



Emociones y redes sociales en adolescentes

Emotions and social networks in teenagers

Erika García, Nazaret Heredia
Universidad de Granada, España

Resumen

Este trabajo forma parte de una investigación llevada a cabo en la provincia de Granada con adolescentes de cuarto de Educación Secundaria Obligatoria y Primero de Bachillerato, durante el curso académico 2016/2017, dentro de un proyecto PIISA en colaboración con la Delegación de Educación, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y la Universidad de Granada. El objetivo del estudio es reconocer qué emociones se transmiten en los jóvenes de algunos IES de la provincia de Granada a través del uso de las redes sociales. Los resultados ponen de manifiesto que existe adicción a las redes sociales, siendo su uso un medio de evadir y olvidar sus problemas y una de las emociones básicas: el miedo. *Palabras clave:* emociones, redes sociales, adolescentes

Abstract

This work is a part of a research carried out in the province of Granada with teenagers of High School, during the academic year 2016/2017, inside a project PIISA in collaboration with the Delegation of Education, the Top Council of Scientific Researches and the University of Granada. The aim of the study is to recognize what emotions are transmitted in the young persons of some IES of the province of Granada across the use of the social networks. The results reveal that addiction exists to the social networks, being their use a way of evading and forgetting their problems and one of the basic emotions: the fear. *Keywords:* emotions, social networks, teenagers.

Introducción

Las redes sociales y en general, el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación han influido especialmente en la población más joven, convirtiéndose así los dispositivos electrónicos en una parte más de su vida y de su día a día. Por ello, las redes sociales son una plataforma donde, tanto jóvenes como adultos, reflejan sus intereses, gustos, inquietudes y además sus emociones. El impacto provocado por el uso de las redes sociales ha supuesto grandes transformaciones tanto en las formas de relacionarse y socializarse, como en las emociones que provoca el uso de éstas. Se han convertido en un modo instantáneo de comunicarse, no siendo en muchas ocasiones eficaz. Esta realidad que estamos viviendo no deja al margen a los adolescentes, pues son ellos y ellas los verdaderos nativos digitales. Este trabajo forma parte de una investigación más amplia llevada a cabo en la provincia de Granada con adolescentes de cuarto de Educación

Secundaria Obligatoria y Primero de Bachillerato, durante el primer trimestre del curso académico 2016/2017, dentro de un proyecto PIISA en colaboración con la Delegación de Educación en Granada, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la Universidad de Granada (UGR), con el fin de ofrecer al alumnado granadino de Educación Secundaria Obligatoria una forma moderna e innovadora de aprender e interactuar con la ciencia. El objetivo de este estudio es reconocer qué emociones se transmiten en los jóvenes de algunos IES de la provincia de Granada a través del uso de las redes sociales. La muestra está compuesta por 126 participantes de edades comprendidas entre los 15 y 17 años de edad. Se ha empleado una metodología de corte cuantitativo, realizando un análisis descriptivo mediante la utilización del programa SPSS (versión 20).

Emociones y redes sociales

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación instantáneo y eficaz, mediante el cual aumenta la participación de la población de un modo social, cívico y político (García, Seco y Del Hoyo, 2013). En este sentido, nos vemos afectados por el uso de internet en todos los ámbitos de nuestra vida. Dado este efecto, se ha incorporado su estudio a las numerosas ramas del saber así como la influencia que posee ante las emociones. Como argumenta Dans, (2015):

La formación de estereotipos a través de los perfiles digitales es un fenómeno emergente, que requiere de atención educativa. A raíz de la inclusión en un grupo o red se plantea la realidad digital como conexión entre lo público, lo privado y lo íntimo a través del recorrido por las nociones de intimidad, privacidad, autenticidad, solidaridad y compromiso, contactos y amistad. (1)

La diversidad de sustratos y manifestaciones de las emociones complica bastante la elaboración de una definición comprensiva. No obstante, consideramos que constituyen un elemento esencial de nuestra existencia, pues marcan nuestras reacciones frente al medio e influyen de manera directa en nuestras percepciones. Como decíamos anteriormente, las investigaciones sobre emociones y sentimientos se han llevado a cabo desde una amplia variedad de disciplinas, como la psicología, la neurociencia, la educación, la sociología,... Desde la Real Academia Española de la

Lengua (RAE), en su primera acepción, considera que una emoción no sólo contiene una respuesta corporal, sino que es una “alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática” (RAE, 2017). Otros autores definen las emociones como “definen la emoción como “una respuesta o reacción ante un estímulo significativo que el sujeto evalúa, consciente o inconscientemente, en función de sus objetivos o intereses e influido por su ideología y por el contexto sociocultural” (Beas, González y Salmerón, 2016, p. 54). Consideramos que las emociones son un proceso a través del cual un estímulo provoca en las personas unas determinadas reacciones, las cuales son cambiantes, dependiendo de múltiples factores y circunstancias. Para Carrascal (2016):

Todas las personas, tanto niños como adultos, tenemos emociones, pero ¿realmente sabemos lo que significan? O ¿lo que producen en nosotros? La mayoría del tiempo tenemos emociones y muchas veces no somos conscientes de ello o simplemente no sabemos distinguirlas. Las emociones se refieren al modo de sentirnos en el mundo, que están referidas a objetos. Más aún, el objeto de las emociones está investido de valor o importancia para las personas. Las personas según las diferentes situaciones en las que tienen que desenvolverse expresaran una emoción u otra. Por ejemplo, si estás jugando con tus amigos te sentirás feliz en cambio si te roban sentirás tristeza e ira. (p. 87)

Como podemos comprobar, dar una definición no es cuestión de todo o nada, pues para lo que a un investigador le es interesante, para otro es todo lo contrario.

En general, podemos deducir que la mayoría de los autores investigados (Casacuberta, 2000; Ralph Adolphs y colaboradores 2002; Aguado, 2005; Redorta, 2006 y Quirós y Cabestrero, 2008), consideran que toda emoción consta de tres componentes básicos: cognitivo, evaluativo y apetitivo.

En cuanto a los tipos que existen de emociones, hemos comprobado que a pesar de la multitud de clasificaciones que se han hecho: emociones, simples, básicas, primarias, secundarias, sociales, retrospectivas, ambiguas, ... La mayoría de investigadores se posicionan en dos tipos principalmente, como son las emociones positivas y las emociones negativas.

Internet es un canal a través del cual se pueden expresar las emociones y ayuda a que el sujeto construya su propia subjetividad, no sólo despierta emociones en los usuarios, sino que también influye en la manera en la que se muestran esas emociones tal y como afirma Serrano-Puche (2016).

Seguendo a Bensi y Fisher (2014), afirman que Internet es un lugar a través del cual pueden comunicarse un grupo grande y diverso de gente de manera emocional, reflejando sus emociones en el momento ya que ahora existen aplicaciones como Facebook o Twitter que se pueden descargar en los móviles.

Según Coviello et. al. (2014) existen ciencias como la neurología, la psicología y la economía se han interesado en las diferentes emociones que una persona puede

sentir. Numerosos experimentos han demostrado que la gente puede contagiarse de las emociones que han visto en otras personas desde unos segundos hasta algunos meses. Estudios sobre las redes sociales han determinado que emociones como la felicidad, la soledad o la depresión pueden relacionarse entre individuos que están socialmente conectados a través de internet. Las redes sociales son instrumentos en los cuales la comunicación y conexión entre personas se da diariamente, y en ella se manifiestan prácticamente todas las emociones como son el miedo, la ira, la alegría, la sorpresa, la tristeza y los derivadas de estas (Acuña y Vega, 2013).

Método

Participantes

La muestra está compuesta por 200 alumnos y alumnas de cuarto de Educación Secundaria Obligatoria y Primero de Bachillerato, durante el curso académico 2016/2017 de distintos centros educativos públicos de Granada. Una vez obtenidos los permisos para poder pasar el cuestionario, la realización de éste se desarrolló en una sesión de aproximadamente 20 minutos, en la cual estaban presentes dos profesionales de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada, así como el tutor de cada aula.

La selección de la muestra posee los siguientes criterios de participación:

- ✓ Ser estudiante de Educación Secundaria Obligatoria y Primero de Bachillerato de la ciudad de Granada.
- ✓ Poseer una edad de entre los 15 y 18 años.
- ✓ Poder participar de manera voluntaria teniendo en cuenta los permisos y autorizaciones de padres, profesores y centros educativos.

La muestra (tabla 1) está formada por 74 hombres y 126 mujeres.

Tabla 1.

Sexo		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hombre	74	37
	Mujer	126	63
	Total	200	100

La edad media es de 17 años, siendo la moda de edad aquellos sujetos que tienen 18 años. Aunque el intervalo de edades oscila entre los 15 y 18 años.

Instrumentos

La recogida de datos se realizó a través de un cuestionario compuesto de 33 ítems, donde se combinaba preguntas de escala likert de 1 a 4 (1: Siempre; 2: Casi siempre; 3: A veces; 4: Casi nunca; 5: Nunca) y de escala dicotómica, siendo las de escala likert las que predominan en todo el instrumento. El instrumento fue adaptado del desarrollado por Molina y Toledo (2014) desarrollado en la ciudad de Cuenca (Ecuador) con alumnos del primer año de bachillerato para analizar la influencia de las redes sociales en el área social, personal, familiar y académica de los adolescentes.

Hemos calculado la fiabilidad y la validez de dicho instrumento en nuestro estudio a través del paquete estadístico SPSS versión 23.0 para Windows mediante el alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0,866.

Por último, señalar que el cuestionario se estructuró de la siguiente manera: datos demográficos (edad, sexo, curso y colegio), área social (4 preguntas), área personal (18 preguntas), área académica (2 preguntas) y área familiar (5 preguntas).

Procedimiento

La recogida de datos se llevó a cabo por dos profesionales de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada, las cuales forman parte del equipo de trabajo para desarrollar esta investigación. En concreto hablamos de dos Pedagogas, ambas con experiencia en este tipo de problemáticas.

Los análisis estadísticos han sido llevados a cabo por medio del programa SPSS versión (23.0) para Windows. Las características de la muestra se han determinado a través de la realización de un análisis de carácter descriptivo (porcentajes).

Resultados

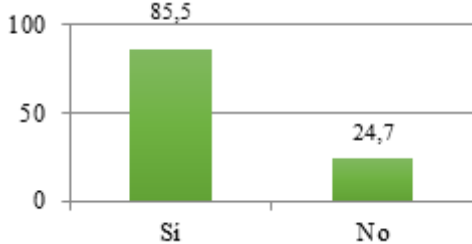
Centramos nuestros resultados en área familiar, social, personal y académica.

Área Familiar

Dentro del área familiar destacamos el distanciamiento hacia familiares y amigos a causa del uso de las redes sociales, así como las reacciones ante un problema grave ocurrido en las redes sociales.

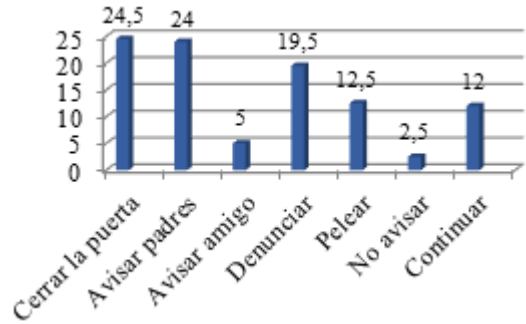
Haciendo referencia al distanciamiento provocado por el uso de las redes sociales, vemos como los alumnos afirman con un 85,5% la existencia de un desapego hacia familiares y amigos.

Gráfico 1. *Desapego por el uso de las redes sociales*



Por otro lado, observamos que la principal reacción ante problemas graves ocurridos por el uso de las redes son cerrar la puerta e intentar ocultarlo con un 24,5%, avisar a los padres con un 24% pero no a los amigos (5%), denunciar también posee un elevado porcentaje, un 19,5%. En cambio, tener cuidado y continuar junto con no avisar no suele ocurrir de manera frecuente.

Gráfico 2. *Reacción ante problemas graves ocurridos en las redes sociales*



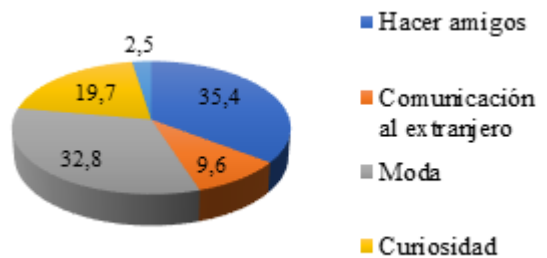
Área Social

En cuanto a los usos y equipamientos de internet, destacamos un mayor uso del móvil (Smartphone) con un 97,1%, seguido del ordenador con un 2,4 %.

Haciendo referencia al uso que se realiza de Internet prima su uso para el entretenimiento (29,8%) y la conexión en las redes sociales (21,7%), seguido hacer amigos con un 18,6%. Finalmente hacen uso para jugar y una manera de pasar el tiempo con un 14,9%. Las redes sociales que frecuentan, podemos ver un uso elevado de Facebook con un 63,1 %, seguido de Instagram (22,8%), Twitter (8,7%) y YouTube (2,4%).

Finalmente, destacamos un mayor uso de las redes sociales para hacer amigos con un porcentaje del 35,4 conocer páginas de moda (32,8%) y la curiosidad de ver otros perfiles (19,7%), así como la comunicación con gente del extranjero (9,6%). Por último, existe un menos uso de las redes sociales para conocer nuevos amigos con un 2,5%.

Gráfica 3. *Uso de redes sociales*

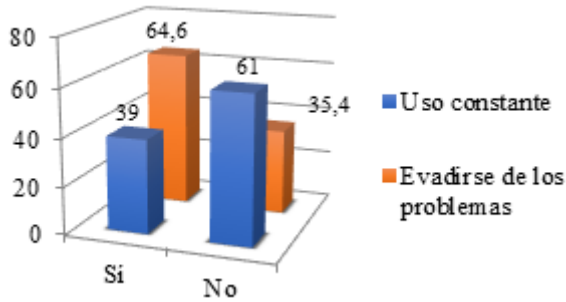


Área Personal

En este apartado haremos especial mención a la importancia de estar conectado frecuentemente a las redes sociales, la importancia que poseen para olvidarse de los problemas, por último el rasgo de personalidad con el que se identifican con y sin el uso de las redes sociales.

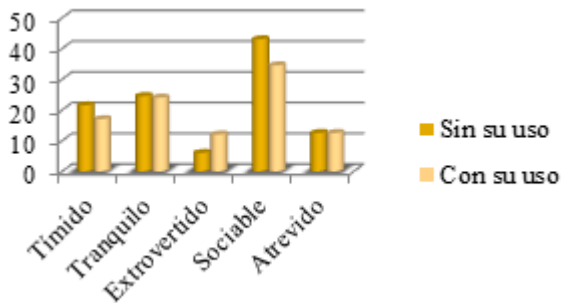
En relación a la importancia del uso constante de las redes sociales vemos que no es muy importante estar constantemente conectado con un 61%. Por el contrario, existe una importancia del uso de las redes sociales para evadirse de los problemas con un 64,6% de respuesta positiva.

Gráfica 4.
Importancia de uso/ Uso para evadirse de los problemas



Haciendo referencia a los rasgos de personalidad con los que se identifican sin el uso de las redes sociales los alumnos han respondido con un 43% que son sociales, tranquilos (24,5%), tímidos (21,5%), extrovertidos (6%) y por último atrevido (5%). Por el contrario, si contrastamos los datos anteriores con los datos obtenidos atendiendo a los rasgos de personalidad con el que se identifican pero cuando usan las redes sociales vemos que ser sociales sigue siendo el principal con un 34,5%, seguido de tranquilos con un 24%, tímido (17%), atrevido (12,5%) y extrovertido (12%). Existe un cambio de personalidad con su uso, es decir, se vuelven más atrevidos y menos extrovertidos.

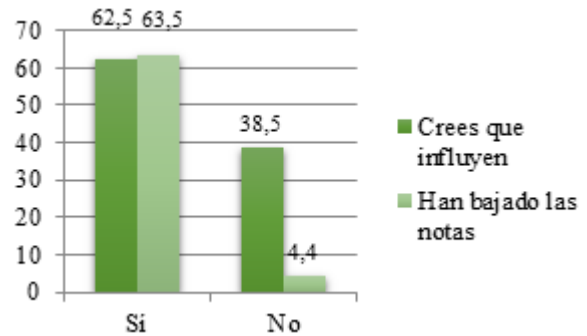
Gráfica 5.
Rasgos de personalidad con y sin el uso de las redes sociales.



Área Académica

En el área académica nos centramos en conocer la influencia negativa o positiva de las redes sociales, en las calificaciones obtenidas por el alumnado. En ambas preguntas (creencia sobre su influencia negativa en sus estudios y la bajada en las calificaciones por el uso de las redes sociales) vemos un alto porcentaje positivo 62,5 % y 63,5% respectivamente, por lo que debemos tener en cuenta que las redes sociales son un fuerte factor de impacto en las calificaciones de nuestros alumnos.

Gráfico 6.
Crees que las redes sociales influyen en tus notas/Han bajado tus notas desde su uso



Discusión y Conclusiones

A través de la realización de este trabajo hemos pretendido investigar las emociones de nuestros adolescentes a través del uso de las redes sociales. Como se ha demostrado en numerosos estudios llevados a cabo, las emociones en las redes sociales tienen una gran importancia para crear un bienestar público, ya que si una persona se encuentra contenta con algún servicio lo expresará en sus redes sociales y esto tendrá influencia sobre los demás. Son el medio más utilizado, incluso llegando en ocasiones a sustituir la presencialidad. Según Burgos y Diana (2012), ven que la popularidad de las redes sociales puede deberse a que:

Satisface otras necesidades, como la de mantenerse intercomunicados constantemente y de manera instantánea, satisface también las necesidades de afiliación o afecto, y funciona como un intermediario entre la satisfacción de las demás necesidades planteadas por Maslow en su Pirámide de las Necesidades, entre otras (p. 26).

En este sentido, si tenemos en cuenta la pirámide de Maslow (1943), las necesidades sociales las encontramos en la mitad de la misma, es decir, una posición importante, donde las redes sociales tienen un papel significativo para suplir este tipo de carencias. Como educadoras resaltamos la necesidad de establecer propuestas futuras de formación e intervención en la era digital con adolescentes, padres y profesores para trabajar en contextos reales el adecuado uso de internet y redes sociales, así como la importancia de concienciar de la grave problemática que puede tener el uso incorrecto de las redes sociales en nuestra vida diaria.

Referencias

Acuña, B. P., y Vega, M. R. (2013). Gestión de la emoción en la comunicación mediada por ordenador (CMO). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 905-913.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42174
 Adolphs, R. (2002). Emoción y conocimiento en el cerebro humano. En I. Morgado (coord.), *Emoción y conocimiento: la evolución del cerebro y la inteligencia*, (pp.135-164). Barcelona: Tusquets.
 Aguado, L. (2005). *Emoción, afecto y motivación*. España: Alianza Editorial.

- Beas, M; González, E. y Salmerón, A. (2016). Estudio de las emociones en las consignas de cuadernos españoles. Curso 1964-1965. *Revista de Estudios Sociales* (RES), 58, 52-62. <http://dx.doi.org/10.7440/res58.2016.04>
- Benski, T. & Fisher, E. (2014). *Routledge studies in science, technology and society: Internet and emotions*. UK: Routledge.
- Burgos, M. y Diana R. (2012). La interacción comunicativa en los espacios virtuales: Facebook, una realidad falsificada. *Ensayos contemporáneos*. Edición VIII, núm. 46, Vol. 6, 1-87. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8571&id_libro=399
- Carrascal, L. F. (2016). Las emociones como formas de implicación en el mundo. El caso de la ira. *Estudios De Filosofía*, 53, 81-101. <http://dx.doi.org/10.17533/udea.ef.n53a05>
- Casacuberta, D. (2000). *Qué es una emoción*. Barcelona: Crítica.
- Coviello L., Sohn Y., Kramer ADI., Marlow., Franceschetti M. et al. (2014) Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks. *PLoS ONE*, núm. 9, Vol. 3, 113- 124. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0090315>
- Dans, I. (2015). Identidad digital de los adolescentes: la narrativa del yo. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, núm. 13, 1-4. <https://doi.org/10.17979/reipe.2015.0.13.145>.
- García, M.C., Seco, J.A., y Del Hoyo, M. (2013). La participación de los jóvenes en las redes sociales. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 48, 95-110. https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2013m9n48/analisi_a2013m9n48p95.pdf
- Quirós, P. y Cabestrero, R. (2008). *Funciones activadoras: Principios básicos de la Motivación y la Emoción*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Molina, G. y Toledo, K. (2014). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio a realizarse en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de Primer Año de Bachillerato. Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3659>
- Real Academia Española. *Emoción*. [En línea]. [Consultado 10 Junio 2017]. <http://dle.rae.es/?id=EjXP0mU>
- Redorta, J., Obiols, M y Bisquerra, R. (2006ª). *Emoción y conflicto. Aprenda a manejar las emociones*. Barcelona: Paidós.
- Serrano, J. (2016). Internet y emociones: nuevas tendencias en un campo de investigación emergente. *Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 26, 19-26. <https://doi.org/10.3916/C46-2016-02>