



Jóvenes universitarios en el contexto digital: usos y riesgos de Internet y las redes
sociales

Estudiantes:

Daniel Felipe Cardona Arenas

Nathalia García Popo

Asesora: Adriana Rodríguez Sánchez

Pontificia Universidad Javeriana Cali
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Programa Académico de Comunicación
Trabajo de grado

Santiago de Cali, 2023

Tabla de contenidos

1. Planteamiento del problema.....	5
2. Objetivos	11
3. Justificación.....	12
4. Antecedentes.....	14
5. Marco conceptual.....	21
6. Metodología de investigación.....	29
7. Resultados.....	37
8. Discusión y conclusión.....	72
9. Referencias.....	78
10. Anexos.....	87

Índice de tablas

Tabla 1. Características de la población.....	32
Tabla 2. Categorías básicas de los entrevistados.....	32
Tabla 3. Categorías básicas de los entrevistados.....	33

Resumen

Este proyecto de investigación pretende analizar la percepción del riesgo de Internet y las redes sociales de jóvenes universitarios de la ciudad de Cali, para contribuir a la reflexión sobre el rol de la universidad en la formación acerca de los desafíos de esta población en el contexto digital.

El trabajo se fundamenta en la noción de percepción de riesgos y usos de Internet. Asume una perspectiva cualitativa y utiliza la entrevista narrativa como técnica de investigación. A partir de los relatos de diez jóvenes universitarios se revela que realizan un consumo intensivo y permanente de Internet y de redes sociales, usan de manera diferenciada de cada una de las redes sociales y han elaborado concepción del riesgo como “una experiencia ajena”. Reconocen algunos riesgos vinculados a los escenarios digitales, pero manifiestan no tener claridad sobre los mecanismos para evitarlos o prevenirlos. Demandan de la Universidad que ofrezca espacios formativos para acercarse y abordar esta problemática.

Palabras claves: estudiantes universitarios, usos de Internet, redes sociales, percepción del riesgo.

1. Planteamiento del Problema

Este proyecto de investigación tiene por objeto analizar la percepción del riesgo de Internet y las redes sociales de jóvenes universitarios de la ciudad de Cali, con el fin de contribuir a la reflexión sobre el rol de la universidad en la formación de esta población en el contexto digital.

A medida que el uso de las redes sociales¹ se ha expandido de forma global, algunos hábitos y costumbres de las personas se han ido transformando, así como sus prácticas cotidianas y procesos socialización. De la misma manera, se han incrementado los riesgos a los que se exponen los usuarios en la red a causa de su masificación y uso intensivo (Echeverría y Almendros, 2016, p.106).

A raíz de la pandemia por COVID-19 se evidenció un incremento en el uso de redes sociales por parte de los jóvenes y la población en general. De acuerdo con el informe publicado por Hootsuite y We are social en el 2021, el 60% de la población mundial, es decir, 4.660 millones de personas, eran usuarios de Internet, lo que supuso un aumento del 7,3% respecto al 2020 y un crecimiento interanual de más del 13% (490 millones de usuarios nuevos) (Expansión, 2021).

En consecuencia, se han exacerbado los riesgos en Internet y las redes sociales, por ejemplo, durante la emergencia sanitaria del COVID-19 se hizo evidente el fenómeno denominado “infomedia”, definido como “información poco rigurosa que circula en la red, que suma a los sentimientos de paranoia, miedo, estigmatización y que tiene otro tipo de consecuencias como ofrecer una falsa sensación de protección” (Vela, 2021). Otros riesgos que se han hecho frecuentes son: la suplantación de identidad, el fraude, el *Phishing*, el cual se refiere al uso de mensajes directos o

¹ En el marco de este proyecto de investigación se definen las redes sociales como un lugar donde un grupo de personas se relacionan, comparten información, se comunican e interaccionan entre sí y crea comunidades (Cabero et al., 2020). Se consideran que “son aquellos espacios virtuales donde los usuarios pueden crear un perfil, interactuar con amigos reales y conocer personas con quienes compartir determinados intereses” (Kuss y Griffiths, 2011 y Araujo, 2016).

publicaciones tentadoras con enlaces maliciosos que en muchas ocasiones contienen malware (virus, programas de hackeo de contraseñas, etc.), cyberbullying o acoso cibernético, el miedo a perderse de algo o fear of missing out (FOMO por sus siglas en inglés), el cual se refiere a la preocupación de que los eventos sociales o de cualquier otro tipo tengan lugar sin que estemos presentes para disfrutar, y el *Grooming*, el cual comprende todas aquellas conductas ejecutadas en línea por pedófilos y pederastas (UNAD, 2018).

Uno de los riesgos que se ha evidenciado es la denominada *adicción digital*, explorada desde una perspectiva psicológica. Se refiere el uso intensivo de plataformas virtuales de interacción que implica el descuido de otras actividades, así como preocupación por el uso de las redes, ansiedad y cambios de humor durante periodos de abstinencia (Araujo, 2016). En relación con esto, Cuyún (2013) y Aponte et al (2015) mencionan tres factores que inciden en los casos críticos respecto al uso de la Internet y las redes sociales: personales, sociales y familiares. Entre los factores personales se encuentran estados depresivos o ansiosos, introversión, timidez, baja tolerancia a la frustración e inseguridad. Los factores sociales están asociados a los casos de bullying, dificultades para entablar una conversación, la soledad y la presión de grupo. Y, en el ámbito familiar, Aponte et al. (2015) indican que la *adicción digital* podría estar directamente relacionada con la funcionalidad familiar. Según Aponte et al. (2015), esto puede ser comprendido como un escape a su realidad y un método de dispersión. Para estos autores, la adicción digital puede alterar el funcionamiento familiar, llevando a problemas en la vida cotidiana de los usuarios y en las relaciones con los miembros de su familia.

Por otra parte, según Araujo (2016), algunas de las causas que se le atribuyen a esta problemática surgen a partir de factores individuales, socioculturales y de reforzamiento. Las personas perciben que las redes sociales son un medio importante para disminuir el estrés, la soledad, la depresión o compensar la baja autoestima y la falta de éxito social. Sin embargo, el uso excesivo de las redes también se puede atribuir al efecto de recompensa que estas pueden generar a corto plazo (Contreras

et al., 2018), por ejemplo, el scroll infinito, las reacciones como los “me gusta”, los comentarios, entre otras funcionalidades.

Según un estudio publicado por Microsoft (2019), se estima que a nivel global el 63% de los riesgos en Internet surgen de la relación con extraños y de personas que las víctimas solo conocen en línea. El reporte resalta que el contacto no deseado y recibir imágenes de contenido sexual no solicitadas pueden catalogarse como los riesgos más prominentes.

Tanto los usos como los riesgos de las redes sociales dependen de sus características y posibilidades tecnológicas, como lo permiten evidenciar Instagram, Facebook y Youtube. En cuanto a las funcionalidades de Instagram, y de acuerdo con la definición propuesta por Rodríguez et al. (2018), es posible señalar que:

El principal uso de esta aplicación es personal, los usuarios comparten contenido en su perfil para mostrar su rutina y fotografías favoritas. También, disfrutan del contenido plasmado en la red por los usuarios a los que siguen. Esta tendencia de mostrar en todo momento lo que un individuo está haciendo ha dado nombre a uno de los fenómenos principales de los últimos años, el denominado “postureo”, el cual se define como la adopción de ciertos hábitos, gestos y actitudes que buscan proporcionar una buena imagen de nosotros, con el fin de demostrar a los demás que somos felices, aunque realmente no sea así o no estemos convencidos de ello (p.48)

Adicionalmente, Morocho (2019) afirma que los usos más frecuentes de los jóvenes en Instagram son: ver lo que comparten sus amigos/as, informarse sobre productos, eventos, ropa, etc., ver lo que publica la gente famosa, compartir las cosas importantes de su día a día, crecer profesionalmente y, por último, conocer gente nueva. En referencia al tipo de contenidos, las fotografías y vídeos con amigos y familia son los que más aparecen tanto en los perfiles como en las historias, siendo estas últimas donde más publicaciones comparten.

Por su parte, Facebook brinda herramientas como el envío de mensajes directos, compartir mensajes, imágenes y reproducción de videos, entre otros. Sin embargo, una problemática que se ha hecho evidente con esta red desde el año 2018 ha sido la precariedad en el aseguramiento de la privacidad a sus usuarios. Como lo indicó la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC, por sus siglas en inglés, 2019), después de haberse dado a conocer un caso donde la firma Cambridge Analytics habría utilizado datos de los usuarios de Facebook para emplearlos en campañas de marketing político, se confirmó que serían 87 millones de perfiles los afectados. Además, afirma el estudio que se logró recopilar la información a través de una prueba de personalidad realizado en la red social.

En el caso de YouTube, las formas de interacción se generan principalmente a través de los comentarios y, especialmente, mediante la creación de videos-respuesta, video-reacciones y colaboraciones entre distintos creadores de contenido. A esto se suma el papel activo que desempeñan los espectadores en los procesos de interacción dentro de la plataforma, frente a lo que se podría denominar un consumo pasivo de los vídeos (García et al. 2013). También, Amaya (2019) recalca el comportamiento de los usuarios que asumen una posición mucho más participativa y creativa con relación a los tutoriales de YouTube, generando una dinámica de co-construcción sociotécnica de las diferentes experticias que por allí circulan. Incluso, al igual que sucede con plataformas como Facebook o Instagram, YouTube también permite la creación de un perfil y brinda la posibilidad de interactuar y conectar con personas, pertenecer a comunidades y compartir información, intereses y opiniones.

Referente a las motivaciones que suscitan las redes sociales, según plantea Tarullo (2020), los jóvenes tienen diferentes comportamientos e intereses en cada plataforma. Sin embargo, la mayoría de estos se ven permeados por la motivación de cubrir diversas necesidades sociales y personales, como, por ejemplo, el hecho de estar comunicados e informados, saber qué hacen sus contactos y promocionar una versión feliz de sus propias vidas; además, los tipos de uso y las motivaciones están relacionadas con la arquitectura que caracteriza a cada una de estas redes sociales.

Con respecto al problema vulnerabilidad digital, se observa que Colombia es uno de los países más afectados, como lo indicó el abogado Páez, citado en el País (2018); según el análisis realizado por la Universidad Libre en el cual se revisaron indicadores recientes de la Dijin y de Microsoft, se concluyó que es uno de los países que presenta mayores dificultades respecto al comportamiento digital y riesgos por Internet. En el estudio se calcula que el 66% de los ciudadanos ha sido víctima de plagio en redes sociales, robo de contraseñas, suplantación de identidad o cualquier otro riesgo intrusivo. La media a nivel internacional está en un 56% para este tipo de riesgos. En cuanto a estafas en línea, se calcula que el 33% de los colombianos ha caído en este delito. Además, se estima que los Millennials, nacidos entre 1981 y 1996, con edades de los 22 a los 38 años, son el grupo más imprudente al hacer uso de las redes sociales.

Adicionalmente, otros de los riesgos mencionados en el informe son los delitos de injuria y calumnia, los cuales son frecuentemente cometidos a través de medios digitales. Actualmente, la injuria está tipificada con penas que van desde los 16 hasta los 54 meses de prisión y multas que oscilan entre 13 y 1500 salarios mínimos legales mensuales vigentes. Por su parte, la calumnia puede generar hasta 72 meses de prisión.

Asimismo, el informe declara que en el país los principales riesgos son la recepción de contenido ofensivo y obsceno, consultar noticias falsas o engaños y ser contactados por extraños que solicitan información personal. Esto adquiere mayor sentido si se tiene en cuenta que en Colombia el 97% de los padres consideran que el tema más importante en el que se debe capacitar a los hijos tiene que ver con la privacidad y la seguridad en línea, de manera que puedan proteger su información y sus datos personales.

Por otro lado, es importante considerar que Colombia ocupa el cuarto lugar de los países que más horas dedican a Internet, de acuerdo con el reporte digital We Are Social (2020). Las cifras arrojan que el tiempo invertido en la red es un promedio de nueve horas y diez minutos, incluyendo redes sociales como YouTube. Además, se

menciona que las tres plataformas más utilizadas por los colombianos durante el confinamiento fueron Facebook, WhatsApp y YouTube.

En la Encuesta Nacional de Calidad de Vida realizada por el DANE (2021), en Bogotá, Valle del Cauca y Quindío se registran los porcentajes más altos de jóvenes de 14 a 28 años que usan Internet todos los días: 91,8%, 91,8% y 90,5%, respectivamente. Por el contrario, Vaupés fue el departamento que registró el porcentaje más bajo, con un 42,8%, es decir, menos de la mitad de los jóvenes usan Internet todos los días. Además, en un artículo publicado por la universidad EAFIT (2019) que buscaba caracterizar el uso de Internet en jóvenes colombianos, se presentaron los hallazgos de una encuesta realizada a 485 jóvenes de distintas ciudades de Colombia. Los resultados indicaron que el 29 % de los jóvenes caleños se ha quedado incluso sin comer o dormir a causa de navegar en Internet. Por otro lado, el 56 % dice haberse sentido disgustado cuando no se ha podido conectar; mientras que el 38 % ha descuidado a su familia por el tiempo que pasa conectado a la red.

Las redes sociales están marcando nuevas y distintas formas de consumo, especialmente entre los jóvenes, ya sea desde el punto de vista noticioso, como fuente de información general, como vía de relación interpersonal, como medio de entretenimiento o incluso como un modelo de negocio (García et al., 2019). En realidad, según un informe realizado por We Are Social (2022), se estima que el 32.2% de los usuarios más frecuentes de las redes sociales son jóvenes entre los 20 y 29 años.

Considerando lo expuesto, se plantea la siguiente pregunta de investigación
¿Cuáles son los usos de las redes sociales y qué percepción de los riesgos tienen los jóvenes universitarios de Cali usuarios de redes sociales?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar la percepción del riesgo de Internet y redes sociales de jóvenes universitarios de la ciudad de Cali, para contribuir a la reflexión sobre el rol de la universidad en la formación acerca de los desafíos de esta población en el contexto digital.

2.2 Objetivos específicos

2.2.1 Describir los usos de Internet y redes sociales que realizan jóvenes universitarios de la ciudad de Cali.

2.2.2 Identificar los conocimientos que tienen los jóvenes universitarios sobre los riesgos de Internet y las redes sociales.

2.2.3 Caracterizar las prácticas de prevención que han realizado los jóvenes frente a las situaciones de riesgo experimentadas en Internet y redes sociales.

3. Justificación

Este proyecto resulta pertinente dada la relevancia que en los últimos años ha tomado el estudio de Internet y las redes sociales, junto con el impacto de las tecnologías en la vida cotidiana de las personas. En las últimas dos décadas, el Internet se ha convertido en una herramienta presente en prácticamente todos los ámbitos de la vida de las personas, permeando todo tipo de actividades, tanto personales, como sociales y familiares. Al respecto, García et al. (2018) afirman que “la utilización de medios online y redes sociales ha ido adquiriendo una importancia cada vez mayor en la última década y se ha convertido en uno de los hábitos de comportamiento más extendidos entre la ciudadanía, debido a la ubicuidad y la convergencia de los dispositivos en el entorno multipantalla”²(p.292). Y así mismo, Bringué y Sádaba (2009), sostienen que “nos encontramos ante una generación equipada, móvil y multitarea”. Esto sumado a los nuevos hábitos de vida que, catapultados por la pandemia del COVID 19, han permitido ver la pertinencia de estos aspectos en la actualidad, pues las tecnologías han posibilitado nuevas formas de interacción social y comunicacional.

Otro aspecto que denota la pertinencia de este trabajo es que se centra en la población juvenil, el cual es el grupo social que más uso hace de las redes sociales llevándolos a tomar un rol tanto de consumidores como de creadores de los contenidos que circulan a través de estas plataformas. Pues como se mencionó anteriormente, más del 30% de los usuarios de redes sociales son jóvenes entre los 20 y 29 años, y a causa, de este gran uso frecuente, es la población que podría estar expuesta a un número más amplio de riesgos, por lo que se hace necesario conocer cuáles son aquellos a los que más se enfrentan los jóvenes y qué rutas de prevención emplean frente a este tipo de situaciones. A partir de esto, se podrán brindar pistas

² La discusión sobre los riesgos de Internet y de las redes sociales ha sido escenificada por diferentes productos culturales. Uno de los más recientes es el documental de Netflix titulado el Dilema de las redes sociales (2020) en el que se presenta la perspectiva de personas que han estado vinculadas a las corporaciones que gestionan las redes sociales y que muestran las posibles repercusiones en la vida individual y social de dichas redes.

que permitan establecer rutas de capacitación formal, especialmente desde las aulas universitarias.

En relación con la anterior, se pretende brindar insumos para que la Universidad examine su rol en los procesos de formación de los estudiantes acerca de Internet y las redes sociales, dado que su compromiso con la educación integral hace que se tengan en cuenta las competencias mediáticas e informacionales de los estudiantes frente a la manera como evalúan o no los contenidos de las redes sociales y la relación de estas prácticas con el ejercicio de la ciudadanía.

Además, teniendo en cuenta los resultados de esta y otras investigaciones relacionadas, los cuales apuntan a que muchos de los jóvenes usuarios desconocen los canales a los cuales deben acudir en caso de atravesar por una situación en Internet o redes sociales, se podrían usar estas pistas como herramientas orientadoras para analizar cómo desde la universidad se pueden abordar este tipo de problemáticas, e incluso, validar la pertinencia de implementar cursos, clases, talleres u otro tipo de metodologías en la educación formal superior que complemente estos vacíos sobre el uso de Internet y redes sociales en los jóvenes universitarios.

4. Antecedentes

Para la construcción de los antecedentes se revisaron diferentes estudios que se agrupan en tres tendencias: 1. Jóvenes y redes sociales: prácticas y usos. 2. Riesgos en las redes sociales e Internet. 3. Motivaciones para el consumo de Internet y redes sociales.

4.1 Jóvenes y redes sociales: prácticas y usos

Los usos de redes sociales son muy variados, las formas de utilización de estas plataformas se han transformado paulatinamente a medida que ha ido cambiando su estructura, características y funciones básicas. En relación con esto, García et al. (2019) realizaron un estudio que tuvo como objetivo conocer la percepción que los jóvenes (18-24 años) tienen de las redes sociales e identificar sus usos. Como metodología se empleó un grupo de discusión entre cinco y ocho participantes aplicado a cuatro perfiles: estudiantes de formación profesional terminada y estudiantes universitarios, divididos a su vez en usuarios muy activos y poco frecuentes, obteniendo como resultado que Twitter e Instagram son las dos redes más recurrentes, y su preferencia parece estar relacionada con su uso y no tanto con una tendencia o moda general. En cuanto a Facebook, su utilización depende de la frecuencia con la que los usuarios acceden a la plataforma. En los perfiles de baja actividad, el uso está centrado en el ocio; mientras que el uso informativo solo se da (y excepcionalmente) en el grupo de universitarios con alta actividad en redes.

Los autores concluyeron que Facebook se emplea fundamentalmente para el contacto familiar y para el ocio (revisión de memes, videos cortos, etc.) y que la vinculación de esta red con los círculos familiares habría provocado el traslado de los usuarios jóvenes a otras plataformas para quedar al margen de aquellos y poder expresarse con mayor libertad. Twitter, por su lado, es la red que parece estar orientada de manera más clara a la obtención e intercambio de información y, por último, Instagram es percibida como una red para uso profesional, pero también se presenta como un entorno orientado al ocio.

Por su parte, Giraldo-Luque y Fernández-Rovira (2020) buscaron identificar el tiempo de dedicación y las principales justificaciones que los estudiantes universitarios de la carrera de Comunicación en España otorgan al uso de dispositivos móviles y de redes sociales, analizando los resultados de una encuesta realizada desde 2016 al 2019 en la que se preguntó sobre el uso y la percepción de la atención dedicada por ellos a estas plataformas.

Como método de investigación se realizó el contraste de los resultados de la encuesta con una monitorización controlada del tiempo de uso de aplicaciones en los móviles efectuada con un grupo de estudiantes. Para la prueba de monitorización, cada participante controló el uso de su teléfono móvil durante una semana a través de la aplicación Quality Time. También se efectuó la realización de cuatro grupos focales cualitativos de entre seis y siete estudiantes universitarios de 19 a 21 años, que cursan el segundo o el tercer año de estudio de grado relacionado con las ciencias de la comunicación. Como resultado se destaca que existe una tendencia al alza en el número de horas al día que los jóvenes encuestados indican usar las redes sociales. Los jóvenes que usaban las redes entre seis y ocho horas al día pasaron a ser el 21,5% en 2019, cuando entre 2016 y 2018 apenas llegaban al 5%. Se evidenció que los estudiantes en promedio pasaban cuatro horas y media al día usando su teléfono, y las redes más utilizadas eran WhatsApp e Instagram.

De igual forma, Merino (2011) afirma que las redes sociales online se han erigido como las plataformas de relación e interacción preferidas para una generación de jóvenes que ha crecido rodeada de aparatos tecnológicos, pues no sólo hacen un uso cotidiano y constante de ellas, sino que las consideran estrategias propias para relacionarse. Por tanto, propone en su trabajo una aproximación a las redes sociales online como un fenómeno expansivo que ha constituido para los jóvenes una herramienta comunicativa e interactiva de primer orden. Utilizando una metodología cualitativa, la autora describe las prácticas que los jóvenes, nativos digitales, llevan a cabo a través de las redes sociales, prestando especial atención a sus rutinas digitales de relación y a los sentidos y significados de sus prácticas interactivas.

Merino (2011) determina, a modo de conclusión, que existen diferentes formas de apropiación tecnológica, y que esta viene determinada por las distintas fases de socialización tecnológica en la que se ha producido dicha apropiación. Es decir, en el caso de los nativos (jóvenes) existe socialización primaria, mientras que en los adultos hay socialización secundaria. Para los adultos esta forma de relación es distante, apartada, remota o lejana. Para los y las jóvenes, sin embargo, las vinculaciones que establecen a través de las nuevas tecnologías son de todo menos distantes. Las redes sociales constituyen estrategias propias que les acercan a sus pares, les abren un espacio-tiempo social para relacionarse que cada vez cobra más importancia dentro de sus prácticas cotidianas porque son materia de construcción de relaciones significativas.

Por otra parte, Gómez (2021) elaboró una investigación acerca de las redes sociales con el objetivo de precisar qué son las redes sociales y cómo se las puede estudiar en torno a problemas sociopolíticos. En este trabajo las redes sociales se definen como plataformas que permiten compartir información, entablar relaciones con diversos usuarios y ver información de ellos, además de haberse convertido en parte indispensable de la interacción social entre individuos.

El autor busca generar un análisis que privilegie el estudio de las redes sociales en sí, independiente de conceptualizaciones enmarcadas en los individuos y que a su vez permitan pensar de otro modo las relaciones entre los sujetos y los complejos tecnológicos que los rodean.

Es decir, busca indagar sobre las partes técnicas, origen, características de las funcionalidades de las redes sociales (como por ejemplo subir una foto), cómo surgió la posibilidad de generar comentarios y qué objetivos, proyectos y mecanismos estuvieron en el fondo de estas funciones, teniendo en mente que las redes afectan los modos en los que se relacionan los individuos. En suma, el autor manifiesta que es necesario ampliar cierto margen de comprensión e interpretación a través de enfoques teóricos distintos que permitan complejizar y problematizar el estudio de las redes sociales. Finalmente, el autor concluye que su propuesta teórica no tiene una

pretensión de totalidad, sino que existen en ella conceptos que pueden ser enriquecedores para otros tipos de análisis.

Este primer conjunto de investigaciones se destaca por el tipo de abordaje metodológico que asume. En estos casos, la perspectiva cualitativa permitió reconocer prácticas significativas para los jóvenes, procesos de socialización y usos diversos de las redes sociales.

4.2 Riesgos en el uso de redes sociales y percepciones

El segundo grupo de estudios se enfoca en indagar la relación que tiene el uso de las redes sociales y los riesgos.

El estudio de Calvarro et al. (2019) se centra específicamente en determinar el grado de conocimiento que tienen los jóvenes sobre la navegación en Internet y la utilización de las redes sociales y sus riesgos, planteando la necesidad de educar en esta materia a nivel formal. Este trabajo se inserta dentro de la preocupación social emergente acerca de los riesgos potenciales que sufren los jóvenes, derivados de la utilización de las TIC. De este modo, utilizando la metodología biográfico-narrativa, se elaboraron relatos de vida de diez estudiantes entre 18 y 25 años para describir su conocimiento sobre las TIC y sus riesgos, su percepción sobre la formación que han recibido en esta materia y la necesidad de que se eduque de manera formal desde las aulas.

Los resultados obtenidos muestran un uso elevado en la conexión a Internet y las redes sociales, la utilización del smartphone como dispositivo fundamental de conexión, la utilización de herramientas para mantener contacto con otras personas, subir y visualizar fotografías, la ausencia de conocimiento específico sobre las implicaciones legales de un mal uso de Internet y redes sociales, así como la necesidad de educar en las aulas a lo largo de toda la etapa educativa.

También se encontró un aporte relevante en la investigación de Isidro de San Pedro y Moreno (2018), cuyo objetivo fue conocer la relación que las personas tienen

con las redes sociales y aplicaciones móviles –destacando WhatsApp– pudiendo pasar ésta de un simple uso a un manifiesto abuso e, incluso, a una adicción a las mismas. Se pretendió indagar en el uso que se hace de dichas herramientas y las consecuencias negativas que pueden acarrear cuando aparece un uso excesivo.

Se utilizó una metodología cuantitativa, empírico-analítica; el instrumento de medida fue un cuestionario ad hoc constituido por 56 ítems, y fue aplicado a una muestra final de 226 sujetos. Los resultados permitieron concluir que el uso de estas herramientas es masivo, así como la frecuencia general con la que se utilizan, lo que supone una cierta limitación en la vida de las personas, dificultando específicamente aspectos de su vida social, pudiendo conllevar efectivamente a problemas añadidos como el uso arriesgado de las posibilidades de control que presentan tales herramientas. Este trabajo es pertinente ya que indaga acerca de los riesgos y consecuencias del mal uso de las redes sociales que, al igual que en este caso, se convierte en uno de los intereses principales de investigación.

Por otra parte, González–Andrío et al. (2020) realizaron un análisis de las redes sociales y sus usos a partir de la emergencia sanitaria por COVID-19. El objetivo de esta investigación es explorar y comprender los impactos y riesgos del uso, difusión y producción de las redes sociales en la participación ciudadana y la democracia. Este es un estudio de tipo interpretativo y descriptivo del comportamiento de los jóvenes y corresponde a una fase inicial. La metodología que se empleó fue un cuestionario online que fue diligenciado por 127 estudiantes, de los cuales el 95,05% eran españoles.

Se concluyó que los riesgos a los que más hacen referencia los jóvenes encuestados en relación al uso de las redes sociales son los problemas éticos, entre los que destacan el engaño, la crueldad, el ciberbullying, el uso de las redes para descalificar o desacreditar a personas, la competitividad, las faltas de respeto a las opiniones ajenas, los juicios infundados y la existencia de contenidos “oscuros”.

En esta segunda tendencia de investigaciones se puede resaltar el uso de la metodología biográfica-narrativa para la construcción de relatos de los usuarios acerca de su relación con las redes sociales. Además, se logra examinar la percepción y conocimientos previos de los estudiantes universitarios sobre los riesgos de Internet y las redes sociales. Estos dos aspectos son ejes centrales en este estudio y sirven para su fundamentación teórico-metodológica.

4.3 Motivaciones: Un acercamiento desde la teoría de usos y gratificaciones

García et al. (2018) proponen en su trabajo conocer cuáles son las gratificaciones que encuentran los estudiantes de educación secundaria y universitaria al utilizar intensamente las redes sociales Facebook, Instagram y YouTube. Tomando como fundamento la teoría de Usos y Gratificaciones, se recogieron datos a través de un cuestionario a estudiantes de educación secundaria (N=260) y universitarios (N=315). Los resultados mostraron que los estudiantes de secundaria buscan una mayor presencia social y velan por su propia imagen, mientras que los estudiantes universitarios buscan entretenimiento.

Los autores han tratado de comprender cuáles son las motivaciones que estimulan a los adolescentes y jóvenes a utilizar algunas de las redes sociales de carácter genérico más populares, como Facebook, YouTube o Instagram, y comprobar en qué medida la edad y la pertenencia a una generación influye en la relación entre las gratificaciones y la intensidad de uso de estas redes sociales. Así, a partir de estas motivaciones, se podría dar cuenta de los distintos usos de las redes sociales dependiendo de factores como la edad.

Finalmente, Tarullo (2020) buscó con su investigación conocer qué hacen los y las estudiantes universitarias/os del centro de Argentina en sus redes sociales favoritas a partir de una metodología mixta que combina datos cuantitativos y cualitativos obtenidos mediante una encuesta (n=1243) y entrevistas semiestructuradas. Los resultados de este estudio indican que el grupo protagoniza distintos comportamientos en cada plataforma, y que éstos están condicionados por

la motivación de cubrir diversas necesidades sociales y personales, tales como estar comunicados, estar informados, saber qué hacen sus contactos y promocionar una versión narcisista y feliz de sus propias vidas. Además, la autora plantea que estas motivaciones presentan grandes variaciones si se tiene en cuenta la multiplicidad de factores existentes en la relación usuario-tecnología, tales como edad, género, factores sociales, culturales y educativos; tipo de red social y variación de las funcionalidades y herramientas de las plataformas. De esta forma, aparecen nuevas y distintas motivaciones. Entre ellas, la búsqueda de sociabilidad, consumir noticias, compartir contenido, conocer gente y también encontrar amigos/as de otras épocas, obtener reconocimiento o contar historias con fines narcisistas de promoción personal. Esta investigación brinda pistas para precisar las razones y los tipos de uso de determinada red social en los jóvenes entrevistados.

Este grupo de investigaciones aporta por los resultados de la indagación que realizan de las motivaciones y gratificaciones de los usuarios frente a las redes sociales. Estos aspectos contribuyen a comprender algunas actividades y preferencias de los jóvenes; sin embargo, en este estudio no se asume la perspectiva teórica de los usos y gratificaciones por las limitaciones que puede ofrecer para explorar el contexto sociocultural de los usuarios.

5. Marco conceptual

A continuación, se presentan las categorías más importantes de este trabajo de investigación como la hiperconectividad, usos, prácticas y percepción del riesgo.

Hiperconectividad:

Con la aparición de nuevos soportes digitales y de las redes sociales, las personas están absorbiendo información más rápidamente y desde un conjunto de canales cada vez más amplio. Cualquier persona con una conexión a Internet y un computador o un teléfono celular puede compartir sus ideas, influir en la opinión pública e incluso generar cambio social. El actual entorno digital parece ser cada vez más accesible y de particular inmediatez. Las personas, las organizaciones y grupos sociales pueden comunicarse entre sí al instante y, también, las máquinas están conectadas entre sí.

Vega (2014) hace alusión al concepto de “hiperconectividad”, y afirma que este término se refiere no solo a los medios de comunicación y a la interacción, sino también al impacto de este fenómeno tanto en lo personal como en la sociedad. Además, sostiene que existe la posibilidad de que la hiperconectividad pueda ser un elemento diferenciador clave entre los ricos y pobres en la economía global.

En relación con lo anterior, Muñoz (2017) manifiesta que este término está estrechamente relacionado con el de globalización, y que se refiere a una sociedad en la que cualquier evento, primicia o incidencia que se da en alguna parte del mundo se propaga de forma inmediata. Así, la inmediatez de la comunicación humana se hace posible gracias a la presencia de la Internet y las redes sociales. Por otra parte, Gallardo (2020) afirma que este concepto se refiere a la generación de los datos digitales masivos (big data), a la robotización y a la computación cuántica, y que contempla importantes cambios tecnológicos, económicos, geopolíticos y de mentalidad.

Es posible notar una evidente incidencia de la hiperconectividad en aspectos fundamentales que influyen en la configuración y el desarrollo social, económico y político de las sociedades a nivel macro, más allá de las intervenciones que se puedan gestar a nivel personal y entre un grupo determinado de individuos.

Economía de la atención:

Giraldo-Luque y Fernández-Rovira (2020) tratan el concepto de la economía de la atención en un escenario muy próximo al presente proyecto de investigación. Mediante un estudio empírico, demuestran la incidencia de este concepto en la vida cotidiana de jóvenes estudiantes universitarios. En la investigación se analizaron los resultados de una encuesta que preguntó sobre el uso y la percepción de la atención dedicada por los estudiantes a las redes sociales. “Los datos demuestran que los jóvenes analizados dedican cada vez más horas a las redes sociales y que además invierten más tiempo del que son conscientes en los dispositivos móviles, principalmente en dos redes-industrias que se convierten en oligopólicas: Instagram y WhatsApp”. La discusión sobre la economía de la atención demuestra la eficacia y la interiorización individual de estrategias sofisticadas de control bajo la acción inconsciente del usuario.

La concentración de la atención de los jóvenes en las pantallas determina diversas consecuencias; lo que constituye un nuevo campo de análisis orientado a la medición del consumo centrado en la atención digital y en las disputas entre las grandes plataformas digitales por captar la atención y los datos de los usuarios. El nuevo espacio de disputa se ha posicionado como el objeto de trabajo de la economía de la atención.

La gran industria de las redes sociales utiliza la atención como centro de su lógica económica y de su propio desarrollo y crecimiento. El concepto describe los problemas de la sociedad de la información, en donde se construye un oligopolio estructurado sobre los bienes de la información: los datos, y el tiempo de atención consciente o inconsciente que dedicamos a interactuar con las plataformas digitales.

El tiempo es una buena medida para cuantificar el recurso que alimenta el propio sistema económico al introducir con cada clic, cada toque de pantalla o cada segundo de consumo más y más datos.

En la actualidad, una gran cantidad de estímulos de información (ofrecidos por las plataformas digitales) compite por los recursos cognitivos (de sus usuarios) y dan lugar a la economía de la atención. Con todo, la Internet y las redes sociales no son totalmente gratuitas; al parecer sus usuarios estarían pagando un precio mucho más alto que el del propio dinero por hacer uso de ellas: su atención, su información y datos personales, en definitiva, su tiempo.

Redes sociales:

Para esta categoría se adoptó la definición propuesta por Cabero et al (2020), quienes definen a las redes sociales como un lugar donde un grupo de personas se relaciona, comparte información, se comunica e interacciona entre sí y crea comunidades. Se complementa esta definición con la propuesta por Kuss y Griffiths (2011) en Araujo (2016), en la cual se define a las redes sociales como “aquellos espacios virtuales donde los usuarios pueden crear un perfil, interactuar con amigos reales y conocer personas con quienes compartir determinados intereses”.

La investigación de Cabero et al. (2020) plantea la diferencia entre redes sociales presenciales y redes sociales online (RSO). De esta forma, las RSO están determinadas por diferentes características como la ausencia de contacto físico, inexistencia de relación entre la identidad del individuo en el mundo real (offline) y en el mundo online, además de ser una vía de relación social para aquellas personas que en su vida real tienen dificultades para mantener relaciones sociales, posibilidad de comunicación de manera simultánea entre un gran número de personas y facilidad para romper o suspender relaciones o contactos.

Usos:

Según Domínguez y López (2015) los usos de redes sociales se refieren a aquellas tareas que los usuarios ejecutan de manera natural, y a partir de los cuales se generan nuevos hábitos y prácticas. Entre ellos menciona chatear, jugar, escuchar música, comunicarse, etc. Además, los autores afirman que estas plataformas de interacción también son empleadas para obtener información y como apoyo para realizar actividades académicas. en la actualidad, las redes sociales se han convertido en recursos fundamentales de expresión e interacción social entre los jóvenes; ya que a través de ellas pueden realizar actividades lúdicas y de entretenimiento, así como llevar a cabo prácticas de socialización, estar en contacto con personas cercanas, recuperar la comunicación con familiares y amigos, establecer nuevas amistades, encontrar pareja o incluso utilizarlas como espacios de desahogo de sus pensamientos y emociones.

También, son espacios alternativos de expresión y discusión sobre temas de interés, para realizar actividades académicas compartiendo información a través de foros de discusión y permitiendo las comunicaciones maestro-alumno; y hasta se convierten en plataformas para buscar empleo.

Gómez y Domínguez (2022) distinguen a su vez dos tipos de usos: productivos, aquellos que expanden la autonomía personal de los jóvenes para favorecer su acción humana y su participación en la vida social con el fin de desarrollar su potencial personal y colectivo, como por ejemplo tareas y cursos complementarios a la educación; y de ocio, que comprenden las actividades en línea relacionadas con la diversión, como juegos en línea, escuchar música, ver videos y mensajear con amigos y familiares. Además, Casales (2021) refiere que los estudiantes de nivel medio y superior tienen una actitud positiva hacia el uso de las aplicaciones móviles para la vida diaria y el aprendizaje, donde destacan actividades como la comunicación e interacción, la búsqueda y verificación de materiales de aprendizaje y la referencia e intercambio de información.

Partiendo de la premisa de que cualquier usuario converge en la necesidad de interactuar con otra gran masa de internautas a los que se quiere sentir unido, Caldevilla Domínguez (2010 pp.52-53) describe 4 tipos de usos principales de las redes sociales:

Mantenimiento de amistades: significa seguir en contacto con amigos, colegas, ex compañeros de trabajo, conocidos, etc., quienes, de no ser por estos servicios, irían perdiendo relación como ha ocurrido antes de la propagación de las redes sociales.

Nueva creación de amistades: Si bien las redes mantienen el contacto entre personas que se conocen, cada una de las personas que participa relaciona de una forma u otra a sus contactos con segundas o terceras personas que pueden a su vez interactuar y conocerse. De esta forma, es posible ensanchar el círculo de amigos, aunque la amistad derivada de las redes sociales tiene sus propias características que en ocasiones pueden implicar contacto offline o no.

Entretenimiento: también hay un perfil de usuarios de las redes sociales que las usa como portal de entretenimiento, sin más pretensiones. Exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos compañeros de clase, etc. Es el recurso de observar lo que acontece sin ser visto. Sin embargo, existen otras aplicaciones creadas por las propias redes sociales que hacen que el usuario participe más activamente o pase más tiempo conectado fomentando la interacción, casi segura, con algún otro contacto.

Gestión interna de organizaciones empresariales: Sin duda, este uso está circunscrito a empresas dentro de cuya estructura se crean redes sociales privadas para agilizar trámites, comunicaciones, conferencias, informes o se crean otras redes simplemente para poder estar en contacto con clientes, proveedores, socios o profesionales del sector, tanto a nivel laboral como personal.

Prácticas:

Las relaciones sociales cotidianas están marcadas por prácticas mediáticas que combinan los medios de comunicación convencionales con el nuevo entorno digital, conformando un escenario de convergencia (Jenkins, 2006, citado por Carriños Reis et al. 2018). Hablar de prácticas digitales es hablar de acciones y experiencias. Más que hablar sobre tecnologías interactivas, hay que tener en cuenta las interacciones que ocurren entre los consumidores de medios, entre consumidores de medios y textos mediáticos, y entre los consumidores de medios, los medios de comunicación y los productores de medios. Así, las prácticas son entendidas como el lugar privilegiado para observar al sujeto en acción dentro de la cibercultura.

Por otra parte, Tarullo (2020) afirma que, aunque la bibliografía sobre las prácticas en redes sociales en distintos entornos es vasta, aún se observan nichos no explorados sobre el rol que cumplen estos espacios digitales. Conversar, socializar, consumir noticias, buscar pareja, compartir ideas, contactar amigos/as, ser parte de movilizaciones digitales a partir de novedosas simbologías y narrativas y participar en temas de la agenda pública son parte de un amplio y cambiante arco de prácticas que los usuarios protagonizan en el espacio de las redes sociales, en un complejo escenario en constante modificación.

Para Merino (2011), las prácticas se refieren a los hábitos, formales e informales, que hacen los jóvenes en las distintas redes sociales. Más específicamente, tiene en cuenta factores como las habilidades y la apropiación tecnológica, los roles y el tiempo de uso. La autora hace especial énfasis en el papel de los jóvenes como productores activos de prácticas y significados tecnológicos a través de los cuales buscan la afirmación de su ser joven y el desarrollo de su sociabilidad.

Motivaciones:

En principio, Tarullo (2020) hace alusión a cinco categorías que reúnen las motivaciones de los jóvenes para hacer uso de la Internet y los medios de comunicación: necesidades cognitivas, de integración personal, de integración social, afectivas y de esparcimiento. Sin embargo, con la aparición de las redes sociales estas categorías precisaron ser analizadas en profundidad teniendo en cuenta las características propias y las particularidades de cada una de estas plataformas digitales: “no todas las redes sociales ofrecen las mismas herramientas de interacción ni tienen una arquitectura semejante”. Esto se ha podido evidenciar en la caracterización de las redes sociales realizada previamente.

Además, se alude a una variedad de procesos socio-comunicacionales que inciden en la complejización y diversificación de los usos, motivaciones y gratificaciones que los usuarios encuentran cuando utilizan las redes sociales. A partir de este análisis, surgen otras motivaciones como la expresión de opinión, búsqueda de sociabilidad, consumir noticias, compartir contenido, conocer gente y también encontrar amigos/as de otras épocas, obtener reconocimiento y promocionar una versión narcisista y feliz de sus propias vidas.

Percepción de riesgo:

Para precisar esta categoría se adoptó la definición propuesta por Ramos et al. (2018), quienes definen percepción del riesgo como el “proceso cognitivo que descansa en la información que cada persona tiene sobre determinadas cuestiones y que procesa organizándose un juicio de valor que condiciona su comportamiento”. La percepción del riesgo es un factor fundamental en la adquisición y mantenimiento de actuaciones relacionadas con la ciberseguridad, principalmente como escudo ante los peligros y riesgos activos. En términos generales, la investigación señala que el acceso a Internet brinda infinidad de oportunidades, pero al mismo tiempo, también es mayor la exposición a riesgos, especialmente al ciberacoso, la ciber-agresión y la ciber-victimización. Por su parte, Labrador y Villadangos (2010) (citado en Ramos et

al., 2018), afirman que la edad incrementa la percepción del riesgo que supone un uso excesivo de Internet y redes sociales, y sus posibles consecuencias adversas.

Por otro lado, Buckingham (2007) postula una perspectiva optimista donde indica que el riesgo no siempre es negativo, pues se interpreta como una dimensión clave del desarrollo para los jóvenes (Lightfoot, 1997, como se citó en Buckingham, 2007). Así, afirma que la toma de riesgos en los jóvenes “ofrece oportunidades para construir la identidad, formar relaciones grupales y definir el lugar de estos en el mundo”. También, menciona que, en algunos casos, la asunción de riesgos ofrece oportunidades para un desafío “autotrascendente”, para demostrar autonomía y adaptarse a las responsabilidades de los adultos; y como tal, puede servir a importantes objetivos de desarrollo. Como sugiere Lightfoot (1997), esto puede explicar por qué algunos jóvenes siguen asumiendo riesgos a pesar de que están bien informados sobre ellos. Esto sin desconocer los contextos que puede aplicar a cada uno de los jóvenes y las dimensiones que lo permean (contexto social, cultural y psicológico).

6. Metodología

Este apartado expone las decisiones metodológicas que orientan el estudio: tipo de estudio, población, categorías de análisis y consideraciones éticas.

6.1. Tipo de investigación

Este proyecto de investigación es de tipo descriptivo con una perspectiva epistemológica cualitativa. La investigación cualitativa, como lo expresa Hernández-Sampieri (2014), depende del planteamiento de un problema y permite identificar diversos significados sociales, dando paso a una comprensión profunda de ideas que se deben adaptar a las circunstancias de la investigación y creando un espacio de reconocimiento sobre el tema que se va a tratar. En este sentido, se entiende la investigación cualitativa como el reconocimiento de los significados de otros individuos desde un punto de vista propio.

6.2. Técnicas de investigación

La técnica de investigación y de recolección de datos será la entrevista narrativa o biográfica. En cuanto al método biográfico-narrativo, tiene sus orígenes en la escuela de Chicago, y nace con la obra de Thomas y Znaniecki «El campesino polaco en Europa y América» publicada entre 1918 y 1920. Según Landín y Sánchez (2019), autores como Joan J. Pujadas reconocen que en esta obra se empezó a utilizar el término *life history* (historia de vida) para describir tanto la narrativa vital de una persona recogida por un investigador, como la versión final elaborada a partir de dicha narrativa.

Huchim y Reyes (2013) plantean que la investigación biográfico-narrativa permite que surjan y se desarrollen perfiles que vinculen las estrategias cualitativas de investigación de los actores reales de la vida cotidiana. En este caso la narración biográfica ofrece un marco conceptual y metodológico para analizar aspectos

esenciales del desarrollo humano y establece sus líneas personales y expectativas de desarrollo.

Dicho esto, se trata de una conversación de larga duración a través de plataformas de comunicación tales como Zoom, Microsoft Teams o Google Meets con los jóvenes seleccionados (aproximadamente 1 hora) donde se abordan los temas definidos como categorías de análisis. También, se aplicó la técnica de codificación temática como mecanismo de análisis de datos, identificando los apartados claves relacionados a cada una de las categorías de análisis, haciendo una reflexión al respecto y contrastando estos hallazgos con la información de cada una de las entrevistas.

Respecto a las particularidades de la entrevista narrativa, Alheit (2012) manifiesta que esta se basa en una teoría concreta sobre la narración de historias que cada uno puede comprobar por sí mismo. Además, explica una serie de factores o reglas que se deben tener en cuenta su preparación y aplicación. Según el autor, el primer paso es preparar la entrevista cuidadosamente. “Como oyente, debes prepararte tanto como el que va a contar la historia. Una buena recomendación es concertar una cita previa a la entrevista y, en ella, aclarar las cuestiones y dejar las intenciones al desnudo”. Como segunda medida, recomienda entrevistar solo a individuos que de verdad interesen por su propia persona o su problema particular.

En tercer lugar, aclara que se debe establecer abiertamente el propósito de la entrevista; es decir, que los entrevistados tengan el derecho a saber qué va a pasar con el material que han aportado a la investigación. “Asegúrales que no se darán nombres, de modo que la identificación pública sea imposible”. Luego, Alheit sugiere a los entrevistadores contar algo también acerca de ellos, de modo que la entrevista no se convierta en un interrogatorio o una “confesión religiosa”. La quinta lleva por nombre “necesitas tiempo y un interés firme”. El autor recomienda tomarse el tiempo necesario, sin prisas ni afanes: “Lo mejor es acordar una cita sin hora concreta de cierre. No empieces directamente con la entrevista. Habla un poco sobre cosas obvias y cotidianas.” (Alheit, 2012).

Seguidamente, el autor brinda algunos consejos sobre cómo interactuar con el entrevistado una vez haya comenzado la entrevista. Para ello sugiere permanecer “en el fondo” todo lo posible. refiriéndose a que es conveniente intervenir lo menos posible, sin dejar de mostrar interés con expresiones como “entiendo”, “¿sí?”, gestos de amabilidad, sorpresa, decepción, etc. según sea el caso. También, aconseja no hacer comentarios sobre sus opiniones. Por último, el autor habla sobre perder el miedo a cometer errores y disfrutar de la charla con nuestro entrevistado. “Recuerda que contar una historia puede ser divertido y que es agradable tener por delante a un oyente con un indiscutible interés ilimitado y todo el tiempo del mundo” (Alheit, 2012).

Adicionalmente, se tuvo en cuenta el principio de saturación para culminar con la obtención de información. Principio que se refiere al momento en que, después de la realización de un número de entrevistas, grupos de discusión, etc., el material cualitativo deja de aportar nuevos datos.

6.3. Población y criterios de inclusión

La población escogida para este proyecto fueron estudiantes universitarios de pregrado de la ciudad de Cali. Para ello, se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de inclusión:

Residencia: estudiantes residentes en la ciudad de Cali.

Edad: estar ubicados en un rango de edad entre los 18 y los 24 años.

Ocupación: todos debieron tener como ocupación principal la de estudiantes y encontrarse y matriculados en el semestre 2022-2 en alguna de las universidades de la ciudad de Cali. No se tuvo en cuenta la carrera ni se consideró si la universidad era pública o privada.

Vínculo con Internet y las redes sociales: los participantes deben auto reconocerse como usuarios activos de las redes sociales y de Internet.

Tabla 1 características básicas de la población

Generación	Jóvenes
Edad Poblacional	Entre 18 a 24 años
Género	Femenino y Masculino
Escolaridad	Pregrado en curso
Nacionalidad	Colombiana
Ciudad de residencia	Cali, Colombia.
Programa académico	Sin especificar

Fuente: Elaboración propia

Muestra

Los sujetos de investigación fueron seleccionados mediante técnica de referidos a través de nuestros contactos/amigos en las redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp), de modo que se pudo llegar a jóvenes que demostraron un uso habitual o frecuente de las redes sociales. En ese sentido, el tipo de muestreo fue el muestreo en cadena o muestreo de referencia (Goodman, 1961). Para la selección, fue crucial tener en cuenta a los jóvenes que contaran con las características y los criterios de inclusión estipulados anteriormente, los cuales se hicieron necesarios para el desarrollo de la entrevista.

Considerando los criterios descritos, participaron del estudio 10 estudiantes y para preservar su identidad se le asignó un código numérico. En la tabla que sigue se presenta la edad y sexo de cada uno de los entrevistados.

Tabla 2 características básicas de los entrevistados

	Entrevistado	Edad	Sexo
1	Entrevistado	19	Masculino
2	Entrevistado	19	Masculino
3	Entrevistado	21	Femenino
4	Entrevistado	19	Femenino
5	Entrevistado	24	Masculino
6	Entrevistado	23	Femenino
7	Entrevistado	24	Femenino
8	Entrevistado	23	Femenino
9	Entrevistado	20	Femenino
10	Entrevistado	23	Masculino

Fuente: elaboración propia

6.4. Categorías de análisis

Teniendo en cuenta los objetivos y el enfoque teórico, se determinaron las siguientes categorías de análisis: Usos de Internet y redes sociales (historia, acceso, prácticas, hábitos o rutinas); concepciones, percepciones y conocimientos sobre los riesgos en Internet y redes sociales; prácticas de prevención. A partir de estas

categorías se construyen una serie de preguntas abiertas que nos permitieron indagar la relación de los entrevistados con el Internet y las redes sociales.

Tabla 3 Categorías de análisis

Objetivo específico	Categoría de análisis	Subcategorías	Técnica
Describir los usos de Internet y redes sociales que realizan jóvenes universitarios de la ciudad de Cali	Usos de Internet y redes sociales	Historia Acceso (dispositivos) Prácticas Hábitos/rutinas (tiempos)	Entrevista narrativa
Identificar los conocimientos que tienen los jóvenes universitarios sobre los riesgos de Internet y las redes sociales.	Percepción del riesgo	Definición de riesgo Concepción del riesgo en Internet y redes sociales. Conocimientos sobre los riesgos en Internet y redes sociales. Experiencias propias o cercanas, relacionadas a una situación de riesgo en Internet o redes sociales.	Entrevista narrativa

Caracterizar las prácticas de prevención que han realizado los jóvenes frente a las situaciones de riesgo experimentadas en Internet y redes sociales.	Prácticas de prevención empleadas por los jóvenes.	Formación académica desde la universidad.	Entrevista narrativa
--	--	---	----------------------

Fuente: Elaboración propia

6.5. Instrumentos

El instrumento utilizado para la investigación de este trabajo de grado, estuvo compuesto por 20 preguntas, distribuidas de la siguiente forma: usos (8), percepción del riesgo (7), prácticas de prevención (5). Se anexa el formato de preguntas para la entrevista a los jóvenes seleccionados.

6.6. Procedimiento metodológico

El proceso metodológico se organizó en cuatro fases que se describen a continuación:

Fase 1. Diseño del temario para la entrevista narrativa. Con base en las categorías de análisis se diseñó la guía para la entrevista narrativa, de modo que posibilitara una conversación, en torno a: usos, percepción del riesgo y prácticas de prevención de los riesgos en Internet.

Fase 2. Preselección de sujetos. la preselección de los sujetos fue realizada mediante muestreo en cadena o muestreo de referencia a través de redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), especificando los criterios de inclusión y las características necesarias para poder ser vinculados a la investigación. Se contactó,

en principio, a un total de 10 jóvenes que cumplieran con el perfil para conocer un poco más sobre su relación con las redes sociales.

Fase 3. Preparación de la información y análisis comparativo: una vez recolectada la información se procedió con la transcripción de las entrevistas, la selección de los fragmentos más significativos en cada relato, el análisis comparativo según convergencias, divergencias y especificidades y la escritura de resultados que, en este caso, requirió un esfuerzo interpretativo por parte de los autores del estudio para plasmar analíticamente y por escrito lo encontrado en las distintas entrevistas narrativas.

Fase 4. Análisis, conclusiones y escritura del informe final. Se retoman los conceptos teóricos y se utilizan para analizar los resultados obtenidos durante todo el proceso de investigación. Después, se reúnen los resultados, se contrastan con las distintas fuentes y estudios teóricos a modo de discusión y se exponen las principales conclusiones y aportes del proceso investigativo.

6.7. Consideraciones éticas

Se tuvo en cuenta las consideraciones éticas pertinentes relacionadas al acceso, uso y manejo de la información proporcionada. Entre dichas consideraciones se incluye la opción de participar desde el anonimato, manteniendo este nivel en la posterior exposición de los resultados. En ese sentido, el uso de nombres propios de los participantes de este estudio será bajo su consentimiento, así como la mención de sus pseudónimos en redes sociales.

Los entrevistados firmaron un consentimiento informado que avala la utilización de sus declaraciones en este proyecto, y en el que se comunicó a los jóvenes los fines de la investigación y las condiciones del uso de datos, los cuales serán estrictamente académicos; además de informar sobre la grabación de la entrevista con fines de respaldo y posterior transcripción de los fragmentos (codificación temática). Adicionalmente, los datos fueron compartidos con los jóvenes entrevistados una vez terminado el proyecto de investigación. Lo anterior se ampara

en lo reglamentado en la Ley estatutaria 1581 de 2012, Decreto 1377 de 2013 y Resolución de Rectoría No 1227 de agosto 22 de 2013, sobre el tratamiento de datos personales.

La participación de los entrevistados fue voluntaria y no medió ninguna retribución.

7. Resultados

A partir de las entrevistas y relatos biográficos de los jóvenes universitarios se exponen los hallazgos relacionados con las siguientes categorías: 1. Usos de Internet y redes sociales 2. Concepciones, percepciones y conocimientos sobre los riesgos en Internet y redes sociales y 3. Prácticas de prevención.

7.1 Usos de Internet y redes sociales

La descripción de los usos de Internet y redes sociales por parte de los entrevistados implicó examinar la historia del vínculo, el acceso, prácticas, hábitos y rutinas. Los relatos evidenciaron la importancia de Internet y las redes sociales para este grupo desde la infancia, la centralidad de los videojuegos, de la presión social y de la mentoría informal.

7.1.1 Historia del vínculo con Internet y las redes sociales

A partir de las entrevistas realizadas se destacan cuatro aspectos de la historia del vínculo con Internet y redes sociales: 1. Acceso temprano. 2. El rol de los videojuegos 3. La mentoría informal de los padres. 4. La presión social.

Acercamientos prematuros

Para comprender el contexto de los relatos de los jóvenes entrevistados, es importante tener en cuenta, como lo afirma Tamayo (2007) que fue hacia finales de los años 80 cuando se emprendió el camino de conectar a Colombia a Internet, dando lugar a un conjunto de actores, lenguajes, prácticas y fuerzas de poder que son las verdaderas responsables de que, para inicios de 2006, se pudiera afirmar que Colombia se encontraba en el primer lugar a nivel latinoamericano y en un cuarto lugar a nivel mundial, con un crecimiento del 21,6%. No obstante, para el año 2010 la penetración de Internet solo alcanzaba el 8,6% de la población, es decir, que podían conectarse 4 millones de hogares aproximadamente (Semana, 2018). Según el

informe trimestral de conectividad de agosto de 2010 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC, 2010), en el primer trimestre de ese año se alcanzó un total de 3.309.530 conexiones en hogares. En contraste con estos datos, en el año 2020, el 56,5% de hogares contaba con Internet; mientras que, a finales de agosto de 2022, el 70% de hogares ya poseía este servicio (MINTIC, 2021).

Los relatos de los jóvenes evidenciaron que tuvieron su primer acercamiento a Internet y a las redes sociales a una edad temprana, al ingresar por primera vez cuando tenían entre 7 y 12 años, es decir, aproximadamente entre los años 2008 y 2012. Se ha considerado como un inicio temprano teniendo en cuenta que, desde el año 2006, la normatividad y condiciones de servicio de sitios como Facebook³, Hi5 y Myspace establecían que solo era posible acceder después de los 13 años.

En cuanto a la vinculación de los jóvenes con Internet conviene resaltar que el primer contacto se realizó esencialmente por dos motivos: necesidad de comunicación (creación de un perfil en las redes sociales) y entretenimiento (acceso a páginas de videojuegos). Además, nueve de los diez jóvenes mencionaron que sus primeros accesos se realizaron a través de un computador de mesa ya que la tecnología Smartphone no estaba muy desarrollada en ese tiempo.

- Entrevistado 2: “Recuerdo que el Internet era a través de un USB que se conectaba a los computadores, así que era con computadores de mesa” (Comunicación personal).

Como se afirmó, la mayoría de estos jóvenes creó su primera cuenta antes de los 13 años en la plataforma de Facebook, lanzada oficialmente en el año 2006 (Jaramillo, 2012), con excepción de un par de casos que iniciaron su interacción con Hi5 o Windows Live Messenger.

- Entrevistado 2: “En ese tiempo se usaba más que todo Facebook. Debido a mi edad era supervisado y muy restringido” (Comunicación personal).

³ Véase al respecto: en la plataforma de Facebook condiciones de servicio, tus compromisos con Facebook y nuestra comunidad.

- Entrevistada 3: “Mi primer acercamiento fue cuando tenía 12 años y creé mi primera cuenta de Facebook. Era la red social del momento. No tenía Internet en mi casa, así que cuando iba a salas de Internet lo utilizaba para entrar a Facebook” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Desde muy pequeñita usaba Facebook” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Yo tenía unos 8 o 9 años cuando comenzaron los juegos de Facebook, lo que fue “Pet Society” y otros” (Comunicación personal).
- Entrevistada 7: “Primero abrí Windows Messenger, y por ahí hablaba con mis amigas del colegio enviando emoticones y zumbidos. Ya a los 14 o 15 años abrí Hi5 con ayuda de una amiga y creamos juntas el perfil” (Comunicación personal).

En relación con lo anterior, se revisó un informe realizado por Jaramillo (2010) para la revista Enter.co, en el que se afirma que Colombia fue uno de los países pioneros en Facebook. Así, para los años 2006 y 2007, llegó a estar entre los cinco países con más usuarios en la plataforma, solo detrás de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Italia y Francia. Para el año 2010, Colombia seguía siendo una de las 15 naciones con más usuarios en todo el mundo. Además, según el informe, Facebook tomó fuerza en Colombia en 2007 y, contaba con alrededor de 600.000 usuarios, se cree que fue el país que impulsó la versión en español. A finales de 2009 y principios de 2010, Facebook experimentó su mayor crecimiento, pasando de 3,6 a 7,4 millones de usuarios activos, y llegando incluso a más de 10 millones para finales de junio de 2010 (Jaramillo 2010).

Durante esta época también tomó protagonismo Windows Live Messenger, la plataforma de mensajería instantánea creada por Microsoft (Jaramillo, 2012) que disputó el liderazgo con Facebook por número de visitantes y fidelización de usuarios (Jaramillo, 2012). Otras redes importantes mencionadas en el informe de Enter.co son Hi5, MySpace y Sónico, plataformas que, según Ceballos (2009), fueron de las más importantes de Latinoamérica en la primera década del siglo XXI.

El sitio de Hi5 se convirtió desde su lanzamiento en 2003 en una de las redes sociales más populares entre los jóvenes debido a las opciones de personalización,

decoración de sus perfiles, y las posibilidades de interacción que ofrecía la plataforma (La Rosa, 2014). Esta red social también permitía a los usuarios configurar sus perfiles para ser vistos únicamente por las personas agregadas en su red o por cualquier perfil que estuviera activo (Jaramillo, 2012).

- Entrevistada 6: “Usaba Hi5 porque uno podía personalizar todo el perfil y la pantalla. Podía ponerle flores, estrellas, colores...” (Comunicación personal)
- Entrevistada 8: “Mi primer acercamiento a Internet fue con Hi5 en el auge de esta red social. Me llamó la atención porque se podía personalizar el perfil. Me gustaba colocarle cosas de brillitos y fucsia, así toda *barbie*, porque yo era muy niña, tenía por ahí 6 años” (Comunicación personal).

MySpace, por su parte, se convirtió en un reconocido sitio de videos online, música, cortos, etc., tras haber sido lanzado en 2004 para promover bandas de músicos en Los Ángeles. Para el año 2005, MySpace había alcanzado su pico de desarrollo con más de 200.000 usuarios diarios (Calvi, 2008). Myspace fue la red pionera en personalizar los perfiles (cambiar el fondo, foto de perfil, etc.), además de permitir la publicación de música y videos de otros sitios, el envío de mensajes privados y la actualización del estado en tiempo real (Jaramillo, 2012). Sin embargo, ninguno de los diez entrevistados manifestó haber tenido algún contacto con esta plataforma. Solo uno de ellos indicó no utilizarla debido a que la percibía como una red destinada a usuarios estadounidenses.

- Entrevistada 6: “Estaba MySpace pero me parecía muy gringo” (Comunicación personal).

Teniendo en cuenta los relatos, es posible destacar que los jóvenes tuvieron un acercamiento temprano a Internet y a las redes sociales, porque empezaron a participar de estos escenarios antes de los 12 años; además, se evidenció el papel protagónico de Facebook al ser plataforma más empleada para la interacción, por encima de otras redes como Windows Live Messenger y Hi5.

De los juegos a las redes, y viceversa

Los videojuegos jugaron un papel determinante en la vinculación de los jóvenes con Internet y las redes sociales. A partir de los relatos se destacan dos vías para entrar en contacto con los videojuegos: la de aquellos que ingresaron directamente a plataformas que ofrecían estos servicios y la de quienes accedieron a los videojuegos que estaban vinculados a las redes sociales.

Sobre la primera vía es posible señalar que tuvieron su primer acercamiento con una página de videojuegos, como *Juegos Friv*⁴, *Club Penguin*⁵ y *Habbo*⁶, es decir, accedieron a Internet con la intención de encontrar entretenimiento. Posteriormente, estos jóvenes abrieron un perfil en redes sociales donde también hacían uso de los juegos que la misma plataforma les ofrecía.

Cabe hacer referencia a algunas particularidades de los juegos mencionados. En primer lugar, *Juegos Friv* es una página web que ofrece una gran variedad de juegos de todo tipo: acción, aventura, arcade, entre otros. Aunque estos videojuegos no ofrecen el servicio de multijugador en línea, sí es necesario contar con conexión a Internet para acceder al sitio.

En segundo lugar, *Club Penguin* fue un juego desarrollado por *Disney Studios* Canadá y lanzado en el año 2005 que tuvo una popularidad importante entre la comunidad infantil. Este juego deja ver el peso que tienen las grandes industrias del entretenimiento como lo es Disney. Era un videojuego multijugador online, por lo que promueve la interacción de los niños con jugadores de otros lugares del mundo. Sin embargo, las políticas de uso pretendían ser bastante estrictas con el objetivo de proteger a los menores de cualquier riesgo digital. Vale la pena considerar que, aunque era un juego destinado a un público infantil, la mayoría de opciones de personalización (vestuario de los personajes, muebles y decoraciones para la casa,

⁴ Véase: Juegos Friv <https://www.friv5online.com/es>

⁵ Véase la versión actual de Club Penguin: <https://supercpps.com/>

⁶ Véase la versión actual de Habbo: <https://www.habbo.es/>

mejoras y acceso a ciertas zonas del mapa) eran de pago, por lo cual, se tenía que adquirir una membresía mensual, semestral o anual para disfrutar de muchos más beneficios.

En tercer lugar, se encuentra *Habbo* como un videojuego que conserva muchas cualidades de una red social y que estaba destinado a un público un poco mayor. Según las políticas del sitio, se puede crear un perfil a partir de los 14 años. Además, esta comunidad virtual ofrecía la posibilidad de crear un personaje, crear salas, decorar casas e interactuar con otras personas a través del chat.

- Entrevistado 1: “Desde los 12 años jugaba en Internet. Me acuerdo que de las primeras páginas que utilicé en Internet fue *juegos Friv*. Facebook me interesaba para charlar con los amigos y por los juegos que tenía, como el *Dragon City*” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “Recuerdo que era muy niño. Tenía entre 8 y 9 años. Y recuerdo que entraba mucho a *juegos Friv* para jugar el del fuego y el agua, y también entraba a *Habbo*” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Tenía como 8 o 9 años. Era adicta a *juegos Friv*, lo jugaba con mi primo todos los días. El que más jugaba era el del fuego y el agüita” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “La primera vez que utilicé Internet fue a los 9 años jugando *Club Penguin*. Yo amaba jugar *Club Penguin* y además era miembro del Club, pasaba más o menos 4 horas al día jugándolo. También recuerdo que eventualmente empecé a jugar en otros portales como *juegos.com* y *juegos Friv*” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “Mi primer acercamiento fue con los juegos, porque uno buscaba los juegos en Internet, yo buscaba *juegos.com* y jugaba varias cosas” (Comunicación personal).

El segundo caso es el de aquellos jóvenes que tuvieron su primer contacto con Internet directamente a través de alguna red social. Sin embargo, en esta ocasión la mayoría de los entrevistados también afirmó utilizar las redes sociales para jugar

algún videojuego dentro de la misma plataforma, siendo algunos de los mencionados “*Dragon City*”⁷, “*City Girl Life*”⁸ y “*Pet Society*”⁹.

- Entrevistada 4: “El uso principal que le daba a Facebook en realidad era para jugar, me encantaba *City Girl Life*” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “Facebook yo lo usaba sobre todo para agregar amigos y para jugar *Pet society*. Yo estaba obsesionada con ese juego. Jugaba mucho en las redes sociales” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Yo tenía unos 8 o 9 años cuando comenzaron los juegos de Facebook, lo que fue *Pet Society* y otros” (Comunicación personal).

Lo que se destaca de estos relatos es el papel protagónico de los videojuegos para que los jóvenes, cuando eran niños, ingresaran a Internet por primera vez. También se evidencia que estas plataformas de entretenimiento funcionaron como puerta de entrada a las redes sociales. En ese sentido, los videojuegos tomaron gran relevancia en todos los escenarios, como en Facebook, que fue una de las favoritas de los entrevistados cuando eran niños o adolescentes.

¿Padres permisivos o restrictivos?

La presencia de los padres durante los primeros acercamientos de los jóvenes a Internet y a las redes sociales ha supuesto un dilema en cuanto al papel que desempeñaron como mentores informales, algunos actuaron de manera permisiva y otros fueron restrictivos. Los permisivos acompañaron a sus hijos en el proceso de creación de un perfil en redes sociales sin cumplir con el requisito de edad mínima de uso; y los otros, establecieron horarios, normas y estuvieron atentos de forma regular a sus actividades dentro de las redes sociales.

⁷ Véase versión actual de *Dragon City*: <https://www.dragoncitygame.com/>

⁸ Véase versión actual de *City Girl Life*: <https://es-la.facebook.com/CityGirlLifeGame/>

⁹ Véase versión actual de *Pet Society*: <https://www.juegosonlinejugar.com/2011/08/jugar-pet-society.html>

Algunos jóvenes manifestaron tener gran libertad en Internet y en las redes sociales, como se aprecia en estos fragmentos:

- Entrevistada 7: “Me metía a Internet a buscar cosas muy específicas, pero no lo usé mucho y tampoco era que mis papás me controlaran, aunque estaban en la casa, no estaban todo el tiempo viendo lo que yo hacía” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “Cuando empecé a usar Internet más seguido mis papás nunca me controlaron el acceso a las redes” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Mi madre me creó mi cuenta de Facebook, incluso sabía mi contraseña. Mi mamá dejó de revisar mi Facebook como a los 13 años” (Comunicación personal).

Caso contrario es el de otros entrevistados quienes manifestaron tener una mayor vigilancia por parte de sus padres:

- Entrevistado 2: “Debido a mi edad era supervisado y muy restringido. Era muy básico mi contacto con las redes desde muy niño” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Me acuerdo que cuando usaba Internet me supervisaba mi mamá y mi papá. Ellos me daban como cierto tiempo de usar el computador al día porque también tenía que hacer mis tareas” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “Cuando jugaba Club Penguin, mi mamá siempre estaba muy pendiente de mí porque sé podía hablar con todo el mundo” (Comunicación personal).

A pesar de la presencia de los padres, la mayoría de los entrevistados mencionó haber incursionado en el universo de las redes sociales gracias a un amigo o un familiar cercano, especialmente un primo o una prima mayor.

- Entrevistado 2: “Recuerdo que empecé a usarlo por una prima mayor que yo, ella ya utilizaba Facebook y me ayudó a crear la cuenta” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “Mi primera red social fue Windows Messenger, ingresé a esta red por medio de una prima” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “Yo me actualizaba de las tendencias digitales por medio de una prima. Creé Hi5 gracias a mi prima que me la enseñó y también me ayudó a crear mi correo electrónico en Hotmail” (Comunicación personal).

- Entrevistado 10: Mi primer acercamiento a Internet fue por mi abuelito. Yo tenía unos 5 años y vivía con mis abuelos. Mi abuelo usaba mucho el computador para jugar “Solitario”. De hecho, él fue quien me creó mi primer correo electrónico” (Comunicación personal).

En términos generales, se evidencia que hubo más libertad que restricciones. Aunque hubo presencia de los padres en algunos casos, esto no implicó una diferencia importante a largo plazo en la relación de los usuarios con los riesgos en Internet y las redes sociales. Pues, aún en los casos donde hubo mayor intervención y control se siguieron vivenciando experiencias relacionadas al riesgo, como se relata más adelante en esta investigación. Más allá de establecer límites de tiempo, algunas condiciones de uso y una revisión de las actividades que los jóvenes realizaban en la web, estos no recibieron una orientación completa sobre el uso correcto de las redes y la prevención de sus riesgos.

¡Yo también quiero!

El último aspecto para destacar en la historia de los jóvenes con Internet y las redes sociales es la presión social. A través de los relatos de los diez entrevistados se pudo evidenciar que existieron factores sociales externos que influyeron en la decisión de los jóvenes para utilizar Internet o crear un perfil en las redes sociales. Algunos de estos factores fueron, por ejemplo, la publicidad en televisión o la necesidad de estar al día con los compañeros de clase. Además, las funciones específicas de algunos videojuegos también incidieron en la toma de decisiones y el actuar de los jóvenes.

- Entrevistado 2: “Me gustaba *Habbo* y recuerdo que era para mayores de edad, pero uno entraba y jugaba porque era como un momento para sentirse grande” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “En mi caso todas mis compañeras del colegio tenían cuenta de Facebook, menos yo. Entonces un día fui a una sala de Internet y busqué en Google cómo crear una cuenta de Facebook” (Comunicación personal).

- Entrevistada 4: “Desde muy pequeñita usaba Facebook. Mis compañeros del colegio ya tenían cuenta y pues yo también quería. Nadie me ayudó a crearla así que yo la creé solita” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “Recuerdo que habíamos hecho un grupo con mis amigas del colegio para convencer a nuestros papás de que pagaran nuestra membresía de *Club Penguin*”. “Luego empecé a usar Facebook, aunque yo siempre consideré que yo iba un paso atrás porque he tenido unos padres muy conservadores, entonces entraba a las redes cuando todos los demás ya las habían usado, nunca fui pionera en una red” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Yo me antojé por una propaganda de Coca Cola que promocionaba unos juegos para niños en Internet” (Comunicación personal).

Se puede observar en estos relatos que efectivamente hubo un factor externo que impulsó el uso de redes sociales. Por ejemplo, en el caso de las redes sociales se evidencia una necesidad de inclusión al querer sentirse parte del grupo de compañeros de colegio, como muestran los relatos de las entrevistadas 3 y 4. En el caso de los videojuegos se refleja, por una parte, el papel de las amistades para organizarse y ejercer presión sobre sus padres con el fin de conseguir un objetivo, en esta ocasión una membresía para *Club Penguin*; y por otra parte, la importancia de la publicidad y de grandes marcas para promocionar juegos para niños en Internet.

Usos de antaño

A continuación, se describen en líneas generales los principales usos que hacían los jóvenes de Facebook, Hi5 y Windows Messenger, las únicas tres redes sociales mencionadas durante sus etapas iniciales de acercamiento a Internet. Como se ha mencionado al principio del capítulo, el uso de estas plataformas estuvo condicionado por las limitaciones de conexión de aquella época y por las restricciones parentales.

- Entrevistado 1: “En ese tiempo se charlaba mucho por Facebook, entonces me interesaba para charlar con los amigos” (Comunicación personal).

- Entrevistada 3: “Comencé a conocer personas de otros países. Como no salía mucho, utilizaba Facebook para entrar a grupos y conocer gente” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “No tenía mucha gente agregada. Solo tenía a mi mamá, mi tía, y a unos primos que vivían en España” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “En el Messenger, yo hablaba con mis amigas del colegio y eventualmente, con los niños que me gustaban, para ese entonces tendría unos 11 o 12 años” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “Me acuerdo que en Facebook yo hablaba con los chicos que me gustaban. De hecho, yo tuve una relación muy larga desde los 12 años, pues mi novio de ese entonces vivía aquí en Cali y yo en Roldanillo” (Comunicación personal).

Como se describe en los relatos, las actividades de los jóvenes estuvieron destinadas principalmente al contacto y la interacción con familiares, compañeros de clase y amigos cercanos. No obstante, también se presentaron casos en que los jóvenes conocieron gente nueva de otros lugares e incluso llegaron a entablar relaciones amorosas virtuales.

7.1.2 Usos, prácticas, hábitos y rutinas

Una vez descritas las principales actividades de los jóvenes en sus primeros años de acceso a Internet y a las redes, se procede a describir los usos, prácticas, hábitos y rutinas de los jóvenes en la actualidad. Para ello, se mantendrá una distinción entre usos de Internet, por un lado, y prácticas y rutinas en las redes sociales, por el otro.

Usos de Internet

En los usos exclusivos de Internet se encontraron pocas diferencias entre los relatos. En general, los jóvenes afirmaron que su uso se encuentra principalmente dirigido a: 1. Búsqueda de información 2. Educación, y 3. Entretenimiento.

Búsqueda de información

Uno de los principales usos que hacen los jóvenes de Internet es la búsqueda de información de todo tipo, tanto indagaciones muy puntuales como sobre temas de interés, por ejemplo, series y personajes favoritos, significados de palabras, tutoriales sobre edición audiovisual o videos especializados (sociología, psicología, feminismo, entre otros), información de cultura general, traducciones y resolución de dudas cotidianas.

- Entrevistado 1: “Internet lo utilizo más que todo para investigar temas de mi interés. A veces me surgen dudas así de la nada y utilizo Google o Safari para buscar la información. Nunca me gusta quedarme con la duda” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “Utilizo demasiado Internet porque cada que me surge una pregunta hago uso del navegador. Hago unas 20-30 búsquedas al día” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Internet lo utilizo para buscar, por ejemplo, información de alguna serie que me estoy viendo. Me gusta mucho buscar el origen de la serie, los personajes” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “Lo uso mucho para buscar ortografía o sinónimos de palabras. También si hay alguna palabra en inglés que quiero poner como copy en alguna historia, rectifico cómo se escribe” (Comunicación personal).

Educación

Otro de los usos frecuentes de Internet está asociado a fines educativos, pues la mayoría de los jóvenes afirmó que lo utilizaba para acceder al correo electrónico, tanto institucional como personal y al portal de la universidad para revisar las actividades o trabajos a realizar durante la semana.

- Entrevistado 2: “Para lo que más uso Internet normalmente es para entrar a la plataforma de la universidad, estoy gran parte del tiempo allí para revisar y hacer trabajos. Y también uso demasiado el navegador porque cada que me surge una pregunta la busco” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Cuando entro a Internet, me meto siempre al correo de la universidad y al campus para ver los trabajos que tengo que hacer durante la semana o hacer búsquedas puntuales” (Comunicación personal).

- Entrevistado 9: En Internet a veces busco cosas que me generan curiosidad, pero no es todos los días. También lo uso para hacer trabajos de la universidad o buscar información académica” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “A Internet ingreso para hacer los trabajos de la universidad y mirar la plataforma de la universidad” (Comunicación personal).

Entretenimiento

El tercer uso que los jóvenes dan a Internet es el entretenimiento; aunque en menor medida, los jóvenes también manifestaron utilizar la web para acceder a páginas de streaming para ver películas o series y páginas de contenido visual/gráfico como Pinterest.

- Entrevistada 3: “Utilizo Pinterest para hacer visualización. Como ver qué tipo de ropa usar, tipos de peinados, y así” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Me gusta mucho ver series, por lo que casi todos los días veo por lo menos un capítulo de alguna a través de *HBO* o *Amazon Prime*, que son las plataformas que más uso” (Comunicación personal).
- Entrevistado 7: “Me gusta mucho ver series de crímenes, de asesinos...” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “A veces entro a YouTube a ver vídeos musicales o videos de tecnología. Eso siempre me ha encantado. También a veces entro a través del computador a ver películas” (Comunicación personal).

En síntesis, los jóvenes entrevistados utilizan Internet para tres usos tradicionales: búsqueda de información, educación y entretenimiento. No obstante, la mayoría afirmó que el consumo de películas, series o videos lo realizaban en menor proporción por sus responsabilidades y compromisos.

Prácticas y rutinas en redes sociales

Dentro de las prácticas que los jóvenes realizan en las redes sociales se distinguen tres: interacción (actualización de la vida social), entretenimiento y consumo con fines educativos/informativos. Este apartado describe las prácticas y

usos de cada una de las redes sociales mencionadas por los estudiantes universitarios que participaron del estudio.

Es importante resaltar que todos los entrevistados tienen por lo menos un perfil activo en una red social. Instagram, TikTok y WhatsApp son las más utilizadas y, se encuentran en un nivel de preferencia muy por encima de Facebook, Youtube y Twitter. Solo uno de los entrevistados mencionó una red o aplicación para encontrar pareja o amigos llamada “Bumble”.

Instagram

Instagram es una de las redes más importantes para los entrevistados. La mayoría afirmó que consulta esta red desde las primeras horas de la mañana y varias veces durante el día con el fin de estar enterados de los acontecimientos de la vida de las celebridades y de quienes hacen parte de su círculo social.

- Entrevistado 2: “Instagram es la que más uso. Al inicio del día entro para ver qué hay de nuevo y qué han publicado las personas que más me importan. Reviso las historias de mis *close friends* y las historias de los famosos a los que sigo” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Instagram la uso principalmente para seguir a personalidades que me gustan, como actores, cantantes, marcas, etc” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “en Instagram yo me entero de todo porque me encanta ver lo que la gente publica y me encanta el chisme entonces me la paso mucho tiempo en esa red social” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “La red social que más uso es Instagram. En Instagram veo las historias de la gente, hablo con amigos y veo las fotos de las personas” (Comunicación personal).

El consumo de historias es de las prácticas más frecuentes de los jóvenes, siendo esta actividad de las primeras que realizan al ingresar a la plataforma y, posteriormente, se encuentra la visualización de posts (publicaciones) en el feed. La

creación de historias es más frecuente en el modo *close friends* o “mejores amigos” que en el modo normal de publicación. Sin embargo, los usuarios entrevistados coinciden en que es más el contenido que consumen que el que publican, siendo este último poco relevante en sus perfiles.

- Entrevistado 2: “Lo primero que hago es ver las historias de *close friends*. Después veo algunas historias de celebridades a las que sigo” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Lo que más utilizo son las historias, ver publicaciones del feed y buscar personas” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “En Instagram me gusta mucho ver historias. Casi no lo uso para chatear, solo para ver historias y tiendas” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “Instagram la reviso todo el tiempo, más que todo me centro en ver historias” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “En Instagram hago de todo. Consumo contenido y también subo contenido. Siento que muestro prácticamente todo lo que hago en el día a día por Instagram” (Comunicación personal).

Algunos de los entrevistados también afirmaron utilizar Instagram con fines educativos e informativos. Los entrevistados explicaron que siguen cuentas de interés académico para aprender nuevas habilidades y aprovechar más su tiempo en redes sociales, así como medios de comunicación que tienen presencia dentro de la plataforma, tales como El Tiempo y El Espectador. Además, en algunos casos utilizan Instagram para seguir marcas, tiendas de ropa, y cuentas relacionadas con temáticas específicas dentro del sector del entretenimiento.

- Entrevistado 1: “Lo que normalmente hago es escoger de favoritos creadores de contenido que me enseñen algo en específico, ya sea de marketing, emprendimiento, redes sociales, cómo atraer más audiencia, cómo grabar, temas de iluminación, diseño. Todo lo que pueda aprender” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Lo uso también para ver información de contenido que me gusta, por ejemplo, perfiles de noticias de anime” (Comunicación personal).

- Entrevistada 4: “También me encanta la moda de segunda mano, entonces siempre entro a ver páginas para ver si han actualizado ropa” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “También lo uso como medio informativo. Me gusta estar enterada de todo, entonces me actualizo por ahí. Sigo páginas como *El Tiempo*, *El Espectador*, *Última hora Colombia*, *Qué pasa en Cali*, entonces Instagram también es como mi noticiero” (Comunicación personal).

Por último, se encontraron similitudes en los relatos en cuanto a las funciones menos utilizadas. Entre ellas se destacan: la visualización de los reels, la publicación de contenido en el perfil, el uso de hashtags y el envío de mensajes directos a través del chat. Sin embargo, algunos de los jóvenes manifestaron hacer uso de estas funciones de forma frecuente.

- Entrevistada 3: “Los hashtags no los utilizo. De vez en cuando, como 2 o 3 veces al año, subo alguna foto mía”.

“En Instagram sí utilizo el dm (chat) pero no es muy común, lo utilizo de vez en cuando para tener conversaciones con amigos”.

“Lo que menos me gusta de Instagram son los reels, como que quieren parecerse a Tik Tok y no. Uno va a Instagram a ver fotos, no a ver videos” (Comunicación personal).

- Entrevistada 4: “Casi no la uso para chatear y casi no veo reels. Aunque me entretienen se asemeja mucho a Tik Tok y siento que le quita la esencia a Instagram, porque al principio era como crear tu propia galería de fotos” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “En Instagram entro a ver las historias que han publicado. No suelo hacer scroll” (Comunicación personal).

TikTok

Tik Tok se ha convertido, al igual que Instagram, en una de las redes sociales favoritas y más utilizadas por los entrevistados. Sin embargo, es importante resaltar que esta red social tomó fuerza a raíz de la pandemia por COVID-19. Tal y como

afirman Carmona y Guzmán (2022), TikTok se mostraba en ascenso antes del 2020, pero vivió un boom y alcanzó su nivel de popularidad récord durante la pandemia. Por su parte, los jóvenes manifestaron que antes del confinamiento no la conocían o la utilizaban con muy poca frecuencia.

- Entrevistado 2: “Tik Tok nació en la pandemia y ahí fue cuando empecé a usarla” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Antes de la pandemia ya existía Tik Tok pero yo no lo conocía, la verdad. Lo conocí durante la pandemia y fue allí donde empecé a utilizarlo” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Allí fue donde empezó mi gusto por Tik Tok, incluso antes de la pandemia la tenía instalada pero no la usaba. Debido al confinamiento y que no tenía muchas cosas por hacer empecé a usarlo” (Comunicación personal).
- Entrevistada 9: “En la pandemia al igual que ahora, lo que más veía era Tik Tok” (Comunicación personal).

Los usuarios afirman que pueden pasar varias horas conectados en Tik Tok gracias a su algoritmo y al diseño de la aplicación a modo de scroll infinito. La mayoría de ellos la usa con fines de ocio y entretenimiento. Una de las entrevistadas crea contenido para esta red social esporádicamente y otra joven consume videos más informativos sobre temas sociológicos, de psicología y de feminismo. Un dato relevante es que uno de los jóvenes aseguró haber desinstalado la aplicación por su salud mental.

En cuanto a la interacción en Tik Tok es muy limitada. Los usuarios no suelen enviar mensajes directos mediante esta plataforma, sino que prefieren consumir el contenido que la aplicación les recomienda y en ocasiones descargan y comparten los videos con sus amigos a través de otras redes sociales. Además, los entrevistados manifestaron que en esta red social no siguen influenciadores específicos o amigos. La creación de contenido propio también es escasa.

- Entrevistado 1: “Tik Tok ahora está bastante fuerte y es más como para el ocio. Siempre se muestran videos pero no es que nos llenen mucho de información. Hay algunos que son interesantes, uno aprende cosas, pero es más que todo para distraerse un rato” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “Tik Tok la uso muchísimo porque me gusta el algoritmo. Lo uso más que todo para ver lo que me recomiendan, siempre veo lo que me salga” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Paso la mayor parte del tiempo que estoy en redes en Tik Tok. Es la que más utilizo. La utilizo en total entre 4 y 5 horas al día. Allí consumo contenido relacionado a la psicología, sociología, historia y feminismo” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “En Tik Tok veo videos, por eso permanezco en Tik Tok más tiempo que en cualquier otra red social” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Tik Tok ya no la uso. La desinstalé por mi salud mental” (Comunicación personal).

En los relatos no se encontraron datos contundentes sobre el consumo de Tik Tok para fines educativos, con excepción de dos jóvenes que afirmaron utilizar esta aplicación para ver videos sobre temas de economía y marketing.

- Entrevistada 7: “Utilizo con frecuencia Tik Tok para entretenerme, ver videos chistosos, videos de recetas o tips sobre marketing social” (Comunicación personal).
- Entrevistada 9: “Yo sigo en esa red a muchas personas que dan tips financieros o temas de inversión, miro mucho ese tipo de contenido cuando entro a Tik Tok” (Comunicación personal).

WhatsApp

WhatsApp es la red social de mensajería preferida por los entrevistados. Todos los jóvenes, sin excepción, manifestaron utilizar esta red social con fines de comunicación para estar en contacto con sus familiares y amigos. Respecto a la interacción, es un tipo de uso no muy frecuente en esta plataforma, pues la función de ver y compartir estados no es usada con mucha frecuencia. Calero (2014) describe

a WhatsApp como una aplicación con grandes ventajas comunicativas que comparte muchas de las peculiaridades de otras técnicas de comunicación electrónica como el SMS, y menciona como uno de sus elementos más novedosos el código iconográfico emoji.

Teniendo esto en cuenta, las funcionalidades específicas permiten posibilidades comunicativas, pero limitadas en términos de interacción dentro de un sistema centrado en brindar un servicio de mensajería instantánea, y que apuesta más por un “un intercambio textual caracterizado por la rapidez, la espontaneidad y la necesidad de demostrar al interlocutor que se está en permanente conexión” (p.85).

- Entrevistado 2: “WhatsApp lo uso todo el tiempo para comunicarme con mi círculo social” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “WhatsApp lo uso principalmente para hablar. Casi no subo ni veo estados” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “En WhatsApp reviso los estados y prácticamente es solo para chatear. No me gusta subir mucho historias, una vez a la semana máximo” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Whatsapp, es la red que más uso, pues es mi herramienta de trabajo y me comunico constantemente por ese medio con los demás” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “Por WhatsApp hablo mucho más que por Instagram, pero solo para responder los mensajes puntuales porque la gente no sube tantas historias ahí. Hablo más que todo por grupos que tengo con mis amigos o con compañeros de la universidad, lo utilizo para su objetivo principal: comunicarme” (Comunicación personal).

Facebook

El caso de Facebook se distingue de forma especial de las demás redes que aquí se mencionan. Por una parte, es la red social que más utilizaron los entrevistados

en su infancia y adolescencia y, por otro lado, es la que reporta el cambio más drástico de prácticas y usos.

Como se ha planteado antes, Facebook fue la primera plataforma donde la mayoría de los jóvenes creó un perfil, y con la cual hicieron sus primeros acercamientos a Internet y a las redes. En sus relatos han manifestado que, al principio, utilizaban Facebook con fines comunicativos, es decir, para estar en contacto con amigos y familiares; también, en ocasiones compartían fotos personales en sus perfiles y hacían uso de los videojuegos. En la actualidad, el uso que los jóvenes hacen de Facebook se encuentra dirigido principalmente a la interacción con amigos a través de comentarios y etiquetas en publicaciones y también al consumo masivo de memes y noticias sobre temas de interés general.

- Entrevistado 2: “Aún uso Facebook. Lo uso para ver qué han compartido mis compañeros. Me gusta mucho por ejemplo ver memes. Creo que es donde más hay memes, la uso para reírme un rato” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “No hablo con nadie por Facebook nunca, no hablo con nadie por Messenger desde hace años” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Usualmente entro a Facebook a ver noticias. Me meto a ver la noticia que me interesa, pero me quedo viendo un video, luego otro, y así paso mucho tiempo haciendo scroll” (Comunicación personal).

Sin embargo, en algunos casos los entrevistados manifestaron que es muy poco el uso que hacen de Facebook, incluso varios de ellos mencionaron que ya no hacen uso de esta plataforma.

- Entrevistado 1: “Facebook casi no la utilizo la verdad. Es más, para ver memes y compartir uno que otro, pero casi no la utilizo” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: Facebook fue la primera que utilicé y ya casi no la uso. Accedo a ella más que todo cuando me llegan notificaciones, por ejemplo, cuando me etiquetan en alguna imagen o publicación. Y para ver memes principalmente” (Comunicación personal).

- Entrevistada 4: “Facebook ya casi no lo uso, pero cuando entro es para ver publicaciones y nunca para chatear. Principalmente lo que veo son memes. En Facebook hace meses no subo nada” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Facebook y Facebook Messenger, es muy poco lo que las uso actualmente. Es muy extraña la vez que utilice Facebook. Aunque la utilicé bastante en el pasado” (Comunicación personal).

YouTube

Con respecto a Youtube se evidencian dos concepciones distintas, la que aquellos que consideran a YouTube como una red social y, por otro, la de quienes la perciben únicamente como un portal web de entretenimiento donde se comparte contenido audiovisual.

Estas percepciones están sujetas al tipo de relación que han establecido los jóvenes con la plataforma, puesto que quienes la usan con mayor frecuencia encuentran en ella nuevas oportunidades de comunicación e interacción, y los otros se limitan únicamente al consumo de videos. Es utilizada para escuchar música, ver blogs o videos de canales que siguen, pero no para interactuar.

- Entrevistado 1: “De la que estoy más pendiente es de YouTube. No consumo mucho contenido en YouTube, pero hago videos y siempre estoy al tanto de las cosas que se suben. También uso YouTube Studio para mirar las analíticas de mi canal” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “No consideraría YouTube una red social. Allí estoy más pendiente de los creadores de contenido que sigo. Casi todos son de resumen, análisis y opiniones sobre películas, como *Te lo resumo*, *Coffee TV* y *Danna Alquati*” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Para mi YouTube es otro tipo de plataforma, porque, aunque estás interactuando con lo que sube alguna persona, no hay una comunicación. Entro por búsquedas específicas y sigo muchos canales de arquitectura e historia” (Comunicación personal).

- Entrevistado 5: “En YouTube entro para escuchar música y para ver stands up comedy, porque me gusta mucho ver los comediantes, además de ver un programa que a mí me gusta que se llama *Shark Tank*” (Comunicación personal).

Igualmente se evidenció un consumo de YouTube con fines informativos y educativos. Los jóvenes comentaron hacer uso de la plataforma para ver videos sobre noticias y tutoriales sobre distintos temas de interés con los que han adquirido conocimientos y han aprendido nuevas habilidades.

- Entrevistado 1: “Antes de entrar a la universidad yo ya llevaba tres años haciendo diseños y todo eso lo aprendí en YouTube. No solo a utilizar programas, sino también entender conceptos. En YouTube aprendí demasiado” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “YouTube también la uso muchísimo. Me gusta mucho el contenido audiovisual y es lo que más consumo. Entonces veo muchos videos de noticias, de actualidad, de cosas que me interesen” (Comunicación personal).

Twitter

Por último, se encuentra Twitter como la red social menos utilizada por los entrevistados. Esta afirmación se ha evidenciado en los relatos, pues solo cuatro de los diez jóvenes la incluyeron en su rutina y quienes lo hicieron manifestaron ingresar con muy poca frecuencia.

Entrevistado 1: “Empecemos por la menos importante: Twitter, jeje. No es que me interese mucho Twitter. Lo uso más para ocio y para enterarme de noticias importantes, eso sí” (Comunicación personal).

También resultan claras las actividades y prácticas que los jóvenes llevan a cabo en esta red social, las cuales están enfocadas principalmente al consumo de contenido informativo y de carácter noticioso, abarcando temas desde lo político a lo cultural, que generan controversia y abren la posibilidad de debate en la sección de los comentarios.

- Entrevistado 2: “Twitter me gusta mucho porque es como un periódico digital. Hay muchas noticias y debates, entonces me gusta. Participo mucho en los debates y doy mi opinión. Entro, veo qué hay de nuevo y si tengo tiempo me uno a esas conversaciones” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Twitter casi no lo uso, pero tengo dos cuentas. Tengo una cuenta principal donde veo contenido sobre política colombiana y noticias del país. Y tengo una secundaria donde veo los mismos temas que en Tik Tok, pero en Twitter, como anime, historia, etc.” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “En Twitter me encanta leer hilos sobre historia y política, aunque casi no la utilizo” (Comunicación personal).

En suma, Instagram es la red para estar actualizado de la vida social de amigos y celebridades; Tik Tok es la red de entretenimiento y ocio por excelencia; Whatsapp es el principal medio de comunicación digital; Twitter es un periódico virtual y un escenario de debate sobre temas políticos o culturales de interés común; Facebook se ha convertido, por lo menos para estos diez entrevistados, en una biblioteca de memes en la que interactúan con sus amigos a través de las etiquetas en publicaciones y comentarios, pero nunca a través del chat; y YouTube, por su parte, no ha reunido las suficientes características para ser considerada por la mayoría de estos jóvenes como una red social. Además, se pudo evidenciar que la mayoría de los jóvenes lleva a cabo prácticas educativas e informativas a través de algunas redes, con el fin de sacar un mayor provecho a estas plataformas de interacción y comunicación. En ese orden de ideas, los tres tipos de uso mencionados al principio son indiferentes de la plataforma y varían dependiendo del entrevistado y su relación con la red social.

7.1.3 Dispositivos de acceso y tiempos de uso

En cuanto a los dispositivos de acceso se encontró que el celular es el medio preferido de los jóvenes para navegar tanto a través de la web como en las redes sociales. Sin embargo, también combinan el uso del teléfono móvil con otros dispositivos como el ordenador de mesa, portátiles, iPads o incluso televisores smart

TV. Esto dependiendo de la actividad que se dispongan a realizar, pues si son trabajos relacionados con la universidad o tareas más elaboradas, usan el ordenador, en cambio, si son consultas simples lo hacen a través del celular. Además, el celular es, sin lugar a duda, el dispositivo preferido y el más utilizado para acceder a las redes sociales. No obstante, algunos de los jóvenes afirmaron hacer uso exclusivamente del celular para todo tipo de tareas y actividades, teniendo así una relación prácticamente nula con los otros dispositivos.

- Entrevistado 2: “Principalmente el celular, el iPad y laptop es lo que más uso” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Uso el portátil y el celular” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Ahora ingreso netamente por el celular, pues el computador ahora lo uso para realizar tareas de la universidad o para el trabajo, pero no es un dispositivo por el cual entre a las redes” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “Casi siempre uso el celular para todo. Incluso hasta hago trabajos de la universidad por el celular, pero si veo que está muy difícil utilizo el portátil” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Uso mucho el computador para acceder a Internet, pero para redes sociales utilizo el celular” (Comunicación personal).

Los datos en cuanto a los tiempos de uso fueron disímiles e imprecisos. El tiempo mínimo registrado que pasa un joven al día en las redes sociales fue de tres horas y treinta minutos; mientras que la jornada más extensa alcanzó las nueve horas y treinta y cinco minutos, según los datos de uso de pantalla de sus teléfonos. Algunos de los entrevistados no proporcionaron horas exactas, sino que manifestaron revisar sus redes sociales por momentos, pero de forma constante a lo largo del día.

- Entrevistado 1: “Básicamente las utilizo todo el día. Las reviso en la mañana. Cuando estoy almorzando tal vez me meto a ver un video en YouTube o entro a ver una serie en Netflix. En la tarde, en la noche y hasta cuando me voy a acostar” (Comunicación personal).

- Entrevistado 2: “En un día un promedio de cuatro horas. No es demasiado porque suelo estar ocupado con temas de la universidad. En un fin de semana puede ser entre seis y siete horas” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Yo creo que al día pueden ser unas seis horas en total. La mayor parte del tiempo es Tik Tok. Y de resto entro a Facebook y salgo, o entro a Instagram y salgo. Como cuando uno abre la nevera varias veces para ver qué hay de comer” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Ahora paso alrededor de tres horas y media” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “De acuerdo con la métrica de mi celular, lo uso siete horas con cincuenta y dos minutos, de las cuales la mayor parte del tiempo se va en Facebook, luego Instagram, Whatsapp y por último YouTube” (Comunicación personal).
- Entrevistada 7: “Yo paso más o menos seis horas al día en las redes sociales y una hora en Internet para un total de siete horas diarias” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: suelo gastar más o menos tres horas al día en Instagram, según la métrica del celular, pero como tal en Internet son muchísimas horas, creo que más de ocho” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “Yo paso mucho tiempo en las redes sociales, según la métrica de mi celular paso aproximadamente siete horas al día” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Según la información del tiempo de pantalla de mi celular, lo utilizo al día alrededor de nueve horas treinta y cinco minutos, de las cuales seis horas son en Instagram” (Comunicación personal).

En general, se mantuvieron presentes los mismos dispositivos de acceso a lo largo de las diez entrevistas, siendo los más utilizados el smartphone y el computador portátil. El computador de mesa también estuvo presente, pero con un uso mucho menor destinado únicamente a la búsqueda de información. Los dispositivos móviles como el celular o el iPad son los preferidos por los jóvenes para acceder a las redes sociales, ya que pueden utilizarlos en cualquier momento y llevarlos consigo a todas partes. Esto podría explicar la interacción constante a través de las redes sociales y los tiempos de uso excesivo que en la mayoría de los casos sobrepasan las seis horas diarias.

7.2 Conocimientos sobre los riesgos de Internet y las redes sociales

Este capítulo incluye la indagación por tres aspectos: 1. Definición de riesgo, 2. Percepción y conocimiento sobre los riesgos en Internet y redes sociales, 3. Experiencias propias o cercanas relacionadas a una situación de riesgo en Internet o en las redes sociales.

1. ¿Qué significa “riesgo” para los jóvenes?

De acuerdo con las entrevistas, se pudo establecer que el riesgo para los jóvenes es definido como una situación de peligro o amenaza. En general, la concepción que tienen los jóvenes del riesgo es muy delimitada y está centrada principalmente en el sujeto. En ese sentido, se desconocen o se dejan por fuera las otras concepciones del riesgo, tales como los laborales y los factores contextuales asociados.

- Entrevistado 2: “Siento que el riesgo viene de la incertidumbre. Tú haces algo, pero eso implica una consecuencia, entonces ahí viene implícito el riesgo de que algo pueda salir mal” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Es algo que puede potencialmente salir mal o ser peligroso, pero no lo es necesariamente” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Algo que te pone en peligro ya sea física o emocionalmente” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Un riesgo para mí sería cualquier cosa que represente a una amenaza, puede ser un riesgo a mi integridad o como tal una amenaza hacia algo específico” (Comunicación personal).

Como se puede observar en las respuestas, la definición del riesgo brindada por los jóvenes no determina momentos o circunstancias específicas que categoricen un tipo de riesgo en concreto.

“¿Riesgos en Internet?, claramente sí”

“Internet y las redes sociales son un mundo donde abundan los riesgos” (entrevistado 5).

A partir de las entrevistas se encontró que todos los jóvenes son conscientes de que existen riesgos en Internet y en las redes, aunque ciertamente manifestaron no conocer mucho acerca del tema. Para los entrevistados, los riesgos son más evidentes en las redes sociales debido a la constante interacción y a la exposición de la información personal frente a miles de personas. Sin embargo, cuando se les preguntó si podían recordar con nombres propios algunos de estos peligros las respuestas fueron más imprecisas.

- Entrevistado 1: “No sé mucho. Pienso que va en el mal uso que le podemos dar a las redes y a la información. De pronto páginas peligrosas. Hay demasiados peligros en cuanto a las redes porque no sabemos con quién estamos hablando, gente que se hace pasar por otras personas...” (Comunicación personal).

No obstante, se evidenció que algunos jóvenes tienen un panorama medianamente claro sobre este tema y lograron mencionar algunos de los riesgos presentes en la web, como: la suplantación de identidad, la vulneración de datos, el robo de información personal (Pishing), el fraude, el ciberacoso o matoneo, entre otros. Además, hubo dos entrevistadas que nombraron el grooming (acoso sexual, pedofilia, pederastia). Al profundizar más en la conversación se encontró que una de las jóvenes había sido víctima de este riesgo durante su adolescencia, mientras que la otra fue testigo de una experiencia cercana.

- Entrevistado 2: “Siento que uno de los que más ocurre es el riesgo digital con tus datos. El matoneo, las estafas, filtración de información, que usen tus datos para publicarlos en redes sin tu autorización también es algo que suele pasar. En los correos electrónicos también suelen enviar links para robar tus contraseñas” (Comunicación personal).

- Entrevistada 4: “En lo que refiere a Internet, hay mucha apropiación de datos, te pueden robar la información, robar tu tarjeta, etc. En las redes sociales van más ligados a que te puedan lastimar a ti como persona, como el grooming, sexting y todo esto” (Comunicación personal).
- Entrevistada 7: “Tengo conocimiento sobre la suplantación de identidad, robo de datos y de información o que te espíen por la cámara, yo estoy muy obsesionada con eso” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Con respecto a riesgos pienso por ejemplo en el scam (fraude)”. (Comunicación personal).

Otro caso particular fue el de una joven que identificó su uso de redes con el “FOMO”, un riesgo que se refiere a “la preocupación de que los eventos sociales o de cualquier otro tipo tengan lugar sin que estemos presentes para disfrutarlos” (UNAD, 2018). La joven afirmó experimentar esta sensación durante la pandemia, llevándola a restringir el tiempo de uso de sus redes sociales.

- Entrevistada 5: “En mi caso la pandemia fue un tiempo complejo porque en un punto yo me auto catalogué como adicta a las redes sociales. Cuando me salía de Instagram inmediatamente pensaba: ¿y ahora qué hago? Cuando esto me empezó a pasar, reflexioné y me di cuenta de que esto no era algo normal y decidí investigar por mi cuenta, dándome cuenta que tenía FOMO” (Comunicación personal).

En resumen, los entrevistados tienen ciertas bases y conocimientos sobre los riesgos en Internet y las redes sociales, pero no en profundidad. Además, el hecho de haber experimentado una situación de riesgo llevó a algunos jóvenes a indagar sobre este tema y profundizar en los conceptos y definiciones. Sin embargo, esta práctica de búsqueda de información no se dio en todos los casos, aun cuando se logró evidenciar que la mayoría de ellos han pasado por una situación de riesgo o conocen una experiencia cercana.

2. Experiencias propias y cercanas

Como se mencionó, la mayoría de los entrevistados ha atravesado por una situación de riesgo en Internet o en las redes sociales, o bien, conoce una experiencia cercana. Solo una persona manifestó no haber atravesado por estas situaciones y no conocer ninguna experiencia cercana. Entre los riesgos vivenciados o mencionados por los jóvenes se encuentra el Phishing, el ciberacoso y el Grooming. También se evidenció que el conocimiento del riesgo implicó tener una experiencia personal con él; sin embargo, hubo un caso particular, de un joven que fue víctima de Phishing, pero no conocía el significado de este término (entrevistado 1).

- Entrevistado 1: “Ya me ha pasado como dos veces. No sé si es porque descargo algo o entro a algún link raro, pero me cambiaron los datos de mi canal de YouTube. Ocultaron todos los videos y empezaron a hacer un directo de criptomonedas. Afortunadamente, pude recuperarlo” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “Una prima sufrió de matoneo a través de Facebook. Le hacían mucho bullying por Facebook cuando publicaba cosas. Le hacían comentarios ofensivos sobre su cuerpo porque sufría de obesidad. Ella cerró sus redes y fue hasta mucho después que retomó su actividad a través de las redes sociales” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Fui víctima de grooming varias veces cuando estaba en el colegio. Hubo una de esas veces que sí escaló bastante. Tenía más o menos 12 o 13 años, y fue a través de Facebook. Debido a que yo le aceptaba la solicitud a todo el mundo, me contactó un muchacho de aquí de mi pueblo y tenía alrededor de 23 años. Me escribía que estaba muy linda y me comentaba las fotos, y llegó un punto en que casi llego a verme con él en persona” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Conozco a varias amigas que sufrieron grooming o sexting y luego las chantajearon por el contenido. Una de ellas alcanzó a denunciar y le ayudaron. A la persona involucrada le aplicaron medidas legales y estuvo privado de la libertad” (Comunicación personal).
- Entrevistado 5: “Yo tuve un incidente en las redes sociales, sufrí una situación de acoso e intimidaciones por parte de una persona que buscaba llegar a mi mamá por medio del Facebook. Eso fue para el año 2014, esa persona se dio cuenta de toda mi

información: dónde vivía y dónde estudiaba por lo que no solo fue ciberacoso, sino que se convirtió en un acoso físico y real” (Comunicación personal).

- Entrevistada 7: “Como tal nunca he tenido ninguna situación de riesgo ni tampoco he conocido a alguien a quien le haya pasado” (Comunicación personal).

Como se puede notar en los relatos, la mayoría de los casos relacionados al riesgo ha sido a través de las redes sociales y especialmente a través de Facebook; no obstante, también aparecen otras redes sociales como YouTube. Esto puede tener cierta relación con las afirmaciones de los jóvenes cuando mencionan que los riesgos en las redes sociales son más y más peligrosos, pues ciertamente muchos de ellos han atravesado por una situación de riesgo en alguna de estas plataformas de interacción.

7.3 Caracterizar las prácticas de prevención que han realizado los jóvenes frente a las situaciones de riesgo experimentadas en Internet y redes sociales.

En este apartado se presenta la información recopilada a través de los relatos con relación a las prácticas de prevención. Se procuró indagar acerca de los siguientes aspectos 1. Prácticas de prevención del riesgo empleadas por los jóvenes 2. Búsqueda de información sobre los riesgos y canales de ayuda 3. Orientación académica por parte de la universidad.

1. ¡Cuidado con los riesgos!

En cuanto a las prácticas de prevención, ocho de los diez entrevistados aseguraron aplicar diferentes medidas tales como no aceptar desconocidos, no divulgar demasiada información personal, no publicar su ubicación en tiempo real, poner sus perfiles de redes sociales en modo privado e incluso buscar información para cerciorarse con el fin de prevenir al máximo cualquier tipo de riesgo. También, se encontró un caso particular de un entrevistado quien expresó realizar estas prácticas de manera reactiva luego de haber sido víctima de Phishing.

- Entrevistado 1: “No. Solo desde que me pasó lo del Phishing empecé a poner más seguridad a mis cuentas, cómo poner códigos de seguridad que solo yo tuviera, verificación en dos pasos y también poner más cuidado a las cuentas que me hablan por Instagram o los correos que me llegan. Estoy más prevenido” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “No suelo subir todo lo que hago en un día, ni dónde estoy. No comparto ubicaciones, no comparto información de cuentas y tengo mi cuenta privada en las redes en las que se puede tener de esa forma. También he cambiado mis contraseñas bastantes veces porque siento que son fáciles de robar” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “He visto que no es bueno subir fotos de la fachada de tu casa porque es fácil identificar dónde vives. En Internet tengo bloqueados los permisos de cámara y de ubicación. Y hace 3 días borré todas las cookies, porque algunas páginas pueden rastrear lo que tú haces en Internet” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Cuando me llegan mensajes con links sospechosos o mensajes de números telefónicos desconocidos me abstengo y hago caso omiso. También nunca compro en páginas que no tengan dominio porque siento que son falsas” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “Por mi parte yo todo lo googleo, si tengo un problema o una duda, todo lo busco, no hay ninguna excusa para estar desinformado. Uno puede hacer una investigación para conocer más, pero para eso uno debe tener interés” (Comunicación personal).

La presencia constante del riesgo y la vulnerabilidad que tienen los usuarios a través de las redes sociales ha llevado a estos jóvenes a poner en práctica diversas medidas para proteger sus datos, su información personal y en muchas ocasiones su integridad. Esto ha sido en algunos casos por la vivencia de una situación de riesgo y, en otros, el conocimiento de una experiencia cercana.

2. En busca de ayuda

A pesar de las experiencias de riesgo, todos los entrevistados manifestaron no realizar búsquedas sobre estos temas en Internet. Solo uno de ellos indicó que era probable que indagara al respecto, si encontraba publicaciones relacionadas con esta temática.

- Entrevistado 1: “No, la verdad no” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “No” (Comunicación personal).
- Entrevistado 10: “Si me aparece la información bien, pero no es que yo vaya a buscar qué riesgos o cuáles son los riesgos, no” (Comunicación personal).

Sobre a los mecanismos de denuncia o de protección frente a los riesgos de las redes sociales, la mayoría de los entrevistados manifestó que era probable que contactara a los servicios técnicos de la red social en cuestión, y que recurriría a los organismos encargados del seguimiento de estos casos, pero no precisaron los nombres de estas entidades. Acerca de los riesgos en Internet, no precisaron las acciones que llevarían a cabo.

- Entrevistado 1: “Creo que lo más sensato sería recurrir a los mismos de la plataforma. Por ejemplo, cuando me pasó lo de YouTube recurrí a ellos para que me ayudaran a solucionar el problema. hay personal que se encarga de todos estos temas, no sé si son las TIC, ahora mismo no lo tengo presente. Pero sé que hay alguna organización que se encarga de resolver este tipo de problemas y que está al pendiente de todo este tipo de problemas cibernéticos y que pasan por las redes sociales” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “Si es algo solamente cibernético suelo contactarme con los servicios técnicos de cada plataforma. Pero si es algo más personal buscaría ayuda de profesionales porque siento que es lo único que te puede ayudar” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Aquí en Colombia hay una parte de la policía que se encarga de los crímenes informáticos. Entonces uno puede ir allá y ellos te ayudan a rastrear a la persona que inició todo y a evitar que se expanda” (Comunicación personal).

- Entrevistada 4: “Creo que denunciaría. En un caso de robo, me comunicaría con la entidad correspondiente como mi banco. Si es relacionado al sexting o grooming o este tipo de riesgos, denunciaría con la Fiscalía y con las entidades encargadas” (Comunicación personal).
- Entrevistado 9: “Creo que buscaría ayuda de las autoridades” (Comunicación personal).

Como se evidencia en los relatos, los jóvenes tienen un panorama aún difuso sobre los pasos a seguir en caso de verse enfrentados a alguna situación de riesgo en Internet. Aunque tienen presente que existen entidades que se encargan de atender estas situaciones, en la mayoría de los casos no conocen los nombres de estos organismos ni sus funciones.

3. Rol de la universidad y posición de los estudiantes

Los entrevistados manifestaron que son escasos los espacios en la Universidad para discutir sobre los riesgos de Internet y de las redes sociales. La mayoría señaló que no ha participado en procesos de formación relacionados con estas temáticas y que han aprendido a través de amigos, familiares o Internet. A continuación, se exponen algunas respuestas de los entrevistados.

“Cuéntanos si has recibido formación en la universidad sobre los riesgos en Internet y en las redes sociales”

- Entrevistado 1: “No, para nada” (Comunicación personal).
- Entrevistada 6: “No, lo que uno sabe es por amigos o por Internet” (Comunicación personal).
- Entrevistada 7: “No, yo estos riesgos los conocí a partir de mis papás. Además, creo que la carrera influye, porque uno estudiando la carrera que curso, conoce más sobre las fake news y ese tipo de temas” (Comunicación personal).

Por otra parte, se encontró el caso de un joven que comentó haber escuchado acerca de un espacio brindado por la universidad, pero no pudo asistir debido a falta de tiempo. Otro de los entrevistados también expresó haber recibido información, pero

de manera general acerca de las alertas que se deben tener a la hora de publicar en redes sociales.

- Entrevistado 2: “He escuchado un par de veces que la universidad ha hecho conferencias de redes y cómo cuidarnos en las redes, pero la verdad no he tenido tiempo de asistir y no es que sean muy constantes estas reuniones” (Comunicación personal).
- Entrevistada 8: “Si, por parte de la universidad he recibido información alertando sobre lo que se publica y casos de ejemplo que le muestran a uno. Pero solo son como recomendaciones, porque de resto ha sido adquirido por el voz a voz.” (Comunicación personal).

La mayoría consideró que la Universidad debería promover espacios formativos sobre el tema de los riesgos en Internet y las redes sociales. Aunque uno de los entrevistados indicó que no cree que esto no es necesario, porque esta información ya es conocida por todos.

- Entrevistado 1: “Yo digo que sí. Hay mucha gente que de pronto lo deja pasar desapercibido. Yo por ejemplo soy muy relajado con ese tipo de cosas, incluso aunque me haya pasado lo que me pasó” (Comunicación personal).
- Entrevistado 2: “Realmente sí, porque por ejemplo en mi colegio sí eran muy insistentes con ese tema. En la universidad deberían ser más constantes porque siento que se utilizan muchísimo más las redes” (Comunicación personal).
- Entrevistada 3: “Sí. Porque en la universidad hay protocolos que te ayudan a prevenir acoso por parte de profesores o estudiantes, pero no para los riesgos de las redes en general” (Comunicación personal).
- Entrevistada 4: “Yo creo que sí. Porque incluso uno muchas veces no sabe ni dónde denunciar si te llega a pasar algo. Serviría para tener claro una ruta a seguir si te llegas a enfrentar a alguna de estas situaciones. Creo que la universidad que es donde te estás formando, y donde muchas veces dan charlas sobre otras cosas, también deberían inculcar sobre este tema” (Comunicación personal).

- Entrevistado 10: “No creo que sea muy valioso que lo haga porque la información ya está y yo creo que la información la conocemos todos” (Comunicación personal).

Finalmente, se ha considerado que la implementación de espacios que eduquen sobre el tema de los riesgos en Internet y en las redes sociales es valioso teniendo en cuenta la importancia y la influencia de las universidades en el proceso de formación de los jóvenes. Tal y como algunos de ellos lo han mencionado, la universidad es un espacio que forma profesionales, pero también personas íntegras, con capacidad crítica y de reflexión. No obstante, como otros jóvenes lo han manifestado, el esfuerzo no puede ser solo de la universidad, pues también se requiere la participación y la asistencia de los estudiantes a estos espacios que muchas veces se brindan, pero pasan totalmente desapercibidos.

- Entrevistada 6: “Yo creo que las instituciones pueden realizar muchas campañas de concientización sobre esto, pero si las personas no ponen el empeño no puede funcionar” (Comunicación personal).

8. Discusión y conclusiones

Los datos obtenidos en este trabajo permiten evidenciar el predominio del consumo de redes sociales e Internet por los jóvenes entrevistados a través de los teléfonos móviles, el uso diferenciado de las redes sociales, la percepción de riesgo como experiencia ajena, el conocimiento de riesgos relacionados con la privacidad y datos personales y las demandas por procesos formativos acerca de los riesgos en las redes sociales e Internet.

1. Predominio del uso del teléfono móvil

En este estudio, las entrevistas mostraron el predominio del uso de los teléfonos inteligentes para conectarse a Internet y a las redes sociales por encima de otros dispositivos inteligentes como lo son las Tablets, Ipads o Smart Tv.

Este dato es consistente con los estudios de Giraldo y Fernández (2020), Contreras (2018) y Calvarro (2019), los cuales muestran que tanto en España, Chile y en este caso, en Colombia, los jóvenes tienden a conectarse a las redes a través de sus dispositivos móviles y lo perciben como una actividad rutinaria.

El dispositivo móvil se configura como la principal forma de acceso para las redes sociales; además, es utilizado para la búsqueda de información en Internet. Este uso puede estar asociado a la ocupación de los entrevistados, quienes se desempeñan como estudiantes universitarios y requieren realizar consultas en Internet asociadas a sus compromisos y responsabilidades académicas.

La utilización de los dispositivos móviles para conectarse a las redes sociales y a Internet es una tendencia global, como lo indica COMSCORE (2021), durante el confinamiento resultado de la pandemia del Covid-19, el uso del teléfono móvil se incrementó notablemente. En América Latina, se destacan Brasil y México con un 87% y Argentina con un 86% de tiempo digital empleado a través de los teléfonos móviles.

El uso de este tipo de dispositivos contribuye a una marcada omnipresencia de las redes sociales en la vida cotidiana de los jóvenes, porque pueden acceder a ellas en cualquier momento y lugar. Esta conexión omnipresente remarca la posibilidad de establecer vínculos e interacciones virtuales.

2. Uso diferenciado de redes sociales

El trabajo permitió identificar usos diferenciados de redes sociales, según su funcionalidad, posibilidades y características.

Se observó que las redes sociales preferidas por los jóvenes entrevistados son WhatsApp e Instagram para fines sociales y comunicativos. García et al. (2019) y Tarullo (2020) también indican que estas son las redes en las que más tiempo participan jóvenes universitarios mayores de 18 años en países como España y Argentina, WhatsApp es considerado el principal medio de comunicación con familiares y amigos y en menor medida, para actividades laborales, lo cual puede obedecer al impulso del teletrabajo en el contexto de la pandemia por Covid-19 en el 2020. Instagram posibilita estar en contacto con otros, observar la vida de los demás y, así mismo, ser observados.

Es importante tener en cuenta que, el consumo de Instagram alrededor del mundo se ha incrementado en los últimos años. En el 2022, aumentó el porcentaje de usuarios en 4%, con respecto al 2021, pasando a un total de 226.3 millones de usuarios en Latinoamérica, y se prevé que seguirá creciendo por encima de Facebook (Ceurvels, 2022).

En contraste con Instagram, Facebook es una red social poco empleada por los entrevistados, solo se recurre a ella para un uso secundario de interacción a través de etiquetas, comentarios y consumo de memes, a pesar de haber sido una de las primeras redes a la que ellos incursionaron. El *despoblamiento* de esta red por parte de los jóvenes ha sido identificado también por Tarullo (2020) y Garcia et al. (2019). Para estos autores, la presencia de los padres y familiares en Facebook podría haber

“provocado el traslado de los usuarios a otras plataformas para quedar al margen de aquellos y poder expresarse con mayor libertad” (García et al, 2019, p, 562); además, Tarullo (2020) afirma que esto puede deberse a que los y las estudiantes parecen haber emigrado para instalarse en Instagram y otras plataformas.

Por último, Twitter es percibida como una red social que posibilita la discusión de temas de agenda pública o políticos y para acceder a información noticiosa o de actualidad; aunque su uso es menor al de las otras redes sociales. Al parecer, las redes sociales son utilizadas por los jóvenes entrevistados más para el entretenimiento, la interacción y comunicación con amigos, familiares o personas famosas que para participar en debates sobre temas de interés público o coyunturas políticas. Quizá esto se relacione con el éxito reciente de Tik Tok que permite el consumo de videos cortos sobre temas diversos.

Estos hallazgos remarcan la idea de la mutación constante de los usos de las redes sociales, según grupos etarios y contextos específicos. En este caso, las redes sociales van transformándose de acuerdo con las demandas de los usuarios y compiten entre unas y otras por su atención y tiempo.

3. Percepción del riesgo en redes sociales como experiencias ajenas

Las entrevistas evidencian que estos jóvenes son conscientes de los riesgos en Internet y las redes sociales, pero que los perciben como una amenaza externa y lejana.

Aquellos que manifestaron haber tenido experiencias personales de riesgo, indicaron que solo hasta ese momento empezaron a reconocer que el uso de Internet y de las redes sociales podía tener consecuencias negativas. El estudio de Calvarro, et al (2019) también encontró que los jóvenes podían identificar bajo algunas circunstancias riesgos en el contexto digital.

Los riesgos identificados por los entrevistados fueron en orden de importancia el ciberacoso o cyberbullying, el sexting, la suplantación de identidad, el robo de fotos personales y el grooming, los cuales coinciden con los resultados del estudio realizado por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD (2018). Como se observa, estos riesgos se asocian a delitos sexuales, fraudes económicos y a la vulneración de la vida personal; sin embargo, la gama de riesgos es mucho más amplia e incluso puede tener repercusiones en la salud mental.

Otro aspecto para destacar es el desconocimiento por parte de los jóvenes de los marcos legales y mecanismos de protección frente a estos riesgos. Este hecho también ha sido evidenciado por otros trabajos, como el de Calvarro et al (2019) en el que encuentra que los jóvenes que tomaron parte de su estudio tienden a desconocer las vías para denunciar situaciones de riesgo digital a título personal.

En síntesis, se aprecia una percepción del riesgo en las redes sociales como un asunto personal, distante y limitado y un desconocimiento de los mecanismos de prevención y de denuncia de dichos riesgos, lo que permite afirmar que, para los entrevistados, la presencia del riesgo parece ser un asunto subsidiario en el consumo de redes sociales a pesar de que es intensivo y continuo.

4. Desconocimiento del impacto de las redes sociales en la vida laboral

Los relatos de los jóvenes entrevistados se encuentran desligados de los posibles impactos del uso de las redes sociales en la vida laboral, a pesar de que cursar una carrera universitaria se asocia con la posibilidad de ejercer una profesión. En contraste, otros estudios, como el de Calvarro et al. (2019), han encontrado que algunos estudiantes universitarios utilizan redes como LinkedIn.

Este hallazgo remarca el hecho de que las redes sociales para los entrevistados se relacionan con el entretenimiento, el ocio y la interacción con otros, lo que puede contribuir a que la percepción de los riesgos sea baja.

5. Prácticas de prevención tradicionales

Los entrevistados que experimentaron al menos una experiencia de riesgo son quienes emplean algunas estrategias o acciones para prevenir estos hechos en Internet y en las redes sociales, como: uso de las cuentas privadas, la no divulgación de la ubicación en sus publicaciones o por lo menos, no en tiempo real, verificación en dos pasos y, no postear imágenes con la fachada de su hogar, para evitar ser detectable. El estudio de Calvarro et al. (2019) muestra que los estudiantes que no habían vivido de cerca este tipo de experiencias eran quienes menos se interesaban en las prácticas de prevención de los riesgos en los escenarios digitales.

Este hallazgo permitiría afirmar a modo de hipótesis que solo el conocimiento o experiencia cercana permite sensibilizar acerca de las buenas prácticas que se deben emplear a la hora de hacer uso de las redes sociales y el Internet.

6. Procesos formativos innovadores

Los entrevistados coinciden en señalar que es necesario contar con procesos formativos acerca de los riesgos del Internet y las redes sociales; sin embargo, consideran que quizá la educación por sí sola no podrá evitar este tipo de peligros, por el uso intensivo y cotidiano que ellos hacen de las redes sociales.

Algunos trabajos que han indagado el rol de la Universidad en la prevención de los riesgos han encontrado hallazgos similares, como el estudio de González, et al. (2020), en el cual una tercera parte de los entrevistados aseguró que desde el ámbito educativo “no se dan instrucciones o simplemente no se enseña”, y se subraya que “se debería implementar alguna formación para concienciar a los estudiantes” porque este tipo de aprendizajes se realizan a través de otras vías, como el colegio o la familia o como un asunto de alguna asignatura, pero no en cursos especializados sobre la temática.

Calvarro et al. (2019) encontró que los estudiantes entrevistados coincidieron en que es fundamental que desde la academia se trabaje para hacer buen uso de las redes sociales. Sin embargo, también mostró que, aunque los jóvenes reclaman más formación, indican que es muy difícil evitar estas situaciones, porque solo se aprenderá cuando se experimente por cuenta propia alguno de estos riesgos. Esto coincide con lo afirmado por Buckingham (2007) sobre la perspectiva optimista del riesgo, considerándolo una dimensión clave para el desarrollo de los jóvenes.

En conclusión, se observa que el uso de las redes sociales e Internet está claramente incorporado y resulta omnipresente en la vida de los entrevistados; sin embargo, la percepción sobre el riesgo es baja y solo cuando se experimenta alguna situación disruptiva en el contexto digital se asumen prácticas de prevención. Este estudio también revela que, desde el punto de vista de los jóvenes entrevistados, el rol de la universidad podría ser más protagónico para la identificación y prevención de los riesgos, así como para los usos más creativos de las redes sociales.

El ocio y el entretenimiento son vitales, pero también la discusión de los temas de interés público, la participación política en los escenarios digitales, así como la construcción de una identidad vinculada a lo laboral y a lo académico, la cual puede resultar central para los jóvenes universitarios.

Referencias

- Alheit, P. (2012). La entrevista narrativa. *Plumilla Educativa*, 10(2), –18.
<https://doi.org/10.30554/plumillaedu.10.84.2012>
- Aponte Rueda, D. R., Castillo Chávez, P. y González Estrella, J. E. (2017). Prevalencia de adicción a Internet y su relación con disfunción familiar en adolescentes. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 10 (3), 179-186.
<https://dx.doi.org/10.19083/ridu.10.494>
- Araujo, E. D. (2016). Indicadores de adicción a las redes sociales en universitarios de Lima. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 10(2),48-58. <https://doi.org/10.19083/ridu.10.494>
- Arab, E y Díaz, A.(2015). Impacto de las redes sociales e Internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26 (1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Amaya, J. (2019). La era digital como coyuntura contemporánea. YouTube y la construcción de sentido. *Comunicación Y Ciudadanía*, (9), 48–54.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/comciu/article/view/5872>
- Bringué, X. y Sádaba, C.H. (2009). La generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas. <https://hdl.handle.net/10171/17155>

Buckingham, D & Willett, R. (2007). The impact of the media on children and young people with a particular focus on computer games and the Internet: prepared for the Byron Review on children and new technology.

Cabero, J., Pérez, J. y Valencia, R. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia*, 27, 12-13.

<https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>

Calero, M. L. (2014). El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS. *Oralia*, 17, 85-114.

https://www.academia.edu/9403334/El_discurso_del_WhatsApp_entre_el_Messenger_y_el_SMS

Calvarro, E., Galán, D. y Andujar, O. (2019). Los riesgos del uso inadecuado de Internet y las redes sociales. Conocimiento y percepción de riesgos en jóvenes a través de la historia de vida. *UTE Teaching & Technology (Universitas Tarraconensis)*, 1 (1), 33–47. <https://doi.org/10.17345/ute.2019.1.2626>

Campos Freire, F. (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 287-293. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006023>

Cao, J. (2017). *YouTube: ¿Plataforma social o medio de comunicación? Estudio de su potencial como renovación de los medios tradicionales*. [Tesis de grado, Universidad de Coruña] Repositorio universidad da coruña. <http://hdl.handle.net/2183/20577>

Carmona, M., y Guzmán, L. (2022). *El consumo cultural en la era digital, estudio de caso: Tik Tok durante la pandemia COVID-19, Desafíos del diseño social en condiciones de contingencia*. 220. Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México.

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/112851/Desaf%C3%ADos%20del%20dise%C3%B1o%20social.pdf?sequence=1#page=220>

Cariço dos Reis, B., Rivera Magos, S., Lopes, P. y Sousa, J. (2018). Prácticas digitales de los jóvenes portugueses y mexicanos. Un estudio comparativo. *Index comunicación*, 8 (3), 207-227.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6711310>

Casales, A. (2021). El papel de las tecnologías educativas durante la pandemia. *Reencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, 31 (78), 293-316.

<https://reencuentro.xoc.uam.mx/index.php/reencuentro/article/view/1032>

Ceballos, L. (2009). 2008 fue el año de las redes sociales. *Pulso Social*.
<https://pulsosocial.com/2009/01/05/2008-fue-el-ano-de-las-redes-sociales/>

Ceurvels, M. (2022). Latin America Social Network Users. *Insiderintelligence*.
<https://www.insiderintelligence.com>

Comscore. (2021). *Consumo digital 2020 en Latinoamérica: supremacía del móvil y crecimiento de la audiencia en Internet*. [Comunicado de prensa].

<https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Comunicados-de-prensa/2021/2/Consumo-digital-2020-en-Latinoamerica>

Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos. (2019). La FTC impone una multa de \$5 mil millones y nuevas restricciones radicales de privacidad en

Facebook. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2019/07/ftc-imposes-5-billion-penalty-sweeping-new-privacy-restrictions-facebook>

Contreras, D., Henríquez, F., Inostroza, E., Núñez, P., Rojas-Jara, C., Sanhueza, F. y Solís, A. (2018). Adicción a Internet y uso de redes sociales en adolescentes: una revisión. *Revista Española de Drogodependencias*. 43(4), 39-54. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/ibc-176492>

Cristofol, C., Alcalá, A., y Fernández, L. (2018). Análisis comparativo de las aplicaciones Snapchat e Instagram: nuevas tendencias derivadas de su uso. *Redmarka 20* (1), 39-76. <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.020.4801>

Cuyún, I (2013). *Adicción a redes sociales en jóvenes. (Estudio realizado con jóvenes de 14-16 años del colegio Liceo San Luis de Quetzaltenango)*. [Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar] Archivo digital.

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/42/Cuyun-Maria.pdf>

DANE (2020). *Juventud en Colombia: ¿quiénes son, qué hacen y cómo se sienten en el contexto actual?*. <https://www.dane.gov.co/index.php/actualidad-dane/5255-juventud-en-colombia-quienes-son-que-hacen-y-como-se-sienten-en-el-contexto-actual>

DANE. (2021). *Nota Estadística Juventud en Colombia*. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/dic-2021-nota-estadistica-juventud-en-colombia.pdf>

Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, (33), 45-68. <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A>

Domínguez, F. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014). *Revista de comunicación*, 14 (1), 48-69.

<https://revistadecomunicacion.com/article/view/2704>

Echeverría, J., & Almendros, L. S. (2016). Ética y uso cotidiano de las redes sociales. *Revista Institucional UPB*, 59 (159), 103-122.

<https://revistas.upb.edu.co/index.php/revista-institucional/article/view/6844>

El País. (2018). *Jóvenes del país se 'rajan' por su mal comportamiento en redes, revela estudio*. <https://www.elpais.com.co/colombia/jovenes-del-pais-se-rajan-por-su-mal-comportamiento-en-redes-revela-estudio.html>

Escurra, M. & Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a las redes sociales. *Liberabit. Revista Peruana de Psicología* 20(1), 73-91.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>

Expansión. (2021). *La pandemia dispara el uso de las redes sociales, un 27% más que hace un año*.

<https://www.expansion.com/economiadigital/innovacion/2021/02/10/6022c89de5fdea59448b459b.html>

Fernández de Arroyabe Olaortua, A., Lazkano Arrillaga, I., & Eguskiza Sesumaga, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Comunicar*, 57,61-69. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-06>.

Gallardo, M. S. (2020). Sociedad 5.0 o sociedad hiperconectada. La nueva revolución social, ¿promesa del futuro o realidad actual? *Sistemas*, 154, 51–67.

<https://doi.org/10.29236/sistemas.n154a6>

García, B., López, M. y Vizcaíno, R. (2019). “Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 554- 572.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345>

García, M., Kendall, G. y Lima, C. (2013). *YouTube como red social*. Grupo de investigación Eumed.net. <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1297/index.htm>

García, R., Tirado, R y Gómez, A. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones, evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 47 (3), 291-298. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.291-298>

Giraldo-Luque, S y Fernández-Rovira, C. (2020). Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional De La Información*, 29 (5).

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>

Gómez, A. y Domínguez, M. (2022). Usos del Internet por jóvenes estudiantes durante la pandemia de la covid-19 en México. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 12 (22), 724. <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a12n22.724>.

Gómez, J. (2021). Estudiar las redes sociales: perspectivas teóricas para un análisis. *Mediaciones*, 17 (26), 190–

203. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.17.26.2021.190-203>

Gómez, K. y Marín, J. (2017). Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio institucional Universidad Cooperativa de Colombia.
<http://hdl.handle.net/20.500.12494/747>

González, R., Bernal, C y Palomero, I. (2020). Uso de las redes sociales entre los jóvenes y ciudadanía digital: análisis tras la COVID-19. REIDICS. *Revista De Investigación En Didáctica De Las Ciencias Sociales*, (7), 64-81.
<https://doi.org/10.17398/2531-0968.07.64>

Goodman, L.A. (1961). «Snowball sampling». *Annals of Mathematical Statistics*. 32 (1), 148-170. <https://doi:10.1214/aoms/1177705148>.

Hernández-Sampieri, R. (2014). Diseños del proceso de investigación cualitativa. (Pág. 468-506) En: Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill: México

Huchim, D. y Reyes, R. (2013). La investigación biográfica-narrativa, una alternativa para el estudio de los docentes. *Actualidades Investigativas en Educación*, 13 (3), 392-419. <https://doi.org/10.15517/aie.v13i3.12026>.

Isidro de Pedro, A. y Moreno, T. (2018). Redes sociales y aplicaciones de móvil: uso, abuso y adicción. *Infad, revista de psicología*, 4 (1).
<https://doi.org/10.17060/ijodaep.2018.n1.v4.1295>

Jaramillo, M. (2010). Por primera vez cae número de usuarios de Facebook en Colombia. *Enter.co*. <https://www.enter.co/cultura-digital/redes-sociales/por-primeravez-cae-numero-de-usuarios-de-facebook-en-colombia/>

Jaramillo, M. (2012). Análisis del social media marketing en las principales redes sociales como Myspace, Facebook, Hi5 y su impacto en la promoción turística de la Parroquia Mindo durante el periodo 2008-2010.[Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/3304>

La Rosa, A. (2014). Medios sociales de comunicación e interacción en el contexto de la posmodernidad. <https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/12/GI1-Amaro-La-Rosa.pdf>

Landín, M. y Sánchez, S. (2019). El método biográfico-narrativo: una herramienta para la investigación educativa. *Educación*, 28 (54), 227-242. <https://dx.doi.org/10.18800/educacion.201901.011>

Lightfoot, C. (1997). La cultura de los adolescentes que toman riesgos. Londres: Guilford Press.

Lorduy, J. (2022). *Más de 29.000 ciberdelitos se han denunciado en 2022*. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/mas-de-29-000-ciberdelitos-se-han-denunciado-en-2022-568103>

Martín Serrano, M. (2019). La comunicación y la información en un mundo que se virtualiza. Desarrollos y funciones previsibles. *Comunicación Y Sociedad*, (16), 1–29. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7478>

Mendoza, L. y Rubén, J. (2018). "Uso excesivo de redes sociales de Internet y rendimiento académico en estudiantes de cuarto año de la carrera de psicología

UMSA". *Educación Superior*, 5 (2), 57-70.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2518-82832018000200008&lng=es&tlng=es.

Merino, L. (2011). Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital. *Revista de Estudios de Juventud*, (95), 31-43.

http://www.injuve.es/sites/default/files/tema2_revista95.pdf

Microsoft. (2019). 2019 Global Cyber Risk Perception Survey.

<https://www.microsoft.com/en-us/security/blog/wp-content/uploads/2019/09/Marsh-Microsoft-2019-Global-Cyber-Risk-Perception-Survey.pdf>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MINTIC. (2010). *Las conexiones a Internet en Colombia alcanzan los 3,2 millones en el cuarto trimestre de 2009*. https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-7727_informe_conectividad_pdf.pdf

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MINTIC (2021). *Colombia avanza en su meta de estar conectada en un 70 % en 2022: DANE*.

<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/182108:Colombia-avanza-en-su-meta-de-estar-conectada-en-un-70-en-2022-DANE>

Morocho, F. (2019). *"INSTAGRAM: USO Y MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES"*. [Tesis de pregrado, Universidad Complutense Madrid]. Archivo digital.

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/57495/1/INTAGRAM%20USO%20Y%20MOTIVACIONES%20DE%20LOS%20JO%CC%81VENES%20.pdf>

McLachlan, S y Enriquez, G. (2020). *42 estadísticas de Instagram relevantes para tu negocio en 2022*. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/>

Muñoz, L. (2017). Hacia una sociedad hiperconectada, *Revista BIT*, 52-53. <https://www.coit.es/sites/default/files/archivobit/pdf/bit-206-hacia-una-sociedad-hiperconectada.pdf>

Orlowski, J. (2020). El dilema de las redes sociales. [Película]. Netflix. <https://www.netflix.com/es/title/81254224?s=i&trkid=13747225&vlang=es&clip=81275293>

Przybylski, A. y Orben, A. (2017). *Social media is nothing like drugs, despite all the horror stories*. The conversation. <https://theconversation.com/social-media-is-nothing-like-drugs-despite-all-the-horror-stories-79382>

Ramos, I., López, C., y Torrecillas, T. (2018). Percepción de riesgo online en jóvenes y su efecto en el comportamiento digital. *Comunicar*, 56 (3), 71-79. doi:10.3916/C56-2018-07

Rideout., J, Foehr, V, G & Roberts, U. (2010). *Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*. ERIC. <https://eric.ed.gov/?id=ED527859>

Semana (2018). Colombia incrementó en un 70% sus conexiones a Internet en ocho años. Tecnología. <https://www.semana.com/pais/articulo/balance-conexiones-a-Internet-en-colombia-2010-2008/260104/>

Tamayo, C., Delgado, J. D., y Penagos, J (2007). Hacer real lo virtual: Discursos del desarrollo, tecnologías e historia del Internet en Colombia. *Pontificia Universidad Javeriana*.
http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/cinep/20100831075004/hacer_real_lo_virtual.pdf

Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los jóvenes y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, 29, 222–239.
<https://revistaprismasocial.es/article/view/3558>

Universidad Nacional Abierta y a Distancia [UNAD], (2018). *Los Riesgos en Redes Sociales (Parte I)*. <https://noticias.unad.edu.co/index.php/gidt/2444-los-riesgos-en-redes-sociales>

Vázquez, M. (2021). Factores protectores y de riesgo en el uso de redes sociales en adolescentes [Tesis de grado, Universidad del Azuay]. Dspace.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11212>

Vega, B. (2014). *Sociedad hiperconectada*. Campus digital.
<http://hdl.handle.net/11056/22196>

Vega, F. (2022). *El Estado de Social Media 2022 en América Latina*. [Seminario Web]. Comscore. <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2022/El-Estado-de-Social-Media-2022-en-America-Latina>

Zhang, S. (2020). “Digital-Sphere”: Information Communication Technology Risks and Regulation Adjustment. [conferencia]. *IAMCR Tampere 2020*, Tampere, Finlandia. <https://iamcr.org/node/12800>

Zuluaga Esquivel, M. (2019). EAFIT y TigoUne promueven el uso responsable de las TIC en Colombia. *Revista Universidad EAFIT*, 54(173), 52–59.
<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/5735>

We Are Social. (2020). *Digital 2020: El Uso De Las Redes Sociales Abarca Casi La Mitad De La Población Mundial*.
<https://wearesocial.com/es/blog/2020/01/digital-2020-el-uso-de-las-redes-sociales-abarca-casi-la-mitad-de-la-poblacion-mundial/>

We Are Social y Hootsuite. (2022). *Digital 2022 global overview report*.
<https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

Anexo A

Este anexo consigna las preguntas orientadoras de la entrevista narrativa.

Antes de cada sesión se expuso el objetivo del proyecto y se firmó el consentimiento informado.

Usos de Internet y las redes sociales

1- Cuéntame la historia de cómo llegaste a Internet desde que ingresaste por primera vez hasta ahora (tómame el tiempo que requieras para contar esta historia) (edad, contexto, sitios en Internet de la época, temas de consulta, dispositivos, tiempos, experiencias de vida)

2- Cuéntame la historia de cómo llegaste a las redes sociales desde que ingresaste por primera vez hasta ahora (tómame el tiempo que requieras para contar esta historia) (edad, contexto, las redes sociales o sitios en Internet de la época, experiencias de vida, dispositivos, tiempos)(¿quién te ayudó a llegar a las redes, cómo creaste la cuenta, para qué la usabas, a que páginas entrabas?)3-

¿Usualmente a través de qué dispositivos accedes a Internet y a las redes sociales?

4- ¿En un día típico cuéntanos qué haces en Internet? cuando estábamos en pandemia tenías las mismas actividades o esto ha cambiado?

5- ¿En un día típico cuéntanos qué haces en cada una de las redes sociales que tienes? (tener en cuenta cada una de las redes sociales descritas por el entrevistado) ¿Qué hacías en las redes sociales durante la pandemia y cómo han

cambiado estas actividades? (Consumo de contenido, seguir a influenciadores, producir y subir contenido)

6- Descríbeme tu rutina diaria en cada una de las redes sociales que tienes? ¿Qué haces habitualmente en cada una de ellas? ¿actividades principales?

7- ¿Cuánto tiempo sueles pasar en las redes? Actualmente

8- Durante la pandemia por COVID-19, ¿Con qué frecuencia hacías uso de las redes sociales?, ¿cuáles eran tus actividades principales? y ¿consideras que se intensificó tu uso de redes sociales después del confinamiento?

Noción del riesgo

1- ¿Cómo definirías tú el concepto de riesgo?

2- ¿Desde tu punto de vista existen riesgos en Internet y en las redes sociales?

3- ¿Cómo definirías tú el concepto de riesgo en Internet y las redes sociales?

4- ¿Qué tipo de riesgos consideras que existen en Internet para los jóvenes?

5- ¿Qué tipo de riesgos consideras que existen en las redes sociales para los jóvenes?

7- Cuéntanos si conoces alguna experiencia o situación de riesgo que haya vivido algún familiar alguna persona cercana en Internet o en las redes sociales.

Prácticas de prevención

- 1- Cuéntanos si llevas a cabo alguna práctica para cuidarte o protegerte de los riesgos en Internet o en las redes sociales
- 2- ¿Buscas información acerca de los riesgos en Internet o en las redes sociales?
- 3- Si tuvieras que enfrentar una situación de riesgo en Internet, ¿qué harías, a quién recurrirías?
- 4- Cuéntanos si has recibido en la universidad formación sobre los riesgos en Internet y en las redes sociales.
- 5- Desde tu punto de vista, ¿qué rol debería jugar la Universidad en relación con los riesgos en Internet y las redes sociales que podrían experimentar los estudiantes?