professed by young people in the net. Data was collected from a research made to 360 students from universities of Madrid during the period between October and November of 2008. The distinct profiles that identify different groups of youngsters are presented, when they have relations with others through the net, look for friendship or useful information, take part in virtual communities or make team works. The net is presented for these digital natives as an important mean not only to access information, but also to be related and linked to others.

Keywords: Young people, internet, social relations, interpersonal relations.

Introducción

La red se ha convertido en los últimos años no solo en un medio potentísimo de acceso e intercambio de información, sino también de comunicación y de relación interpersonal. Sobre todo entre los jóvenes, ahora como nunca antes había ocurrido, una parte importante de sus relaciones personales, amistosas, afectivas o de compañerismo, se establecen y se mantienen a partir de interacciones virtuales, dando paso posteriormente en algunos casos, incluso a relaciones presenciales. Hoy, las redes de contactos sociales y personales y las formas de participación y colaboración en Internet, han sustituido al contacto directo de los actores, de manera tal que los vínculos sociales se establecen al margen de las relaciones de proximidad, vecindad o contacto directo que siempre han caracterizado el ámbito interpersonal, creándose nuevas formas de cercanía y de intimidad recíproca con un otro desconocido e incierto, y estableciéndose nuevos modos de encuentro y relación. Todo ello habla de una nueva sociabilidad que en otro lugar hemos rebautizado como *sociabilidad virtual* (Cáceres, Ruiz y Brändle, 2009: 216) que hace posible tener amistad con personas distantes y residentes en cualquier lugar del mundo o, por ejemplo, depositar la confianza en sujetos anónimos a quienes se otorga la suficiente credibilidad, y buena voluntad, como para poner a disposición de todos su experiencia y conocimiento para asesorar y

orientar en una consulta (por ejemplo los foros en los que se busca, y se encuentra, respuesta a dudas de carácter práctico sobre cómo resolver cuestiones varias), o nuevas formas de financiación para proyectos personales a partir de la colaboración de otros desconocidos y anónimos (crowdsourcing).

Esta comunicación trata de explorar el ámbito de la sociabilidad de los jóvenes e intenta responder a cómo las TIC's afectan a dicho ámbito. Puede afirmarse que se crean nuevas formas de relacionarse y comportarse? Se transforman las ya existentes o simplemente se reproducen?

Objetivos

Esta comunicación forma parte de un proyecto más amplio que se enmarca dentro de los trabajos del Grupo de Investigación Complutense Socmedia¹, del que la autora forma parte. El trabajo trata del estudio de las conductas y competencias sociocomunicativas de los nativos digitales en la red. Los objetivos de esta comunicación son, en primer lugar, explorar las formas o patrones de sociabilidad que presentan los jóvenes que han respondido a un cuestionario realizado entre estudiantes universitarios de la Comunidad de Madrid. En segundo lugar, se ha tratado de ver qué perfiles presentan las formas de implicación y realización de tareas colaborativas; y en tercer lugar, qué patrones se detectan en la percepción y vivencia en la vida presencial, de las relaciones que se han originado en Internet.

Metodología

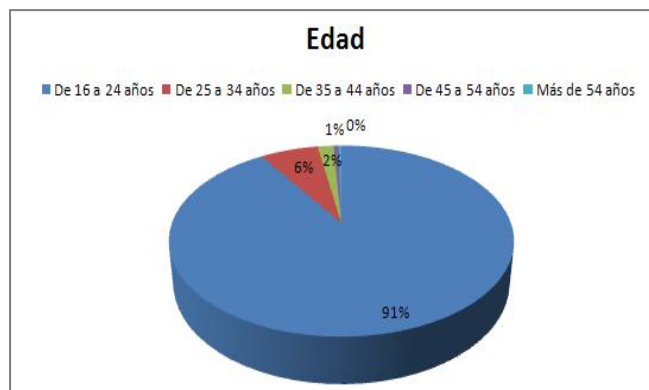
Los resultados que se presentan a continuación se han obtenido a partir de una encuesta realizada a jóvenes universitarios usuarios de Internet, durante la última semana del mes de octubre y primera de noviembre de 2008. De todos es sabida la dificultad a la hora de establecer el tamaño de la muestra con relación al universo de usua-

¹ Véase www.gruposocmedia.es

rios de la red, dada la inexistencia de un marco muestral de referencia sobre el que se pueda efectuar la selección que permitiría un muestreo aleatorio y la generalización de resultados; en consecuencia, se trata de un estudio de carácter exploratorio. Los datos que aquí se presentan, se han extraído de 360 encuestados (chicos y chicas de entre 18 y 24 años mayoritariamente²) que han respondido *on line* a un cuestionario de autocumplimiento, construido a partir de variables categoriales (nominales y ordinales). La explotación de los datos se ha realizado con el paquete estadístico SPSS versión 15.0.1.³

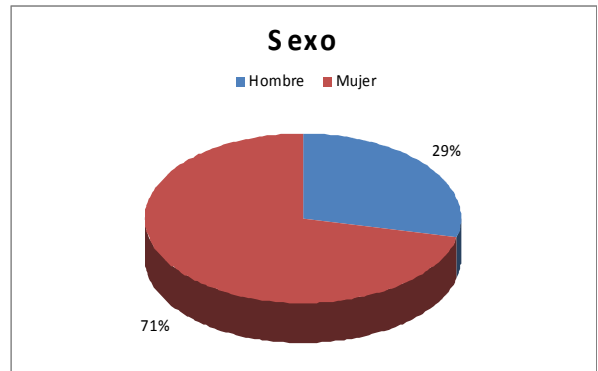
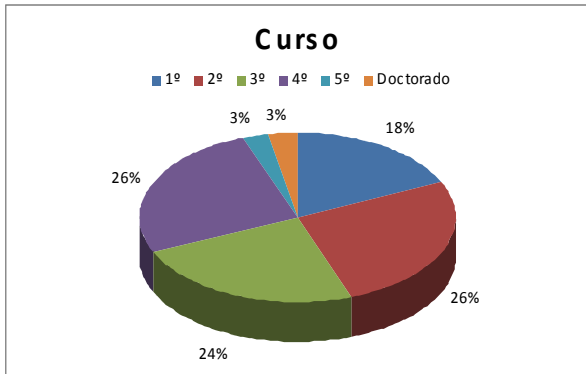
1. Descripción de la muestra

La muestra estaba compuesta mayoritariamente por mujeres (71.3% y 28.7% de varones), situados en más de 9 de cada 10 casos (90,8%) en una franja de edad comprendida entre los 16 y los 24 años. Los estudiantes se reparten de manera casi uniforme entre los cuatro primeros cursos de las carreras universitarias (94,3%), siendo los de quinto y doctorado prácticamente irrelevantes (5,7%).



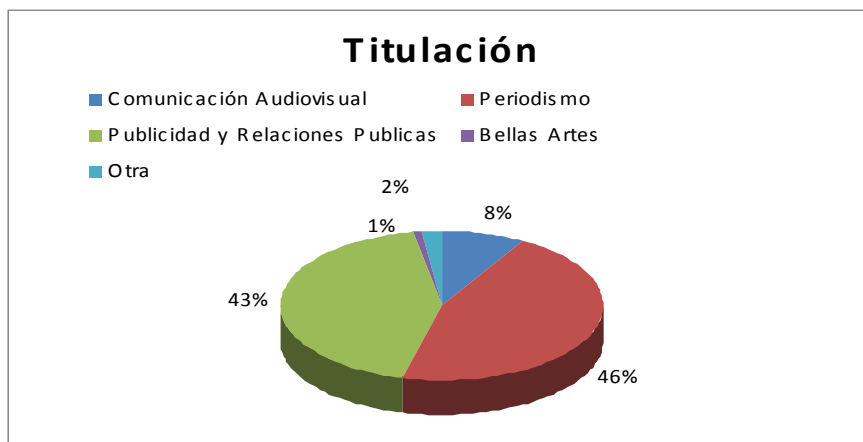
² Casi la totalidad de la muestra está comprendida en esta franja de edad, con escasas excepciones pertenecientes a estudiantes de Doctorado.

³ El procesamiento estadístico ha sido realizado por Pablo Pardo, a quién se agradece su inestimable colaboración.



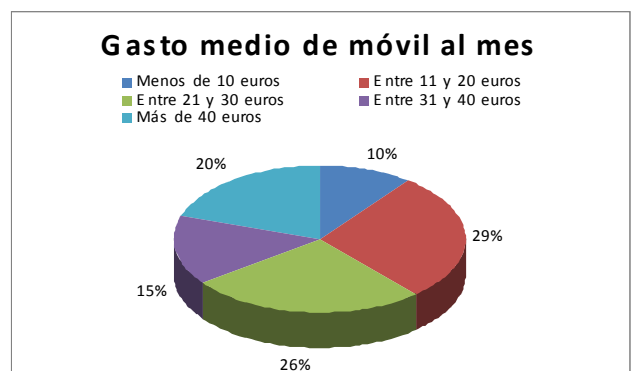
Los estudiantes pertenecían a las titulaciones de:

Periodismo	45,7%
Publicidad y Relaciones Públicas	43,3%
Comunicación Audiovisual	8,3%
Bellas Artes	0,6%
Otras	2,1%



Los jóvenes encuestados declararon en casi ocho de cada diez casos (76,1%) tener ordenador propio y un gasto medio mensual de teléfono móvil de:

Menos de 10€	10.3%
Entre 11 y 20€	28.4%
Entre 21 y 30€	26.0%
Entre 31 y 40€	15.4%
Más de 40€	19.9%



2. Análisis de los datos

A fin de averiguar si existen diferentes patrones de comportamiento entre los jóvenes estudiados e identificarlos, se ha realizado, en primer lugar, un análisis factorial a partir de bloques compuestos por preguntas relacionadas con los objetivos del estudio. Dicho análisis se ha realizado utilizando el método de extracción de componentes principales, con normalización Varimax con Kaiser para la extracción.

En segundo lugar se realizó un análisis de la varianza con el objetivo de verificar si las diferencias existentes entre los chicos y chicas participantes en el estudio eran significativas; para ello, tras la realización del análisis factorial, se guardaron los factores extraídos mediante el método de regresión para realizar con ellos un análisis ANOVA de un factor (sexo) para un nivel de significación del 5%.

El análisis factorial se ha realizado utilizando el método de extracción de componentes principales (con rotación: Normalización Varimax con Kaiser). En segundo lugar, se ha

realizado el análisis de la varianza: una vez realizado el análisis factorial, se trataba de verificar si existen diferencias significativas entre los chicos y las chicas que han participado en el estudio. Para ello, se ha procedido de la siguiente forma: en primer lugar se han guardado los factores extraídos mediante el método de regresión, para luego realizar con ellos un análisis ANOVA de un factor: sexo (con un nivel de significación del 5%).

Las experiencias de los jóvenes en la red

1. Las formas de sociabilidad en la red

Se ha intentado ver a partir de una batería de doce preguntas⁴ relativas a las formas de sociabilidad que la red permite y favorece, cuál era el grado de acuerdo, medido a partir de una escala Likert, con dichas propuestas. Se extrajeron 4 perfiles distintos que explican el 66,6% de la varianza⁵, y permiten caracterizar a los jóvenes estudiados de la siguiente forma (ver Cuadro 1):

Perfil 1 instrumental

Responden a este perfil el grupo de jóvenes para el que la red es una plataforma que les sirve para organizar y vivir actividades de ocio en la vida presencial. Dicho en otros términos, utilizan de manera instrumental las posibilidades de la red para orientar y articular sus necesidades y expectativas de ocio.

Perfil 2 alternativa aspiracional

Responde a este perfil el grupo de jóvenes para el que la red les permite *otras formas* de relación: conocer gente distinta, relacionarse sin revelar su identidad; en su-

⁴ Tanto estas preguntas concretas, como el cuestionario completo, se pueden consultar en www.gruposocmedia.es.

⁵ En este caso se ha extraído un cuarto factor (con autovalor mayor que 1) en lugar de los tres propuestos por el programa, puesto que el incluir este último factor aumentaba sensiblemente el porcentaje de varianza explicada.

ma la red se presenta como una alternativa más de relación a la que en la vida presencial posiblemente no tendrían acceso.

Perfil 3 rechazo de la sociabilidad en la red

Responde a este perfil el grupo de jóvenes que percibe las posibilidades de relación social de la red desde su negación; es decir la red no facilita la relación sino que la impide. Piensan que la web les encierra en si mismos y les aleja de las relaciones presenciales. También que falsea las relaciones humanas al excluir el contacto cara a cara.

Perfil 4 funcional

Responde a este perfil el grupo de jóvenes que entiende las posibilidades de relación social en la red como algo que les resulta funcional: les facilita el mantenimiento del contacto y de las relaciones de amistad.

Una vez realizado el análisis factorial, se trataba de verificar si existían diferencias significativas entre los chicos y las chicas que han participado en el estudio. Tras el análisis, se observó que las diferencias existentes entre ambos sexos únicamente eran significativas en el caso del factor, 4 que hemos denominado “funcional” (grado de significación=0,047)⁶. En consecuencia, este patrón de sociabilidad presenta un perfil más masculino que femenino; o dicho en otros términos, son los chicos los que se muestran más proclives a utilizar y valorar las posibilidades de la red para el mantenimiento de la amistad.

6

ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
REGR factor score 1 for analysis 1	Inter-grupos	3,716	1	3,716	3,665	,056
	Intra-grupos	318,337	314	1,014		
	Total	322,053	315			
REGR factor score 2 for analysis 1	Inter-grupos	,095	1	,095	,092	,762
	Intra-grupos	324,370	314	1,033		
	Total	324,465	315			
REGR factor score 3 for analysis 1	Inter-grupos	2,727	1	2,727	2,720	,100
	Intra-grupos	314,818	314	1,003		
	Total	317,545	315			
REGR factor score 4 for analysis 1	Inter-grupos	4,108	1	4,108	3,995	,047
	Intra-grupos	322,867	314	1,028		
	Total	326,975	315			

Matriz de componentes rotados

Ítems	Componentes			
	1	2	3	4
Sumarme a actividades de ocio propuestas en la red	0,844	0,198		0,109
Encontrar gente que se sume a las actividades de ocio que yo propongo	0,830	0,151		0,153
Encontrar actividades muy diferentes para llevarlas a cabo	0,779	0,222		
Internet favorece las relaciones personales presenciales	0,411		-0,374	0,281
La red me permite conocer gente distinta para quedar luego	0,250	0,773	-0,111	0,331
La Red me permite conocer gente sin tener que revelar mi identidad real	0,241	0,710	0,177	
La Red me permite conocer y hacer buenos amigos	0,259	0,541	-0,289	0,429
Internet es una solución para las personas que tienen problemas de relación		0,528	0,499	
Internet te encierra en ti mismo y te aleja de las relaciones presenciales			0,831	
Internet falsea las relaciones interpersonales	0,117		0,794	
Internet es el mejor medio para relacionarte con tus amigos				0,907
Internet es el mejor medio para conocer gente nueva	0,273	0,407		0,687
Autovalores	3,979	1,955	1,187	0,873
% varianza total explicada	33,155	16,293	9,888	7,271
% varianza total explicada acumulada	33,155	49,447	59,335	66,606

Cuadro 1

2. La participación en tareas colaborativas

Se ha estudiado una dimensión concreta que se relaciona con las formas de la sociabilidad generada a partir de las prácticas en la red de los jóvenes, como es la participación e implicación en tareas colaborativas, es decir, que involucran la relación con otros. Este análisis se ha llevado a cabo a partir de una batería de veinte preguntas del cuestionario⁷, a las que había que responder posicionándose en uno de los cinco puntos de la escala Likert que se ha utilizado para medir el mayor o menor acuerdo con las alternativas presentadas. El análisis factorial efectuado permite explicar el 65,252% de la varianza y ha arrojado cinco factores que remiten a otros tantos patrones de comportamiento de los jóvenes (ver Cuadro 2):

⁷ Véase www.socmedia.es

Factor1: *líder*

A este patrón de comportamiento responden aquellos jóvenes que ejercen como líderes en los grupos en los que participan, declaran que les gusta organizar los grupos, incluso estar cerca del líder (cerca del poder) y ellos mismos son considerados como líderes.

Factor 2: *práctico*

Responden a este patrón de comportamiento los jóvenes que declaran que Internet les resulta útil y funcional porque les permite aprender cosas útiles que les sirven para resolver cuestiones de la vida real y además incentiva su creatividad. Dicho en otros términos, la colaboración con otros les reporta utilidades concretas.

Factor 3: *sociable y participativo*

Responden a este patrón de comportamiento los jóvenes que se declaran muy activos en Internet, colaborativos y participativos, con una actitud positiva respecto a los demás: ayudan a resolver dudas, participan en foros, enseñan como realizar cosas, etc. También se muestran confiados respecto al resto de los miembros del grupo.

Factor 4: *liderazgo como fuente de aprendizaje*

Responden a este patrón de comportamiento los jóvenes que vinculan el aprendizaje que llevan a cabo en la red con las opiniones cualificadas que allí se vierten, tanto las ajenas, como las propias. Declaran que siguen a los líderes de opinión de la red por lo que de ellos pueden aprender y ellos, a su vez, también son así considerados por sus conocimientos y participación. Tanto las opiniones propias como las ajenas son consideradas una fuente de aprendizaje.

Factor 5: *amistad virtual*

Responden a este patrón de comportamiento los jóvenes que ven las comunidades virtuales y los grupos de Internet como una plataforma y sostén de sus relaciones amistosas. Declaran que conocen a todos, o casi todos los miembros de los grupos en los que participan en la red.

Matriz de componentes rotados

Ítems	Componentes				
	1	2	3	4	5
Yo soy quien controla las participaciones de los miembros	0,848			0,196	
Me gusta organizar los grupos en que participo	0,783	0,217	0,130	0,118	0,196
De los grupos de los que soy miembros soy un líder	0,777			0,347	0,140
Soy amigo del líder de algún grupo en el que participo en Internet.	0,671		0,460		0,235
Lo que aprendo en Internet me sirve para resolver problemas en la vida real		0,842		0,155	0,107
Lo que aprendo en Internet me resulta útil		0,832	0,149		
Las posibilidades que ofrece la Red incentivan mi creatividad	0,111	0,741	0,180	0,196	
Enseño a que hagan las cosas aprendidas en Internet	0,252	0,700	0,183	0,250	
Soy muy activo y participativo ayudando a otros	0,259	0,184	0,696	0,223	-0,107
Confío en los miembros del grupo sin conocerlos personalmente	0,277	0,142	0,647		0,395
En la red es más fácil encontrar la gente que busco que en la vida real			0,579	0,226	0,120
Soy activo en las redes de conocimiento e intercambio de información	0,196	0,196	0,561	0,552	
Cuando tengo problemas en los grupos de la red, sé a quién recurrir	0,474	0,167	0,496		0,385
Obtengo conocimiento a través de mis relaciones interpersonales en la Red	0,114	0,359	0,486	0,422	
Sigo a los líderes de opinión para aprender en la Red	0,158	0,107	0,205	0,740	
Me considera un líder por mis conocimientos y participación	0,425		0,180	0,736	
Cosas que aprendo en la red no tengo valor para llevarlas a la práctica		0,278		0,568	0,271
De los grupos de los que soy miembro, soy amigo de la mayoría	0,288				0,777
De los grupos de los que soy miembro, soy amigo de todos	0,330			0,216	0,755
No conozco a la mayoría de los miembros de los grupos de Internet	-0,142		0,383		0,467
Autovalores	6,75	2,31	1,60	1,34	1,05
% varianza total explicada	33,73	11,53	8,02	6,72	5,25
% varianza total explicada acumulada	33,73	45,26	53,28	60,00	65,25

Cuadro 2

Respecto a estos 5 patrones de comportamiento se han buscado diferencias significativas en función del sexo de los encuestados, habiéndose encontrado sólo en uno de ellos. Únicamente el patrón de comportamiento 3 “sociable y participativo” (grado de significación=0,049)⁸ presenta un perfil eminentemente masculino.

8

3. El paso de las relaciones virtuales a relaciones presenciales

Se ha intentado ver a partir de una batería de ocho preguntas⁹ relativas a la experiencia de los jóvenes cuando pasan de las relaciones virtuales a relaciones presenciales y de la valoración que hacen de este tránsito, los distintos patrones de comportamiento que los jóvenes presentan. Dichos patrones se han extraído del grado de acuerdo manifestado, medido a partir de una escala Likert de cinco puntos, con las propuestas presentadas. El análisis factorial ha arrojado 3 perfiles distintos que explican el 76,2% de la varianza, y permiten caracterizar a los jóvenes estudiados de la siguiente forma (ver Cuadro 3):

Factor 1: *satisfecho*

Se ajustan a este patrón de comportamiento aquellos jóvenes que declaran que sus experiencias han sido positivas al pasar de las relaciones en la red a la vida presencial, que las actividades de ocio propuestas en Internet han resultado satisfactorias cuando las han llevado a cabo presencialmente y que suelen repetirse.

Factor 2: *ampliar relaciones*

Responden a este patrón de comportamiento los jóvenes que declaran que Internet les ha servido para ampliar sus relaciones personales y conocer gente, con la que luego han tenido encuentros presenciales. Es decir se trata de aquellos encuestados que aprovechan el potencial de la red para ampliar su círculo de amistades y relaciones.

ANOVA						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
REGR factor score 1 for analysis 1	Inter-grupos	1,438	1	1,438	1,438	,232
	Intra-grupos	264,982	265	1,000		
	Total	266,420	266			
REGR factor score 2 for analysis 1	Inter-grupos	,009	1	,009	,009	,924
	Intra-grupos	265,528	265	1,002		
	Total	265,537	266			
REGR factor score 3 for analysis 1	Inter-grupos	3,864	1	3,864	3,896	,049
	Intra-grupos	262,798	265	,992		
	Total	266,662	266			
REGR factor score 4 for analysis 1	Inter-grupos	3,140	1	3,140	3,139	,078
	Intra-grupos	265,087	265	1,000		
	Total	268,227	266			
REGR factor score 5 for analysis 1	Inter-grupos	,599	1	,599	,593	,442
	Intra-grupos	267,364	265	1,009		
	Total	267,963	266			

⁹ Véase www.gruposocmedia.es

Factor 3: *desconfiado y miedoso*

Responden a este patrón de comportamiento aquellos jóvenes que declaran que sienten recelo a llevar a la vida presencial las relaciones virtuales, que les parece arriesgado encontrarse presencialmente cuando se han conocido en la red y sienten miedo ante aquellos que conocen solo virtualmente. Es decir, se trata de un grupo de jóvenes recelosos ante las relaciones que no se inician cara a cara y desconfían, e incluso consideran un peligro, citarse con alguien cuyo primer contacto ha sido virtual.

Matriz de componentes rotados

Ítems	Componentes		
	1	2	3
Las acciones que han pasado de la red a la vida real han sido satisfactorias	0,893		
Cuando he quedado con gente en Internet, mi experiencia ha sido positiva	0,890	0,247	
Cuando nos hemos citado en Internet, solemos volver a quedar	0,848	0,197	-0,138
Nunca he conocido a nadie por Internet		-0,805	0,113
Conozco a gente en Internet que no conocía en la vida real	0,212	0,783	
He quedado con gente que he conocido en Internet	0,275	0,763	
Siento miedo con alguien que solo conozco por Internet			0,914
Es arriesgado citarse con alguien de Internet	-0,126	-0,105	0,900
Autovalores	3,256	1,539	1,302
% varianza total explicada	40,704	19,242	16,280
% varianza total explicada acumulada	40,704	59,946	76,225

Cuadro 3

Una vez realizado el análisis factorial, se trataba de verificar si existían diferencias significativas entre los chicos y las chicas que han participado en el estudio. Tras el análisis, se observó que las diferencias únicamente eran significativas entre ambos sexos para el caso del factor 3 “desconfiado y miedoso” (grado de significa-

ción=0,00)¹⁰. Como cabría esperar, son las chicas las que se muestran mucho más recelosas y vulnerables ante los desconocidos y lo viven en términos de peligro.

Conclusiones

En conjunto de los análisis efectuados se pueden extraer algunas conclusiones interesantes. En primer lugar, cabe mencionar el papel importante que los jóvenes otorgan a las relaciones amistosas: a su establecimiento, mantenimiento y posibilidades de ampliación. Puede decirse que las formas que adopta la sociabilidad virtual pasan necesariamente por su contribución a las relaciones de amistad, ya sea desde una perspectiva funcional (*la red ayuda al mantenimiento y facilita el contacto con los amigos*), ya sea desde el punto de vista de que ofrece una alternativa diferente a las amistades fraguadas en las interacciones cara a cara y abren la posibilidad de conocer gente distinta o relacionarse de *otra forma* (por ejemplo, sin revelar su identidad). En este sentido conecta con un nivel aspiracional que quizá sería difícil de satisfacer en la vida presencial. También aparece la postura contraria: la de aquellos jóvenes que entienden que la red desvirtúa la verdadera amistad y fomenta la reclusión en uno mismo y el alejamiento de los otros. La amistad también se hace presente en los jóvenes estudiados, cuando se trata de implicarse en tareas colaborativas con otros; aquí aparece la realización de tareas conjuntas como soporte de los vínculos de amistad.

En segundo lugar, cabe mencionar el hecho de que aparece de manera reiterada en las respuestas de los jóvenes, una alusión a los aspectos funcionales y de utilidad práctica que tiene la red como nuevo medio de comunicación. Esto es, algunas de

10

ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
REGR factor score 1 for analysis 1	Inter-grupos	,029	1	,029	,029	,865
	Intra-grupos	292,775	290	1,010		
	Total	292,804	291			
REGR factor score 2 for analysis 1	Inter-grupos	,001	1	,001	,001	,973
	Intra-grupos	292,970	290	1,010		
	Total	292,971	291			
REGR factor score 3 for analysis 1	Inter-grupos	19,920	1	19,920	21,203	,000
	Intra-grupos	272,443	290	,939		
	Total	292,362	291			

las virtualidades de la red se concretan en que facilita la organización de actividades de ocio (que luego se pueden llevar a cabo en la vida presencial), el contacto con otros, la implicación en grupos, los intercambios y el aprendizaje de cosas útiles para la vida real. En este sentido Internet se presenta como una optimización de las posibilidades de otros medios, como el teléfono, por ejemplo, que siempre ha servido a esa función de contacto, además de integrar otra información que tradicionalmente se adquiriría por otras vías: aprendizajes diversos a partir de formas regladas y no regladas, consejos y recomendaciones de padres, adultos, familiares y pares a partir de relaciones cara a cara, además de la oferta de los Medios de comunicación de masas tradicionales como la televisión.

Con relación al comportamiento de los jóvenes en tareas que se relacionan con la participación conjunta, en el análisis aparece, igual que ocurre en la vida presencial, la figura del líder; ya sea como una actitud con sentido en sí misma (el gusto por ejercer el *poder* o estar cerca de él) o vinculada a la potestad que tiene el líder en tanto que opinión cualificada. Quizá se abre aquí, de cara al futuro, una vía interesante de exploración de las nuevas formas de liderazgo en la red.

Respecto a cómo los jóvenes concilian lo virtual y lo real y como se lleva a cabo el tránsito del tiempo y el espacio de la red, al tiempo y el espacio de la presencia, se han detectado tres patrones de comportamiento que hablan de tres valoraciones distintas, o quizá habría que decir, que solo de dos atendiendo al sentido de tales valoraciones. Las dos primeras en sentido positivo, desde la satisfacción expresada por la experiencia de dicho tránsito y como modo de ampliación de las relaciones personales; la tercera en sentido negativo, desde la desconfianza que produce el desconocimiento del otro. Como era de esperar, son las chicas las que muestran mayor recelo frente a los desconocidos, proveniente de una autopercepción de vulnerabilidad no presente en los chicos. En sentido, no se puede olvidar la información de los Medios y las campañas orientadas a la prevención de situaciones no deseadas a partir de encuentros fraguados en la red.

En resumen, el estudio realizado habla de relaciones múltiples y dinámicas. Los jóvenes sin renunciar a las relaciones de pertenencia, se orientan a formas reticulares, menos rígidas, transitorias y de alcance limitado.

En conjunto se han encontrado pocas diferencias entre ambos sexos. Como cabría esperar, y exceptuando el recelo que en mayor medida sienten las chicas frente a los encuentros con desconocidos, las pautas son similares en ambos casos. Este hecho resulta lógico si se tiene en cuenta que en los últimos años se ha producido un acercamiento importante en las pautas de comportamiento, costumbres y educación aplicados a ambos sexos, lo que se traduce en patrones similares a la hora de relacionarse con los otros, organizar actividades de ocio, compartir y establecer vínculos de amistad.

Referencias

- BERNAL, A. I. (2009). *Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes*. Sevilla: Euroeditions.
- CÁCERES, M.D., RUIZ, J.A.Y BRÄNDLE, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *CIC*, 14, 213-231.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2008). *La sociedad de la información en España 2008*. Barcelona: Ariel.
- MORLEY, D.(2008). *Medios, modernidad y tecnología*. Barcelona: Gedisa.
- PISANI, F. Y PIOTET, D. (2008). *La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós.
- RHEINGOLD, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- TURKLEY, S. (1997). *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.

