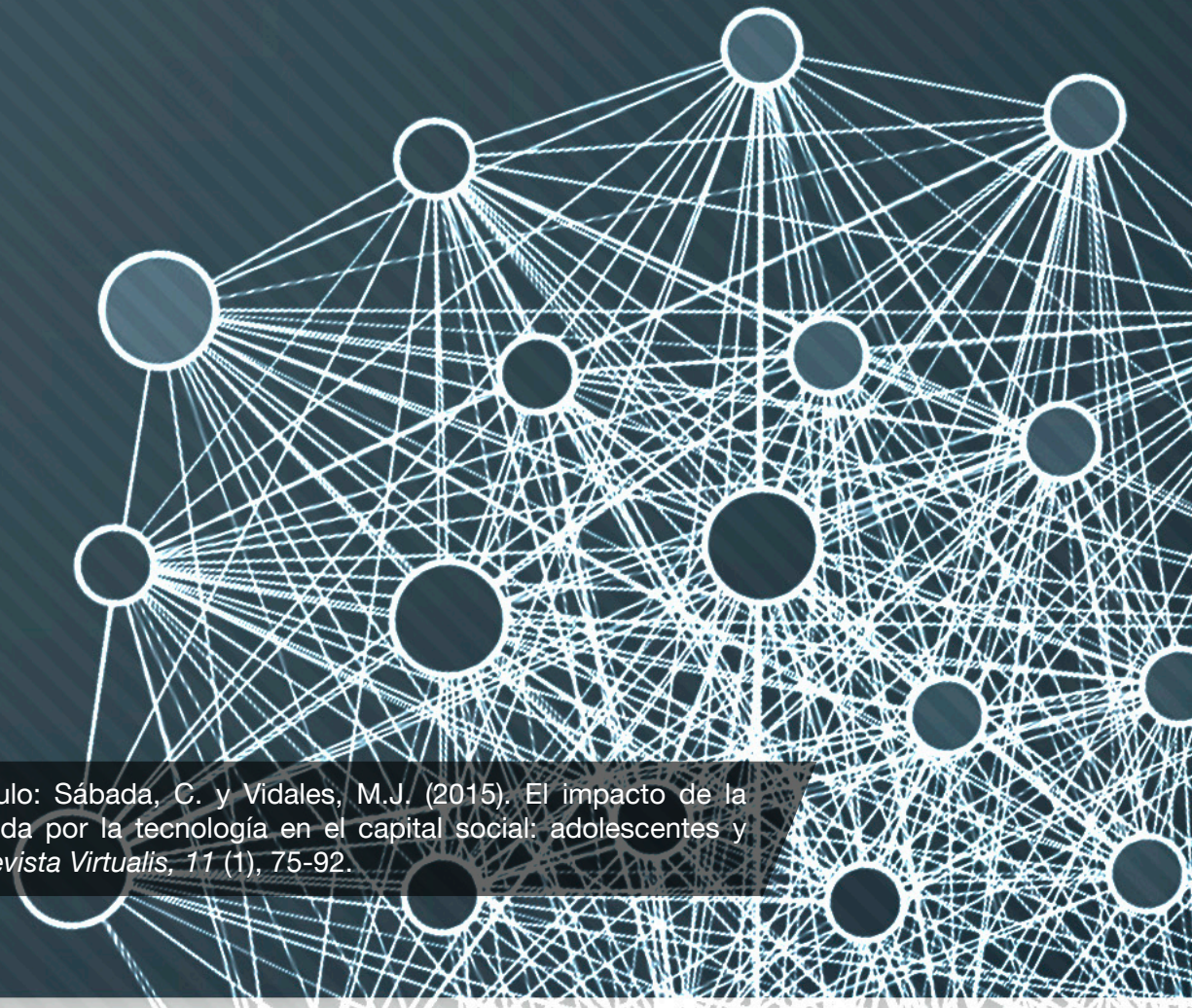


El impacto de la comunicación mediada por la tecnología en el capital social: adolescentes y teléfonos móviles



Para citar este artículo: Sábada, C. y Vidales, M.J. (2015). El impacto de la comunicación mediada por la tecnología en el capital social: adolescentes y teléfonos móviles. *Revista Virtualis*, 11 (1), 75-92.

El impacto de la comunicación mediada por la tecnología en el capital social: adolescentes y teléfonos móviles

Charo Sádaba

Facultad de Comunicación
Universidad de Navarra, España

csadaba@unav.es

María José Vidales

Facultad de Comunicación
Universidad de Navarra, España

mvidales@alumni.unav.es

Resumen

El uso que los adolescentes hacen de Internet y, particularmente, de los dispositivos móviles, tiene un objetivo eminentemente social. Contactar con amigos, compartir con ellos imágenes, mensajes, juegos y estados de ánimo, es parte habitual de la rutina de los jóvenes de hoy. En este contexto, el concepto de capital social adquiere un nuevo relieve y ayuda a explicar, por un lado, la rápida adopción de estas tecnologías por parte de este público y, por otro, algunas de sus peculiaridades. La comunicación mediada a través de Internet puede tener un impacto positivo o negativo sobre el capital social de los adolescentes, por lo que se derivan consecuencias de esta constatación, que son relevantes y merecen ser tomadas en cuenta en el desarrollo de programas educativos.

Palabras clave: Adolescentes, Capital social, Comunicación mediada por la tecnología, Internet, Teléfonos móviles, Redes sociales.

Abstract

The way teenagers use technologies, particularly mobile phones, has a prominent social objective. The contact with friends to share pictures, instant messages, games and to express their feelings is part of their common lifestyle. In this context, the concept of social capital acquires a greater importance, since it helps explain the rapid adoption of these technologies by this public, and also some of its peculiarities. Computer mediated communication may have a positive or negative impact in teenagers's social capital, therefore the consequences produced by these findings are relevant and deserve to be taken into account in the development of educational programs.

Keywords: Computer mediated communication, Internet, Mobile phones, Social networking sites, Social capital, Teenagers.

Introducción

Si la interacción constante con el entorno inmediato ayuda a configurar nuestra identidad, es razonable pensar que la manera en que los adolescentes están usando el teléfono móvil influye en la construcción de su identidad individual y colectiva. Este dispositivo está hoy día presente en la vida de la mayor parte de los jóvenes y, además, es una herramienta habitual en su comportamiento diario, en las actividades que llevan a cabo de forma cotidiana y en las relaciones que desarrollan con otras personas dentro y fuera del hogar. Con el acceso móvil a Internet, los jóvenes pueden, además, comunicarse constantemente a través de mensajes instantáneos, redes sociales, blogs y páginas web personales, al tiempo que se ven afectados por los mensajes y contenidos difundidos por otros en el mundo virtual (Bauwens, 2012, p. 31).

El presente artículo pretende ahondar en la relación que se aprecia entre el uso que los adolescentes hacen de la tecnología, particularmente de los omnipresentes dispositivos móviles, y su posible efecto en el capital social. A través de la revisión de la literatura más reciente y relevante sobre el fenómeno, se vislumbra cómo los adolescentes comienzan a gestionar este recurso y afrontan las ventajas y los riesgos, a veces de un modo precario.

Unos adolescentes conectados

Cada red social tiene normas de conducta que los usuarios adoptan o adaptan a sus objetivos personales y, en los últimos años, se ha puesto de manifiesto que los jóvenes son muy selectivos a la hora de divulgar información personal en función del tipo de red (James, et al., 2009). Para Boyd (2014), son la interacción que se genera entre los usuarios y el sitio los que determinan el tipo de red social, no sus características técnicas. En el caso de los adolescentes, que una red satisfaga una necesidad concreta que sientan como propia podrá determinar el tipo de uso que hagan. Recientemente han aparecido varios estudios que revelan que los jóvenes están abandonando Facebook, entre otros motivos, porque entre sus usuarios están cada vez con más frecuencia sus padres y sus profesores y no se sienten cómodos habitando los mismos espacios virtuales¹. Por el contrario, otras aplicaciones de reciente aparición, como Snapchat, ofrecen a los jóvenes la posibilidad de que el contenido no permanezca visible una vez que se ha visto y están logrando gran aceptación entre este grupo de edad. Instagram es otra red social, especialmente popular entre los más jóvenes, que les permite expresarse a través de imágenes en unos tonos y lenguajes que son claramente identitarios. En el caso de España, por ejemplo, Tuenti fue

¹ Lang, N. (2015, 21 de febrero). Why teens are leaving Facebook: It's meaningless. *The Washington Post*. Recuperado de: <http://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2015/02/21/why-teens-are-leaving-facebook-its-meaningless/> y Boster, B. (2014, 11 de noviembre). Teens are Leaving Facebook for Facebook. *Huffington Post*. Recuperado de: http://www.huffingtonpost.com/2014/04/11/teens-facebook_n_5127455.html

la red social más popular entre el público adolescente mientras mantuvo la política de acceso bajo invitación, lo que permitía a los usuarios ejercer cierto control de entrada a ese espacio virtual.

Lo que los jóvenes comparten en las redes no es arbitrario ni está dictado por los medios sociales en los que se mueven o por las normas que los adultos han creado para esos sitios, sino por las relaciones que mantienen con sus amigos en un espacio en el que intentan conseguir un equilibrio entre privacidad, seguridad y la presentación de su propia imagen pública.

Y es que el acceso a las redes sociales introduce a los adolescentes en la gestión de espacios “públicos” y “privados”: Internet les permite acceder a espacios públicos, como páginas web y foros abiertos para difundir información, ideas, opiniones, en las que participan todo tipo de personas, pero las actividades online también constituyen un espacio privado al permitirles cierto grado de privacidad y, en algunos casos, una comunicación anónima. De acuerdo con Valentine y Holloway (2002) y Boyd (2014), la actitud de los jóvenes en la Red no es sino un reflejo de su comportamiento fuera de ella.

Podría decirse que en la gestión que los adolescentes hacen de las redes sociales está el inicio de la construcción de su propio capital social. Una vez que han abandonado la niñez, los procesos de socialización se abren a nuevos grupos, más allá de los límites familiares, para satisfacer nuevas necesidades. La conquista del espacio público al que se lanzan los adolescentes con el uso que hacen de Internet no está, por supuesto, exenta de problemas o consecuencias negativas, que en parte tienen su origen en la falta de experiencia y en el método prueba-error al que muchas veces se ajustan sus conductas. Mucho se ha dicho sobre el poder de atracción de la tecnología sobre los más jóvenes; en particular parece interesante su vinculación con la necesidad social, especialmente acuciante para el grupo de edad adolescente.

Parece razonable, por tanto, plantear que el uso que los más jóvenes hacen de la tecnología está influyendo en la construcción de su capital social. Las posibilidades que ofrecen las TIC permiten augurar un impacto positivo en la medida en que facilitan interactuar, tanto con personas cercanas como físicamente distantes, compartir y crear comunidades con vínculos más o menos fuertes pero estables en el tiempo. Sin embargo, al mismo tiempo, el uso eminentemente social y lúdico que se hace de la tecnología y los posibles efectos perversos que puede tener sobre el nivel de implicación o la autenticidad en las relaciones sociales, señala que el impacto de las TIC sobre el capital social no es unívoco. Como se verá en el siguiente epígrafe, hay cierto consenso en la literatura existente en que la construcción de capital social puede ser uno de los motores del uso intensivo que los adolescentes hacen de la tecnología, particularmente de las redes sociales a través de sus dispositivos móviles.

Capital social: un concepto útil para entender el auge de los medios sociales

El concepto de *capital social*, que de un modo rápido se refiere a los recursos acumulados a través de las relaciones interpersonales, aparece a finales de la década de los ochenta del siglo veinte y tal y como explicaba Bourdieu (1985, p. 248), hace referencia al “agregado de los recursos actuales o potenciales vinculados a la posesión de una red estable de relaciones más o menos formales de conocimiento mutuo o de reconocimiento”.

Que involucrarse y participar en grupos tienen consecuencias positivas para el individuo, y que la comunidad es, pese al gran atractivo del término, una idea poco novedosa que remite a la sugerencia de Durkheim de la vida en grupo como un antídoto para la anomia y la autodestrucción (Portes, 2000, p. 44). Sin embargo, y no obstante la escasa novedad del concepto, lo cierto es que en los últimos años la idea del capital social ha arraigado con fuerza y no son pocos los académicos que lo han estudiado desde diversos ámbitos. También ha habido dos niveles principales de análisis del capital social: el primero se encuadra fundamentalmente en la corriente desarrollada por Ron Burt (1992), mientras que los trabajos desarrollados por Granovetter (1973) asumen que el capital social puede ser analizado tanto desde el plano individual como desde el colectivo.

De acuerdo con Portes (2000, p. 44), dos son las causas que pueden explicar la popularidad del concepto de capital social: por un lado, se centra en las consecuencias positivas de la sociabilidad y deja de lado las menos atractivas; pero, además, sitúa esas consecuencias positivas en el contexto de una discusión más amplia, donde el capital puede ser fuente de poder e influencia de la misma manera que se comportarían los activos financieros.

Puede distinguirse entre capital social inclusivo o *bridging social capital* y capital social exclusivo o *bonding social capital* (Coleman, 1998). Mientras que el primero se forma a través de conexiones sociales abiertas, incluyendo a personas distintas a las que puede unir un único interés común, el segundo se refiere a aquellas formas más cerradas de grupos homogéneos con una identidad más marcada. Aunque el inclusivo permite un mayor número de relaciones en un entorno más amplio, éstas pueden ser más débiles que aquellas propias de grupos más cerrados o exclusivos (Coleman, 1998).

Pese a la relativa juventud del concepto, o quizá gracias a ella, éste adquiere una nueva relevancia cuando pensamos en los fenómenos recientes, asociados a la enorme popularidad de las redes sociales. En pocos años, los usuarios de Internet han pasado a poblar estos espacios virtuales y a establecer o reestablecer vínculos sociales con amigos, compañeros de trabajo o personas con las que se comparte una afición o un hobby. En estas pautas de conducta es fácil vislumbrar ambos tipos de capital social (vínculos

débiles, muy numerosos pero poco sólidos, propios del capital inclusivo, y vínculos fuertes, basados en cuestiones más cercanas a la identidad personal). Se consolida dentro de la academia la tendencia a examinar vínculos de tipo *bonding* y *bridging*, considerando también la existencia de modelos híbridos. De acuerdo con esta propuesta, existirían, por ejemplo, lazos de tipo *bridging*, que podrían ser de intensidad fuerte (Krackhardt, 1999). También es posible identificar algunas de sus consecuencias, positivas y negativas.

De acuerdo con Portes (2000), una de las principales funciones que se atribuyen al capital social es que se constituye en una fuente de beneficios basados en la red, más allá de la familia inmediata: en una sociedad agresiva y muy individualista, y donde los modos de vida empujan con frecuencia a estar lejos del núcleo familiar, las redes sociales se convierten en un buen sustituto de aliento humano. Pero por otro lado, se le atribuye también la capacidad de ejercer control social: formar parte de una red también impone una serie de normas que es difícil romper. En el caso de Internet, esto es especialmente claro: compartir o no compartir un determinado contenido, o marcar como favorito un comentario, se convierte, en ocasiones, en todo un juego social donde los usuarios acaban haciendo lo “aceptable” para no ser señalados.

Es Putnam (2003, p. 14) quien aboga de una manera más decidida por defender que se puede calificar de capital social también a “las redes sociales (virtuales) y las normas de reciprocidad asociadas a ellas, porque, al igual que el capital físico y humano (las herramientas y el conocimiento), crean valor, tanto individual como colectivo, y podemos “invertir” en construir una red de relaciones”. Él mismo (Putnam, 2000, p. 171) se planteaba si hablar de *capital social virtual* podría considerarse contradictorio, ya que se achaca a la tecnología la generación de relaciones menos reales o duraderas. En este punto, merece la pena referirse brevemente a la relación entre la comunicación mediada por la tecnología y el capital social.

Impacto de la comunicación mediada por la tecnología en el capital social

En los últimos años, ha quedado de manifiesto el papel fundamental que la comunicación tiene en las conexiones sociales y emocionales de las personas, y también que Internet puede mejorar considerablemente nuestras habilidades comunicativas, por lo que parece razonable pensar que puede tener un efecto inmediato en el enriquecimiento de las comunidades sociales. Gibbs (2006), McKenna, Green y Gleason (2002) y Valkenburg (2009) coinciden en apuntar la capacidad de la comunicación mediada por la tecnología (*computer mediated*

communication) para generar una sensación de mayor intimidad que la comunicación cara a cara, lo que explica que el uso de Internet se relacione de un modo consistente con mayor bienestar social (Valenzuela, Park y Kee, 2009).

La capacidad de la comunicación mediada para aumentar, o al menos mantener, el capital social ha sido ampliamente estudiada por Katz y colaboradores (2004). Internet puede contribuir al desarrollo de las comunidades al eliminar la barrera que existe entre la cultura virtual y la física. La comunidad no se pierde con la mediación tecnológica y puede verse, incluso, reforzada por ella y convertirse en una fuente eficaz de capital social, pero exige que quienes se encuentren en entornos virtuales sean conscientes de la doble dimensión en la que actúan de modo simultáneo (Katz et al. 2004, p. 13). Es decir, el uso de redes sociales no supone automáticamente el incremento del capital social, sino que determinados usos pueden también conducir a su reducción; la reflexión de Wellman et al. (2003) sobre cómo Internet genera comunidades personales que proporcionan a cada individuo por separado los elementos esenciales de una comunidad, es particularmente interesante en este sentido.

El capital social aumenta cuando las comunidades virtuales se desarrollan al tiempo que extienden las comunidades físicas. Un aumento en las relaciones sociales virtuales no debería suponer una disminución en las propias de la vida física, sino que Internet puede complementar y ampliar las relaciones comunitarias y, en consecuencia, el capital social. De esta manera, de una mayor comunicación mediada y del uso de Internet debería seguirse un mayor contacto social, participación cívica y sentido de comunidad. En ocasiones, la comunicación mediada puede disminuir la participación en las comunidades al permitir a los individuos estar presentes físicamente en un espacio público, al tiempo que pueden desviar su atención hacia otros lugares. La ruptura que provoca esta comunicación hace que ciertas tecnologías, sobre todo los teléfonos móviles, resulten especialmente intrusivas en espacios compartidos, aunque esto no suponga necesariamente una reducción del capital social.

En este sentido, es particularmente sugerente la aportación de Humphreys (2005), quien se pregunta por el rol del móvil en la normativa de las interacciones sociales. Pone de manifiesto cómo el teléfono móvil reafirma la propuesta de Goffman (1963, 1971) sobre la existencia de “singles” y “withs” en los espacios públicos, y se convierte en un elemento que protege al “single”, más vulnerable en estos entornos de posibles invasiones, o le ayuda a justificarse. Su propuesta deja ver que el móvil ha adquirido en nuestras sociedades un papel clave para el individuo que transita de modo solitario por los espacios públicos: comer solo, viajar solo en el autobús, pasear solo por la calle; se justifica ante los demás si lo hacemos hablando por el móvil o consultando algo en la pantalla, al tiempo que hace que el sujeto se sienta más protegido frente a una posible “agresión” externa.

La composición de la comunidad puede cambiar en el caso de que exista una comunicación mediada, y puede ayudar a superar barreras de exclusión según la raza, el género y la clase social que todavía existen en la sociedad contemporánea. Como consecuencia, estas comunidades heterogéneas muestran un aumento del capital social. Sin embargo, puede ocurrir también lo contrario en el caso de que la comunicación mediada se convierta en un instrumento para reforzar las barreras de exclusión que forman grupos más homogéneos. Los casos de cyberbullying o acoso virtual, donde un menor es intencionalmente aislado en las redes sociales, son una expresión de este tipo de conducta destructiva (Smith et al., 2008).

El uso de Internet y del teléfono móvil puede permitir aumentar el número de contactos en las redes sociales, esto sería un indicio de una mayor eficacia de las comunidades y, por ende, de un aumento del capital social. Sin embargo, éste también puede disminuir cuando el crecimiento de las comunidades expande las distancias sociales, de manera que los individuos son capaces de actuar de forma más independiente y pueden aprovechar los beneficios de la comunidad sin ofrecer nada a cambio.

La comunicación frecuente, voluntaria y espontánea a través de Internet y el móvil refuerza los vínculos –débiles o fuertes– de las relaciones que luego se mantienen cara a cara (Ellison, Steinfield y Lampe, 2007). En estos casos puede no interesar tanto el contenido de los mensajes, sino el hecho de poder estar conectados, ya sea con personas en el ámbito local o con otras más alejadas, quizás con familiares o amigos con quienes también se pretende mantener relaciones íntimas. La desventaja es que este tipo de comunicación también puede impedir que surjan comunidades de forma espontánea, pues las personas utilizan medios de forma más voluntaria e individual y con menor apertura hacia los demás.

La comunicación mediada permite a los miembros de las comunidades mantenerse en contacto en ámbitos locales y también más extendidos, de manera que puede incrementar los vínculos interpersonales. La mayor parte de veces reforzará los vínculos ya existentes, y otras, permitirá iniciar nuevas relaciones con un carácter débil, mientras no se trasladen a un ámbito físico. Pero los vínculos que se crean a través de la comunicación mediada son con frecuencia esporádicos, con un menor peso que aquellos que se dan en las comunidades físicas, y por eso, en la medida en que se conviertan en sustitutivos en lugar de suplementarios, pueden disminuir el capital social.

De la misma manera que las comunidades físicas se apoyan en la comunicación cara a cara, las virtuales funcionan a través de una comunicación mediada, que puede aumentar el capital social en la medida en que el intercambio de información tenga en cuenta intereses comunes y transmita confianza con el fin de que los mensajes resulten significativos. Aunque la comunicación mediada permite expandir las comunidades, muchas veces se producen pseudo comunidades y por eso, estos medios deben permitir que sus miembros se adapten a nuevos entornos. La comunicación mediada mantiene vivas a las comunidades a pesar de las distancias, pues es capaz de reducirlas y de reforzar los vínculos locales.

Sin embargo, de acuerdo con Katz et al. (2004), es fácil pensar que la distancia produce comunidades fragmentadas y de menor vitalidad.

Algunos de los componentes de la comunicación mediada, como el carácter informal, la interacción en tiempo real, la rapidez, incluso la falta de coordinación en algunos casos, refleja el mismo proceso que se da en la comunicación cara a cara. No obstante, este tipo de comunicación es más despersonalizado y carece de ciertas señales sociales, lo que puede provocar errores en la interpretación de palabras o acciones, difíciles de reparar de forma inmediata.

La comunicación mediada influye en la formación de la propia identidad, pues permite a los individuos pasar a formar parte de nuevas comunidades en las que comparten intereses y preferencias personales que les definen. Al mismo tiempo, el uso de estos dispositivos puede generar tal dependencia, que reduce la capacidad de autosuficiencia o confianza en sí mismos, de manera que son incapaces de actuar solos y de afrontar ciertos cambios en los distintos ámbitos en los que se desenvuelven. El teléfono móvil aparece como un recurso eficaz para evitar la soledad y, en muchos casos, como herramienta de entretenimiento.

A diferencia de otros medios tradicionales, Internet y el teléfono móvil permiten mantener un control más flexible por parte de quienes los usan, pues se convierten en agentes capaces de resistir al mundo que les rodea y de presentarse e intercambiar información en un tiempo y espacio menos regulado. La libertad que permite el uso del móvil refleja un concepto de comunidad ideal, en la que los individuos tienen igualdad de oportunidades para decir lo que piensan y relacionarse con los demás sin depender tanto de una autoridad. Resulta interesante en el caso de los adolescentes que buscan formas de relacionarse sin que los adultos intervengan o que les permitan un mayor control sobre sus vidas. Sin embargo, es necesario tener en cuenta los riesgos que presenta este tipo de comunicación más independiente del ámbito familiar, de manera que los jóvenes puedan estar preparados para afrontarlos.

Como se puede apreciar, es relativamente sencillo encontrar argumentos que apoyen que el uso de las redes sociales en Internet puede incrementar el capital social, pero estos beneficios sólo se alcanzan cuando, como señalan Katz, et al. (2004, p. 13), los sujetos son conscientes de la dualidad online/offline y, podría añadirse, tienen la madurez suficiente para aprovechar los beneficios que aportan las redes. Los adolescentes, como se ha dicho antes, han descubierto en las redes sociales un modo sencillo y práctico de satisfacer una necesidad que es especialmente acuciante para ellos: la sociabilidad. Pero por su propia etapa vital, la probabilidad de hacer un mal uso de este recurso, el capital social, también existe. A continuación veremos algunas referencias a la relación entre menores, tecnología y capital social.

Adolescentes, redes sociales y capital social

En los estudios realizados entre 2007 y 2012 en varios países iberoamericanos, Bringué y Sádaba (2008, 2010, 2011) ponen de manifiesto que los menores hacen un uso intensivo de la tecnología y, en gran medida, con una finalidad social. Estos estudios refrendan y siguen la línea marcada por otros similares realizados en Europa o Estados Unidos (Livingstone, et al., 2013, 2012; Jones & Fox, 2009; Lenhart et al., 2008, 2006).

En la encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010 (Bringué, Sádaba y Tolsá, 2010, Sádaba, 2014) quedaba de manifiesto cómo los menores de entre 10 y 18 años en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, México, Perú y Ecuador utilizaban de un modo intensivo herramientas de mensajería instantánea (70%), redes sociales (75%), correo electrónico (65%) y los juegos en red (63%). Sobre estos últimos, por ejemplo, es significativo cómo un 41% de los chicos apreciaba en el juego en red precisamente la oportunidad de jugar “con mi grupo de amigos”, mientras que para un 22% era una ocasión de “hacer amigos”. El 92% de los encuestados afirmaba utilizar la mensajería instantánea para hablar con sus amigos, mientras que la comunicación con la familia era importante para el 53%.

Muchos de los elementos citados en el epígrafe anterior aparecen reflejados implícitamente en estos datos: el uso que los menores hacen de la tecnología busca ampliar redes que luego tienen su refrendo en la vida fuera de Internet, la creación de nuevos vínculos y el refuerzo de vínculos previos o la búsqueda de apoyo social más allá del ámbito familiar. Queda patente cómo los menores iberoamericanos encuestados buscan reforzar y ampliar sus círculos de amistades a través de la tecnología, lo que sin duda tendrá un impacto en su capital social.

El mismo estudio muestra cómo la tecnología es utilizada fundamentalmente para mantener y reforzar vínculos sociales previamente establecidos, uno de los elementos positivos del capital social. Tan sólo un 10% de los menores (Bringué, Sádaba y Tolsá, 2011, p. 143) reconoce que “no le importa agregar a desconocidos” en sus interacciones online. En la misma línea, un 51% afirma no tener amigos “exclusivamente virtuales”, mientras que un 27% los tiene pero ha llegado a desvirtualizarlos. El 23% restante dijo tener amigos a los que no conocía en persona. Mientras que conocer nuevos amigos es una posibilidad que ofrece Internet, y ampliar las redes de contactos, un indicativo de mayor capital social, también queda claro que el desarrollo de los vínculos exclusivos es más importante para los menores.

Que el uso de las redes puede tener un impacto positivo o negativo sobre el capital social de los adolescentes ha sido estudiado por Xie (2014), Liu y Brown (2014), Valenzuela et al. (2009). Ellison, Steinfeld y Lampe (2007) consideran que el tiempo que los jóvenes invierten

en las redes sociales puede aumentar el capital social, mientras que Liu y Brown (2014) destacan que revelar información personal puede provocar el inicio de nuevas interacciones virtuales y, por ende, permitir un incremento del capital social entre quienes las utilizan.

Para Xie (2014) es interesante el peso relativo de las distintas actividades que se realizan en las redes sociales y considera particularmente positivo el papel de las llamadas a través del teléfono móvil en las relaciones entre adolescentes. Si bien es cierto que en los últimos años las llamadas de voz se han visto sustituidas por los mensajes de texto, puede ser interesante analizar el efecto que puede llegar a tener sobre las relaciones entre los adolescentes que una aplicación tan popular como WhatsApp comience a ofrecer, como parte de su servicio, llamadas gratuitas entre los usuarios. En la línea del trabajo sobre esta aplicación, iniciado por Church y de Oliveira (2013), se puede revisar dicho efecto. Aunque la investigación sobre el uso de las redes sociales y el teléfono móvil aún es insuficiente, éste puede ser un recurso importante para la construcción del capital social de los jóvenes, de acuerdo con Xie (2014).

La influencia positiva del uso de las redes sociales en el bienestar, la confianza social y la participación cívica y política de los jóvenes, ha sido demostrada en estudios previos (Valenzuela et al., 2009), aunque también se ha señalado que hay que tener en cuenta su impacto en factores como la personalidad, las experiencias personales y el nivel de uso de la tecnología. Gonzales y Hancock (2011) comprobaron que la información que los usuarios publican en sus perfiles en Facebook mejora su autoestima. Esta red social permite editar y controlar qué y cuándo se publica y comparte una determinada imagen o fotografía, lo que revierte positivamente en la propia consideración del sujeto.

También existen estudios que ponen de relieve los aspectos menos positivos de esta hiperconectividad que parece potenciada de un modo particular por el binomio formado por móviles y redes sociales. Chou y Edge (2011) explican cómo los usuarios más habituales de Facebook, y aquellos que tienen entre sus contactos a numerosas personas que no conocen, tienden a sufrir sesgo de correspondencia o efecto de sobreatribución. Esto explica que los usuarios extiendan una imagen o un estado compartido de uno de estos conocidos de baja intensidad (a quienes habitualmente no conocen en persona) y lo conviertan en un atributo de su carácter: si alguien publica fotos o comentarios que expresan felicidad, se infiere de un modo simplista que esa persona es feliz.

Anderson y Rainie (2012) explican cómo los más jóvenes son quienes más se van a beneficiar, pero, también serán los más perjudicados por la hiperconectividad. De acuerdo con este estudio, el modo de vida actual les orienta a la gratificación instantánea, los acostumbra a las opciones rápidas y fomenta una clara impaciencia. Los expertos que participaron en este estudio señalan como pertinente y necesaria una reforma educativa con un mayor énfasis en promover la competencia digital.

Y es que, de acuerdo con Hofer y Aubert (2013), para entender la manera en que Internet hace posible aumentar el capital social es necesario concebir su uso como medio de comunicación entre personas, y no sólo de entretenimiento. En ocasiones los adolescentes se sienten particularmente atraídos por las capacidades comunicativas del medio sin reflexionar sobre el valor que resta o aporta a su capital social. Una mayor incidencia sobre la educación en la competencia digital es necesaria para asegurar que la comunicación mediada por la tecnología, particularmente por los dispositivos móviles, pueda contribuir a incrementar el capital social en todas sus facetas, tanto inclusivo como exclusivo.

Discusión

Si bien existe un número considerable de estudios que ponen en relación a los menores, las redes sociales y al *capital social*, son menos habituales los que añaden los teléfonos móviles como un factor que puede ser determinante en el proceso de comunicación y construcción de relaciones personales. La importancia que este tipo de dispositivos está teniendo en la vida de los adolescentes es tal, que es preciso analizar el impacto que puede tener también en el cultivo de sus relaciones sociales y, por ende, de su capital social.

Tal y como alertaba Portes (2000), el concepto de capital social ha sido aceptado con gran entusiasmo debido a que resalta el aspecto más positivo de la sociabilidad, pero no puede olvidarse que el capital social, como su símil financiero, también puede depreciarse o, incluso, desperdiciarse. Si no queremos enfrentarnos a una “burbuja social” es pertinente desarrollar estudios que aporten ideas y fundamentos sobre cómo asegurar que la tecnología sea un instrumento de cohesión social.

Referencias

- Anderson, J.Q. y Rainie, L. (2012). *The future of the Internet*. North Caroline: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Bauwens, J. (2012). Teenagers, the Internet and Morality. En Loos, E., Haddon, L., Mante-Meijer, E. (Eds.) *Generational Use of New Media*, Publishing Ltd: Ashgate.
- Bourdieu, P. (1985). The forms of capital, en Richardson J.C. (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241-258. NY: Greenwood.

- Boyd, D. (2014). *It's Complicated*. Nueva York: Yale University Press.
- Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2009). *La Generación Interactiva en España: jóvenes y adolescentes frente a las pantallas*. Barcelona: Colección Fundación Telefónica. Ariel.
- Bringué, X., Sádaba, Ch. y Tolsá, J. (2010). *La Generación Interactiva en Iberoamérica: jóvenes y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Foro Generaciones Interactivas-Fundación Telefónica.
- Burt, R. (1992). *Structural Holes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chou, H-T.G., y Edge, N. (2012). 'They Are Happier and Having Better Lives than I Am': The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, pp. 117-121. DOI: 10.1089/cyber.2011.0324
- Church, K., & de Oliveira, R. (2013). *What's up with whatsapp?: comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS*. *Proceedings of the 15th international conference on Human-computer interaction with mobile devices and services* (pp. 352-361). ACM.
- Coleman, J. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology, Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure*, 94, pp. S95-S120.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook friends: Social capital and college students' use of online SNSs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), pp.1143-1168.
- Gibbs JL. (2006). Self-presentation in online personals: the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33, pp.152-177.
- Goffman, E. (1963). *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: Free Press.
- Goffman, E. (1971). *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*. New York: Harper & Row.

- Gonzales, A. L. y Hancock, J. T. (2011). Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, (1-2), pp. 79-83. 2011. DOI: 10.1089/cyber.2009.0411
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), pp. 1360-1380.
- Hofer, M., Aubert, V. (2013). *Perceived bridging and bonding social capital on Twitter: Differentiating between followers and followees*. Zurich: Institute of Mass Communication and Media Research University of Zurich.
- Humphreys, L. (2005). Cellphones in public: social interactions in a wireless era. *New Media & Society*, 7(6), pp. 810–833. DOI: 10.1177/1461444805058164.
- James, C., Davis, K., Flores, A., Francis, J.M., Pettingil, L., Rundle, M., Gardner, H. (2009). Young People, Ethics, and the New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project. En John D. and Catherine T. *MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning*. Massachusetts: MIT Press.
- Jones, S. y Fox, S. (2009). Generations Online 2009. Recuperado de: <http://goo.gl/YKxKbW>
- Katz, J. E., Rice, R. E., Acord, S., Dasgupta, K., y David, K. (2004). Personal mediated communication and the concept of community in theory and practice en Kalbfleisch, P. (ed.), *Communication and community, Communication Yearbook 28*, pp. 315-371. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Katz, J., Aakhus, M. (2002). *Perpetual Contac: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. New Jersey: Rutgers University.
- Krackhardt, D. (1999). *The Ties That Torture: Simmelian Tie Analysis in Organizations*, en *Research in the Sociology of Organizations*, 16, pp.183-210.
- Lenhart, A., Kahne, J., Middaugh, E., Rankin Macgill, A., Evans, C. y Vitak, J. (2008). *Teens, Video Games, and Civics: Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interaction and civic engagement*. Washington D.C.: Pew Internet & American Life Project.
- Lenhart, A., Madden, M. & Rainie, L. (2006). *Teens and the Internet Findings submitted to the House Subcommittee on Telecommunications and the Internet*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.

- Liu, D., & Brown, B. B. (2014). *Self-disclosure on social networking sites, positive feedback, and social capital among Chinese college students en Computers in Human Behavior*, 38, pp. 213-219.
- Livingstone, S., Haddon, L. & Görzig, A. (Eds.). (2012). *Children, risk and safety on the Internet: research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press.
- Livingstone, S., Kirwil, L., Ponte, C. & Staksrud, E. (2013). *In their own words: What bothers children online?* Recuperado de: <http://goo.gl/WJrcNM>
- McKenna KYA, Green AS, Gleason M. (2002). Relationship formation on the Internet: what's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, pp. 9–31.
- Portes, A. (2000). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology, en Lesser, E.L. (ed.) *Knowdledge and Social Capital: Foundations and Application*, Boston: Butterworth-Heinemann, pp.43-67.
- Putnam, R. D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Putnam, R. (2003). El declive del capital social: un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario. Galaxia Gutenberg.Círculo de lectores: Barcelona.
- Sádaba, C. (2014). Use of information and communication technologies by Latin American children and adolescents: *The Interactive Generations Case, MEDIA@LSE Working Paper Series*, 29.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4): pp. 376-385
- Valentine, G. y Holloway, S. (2002). Cyberkids? Exploring Children's Identities and Social Networks in On-line and Off-line Worlds. *Annals of the Association of American Geographers*, 92(2), pp. 302-319.
- Valenzuela, S., Park, N., y Kee, K. (2009). Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, pp. 875–901.

Valkenburg, P. M. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: a decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18, pp.1–5.

Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Díaz, I. y Miyata, K. (2003). The social affordances of the Internet for networked individualism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(3). Recuperado de: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/wellman.html>.

Xie, W. (2014). Social network site use, mobile personal talk and social capital among teenagers. *Computers in Human Behavior*, 41, pp. 228-235.

