

Recibido: 08/01/2023 - Aceptado: 23/03/2023 - Publicado: 24/04/2023

## LAS REDES SOCIALES ONLINE COMO AMORTIGUADORAS DE LA SOLEDAD DURANTE EL CONFINAMIENTO

### ONLINE SOCIAL NETWORKS AS A HELPING TOOL TO COPE WITH LONELINESS DURING THE LOCKDOWN

**Loreto Vázquez Chas:** Universidade da Coruña. España.  
[loreto.vazquez@udc.es](mailto:loreto.vazquez@udc.es)

*La realización de este trabajo ha sido posible gracias a la concesión de una bolsa de investigación en Ciencias Sociales de la Deputación da Coruña.*

#### Cómo referenciar este artículo:

Vázquez-Chas, L. (2023). Las redes sociales online como amortiguadoras de la soledad durante el confinamiento. *Revista de Comunicación de la SECCI*, 56, 249-264.  
<http://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e828>

#### RESUMEN

El confinamiento impuesto para intentar detener la expansión del virus SARS-CoV-2 en 2020 planteó importantes retos de diversa índole, entre los que destacan, además de los sanitarios, los sociales y comunicativos. El presente trabajo se centra en el punto en el que convergen los dos últimos ámbitos, para dar respuesta a un objetivo principal, conocer hasta qué punto las redes sociales online ayudaron a que las personas no se sintiesen solas y otro secundario, determinar si existe alguna relación entre dicha variable y la edad, sexo, red empleada con mayor frecuencia y frecuencia de interacción con cada tipo de contacto. Para ello, se empleó la metodología cuantitativa, concretamente la técnica de encuesta en su modalidad online, analizando la submuestra referida a las personas usuarias de redes sociales *online* de la Encuesta sobre redes sociales *online* en la provincia de A Coruña 2022, submuestra que cuenta con 494 casos. La principal conclusión obtenida es que dichas herramientas ayudaron a la población a no sentirse sola, de forma especial a los jóvenes, mujeres, usuarios/as frecuentes de Instagram y personas que utilizan las redes sociales online de forma activa, lo que generó importantes beneficios tanto a nivel individual, amortiguando el sentimiento de soledad, como a nivel colectivo, evitando la erosión del capital social.

**Palabras clave:** pandemia, soledad, redes sociales online, capital social, juventud, interacción social, bienestar.

#### ABSTRACT

The mandatory lockdown to stop the spread of the SARS-CoV-2 virus in 2020 raised many challenges not only of sanitary nature but social and communicative as well. This

paper is focused on the point where the two last areas meet, in order to answer to a general aim: knowing to what extent online social networks helped people not to feel alone, and a specific aim: to demonstrate whether there is any relationship between the aforementioned variable and the variables of age, sex, most frequently used network and the interaction frequency with their contacts. To do so, quantitative methodology was used, the online survey technique specifically by running the *Encuesta sobre redes sociales online en la provincia da Coruña 2022* and by analyzing the subsample referred to online social networks users (494 cases). The main conclusion is that such tools helped people not to feel lonely, especially in the case of young adults, women, frequent Instagram users and active online social networks users. This generated important benefits for both individuals and society, by enabling people to cope with loneliness and by preventing the decline of social capital.

**Keywords:** pandemic, loneliness, online social networks, social capital, youth, social interaction, well-being.

## **REDES SOCIAIS EM LINHA COMO AMORTECEDOR CONTRA A SOLIDÃO NO CONFINAMENTO**

### **RESUMO**

A contenção imposta para tentar impedir a propagação do vírus SRA-CoV-2 em 2020 colocou desafios significativos de vários tipos, incluindo, para além dos desafios de saúde, sociais e de comunicação. Este estudo centra-se no ponto de convergência destas duas últimas áreas, a fim de responder ao objectivo primário de descobrir até que ponto as redes sociais em linha ajudavam as pessoas a não se sentirem sós, e ao objectivo secundário de determinar se existe alguma relação entre esta variável e a idade, o sexo, a rede utilizada com mais frequência e a frequência de interacção com cada tipo de contacto. Para tal, foi utilizada metodologia quantitativa, especificamente a técnica do inquérito online, analisando a subamostra referente aos utilizadores de redes sociais online do Inquérito sobre redes sociais online na província da Coruña 2022, uma subamostra com 494 casos. A principal conclusão obtida é que estes instrumentos ajudaram a população a não se sentir só, especialmente jovens, mulheres, utilizadores frequentes do Instagram e pessoas que utilizam activamente as redes sociais online, o que gerou benefícios significativos tanto a nível individual, amortecendo o sentimento de solidão, como a nível colectivo, impedindo a erosão do capital social.

**Palavras chave:** pandemia, solidão, redes sociais em linha, capital social, juventude, interacção social, bem-estar.

### **1. INTRODUCCIÓN**

El estallido de la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2 a nivel global supuso numerosos retos a todos los niveles incluyendo, y de forma destacada, los sociales y comunicativos.

La Organización Mundial de la Salud, además de recomendar seguir las indicaciones que se daban a nivel local, explicó las mejores formas de protegerse del virus, tanto

para evitar contagiarse como contagiarse, entre las que se encontraba, en primer lugar, mantener el distanciamiento físico y también evitar las aglomeraciones y el contacto estrecho con otras personas (OMS, 2020).

En España, una vez declarada por la OMS la pandemia internacional el 11 de marzo de 2020, se declaró el Estado de Alarma para afrontar la emergencia sanitaria que incluía, entre otras medidas, la necesidad de permanecer en el domicilio salvo para realizar actividades recogidas en el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Después de una primera etapa de confinamiento, comenzaron las medidas de alivio, como poder salir a dar pequeños paseos en horas determinadas con convivientes para, progresivamente poder desplazarse a ayuntamientos vecinos y reunirse con un número variable de no convivientes, medidas estas últimas que variaban en función de la evolución de la incidencia del virus en cada ayuntamiento. El estado de alarma finalizó definitivamente el 9 de mayo de 2021 (Real Decreto-ley 8/2021, de 4 de mayo, por el que se adoptan medidas urgentes en el orden sanitario, social y jurisdiccional, a aplicar tras la finalización de la vigencia del estado de alarma declarado por el Real Decreto 926/2020, de 25 de octubre, por el que se declara el estado de alarma para contener la propagación de infecciones causadas por el SARS-CoV-2). Es esa primera etapa conocida como "confinamiento", que duró dos meses, a la que se referirá este trabajo debido al cambio radical que supuso en la vida de la ciudadanía.

La sociedad de aquel momento, al igual que la actual, se caracterizaba por la hiperconexión, no sólo a nivel *offline*, sino también a nivel online, lo que resulta de especial interés para este trabajo.

Al centrar la atención en el desarrollo de Internet, en el caso de España, se puede apreciar cómo la evolución de internautas en cuanto a su número es rápida y positiva, desde el año 1996 en el que tan solo había un 1% de personas usuarias hasta el año 2019 en el que ya hacía uso de esta herramienta el 83,9% de la población<sup>1</sup> (AIMC, 2022). Herramienta que, de acuerdo con los datos presentados por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, en adelante AIMC, (2022a), en el 2019 era empleada tanto por hombres (49,4%) como por mujeres (50,6%), de todas las franjas de edad, excepto la que atañe a aquellas personas que superaban los 74 años, (AIMC 2022b) y de todos los perfiles socioeconómicos (AIMC, 2022c).

Dentro de Internet, las redes sociales *online* se convirtieron en uno de los servicios más utilizados. De hecho, según el Estudio anual de redes sociales 2019 elaborado por IAB y Elogia, el 85% de los internautas de entre 16 y 65 años (ambos incluidos) emplean estas plataformas, de forma equitativa en cuanto a sexo (51% de mujeres frente a 49% de hombres) y franja de edad (31% de 16 a 30 años, 39% de 31 a 45 años y 30% de 46 a 65 años). De acuerdo con el mismo estudio, las actividades más realizadas en este tipo de redes son chatear o enviar mensajes a contactos (65%), ver vídeos o escuchar música (57%), ver qué hacen sus contactos (45%), adquirir conocimiento (39%), publicar o colgar contenidos (34%) o comentar la actualidad

---

<sup>1</sup> Los últimos datos disponibles de AIMC (2022) indican que dicha cifra aumentó hasta el 90% en la última ola del Estudio General de Medios del año 2022.

(31%). También destaca, aunque con un porcentaje menor, conocer a gente nueva o hacer nuevas amistades (25%). Un dato para destacar con respecto a todas estas actividades es que la frecuencia con la que se realizan es significativamente mayor entre las personas de entre 16 a 30 años.

Se aprecia, por lo tanto, que las personas emplearon estas redes, principalmente, para estar conectadas a los demás y mantenerse al día acerca de la actualidad de forma activa, lo que se corresponde con la preponderancia del uso de las funciones orientadas a mantener la cohesión social. Algo que fue especialmente relevante durante la pandemia, ya que para frenar la expansión del virus y preservar la salud de la ciudadanía, se establecieron, como se mencionó anteriormente, confinamientos domiciliarios y restricciones a la movilidad y reunión de personas, algo que como indican Kovacs *et al.* (2021), alteró de forma drástica la vida social. Las necesidades sociales no pudieron ser atendidas tal y como la sociedad estaba acostumbrada a hacer.

No obstante, si bien vivir en una sociedad hiperconectada fue algo negativo en lo que a la expansión del virus se refiere, las herramientas que permitieron a la ciudadanía estar en constante conexión durante los años previos a la pandemia pudieron ayudar a hacer frente a la misma, especialmente en lo que se refiere a combatir la soledad.

Como indican Gioia *et al.* (2021), "pandemic dramatically impacted individuals well-being, reducing the opportunities for social encounters, consequently resulting in a greater use of social media in order to maintain social relationships" (p. 1). Siguiendo con el estudio de Gioia *et al.*, durante los confinamientos a los que los individuos tuvieron que hacer frente, surgieron los miedos a sentirse excluido y a no importar a los demás, así como la soledad, siendo el uso de las redes sociales online en concreto una estrategia útil para afrontar el aislamiento social<sup>2</sup>, también recomendada por la Canadian Psychological Association (2020) que recordaba que "disasters and emergencies are often times when people and communities would normally come together in friendship and social support" (p. 3), y que a pesar de que esta vez no se podía estar físicamente juntos, sí existía la posibilidad de continuar socialmente conectados online.

Es desde este punto del que parte el presente trabajo de naturaleza sociológica, que busca conocer hasta qué punto las redes sociales online ayudaron a que las personas no se sintiesen solas y descubrir si existen diferencias estadísticamente significativas al estudiar su relación con las variables género y edad, respondiendo así a una de las limitaciones que el estudio anterior mencionaba y estudiando si existen diferencias por red social empleada con mayor frecuencia.

---

<sup>2</sup> aunque hay que tener en cuenta que en algunos casos su uso excesivo en estas circunstancias pudiera agravar otros problemas.

### 1.1. La soledad y la importancia de su estudio

Como indican Cacioppo y Patrick (2008) "loneliness developed as a stimulus to get humans to pay more attention to their social connections, and to reach out toward others, to renew frayed or broken bonds" (p.7), algo que resulta fundamental para la vida social, ya que además de generar capital social, los acuerdos institucionales para facilitar el bienestar, ya sea individual como colectivo, se forman en los espacios de interacción (Guillén, 2021, p. 245 parafraseando a Nussbaum, 2012). No obstante, se debe tener en cuenta que sentirse solo en un momento determinado es algo común a todos los seres humanos (Cacioppo *et al.*, 2015) y no constituye un problema de por sí. En cambio, sí es un motivo de preocupación cuando se mantiene durante un tiempo lo suficientemente largo "to create a persistent, self-reinforcing loop of negative thoughts, sensations, and behaviors" (Cacioppo *et al.*, 2015, p. 7).

Como sostienen Banerjee y Rai (2020) siguiendo a Wilson *et al.*, (2007),

Loneliness is often described as the state of being without any company or in isolation from the community or society. It is considered to be a dark and miserable feeling, a risk factor for many mental disorders like depression, anxiety, adjustment disorder, chronic stress, insomnia or even late-life dementia (p. 526).

Con respecto a esta definición, es importante tener en cuenta que sentirse solo no implica necesariamente estar solo y que estar solo no implica sentirse solo (Cacioppo, *et al.*, 2015).

Y es que las redes sociales, no sólo tienen un valor intrínseco, también poseen un valor instrumental, ya que la calidad de los vínculos que posea una persona impacta en distintos aspectos de su vida (Guillén, 2021), lo que nos lleva a hablar acerca de redes sociales offline y de capital social, dos términos que van de la mano.

De entre las diferentes definiciones de capital social, hay dos especialmente ilustrativas para este trabajo. La primera de ellas es la de Putnam (1996) que afirma que el capital social es "features of social life – networks, norms and trust – that enable participants to act together more effectively to pursue shared objectives" (p. 66), por lo tanto, para este autor, tanto las redes sociales como las normas de reciprocidad que se asocian a ellas son capital social ya que "crean valor, tanto individual como colectivo, y podemos invertir en crear una red de relaciones" (Putnam, 2003, p. 14). La segunda definición, que muestra una perspectiva economicista, es la que ofrece Lin (2001), quien mantiene que la premisa en la que se basa el capital social es que se trata de una inversión en relaciones sociales de las que se espera obtener algo a cambio en el mercado.

Todo ello implica a los vínculos fuertes y a los vínculos débiles que unen a las personas y que poseen diferentes funciones. Mientras que los vínculos fuertes son los que unen a personas que se tratan con mucha frecuencia, alta intensidad emocional y confianza mutua (suelen identificarse como tales la familia o los amigos cercanos), los vínculos débiles son aquellos que suelen darse en las organizaciones formales y lugares de trabajo (conocidos/as, colegas), con los que la frecuencia e intensidad de interacción

son menores, siendo también menor su nivel de confianza; como consecuencia de ello, las funciones de cada tipo de vínculo difieren: mientras los vínculos débiles son especialmente útiles, por ejemplo, para la búsqueda de empleo, los vínculos fuertes permiten cubrir las necesidades de seguridad y apoyo emocional (Granovetter, 1973). Todos los vínculos que tiene una persona configuran su red social, en su acepción tradicional.

Las redes sociales online ofrecen la posibilidad de mantener los vínculos que el individuo posee y además, fortalecerlos y crear otros nuevos, además de realizar diferentes actividades, lo que, de acuerdo con diferentes estudios, entre los que destaca el realizado por Masciantonio *et al.* (2021), se asocia positivamente con el bienestar ya que permiten obtener apoyo social y sentirse conectado a los demás, siempre que se haga un uso activo de estas herramientas y teniendo en cuenta que no todas las redes ofrecen el mismo resultado. En su estudio, el uso activo de Instagram se relacionó positivamente con la satisfacción con la vida y el de Twitter lo hizo de forma especial con el apoyo social. En cambio, el uso activo de TikTok no está asociado con el bienestar.

De todo lo expuesto anteriormente se extrae que la soledad, tanto real como percibida, afecta de forma negativa al bienestar y al capital social, con las consecuencias que de ello derivan y que van desde problemas de salud (nivel individual) hasta la pérdida de cohesión social (nivel colectivo).

La soledad fue uno de los problemas recurrentes a los que una parte importante de la ciudadanía se tuvo que enfrentar, de forma especial durante el confinamiento, pero también durante las restricciones que lo siguieron, pero que es posible que se viese amortiguado por el uso activo de las redes sociales online.

## **2. OBJETIVOS**

La presente investigación busca conocer en qué grado las redes sociales online ayudaron a la ciudadanía a no sentirse sola en una situación de distanciamiento y aislamiento social obligado como fue el caso del confinamiento.

La hipótesis de trabajo es que teniendo en cuenta los estudios previos, así como el uso que la ciudadanía realiza de las redes sociales online, dichas herramientas habrán ayudado bastante a la población a no sentirse sola durante el periodo de tiempo estudiado.

Además del mencionado objetivo general, se plantea un objetivo específico: determinar si existen diferencias entre el grado de ayuda para amortiguar la soledad percibida y el sexo, la edad y la red social utilizada con mayor frecuencia.

Asociada al objetivo específico, se encuentra la segunda hipótesis, que los jóvenes, por estar ya acostumbrados a emplear este tipo de redes para socializar será el grupo de edad que perciba en mayor medida que estas plataformas les ayudaron a no sentirse solos, que el sexo será independiente del grado de ayuda. La red social empleada con mayor frecuencia también será significativa, ya que cada una tiene una función diferente e incluso la edad de quienes emplean cada una varía, por lo que Instagram puede ser la red que más ayude, ya que es la más utilizada por la juventud;

a lo que hay que añadir que se presume un efecto positivo de la interacción, es decir, que quienes hayan interactuado en mayor medida con sus contactos, más habrán sentido la ayuda de las redes.

### 3. METODOLOGÍA

En primer lugar, se realiza una revisión bibliográfica con el fin de contextualizar la investigación para, a continuación, desarrollar la parte empírica de la misma que permitirá comprobar las hipótesis planteadas.

Este trabajo se basa en el análisis estadístico de los datos obtenidos en la encuesta online: Encuesta sobre redes sociales *online* en la provincia de A Coruña 2022 (Vázquez-Chas, 2022), que cuenta con una muestra de 566 casos de más de cuarenta ayuntamientos diferentes para el universo de ciudadanos de entre 18 y 65 años (ambos inclusive) residentes en la provincia de A Coruña. En dicha muestra se contó tanto con personas usuarias como con no usuarias de redes sociales online, pero teniendo en cuenta el objetivo de este estudio, se trabajará con una submuestra, la que se refiere a la ciudadanía que es parte de las redes sociales online (N = 494).

En cuanto a los análisis estadísticos empleados, se realizaron análisis descriptivos de frecuencias, análisis de correlaciones bivariadas y tablas de contingencia para explorar las relaciones que resultan estadísticamente significativas.

### 4. RESULTADOS

Analizando los datos referentes a personas usuarias de redes sociales online de la Encuesta sobre redes sociales *online* en la provincia de A Coruña 2022, en su respuesta a "¿En qué medida considera que las redes sociales online le ayudaron a no sentirse solo/a durante el confinamiento?", en la que las categorías de respuesta son "Nada", "Poco", "Bastante", "Mucho", "No me sentí solo/a" y "NC", se obtuvo que tan sólo el 21,4% de las personas entrevistadas que emplean dichas herramientas no sintieron soledad. El 78,6% sí la sintieron.

**Tabla 1.** Grado en el que las redes sociales online ayudaron a las personas entrevistadas usuarias de redes sociales a no sentirse solas, en porcentaje.

Grado	%
Nada	9,6
Poco	27,3
Bastante	35,6
Mucho	27,5

**Fuente:** (Vázquez-Chas, 2022).

Como se puede apreciar en la tabla 1, el 63,1% de quienes emplean las redes sociales online afirman que las mencionadas herramientas les ayudaron bastante o mucho a no sentirse solas, frente al 9,6% que afirma que no les ayudaron nada.

A continuación, se estudian las variables sociodemográficas sexo y edad. Por un lado, el sexo tiene una relación estadísticamente significativa con la percepción del grado de ayuda que las redes sociales prestaron a la ciudadanía para no sentirse sola (V de Cramer = .281; sig. = <.001<sup>3</sup>).

**Tabla 2.** Grado en el que las redes sociales online ayudaron a las personas entrevistadas usuarias de redes sociales a no sentirse solas por sexo, en porcentaje.

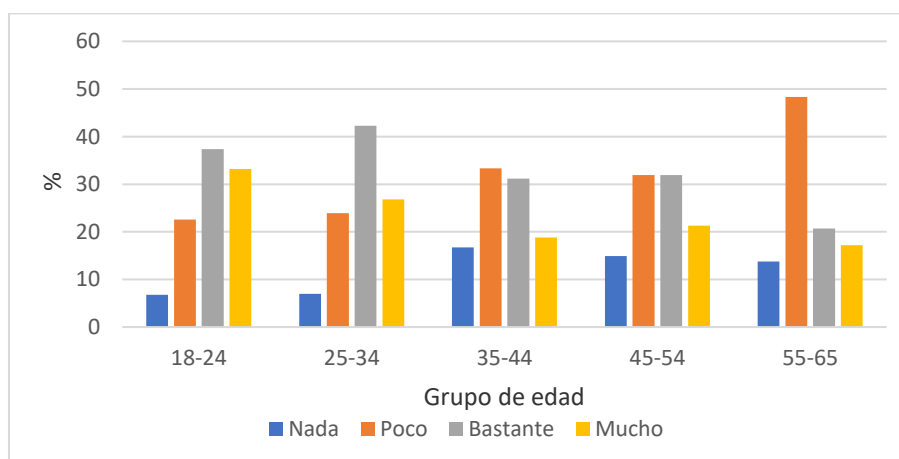
Sexo	Grado			
	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Varón	18,2	28,8	39,4	13,6
Mujer	5,1	26,5	33,6	34,8

**Fuente:** (Vázquez-Chas, 2022).

Las mujeres, como muestra la tabla 2, sintieron en mayor medida que los hombres que las redes las ayudaron a no sentirse solas durante el confinamiento. Al sumar las categorías "bastante" y "mucho", se obtiene que las redes ayudaron en gran medida a un 68.4% de las mujeres, frente a un 53% de los varones.

Por otro lado, teniendo en cuenta las diferencias y frecuencia de uso de las redes entre los diferentes grupos de edad, resulta interesante estudiar cómo se distribuyen los diferentes niveles de ayuda que estas proporcionaron, ya que esta relación resulta estadísticamente significativa (V de Cramer = .140; sig. = .032).

**Figura 1.** Grado de amortiguación de la soledad por grupo de edad gracias a las redes sociales online.



**Fuente:** (Vázquez-Chas, 2022).

Como se puede observar en la figura 1, el grupo etario que más sintió que las redes sociales online le ayudara a no sentirse solo fue el más joven, ya que el 70,6% de los mismos consideró que dichas herramientas les ayudaron bastante o mucho. La situación es muy similar en el grupo de edad inmediatamente siguiente, de 25 a 34

<sup>3</sup> El estadístico V de Cramer resulta estadísticamente significativo cuando su significación es menor o igual a .050



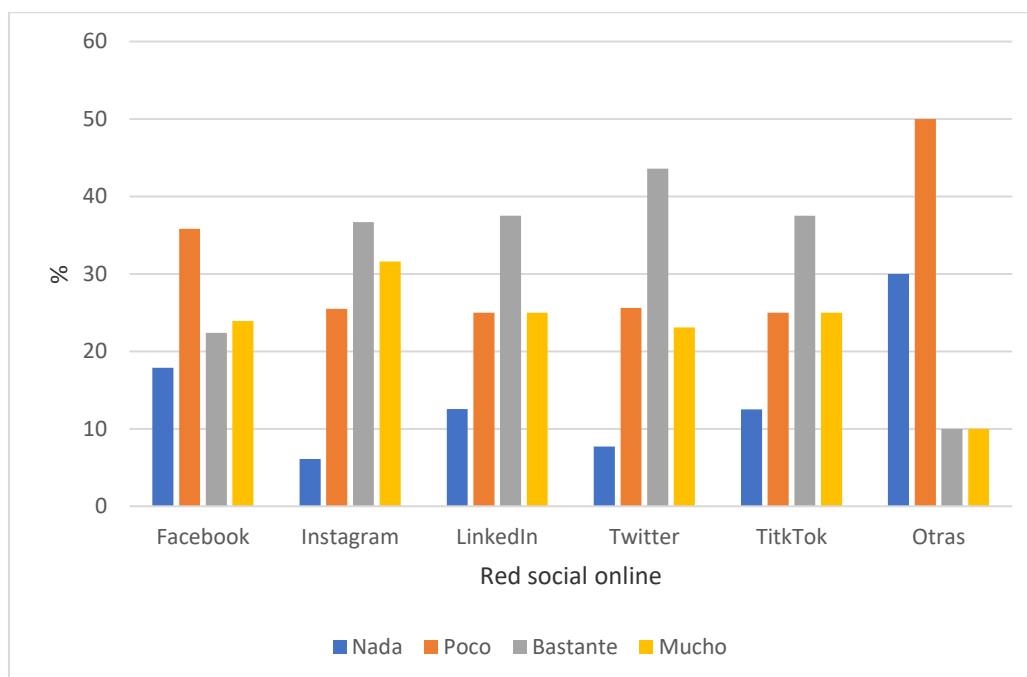
años, con un 69,1%, pero en este caso la diferencia entre quienes indican que les ayudaron mucho o bastante es mayor (un 15,5% a favor de la categoría "bastante"). En el otro extremo se encuentran las personas de más edad incluidas en este estudio, de las que un 62,1% afirman que las redes les ayudaron poco o nada a no sentirse solas.

Los casos de las personas que tienen entre 35 y 44 años y el de las que tienen entre 45 y 54 años son muy similares entre sí. Se da prácticamente la misma proporción de personas que indican que las redes les ayudaron bastante o poco a no sentirse solas (alrededor de un 32%), situándose, a continuación, la categoría "mucho", que representa a un 18,8% en el caso de las personas que tienen entre 35 y 44 años y un 21,3% en el caso del grupo etario de 45 a 54 años.

En general, cabe destacar que la categoría que muestra el menor porcentaje de respuestas en todos los grupos de edad es "nada".

Además de las variables sociodemográficas estudiadas, también resulta de gran importancia estudiar si la red social que se utiliza con más frecuencia se relaciona de forma estadísticamente significativa con el grado en el que las redes sociales ayudaron a la ciudadanía a no sentirse sola durante el confinamiento ( $V$  de Cramer = .156; sig. = .021).

**Figura 2.** Grado en el que las redes sociales ayudaron a no sentirse solo o sola por red social más frecuente, en porcentaje.



**Fuente:** (Vázquez-Chas, 2022).

Tal y como muestra la figura 2, las personas que utilizan Instagram como red social más frecuente son las que afirman en mayor proporción (73,3%) que las redes sociales online les ayudaron en gran medida (sumando los datos de las categorías "bastante"

y “mucho”) a combatir el sentimiento de soledad, seguidas de quienes emplean Twitter con mayor frecuencia (66,7%), LinkedIn (62,59%) y TikTok (62,5%).

En los casos de Instagram y Twitter, cabe destacar también que son las que presentan el menor porcentaje de personas que indican que las redes sociales online no les ayudaron nada a sentirse menos solas (un 6,1% en el caso de Instagram y un 7,7% en el caso de Twitter).

Al contrario, quienes emplean Facebook y otras redes que no forman parte de este estudio de forma específica como redes más frecuentes, indican en mayor proporción que las redes les ayudaron en pequeña medida o nada a no sentirse solas (53,7% en el caso de Facebook y 80% en el caso de “otras”). Con todo, incluso en estos dos últimos casos, la categoría “poco” supera a “nada” (en un 17,9% en el caso de Facebook y en un 20% en el caso de redes sin especificar).

**Tabla 3.** Distribución de cada grupo de edad por red social más frecuente.

Red social	Grupo de edad				
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-65
Facebook	0,9	10,8	33,8	45,9	60
Twitter	18,8	29	23,1	16,4	7,5
Instagram	66,2	51,6	35,4	27,9	12,5
LinkedIn	0	3,2	4,6	8,2	7,5
TikTok	11,5	3,2	1,5	0	5
Otras	2,6	2,2	1,5	1,6	7,5

**Fuente:** (Vázquez-Chas, 2022).

Ante esta situación cabe preguntarse si la red que se utiliza con mayor frecuencia varía entre los diferentes grupos de edad y efectivamente, así es, ya que el 66,2% de las personas que tienen entre 18 y 24 años emplean Instagram como red social más frecuente, al igual que más de la mitad del grupo etario de 25 a 34 años tal y como se puede comprobar en la tabla 3. Instagram también es la red utilizada con mayor frecuencia por el grupo de 35 a 44 años, si bien en este caso el porcentaje es de algo más de un tercio (35,4%). Sin embargo, al fijar la atención en los grupos de más edad, se aprecia que la red empleada más a menudo es Facebook, casi la mitad de las personas con una edad entre 45 y 54 años (ambos incluidos) se decantan por esta red (45,9%), mientras que el porcentaje aumenta hasta más de la mitad (60%) en el caso del grupo de mayor edad incluido en el presente estudio. Se debe tener en cuenta que, además, esta relación es estadísticamente significativa ( $V$  de Cramer = .316; sig. = <.001).

Teniendo en cuenta el estudio de Masciantonio *et al.* (2021), también resulta interesante conocer si existe una relación estadísticamente significativa entre la frecuencia con que las personas usuarias de redes sociales online interactuaron

durante el confinamiento con diferentes tipos de vínculos y su percepción de en qué grado las redes sociales les ayudaron a afrontar la soledad.

**Tabla 4.** Grado en el que las redes sociales fueron percibidas como ayuda contra la soledad por frecuencia de interacción con los diferentes tipos de contactos, en porcentaje.

	Nunca	1 vez mes	>1 vez mes	1 vez semana	>1 vez semana	A diario
--	-------	-----------	------------	--------------	---------------	----------

Familia (V de Cramer = .199; sig. = <.001)

Nada	52,8	5,6	0	5,6	5,6	30,6
Poco	36,9	17,5	7,8	11,7	6,8	19,4
Bastante	22,6	10,2	2,9	10,2	8,8	45,3
Mucho	15,2	10,5	3,8	14,3	10,5	45,7

Amistades (V de Cramer = .331; sig. = <.001)

Nada	32,4	13,5	16,2	18,9	0	18,9
Poco	9,7	12,6	6,8	17,5	18,4	35
Bastante	3	4,5	2,3	12	9	69,2
Mucho	1,9	1,9	1	8,6	2,9	83,8

Compañeros/as de trabajo<sup>4</sup> (V de Cramer = .225; sig. = <.001)

Nada	68,8	8,6	2,9	5,7	5,7	8,6
Poco	43	10	14	14	9	10
Bastante	34,8	6,1	8,3	14,2	11,4	15,2
Mucho	22,8	4	4	26,7	8,9	33,7

Conocidos/as (V de Cramer = .204; sig. = <.001)

Nada	44,4	16,7	11,1	8,3	5,6	13,9
Poco	21,4	22,3	18,4	16,5	15,5	5,8
Bastante	17	17,8	17,8	23	17	7,4
Mucho	15,4	4,8	11,5	24	26,9	17,3

Otros/as (V de Cramer = .181; sig. = <.008)

Nada	63,3	6,7	10	6,7	6,7	6,7
Poco	54,2	15,7	6	9,6	9,6	4,8
Bastante	60,7	10,7	9,	9,8	6,6	3,3

<sup>4</sup> Excluyendo interacciones por motivos laborales.

Mucho	34,5	7,1	11,9	16,7	13,1	16,7
-------	------	-----	------	------	------	------

**Fuente:** (Vázquez-Chas, 2022).

Como se puede observar en la tabla 4, la relación entre el grado en el que la submuestra usuaria de redes sociales online sintió que dichas herramientas le ayudaron a no sentirse sola y la frecuencia de interacción en redes tanto con vínculos fuertes (familia y amistades) como con vínculos débiles (compañeros/as de trabajo, conocidos/as y otros/as), es estadísticamente significativa en todos los casos.

Estudiando cada grupo por separado se puede comprobar como entre quienes percibieron que no les ayudaron nada, más de la mitad no interactuaron nunca con sus familiares (52,8%), con sus compañeros/as de trabajo (68,8%), ni con otras personas (63,3%); además, el 44,4% no interactuaron nunca con sus conocidos/as y el 32,4% nunca lo hicieron con sus amistades.

Entre quienes afirman que las redes sociales online les ayudaron poco a no sentirse solos, más de la mitad no interactuaron nunca con "otros/as", más del 40% (concretamente el 43%), no lo hicieron nunca con sus colegas y más de un tercio (36,9%), no hablaron nunca con sus familiares. Destaca que casi un cuarto de estas personas interactuó una vez al mes con conocidos/as y, muy especialmente, que el 35% interactuó con sus amistades a diario.

En relación con la categoría "bastante", casi dos tercios (60,7%) no interactuaron nunca durante el confinamiento con "otros/as" y más de un tercio no lo hicieron con sus colegas (34,8%); casi un cuarto (23%), interactuaron con sus conocidos/as una vez a la semana, destacando especialmente el hecho de que un 69,2% interactuó a diario con sus amistades y un 45,3% interactuó con la misma frecuencia con sus familiares.

Por lo que respecta a quienes consideran que las redes sociales online les ayudaron mucho a no sentirse solos durante la pandemia, el 45,7% interactuó con su familia a diario, el 83,8% con sus amistades y el 33,7% con sus colegas; el 26,9% interactuó con sus conocidos/as más de una vez a la semana y el 34,5% nunca interaccionó con "otros/as", no obstante, en este último caso, la categoría "mucho" muestra los porcentajes más altos en todas las frecuencias de interacción, excepto en el caso de "una vez al mes".

## 5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Tras analizar los datos de la Encuesta sobre redes sociales *online* en la provincia de A Coruña 2022, concretamente la submuestra que agrupa a las personas usuarias de redes sociales online (494 casos), realizando análisis descriptivos de frecuencias, análisis de correlaciones bivariadas y tablas de contingencia para explorar las relaciones estadísticamente significativas, se pudo dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación.

Así, los resultados de esta investigación permiten satisfacer el objetivo general, conocer en qué grado las redes sociales online ayudaron a la ciudadanía a no sentirse

sola durante el confinamiento, ya que se demostró que un 78,6% de la submuestra se sintió sola durante dicho espacio temporal. Del total de personas que se sintió sola, el 63,1% afirma que dichas herramientas le ayudaron a combatir dicho sentimiento en gran medida, lo que contrasta la primera hipótesis planteada, que sugería que las redes sociales online habrían ayudado bastante a que la población no se sintiese sola durante el confinamiento.

La segunda hipótesis, referida al objetivo específico que buscó determinar la existencia o no de diferencias entre el grado de ayuda para amortiguar la soledad percibida y el sexo, la edad y la red social utilizada con una mayor frecuencia, se contrastó parcialmente, ya que si bien los jóvenes de 18 a 34 años fueron los que notaron en mayor medida que las redes sociales online les ayudaban a no sentirse solos, el sexo de las personas entrevistadas no resultó independiente, fueron las mujeres las que sintieron en mayor medida la ayuda de las redes sociales online. El uso de una determinada red social de forma más frecuente también afecta al hecho de percibir un grado de ayuda distinto, siendo Instagram la que muestra una mayor capacidad para afrontar dicho sentimiento, en línea con la hipótesis planteada, seguida de Twitter. Además, los resultados sugieren que aquellos que interactuaban a menudo con sus contactos, especialmente con sus vínculos fuertes, son los que percibieron en mayor medida que las redes sociales les ayudaron a no sentirse solos. Por lo tanto, los resultados obtenidos refuerzan los alcanzados por Masciantonio *et al.* (2021) y por Gioia *et al.* (2021).

Así, todo parece sugerir que las personas que utilizaron las redes sociales online de forma activa para comunicarse y mantener su vida social durante el confinamiento no sólo vieron amortiguado su sentimiento de soledad, con los beneficios individuales que ello conlleva, sino que también ayudaron a paliar la erosión del capital social que probablemente se hubiese producido de no ser por la posibilidad de interacción online.

No obstante, la principal limitación de este trabajo viene dada por la modalidad de la técnica de investigación empleada para su realización, ya que no es posible extrapolar los resultados con una total seguridad; a pesar de que se procuró que el enlace al cuestionario fuese difundido ampliamente y que la muestra fuese representativa, no se puede considerar que todos los residentes en la provincia tuviesen las mismas posibilidades de participar en la encuesta, de ahí que la principal propuesta para futuras investigaciones sea repetir este estudio con una muestra que permita dicha extrapolación.

## 6. REFERENCIAS

- AIMC. (2022). *Audiencia de Internet en el EGM. Evolución de usuarios*. <https://internet.aimc.es/index.html#/main/evousers>
- AIMC. (2022a). *Audiencia de Internet en el EGM. Perfil por sexo de los usuarios de Internet*. <https://internet.aimc.es/index.html#/main/perfilporsexo>
- AIMC. (2022b). *Audiencia de Internet en el EGM. Perfil por edad de los usuarios*. <https://internet.aimc.es/index.html#/main/perfilporedad>

- AIMC. (2022c). *Audiencia de Internet en el EGM. Perfil por índice socioeconómico de los usuarios de Internet*. <https://internet.aimc.es/index.html#/main/perfilporiso>
- Banerjee, D. y Rai, M. (2020). Social isolation in COVID-19: the impact of loneliness. *International Journal of Social Psychiatry*, 66(6), 525-527. <https://doi.org/10.1177/0020764020922269>
- Boletín Oficial del Estado. (2020, 14 de marzo). *Real Decreto 463/2020, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19*, 67, 25390-25400.
- Boletín Oficial del Estado. (2021, 4 de mayo). *Real Decreto-ley 8/2021, por el que se adoptan medidas urgentes en el orden sanitario, social y jurisdiccional, a aplicar tras la finalización de la vigencia del estado de alarma declarado por el Real Decreto 926/2020, de 25 de octubre, por el que se declara el estado de alarma para contener la propagación de infecciones causadas por el SARS-CoV-2.*, 107, 53407-53431.
- Cacioppo, J. T. y Patrick, W. (2008). Lonely in a social world. En: W. W. Norton, *Loneliness: Human nature and the need for social connection* (pp. 3-19).
- Cacioppo, S., Grippo, A. J., London, S., Goossens, L. y Cacioppo, J. T. (2015). Loneliness: clinical import and interventions. *Perspect Psychol Sci.*, 10(2), 238-249. <https://doi.org/10.1177/1745691615570616>
- Canadian Psychological Association. (2020). "Psychology Works" Fact Sheet: helping teens cope the impacts and restrictions related to COVID-19. <https://cutt.ly/l2EUrp1>
- Goia, F., Fioravanti, G., Casale, S., & Boursier, V. (2021). The Effects of the Fear of Missing Out on People's Social Networking Sites Use During the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Online Relational Closeness and Individuals' Online Communication Attitude. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.620442>
- Granovetter, M. S. (1973). The strenght of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380) <https://www.jstor.org/stable/2776392>
- Guillén, H. (2021). Los impactos relacionales de la pandemia: el aislamiento y la soledad y sus efectos en diferentes dimensiones del bienestar. En: J. Iguíñiz y J. Clausen (Eds.), *COVID-19 & crisis de desarrollo humano en América Latina* (pp. 245-256). Instituto de Desarrollo Humano de América Latina. <https://cutt.ly/c2EUili>
- IAB y Elogia (2019). *Estudio anual de redes sociales 2019*. <https://bit.ly/40sfrnH>
- Kovacs, B., Caplan, N., Grob., S., & King, M. (2021). Social networks and loneliness during the COVID-19 pandemic. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 7, 1-16 <https://doi.org/10.1177/2378023120985254>

Lin, N. (2001). *Social capital. A theory of social structure and action*. Cambridge University Press.

Masciantonio, A., Bourguignon, D., Bouchat, P., Balty, M., & Rimé, B. (2021). Don't put all social network sites in one basket: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and their relations with well-being during the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*, 16(3), 1-14 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248384>

OMS. (2020). *Información básica sobre la COVID-19*. <https://cutt.ly/e2EUaWc>

Putnam, R. D. (1996). Who killed civil America. *Prospect*, 66-72.

Putnam, R. D. (2003). *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario*. Galaxia Gutenberg.

Vázquez-Chas, L. (2022). *El papel de las redes sociales online en el capital social en tiempos de pandemia. El caso de la provincia de A Coruña* [Beca de Investigación, Deputación da Coruña].

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

### Contribuciones de los autores:

**Conceptualización:** Vázquez Chas, Loreto **Metodología:** Vázquez Chas, Loreto

**Validación:** Vázquez Chas, Loreto **Análisis formal:** Vázquez Chas, Loreto. **Curación**

**de datos:** Vázquez Chas, Loreto. **Redacción-Preparación del borrador original:**

Vázquez Chas, Loreto **Redacción-Revisión y Edición:** Vázquez Chas, Loreto

**Visualización:** Vázquez Chas, Loreto **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Vázquez Chas, Loreto

**Financiación:** Bolsa de investigación en Ciencias Sociales de la Deputación da Coruña.

**Agradecimientos:** Este trabajo nace del proyecto de investigación *El papel de las redes sociales online en el capital social en tiempos de pandemia. El caso de la provincia da Coruña*, objeto de una bolsa de investigación de la Deputación da Coruña.

### AUTOR/ES:

#### Loreto Vázquez Chas

Doctora en Sociología por la Universidade da Coruña, en donde imparte docencia en el Área de Sociología. Con un especial interés en la Sociología de la Comunicación, su línea de investigación principal se centra en la relación entre el capital social y las redes sociales online.

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0003-3854-9966>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?user=sPgZCqsAAAAJ&hl=es>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Loreto-Vazquez-Chas>

### ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Arufe Giráldez, V., Cachón Zagalaz, J., Zagalaz Sánchez, M. L., Sanmiguel-Rodríguez, A. y González-Valero, G. (2020). Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los hogares españoles durante el periodo de confinamiento. Asociación con los hábitos sociales, estilo de vida y actividad física de los niños menores de 12 años. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 183-204. [www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1474](http://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1474)
- Barrientos-Báez, A. (2019). Capítulo 12. Redes sociales, salud física e inteligencia emocional. En A. Aladro y F. Arbinaga, *Tecnología Digital para la Salud y la Actividad Física* (pp. 291-315). Pirámide.
- Hernández-Serrano, M. J., Renés-Arellano, P., Campos Ortuño, R. y González-Larrea, B. (2021). Privacidad en redes sociales: análisis de los riesgos de auto-representación digital de adolescentes españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 133-154. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1528>
- Martín Critikián, D. y Medina Núñez, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>