

Estudio de Redes Sociales entre las personas jóvenes de Vitoria-Gasteiz



I. Planteamiento metodológico

Metodología y técnica de estudio

Metodología cuantitativa

Hemos trabajado mediante cuestionarios semiestructurados, es decir, con preguntas tanto abiertas como cerradas.

Detalle de planteamiento metodológico

Universo: jóvenes entre 12 y 18 años.

Diseño muestral: Hemos realizado un total de 687 cuestionarios vía online y 729 vía papel. (Ver anexos).

Distribución de la muestra: según edad (ESO-Bachiller), sexo, tipo de centro y modelo lingüístico (7 colegios).

	UNIVERSO	CUESTIONARIO ONLINE	CUESTIONARIO PAPEL
Total	12566	687	729
ESO	8897	477	513
Bachiller	3669	214	216
Mujeres	6312	341	364
Hombres	6254	346	365

La muestra se ha estratificado mediante los criterios edad (ESO-Bachiller) y sexo. Además, para conocer la realidad sobre esta cuestión, también se tuvieron en cuenta otras características como el tipo de centro (concertados o públicos), así como el modelo lingüístico. Para ello los colegios seleccionados fueron: IES Los Herrán, Lakua BHI, IES Mendebaldea BHI, Egibide Nieves Cano, Egibide Jesús Obrero, Olabide Ikastola y IES Francisco de Vitoria.

Error muestral y elevación

Para un Nivel de Confianza de 95,5% estos serían los errores muestrales y coeficientes de elevación:

	CUESTIONARIO ONLINE			CUESTIONARIO PAPEL		
	ERROR MUESTRAL	FRACCIÓN DE MUESTREO	COEFICIENTE DE ELEVACIÓN	ERROR MUESTRAL	FRACCIÓN DE MUESTREO	COEFICIENTE DE ELEVACIÓN
Total	3,67	5,47	18,3	3,56	5,80	17,2
ESO	4,41	5,36%	18,7	4,24	5,8%	17,3
Bachiller	6,57	5,83%	17,1	6,53	5,9%	17,0
Mujeres	5,21	5,40%	18,5	5,04	5,8%	17,3
Hombres	5,17	5,53%	18,1	5,03	5,8%	17,1

Fechas de procesos de investigación

Las fechas en las que hemos desarrollado el trabajo han sido las siguientes:

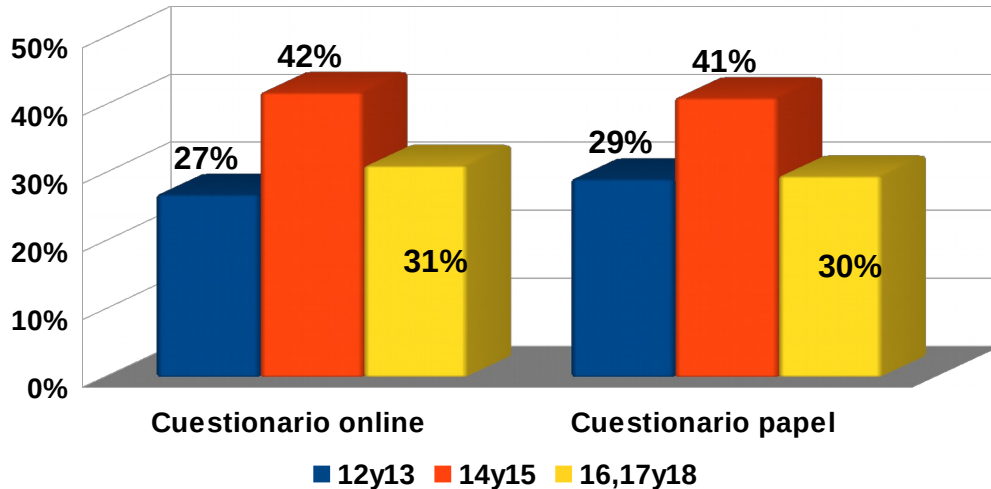
- Inicio de los cuestionarios: 16 de diciembre de 2016
- Finalización de los cuestionarios online y vía papel: 20 de enero de 2017
- Codificación de los datos y realización de gráficos: 23 de enero al 8 de febrero de 2017
- Análisis de los datos: del 9 al 14 de febrero de 2017



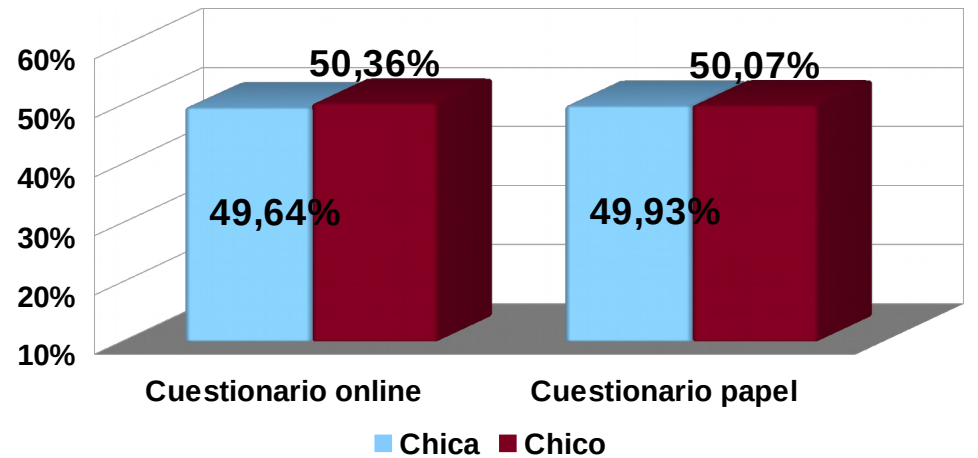
Diseño muestral

	Edad			Sexo		Total
	12-13	14-15	16-18	Chica	Chico	
Cuestionario online	185	288	214	341	346	687
Cuestionario papel	213	300	216	364	365	729

Grupos de edad



Sexo/género





II. Objetivos

1. Conocer la opinión y el uso que hacen los y las jóvenes de 12 a 18 años de Vitoria-Gasteiz de las diferentes Redes Sociales en la actualidad.

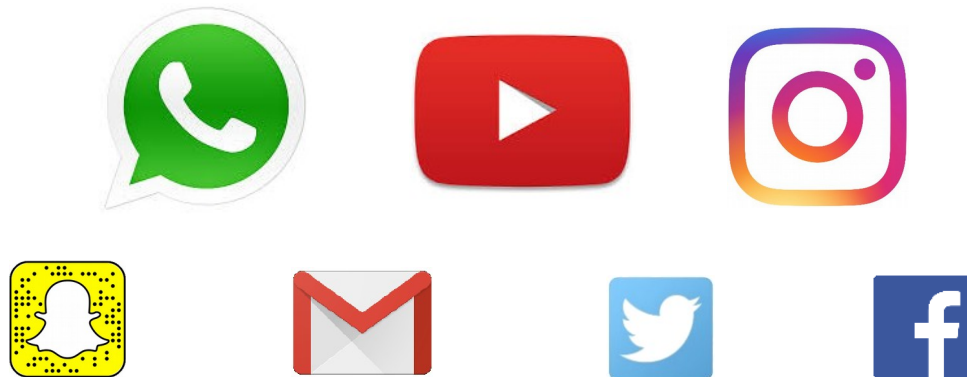
- Estudiar el nivel de penetración de las Redes Sociales en el día a día.
- Conocer qué Redes Sociales utilizan habitualmente y su frecuencia de uso.
- Conocer qué tipo de contenidos son los más relevantes entre el colectivo joven.
- Conocer qué tipo de actividades realizan en las Redes Sociales.

2. Conocer el motivo de la escasa visibilidad de las redes del Ayuntamiento entre las personas jóvenes de 12 a 18 años de Vitoria-Gasteiz en la actualidad.

- Conocer el tipo de Redes Sociales que las personas jóvenes utilizan para estar informados en Vitoria- Gasteiz.
- Estudiar el conocimiento y la opinión que tienen sobre el Ayuntamiento y sus RRSS.

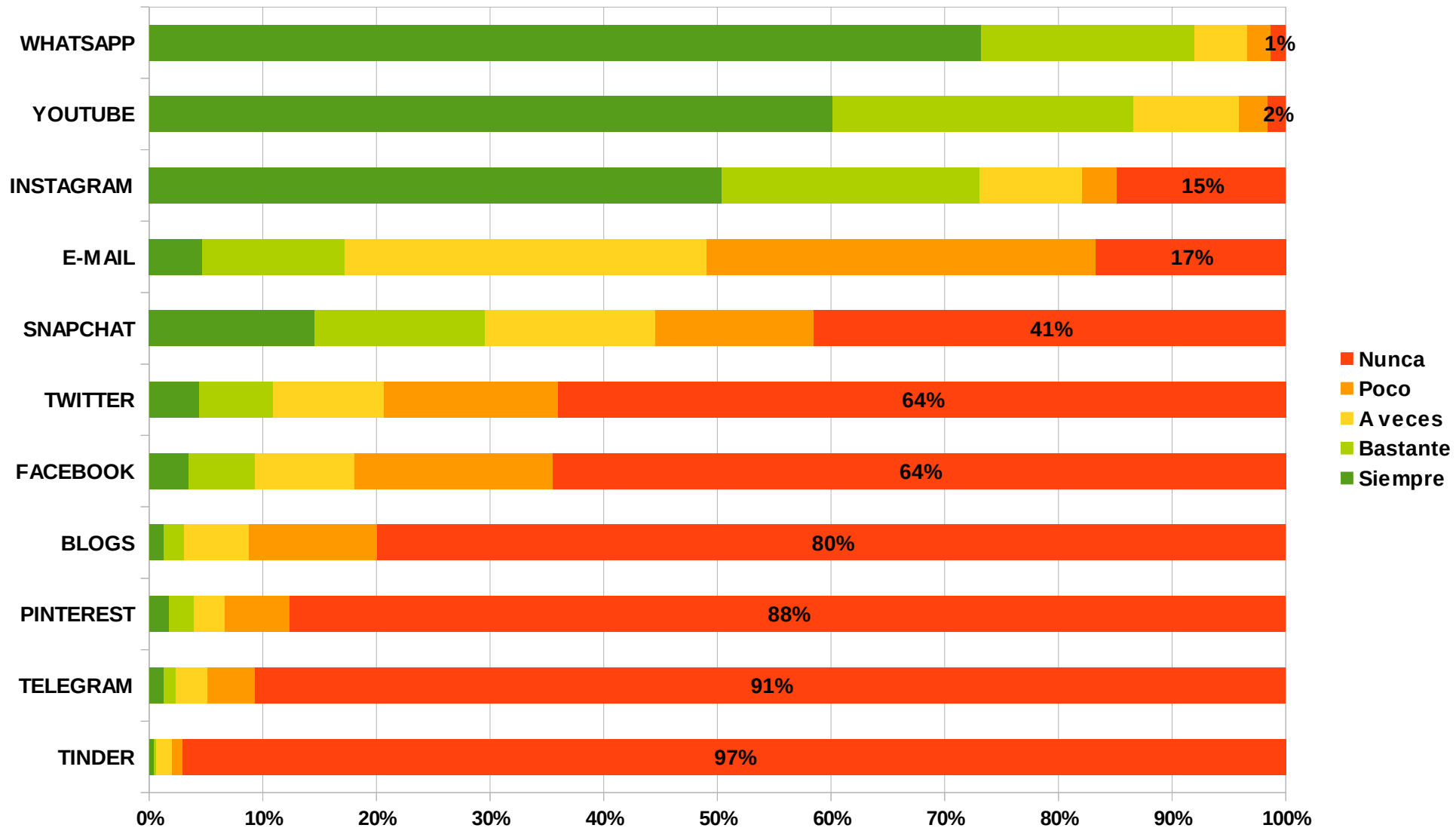
III. Análisis del uso de las Redes Sociales

-Las redes más importantes-



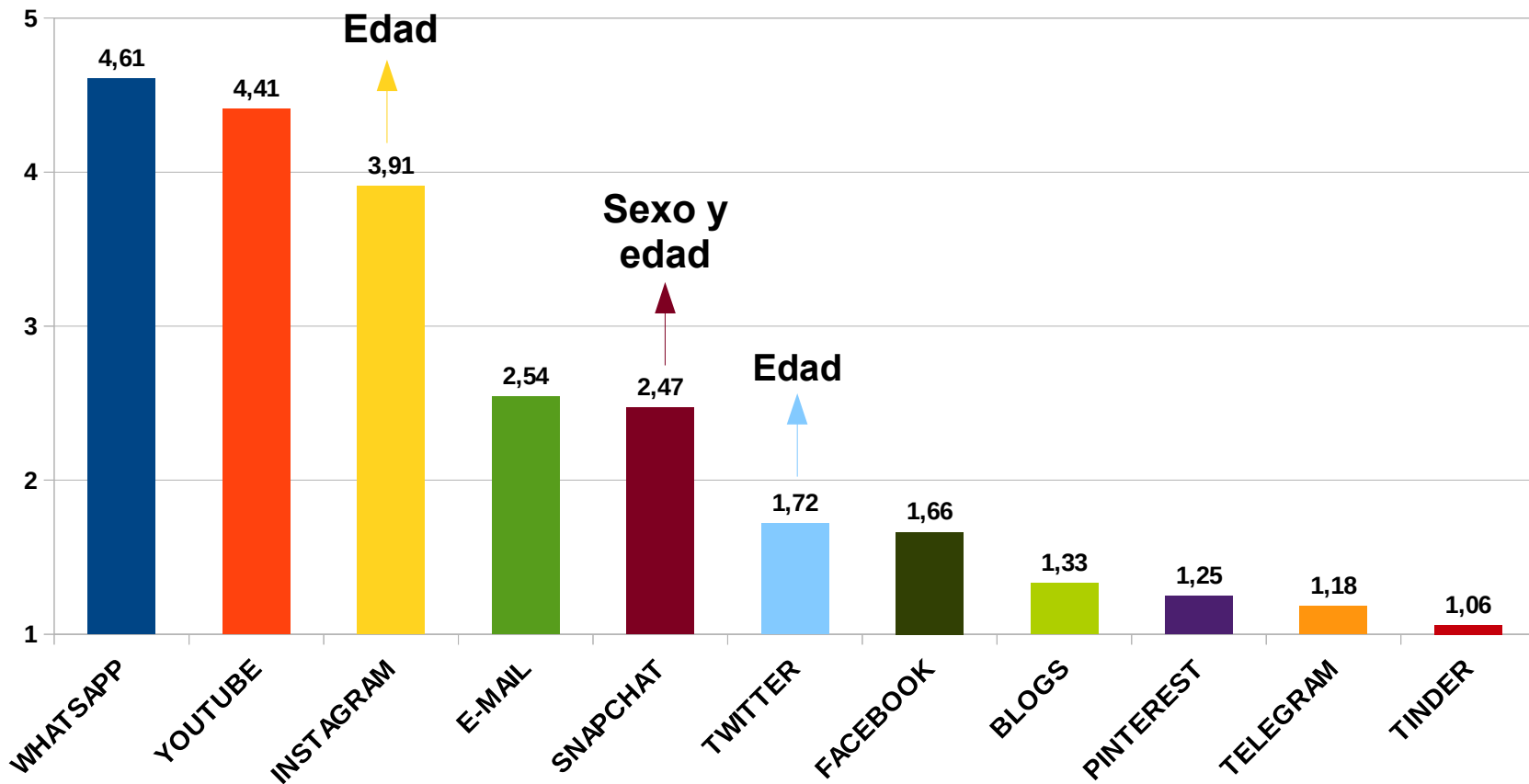
Uso de las Redes Sociales

Base total de jóvenes (n= 687)



Diferencias significativas en el uso de RRSS

Base total de jóvenes (n= 687)



Cuatro serían las RRSS que se diferenciarían según **sexo o edad** según el análisis de varianza univariante (ANOVA):

Instagram: Diferencias significativas por edad. Las personas jóvenes de **16-18 años la usan más.**

Snapchat: Diferencias significativas por sexo y edad. Las **mujeres** y las personas jóvenes de **16-18 años la usan más.**

Twitter: Diferencias significativas por edad. Las personas jóvenes de **16-18 años la usan más.**

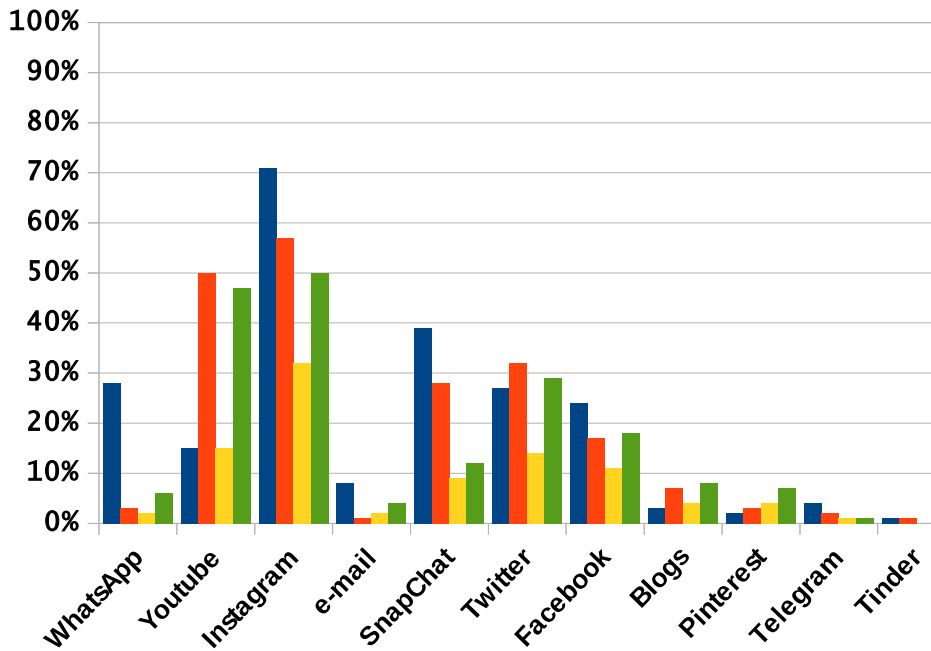
La edad es la variable que más condiciona el uso de las redes sociales.

Uso de las redes sociales en función de distintos tipos de usos

INTERESES

Base total de jóvenes del cuestionario en papel (n= 729)

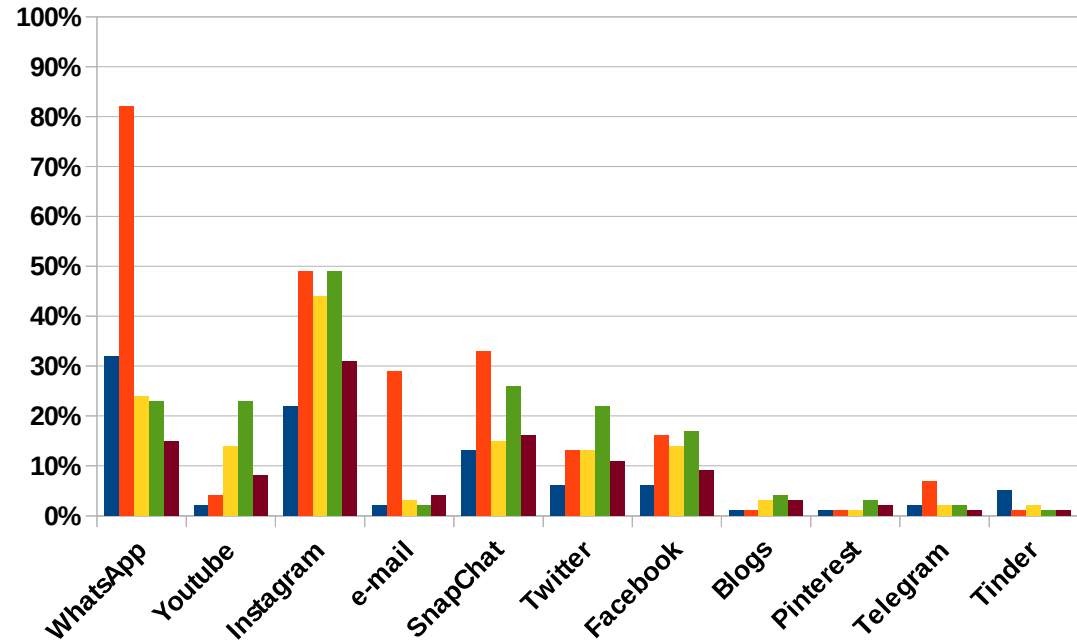
- Seguir a mis amigos
- Seguir gente famosa / influencers
- Seguir marcas
- Seguir temas que me interesan



RELACIONES SOCIALES

Base total de jóvenes del cuestionario en papel (n= 729)

- Para ligar
- Comunicarme con los amigos
- Conocer gente nueva
- Para cotillear
- Medio para expresar quien soy



Instagram es la red social más utilizada para seguir aquellos **temas o personas de interés** como los amigos o amigas y la gente famosa. De hecho, estos dos usos sobresalen sobre el resto de redes sociales. Cabe destacar YouTube, ya que alrededor de un 50% de los y las jóvenes vitorianos y vitorianas la utiliza para seguir temas de de su propio interés o a personas famosas o Youtubers.

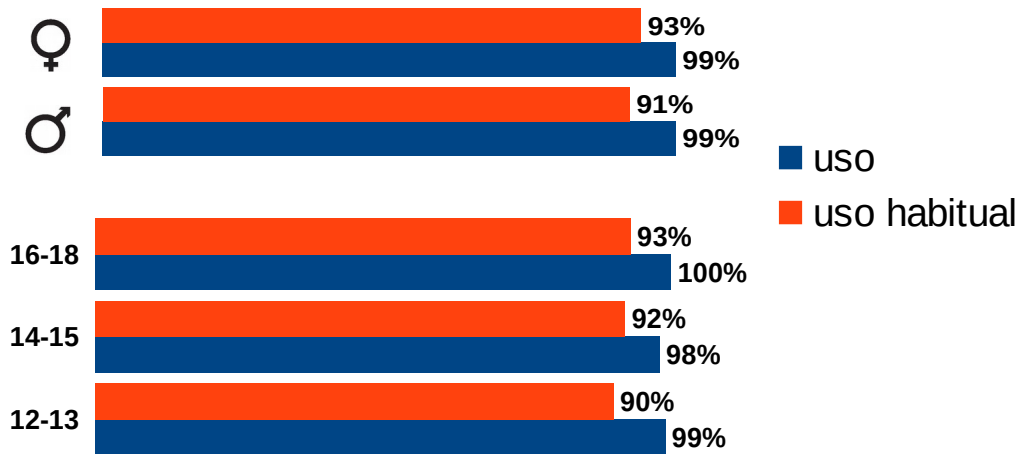


Para establecer o mantener **relaciones sociales** es **WhatsApp** la herramienta más utilizada. Más de un 80% de los y las jóvenes la utilizan a diario para comunicarse con sus amigos y amigas, muy por delante de Instagram (alrededor del 50%). Puede afirmarse que mayoritariamente WhatsApp se utiliza para tal fin, como se puede ver en diferencia con el resto de usos. Además, hay que decir que es la red social más utilizada y que el uso más frecuente de las redes sociales es el de comunicarse con los amigos y amigas, de ahí este uso mayoritario en esta red social.



Whatsapp

Perfil de los usuarios



- Red más usada y útil.
- Comunicación con amistades.
- Inmediatez y contacto directo.

99%
Usuarios

1º

92%
Usuarios habituales

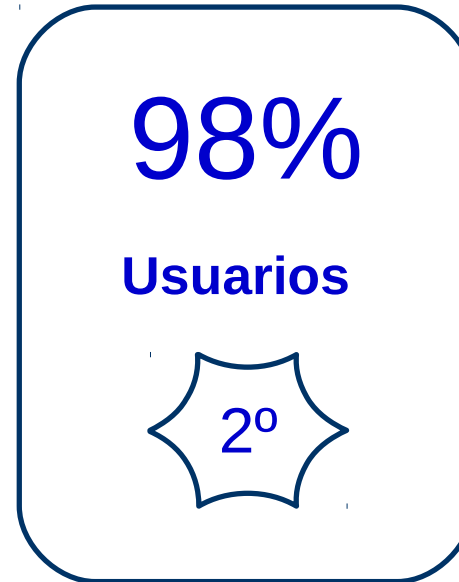
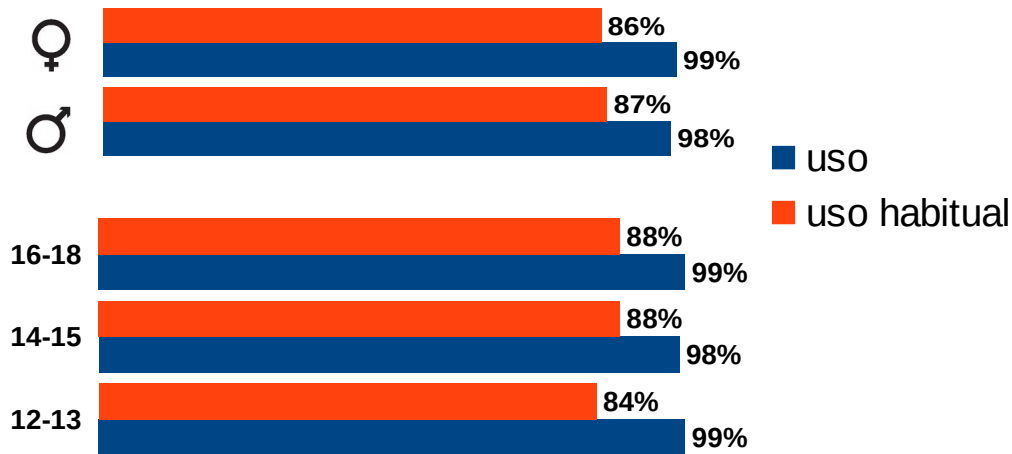
1º

Videos-música
Conocer gente
Estudio Cotillear
Comunicarme
Actualidad Ligar
Amigos
Expresarme



Youtube

Perfil de los usuarios



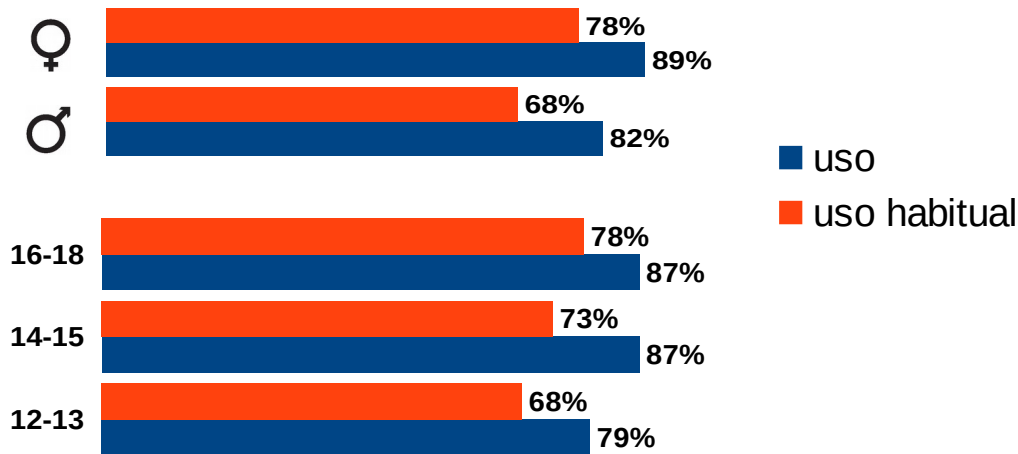
- Red para recibir contenido audiovisual.
- Principalmente temas de interes e influencers.
- Red social más divertida.

Estudio
Intereses
Videos-música
Famosos
Amigos Cotillear
Publicar



Instagram

Perfil de los usuarios



- Combina temas globales con la cercanía.
- Red con más usos.
- Espacio considerado propio por los y las jóvenes.
- Las mujeres y las personas jóvenes de entre 16-18 años la usan más.

85%
Usuarios
3º

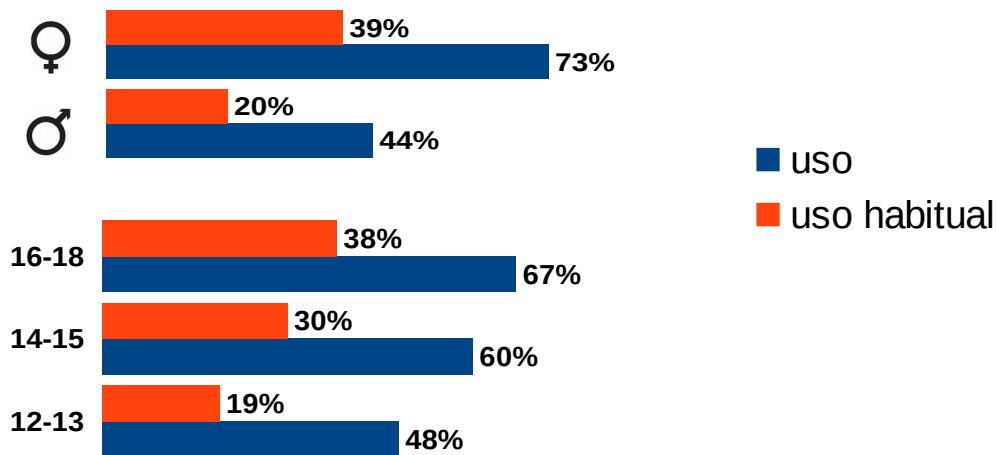
73%
Usuarios habituales
3º

Conocer gente
Cotillear Actualidad
Publicar Marcas
Ligar Amigos
Expresarme Famosos
Intereses
Comunicarme
Videos-música



Snapchat

Perfil de los usuarios



- Combina temas globales con la cercanía.
- Inmediata y con contenidos volátiles.
- Las mujeres y las personas jóvenes de entre 16-18 años la usan más.

59%
Usuarios

5º

30%
Usuarios habituales

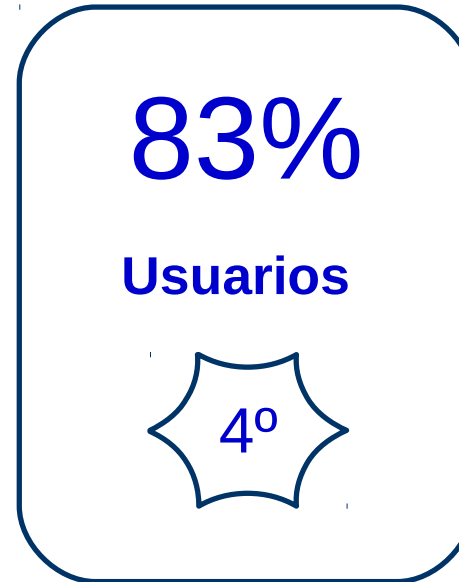
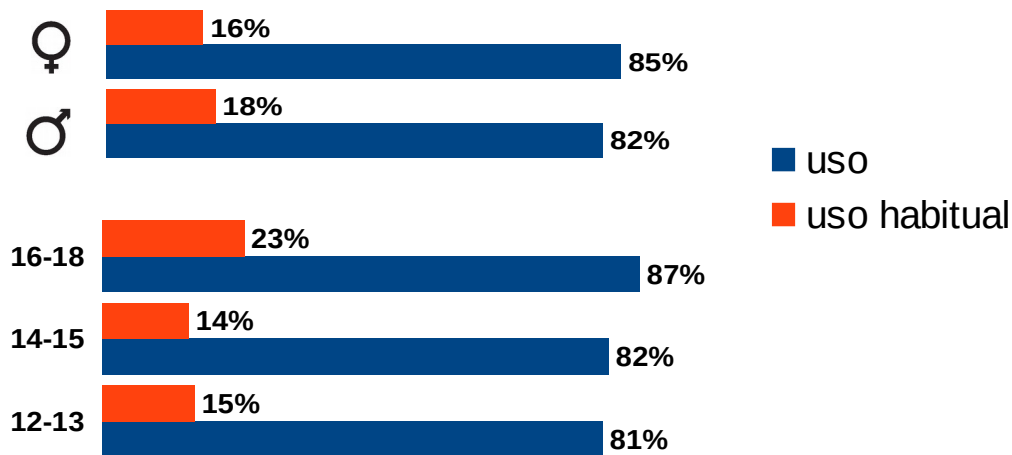
4º

Videos-música
Publicar
Famosos
Amigos
Comunicarme
Cotillear
Expresarme



E-mail

Perfil de los usuarios



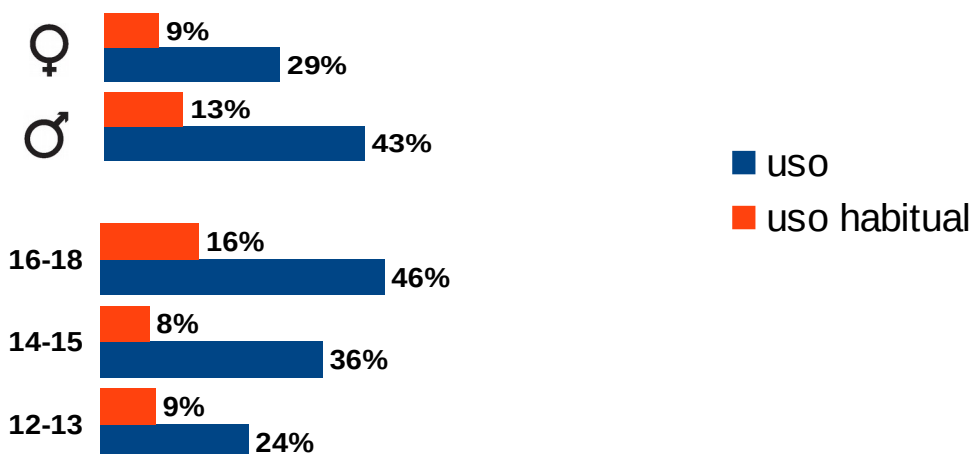
- Uso técnico, para temas de estudio.
- Uso poco frecuente.

Estudios
Comunicarme



Twitter

Perfil de los usuarios



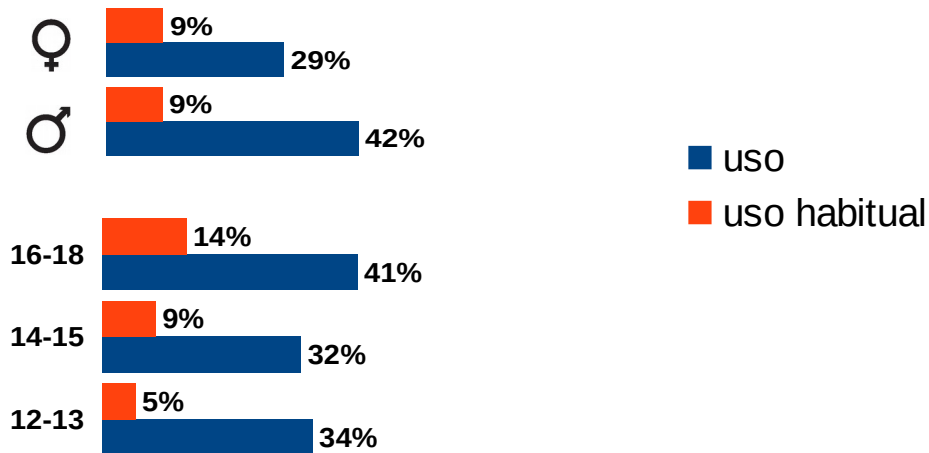
- Sobre todo para seguir temas e influencers.
- Información y actualidad.
- Muy poco utilizada.
- Jóvenes de entre 16-18 años la usan más.

Cotillear
Intereses
Famosos
Publicar Amigos
Noticias
Actualidad



Facebook

Perfil de los usuarios



- Combina temas globales con la cercanía.
- Muy poco utilizada, ya que la consideran una red poco útil y aburrida.



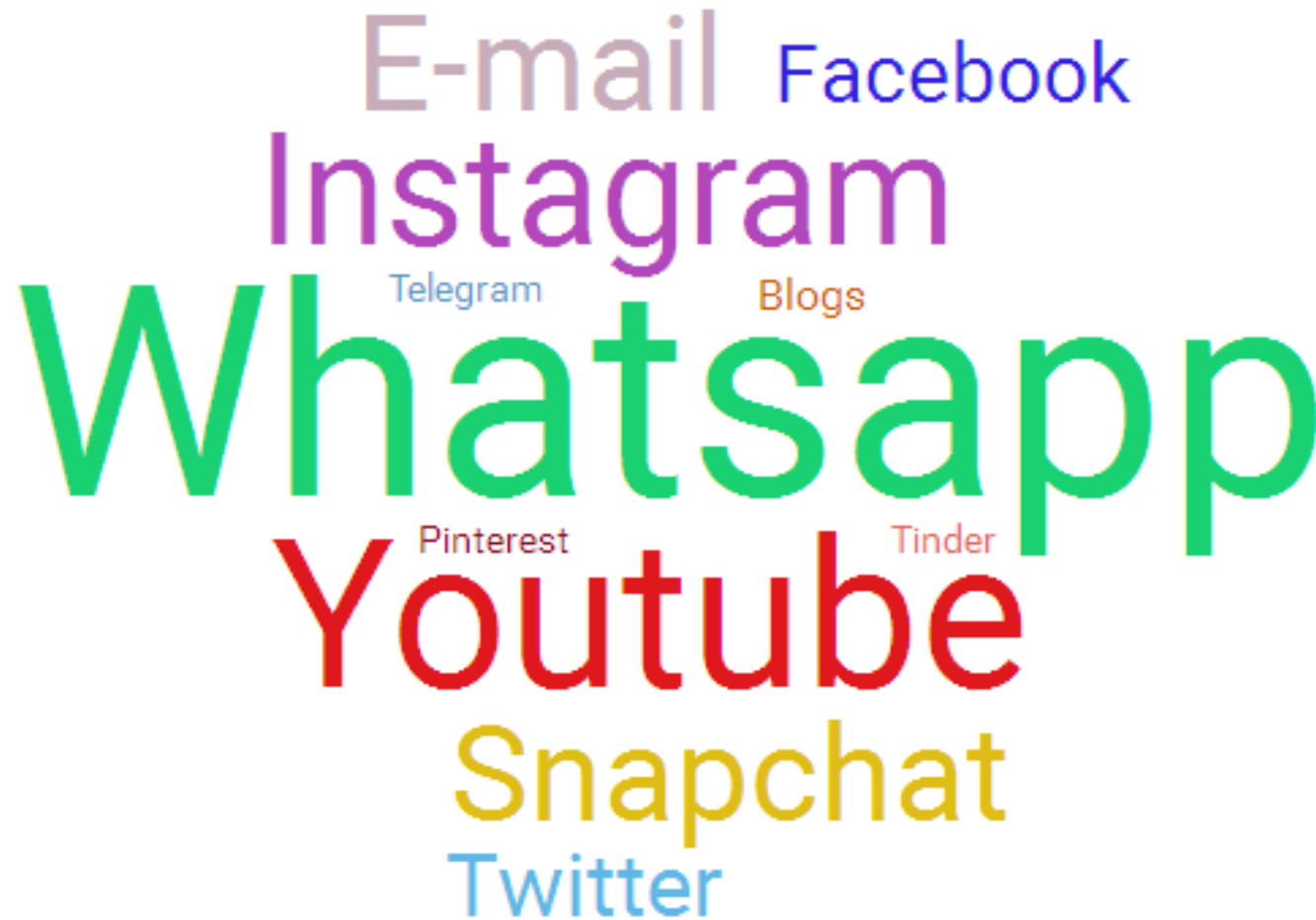
Famosos
Publicar Noticias
Amigos
Intereses
Cotillear
Comunicarme

IV. Conclusiones



- 1) Las RRSS más usadas son WhatsApp, Youtube e Instagram.
- 2) El uso de las RRSS está relacionado principalmente con el ocio.
- 3) Combinan temas globales como seguir a influencers con la cercanía de comunicarse con las amistades.
- 4) Las RRSS que más utilizan los y las jóvenes son un espacio propio separado del poder adulto.
- 5) El móvil es el medio más utilizado para hacer uso de las RRSS y se conectan más a la tarde y a la noche.
- 6) Los y las jóvenes no conocen las actividades o programas que realiza el Ayuntamiento.

1) Las RRSS más usadas son WhatsApp, Youtube e Instagram.



2) El uso de las RRSS está relacionado principalmente con el ocio.

- Las principales redes se relacionan con un uso específico:
 - WhatsApp: Comunicarse
 - Youtube: Ver videos
- Redes como Instagram y Snapchat tienen varias utilidades principales, relacionando el contacto directo con temas más generales.
- Espacio propio para desarrollar sus formas de ocio personales.



3) Temas globales y cercanía

Informarse

CONTACTO DIRECTO



Temas que siguen

TEMAS GENERALES Y OCIO



Lo que capta la atención

VISUAL



Información compartida

CERCANA



4) Las RRSS que más utilizan los y las jóvenes son un espacio propio separado del poder adulto.

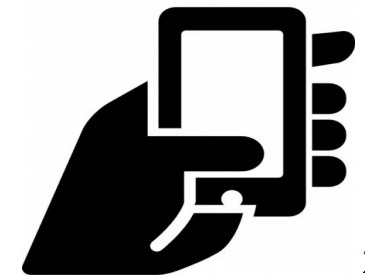
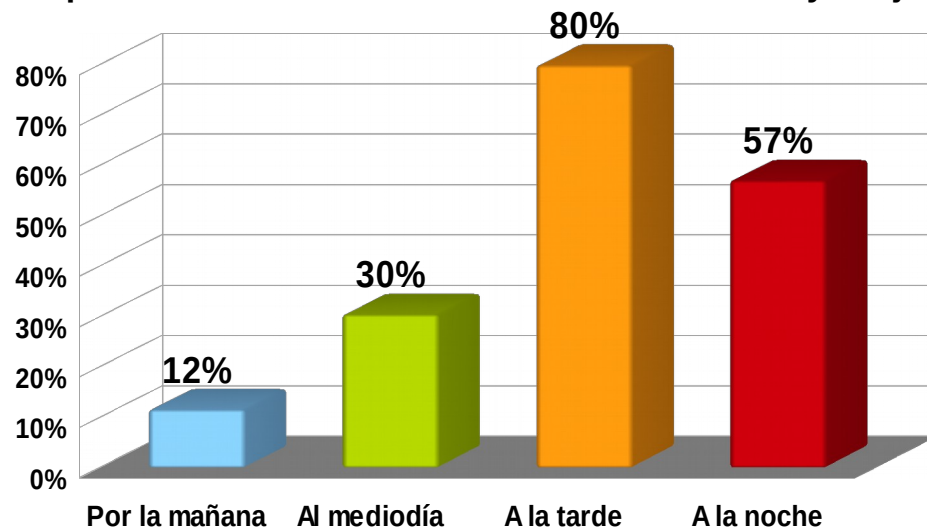
- Nos encontramos ante un espacio virtual propio donde el **ocio y las relaciones sociales** con los amigos y amigas es lo que prima como hemos podido observar en el transcurso de la investigación.
- Las redes sociales no son solo una forma de ocio y comunicación, sino también un espacio propio alejado del control parental y de las personas adultas. Es un espacio propio en el que se desarrollan unas formas de ocio y comunicación juveniles, rechazando cuestiones que tengan que ver con la adquisición de compromisos, obligaciones etc.
- A través de otras investigaciones como IAB (2016) y el observatorioRRSS (2015) hemos podido comprobar que a mayor edad las RRSS más utilizadas difieren de las usadas por nuestro universo objetivo (Facebook y Twitter versus Instagram y Snapchat). De esta manera se demuestra que los y las jóvenes se inclinan más por las redes en las que ellos y ellas son el público dominante.
- Este puede ser el motivo por el que resulta complejo llegar a este colectivo a través de las nuevas tecnologías, ya que es su **espacio personal** y no tienen cabida en él, ni las administraciones ni las personas adultas, ligados siempre a cuestiones como el deber o las responsabilidades.



5) El móvil es el medio más utilizado para hacer uso de las RRSS y se conectan más a la tarde y a la noche.

- Se conectan a las RRSS más mediante el móvil, ya que es su dispositivo propio y personal.
- Les permite estar permanentemente conectados y desde cualquier lugar desde la palma de su mano.
- Los y las jóvenes hacen un mayor uso de las RRSS por la tarde. Aunque también cabe destacar que el grupo de más edad (16-18) las usan más por la noche.

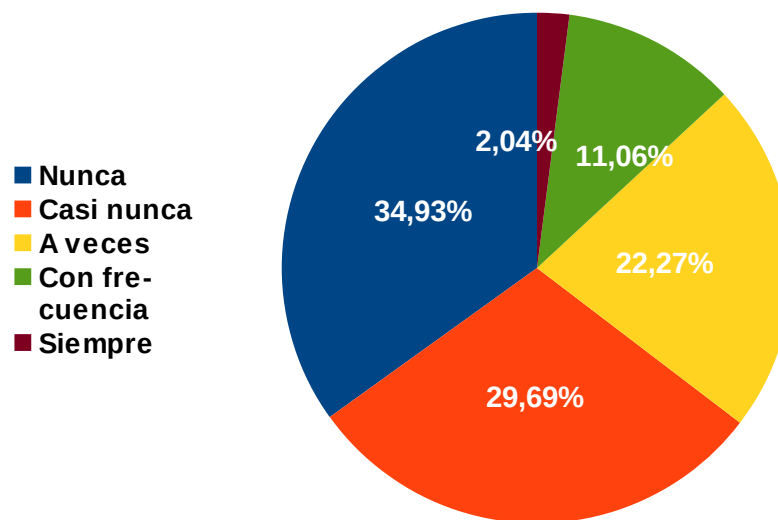
¿En qué momento del día usan más las RRSS los y las jóvenes?



6) Conocimiento de las actividades realizadas por el Ayuntamiento

- El servicio de Juventud, publica sus actividades o eventos a realizar a través de Twitter, Facebook, Email (para aquellos inscritos en el boletín) y carteles. Sin embargo, ninguna de estas tres redes sociales está entre las más usadas por los y las jóvenes. Ya que, la juventud vitoriana para informarse de lo que ocurre en la ciudad lo hace a través del boca a boca o sino mediante WhatsApp. Esta puede ser la razón por la que hasta un 64% de los encuestados y encuestadas nunca o casi nunca se entera de las actividades que el Ayuntamiento organiza para los y las jóvenes.
- La Administración tiene grandes dificultades para llegar al colectivo joven a través de las RRSS, ya que las consideran espacios de ocio y de relaciones cercanas. **La Administración la consideran como una institución ajena.**
- Los y las jóvenes afirman que se interesarían más por las actividades que realiza el Ayuntamiento, si estas fueran más atractivas, acordes a sus intereses y se escucharan sus propuestas.

¿Sueles enterarte sobre actividades o programas que organiza el Ayuntamiento a través de las Redes Sociales?



V. Bibliografía

- IAB, (2016): “Estudio anual de Redes Sociales”, Madrid.
- Observatorio RRSS, (2015): “Observatorio Redes Sociales VII Oleada.”
- Gazteen Euskal Behatokia, (2016): “Euskadiko Gazteak eta sare sozialak”, Eusko Jaurlaritza.