



FACULTAD DE EDUCACIÓN

Departamento de Psicología y Antropología

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA VIDA Y LA EDUCACIÓN DE LOS ADOLESCENTES

Ángela del Barrio Fernández

Badajoz, 2017



TESIS DOCTORAL

**LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
EN LA VIDA Y LA EDUCACIÓN DE LOS ADOLESCENTES**

ÁNGELA DEL BARRIO FERNÁNDEZ

DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA

Conformidad de los Directores

Fdo. Vicente Castro, F.

Fdo. Maldonado Briegas, J.J.

Fdo. Ruíz Fernández, I.

BADAJOS, 2017



Florencio Vicente Castro, Catedrático de Psicología Evolutiva y de la Educación del Departamento de Psicología y Antropología de la Universidad de Extremadura, Juan José Maldonado Briegas, Director General de Formación Profesional y Universidades de la Junta de Extremadura e Isabel Ruiz Fernández, Profesora Contratada Doctora del Departamento de Psicología y Antropología de la Universidad de Extremadura.

HACEN CONSTAR,

Que la Tesis Doctoral realizada bajo su dirección por Ángela del Barrio Fernández, con el título “Las Tecnologías de Información y la Comunicación en la Vida y la Educación de los Adolescentes”, reúne los requisitos necesarios de calidad, originalidad y presentación exigibles para optar al grado de Doctor, por lo que es susceptible de ser sometida a valoración del tribunal encargado de juzgarla.

Y para que así conste y surta los efectos oportunos, firman este documento en Badajoz a 10 de marzo de 2017.

Fdo. Florencio Vicente Castro

Fdo. Maldonado Briegas, J.J.

Fdo. Ruíz Fernández, I.

AGRADECIMIENTOS

Al apoyo incondicional de personas importantes en mi vida. Desde que empecé a trabajar en mi tesis estoy en deuda de agradecimiento con muchas personas que me han ayudado y acompañado facilitándome lo que necesitaba en cada momento.

Gracias a mi director que ha hecho que pueda superar este reto. Florencio, muchas gracias por haberme apoyado siempre y haberme hecho fácil lo difícil, por tu interés, por tu flexibilidad y confianza, y por tu ánimo permanente. Gracias por no dejar que la distancia fuera una dificultad.

Gracias de manera muy especial, a los profesionales y sobre todo a los alumnos de los centros educativos que han colaborado. Sin ellos, esta tesis no hubiera sido posible. Todos ellos, colaboraron sin ninguna compensación y acogiéndome con calidez en todo momento, aportando todo lo necesario, haciéndome muy fáciles las cosas. Gracias a TODOS.

Gracias a Ángel García Santiago y a José Nicasio Gutiérrez, por ser tan rigurosos, tan pacientes con mis limitaciones en conocimientos sobre metodología, y por decidir compartir conmigo vuestro saber. Cuanta paciencia y cuantas horas me habéis dedicado. Sin vuestra ayuda tampoco esta tesis habría sido posible. Gracias por vuestra cercanía y disponibilidad.

Gracias a Pedro Requés, que es un gran experto en ordenación del territorio y que me ayuda a determinar las áreas educativas que había que considerar para el trabajo que se pretendía realizar. Este enfoque, creo que es una parte muy importante de la investigación realizada. Sus consejos y su sabiduría fueron imprescindibles para la planificación de la obtención de los datos.

Por supuesto gracias también a mi familia, por ayudarme a llegar a este momento. Gracias a mis padres por todo su apoyo y la confianza que siempre han tenido en mí, y por estar siempre ahí. A Pilar y a David, por tener siempre experiencias y risas que compartir, y animarme en los momentos difíciles.

A mis alumnos de ESO y de Bachillerato, que son quienes han motivado este proyecto de investigación.

Y a vosotros Steven e Ingrid que sois mi vida y mi felicidad. Espero con toda mi alma, que cuando se defienda esta tesis, nuestra felicidad sea aún mayor y seamos uno más a quien dedicar esta tesis. Steven gracias por tus consejos, tu disponibilidad, tu paciencia; gracias por haberte quedado formando parte de mi vida.

**CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA
EN LA LECTURA DE ESTA TESIS DOCTORAL**

1. EMPLEO DEL GENÉRICO MASCULINO

A pesar de la tendencia actual sobre el denominado uso no sexista del lenguaje, hemos optado por el uso genérico del masculino atendiendo a las recomendaciones de la Real Academia de la Lengua (RAE). La RAE aboga por el uso del masculino como genérico e inclusivo (es decir, no solo referido a los individuos del sexo masculino, sino para designar a todos los individuos de la especie, sin distinción de sexos), como parte de naturaleza del español y sin ninguna intención sexista.

2. SIGLAS UTILIZADAS EN EL TEXTO

Para hacer referencia a diferentes realidades o conceptos, conocidos comúnmente por sus siglas, se presenta el nombre completo la primera vez que se hace referencia a los mismos en cada capítulo, utilizando posteriormente solo las siglas resultantes de la abreviatura del nombre en español. Por ejemplo, Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC).

3. FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Para la elaboración de este trabajo se ha seguido el estilo de publicaciones de la APA. Concretamente, el formato utilizado para la redacción y presentación de las referencias usadas en esta tesis doctoral corresponde con las directrices indicadas en la 6ª edición del Manual (American Psychological Association [APA], 2010).

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	33
ABSTRACT.....	35
PRESENTACIÓN.....	37
INTRODUCCIÓN A LA PARTE TEÓRICA	43
1. CAPÍTULO 1. LA IMPORTANCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD ACTUAL.....	45
1.1. LA SOCIEDAD DE LA ERA DIGITAL.....	48
1.1.1. Situación a nivel mundial	53
1.1.2. Situación en la Unión Europea	55
1.1.3. Situación en España.....	56
1.1.3.1. Situación en la Comunidad Autónoma de Cantabria	59
1.2. TENDENCIAS TECNOLÓGICAS.....	62
2. CAPÍTULO 2. ADOLESCENCIA Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	65
2.1. NATURALEZA Y SIGNIFICADO DE LA ADOLESCENCIA.....	66
2.2. LOS CAMBIOS GENERACIONALES.....	73
2.3. ADOLESCENTES EN LA ERA DIGITAL.....	74
2.3.1. El mundo en la Red.....	80
2.4. USO Y ABUSO DE LAS TIC POR LOS ADOLESCENTES	81
2.4.1. Sintomatología y detección de usos excesivos	84
3. CAPÍTULO 3. LOS ADOLESCENTES Y LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS Y SOPORTES TECNOLÓGICOS.....	87
3.1. TELEVISIÓN.....	87

3.2. VIDEOJUEGOS	93
3.3. SMARTPHONE Y TABLETS	95
3.4. EL ORDENADOR E INTERNET	103
3.5. LOS CHAT	107
3.6. REDES SOCIALES	108
3.6.1. Problemas derivados del uso de las redes sociales	115
PARTE II. ESTUDIO EMPÍRICO	131
INTRODUCCIÓN A LA PARTE EMPÍRICA	131
4. CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODO	133
4.1. PLANTEAMIENTO	133
4.2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	134
4.3. METODO	136
4.3.1. Instrumento de medida	138
4.3.1.1. Diseño de la encuesta	140
4.3.1.2. Planificación del sistema de la obtención de datos	144
4.3.1.3. Características técnicas del instrumento de medida	146
4.3.2. Descripción de Variables	148
4.3.2.1. Variables generales empleadas para contraste de datos	148
4.3.2.2. Variables específicas empleadas para contraste de datos.....	150
4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	151
4.4.1. Características del diseño.....	152
4.4.2. Selección de la muestra.....	152
4.4.2.1. Muestreo estratificado.....	157

4.4.2.2. Muestreo aleatorio por conglomerados	158
4.4.2.3. Tamaño de la muestra	158
4.4.2.4. Distribución de la Muestra por Áreas Educativas	162
5. CAPÍTULO 5. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	183
5.1. DATOS DESCRIPTIVOS.....	184
5.1.1. Estudios que está realizando	184
5.1.1.1. Distribución por comarcas	185
5.1.1.2. Distribución en función del centro educativo	190
5.1.1.3. Distribución en función de los estudios que está cursando	192
5.1.2. Edades.....	194
5.1.3. Convivencia	195
5.1.4. Variables académicas.....	196
5.1.4.1. Repite curso	196
5.1.4.2. Calificación media del último curso	197
5.1.5. Actividades extraescolares.....	198
5.1.6. Uso de la televisión.....	204
5.1.6.1. Número de TV en casa.....	204
5.1.6.2. Horas al día que ve la TV.....	205
5.1.6.3. Contenido que visualiza en la TV	207
5.1.7. Uso del PC	208
5.1.7.1. Número de PCs en el hogar.....	209
5.1.7.2. Número de tablets en el hogar.....	209
5.1.7.3. Dispone de PC propio para uso personal	210
5.1.7.4. Horas diarias de uso del PC	211

5.1.7.5. Usos del PC. Horas semanales	213
5.1.8. Internet.....	217
5.1.8.1. Conexión a Internet.....	217
5.1.8.2. Redes sociales en las que tiene abierto un perfil	218
5.1.8.3. Compras por Internet	220
5.1.8.4. Uso del chat y redes sociales.....	221
5.1.8.5. Tiempo dedicado a las redes sociales.....	222
5.1.8.6. CyberBullying, o ciberacoso.....	224
5.1.8.7. Páginas de Internet que suelen visitar	227
5.1.9. Seguridad informática.....	228
5.1.10. Videoconsola	232
5.1.10.1. Tiene videoconsola	232
5.1.10.2. Videoconsola con control de movimiento.....	233
5.1.10.3. Uso que hace de la videoconsola	234
5.1.10.4. Horas a la semana que dedica a videojuegos	235
5.1.11. Reproductores de Música.....	239
5.1.12. Teléfono móvil.....	243
5.1.12.1. Tiene teléfono móvil.....	243
5.1.12.2. Uso que realiza del teléfono móvil.....	244
5.1.12.3. Desconexión del teléfono móvil.....	246
5.1.12.4. Dinero gastado al mes en móvil	247
5.1.12.5. Quién paga la factura del móvil	248
5.1.12.6. Llamadas recibidas al móvil a la semana	249
5.1.12.7. Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana.....	251

5.1.12.8. Mensajes SMS recibidos a la semana	252
5.1.12.9. Llamadas perdidas recibidas a la semana.....	253
5.1.12.10. Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana.....	254
5.1.12.11. Recibe presiones mediante fotos o vídeos obtenidos a través del móvil	255
5.1.13. Preferencias personales.....	256
5.1.13.1. Aparatos y aplicaciones en función del significado para el adolescente	256
5.1.14. Autopercepción de dependencia de dispositivos y aplicaciones	266
5.1.15. Autopercepción de desajustes relacionados con Internet	271
5.2. RELACIÓN ENTRE VARIABLES.....	276
5.2.1. Estudios que estás realizando y su relación con:	276
5.2.1.1. Uso del WhatsApp	277
5.2.1.2. Uso de Videojuegos	280
5.2.1.3. Relación con dependencia de la TV	281
5.2.1.4. Relación con dependencia de Internet.....	282
5.2.1.5. Se salta clases debido al uso de Internet	283
5.2.1.6. Empeora el trato con la familia por estar conectado	284
5.2.1.7. Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse	285
5.2.1.8. Está conectado más tiempo del que se había propuesto	286
5.2.1.9. Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	287
5.2.1.10. Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	288
5.2.1.11. Pierde horas de sueño por estar conectado.....	289
5.2.2. Diferencias por sexo, en relación con:	290
5.2.2.1. Uso del smartphone.....	290
5.2.2.2. Uso del WhatsApp	291

5.2.2.3. Dependencia de Internet.....	292
5.2.2.4. Dependencia de las redes sociales.....	293
5.2.2.5. Dependencia del teléfono móvil.....	294
5.2.2.6. Dependencia del WhatsApp.....	295
5.2.2.7. Salta clases debido a Internet	296
5.2.2.8. Resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos	296
5.2.2.9. Ha intentado sin éxito reducir su uso	297
5.2.2.10. Está conectado más tiempo del que se había propuesto	298
5.2.2.11. Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	299
5.2.2.12. Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	300
5.2.2.13. Pierde noción del tiempo hablando por el móvil.....	301
5.2.3. Relación de repite curso con:.....	302
5.2.3.1. Televisor	302
5.2.3.2. Ordenador	303
5.2.3.3. Internet	304
5.2.3.4. Videoconsola.....	305
5.2.3.5. Enganchado a Internet.....	306
5.2.3.6. Enganchado a redes sociales	307
5.2.3.7. Enganchado a teléfono móvil.....	308
5.2.3.8. Enganchado a Whatsapp	309
5.2.4. Relación tipo de Centro de estudios con:.....	309
5.2.4.1. Internet	310
5.2.4.2. Tablet iPad	311
5.2.4.3. De cual costaría menos desprenderse.....	312

5.2.4.4. Se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta	313
5.2.4.5. Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	314
5.2.4.6. Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	315
5.2.4.7. Bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet	316
5.2.4.8. Pierde noción del tiempo hablando por el móvil.....	317
5.2.4.9. Salta clases debido al móvil	318
5.2.5. Relación de Áreas Educativas con:	318
5.2.5.1. Televisor	319
5.2.5.2. Ordenador	320
5.2.5.3. Internet	321
5.2.5.4. Videoconsola.....	322
5.2.5.5. Smartphone	323
5.2.5.6. Enganchado a Internet.....	324
5.2.5.7. Enganchado a redes sociales	325
5.2.5.8. Enganchado a videojuegos.....	326
5.2.5.9. Enganchado a la televisión.....	327
5.2.5.10. Empeora el trato con la familia por estar conectado	328
5.2.5.11. Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	329
6. CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	331
6.1. DISCUSIÓN.....	331
6.2. CONCLUSIONES.....	337
6.3. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	349
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	353

ANEXOS	375
ANEXO 1	375
ANEXO 2	413

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. AE1: Metropolitana Santander y su área de influencia.....	167
Tabla 2. AE2: Área de Torrelavega - Besaya	171
Tabla 3. AE3: Área del Saja - Nansa	173
Tabla 4. AE4: Área de Liébana - Potes.....	174
Tabla 5. AE5: Área de Campoo - Reinosa - Valles del Sur.....	175
Tabla 6. AE6: Área del Pas - Pisueña	176
Tabla 7. AE7: Área Oriental	177
Tabla 8. Total General de Grupos y Alumnos por niveles educativos.....	179
Tabla 9. Desglose por Cursos de la ESO en Centros Públicos y Muestra necesaria	180
Tabla 10. Cursos de la ESO en Centros Concertados y Privados y Muestra necesaria	181
Tabla 11. Desglose de 1º de Bachillerato en Centros Públicos y Muestra necesaria por grupos	182
Tabla 12. Desglose de 1º de Bachillerato en Centros Concertados y Privados, y Muestra necesaria por grupos.....	182
Tabla 13. Distribución de la muestra por niveles educativos y sexo	184
Tabla 14. Muestra (porcentajes).....	185
Tabla 15. Muestra por comarcas (centros públicos)	186
Tabla 16. Muestra por comarcas (centros concertados).....	188
Tabla 17 Porcentaje de la muestra en función del centro educativo	190
Tabla 18. Nivel académico.....	193

Tabla 19. Edades	194
Tabla 20. Personas con las que convive.....	195
Tabla 21. Repite curso.....	196
Tabla 22. Calificación media último curso	197
Tabla 23. Actividades extraescolares	198
Tabla 24. Número de TV en casa.....	204
Tabla 25. Horas de TV al día	205
Tabla 26. Contenido que visualiza en la TV	207
Tabla 27. Número de PCs en casa.....	209
Tabla 28. Número de tablets en casa.....	209
Tabla 29. Dispone de PC propio para uso personal	210
Tabla 30. Horas diarias uso PC	211
Tabla 31. Usos del PC. Horas semanales	213
Tabla 32. Tipo de conexión a Internet	217
Tabla 33. Redes sociales en que está registrado	219
Tabla 34. Compras realizadas por Internet el pasado año.....	220
Tabla 35. Objeto de uso de las redes sociales y chat	221
Tabla 36. Tiempo de uso de las redes sociales.....	222
Tabla 37. Recibe presión o es ridiculizado a través de las redes sociales.....	224
Tabla 38. Molesta o difama utilizando las redes sociales	225
Tabla 39. A quién recurre.....	226

Tabla 40. Páginas que sueles visitar.....	227
Tabla 41. Seguridad informática	228
Tabla 42. Tiene videoconsola en casa.....	232
Tabla 43. Videoconsola con control de movimiento	233
Tabla 44. Usos de la videoconsola	234
Tabla 45. Horas semanales videojuegos	235
Tabla 46. Uso de reproductores de música	240
Tabla 47. Tiene teléfono móvil	243
Tabla 48. Uso del móvil	244
Tabla 49. Desconexión del teléfono móvil	246
Tabla 50. Dinero gastado al mes en móvil.....	247
Tabla 51. Quién paga la factura del móvil	248
Tabla 52. Llamadas recibidas al móvil a la semana.....	249
Tabla 53. Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana	251
Tabla 54. Mensajes SMS recibidos a la semana	252
Tabla 55. Llamadas perdidas recibidas a la semana	253
Tabla 56. Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana	254
Tabla 57. Recibe presiones mediante imágenes obtenidas a través del móvil....	255
Tabla 58. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente..	256
Tabla 59. Aparatos de los que le costaría desprenderse. Varón.....	262
Tabla 60. Aparatos de los que le costaría desprenderse. Mujer	262

Tabla 61. Aparatos de los que le costaría menos desprenderse. Varón	264
Tabla 62. Aparatos de los que le costaría menos desprenderse. Mujer.....	265
Tabla 63. Cómo de enganchado estás	267
Tabla 64. Autopercepción de desajustes relacionados con Internet.....	272
Tabla 65. Test D´Orman	275
Tabla 66. Estudios que estás realizando * Whatsapp.....	277
Tabla 67. Prueba de chi-cuadrado Estudios que estás realizando * WhatsApp..	277
Tabla 68. Estudios que estás realizando * percepción WhatsApp.....	278
Tabla 69. Pruebas de chi-cuadrado. Estudios que estás realizando * percepción WhatsApp.....	278
Tabla 70. Estudios que estás realizando * enganchado WhatsApp	279
Tabla 71. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * enganchado a WhatsApp.....	279
Tabla 72. Estudios que estás realizando * enganchado a videojuegos	280
Tabla 73. Pruebas de chi-cuadrado Estudios que estás realizando * enganchado a videojuegos	280
Tabla 74. Estudios que estás realizando * enganchado a TV	281
Tabla 75. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * enganchado a TV	281
Tabla 76. Estudios que estás realizando * enganchado a Internet	282
Tabla 77. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * enganchado a Internet	282
Tabla 78. Estudios que estás realizando * salta clases debido a Internet.....	283

Tabla 79. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * salta clases debido a Internet.....	283
Tabla 80. Estudios que estás realizando * empeora el trato con familia por estar conectado.....	284
Tabla 81. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * empeora el trato con familia por estar conectado.....	284
Tabla 82. Estudios que estás realizando * problemas impulso conectarse	285
Tabla 83. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * problemas impulso conectarse	285
Tabla 84. Estudios que estás realizando * conectado más tiempo del propuesto	286
Tabla 85. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * conectado más tiempo del propuesto	286
Tabla 86. Estudios que estás realizando * abandona cosas que hacer por estar conectado.....	287
Tabla 87. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * abandona cosas que hacer por estar conectado	287
Tabla 88. Estudios que estás realizando * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	288
Tabla 89. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	288
Tabla 90. Estudios que estás realizando * pierde horas de sueño por estar conectado	289
Tabla 91. Pruebas de chi-cuadrado Estudios que estás realizando * pierde horas de sueño por estar conectado	289
Tabla 92. Sexo * teléfono móvil	290

Tabla 93. Pruebas de chi-cuadrado sexo * teléfono móvil.....	290
Tabla 94. Sexo * Uso del WhatsApp	291
Tabla 95. Pruebas de chi-cuadrado sexo * uso del WhatsApp	291
Tabla 96. Sexo * valoración WhatsApp.....	291
Tabla 97. Pruebas de chi-cuadrado sexo * valoración WhatsApp.....	292
Tabla 98. Sexo * dependencia de Internet	292
Tabla 99. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia de Internet.....	292
Tabla 100. Sexo * dependencia de las redes sociales	293
Tabla 101. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia de las redes sociales..	293
Tabla 102. Sexo * dependencia móvil	294
Tabla 103. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia móvil.....	294
Tabla 104. Sexo * dependencia WhatsApp.....	295
Tabla 105. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia WhatsApp.....	295
Tabla 106. Sexo * salta clases debido a Internet.....	296
Tabla 107. Pruebas de chi-cuadrado sexo * salta clases debido a Internet	296
Tabla 108. Sexo * resulta duro permanecer desconectado	296
Tabla 109. Pruebas de chi-cuadrado sexo * resulta duro permanecer desconectado	297
Tabla 110. Sexo * ha intentado sin éxito reducir su uso.....	297
Tabla 111. Pruebas de chi-cuadrado sexo * ha intentado sin éxito reducir su uso	298
Tabla 112. Sexo * está conectado más tiempo del propuesto	298

Tabla 113. Pruebas de chi-cuadrado sexo * está conectado más tiempo del propuesto.....	299
Tabla 114. Sexo * Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	299
Tabla 115. Pruebas de chi-cuadrado sexo * abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	299
Tabla 116. Sexo * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	300
Tabla 117. Pruebas de chi-cuadrado sexo * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	300
Tabla 118. Sexo * pierde noción del tiempo hablando por el móvil	301
Tabla 119. Pruebas de chi-cuadrado sexo * pierde noción del tiempo	301
Tabla 120. Repite curso * televisor.....	302
Tabla 121. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * televisor.....	302
Tabla 122. Repite curso * ordenador	303
Tabla 123. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * ordenador	303
Tabla 124. Repite curso * Internet	304
Tabla 125. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * Internet	304
Tabla 126. Repite curso * videoconsola	305
Tabla 127. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * videoconsola	305
Tabla 128. Repite curso * enganchado a Internet	306
Tabla 129. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a Internet	306
Tabla 130. Repite curso * enganchado a redes sociales.....	307
Tabla 131. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a redes sociales	307

Tabla 132. Repite curso * enganchado a teléfono móvil	308
Tabla 133. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a teléfono móvil	308
Tabla 134. Repite curso * enganchado a WhatsApp.....	309
Tabla 135. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a WhatsApp....	309
Tabla 136. Tipo de centro de estudios * Internet	310
Tabla 137. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro de estudios * Internet	310
Tabla 138. Tipo de centro de estudios * tablet, iPad	311
Tabla 139. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro de estudios * tablet, iPad ...	311
Tabla 140. Tipo de centro de estudios * de cual costaría menos desprenderse ..	312
Tabla 141. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro de estudios * de cual costaría menos desprenderse	312
Tabla 142. Tipo de centro * se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta	313
Tabla 143. Pruebas de chi cuadrado tipo de centro * se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta	313
Tabla 144. Tipo de centro * obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	314
Tabla 145. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	314
Tabla 146. Tipo de centro * abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	315
Tabla 147. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado	315

Tabla 148. Tipo de centro * bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet	316
Tabla 149. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet.....	316
Tabla 150. Tipo de centro * pierde la noción del tiempo hablando por el móvil	317
Tabla 151. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * pierde la noción del tiempo hablando por el móvil.....	317
Tabla 152. Tipo de centro * salta clases debido al móvil	318
Tabla 153. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * salta clases debido al móvil	318
Tabla 154. Áreas educativas * televisor.....	319
Tabla 155. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * televisor	319
Tabla 156. Áreas educativas * ordenador	320
Tabla 157. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * ordenador.....	320
Tabla 158. Áreas educativas * Internet.....	321
Tabla 159. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas* Internet.....	321
Tabla 160. Áreas educativas * videoconsola	322
Tabla 161. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * videoconsola	322
Tabla 162. Áreas educativas * smartphone.....	323
Tabla 163. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * smartphone.....	323
Tabla 164. Áreas educativas * enganchado a Internet	324
Tabla 165. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * enganchado a Internet.	324
Tabla 166. Áreas educativas * enganchado a redes sociales	325

Tabla 167. Pruebas de chi-cuadrado Áreas educativas * enganchado a redes sociales	325
Tabla 168. Áreas educativas * enganchado a videojuegos	326
Tabla 169. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * enganchado a videojuegos	326
Tabla 170. Áreas educativas * enganchado a la TV	327
Tabla 171. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * enganchado a la TV	327
Tabla 172. Áreas educativas * empeora el trato con la familia por estar conectado	328
Tabla 173. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * empeora el trato con la familia por estar conectado	328
Tabla 174. Áreas educativas * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red.....	329
Tabla 175. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	329

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de la muestra por centro educativo	192
Figura 2. Distribución de la muestra por curso académico	193
Figura 3. Edades.....	194
Figura 4. Personas con las que convive	196
Figura 5. Repite curso	197
Figura 6. Calificación media último curso.....	198
Figura 7. Clases particulares	200
Figura 8. Idiomas	200
Figura 9. Deportes.....	201
Figura 10. Bailes	202
Figura 11. Música	202
Figura 12. Voluntariado	203
Figura 13. Pintura o arte.....	203
Figura 14. Teatro.....	204
Figura 15. Número de TV en casa	205
Figura 16. Horas al día que ve la TV	206
Figura 17. Contenido que visualiza en la TV.....	208
Figura 18. Número de PCs en casa	209
Figura 19. Número de tablets en casa	210
Figura 20. Dispone de Pc propio para uso personal.....	210

Figura 21. Horas diarias uso PC.....	212
Figura 22. Usos del PC. Horas semanales	214
Figura 23. Tipo de conexión a Internet	218
Figura 24. Redes sociales en las que está registrado.....	219
Figura 25. Compras realizadas por Internet el pasado año	221
Figura 26. Objeto de uso de redes sociales y chat	222
Figura 27. Tiempo de uso de las redes sociales	223
Figura 28. Recibe presión o es ridiculizado a través de las redes sociales	224
Figura 29. Molesta o difama utilizando las redes sociales.....	225
Figura 30. A quién recurre	226
Figura 31. Páginas que sueles visitar	228
Figura 32. Tiene el antivirus actualizado	229
Figura 33. Tiene la webcam desactivada cuando chatea.....	229
Figura 34. Chatea con desconocidos	230
Figura 35. Envía fotos propias en situaciones comprometidas	230
Figura 36. Ejecuta archivos que le envían a través del chat.....	231
Figura 37. Tiene instalado un programa de control parental	231
Figura 38. Tiene videoconsola en casa	232
Figura 39. Videoconsola con control de movimiento	233
Figura 40. Usos de la videoconsola	235
Figura 41. Horas semanales juego en el PC.....	237

Figura 42. Horas semanales juego en videoconsola.....	237
Figura 43. Horas semanales juego en videoconsola portátil	238
Figura 44. Horas semanales juego en el teléfono móvil	239
Figura 45. N° de horas semanales que escucha música a través del móvil	241
Figura 46. N° horas semanales que escucha música en el PC.....	242
Figura 47. N° horas semanales que escucha música mediante reproductor mp3	242
Figura 48. Tiene teléfono móvil.....	243
Figura 49. Dinero gastado al mes en móvil.....	248
Figura 50. Quién paga la factura del móvil.....	249
Figura 51. Llamadas recibidas al móvil a la semana	250
Figura 52. Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana	252
Figura 53. Mensajes SMS recibidos a la semana	252
Figura 54. Llamadas perdidas recibidas a la semana	253
Figura 55. Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana	254
Figura 56. Recibe presiones mediante imágenes obtenidas a través del móvil ..	255
Figura 57. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente.	257
Figura 58. Aparatos de los que le costaría desprenderse	263
Figura 59. Cómo de enganchado estás a Internet.....	268
Figura 60. Cómo de enganchado estás a las redes sociales	268
Figura 61. Cómo de enganchado estás al teléfono móvil.....	269
Figura 62. Cómo de enganchado estás al WhatsApp.....	269

Figura 63. Cómo de enganchado estás a los videojuegos	270
Figura 64. Cómo de enganchado estás a la televisión.....	271
Figura 65. Restringe el tiempo de conexión a Internet	271
Figura 66. Pierde la noción del tiempo conectado a Internet.....	272
Figura 67. Se siente culpable por el tiempo que está conectado.....	273
Figura 68. Intenta no conectarse, pero no es capaz de ello	273
Figura 69. Oculta a sus padres el tiempo o dinero que invierte en Internet.....	274
Figura 70. Se salta clases debido a Internet	274

RESUMEN

El principal objetivo de esta tesis es obtener una visión representativa de la influencia actual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la vida de los alumnos de los cuatro cursos de la ESO y de 1º de Bachillerato de la Comunidad Autónoma de Cantabria. Otro de los objetivos fue, realizar un diseño en el que la muestra represente adecuadamente a la población de la que se obtiene, lo que nos permitirá poder generalizar los resultados obtenidos a la población de Cantabria de características similares a la de los alumnos de la muestra. En este sentido se zonificó Cantabria en siete Áreas Educativas y se determinaron tanto el número y tipo de centros necesario en cada una de las Áreas Educativas, así como, el número de aulas y de alumnos. El procedimiento de selección de la muestra ha seguido dos fases: en una primera fase, se ha realizado muestreo por estratos, y en una segunda, un muestreo por conglomerados. Tras un estudio piloto, se desarrolló una encuesta, de tipo: muestral, descriptiva y explicativa, y transversal. Se aplicó a una muestra de 2371 estudiantes. La metodología empleada, fue una modalidad de investigación cuantitativa sin intervención, transversal, empírica y no experimental. Con el fin de comprobar las hipótesis se planteó un estudio descriptivo y ex post facto. Por una parte, se realizó un análisis descriptivo con el que se aportan gran cantidad de datos que resultan muy ilustrativos sobre aspectos relacionados con: Tv. ordenador, Internet, smartphone, WhatsApp, videojuegos, redes sociales, rendimiento académico, diferencias por sexo, por áreas educativas, etc... Por otra parte, para conocer si las diferencias encontradas entre las variables eran o no significativas el estadístico elegido fue la prueba chi-cuadrado. Se trata de una prueba no paramétrica para la medición de variables nominales, Se aportan datos de interés, representativos, y significativos, análisis, planteamientos científicos, argumentos y puntos de vista amplios para conocer y poder reflexionar, sobre la influencia de las TIC, en diferentes aspectos relevantes de la vida de estos alumnos.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); adolescencia; hábitos de uso; cuestionario.

ABSTRACT

The main objective of this thesis is to obtain a representative view of the current influence of Information and Communication Technologies (ICT) in the life of the students of the four ESO courses and of the 1st Bachelor of the Autonomous Community of Cantabria. A second objective is to make a design in which the sample adequately represents the population from which it is obtained, which will allow us to generalize the obtained results to the population of Cantabria with similar characteristics to those of the students in the sample. In this sense, Cantabria was divided in seven Educational Areas and the number and type of centers needed in each of the Educational Areas were determined, as well as the number of classrooms and students. The sampling procedure has followed two phases: in a first phase, a stratified sampling was carried out, and in a second phase, a sampling by clusters. After a pilot study, a survey was developed of the following types: sample, descriptive and explanatory, and transversal. It was applied to a sample of 2371 students. The used methodology was a modality of quantitative research without intervention, transversal, empirical and non-experimental. In order to test the hypotheses, a descriptive and ex post facto study was proposed. On the one hand, a descriptive analysis was performed, which provides a large amount of data that are very illustrative on aspects related to: TV, Computer, Internet, smartphone, WhatsApp, video games, social networks, academic performance, differences by sex, educational areas, etc ... On the other hand, to know if the differences found between the variables were or not significant the chosen statistic was the chi-square test. It is a non-parametric test for the measurement of nominal variables. Data of interest, representative and significant, analyzes, scientific approaches, arguments and broad points of view are given to know and to be able to reflect, on the influence of the TIC, in Different aspects of the lives of these students.

Keywords: Information and Communication Technologies (ICT); adolescence; Habits of use; questionnaire.

PRESENTACIÓN

Los jóvenes de hoy crecen en un contexto saturado de tecnologías y comunicaciones digitales, y en estos nuevos espacios digitales, desarrollan marcos preliminares para interpretar la vida, conjuntos de opiniones y prejuicios, estereotipos y dilemas que orientan su comprensión de los significados de las acciones cotidianas, (Buckingham y Martínez-Rodríguez, 2013). Una parte importante de los cambios que en la actualidad experimentan las prácticas culturales puede encontrarse en la influencia de las TIC.

En esta tesis sobre “los adolescentes y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)”, se ha realizado una investigación en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Nos aproximamos a la comprensión de la situación que viven estos adolescentes desde múltiples variables, con lo que se obtuvo una visión más completa de la realidad en la que se desenvuelven con respecto a las TIC.

Nuestro campo de investigación abarca a los alumnos desde 1º de la ESO hasta 1º de Bachillerato.

Como indica Casero-Ripollés (2012), los jóvenes son un sector privilegiado de estudio ya que son nativos digitales, sujetos que han crecido interactuando y utilizando los medios digitales. Será en ellos, donde mejor podamos identificar las características de las pautas de consumo propias de los sujetos que han crecido en entornos digitales, (Ugalde et al., 2017).

Siguiendo a Bringué y Sábada (2009), la multiplicidad de estudios, así como la diversidad de enfoques y profundidad en el tratamiento de estos temas, permite agrupar la investigación existente, principalmente en torno a tres áreas temáticas:

1. Pautas de consumo: abarca cuestiones como el equipamiento tecnológico de los hogares, la capacidad de acceso de los jóvenes a la variedad de medios, el tiempo de uso, el lugar o la compañía, entre otros aspectos.

2. Contenidos y efectos: el trabajo más extenso en este campo se refiere a las TIC que mayor impacto pueden tener entre los adolescentes, tales como Internet (redes sociales, ...), smartphone (WhatsApp), los videojuegos, etc...

3. Protección: comprende el conocimiento de las medidas que se adoptan para la seguridad de los menores.

En nuestra investigación se contemplan estas tres áreas. Se trata de un estudio que permite: conocer indicadores sobre el equipamiento tecnológico de los hogares, y sobre hábitos de consumo de las TIC por parte de los adolescentes, así como, algunas de las repercusiones que puede tener para su vida este uso. Conocer el impacto de determinados contenidos, aplicaciones y dispositivos. Analizar las diferencias de género en el uso de estas tecnologías. Saber si los hábitos de utilización de las TIC, afectan - o no afectan- al rendimiento escolar. Examinar diferencias por áreas Educativas, o por tipo de centro educativo en el que estudian (público, o concertado). Se analizan a su vez, aspectos relacionados con la seguridad y protección etc... Se pretende, además, poder contribuir a la adopción de programas educativos preventivos para promover un uso responsable de estas tecnologías, con el aporte de datos sobre la realidad.

Para poder conocer algo, lo primero que hay que hacer es medirlo, evaluar su estado. En teoría, parece que podemos estar ante una nueva generación aparentemente hipercomunicada —que puede estar, al mismo tiempo, hipocomunicada—, (Aguaded, 2011). Por ello, y porque una evaluación rigurosa es la base sobre la que se asienta un conocimiento preciso, surgió la necesidad de realizar esta tesis.

Consideramos que la temática abordada era relevante y que nuestro planteamiento podría resultar de interés, porque:

1.- Creemos que se trata de un estudio de relevancia dada la importancia y actualidad del tema abordado que, en nuestra opinión, convendría que estuviera en permanente estudio y revisión para conocer cómo van evolucionando los hábitos de consumo de las TIC en los adolescentes.

2.- Hay muchos tipos de investigación en los que no es posible trabajar con toda la población por lo que se aconseja abordar muestras representativas de esa población. En nuestra investigación era necesario hacer un muestreo, pero cualquier muestra no servía. Tendríamos que obtener una buena muestra que, al trabajar con ella, nos permitiera llegar a “las mismas conclusiones” a las que hubiéramos llegado de haber trabajado directamente con toda la población, si ello hubiera sido posible. Es decir, la muestra debería representar adecuadamente a la población de la que se obtiene. Para ello, realizamos un diseño novedoso y original, a través de un trabajo previo a la obtención de la muestra, para que los resultados de la misma pudieran considerarse representativos para la Comunidad Autónoma de Cantabria. Se definieron siete Áreas Educativas, atendiendo a criterios y pautas, científicas, sociodemográficas, socioeconómicas, y educativas, siguiendo a Requés (1999). Y a partir de ahí, se realizó un pormenorizado análisis para la obtención de las muestras en éstas diferentes Áreas Educativas. Este planteamiento en sí mismo, consideramos que es un punto fuerte de esta tesis, pues no hemos encontrado otros trabajos que hayan seguido esta forma de abordar la investigación, y permitirá poder generalizar los resultados obtenidos, para la población de Cantabria de similares características a las de la muestra.

3.- Se aporta, a su vez, un instrumento elaborado para la obtención de los datos, así como, el proceso seguido para su elaboración y aplicación.

4.- Es el primer estudio de este tipo que se realiza en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

5.- Se recogen gran cantidad de datos, de cuyo análisis se obtienen informaciones y conclusiones de interés que pueden ayudar a los padres, a los educadores, y también a los propios adolescentes. Son datos de la utilización que facilitan los adolescentes, que han crecido en un mundo tecnológico.

Esta tesis, se aborda desde la perspectiva de que las tecnologías ofrecen grandes oportunidades para el futuro de los jóvenes, y de que estos viven en una sociedad que necesariamente implica el uso de las TIC, y eso exige una actitud positiva

en el acercamiento a este tema, sin dejar de señalar los peligros que, como en tantos otros aspectos, aparecen cuando se pasa del uso al abuso.

PARTE I
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

PARTE I. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

INTRODUCCIÓN A LA PARTE TEÓRICA

En los últimos años, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han invadido nuestras vidas en todas sus facetas: profesional, académica, informativa, ocio, hogar, etc. Los adolescentes, no pueden entender la vida y las relaciones sociales o incluso el ocio sin su presencia. El avance de las nuevas tecnologías y la convergencia de diversas pantallas ha creado un contexto en el que la interacción constante con los medios digitales forma parte de la vida cotidiana de los jóvenes (Buckingham y Martínez-Rodríguez, 2013). De hecho, los medios tecnológicos por los que fluye la información se han vuelto tan importantes, si no más, que la misma información, (González-Anleo, 2010).

Vivimos en una sociedad en la que la conexión permanente se ha integrado en nuestras vidas y forma parte de los actos más cotidianos. La incorporación de equipamientos tecnológicos en los hogares españoles no ha hecho más que crecer en estos años. Y este hecho, está cambiando de manera muy importante nuestras formas de vida. En la actualidad más del 25% del tiempo de actividad diario lo dedicamos a interactuar con las TIC, casi el 40% si se restan 8 horas de sueño, (Labrador y Villadangos, 2009), incrementándose significativamente en fines de semana.

Ante este contexto mediático que caracteriza la era digital en la cual están inmersos los adolescentes, surge la preocupación derivada de si los jóvenes están lo suficientemente preparados para interactuar debidamente con los medios (Aguaded y Pérez-Rodríguez, 2012). Numerosos organismos y entidades de distinto tipo hacen esfuerzos y plantean propuestas para generalizar su uso, dadas sus posibilidades, pero a la vez, advierten de sus peligros. El escenario virtual puede convertirse en espacio de conflictos y confrontación de intereses, pero también de cultivo de narrativas lúdicas, educativas y de comunicación personal (Muros et al., 2013). Estudios recientes muestran que los dispositivos digitales han implicado cambios cualitativos en el funcionamiento familiar, la creación de nuevos escenarios de interacción e incluso han reordenado los patrones relacionales de la familia actual, (Valdemoros, et al., 2017).

Estos criterios, planteados y analizados con sus diferentes argumentaciones a lo largo de los tres capítulos de la parte teórica evidencian la importancia de esta investigación. El conocer mejor los hábitos de uso que los adolescentes tienen en relación con las TIC (en el contexto de la comunidad Autónoma de Cantabria), y la influencia que pueden tener para su vida, junto con la discusión y las conclusiones formarán el eje central de los tres capítulos de la parte empírica de esta tesis doctoral.

CAPÍTULO 1. LA IMPORTANCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD ACTUAL.

A lo largo de la historia de la humanidad, se han producido cambios sociales revolucionarios en diferentes momentos que han posibilitado los avances de las civilizaciones. Desde nuestra perspectiva, cuatro han podido ser los cambios más revolucionarios: la aparición del lenguaje, el desarrollo del lenguaje escrito, la revolución industrial y la que estamos teniendo el privilegio de vivir en la actualidad, los inicios de la revolución tecnológica. Pues bien, después de la revolución industrial que dio paso a la producción en serie para fabricar bienes a gran escala y las consecuencias que de ello se derivaron, como el cambio del mundo rural al de las ciudades, etc...; en las últimas décadas, la evolución de la tecnología implica unos avances en los procesos vitales de los seres humanos nunca vistos hasta ahora. Se trata otra auténtica revolución, que algunos llaman tecnológica y otros catódica (Castellano, en prensa), de lo que no cabe duda es de que la informática a través de sus múltiples aplicaciones está cambiando nuestras vidas.

Estamos gozando del privilegio de vivir unos momentos históricos en la evolución de la humanidad. Es el inicio de una nueva etapa. La “sociedad red” se identifica con acelerados cambios que se suceden entre el mundo real y el virtual. el progreso de dispositivos digitales ha generado un nuevo modelo de ocio (Valdemoros, et al., 2017), y también de cultura y vida.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) abren posibilidades hasta ahora impensables y difícilmente soñadas para las generaciones presentes y futuras y todo ello, con una gran celeridad que hace que tanto los datos, como las tecnologías y los dispositivos pueden quedar obsoletos en un breve periodo de tiempo.

La influencia que la tecnología, tiene en la sociedad actual es de tal magnitud, que está cambiando nuestra forma de vida, convirtiéndose en verdaderos competidores de la familia y la escuela, en la formación y educación de los niños,

y de forma especial en los adolescentes. Pero de lo que no cabe duda, es de que los adolescentes tienen que adquirir una alta competencia digital, porque van a vivir en un mundo infotecnológico. En este mundo además de la comunicación hablada que, en parte, va decayendo, nos comunicamos a través de las diferentes opciones de lo virtual, no siendo la de la videoconferencia a día de hoy una de las más utilizadas. Si bien, es interesante destacar que, en estos nuevos tiempos impuestos por esta revolución tecnológica, lo escrito y lo hablado tienden a fusionarse o, por lo menos, a desdibujar cada vez más sus fronteras. Aunque los medios informáticos son escritos, tienden a imitar situaciones de habla real y, así decimos “estoy hablando en el chat”. De hecho, es frecuente utilizar términos como “oralidad escrita” o “ciberhabla (Galán 2011).

Las TIC han venido para quedarse y cada vez tienen mayor impacto en nuestras vidas. Están llegando a modificar nuestros hábitos de relación a unos niveles importantes. Solamente si pensamos lo que supone hoy en día en nuestras vidas el smartphone, podemos hacernos una idea de la fuerza que tienen en la sociedad actual. Las expectativas sobre la trascendencia de las innovaciones tecnológicas de comunicación e información son inmensas, y de manera especial hay que considerar su capacidad de transformación social global (Attali, 2006). Hoy día, la expectativa de una nueva generación competente en el uso de las TIC parece tener una situación de ventaja y cierto dominio sobre el resto de la población que no haya adquirido estas competencias (Rodríguez San Julián, Ballesteros, y Megías (2011), y García (2009)).

Cada vez, se vuelven más necesarias en nuestras vidas, convirtiéndose en imprescindibles en muchos ámbitos personales y profesionales, tales como:

- el ACCESO a la INFORMACIÓN (buscadores, la lectura de la prensa a través de los periódicos digitales, revistas online...)
- la FORMACIÓN empezando por la propia universidad, las enseñanzas no universitarias, las empresas, los diferentes centros de formación, así vemos cómo van proliferando asignaturas virtuales,

cursos online de todo tipo (OCW, cursos MOOC, asignaturas online a través de aulas virtuales y plataformas como Moodle, Blackboard, Kahoot...). O de modelos pedagógicos como el Flipped Classroom (FC), que transfiere el trabajo de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula, y lo hace frecuentemente utilizando las TIC...)

- el COMERCIO (compras “online”, cada vez más seguras...)
- la BANCA (la banca electrónica crece de manera imparable en nuestra sociedad, cada vez se realizan más operaciones de todo tipo online: se compran valores, se contratan depósitos, se hacen transferencias...)
- las RELACIONES SOCIALES (WhatsApp, Skype, Telegram, diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, Snapchat, Periscope...)
- el HOGAR (Recetas de cocina, remedios para cualquier problema, búsqueda de servicios...)
- el OCIO (Juegos, ver programas de Tv emitidos por Internet, escuchar música y vídeos vía streaming, sacar las entradas para diferentes espectáculos desde casa, se preparan los viajes partiendo de las experiencias que otros viajeros cuelgan en la red. Google te ofrece poder “navegar” por la ciudad que se va a visitar...)
- la SALUD (la telemedicina está cogiendo cada vez más fuerza, concertar consultas médicas...).
- los VIAJES (los diferentes servidores de aplicaciones, mapas en la web como el Google Maps,).
- el TRABAJO (correo electrónico, documentos compartidos, búsqueda de información diversa, bienes y servicios, materiales, ...).

- las relaciones con la ADMINISTRACIÓN (firma electrónica, descarga de formularios, envío de los mismos, elección de plazas, solicitud de concursos, declaraciones de la renta...).
- Etc....

1.1. LA SOCIEDAD DE LA ERA DIGITAL

Parece cada vez más evidente que los signos de los tiempos van cambiando a medida que avanza el desarrollo de la tecnología. Así, da la impresión de que la tradicional distribución del conocimiento ha invertido el papel de los “viejos” y de los “jóvenes”: ahora en esta nueva sociedad cada vez más tecnológica, al contrario de lo que venía sucediendo hasta ahora, parece que son los jóvenes los que saben “cómo hacer” las cosas, son los expertos o los “tecnológicamente alfabetizados” (Galán 2011). En este contexto, las TIC juegan un papel de símbolos de integración y éxito, a la vez que pueden cumplir una función de vía de escape a una realidad virtual (Lara et al., 2009). Esta inversión mediada por la revolución del software ha modificado también la propia consideración del conocimiento. Las bibliotecas se han convertido en “bancos de datos” o en listas Web, siempre abiertas, sin horario; el conocimiento no es controlable ¿cuántas páginas Web existen?, ¿tienen todas el mismo grado de credibilidad?, ¿se contrastan las informaciones que se “cuelgan”?, (Galán 2011).

Se están describiendo nuevas patologías psicosociales (ciberpatologías), e incluso, se ha descrito un síndrome nuevo de vibración de mano-brazo asociado al uso prolongado de un mando vibrante de un videojuego en la adolescencia (Cleary et al., 2002, Bercedo 2008), el síndrome del túnel carpiano, o problemas de retina derivados de un uso excesivo de pantallas LED.

Concebimos platónicamente la Red como un nivel “elevado”, lo demuestran las expresiones “colgar”, “subir” o “bajar” documentos, música o imágenes, o la más coloquial “estar enganchado”, “estar colgado” (Galán 2011). Las páginas Web

son “sitios” o “lugares” que ofrecen un “mapa de navegación” y así navegamos por la Red.

Intuitivamente, seguimos concibiendo el libro como un espacio cerrado y protegido, una unidad inmodificable que “se abre y se cierra”, de ahí que digamos “adentrarse”, “enfrascarse” o “ensimismarse” en la lectura (porque el proceso de lectura es individual, recordemos) o, coloquialmente, “en tal libro viene”, “lo he sacado de tal libro”. Sin embargo, Internet es un espacio abierto del que “entramos” y “salimos”. La metáfora de la navegación, por ejemplo, es una buena muestra de este carácter no cerrado, de superficie, y una imagen de la ausencia de límites y fronteras (Galán 2011).

Por otra parte, nos previene Castellanos (en prensa), puede suceder que caigamos en la hipercomunicación.

Las posibilidades de interconectividad e hiperconectividad propiciadas por estas plataformas de comunicación han cambiado las formas de relacionarnos, de compartir conocimiento, de formarnos e informarnos. En esta era de la no desconexión (END) (curioso acrónimo), las tecnologías, los buscadores, las redes sociales, los operadores han traído consigo un cambio que nos permite hablar, incluso, de una nueva forma de ciudadanía, la denominada ciudadanía digital. (García y Fernández 2016:IX)

Cada vez más, los jóvenes no pueden pasar un día sin conectarse a las redes sociales y están permanentemente pendientes de sus dispositivos, en especial del smartphone. Esta Infomanía, puede entrañar sus problemas de manera especial para los adolescentes, pues como nos indica Castellanos (en prensa) debemos reconocer que existe un exceso de información y que la Red puede contribuir a crear un síndrome de Diógenes informativo (en ocasiones se acumula demasiada información guardada en diferentes carpetas que puede resultar inservible, pero no nos podemos resistir a la “tentación” de archivarlo. Las previsiones indican que el mundo digital crece de manera exponencial. Se ha pasado de los kilobytes en discos floppy, a los megabytes y a los discos duros con capacidad para terabytes; actualmente vivimos en la era de los petabyte. Buscadores como Google aplican los

principios de la inteligencia artificial y del aprendizaje máquina y los modelos de patrones en sus motores de búsqueda que abarcan todos los campos del saber humano.

En la actualidad, el inicio del uso de las TIC está alrededor del año de edad; son los llamados nativos digitales. Se suele considerar nativo digital u homo sapiens digital a las personas que nacieron desde 1980 hasta la actualidad, cuando ya existía una tecnología digital bastante desarrollada y de alcance fácil para una mayoría de la población. Por otra parte, el término inmigrante digital se refiere a todos aquellos nacidos antes de 1980, que se van actualizando y utilizan estas TIC. Sin embargo, haber nacido rodeados de tecnología no implica necesariamente que dominen con facilidad el funcionamiento de los dispositivos, ni sobre todo qué sepan hacer un uso responsable de los mismos ni de Internet.

Salvo en casos excepcionales, los jóvenes se limitan a utilizar de manera “simplista” aplicaciones comunes e incluso en un número reducido. La idea de que el aprendizaje digital es algo “innato” para los nativos digitales puede que no sea del todo correcta. Hay abundante información sobre nativos digitales, en la publicación del Instituto de la Juventud, INJUVE (Méndez, y Rodríguez, 2011). Estos nativos digitales saben usar las TIC, pero no siempre tienen la información ni la formación necesaria para hacerlo de forma responsable, ni son muy conscientes de las posibles amenazas (Guía clínica sobre el ciberacoso para profesionales de la salud 2015). Sin embargo, las TIC forman parte de su día a día, por tanto, habrá que educarlos para que hagan un uso correcto de las mismas. Estos términos de nativos e inmigrantes digitales, fueron acuñados y divulgados por Marc Prensky (2001), que, en su artículo “Digital Natives, Digital Immigrants” de forma concisa define a los nativos digitales como la primera generación que ha crecido con las tecnologías digitales y, por lo tanto, tienen una habilidad innata en el lenguaje y el entorno digital. Prensky describe a los nativos digitales como las personas que, rodeadas desde temprana edad por las nuevas tecnologías (ordenadores, videojuegos, cámaras de vídeo, teléfonos móviles, etc...), y los nuevos medios de comunicación que consumen masivamente, desarrollan otra manera de pensar y de

entender el mundo. Por oposición, define al inmigrante digital como la persona nacida y educada antes del auge de las nuevas tecnologías.

Por otra parte, nos encontramos también con opiniones contrarias, así, señalan Lluna y Pedreira (2017), cómo los jóvenes de ahora no están especialmente dotados de habilidades técnicas, ya que la mayoría se limita a utilizar redes sociales como Instagram, Snapchat o Youtube y a usar los programas para descargarse música o películas. Fuera de este círculo que dominan a la perfección, exhiben bastantes limitaciones y demuestran una preocupante falta de formación. Así, nos hacen ver que considerar que estos jóvenes van a saber aprovechar el enorme potencial de estas tecnologías en su desarrollo como personas y en el progreso de nuestra sociedad de forma casi instintiva, sin que tengan el apoyo de la familia y sin que diseñemos y apliquemos planes educativos al respecto, resulta absurdo. Lluna y Pedreira (2017) plantean que más que “nativos digitales” estamos hablando de “patosos o huérfanos digitales”.

Muchos jóvenes tienen el dispositivo, pero no el conocimiento. Muchos están usando las TIC como meros consumidores. Dedicar horas a conversar por WhatsApp, mandar correos y consultar información para hacer trabajos, suben fotos a su red social, y esto último cada vez con menos asiduidad. Es decir, finalmente no están haciendo un uso muy diferente, ni tienen muchos más conocimientos, que las generaciones de padres y madres de 30 a 40 años de edad (Cánovas et al., 2014). Son una minoría los usuarios que crean contenidos, generan opinión o transmiten ideas y nuevas propuestas que enriquezcan la Red. Es fundamental por tanto formar a los jóvenes para que sepan hacer un uso correcto y responsable del potencial de las tecnologías, que aprendan a respetar y a hacerse respetar, a proteger su privacidad, a hacerse una identidad digital, etc..., por lo que la educación en este sentido resulta crucial. Cuando navegan por Internet, no parece sensato que sean autodidactas. En algunos casos se corre el riesgo de que se dejen llevar y utilicen la red con poco sentido común perdiendo el tiempo, navegando sin rumbo, y convirtiéndose en una especie de vagabundos digitales.

Por otra parte, en nuestra sociedad, a nivel global, aparece a su vez, el denominado analfabetismo digital que se refiere al nivel de desconocimiento de las nuevas tecnologías, que impide que las personas puedan acceder a las posibilidades de interactuar con éstas, lo que viene a suponer una limitación para desenvolverse en el mundo actual. Se ha desencadenado un significativo desplazamiento semántico del concepto de ‘analfabetismo’ para designar a aquellos que se van quedando fuera del poder de los nuevos medios tecnológicos, aparcados o sumidos en una “brecha digital”, frontera tenue entre países y abismo entre generaciones (Galán 2011). Cada vez más, para el buen desarrollo de muchos trabajos, la búsqueda de empleos, las gestiones bancarias, las compras, el acceso a una información rápida y amplia, la ampliación de relaciones etc..., es necesario tener un mínimo de competencia digital, las personas que no la adquieran van a tener un hándicap. Debemos de ser conscientes de que se está creando esta “brecha digital” que discrimina y divide, generando desigualdades y que urge la toma de medidas para eliminar las barreras que se puedan estar creando.

Las tecnologías, nos permiten mantener contacto con familiares, amigos, colegas, empresas, etc... de un modo inmediato y fácil. Podemos remitirles información, documentos, fotografías, vídeos, etc... También las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn,...) nos permiten compartir espacios de relación, y contribuyen a reforzar lazos sociales, profesionales y de amistad. Estamos ante nuevas perspectivas y necesidades de interacción. Son otros modos de relacionarse. Pero también presenta problemas, como la utilización de imágenes sin consentimiento, la apropiación o el uso inadecuado de la información, el anonimato en determinadas cuestiones, etc... En este sentido, en Red.es podemos ver lo que nos señala la Guía clínica sobre el ciberacoso (2015):

Hay que tener en cuenta que los menores que usan las TIC de forma habitual, no han desarrollado aún la capacidad de comprender términos como el respeto a uno mismo, el respeto a los demás, la importancia de la privacidad, la existencia de información sensible que no debe ser revelada, o de información que no es adecuada a su edad, etc.; por lo que es muy

difícil que el menor pueda, por sí mismo, navegar de forma segura.” (Guía clínica sobre el ciberacoso 2015:6)

1.1.1. Situación a nivel mundial

En el 2005, en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), la comunidad internacional acordó una visión común para construir “una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo”. En los poco más de once años transcurridos, desde la CMSI se constata cómo han aumentado considerablemente el acceso y la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones, sobre todo en lo que se refiere a los servicios de telefonía móvil e Internet. Según el organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación, UIT (2015), la proporción de la población mundial cubierta por las redes móviles y celulares es ahora de más del 95 %, mientras que el número de abonados a telefonía móvil celular se ha incrementado de 2.200 millones en 2005 a unos 7.100 millones en 2015. Este crecimiento tan raudo se ve potenciado mediante la Agenda Conectar 2020, en la que los Estados Miembros de la UIT se comprometen a colaborar en aras de "una sociedad de la información propiciada por el mundo interconectado en el que las tecnologías de la información y la comunicación faciliten y aceleren el crecimiento y el desarrollo socioeconómicos y ecológicamente sostenibles de manera universal". Como previsión, la Agenda Conectar 2020 pretende lograr que al menos el 55 % de los hogares de todo el mundo tengan acceso a Internet en 2020, en relación con el 46,4 % estimado en 2015. Pretende a su vez, que en el 2020 las telecomunicaciones y las TIC en el mundo sean un 40 % más asequibles que en 2012.

Siguiendo el Informe Anual la Sociedad en Red 2015 del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, ONTSI, coordinado por Urueña (2016), podemos ver, como:

- La penetración de la telefonía fija cae en 2015, continuando la evolución negativa de los últimos años. Se ha pasado de las 15,2 líneas por cada 100 habitantes en 2014 a las 14,5 en 2015.

- La telefonía móvil aumenta su presencia a nivel mundial. La penetración de este servicio alcanza las 96,8 líneas por cada 100 habitantes. En 2015, se habría superado ya la barrera de los 7.000 millones de suscripciones. La banda ancha fija incrementó su penetración, aunque continúa siendo el servicio menos utilizado. Su penetración se sitúa en las 10,8 líneas por cada 100 habitantes. Mientras que en los países desarrollados la penetración alcanza las 29 líneas por cada 100 habitantes, en los países en vías de desarrollo esta solo llega a las 7,1 líneas por cada 100 habitantes.

- La banda ancha móvil vuelve a crecer de forma destacada. Entre 2014 y 2015, su penetración se incrementó en 10 puntos, hasta las 47,2 líneas por cada 100 habitantes. En el periodo comprendido entre 2010 y 2015 la penetración de la banda ancha móvil se ha cuadruplicado. El porcentaje de hogares con acceso a Internet crece 2,5 puntos en 2015, llegando al 46,4%. En 2015 se superó por primera vez la barrera de los 3.000 millones de usuarios de Internet. Los 3.174 millones de internautas suponen el 43,4% de la población mundial. En los países desarrollados el 82,2% de la población es usuaria de Internet. Este porcentaje se reduce hasta el 35,3% en los países en vías de desarrollo. El ordenador continúa siendo el principal dispositivo de acceso a Internet. El 61,9% de los accesos a Internet en el mundo se realizan a través de este dispositivo. Los teléfonos móviles y las tabletas son responsables del 31% y del 7% de los accesos, respectivamente. No obstante, el teléfono móvil es el dispositivo que más crece como medio de acceso a Internet. Diez idiomas aglutinan el 88% de las páginas web existentes en Internet. En el mundo se hablan unas 7.000 lenguas, pero sólo 10 idiomas aglutinan el 88% de las páginas web (inglés 53,4%, ruso 6,4%, alemán 5,5%, japonés 5,2%, español 4,9%, francés 4,0%, portugués 2,5%, italiano 2,1%, chino 2,0% y polaco 1,8%). La falta de contenidos en idiomas nativos se convierte en una importante barrera para el acceso a la Sociedad de la Información para muchos habitantes del planeta. El número de internautas ha superado por primera vez los 3.000 millones

en todo el mundo El mercado de las TIC creció un 4,3% en 2015, alcanzando los 3.720 millones de dólares. Los smartwatches son las grandes estrellas del momento, pasando de los 5 millones de unidades vendidas en 2014 a los 35 millones en 2015.

En el Informe del ONTSI (2015) se señala, cómo “la Sociedad de la Información, y particularmente las TIC, avanza inexorablemente convirtiendo el planeta en un lugar altamente interconectado en el que ya aproximadamente uno de cada dos habitantes ha utilizado Internet”.

1.1.2. Situación en la Unión Europea

Por su parte, en la Unión Europea, la Comisión Europea lanzó en 2015 la estrategia del Mercado Único Digital (Digital Single Market, o DSM), con la finalidad de eliminar los obstáculos que impiden el desarrollo de un mercado común de actividades digitales dentro de la Unión Europea. Esta estrategia se enmarca dentro de la denominada Europa 2020 que es la estrategia de crecimiento de la UE para la próxima década, ha elaborado la Agenda Digital para Europa (ADE), vigente desde el año 2010 y revisada posteriormente, que es la primera de las siete grandes iniciativas enmarcadas en el contexto de la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador de los países miembros. Se vienen desarrollando iniciativas en este sentido en los diferentes países de la unión, y se van generando estrategias y herramientas para ir teniendo activa la información sobre la situación de estos aspectos, tales como el índice DESI (Digital Economy and Society Index) (2016), definido por la Comisión Europea con el objetivo de medir la digitalización de la economía y de la sociedad europea. Está compuesto por cinco dimensiones: conectividad, capital humano (competencias digitales), uso de Internet, integración de la economía digital y servicios públicos digitales. Los datos del DESI 2016, que hacen referencia a los avances alcanzados durante el año 2015 muestran que la digitalización en la UE avanza, aunque lentamente. Este ranking está liderado por los países nórdicos (Dinamarca, Suecia y Finlandia) junto a Países Bajos. La media europea del indicador DESI es 0,52 sobre 1. España se sitúa en la media europea con un incremento de 3 centésimas respecto a 2014.

1.1.3. Situación en España

La Agenda Digital para España (2016) del Ministerio de Energía Turismo y Agenda Digital marca la hoja de ruta en materia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Administración Electrónica para el cumplimiento de los objetivos de la Agenda Digital para Europa en 2015 y en 2020, e incorpora objetivos específicos para el desarrollo de la economía y la sociedad digital en nuestro país, y se incorporan los objetivos de la Agenda Digital Europea en el horizonte 2020, así como, medidas concretas para impulsar el uso productivo de las TIC en la ciudadanía.

El crecimiento en los últimos años en nuestro país de los niveles de acceso a las TIC y a la Red, sido de forma exponencial. Si bien sigue existiendo una brecha digital por superar, en los últimos años, España ha pasado de los puestos de cola en la Unión Europea en cuanto a Sociedad de la Información a estar en una zona intermedia. Aunque, aún persisten diferencias en la implantación de los servicios entre las Comunidades Autónomas. No obstante, se van reduciendo año tras año. Madrid y País Vasco se sitúan como las comunidades autónomas más digitalizadas. Desde que en 1990 España se sumase a la Red, el aumento de usuarios de la misma y de personas que acceden a servicios de la Sociedad de la Información ha sido imparable. Por otra parte, las TIC se vienen desarrollando e introduciendo a una enorme velocidad, con un proceso ininterrumpido de abaratamiento y aumento de prestaciones.

En los hogares españoles, siguiendo el informe de la ONTSI (2016), se puede ver que, a finales de 2015, ocho de cada diez hogares disponían de algún tipo de ordenador. Casi la mitad (48,6%) contaba con una tableta. El dispositivo más frecuente continúa siendo el televisor o televisión de pantalla plana, que se encuentra presente en el 83,1% de los hogares. El 18,5% de ellos dispone de Smart TV o televisión con conexión a Internet. Otros dispositivos que se encuentran en los hogares españoles y que presentan penetraciones significativas son el reproductor de medios audiovisuales (54,2%) y la consola de videojuegos, ya sea con o sin conexión a Internet (37,3%). El 44,2% de los hogares cuenta con tres

servicios TIC contratados y el 26,6% con cuatro. El servicio más contratado es la telefonía móvil (97% de hogares), seguido de la telefonía fija (83,4%) e Internet (73,3%). En un informe de esta misma institución, “La sociedad en Red 2008” se señala que el 60,5 % de la población española es internauta; hay prácticamente trece puntos de crecimiento en siete años. En 2015 se ha consolidado la contratación conjunta de servicios TIC. En el tercer trimestre de 2015, el 71,7% de los hogares contaba con paquetes de servicios TIC. El más común es el que agrupa telefonía fija, telefonía móvil e Internet (53,3% de los hogares con paquetes TIC).

Siguiendo el mismo informe ONTSI (2016) a nivel individual, el teléfono móvil alcanza el 90,1% de penetración. El smartphone es utilizado por seis de cada diez individuos de 15 años o más. El 76,1% de los usuarios de Internet en los últimos 3 meses lo utiliza diariamente o casi diariamente. El teléfono móvil se ha convertido en el principal dispositivo de acceso a Internet, siendo utilizado por el 76,4% de los internautas. Entre los dispositivos individuales estudiados destacan, por su rápida y gran aceptación, la tableta y el smartphone. El 34,1% de los individuos de 15 años o más declaran poseer una tableta, mientras que en el caso del teléfono inteligente el porcentaje alcanza el 60,8%. Otros dispositivos individuales recogidos en este apartado con penetraciones significativas son el teléfono móvil (sea o no smartphone), ya que nueve de cada diez individuos tiene uno. Nuevos dispositivos recientemente incorporados al mercado tecnológico como el monitor de actividad o el reloj inteligente todavía muestran cifras comedidas, encontrándose sobre el 2% de los usuarios.

El hogar continúa siendo el principal lugar de conexión (89,2%). La incorporación de los hogares españoles a Internet sigue su tendencia positiva, logrando una penetración del 73,3% del total en el tercer trimestre de 2015. En cuanto al uso de Internet como medio de comunicación, el correo electrónico es el servicio más utilizado por los internautas (73,3%), seguido de la mensajería instantánea (67,4%) y redes sociales (58,8%). No obstante, este último servicio es utilizado de forma más intensiva, con el 75,2% de usuarios accediendo varias veces al día. Internet es utilizado por el 79,9% de los internautas como herramienta de

búsqueda de información. El 65,7% lo utiliza también para consultar noticias. El porcentaje de usuarios de Internet supera el 90% en la franja de edad comprendida entre los 16 y 44 años. En España, el 62% de los internautas realizó compras online en 2014, 1,4 puntos porcentuales más que en 2013. El volumen de negocio generado a través del comercio electrónico B2C alcanzó los 16.259 millones de euros. Casi la totalidad de hogares con acceso a Internet dispone de conexiones de banda ancha (99,7%).

Así mismo, nos indica el informe de la ONTSI (2015), que las redes sociales se muestran como el servicio de Internet del que sus usuarios hacen un uso más intensivo, recurriendo a las mismas varias veces al día el 75,2%. Le sigue la mensajería tipo WhatsApp y el correo electrónico. Mientras que las llamadas de voz tipo WhatsApp son las que menor frecuencia de uso presenta por parte de sus usuarios. Nos señala, además, que una nueva forma de comunicación introducida en el estudio es el microblogging, que permite el intercambio de información entre sus usuarios a través de herramientas diseñadas para esa función y ya es utilizada por el 22,8% de los internautas. Resalta a su vez, que ocho de cada diez internautas utiliza la Red en los últimos tres meses como herramienta de búsqueda de información. De ellos, el 80% usaron la conexión fija del hogar y el 70% utilizaron el teléfono móvil para tal fin. La consulta de noticias a través de Internet es realizada por dos de cada tres internautas, la visita a webs de la administración pública y la lectura de blogs y foros son actividades llevadas a cabo por el 37,9% y el 34,5% de los internautas respectivamente.

Por otra parte, el INE (2015) nos señala que el 64,3% de la población de 16 a 74 años utiliza Internet a diario. Y que una de cada tres personas ha comprado a través de Internet en los tres últimos meses. Así como que el 75,9% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de ordenador en el año 2015 constatando el aumento paulatino de esta tendencia. Constata también como el 78,7% de los hogares españoles tiene acceso a la Red, frente al 74,4% del año anterior. En España existen 12,6 millones de viviendas familiares con acceso a Internet. El teléfono móvil es el dispositivo TIC más utilizado por la población

comprendida entre los 16 y los 74 años. 28,1 millones de personas han utilizado alguna vez un ordenador, el 81,5% de la población entre 16 y 74 años. El 84,8% de usuarios de Internet acceden a través de un dispositivo móvil.

En relación con el uso de las TIC por menores, nos señala el INE (2015), que la proporción de uso de tecnologías de información por la población infantil (de 10 a 15 años) es, en general, muy elevada. Así, el uso de ordenador entre los menores es prácticamente universal (95,1%), siendo el 93,6% los que utilizan Internet. En este tipo de población, las diferencias de uso de ordenador y de Internet por sexo, apenas son significativas. En cambio, la disponibilidad de teléfono móvil en las niñas supera en más de cinco puntos a la de los niños. Nos señala a su vez, en el estudio, que: el uso de Internet y, sobre todo, del ordenador, es una práctica mayoritaria en edades anteriores a los 10 años. Por su parte, la disposición de teléfono móvil se incrementa significativamente a partir de los 10 años hasta alcanzar el 90,9% en la población de 15 años.

1.1.3.1. Situación en la Comunidad Autónoma de Cantabria

La Comunidad Autónoma de Cantabria, según el informe de la ONTSI (2015) está considerada dentro de las de porcentaje máximo de penetración de ordenadores, teléfono fijo, teléfono móvil y conexión de banda ancha a Internet en los hogares.

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación AIMC (2017), nos indica en el Informe Marco que en Cantabria la media diaria de escuchar la radio es de 116 minutos, frente a 223 de ver Tv y de 90 diarios de media de conexión a Internet.

En 2016 el Instituto Cántabro de Estadística, ICANE, informa de que en la Comunidad Autónoma el 78,0 % de las viviendas tiene algún tipo de ordenador, y el 77,3% conexión a banda ancha (ADSL, RDSI, Red de cable). Que el número de personas de entre 16 y 74 años que han utilizado las TIC es del 80,1%, y que han comprado a través de Internet es del 34,4%. Si se considera la franja de edad entre

los 10 y 15 años el porcentaje de usuarios del ordenador es del 97,2%, y que hayan utilizado Internet es del 100%, disponiendo de teléfono móvil el 55,5%. Si se contempla la relación entre viviendas y teléfonos móviles, se aprecia cómo en el 96,6% de las viviendas hay este tipo de dispositivos frente al 83,5 de teléfonos fijos. El 99,1% de los hogares disponen de televisión, y el 80,3% de radio. Quedan por debajo el resto de dispositivos tales como: cadena musical 53,3%; MP3 o MP4 38,8%, vídeo 27%, DVD o similar 62,8%, o lector de e-books un 24,9%.

En relación con la diferencia de uso de las TIC, en el estudio anteriormente mencionado, teniendo en cuenta el sexo, en la muestra de personas de 16 a 74 años que usaron Internet en los tres últimos meses, no hay diferencias entre hombres y mujeres, con un 80,2% de hombre y un 80,0% de mujeres. Siendo la diferencia muy pequeña si se tiene en cuenta la frecuencia de su uso: diariamente, al menos 5 días por semana un 85,9% de hombres y un 82,0% de mujeres; todas las semanas, pero no diariamente, un 10,0% de los hombres, y un 13,4% de las mujeres; al menos una vez al mes, no todas las semanas, un 4,1% de los hombres, y un 4,6% de las mujeres.

La proporción de usuarios de dispositivos móviles por tipo (últimos 3 meses), ha sido, en relación con el teléfono móvil el 97,8%, y el ordenador portátil el 29,7%, pudiendo apreciarse la gran diferencia existente entre ambos dispositivos.

El uso de Internet por motivos particulares relativos a la comunicación y al acceso a la información, o para actividades de entretenimiento y creatividad (últimos 3 meses), siguiendo el estudio del ICANE (2016), nos ofrece los siguientes datos: correo electrónico el 77,5%, telefonar a través de Internet el 22,2%, participar en redes sociales el 68,1%, leer noticias, periódicos, revistas on-line el 79,4%, buscar información sobre bienes y servicios el 86,8%, jugar o descargar juegos el 34,4%, ver programas emitidos por Internet. de canales de TV el 41,1%, escuchar música 50,1% (llama la atención en este sentido la diferencia existente entre hombres 54,0% y mujeres el 46,2%), ver películas o vídeos de empresas comerciales el 22,7%, ver contenidos de vídeo de sitios para compartir el 69,4%, colgar contenidos propios en una página web para ser compartido, el 33,0% (en este sentido son más activas las mujeres con un 36,8% frente a los hombres con un

29,2%), y crear páginas web o blogs el 4,5%. Uso de Internet por motivos particulares para actividades relacionadas con temas de salud (últimos 3 meses): buscar información sobre temas de salud el 54,3%, (en este apartado, las mujeres son mucho más activas con un 65,5% que los hombres con un 43,5%), concertar una cita con un médico a través de una página web el 27,6%. Uso de Internet por motivos particulares para otras actividades (últimos 3 meses): viajes y alojamiento el 55,8%, ventas de bienes y servicios el 12,6%, banca electrónica el 54,9% (en este apartado se aprecia como los hombres con un porcentaje del 61,4% están más activos que las mujeres con un 48,6%), cuentas de pago para pagar bienes y servicios (p. ej. Pay Pal) el 26,5% (sucede algo parecido al apartado anterior ya que los hombres interviene en un 33,6% frente a un 19,5% en el caso de las mujeres). Uso de Internet para actividades de aprendizaje con fines educativos, profesionales o privados (últimos 3 meses): algún curso online el 9,9%, utilizar material de aprendizaje online (no curso completo) el 19,9%, comunicarse con monitores o alumnos utilizando sitios web el 11,4%, otras actividades de aprendizaje por Internet el 11,7%. Formas de interacción con las administraciones públicas por Internet por motivos particulares (últimos 12 meses): obtener información de páginas web el 55,9%, descarga de formularios oficiales el 44,0%, enviar formularios cumplimentados (declaración de la renta, ...) el 39,2%.

En lo relacionado con el uso de las TIC en los niños de 10 a 15 en la C.A. de Cantabria, nos aporta el ICANE (2016), la siguiente información: utilización de ordenador (últimos 3 meses) el 97,2%, utilización de Internet (últimos 3 meses) el 100%, disposición de teléfono móvil propio el 55,5%. Uso de Internet en los niños de 10 a 15 años en los últimos 3 meses: desde la vivienda el 100%, desde otra vivienda el 96,3%, desde el centro de estudio el 47,3%, y desde otros lugares el 11,8%. En relación con el porcentaje de disposición de teléfonos móviles, creo que es conveniente aclarar que se trata de porcentajes medios para el rango de edad señalado, pero ya hemos comentado que es a partir de los diez años cuando empieza el crecimiento exponencial de disposición de esta tecnología llegando a estar prácticamente generalizado su disposición a los 15 años, como ya se ha comentado.

1.2. TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

Cada día más, nos encontramos rodeados por una multitud de dispositivos nuevos y conectados, que nos permiten acceder a información, servicios y comunicarnos con los demás a través de una gran variedad de formas. Con los permanentes y celéricos avances tecnológicos este proceso se percibe como imparable y muy rápido. La potenciación de la realidad virtual (VR), en videojuegos, gafas digitales, etc..., la digitalización de los libros, las compras y los servicios. La automatización de los procesos industriales. Los dispositivos llevables denominados "invisibles" o "biowearables" que se integrarán en nuestro cuerpo, a través de tatuajes tecnológicos, chips implantados o ingeribles. La esperada "revolución" del grafeno. Los vídeos grabados con tecnología 8K que ya desde 2015 son una realidad. Nos llevan de manera inevitable hacia una sociedad cada vez más tecnológica así, por ejemplo, el comercio electrónico estará generalizado en los próximos años por el Mobile Commerce, etc....

A nivel de usuario, de forma más inmediata, la tecnología llevable, desde los smartphome que se han convertido en el dispositivo estrella en nuestras vidas, las pulseras interactivas con prestaciones cada vez mayores, relojes inteligentes hasta dispositivos integrados en prendas para vestir, se postula como una de las innovaciones con mayor potencial para propulsar el crecimiento del mercado tecnológico en el 2017 y años sucesivos. El avance del pago por vía móvil continuará penetrando de forma moderada entre los usuarios, ya que continúan expandiéndose en el mercado los teléfonos inteligentes habilitados con tecnología NFC (Near Field Communication) que permiten pagos sin contacto acercando el teléfono móvil al datáfono. Por otra parte, son ya una incipiente realidad los coches autónomos y conectados que en un horizonte de 10 años se espera que estén en pleno auge. El Internet de las Cosas y las Smart Cities, empiezan a cambiar dinámicas y hábitos de vida en nuestra sociedad.

Las aplicaciones móviles de salud (denominadas mHealth) están alcanzando un elevado ritmo de expansión derivado del creciente interés del público por su salud personal, utilizándolas para buscar información, capturar y monitorizar

parámetros físicos del usuario o facilitar el seguimiento de un tratamiento. La hiperconectividad, nos señala en informe ONTSI (2015), ya no es fruto únicamente del uso de los smartphones, sino que es el resultado de la proliferación de una enorme variedad de dispositivos conectados, y se señala que:

Estos dispositivos incluyen tecnologías más o menos maduras como las tecnologías llevables o wearables, como los relojes inteligentes, las televisiones conectadas o las tabletas y tecnologías emergentes que se empiezan a consolidar como el coche conectado o los dispositivos de realidad virtual. A esto se irán uniendo cada vez más máquinas inteligentes en el hogar y en el lugar de trabajo, gracias a la consolidación del Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés) (Informe ONTSI 2015:245)

Diversos análisis realizados por entidades especializadas en prospectiva tecnológica como Gartner (2015), nos hacen ver que cada vez más, los dispositivos, a medida que avance la implantación del Internet de las Cosas (IoT), tenderán a interconectarse entre ellos, creando una malla que estaría conectada a la nube en donde se encontraría el repositorio. Hoy en día se habla del "device mesh" o la malla de dispositivos conectados (tabletas, dispositivos llevables, coche conectado, televisión conectada, etc.) que gracias a la consolidación del Internet de las Cosas, tenderán a actuar de forma coordinada, operando como terminales de acceso a un único repositorio de contenidos, aplicaciones y servicios en la nube (ONTSI 2015).

Lo que parece claro, es que cada vez más estos dispositivos forman parte de nuestras vidas. A nivel mundial, las ventas de dispositivos llevables prácticamente se triplicaron en 2015 respecto al año anterior (ONTSI 2015). En este mismo informe, se nos indica también, que se espera un auge de los dispositivos llevables low cost, por lo que su mayor generalización (tanto para personas como para mascotas) va a ser algo próximo e imparable. Actualmente, los desarrolladores de estos wearables compiten por crear dispositivos más cómodos, estéticos y baratos, con el foco puesto, además de en los ya populares relojes y pulseras, en el desarrollo de joyería y ropa inteligente.

El rápido desarrollo del Big Data, la Inteligencia Artificial y los avances en sensorización, van a posibilitar que las máquinas aprenden y personalizan su interacción con los usuarios, y nos propongan determinadas actividades de ocio, si alguno de nuestros dispositivos indica que estamos estresados. O nos indiquen determinadas actividades sociales, o de aprendizaje adecuadas para nosotros, etc... También en el hogar este tipo de dispositivos con tecnología de inteligencia artificial, serán enormemente útiles, con aportaciones que harán que la actual domótica nos parezca una tecnología demasiado básica. Todo ello, independientemente de otras grandes aplicaciones a las que este aprendizaje máquina, a través de modelos de patrones, se ha empezado a utilizar ya, tales como controles de seguridad de centrales nucleares, investigación espacial, programas de inversiones en bolsa, etc....

Y tan solo han pasado 47 años desde que el 29 de octubre de 1969 un estudiante de la universidad de UCLA, Charles Klein, enviara tras un primer fallo, el primer mensaje entre dos ordenadores separados por 500 Km. de distancia. A día de hoy, el número de internautas ya supera los 3.000 millones en todo el mundo, según nos indica Meeker (2016) en el informe “2016 Internet Trends” de KPCB. Los 3.174 millones de internautas que hay en la actualidad suponen el 43,4% de la población mundial. Si tenemos en cuenta que en el año 2009 era de 1.000 millones, se puede apreciar el enorme crecimiento de internautas en unos pocos años, y ver su imparable evolución. En menos de 50 años, se ha logrado que hoy no se pueda concebir el mundo sin Internet.

CAPÍTULO 2. ADOLESCENCIA Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la adolescencia, es la etapa que abarca toda la segunda década de la vida de los 10 a los 19 años, ambos incluidos. Esta categorización, resulta un tanto convencional ya que la cronología de la maduración varía de unos individuos a otros (Redondo y García Fuentes, 2008). En otras culturas los límites varían, así, por ejemplo, en Reino Unido, hablan de “teenager” (años acabados en “teen”), es decir de los 13 a los 19 años, o en los Estados Unidos se refieren a la adolescencia, como la etapa que empieza a los 12-14 años y va hasta los 19-20 años.

Se aprecia, por tanto, un componente cultural importante en la delimitación de las edades que configuran esta etapa. Lo que es una realidad, es que evolutivamente, tras la pubertad hay unos cambios que incitan a niños y niñas a emprender una vida autónoma, a explorar, a tejer nuevos lazos afectivos (Siegel, 2014). El cerebro en la adolescencia está sometido a una extensa remodelación (Dobbs 2011), semejante a una actualización del cableado de una red informática. Las nuevas técnicas de neuroimagen, revelan que nuestros cerebros experimentan una reorganización masiva entre los 12 y los 25 años. Cuando este proceso de maduración cerebral avanza con normalidad, conseguimos sopesar mejor los impulsos, los deseos, los objetivos, el interés egoísta, las normas, la ética e incluso el altruismo, y generar un comportamiento más complejo y, al menos a veces, más sensato. Pero a veces, y sobre todo al principio, cuando el proceso de maduración acaba de empezar, el cerebro hace ese trabajo con torpeza, Marina (2011).

La adolescencia es un periodo vital de tránsito desde la infancia a la edad adulta. La palabra adolescencia deriva del latín “adolescere” que significa crecer, desarrollarse. Adolescente deriva del participio presente que es activo, por tanto, es el que está creciendo. Otros dos términos que aparecen relacionados habitualmente con el de adolescencia son pubertad y juventud. Pubertad proviene del latín pubere

(cubrirse de vello el pubis) y hace referencia fundamentalmente a los cambios biológicos que aparecen en el final de la infancia y que suelen englobarse en una primera fase de la adolescencia. Por su parte, juventud es un término que alude a los procesos formativos y de incorporación al mundo laboral, y que se prolongarían más allá de los 20 años (por ejemplo, la ONU lo plantea hasta los 25 años como referencia).

En esta etapa evolutiva de la adolescencia, se producen cambios importantes en el crecimiento, maduración y desarrollo de cada individuo. En ella, se alcanza el pensamiento formal, se establecen las características de la personalidad que se manifestarán durante la madurez y se aprenden las conductas y actitudes sociales que rigen las relaciones con los demás. Se trata de un proceso dirigido a la individuación y a la consecución de su propia autonomía (Mariscal et al., 2009). En esta importante etapa de la vida, los padres y su grupo de amigos constituyen el principal apoyo para el adolescente. La adolescencia, además de ese significado individual, tiene trascendencia en el colectivo social: nuestros adolescentes de hoy son los ciudadanos de mañana; dependiendo del grado con el que los conozcamos y de cómo los eduquemos, así será la sociedad en la que vivan.

2.1. NATURALEZA Y SIGNIFICADO DE LA ADOLESCENCIA

Durante esta segunda década de la vida del ser humano, se produce la “búsqueda” de la propia identidad lo que provoca una lucha por la misma. Se entiende la identidad como el ser uno mismo, en relación con los demás. Un adecuado proceso en este sentido, proporciona un sentimiento de seguridad sobre sí mismo. Si existe confusión de la identidad, que sin duda es característica de la adolescencia, se hace imposible el desarrollar una idea de sí mismo coherente (González Ojea 2010). Parte de la resolución de la crisis de identidad consiste en pasar de ser dependiente a ser independiente. Es frecuente en este tránsito que los padres y sus hijos adolescentes, es decir, dentro de la propia familia, discutan los problemas relativos a la elección de amigos, estudios, ocio, Internet, redes sociales,

normas de convivencia, etc..., de esta manera el adolescente va afianzando su propia identidad.

Desde un punto de vista biológico parece que se está produciendo un acortamiento de la infancia. “La adolescencia empieza con la pubertad, que implica una secuencia de cambios biológicos que comienzan antes en las niñas que en los niños. En ambos casos se ha adelantado en los últimos decenios en los países occidentales”. Según Bainbridge (2009), durante el pasado siglo XX la pubertad se inició 12 días antes por año transcurrido, pero en los últimos años este adelanto anual es de tres días.

La adolescencia es la etapa más sensible para padecer problemas de salud tanto física como psicológica (Redondo, y García Fuentes. 2008). Y estos pueden dejar secuelas durante toda la vida; de ahí la importancia de conocer las características de esta etapa y los principales problemas que sufren los adolescentes para poder implantar planes de formación, promoción, prevención y protección de la salud de los adolescentes. Todo aquello que tiene lugar durante este periodo tendrá una gran importancia para definir su futuro.

El transcurrir de la adolescencia pasa por diferentes etapas bien diferenciadas:

- I. **Adolescencia temprana o pre – adolescencia**, de los 10 a los 13 años.
- II. **Adolescencia media**, de los 14 a los 16 años.
- III. **Adolescencia tardía**, de los 17 a los 19 años.

La primera de ellas, será la adolescencia temprana de los 10 a los 13 años de edad, en la que se inicia el comienzo de los cambios, se podría considerar como una etapa de transición de la infancia a la adolescencia, le sigue la adolescencia media de los 14 a los 16 años en la que culminan los cambios del desarrollo sexual, y por último la adolescencia tardía de los 17 a los 19 años, que podría considerarse una etapa de transición a la vida adulta (Redondo y García Fuentes, 2008, Marina 2014). Hay opiniones como la de Marina (2014), que cree que no se debe aplicar la palabra «adolescente» por encima de los diecisiete años. (A los dieciocho se es

mayor de edad, con todos los derechos y todos los inconvenientes.). Pero la aceptación generalizada es la de las edades señaladas.

Se ha formado un sector poblacional en el que es muy importante el sentimiento de pertenencia a un grupo y en el que aparecen conductas gregarias que dan lugar a un código adolescente caracterizado por una estética propia, un tipo de vocabulario, de gustos musicales, un modo particular de entender el ocio y el tiempo libre, etc..., (Garrote 2013).

El rechazo de la autoridad y de los criterios parentales constituye el primer paso de este proceso. Se podría llamar también búsqueda de libertad, “si no fuera por el hecho que esta forma de autonomía se basa también en una convención: La pertenencia al grupo” (Carotenuto, 2003). En un primer momento los jóvenes adolescentes tratan de asemejarse a los otros coetáneos, a fin de sentirse parte del grupo. Estos, a su vez, buscan señales de identidad para distinguirse de los demás, empezando por la forma de vestirse, peinarse o tatuarse, por el lenguaje (jerga) que usan al hablar o escribirse mensajes entre ellos, por la participación en las redes sociales, así como por la elección de sus ídolos entre músicos, deportistas o modelos.

La transgresión de las normas puede convertirse también en un modo de demostrar la pertenencia al grupo que dicta sus propias reglas. Sentirse rechazado por el grupo es una de las experiencias más dolorosas, es un modo de exclusión vivido como una muerte social (Gonzalez Ojea 2010). El “grupo” es el contexto de descubrimiento más favorable del adolescente, y que tranquiliza durante el período de cambio. El grupo de compañeros y amigos entre los adolescentes les permite mantener la ilusión de que pertenece a un sistema que lo protege de la responsabilidad social, además de sentirse dentro de una zona intermedia entre la familia y la sociedad. Durante la adolescencia se cuestiona el núcleo de pertenencia familiar por la necesidad de buscar nuevos núcleos de pertenencia que definan su identidad. El grupo de amigos le permite al adolescente la apertura hacia lo no familiar. Al mismo tiempo, se va abriendo camino la necesidad de satisfacer otras tendencias, la de convertirse en una persona diferenciada y reconocida por los

demás. De ahí nacen los intentos de destacar sobre los otros. Superada esta fase inicial de rebelión y ruptura con el pasado de la infancia, mediante la identificación con el grupo, y a veces en coexistencia con ella, los jóvenes son capaces de mostrarse sensibles a problemáticas que trasciende su pequeño grupo, integrándose en movimientos sociales de acuerdo con las tendencias de la época.

Siguiendo a Silió (2013) podemos ver como el espíritu consumista, la biología y el acceso a la Red adelantan la adolescencia. El caso es que hoy, los chicos —en especial las chicas— de entre los 8 y los 12 años transitan una preadolescencia temprana que los ingleses, tan amigos de inventar categorías, llaman tweenies o tweenagers (de la unión de teenagers, adolescentes, con wee, pequeñitos). A estas edades, exigen ya un móvil y la conexión a Internet.

Manrique, autora del blog “Padres en Apuros”, cree que puede condicionar la precocidad un mayor cuidado de la salud —menos parásitos e infecciones y mejor dieta—; un estatus más alto —“eso puede relacionarse con la mejor nutrición”—, también la latitud —“los finlandeses entran en la pubertad un año más tarde que los griegos”.

Sostiene Peralbo (2013), que los niños son cada vez antes adolescentes, pero también sus padres no quieren dejar de ser jóvenes. El problema es que no sean capaces de asumir el papel de padre y actúen como amigos. Hemos pasado del padre autoritario que siempre tenía razón, al extremo contrario. Los psicólogos clínicos Beyebach y Herrero de la Vega (2013) plantean que los padres están menos presentes y han delegado la educación en las pantallas, en los móviles. Hoy en día desde muy pequeños los niños ya están habituados a las tecnologías y con dos y tres años juegan con la Tablet o con el iPad.

Alonso (2005), señala que los niños actuales son marquistas porque los padres lo son. Piden a sus familias cosas de marca para ser aceptados en el grupo. Hay una presión social que les empuja a llevarlas. Si no, tienen miedo de ser excluidos. Y la tecnología como los smartphone o Internet se han convertido en imprescindibles en la vida de nuestros adolescentes. Hay voces como la Fundación

Eroski (2012), que ya alertan sobre el riesgo de tener comportamientos obsesivos en el futuro por lo que denominan su “obesidad digital”. El número de dispositivos digitales que tenemos en casa puede ser un primer indicador del tipo de relación que mantenemos con las tecnologías, y cada vez tenemos mayor riesgo de poder convertirnos en “tecnoadictos”. Una sencilla pregunta, como ¿Podemos prescindir del móvil? Nos haría ver que para un porcentaje amplio de personas, no sería tan fácil y especialmente en el caso de los adolescentes tienden a estar mucho más pendientes de su smarphone.

El adolescente se siente fascinado por la tecnología, que además refuerza su autoestima y es proclive a comprar lo último que aparezca, si está a su alcance, ya que supone un papel integrador en su grupo de amigos.

Una de las funciones más importantes en esta etapa, es la autorregulación de las emociones y sentar las bases de una personalidad equilibrada, para integrarse en el mundo adulto de una manera armónica, que le permita tener una vida lo más plena posible. Desde estos planteamientos, hoy a través de Internet tenemos acceso al mundo entero y las formas de relacionarnos han cambiado. Y los adolescentes se relacionan a través del Whatsapp, de las redes sociales, etc..., y esto les hace más autónomos.

Si hay una etapa del desarrollo que se asocia con crisis y conflictos, esa es la adolescencia. En la adolescencia, aparecen apetitos nuevos y necesidades inéditas: deseos sexuales, de independencia, de búsqueda de la identidad, de sociabilidad. No obstante, hay autores como Marina (2014) que plantea que ese viejo paradigma de entender la adolescencia, es un modelo que no es verdadero, y no funciona. Este viejo paradigma es pesimista, espera que todos los adolescentes sean problemáticos, cree en el dogma de la crisis de la adolescencia, considera que es imposible luchar contra ella, y sólo espera que el tiempo lo arregle todo sin grandes desperfectos. Crea malestar en todos los afectados y limita las posibilidades de los adolescentes. No parece que sea bueno, ni problematizar la adolescencia, ni como afirma Robert Epstein (2010) infantilizarla. Aunque lo cierto es que en los

países desarrollados hemos ampliado la duración de la adolescencia por motivos educativos y laborales.

Por ello, en Marina (2014) y Marina et al., (2015) se plantean un nuevo paradigma de la adolescencia que está emergiendo. Está escrito a favor de los adolescentes y, también, de sus padres, porque todos son víctimas de la mitología anterior. el centro del nuevo paradigma está en el reconocimiento de que hay un especial talento que cada adolescente debería desarrollar. El talento no está antes, sino después de la educación, y el gran objetivo educativo de la adolescencia es generar su propio talento. Será, por tanto, una etapa vital decisiva, porque en ella se abren gigantescas posibilidades de aprendizaje. Es el momento de adquirir fortalezas nuevas, de suplir carencias, de hacer proyectos Marina (2014). Se plantearía así, un cambio de perspectiva, con una visión más en positivo de lo que son los adolescentes. Su pensamiento y su aprendizaje tienen que ser cada vez más efectivos (Damon, W. y Lerner, R. M. 2008).

En la actualidad, seguimos teniendo muy presente el viejo paradigma y sigue pesando socialmente planteamientos como el de Moffitt (1993) que nos llama la atención sobre el hecho de que las tasas de conductas ilegales son tan altas durante la adolescencia que la participación en hechos delictivos parece constituir una parte normal de la vida adolescente, o el de Toro (2010) sobre adolescencia que lleva como subtítulo “Riesgos, problemas y trastornos”. Marina (2014) nos dice que: “este paradigma desconfiado y pesimista nos parece envejecido. Se mantiene por inercia y, lo que es peor, porque las profecías acaban cumpliéndose por el hecho de enunciarlas”. Castillo Ceballos (2009), señala que la visión de la adolescencia como la edad de las anomalías del comportamiento es una visión pesimista y negativa que ignora la aparición que en ella se da de nuevas e importantes capacidades, lo que supone un salto cualitativo, con una visión en positivo de la adolescencia en línea con los planteamientos de Marina (2011, 2014). Algunos datos existentes, también parecen ir en ésta línea, así la Encuesta de Juventud, realizada por el INJUVE (2012), refleja que los jóvenes de quince a veintinueve años se encuentran mayoritariamente satisfechos con su vida. El nivel de

satisfacción (una media de 7,6 en una escala del uno al diez) se sitúa por encima de la media de la Unión Europea (7,3). En los últimos tiempos, está surgiendo un gran interés por el “desarrollo positivo de los adolescentes”. El “pensamiento positivo” surgió en campo de la autoayuda, con el éxito de libros como el de Norman V. Peale (1955), “El poder del pensamiento positivo”. William Damon puede ser considerado, a su vez, como uno de los pioneros del modelo de “desarrollo positivo” adolescente (Damon, 2008). Aunque esta corriente de la psicología positiva también tiene sus detractores (Pérez-Álvarez, 2012), este nuevo paradigma de la adolescencia va calando y el “desarrollo positivo” de los adolescentes señalan Marina et al., (2015), sería aquel que les permitiera adquirir las competencias necesarias para alcanzar adecuadamente sus metas, como dice el informe, “Los jóvenes y las competencias” de la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (2012).

Lo que no cabe duda, es que la etapa es peculiar, la maduración cerebral de los adolescentes, hace que tengan determinados comportamientos específicos. Así, por ejemplo, el gusto de los adolescentes por las emociones fuertes. A todos nos gustan las cosas nuevas y excitantes, pero nunca las apreciamos tanto como durante la adolescencia. Generalmente la impulsividad disminuye con la edad a partir de los 10 años, pero ese amor por las emociones alcanza su máximo apogeo en torno a los 15 años, Marina (2011). Otro rasgo muy destacado durante la adolescencia es la propensión a correr riesgos. Parece que estamos más ávidos de correr riesgos en esta etapa, que en cualquier otra de nuestra vida. Cuando somos adolescentes, coqueteamos con el riesgo con más avidez que en cualquier otra etapa de la vida, Marina (2011). Y esta propensión adquiere especial relevancia cuando nos referimos a los adolescentes y las TIC.

La adolescencia, en contra de la opinión generalizada, no se caracteriza por una ruptura de las relaciones con los padres, aunque sí puedan existir conflictos con ellos, que coexisten con una tendencia a la inestabilidad emocional en el joven y una asunción de conductas de riesgo (Oliva y Antolín, 2010).

2.2. LOS CAMBIOS GENERACIONALES

Hemos pasado muy deprisa por varias generaciones en las últimas décadas. Algunos llaman generación Y, otros 'Millennials', generación del milenio, a los nacidos entre los años 1980 y 1995, crecieron en una era de rápido desarrollo de las nuevas tecnologías, y casi no recuerdan cómo era el mundo sin Internet. Generación Z es un nombre utilizado para hacer referencia a la cohorte de personas nacidas entre 1995 y 2015, esto es, después de la Generación del Milenio. Están acostumbrados a las interacciones sociales mediante medios virtuales y están menos habituados a las interacciones sociales reales. A la generación Z también se le llama iGen, generación XD, generación Net, o generación D. Tienen rasgos de la generación Y, y rasgos de la generación Z. Posiblemente la denominación más aceptada, sea la de Tapscott en 2008, que creó para ellos el término generación Net, refiriéndose a las nuevas generaciones que crecieron rodeados de ordenadores, teléfonos móviles e Internet. La generación Net es capaz de utilizar intuitivamente una variedad de dispositivos y navegar por Internet. Se les considera nativos digitales. El uso de las tecnologías está teniendo también sus repercusiones en el ámbito de la educación de las generaciones Net ya que no les llama la atención cualquier cosa, por lo que habría que plantearse nuevas metodologías de enseñanza para aprovechar todo su potencial y optimizar su aprendizaje.

Nuestros jóvenes actuales, están plenamente integrados en la llamada Infomanía, son nativos digitales. Sus padres fueron la Generación X que ya usaron videojuegos, e incluso algunos de la generación Y. Forman parte de lo que se denomina la generación de los dispositivos, que necesita tener dispositivos, como el smartphone, la Tablet, etc.... Utilizan la tecnología para organizar su vida, y afirman que no hay vida sin Internet.

A diferencia de las generaciones anteriores, los chicos de la generación Net, son los primeros que han crecido y están aprendiendo con la tecnología. Han sido testigos de más avances tecnológicos que cualquier otra generación y nunca han conocido la vida sin entretenimiento digital, ordenadores, redes sociales, teléfonos móviles, o wearables como las pulseras digitales, etc.... Y todo ello, con un

imparable avance, así vemos como ya están abriéndose camino las gafas digitales, con acceso desde ellas a Internet, y otra serie de dispositivos.

2.3. ADOLESCENTES EN LA ERA DIGITAL

La influencia que las TIC, tienen en la sociedad actual es de tal magnitud, que han cambiado nuestra forma de vida, y de forma especial la de los adolescentes. Las tecnologías han penetrado con gran fuerza en los hogares y en las vidas de los adolescentes, de tal forma que se comienza a hablar del “botellón electrónico” que no es más que la mezcla de grandes dosis de televisión, ordenador, Internet, videojuegos y móviles por parte de los niños y adolescentes (Castell 2003). Esta incipiente e imparable realidad nos hace plantearnos la necesidad de analizar y reflexionar cómo puede estar afectando esta situación a nuestras vidas. No cabe duda de que las TIC viene a facilitarnos la vida, y a los niños y adolescentes les proporciona un horizonte de conocimientos y de experiencias que son en general beneficiosas para su desarrollo personal y social. Sin embargo, hay una preocupación creciente por los riesgos que estas oportunidades traen consigo (Echeburúa y Requens 2012). Tanto desde el punto de vista de aspectos racionados con la salud física como psíquica, la literatura científica nos alerta sobre posibles consecuencias de un mal uso de estas tecnologías. Así, por ejemplo, Bercedo (2008) señala que el uso excesivo o sobreconsumo de los medios de comunicación se ha asociado con múltiples efectos negativos para la salud de los niños y adolescentes. O como varios autores, entre ellos Echeburúa y Requens (2012), o Christakis et al., (2004), ponen el acento, en como la televisión al igual que otros medios como Internet, redes sociales, videojuegos, móvil, puede crear dependencia, y derivar en trastornos de conducta y de la atención.

Las TIC, son herramientas que están revolucionando el mundo actual y están presentes en la gran mayoría de los hogares españoles y centros escolares, pero también a nivel personal algunos dispositivos se han generalizado. Por eso, es necesario que conozcamos cómo son usadas por la población infantojuvenil, así como que ellos conozcan cómo utilizarlas de una forma responsable. En el caso

concreto de los adolescentes de hoy, pasan mucho tiempo frente a las pantallas y los móviles, en ocasiones, más que en el centro escolar. En esas edades hay un gran consumo de lo que les ofrecen en los medios. Los medios se convierten en una parte crucial de la educación de los jóvenes y, por el mismo motivo, también de los mayores. Siguiendo a García Campos (2010), se ha pasado de ser el más popular de la clase a ser el que más “amigos” tiene en Tuenti, aunque estos sean virtuales.

Lo que sí es indudable en estos tiempos, es que, en el nivel de satisfacción con su vida de los adolescentes, señalado en INJUVE (2012), las TIC pueden tener bastante que ver. Hoy día buena parte del ocio de los adolescentes es tecnológico. La tecnología, además de proporcionarles dispositivos para divertirse y relacionarse, les ofrece la posibilidad de desarrollar algunas ideas. El mundo a través de Internet no tiene fronteras y esto resulta apasionante. La adolescencia con estas tecnologías, puede convertirse en una etapa creadora y enormemente enriquecedora. Y el adolescente tiene en sus manos unas nuevas herramientas que le pueden potenciar el convertirse en un agente cada vez más activo como constructor de su propia vida.

La llegada de las TIC, en especial Internet, videojuegos, teléfono móvil y anteriormente la televisión, ha supuesto un cambio importante en la vida de las personas, en especial jóvenes y adolescentes (Labrador et al 2013). Han crecido rodeados de tecnologías. En un entorno consumista, los adolescentes, muchas veces para mejorar su estatus social, pueden verse forzados a tener más aparatos electrónicos, a gastarse más dinero en personalizar los que tienen, cambiar por un modelo más nuevo, etc..., (Garrote 2013).

Si contabilizamos el uso acumulativo de diferentes medios como la televisión, los videojuegos, Internet y el móvil que realizan los adolescentes, observamos que el consumo puede resultar excesivo, como se verá en esta tesis; y ello, les puede restar el tiempo necesario para el desarrollo de otras actividades tales como: deporte, relaciones con amigos, lectura, sueño, rendimiento escolar, comunicación familiar, etc... Además, este consumo se realiza en más del 80 % de los adolescentes en soledad (Bercedo 2008). Los jóvenes y adolescentes ya no

dedican su tiempo a lo que lo dedicaban sus padres, o a lo que éstos esperan a partir de su propia experiencia, (Labrador et al., 2013).

De todas las tecnologías que utilizan los adolescentes, la televisión, el teléfono móvil, el ordenador-Internet, y los videojuegos, son las que tienen mayor relevancia. En los países desarrollados ver la televisión se ha convertido después de dormir en la primera actividad de la vida del niño (Bercedo 2008). La televisión, además de ser contemplada por todos los adolescentes, es una de las actividades que más tiempo les ocupa. El acceso a la telefonía móvil ha alcanzado al 96%, haciéndose también prácticamente universal. Para los adolescentes, en proporciones superiores al 80%, el teléfono móvil es extremadamente necesario. La utilidad de Internet para la vida cotidiana y para la escolar es innegable. Pero para los jóvenes, lo es en menor grado que el teléfono móvil.

La población en general, y los jóvenes de forma específica, consideran que la tecnología es extremadamente relevante en el cambio social. Además, especialmente la mayoría de las personas jóvenes, considera que Internet es muy o bastante útil para la vida cotidiana, pero mucho más el teléfono móvil INJUVE (2012). El teléfono móvil es el principal exponente del uso tecnológico de las personas jóvenes: su uso es prácticamente universal. El uso del ordenador también ha aumentado hasta prácticamente el 100% entre los jóvenes siendo paralelo el incremento en el uso de Internet. Ya en el Informe del INJUVE (2012) se veía que el acceso a la red no es que fuera cada vez más numeroso, sino también más frecuente: el 93% de los y las jóvenes decía acceder a diario; el 87% varias veces al día. Los jóvenes españoles se han aproximado a la media europea en el uso de Internet, aunque en el 2012 según el INJUVE, seguían estando a distancia de los países del centro y norte de Europa. Las actividades que más se realizan a través de Internet son fundamentalmente las de carácter relacional (mensajería, correo electrónico, redes sociales), así como las búsquedas y descargas (de música, películas...). Las actividades relativas a la gestión cotidiana, incluidas las compras, o a la comunicación muy especializada y personalizada son residuales.

Casi tres de cada cuatro jóvenes, consideran que las personas se aíslan más y son más perezosas con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC); el 61% cree que con estas tecnologías se pierde mucho más tiempo INJUVE (2012).

Según los jóvenes INJUVE (2012), el tiempo dedicado a Internet resta del tiempo dedicado a otras actividades, pero fundamentalmente al tiempo dedicado a “no hacer nada”. Lo que mayoritariamente sustituye el uso de Internet es el tiempo más vacío que se reconfigura como un espacio dedicado a otro modo de conexiones interpersonales. El uso de redes sociales se ha generalizado entre las personas jóvenes en poco más de tres años: del 60% en 2009 al 90% en 2011, y prácticamente al 100% en la actualidad.

Cada vez resulta más familiar encontrar niños de cinco (incluso menores) manejar con total soltura un smartphone o una tablet. Cuando nos referimos a niños o a adolescentes, el problema, no es la tecnología en sí, sino la utilización que se hace de ella y los contenidos a los que acceden, rara vez adaptados a sus necesidades y niveles de desarrollo. Nadie duda del impacto (en su sentido recto de ‘golpe o choque’) de la tecnología en el orden socioeconómico, aunque la celeridad con que se ha instalado en nuestras vidas impide que seamos plenamente conscientes de los cambios experimentados en los últimos treinta años (Galán 2011). Esta tendencia es imparable e inevitable y en ocasiones no se conoce con precisión el impacto que puede estar teniendo en la vida de determinados colectivos. Pero también, los medios informan, entretienen, estimulan la fantasía, la imaginación, son una ventana abierta al mundo y a todo tipo de conocimientos, ayudan a conocer los valores humanos, favorecen el aprendizaje y la educación, promueven la salud y estilos de vida (Bercedo 2008). No cabe duda, por tanto, que las tecnologías de la información y la comunicación bien utilizadas tienen un enorme potencial, y estas ventajas deben prevalecer sobre cualquier efecto negativo por un uso inadecuado de las mismas, y en este sentido, todas las familias y los adolescentes deben conocer las reglas o el código aconsejados para convertirse en un buen usuario de las TIC.

Además, los adolescentes han encontrado en las TIC, un medio que les permite ser creativos e interactuar con los demás de forma simultánea. Pueden personalizar sus páginas, dar a conocer sus propias producciones (musicales, fotográficas, o cualquiera que sea su afición) y obtener opiniones de los demás de manera casi inmediata, (Garrote 2013).

Aunque con frecuencia el uso que les dan queda reducido fundamentalmente a cubrir sus necesidades inmediatas de ocio y de relación. De hecho, aunque estén conectados casi permanentemente, la mayor parte de las veces, acaban relacionándose siempre con las mismas personas, tanto en la vida virtual como en la real.

No hay una concreción clara sobre cuál sería la frecuencia adecuada de uso de la TIC a partir de la cual se podría considerar un uso excesivo. O que la frecuencia sea un criterio de referencia suficiente para identificar un problema de uso (Carbonell, et al., 2012).

¿Dedicar más de 6 horas al día a navegar por Internet, usar el móvil, ver la TV o jugar a videojuegos es un problema? No está claro, pero no es lo que los adolescentes y jóvenes han hecho habitualmente, ni lo que se espera de ellos. Al ser conductas y actividades nuevas, y no haber criterios de referencia, provocan alarma (Labrador et al., 2013:83).

También los propios adolescentes reconocen con frecuencia tener problemas con el uso de las TIC en cuanto al tiempo que dedican a las mismas y que consideran excesivo. Pero no hay establecidos criterios técnicos para identificar una “adicción a las TIC”. Si bien en el reciente DSM-5 la Sociedad Americana de Psiquiatría ha considerado la inclusión de la adicción a Internet en la nueva categoría de Adicciones relacionadas con la conducta, aunque por el momento ha quedado incluida en el apéndice del manual. Por tanto, parece poco adecuado hablar de “adicción a las TIC”, (Labrador et al., 2013).

Los niños y los adolescentes están expuestos a una serie de riesgos que antes de la era digital no existían, como el acceso a contenidos inadecuados para su edad,

el contacto con individuos que no conocen, el desarrollo de comportamientos o adicciones perjudiciales, o la sobreexposición a la tecnología, que les vuelve más vulnerables. Lamentablemente a través de Internet ha llegado el Ciberacoso, el Cyberbullying (acoso entre escolares o compañeros de trabajo), el Ciberacoso sexual y el llamado Grooming (acoso realizado por adultos u otros jóvenes mayores utilizando Internet con fines sexuales). etc....O el Sexting (contracción de sex y texting) que es un anglicismo que se refiere al envío de mensajes e imágenes o vídeos sexuales (eróticos o pornográficos), por medio de teléfonos móviles, ordenadores, etc...

Por medio de la televisión, el ordenador, la tableta o el smartphone, el adolescente puede ver escenas relacionadas con la sexualidad. En este sentido, padres y profesores deberán estar atentos para orientar y facilitarles formación en este sentido.

“Para tranquilidad de los padres es muy frecuente que los chicos y las chicas, más los chicos, niños y adolescentes sientan curiosidad sexual y la manifiesten con la búsqueda en Internet. Es normal que en esa búsqueda accedan a territorios siniestros. No quiere decir que esas páginas correspondan a sus deseos sino a su curiosidad” (Avellanosa, Callabed, Gaona y Muñoz, 2006:290)

El tema como ya hemos comentado no es fácil, y más si cabe, dados los elevadísimos porcentajes que ya se han ido comentando en esta investigación y que seguiremos analizando más adelante de adolescentes que tienen fácil acceso a la Red a través de los diferentes dispositivos que manejan. No es infrecuente que tengan un aparato de televisión en su habitación, o un portátil, independientemente del smartphone personal.

Para evitar esto, la propia tecnología permite a los adultos, supervisar su actividad en la red. A tal fin, existen apps de control parental que ayudan a limitar el uso de los dispositivos, algunas de ellas son: Canguro.net, Luna Launcher, Movistar Protege, Dinner Time Plus, Qustodio, etc... De cualquier manera, éste es

un tema complejo y lo importante es formar a los niños y adolescentes para que tengan la madurez y los recursos suficientes que les permitan utilizar las TIC adecuadamente y saber defenderse de los peligros y desaprensivos que campean por la Red.

La tecnología, que ha aumentado considerablemente la velocidad y cantidad de comunicaciones y transferencia de información y su avance imparable está beneficiando en muchos aspectos a la sociedad y a las personas, también puede provocar un deterioro de las relaciones y alterar el curso normal de la vida, y de manera especial en los adolescentes y los jóvenes que “no pueden pasar” sin mirar el nuevo WhatsApp cuando oyen el pitido del aviso de recepción. Las TIC han incorporado innumerables ventajas, pero también han traído nuevos problemas. Al abuso o dependencia excesiva de Internet y de los dispositivos móviles o a la incapacidad que experimentan muchas personas para alejarse de sus smartphone o desconectarse de redes sociales, foros y mensajerías instantáneas se la conoce ya como “obesidad digital”.

2.3.1. El mundo en la Red

El mundo es el de siempre, pero ahora lo tenemos mucho más accesible. Esta nueva realidad, nos debe de hacer a padres y educadores plantearnos muchas cosas. En este sentido, al visitar los diferentes centros educativos para pasar los cuestionarios de esta investigación, con frecuencia hemos podido apreciar unas instalaciones de aulas de informática un tanto anticuadas, con dificultades para el acceso a Internet en no pocos casos, lo que contrastaba con los smartphone modernos y con buenas prestaciones que tenían los alumnos, Pudiera dar la impresión de que entre la escuela y la vida real de nuestros adolescentes hay un cierto distanciamiento. No se trata de poner en duda la eficacia de nuestro sistema educativo, muy al contrario, pero sí de reflexionar sobre que en estos momentos la enseñanza por los métodos tradicionales requeriría una reflexión para acercarnos más al “mundo” de nuestros adolescentes en el que las TIC cada vez tienen más influencia. La educación actual debe de plantearse, nuevas estrategia, nuevas

informaciones y nuevas soluciones a determinados problemas como el ciberacoso, etc...

La irrupción de las TIC, puede servir para generar el cambio necesario en el entorno educativo. No deben ser utilizadas simplemente para reproducir los mismos métodos y contenidos en un pdf o en una ppt. El aprendizaje personalizado, el trabajo colaborativo, la investigación, la implicación del alumno en la generación de los contenidos, pueden ser algo mucho más cercano hoy gracias a las TIC, (Cánovas et al., 2014). Por otra parte, también se necesitará una educación para que sepan utilizar estas tecnologías de una manera responsable y con adecuado criterio. Cuestiones como la seguridad en la navegación, el preservar la intimidad, el cuidar con quién se relacionan, etc..., no son de índole menor en estos tiempos, en los que la red facilita el anonimato y la posible actuación de desaprensivos. Otro problema que con frecuencia encuentran los menores con las TIC es el acceso a información inadecuada para su edad y/o información inexacta (sobre todo contenidos pornográficos, violentos, etc..), los riesgos técnicos, la pérdida de privacidad, la suplantación de identidad, los fraudes económicos y la adicción a las pantallas. Aunque también los adultos debemos aprender a desenvolvernos de manera adecuada en estas nuevas situaciones. Así podemos vernos afectados por “nuevas emociones” tales como la cibercondria que es la “ansiedad sobre ‘síntomas’ de una ‘enfermedad’ alimentada tras ‘investigar’ en Internet”. Smith ((2015), las comillas son de la propia autora.

2.4. USO Y ABUSO DE LAS TIC POR LOS ADOLESCENTES

En esta sociedad tecnológica de vertiginoso desarrollo, la imagen y los cambios en la comunicación adquieren una gran preponderancia.

Las pantallas, los smartphome, los ordenadores, Internet..., han entrado con fuerza en nuestras vidas. Castells y De Bofarull (2002) nos alertan sobre algunos riesgos para los adolescentes, así comentan:

Es lógico que un exceso de experiencias visuales, digitales o analógicas va en detrimento de las experiencias reales y sociales que necesitan tener” (Castells y De Bofarull 2002:22). Estas pantallas contribuyen a una mejor información, pero como dice Prada, “confundimos la información, que entra a todas horas en casa, con el conocimiento que es un proceso de digestión de la información, precisamente” (Castells y De Bofarull 2002:43)

Señalaba Bercedo (2008) en referencia a los medios, que:

De todos ellos, la televisión es el medio que tiene mayor relevancia, ya que en los países desarrollados ver la televisión se ha convertido después de dormir en la primera actividad de la vida del niño. La televisión, al igual que todos los medios de comunicación, puede ser un extraordinario instrumento al servicio de los adolescentes y de la sociedad. (Bercedo 2008: 203)

De acuerdo a su desarrollo, nos indican Arab y Díaz (2015), cada adolescente generará estrategias adaptativas o desadaptativas en el manejo de las redes sociales que favorecerán o dificultarán la construcción de su identidad. En la adolescencia el grupo de pares pasa a ser muy relevante en la construcción de la identidad y se transforma en un referente para ir modulando ciertos aspectos personales, dependiendo de la retroalimentación que se reciba. También resaltan estos autores, como:

Otro elemento a considerar es la dificultad que tienen algunos adolescentes para diferenciar el contenido público del privado. No logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos a situaciones que, en lo inmediato, les pueden generar altos niveles de estrés y daños importantes en la visión de sí mismos, con serios riesgos para su salud mental. (Arab y Díaz 2015:9)

Estamos viviendo la realidad física y virtual a cada minuto y no nos estamos dando cuenta de que el exceso en el uso de ciertas tecnologías puede llevar aparejada una adicción que debe ser abordada para conseguir que la utilización de las nuevas tecnologías sea adecuada, racional y libre (Garcés 2017). Sin embargo,

también es posible transmitir a través de la web, mensajes claros y seguros, produciéndose con ello intercambios comunicativos enriquecedores. Aparece un nuevo concepto el de la cibercomunicación se define como el proceso de la comunicación mediatizado a través de Internet, y a través de las redes sociales en general. Nace dentro de un contexto cultural denominado cibercultura, que se define como una cultura nacida de la aplicación de las TIC, en medios masivos como Internet. Cultura de libertad absoluta, anonimato, cibercrimes; constituida por ciberciudadanos con derechos y obligaciones, Avogadro (2012).

No existe acuerdo sobre lo que puede considerarse un uso excesivo y un uso problemático o patológico, ya que el término “adicción” a las TIC no ha sido reconocido oficialmente por organismos internacionales, como la American Psychiatric Association (APA) o la Organización Mundial de la Salud (Labrador et al., 2013). Sin embargo, el propio Secretario de Estado de Servicios Sociales e Igualdad en su comparecencia ante la Comisión Mixta del Congreso de los Diputados para el Estudio del problema de las Drogas, refiriéndose a las TIC argumentaba que el uso de las nuevas tecnologías es positivo, colosal y nos permite acceder a un mundo de posibilidades, de encuentros y libertades, si bien, no podemos convertir esa gran ventana de oportunidades en nuestra cárcel y, por ello, debemos combatir este tipo de adicción patológica Garcés (2017). Los diferentes estudios realizados arrojan porcentajes que oscilan entre un 3% y un 15% de jóvenes que pueden tener un uso excesivo de las TIC.

Entre los niños y adolescentes que manejan las TIC ha desaparecido la expresión “hasta mañana”. El contacto, los comentarios y el flujo de información entre unos y otros no cesa en ningún momento del día. Sólo durante el sueño se interrumpe la conexión. La conexión permanente es importante para ellos. Pueden estar totalmente solos, pero hiperconectados.

Los adolescentes encuentran una gran motivación en el mantenimiento de estas relaciones digitales, pero es necesario incidir en el control de las horas de exposición para que la conexión no se convierta en una conducta de riesgo, (Garrote 2013). También están más dispuestos a dedicar tiempo y esfuerzo en aprender a

utilizar las numerosas funciones que les brindan estos aparatos, y suelen adquirir las destrezas implicadas en dichas aplicaciones con mayor rapidez que los adultos (Chóliz, Villanueva y Chóliz, 2009).

El conocimiento de los rasgos de personalidad de jóvenes y adolescentes aporta una gran cantidad de información sobre la probabilidad de que usen en exceso las redes sociales e Internet. Ello puede ser un elemento importantísimo en la planificación de una intervención a nivel escolar y familiar, Arab y Díaz(2015).

2.4.1. Sintomatología y detección de usos excesivos

La ciberadicción, también trastorno de adicción a Internet (IAD) es un término que se refiere a una “supuesta patología” que supone un uso abusivo de Internet, a través de diversos dispositivos (ordenadores, teléfonos, tabletas, etc.), que interfiere con la vida diaria. Sin embargo, no existe acuerdo acerca de la frontera entre un uso excesivo y un uso problemático o patológico, dado que, como ya se ha expuesto, el término “adicción” a las TIC que aún no ha sido reconocido oficialmente ni por la comunidad clínica ni por organismos internacionales.

Sin embargo, Garcés (2017) ha alertado del aumento en el número de personas, especialmente jóvenes, adictas a las nuevas tecnologías y ha abogado por actuar “rápidamente” ante los primeros síntomas de alerta. Plantea que, estamos viviendo la realidad física y virtual a cada minuto y no nos estamos dando cuenta de que el exceso en el uso de ciertas tecnologías puede llevar aparejada una adicción que debe ser abordada para conseguir que la utilización de las nuevas tecnologías sea adecuada, racional y libre.

Uno de los problemas que tradicionalmente se ha detectado es la confusión entre el tiempo dedicado a una actividad con lo que entendemos por adicción. Como ya se ha indicado, las sociedades científicas no recogen hoy en día la adicción a las TIC. Aunque frecuentemente, en los estudios se escoge el grupo que más tiempo pasa y dedica a la red, infiriendo o interpretando, a su vez, que son los “adictos”. Es decir, se interpreta que a partir de una determinada cantidad de tiempo la persona

es adicta, lo que ha llevado a que algunos investigadores establezcan puntos de corte, por ejemplo: a partir de cinco horas al día se considera adicción (Lara et al., 2009). Sin embargo, como señalan estos mismos autores:

Esto puede llevar a otra nueva e importante fuente de error ya que, por un lado, es más importante el grado de descontrol que padece una persona que el tiempo que dedica a una actividad. Es decir, el grado e intensidad en la pérdida de control es más importante que el tiempo que se dedica a realizar la actividad. En segundo lugar, no se puede generalizar un punto de corte con claridad, ya que depende mucho de factores y variables individuales. (Lara et al.2009:14)

CAPÍTULO 3. LOS ADOLESCENTES Y LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS Y SOPORTES TECNOLÓGICOS.

Redes sociales, smartphone de última generación, dispositivos como iPod, etc..., son herramientas imprescindibles de la cultura de los adolescentes, además de la televisión. Están entusiasmados con las posibilidades que les ofrece ese mundo, que, por otra parte, no está exento de riesgos. Vamos a comentar a continuación la influencia que pueden tener estos dispositivos y soportes en la vida de los adolescentes.

3.1. TELEVISIÓN

Desde mediados del pasado siglo, «ver la televisión» ha sido –todavía es– una práctica cultural muy extendida entre la población; que parece, además definitivamente asentada. Es sin duda, uno de los símbolos del siglo XX y de lo que llevamos del XXI. La televisión comienza a emitir en España el 28 de octubre de 1956 y desde los inicios de los años sesenta se convierte en uno de los principales referentes de ocio para la población española (García Matilla y Molina, 2008). Pero la TV hoy, empieza a tener transformaciones importantes. Y ello, en el marco más general de las mudanzas culturales, tecnológicas, y sociales, que nuestra sociedad experimenta, (Méndiz et al., 2011).

La televisión sigue siendo hoy día, el medio con mayor grado de implantación en los hogares españoles; sin embargo, desde hace años se detecta una caída del “monopolio televisivo” en las preferencias de los jóvenes como único y exclusivo medio de ocio y diversión, (García Matilla y Molina, 2008). El hecho de que la televisión comparta espacio con otras pantallas no significa que se haya dejado de ver (Ugalde et al., 2017). En los estudios realizados por Bucht y Harrie (2013) sobre el consumo mediático de los jóvenes en los países nórdicos señalan que, aunque los jóvenes utilizan mucho Internet, el uso de la televisión sigue ocupando una de las primeras posiciones del ranking. El consumo de televisión, en

familia y como actividad principal del día, se ve afectada por el incremento del uso de Internet en el hogar, especialmente entre los jóvenes, quienes diversifican su consumo audiovisual hacia un universo multimodal, multicanal y multiplataforma (Tubella, et al., 2008).

La televisión es un medio central que se está transformando al mismo tiempo que cambia la sociedad. Estamos pasando de una televisión primitiva copiada del modelo cine o, a imagen y semejanza del viejo periodismo, a otra que se parece más a los «talk shows», los «realities», el docudrama, el videoclip y la TV paisaje. Su tono es exhibicionista, truculento y atrevido. La moral ya no es de los productores, sino que la pone el televidente (Omar 2011). Sin embargo, el modelo convencional de televisión, defendido por las cadenas convencionales no ha variado mucho a lo largo de la historia.

Las relaciones que establecen los adolescentes con la televisión es y ha sido un tema central en la sociedad y en la investigación académica, Avendaño (2011). Para algunos analistas, la pantalla televisiva ha sido reemplazada porque los niños y adolescentes prefieren otras más cercanas e interactivas por su flexibilidad, movilidad y facilidad para intervenir, a diferencia de la televisión, medio más plano y de una sola vía, (Quiroz, 2011). En un estudio realizado en noviembre del 2006 por el Ayuntamiento de Madrid, nos refiere García Matilla (2008), cómo los jóvenes madrileños de 15 a 30 años tienen una peor opinión de la televisión como recurso de ocio. No les entretiene. Prefieren Internet, los recursos que otorga la telefonía móvil, los videojuegos y la música digital.

La televisión al igual que otros medios como el Internet, videojuegos, móvil, puede crear dependencia, y derivar en trastornos de conducta y de la atención (Christakis et al 2004). Resulta necesario conocer cómo consumen la televisión los jóvenes actuales en aras de crear estrategias que ayuden a capacitarlos en la utilización de este medio (Ugalde et al., 2017).

Según el Informe del Instituto de la Juventud, INJUVE (2012), la televisión, a pesar de ser un medio denostado por el discurso público, sigue siendo

un muerto muy vivo entre las diferentes alternativas de tiempo libre. Los datos lo confirman, y a pesar del relativo descenso y de la, también teórica, distancia con el público joven, sigue existiendo una inmensa mayoría de jóvenes que se acercan a ella, fundamentalmente en su tiempo libre. Entre los 15 y 29 años la penetración de la televisión es superior cuanto menor es la edad, siendo el porcentaje más bajo el correspondiente al grupo de más de 25 años INJUVE (2012). Entre 2000 y 2012, nos dice el Informe que la televisión ha mantenido ese nivel de penetración cercano al 90%, con una ligerísima tendencia descendente.

Hoy en día, no se concibe la vida sin la televisión que reúne el atractivo de la instantaneidad ofreciendo sonido e imagen en vivo desde cualquier lugar del mundo. Un 99,7% de la población española tiene TV, y alrededor del 70% tiene dos o más televisores. La mayoría dispone de vídeo y/o reproductor DVD conectado al aparato. Este tipo de reproductores de medios audiovisuales existe en un 54,2% de los hogares y la consola de videojuegos, ya sea con o sin conexión a Internet en el 37,3%. Sin duda, el dispositivo más frecuente en los hogares españoles es la televisión de pantalla plana, presente en el 83,1% de los hogares, teniendo el 18,5% de ellos un Smart TV o televisión con conexión a Internet según datos del Observatorio nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI 2016). Es evidente el gran papel que la TV juega en la información y en el ocio, pero también hay que resaltar los aspectos negativos derivados de un mal uso, tales como: sedentarismo y favorecimiento de la obesidad, visión sesgada del mundo solo a través de TV de tal forma que lo que no aparece en TV “no existe”. Imitación de lo que aparece en la pantalla, y escaso esfuerzo intelectual que implica ver TV.

La televisión estimula el consumismo a través de la publicidad, contribuye al desarrollo de la obesidad, de niveles elevados de colesterol, fomenta el hábito de fumar y el alcohol, así como un peor estado físico cuando se llega a la edad adulta (Bercedo et al 2001, Hancox et al 2004).

Una opción inteligente podría ser ofrecer a los jóvenes unas propuestas pensadas específicamente para ellos.

Los estudios publicados, por lo general, inciden en un mayor consumo televisivo en los adolescentes. Éstos, desean ver programas diferentes y los padres acceden con la compra de otro televisor que de forma mayoritaria se instala en su habitación. Alrededor de la mitad de los adolescentes disponen en estos momentos en su habitación de la televisión, ordenador, Internet y videoconsola (Bercedo et al 2005), con lo que, nos alerta el mismo autor, de que la posibilidad de engancharse a la pantalla que tiene el adolescente se multiplica, y que la presencia simultánea de todo el medio de comunicación en la habitación puede aumentar de forma alarmante su consumo y esta tendencia ha ido en aumento en estos últimos años.

Los medios de comunicación, y en especial la televisión, más aún, cuando son cadenas privadas, viven en gran medida de los ingresos publicitarios y el principal objetivo de los anuncios de publicidad y programas comerciales dirigidos a los niños y adolescentes es incitarlos al consumo. Estos anuncios publicitarios reúnen las condiciones idóneas para llamar la atención del adolescente por el impacto de sus imágenes, con sonidos y colores atractivos, que son reiterados hasta que el mensaje sea aceptado. Los adolescentes son considerados como consumidores ideales y la televisión comercial puede reforzar en ellos actitudes excesivamente materialistas y consumistas (Bercedo 2008).

Existe una relación causal, entre violencia expresada en los medios de comunicación y conducta agresiva en niños y adolescentes, pero sabiendo que no se puede culpar sólo a la televisión de la violencia presente en nuestra sociedad (Huesmann et al 2003, Funk et al 2004, Bercedo 2008).

Los datos europeos de la European Social Survey, ESS (2010) muestran una diferencia en el acceso mediático de los jóvenes españoles frente al resto de los europeos, siendo en España casi siete puntos inferiores el porcentaje de jóvenes que dicen ver televisión más de dos horas al día, por término medio: 30% frente al 37% en el resto de la UE, y el 41% en los países de la encuesta que no pertenecen a la UE. Según los datos de la Asociación para la Investigación de los medios de Comunicación AIMC (2017), la audiencia general de televisión online es muy

escasa aún en España, y manteniendo una estructura horaria muy similar a la de ésta.

El Informe del INJUVE (2012) señala que la televisión no es la única, y probablemente siquiera la principal pantalla a la que se acercan los y las jóvenes, y la combinación e interacción entre todas ellas supone una reestructuración de la posible estructura de horarios, compañías, contenidos y rutinas respecto a las que se establecen con el receptor clásico.

No hay ninguna justificación para que un niño y un adolescente tengan televisor en su dormitorio, y debe apagarse mientras la familia se reúne para comer ya que es un momento importante para hablar y mejorar la cohesión. En todo caso, parece que el uso de la televisión propia es significativamente superior en los intervalos horarios más tardíos, fundamentalmente a partir de las 21 horas, mientras que hasta esa hora es más frecuente el uso compartido o familiar INJUVE (2012). Sería injusto no reconocer los aspectos positivos de la TV como: que entretiene, que es una “ventana abierta al mundo”, que estimula la imaginación y la creatividad, que puede favorecer aprendizajes y aficiones, que ayuda a conocer estilos de vida, valores humanos, etc... Si bien, no se ha explotado de forma adecuada el gran papel que podría desempeñar como medio educativo, empezando por la educación para verla con capacidad crítica, aprendiendo en la escuela a descifrar los mensajes publicitarios inadecuados Castellano (en prensa).

Entre las personas jóvenes la visualización de televisión no es uno de los usos prioritarios de entre los posibles en Internet, aunque más de la mitad de los jóvenes (más ellos que ellas) declaran buscar o ver contenidos de televisión en el ordenador. En cuanto al tiempo dedicado a este fin, casi el 37% de los y jóvenes entre 15 y 18 años dicen dedicar más de una hora diaria entre semana, que aumenta hasta el 42% los fines de semana. Dedicación que es superior cuanto mayor es la edad INJUVE (2012). En este mismo informe, se reflejan los argumentos esgrimidos para preferir el uso de la televisión online, o de la programación de televisión a través de Internet, entre quienes dicen hacerlo tienen fundamentalmente que ver con la adaptación a los horarios propios, mejorando la gestión del tiempo

personal y se adapta a la tan en auge cualificación multitarea o multifunción. La televisión online facilita la selección de contenidos en función de las apetencias del momento, y permite con mucha más agilidad encontrar interacción rápida, dinámica y simultánea con otras actividades

Desde el punto de vista de los jóvenes, la programación televisiva se establecería, fundamentalmente de cara a la población adulta y, en algunos casos, para la población infantil, dejando un espacio vacío respecto de los intereses específicos del colectivo juvenil. Estos, ven mucho más programas deportivos, concursos, programas de viajes y reportajes, (desde la selección que ellos hacen de sus contenidos preferidos). Siempre desde el punto de vista de esta selección, es superior el porcentaje de jóvenes que manifiesta interés por los magazines de humor, series de ficción juvenil y series policíacas o de humor extranjeras, que el de quienes dicen realmente verlas de forma habitual, que resulta menor, INJUVE (2012).

La televisión de los jóvenes podrá pasar de ser un medio que se recibe pasivamente y que atiende a las decisiones de programación de los programadores tradicionales, a ser un medio en el que los propios usuarios: contribuyan a la creación, seleccionen las fuentes, extraigan y agreguen sus propios contenidos audiovisuales, editen segmentos de programación y promuevan fórmulas de interacción e intercambios múltiples, (García Matilla y Molina 2008).

Sin olvidar que un uso excesivo de la televisión puede conllevar una disminución del tiempo dedicado a la lectura reposada, al deporte, a los juegos de equipo, a la comunicación directa y personal con familia y amigos, y puede afectar también al rendimiento académico con la obtención de peores resultados en las evaluaciones (Hancox et al 2005, Zimmerman y Christakis 2005). La televisión estimula el consumismo a través de la publicidad, así como contribuye al desarrollo de la obesidad.

Hasta épocas recientes, se constata que la televisión siguiendo el medio de consumo más importante en nuestra sociedad, Quiroz (2011).

3.2.VIDEOJUEGOS

Los videojuegos se han convertido en el entretenimiento preferido por los niños y adolescentes de los países desarrollados, haciendo posible una realidad virtual asombrosa y son los juguetes más vendidos en nuestro país (Castell y Bofarull 2002). El sector de los videojuegos es uno de los más dinámicos dentro de las TIC. Las posibilidades tecnológicas como las 3D, les dotan de unos especiales atractivos que hace que cada vez tengan más seguidores.

Desde la aparición del primer videojuego de la historia en 1952 hasta hoy, la evolución del sector viene experimentando cambios que se podrían calificar de espectaculares. Los videojuegos debido a su vertiginoso y sorprendente crecimiento, no solo entre los jóvenes, sino también entre los adultos, se consideran como una industria cultural y en nuestro país se equiparan al cine y a la música. Hay videojuegos de todo tipo. En el caso de los adultos, si bien muchos los utilizan para el entretenimiento, son cada vez más, los que los utilizan para el mantenimiento y la mejora de las funciones cognitivas, para el aprendizaje de idiomas, etc... Los videojuegos están evolucionando tanto en los últimos años que hoy en día, están en gran medida dedicados a un público adulto. Sin abandonar el nicho del público joven. Personas mayores de 55 años son el grupo de población que más horas dedica a los videojuegos, esto porque disponen de más tiempo de ocio, tienen menos presión laboral y conforme su edad avanza pierden el interés por los juegos de acción y estrategia en favor de los educativos o puzzles. Lo anterior son conclusiones del estudio “Hábitos e iniciación a los videojuegos de los mayores de 35 años” promovido por la Asociación de Videojugadores y realizado por la Universidad Complutense de Madrid, García Martínez (2008). El análisis también destaca que las personas entre los 35 y 44 años prefieren jugar en el PC.

Entre las conclusiones más importantes de este informe se destaca que aproximadamente una de cada cuatro personas (25,9%) de entre 35 y 44 años se divierte habitualmente con los videojuegos y que los mayores de 65 años lo hacen por lo menos una vez por semana. Por otro lado, el 80% del grupo poblacional que más horas invierte en jugar está comprendido entre los 55 y los 64 años ya que

disponen de más tiempo de ocio, menos presión laboral, algunos son prejubilados, etc. Bringué y Sádaba (2013) encuentran, en su investigación, la existencia de un ocio “transversal”, ya que los menores que más utilizan los videojuegos también utilizan más otras pantallas.

También es destacable la existencia de diferencias por sexo, en cuanto a que los adolescentes varones tienen más videoconsolas, y en cuanto a que los adolescentes varones, prefieren los juegos de disparos, lucha, deportes y conducción, les gusta jugar solos o con sus amigos en comparación con las chicas adolescentes que prefieren juegos de aventuras, jugar con sus padres y hermanos, (Bercedo 2008). La mayor parte de los estudios realizados, plantean que los videojuegos preferidos por los chicos, son los de deportes y los de guerra; estos últimos, con un alto componente de riesgo y violencia. Esto es, tal vez, la diversión a través de la acción que representa, por un lado, el fútbol y el predominio de las capacidades físicas (fuerza, velocidad, agilidad, etc.), y por otro, la violencia (de nuevo con predominio de capacidades físicas). Común denominador para ambos es la sensación de descarga de adrenalina inherente a situaciones de tensión provocada por las estrategias del juego (Muros et al., 2013). Por el contrario, otro tipo de juegos como los de lógica, puzzles o de mesa suelen rechazarse por considerarse «frikis». Parece que la percepción de algunos chicos entrevistados es la de asociar el uso de juegos individuales con varones y grupales con mujeres (Muros et al., 2013).

Posteriormente, se observa que, conforme avanza la edad, tanto hombres como mujeres pierden interés por los juegos de acción y estrategia. Las mujeres prefieren los videojuegos de puzzle, infantiles, educativos y de deportes, pues los consideran más adecuados para compartir con los hijos y, posteriormente, con los nietos. Permanentemente hay un colectivo de seguidores, pendientes de que salgan al mercado los videojuegos más esperados. Sí que habrá que estar atentos a las repercusiones tanto positivas como no tanto, que puedan tener para la formación de los adolescentes estos videojuegos. En este sentido ya desde el estudio de Arab y Somer (2007), en el que alertaban sobre la relación entre abuso de videojuegos y

un entorno emocional disfuncional, nos obligan a estar muy atentos sobre estas y otras cuestiones relacionadas con su repercusión sobre el desarrollo de los adolescentes.

El progreso tecnológico imparabile ha mejorado extraordinariamente las consolas y a las tradicionales Nintendo, Play Station y Xbox, con cientos de millones de consolas vendidas en sus diversas modalidades, se sumaron las Wi, y WII un nuevo concepto de consola que registraba el movimiento, y la DS. En 2009 llegó a España la DSI que incorpora navegación Web, reproducción MP3 y doble cámara digital. Pronto apareció la PS3 Slim con menor tamaño y precio que la PS3 pero con iguales prestaciones así como, la PSP Go, en un continuo cambio.

3.3. SMARPHONE Y TABLETS

Tampoco en nuestra sociedad, se concibe una vida sin móvil y nadie duda de su gran utilidad, a lo que se añaden las múltiples posibilidades que permiten los smartpone. Como ya hemos señalado, el móvil, ha desplazado los espacios de socialización tradicionales, dando lugar a espacios virtuales, con una sustancial función social (Díaz-Gandasegui, 2011). El teléfono móvil es el principal dispositivo que manejan los jóvenes cuando hablamos de tecnologías de la información y la comunicación. Su uso es prácticamente universal entre los 15 y los 29 años, y la relación y vinculación con él prácticamente ineludible INJUVE (2012). El teléfono móvil se ha coinvertido en el dispositivo multiuso, portable e interactivo que los adolescentes utilizan en su quehacer cotidiano, ofreciéndoles la posibilidad de gestionar importantes parcelas de su tiempo productivo y de ocio.

El adolescente se expresa con el móvil y a través del móvil, es una seña de identidad para ellos que les ha servido para alcanzar su independencia comunicativa tanto en casa como fuera de ella (Castell y Bofarull 2002).

Las posibilidades que nos ofrecen los nuevos teléfonos están haciendo que cada vez llamemos menos y, que se vaya prescindiendo paulatinamente de los mensajes de texto tradicionales los smartpone presentan una gran capacidad para

almacenar datos y proporcionan un fácil acceso a la información, al ocio o al campo de los servicios. Es decir, ofrecen una combinación de las prestaciones y funcionalidades similares de un teléfono, una agenda electrónica de bolsillo y un miniordenador (Garrote 2013). El móvil integra numerosas utilidades –entre otras, las vinculadas con sonidos e imágenes– y ha alcanzado una difusión casi universal; de aquí que esta «cuarta pantalla» (tras la del cine, el televisor y el ordenador) esté llamada a ser la del futuro (Cebrián, 2009).

La llegada del smartphone no solo ha conseguido una mayor intimidad en las comunicaciones del adolescente, sino que estas han cambiado incorporando aplicaciones como la conexión a Internet a través del teléfono, el WhatsApp que han hecho furor entre los adolescentes, ya que no solo pueden enviar textos escritos sino también fotografías, vídeos, etc... y, debido a su fácil acceso y bajo coste, se han extendido en todo el mundo. Este tipo de mensajes han incorporado un nuevo lenguaje a la hora de escribir, que ha hecho dejar a un lado las normas gramaticales básicas con el fin de economizar al máximo. Los mensajes son, con gran diferencia, la forma más generalizada para comunicarse entre los adolescentes. Este tipo de comunicación, resulta inmediato, fácil, versátil y una vez pagada la conexión es prácticamente gratuito. Permite enviar fotografías y vídeos, y organizar grupos de comunicación particulares. De hecho, el número de mensajes que se envían a diario en el mundo occidental va aumentando de forma exponencial. Los datos revelan que son las adolescentes de entre 13 y 17 años las que más mensajes mandan y reciben, con una media de 4.050 textos al mes (Nielsen Wire, 2010).

Para Chóliz, Villanueva y Chóliz (2009) las chicas dedican más tiempo a comunicarse a través del móvil, envían más mensajes y realizan más llamadas perdidas, si bien no se diferencian respecto a la cantidad de llamadas de voz que envían, lo cual podría explicarse por una cuestión de ahorro económico, Sin embargo, en la actualidad al disponer muchas de ellas de tarifas planas de abono el número de llamadas de las chicas también está aumentando.

El teléfono móvil se ha convertido en el principal dispositivo de acceso a Internet, siendo utilizado por el 76,4% de los internautas. El fenómeno de la

conectividad móvil, y la expansión de los teléfonos inteligentes y tablets, está teniendo como protagonistas de primera línea a los niños y adolescentes. Actualmente, no solo, son los regalos más demandados, sino que han pasado a protagonizar una buena parte del tiempo de ocio entre los más jóvenes. la penetración de los teléfonos inteligentes, o smartphone, en nuestro país es la mayor de Europa. Así, mientras la media en países europeos como Inglaterra, Italia, Francia o Alemania es del 57%, en España era del 66%, Según datos del informe “Spain Digital Future in Focus” de ComScore (2013).

Los teléfonos móviles inteligentes smartphone, en España representan ya el 87% del total de teléfonos móviles, lo que nos sitúa en la primera posición a nivel europeo (Ditrendia 2016). Un 80% de los españoles tiene un smartphone. La edad de inicio es mucho más temprana. En 2015, un 98% de los jóvenes de 10 a 14 años contaba ya con un teléfono de última generación con conexión a Internet. En España, los niños de 2 a 3 años utilizan habitualmente el móvil de sus padres (Ditrendia 2016). Siguiendo con este informe, cada vez somos más adictos a nuestro teléfono: lo comprobamos una media de 150 veces al día, dedicándole cerca de 177 minutos al día.

Nuestra mente está condicionada a responder a un ring de teléfono de la misma manera que está condicionada a responder a el llanto de un bebé. Hoy se habla incluso de una nueva emoción que sería la denominada Ringxiety, término acuñado por el psicólogo David Laramie (2007), que quizás se podría traducir por “ringsiedad”, y que se define como “la ansiedad de bajo nivel que nos lleva a pensar que hemos oído cómo sonaban nuestros teléfonos, aunque no lo hayan hecho”. Cada vez es más frecuente que haya personas que creen escuchar el timbre o vibración de tu teléfono móvil, pero al revisarlo no tienen ninguna llamada o mensaje nuevo. De media, un español utiliza su smartphone 3h. 23 minutos diarios, fundamentalmente para WhatsApp, correo electrónico y consultas de Internet mientras que pasa en la tablet una media de 1h. 41 minutos (Ditrendia 2016). Esto hace que se “modifiquen” las formas de expresión y así vemos como en los mensajes, se utilizan palabras incompletas, abreviaturas, palabras sin vocales,

símbolos, etc...en búsqueda de una mayor economía y rapidez en la comunicación. El adulto debe preguntarse si es necesario, por ejemplo, que el menor disponga de un smartphone con acceso 24 horas al día a Internet. El uso intensivo de los smartphone por los adolescentes, está originando preocupación a investigadores e instituciones (Gómez et al., 2014). Sí que parece que tal como nos indican Polo del Rio et al., (2017), existen evidencias –especialmente en adolescentes y jóvenes–de la aparición de problemas comportamentales, afectivos y sociales relacionados con el uso del teléfono móvil, ya que se ha convertido en un objeto imprescindible en su vida y en su tiempo de ocio.

Entre los jóvenes, se suele utilizar con un abanico más amplio, como: leer mensajes, enviar mensajes, hacer y ver fotos, subir fotos, añadir amigos, ver perfiles, recibir alertas de texto, crear o subir perfil, grabar y subir vídeos, participar en chats, publicar blogs, compras on line, realización de determinados pagos como si se tratara de una tarjeta bancaria, videojuegos, consultar información por Internet, etc...Un peligro que cada vez preocupa más, es la posibilidad de adicción de los jóvenes a los smartphone siendo frecuente que se pasen el día demasiado pendientes del móvil. Y pasándolo mal cuando no lo tienen a mano o lo tienen averiado, lo que les origina intranquilidad y disconfort. Probablemente, y aprovechando las posibilidades de los nuevos dispositivos para la conexión a Internet, nos señala el INJUVE (2012), la comunicación y conversaciones que se producen a través del móvil se articulan cada vez más a través de los formatos digitales (muy fundamentalmente mediante WhatsApp en la actualidad), y el uso del teléfono móvil se asemeja más al propio de otros dispositivos digitales portátiles. La ventaja innegable del teléfono móvil, sobre todo para las personas más jóvenes, es su acceso permanente que redundará en sensación de libertad e independencia más allá del momento o el lugar en que se encuentren, y la posibilidad que brindan para estar permanentemente conectados Informes de la Juventud en España IJE (2008).

Los chicos parecen ser más proclives que las chicas al uso intensivo del móvil con fines lúdicos y funciones tecnológicas destinadas al ocio o entretenimiento (Chóliz y Villanueva, 2011). Sin embargo, en las chicas el uso del

móvil tiene un matiz más emocional (Chóliz et al., 2009), relacional y social, mostrando preferencia por los mensajes escritos (Pedrero, et al., 2012) y pasando más horas hablando por el móvil (Ruiz-Olivares et al., 2010), con el fin de mantener las relaciones interpersonales, y propiciar las comunicaciones (Colás et al., 2013).

La conexión permanente parece atender a la enorme necesidad de contacto constante con sus iguales, pero puede también acaparar la mayor parte de su tiempo en detrimento de otras formas de relación o de ocio. Respecto a la frecuencia de uso de Internet, a través del móvil, en el caso de España, se sitúa por debajo de la media europea, 71 minutos frente a 88 (Cánovas et al., 2014). A su vez, nos informa de qué acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación se está produciendo a edades cada vez más tempranas. El 30% de los niños/as españoles de 10 años de edad tiene un teléfono móvil. A los 12 años, casi el 70% dispone ya de este tipo de tecnología, y a los 14 nada menos que el 83%. Aunque apenas un 29% de los menores de 11 a 14 años de edad utiliza con regularidad los smartphone para realizar llamadas telefónicas. Un 25% nunca utiliza el smartphone para llamar, y otro 45% sólo en alguna ocasión. Si analizamos la utilización habitual del smartphone como herramienta para avisar sobre nuestra llegada, o para “dar un toque”, el uso del mismo aumenta hasta casi el 43%. La expresión: “cuando llegue te hago una perdida”, está detrás de este uso, aun cuando en muchos casos se trata de usuarios que disponen de tarifas planas. El 72% de los usuarios de 11 a 14 años con smartphone accede a redes sociales. El 52,5% de los menores de 11 a 14 años de edad juega habitualmente con sus dispositivos móviles, (Cánovas et al., 2014).

Así mismo, se señala en el informe Menores de Edad y Conectividad Móvil, Cánovas et al., (2014) que, otra de las muchas aplicaciones de éxito entre los menores es la descarga de música. Los smartphones son utilizados con frecuencia como dispositivos para escuchar música por la calle o en distintos entornos. Así, casi el 80% de los menores de 11 a 14 años escucha habitualmente música con sus smartphones. El 60% de los menores de 11 a 14 años de edad navega y busca información a través de Internet desde sus smartphones. Aún encontramos un 12% de usuarios de estas edades que nunca utilizan esta funcionalidad, y otro 27% que

sólo lo hace en ocasiones. el 92,5% de los menores de entre 11 y 14 años de edad se descarga aplicaciones móviles. Apenas encontramos un 5,5% de usuarios de estas edades que aún no lo ha hecho. Vemos también que el 16% de los menores de 11 a 14 años de edad no sabe si la geolocalización está activada en sus terminales móviles. el 40% de los menores de 11 a 14 años nunca activa la geolocalización del smartphone, y otro 33,4% sólo la activa cuando la necesita.

La herramienta más utilizada por los niños y adolescentes que manejan smartphone es sin duda el sistema de mensajería instantánea WhatsApp. En muchos casos es la principal razón por la que los adolescentes piden a sus padres disponer de uno de estos terminales. No tener WhatsApp y estar fuera de los grupos es para ellos como estar fuera de lo que sucede en el grupo. En el año 2017, se envían 42.000 millones de mensajes diarios a través del WhatsApp.

Así, a tenor del presente estudio hemos podido concluir que el 76% de los niños y adolescentes de 11 a 14 años de edad utiliza WhatsApp habitualmente. Y entre las posibilidades que ofrece esta herramienta, la que está experimentando un crecimiento más vertiginoso es la creación de “grupos”, (Cánovas et al., 2014). Los grupos funcionan como auténticas redes sociales en las que conversan, intercambian información, fotografías vídeos, pantallazos de los deberes que tienen para el día siguiente, etc... La cámara de fotos y vídeo es otra de las aplicaciones más valoradas por los menores a la hora de utilizar tablets y smartphones. En la mayoría de las ocasiones la realización de fotos va ligada a su publicación, que normalmente se produce en entornos privados, en sus perfiles de Instagram, Facebook o Tuenti.

Este proceso, se encuentra en plena convulsión, ya que entre los niños y adolescentes el uso de las redes sociales “clásicas” como Tuenti o Facebook está en descenso (muy acusado en el caso de la primera), mientras crecen rápidamente las redes sociales móviles improvisadas a partir del uso de los sistemas de mensajería instantánea tipo WhatsApp (Cánovas et al., 2014).

Ya desde que se levantan los jóvenes están muy pendientes de hacer la primera foto del día, compartirla, intentar conseguir pronto el primer “me gusta” de la jornada. En la actualidad la dinámica en relación con la fotografía es inmediata y vertiginosa. Con nuestros móviles fotografiamos todo. Ya no es necesario comprar un carrete y llevarlo a revelar para al cabo de unos días poder visualizar la imagen capturada. Hoy se habla de “pic speech”, o discurso en el que las fotografías sustituyen al lenguaje verbal. Las imágenes configuran el mensaje que se quiere transmitir. A nivel mundial, nos dicen los expertos, Vera (2017) que hoy se sacan más fotografías en dos minutos que todas las que se hicieron en el siglo XIX. En el año 2013, el diccionario de Oxford seleccionó selfie como la palabra del año. Y esto está evolucionando y creciendo de tal manera que ya no es solo algo característico de los adolescentes, sino que es propio de cualquier edad. Y así, van apareciendo aplicaciones y modas como, por ejemplo: Boomerang, que permite aplicar ese tipo de efecto a un vídeo para que sus movimientos se perpetúen y así se puso de moda en el 2012 la jumpología, que es hacerse fotos saltando, etc... También hemos de saber que el móvil es el dispositivo más utilizado para acosar, hostigar e intimidar a los otros, de manera deliberada y repetitiva (Del Río et al., 2008).

Aunque la edad mínima para poder usar WhatsApp está fijada en los 16 años y en otras redes sociales, en los 13; son unas normas que muy pocos respetan, ya que la etapa en la que empiezan a tener móvil es cada vez más temprana. La realidad nos hace ver que no es fácil resistirse a la presión social y que a los 11 años la mayor parte de los chicos tienen su móvil. De hecho, este dispositivo se ha convertido en el regalo estrella de las comuniones, que se celebran cuando los niños cumplen 9 años.

Uno de cada tres menores de 11 a 14 años de edad reconoce haberse instalado aplicaciones que acceden a su información personal (32,5%). Curiosamente, se constata en el estudio de Cánovas et al., (2014) que un 58% de los menores de 11 a 14 años que afirma no haberse instalado aplicaciones que acceden a información personal, tiene instalada la aplicación de WhatsApp. Sólo el 27% de los niños/as de 11-12 años pide permiso antes de descargarse una App. Al

margen del conocimiento que tengan o no sobre el tipo de aplicaciones que se instalan y sus políticas de privacidad, en ese estudio se aprecia cómo un 71% de los niños y adolescentes de 11 a 14 años de edad afirma sentirse preocupado por el uso que las aplicaciones móviles pudieran hacer de su información personal. Entre las aplicaciones tecnológicas del móvil que emplean de forma prioritaria, tanto unos como otras, se encuentran el “WhatsApp”, las llamadas de voz (Giménez, et al., 2014) y las redes sociales (Polo del Rio et al., 2017). La realidad, según Cánovas et al., (2014) nos demuestra que los padres están aún lejos de haber tomado conciencia de la importancia de este tema, ya que el 73% de los menores de 11 a 14 años de edad no tiene que introducir contraseña alguna para descargarse una aplicación móvil en el dispositivo que utilizan.

Siguiendo con el estudio de Cánovas et al., (2014), el 27% de los menores de 11 a 14 años de edad, reconoce no apagar nunca su teléfono móvil. Este porcentaje va aumentando con la edad, de tal forma que entre los menores de 13-14 años, encontramos que uno de cada tres nunca apaga su terminal. Sólo el 30% de los niños y adolescentes de 11 a 14 años con smartphone lo apaga al irse a dormir. Otro 43% lo apaga después de haberse acostado, a una hora indeterminada, y el 27% restante no llega a apagarlo. Por otro lado, el 60% de los menores de 11 a 14 años que acude al colegio con su smartphone, reconoce no apagarlo en clase.

En relación con el smarphone, si bien su uso no supone en sí mismo un problema, sí lo es la relación problemática que se establece con él (Echeburúa, Labrador y Becoña, 2009), cuando se utiliza de forma inapropiada. Así podemos ver por ejemplo lo que se denomina actualmente “ningufoneo”. El término inglés phubbing, con el que se alude al hecho de que una persona solo preste atención a un dispositivo móvil sin hacer caso de su entorno, en especial a las personas que le rodean, puede traducirse por ningufoneo. La voz phubbing es de creación reciente a partir de phone, que significa ‘teléfono’, y snubbing, que es ‘desaire’, ‘desprecio’ o ‘ninguneo’. Tomando los equivalentes españoles es posible crear el neologismo ningufonear, un acrónimo de ningunear y telefonar, del que a su vez se puede derivar ningufoneo. El primero de ellos, está definido en el Diccionario académico

como ‘no hacer caso de alguien, no tomarlo en consideración’ o ‘menospreciar a alguien’, lo que refleja fielmente lo que se quiere expresar. Lo cierto es que cada vez tenemos más dependencia al móvil, lo que ha generado la aparición del ‘ningufoneo’. Vivimos permanente conectados al móvil y desconectados de los que nos rodean. No es infrecuente ver como alguien, y de manera especial los adolescentes, abandonan de repente una conversación con otra u otras personas, para conectar o responder a un tercero a través del smartphone.

3.4. EL ORDENADOR E INTERNET

El ordenador nos ha proporcionado tal grado de conectividad que, tenemos el mundo al alcance de nuestra pantalla. De hecho, el ordenador es el soporte tecnológico que, junto con el teléfono móvil, ha cambiado más la vida (sobre todo en la manera de entender el ocio y las tareas académicas; es decir, como entretenimiento y aprendizaje) de los adolescentes, (Garrote 2013). Entre los adolescentes se concibe la utilización del ordenador conectado a Internet.

En este nuevo milenio no se entiende un adolescente que no use el Internet y sus múltiples aplicaciones en su trabajo escolar y ocio. El adolescente necesita expresarse a través de los medios. Internet dispone de muchas ventajas como son las de facilitar la interactividad, almacenar y crear nuevos conocimientos, capacidad de simulación y de contrastar, posibilidad de conectarse a través de la red con todo el mundo, intercambiando información, estableciendo tertulias, solicitando datos de cualquier biblioteca del planeta, etc..., (Bercedo 2008).

Desde que, en 1969, con la creación de Internet por parte del Departamento de Defensa de Estados Unidos, comenzó el inicio de esta nueva revolución tecnológica que estamos viviendo, se está produciendo un intercambio global que plantea una modificación de las formas de relación y de comunicación. Páginas web como YouTube (al que la revista «Time» calificó como «invento del año» en 2006) ha marcado un antes y un después en el acceso, selección, edición y difusión de contenidos audiovisuales en la red. A día de hoy sigue siendo muy utilizado por los adolescentes.

No solo los adolescentes se han dejado seducir por Internet, sino toda la población. Sin embargo, los adolescentes están fascinados con sus posibilidades. Para Elzo et al., (2009) Internet es, después de la televisión, el medio de comunicación que mayor influencia tiene en los niños y jóvenes.

Según el Informe del Defensor del Pueblo (Ochaíta et al., 2010) en la práctica totalidad de los hogares españoles en los que conviven chicos y chicas de entre 12 y 18 años hay, al menos, un ordenador –que suele estar ubicado en su habitación- y está conectado a Internet. En la mayoría de los casos, no dispone de ningún sistema de filtrado que bloquee o controle el acceso a determinados servicios y contenidos. Además, es importante señalar que, en la mayor parte de los casos, los menores están solos cuando navegan por la red (Garrote 2013).

Los niños y niñas españoles de 9 a 16 años pasan de media 71 minutos diarios en Internet frente a los 88 minutos de media en Europa y, de manera similar a como sucede en Europa, cerca del 60% se conectan todos o casi todos los días (Garmendia et al., 2011).

En España, de acuerdo con el Informe del INJUVE (2012), la penetración de Internet en la población española alcanza su máximo en el 70%, con grandes diferencias por sexo y edad, siendo especialmente notable el uso entre los jóvenes. Fundamentalmente entre los de 15 a 24 años (en ese entorno máximo por edades de alrededor del 70%), y entre los varones frente a las mujeres, al menos en el conjunto de todas las edades. Entre 2000 y 2012 el uso de Internet ha pasado del 8% a algo más del 45% de media poblacional, lo que supone un incremento sostenido y de gran envergadura, INJUVE (2012). El Informe de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC (2017) recoge un porcentaje de uso de Internet del 77,3% de la población.

Aumenta cada día de forma espectacular tanto el número de usuarios como el tiempo que pasamos en Internet. Tal es así, que comienzan a preocupar las posibles conductas adictivas, aunque en este sentido no se logró un consenso entre los expertos antes de la publicación del DSM 5. De todas formas, existe un patrón

de comportamiento caracterizado por la pérdida de control sobre el uso de Internet. Esta conducta conduce al aislamiento y al descuido de las relaciones sociales, de las actividades académicas, de las actividades recreativas, de la salud y de la higiene personal Spada (2014), Müller et al. (2014).

La AIMC (2017), en relación con la población general nos indica que el 93,5% utilizan Internet fundamentalmente para mensajería instantánea, el 83,2% para búsqueda de información, un 71,8% utiliza el correo electrónico, el 63% para conectarse a redes sociales, el 59,5% para el visionado de vídeos, el 53,8% para lecturas e informaciones de actualidad, el 50,8 para conectarse a apps, un 28,5% para escuchar música, un 27,7% para hacer operaciones bancarias, un 21,5% para el visionado de películas y series de Tv. Y a partir de ahí el uso para compras, juegos, llamadas telefónicas por Internet, etc..., quedan con porcentajes muy bajos.

En un estudio de Garmendia et al., (2011) que incluye a menores de nueve y diez años, considerablemente más jóvenes que en la mayoría de los trabajos que se han desarrollado hasta el momento, los resultados indican que, tanto a nivel español como en toda la muestra europea, la edad es la variable que más influye en el uso y los riesgos que los menores experimentan de Internet. Las diferencias se dan ya en el uso y en el acceso. Los niños más jóvenes usan generalmente Internet en lugares públicos, mientras que los adolescentes tienden a hacerlo en entornos privados. La edad también resulta un factor muy importante en la medida en que los menores afirman acceder a Internet cada vez antes, mientras que para los menores de 15 y 16 años la edad de acceso fue de 11 años para los de 9 y 10 la edad de acceso se sitúa por término medio en los 7 años.

En este sentido, hay una cierta coincidencia con los datos aportados en la guía de ciberacoso (2015), que refleja un:

“Descenso en la edad de inicio. La expansión de la conectividad móvil está permitiendo que los menores accedan a Internet a edades cada vez más tempranas. Como media, los menores españoles entre 9 y 16 años se conectaron por primera vez a Internet con 9 años. Sin embargo, este dato varía en función de las franjas de edad. El grupo más joven de menores (9-

10 años) se conectó bastante antes (7 años) que los menores de 15 y 16 años que, como media, accedieron a Internet por primera vez con 11 años. Las conclusiones apuntan a que la edad de inicio es cada vez a edades más tempranas; en este sentido no es extraño ver a niños de 2 y 3 años de edad utilizando de forma habitual los terminales de sus padres” (Guía clínica sobre le ciberacoso 2015:25)

Los juegos, los vídeos, y las aplicaciones de TV son con las que se inician los niños en el uso de los smartphones y las tablets. Con 2 y 3 años de edad comienzan a utilizar los dispositivos de sus padres para entretenerse con los juegos que estos les descargan, o para ver capítulos de sus series de dibujos animados favoritos.

También nos indican Garmendia et al., (2011) sobre las actividades de los menores en Internet, que cabe destacar que casi el 90% de los menores de 15 y 16 años tienen un perfil en las redes sociales, pero también que entre los 11 y los 12, edades con las que no se pueden acceder a la mayoría de las redes sociales, el 42% de los menores también afirman tener un perfil. La edad también juega un papel muy importante en la exposición a los distintos riesgos. El 22% de los menores de 15 y 16 años afirman haber visto imágenes de tipo sexual en Internet, frente al 9% de los menores de 9 y 10 años.

En lo relativo a la exposición a riesgos en Internet, sí se aprecian tendencias diversas entre chicas y chicos de acuerdo con la investigación de Garmendia et al., (2011). Los niños están más expuestos a la pornografía en Internet y a la recepción de mensajes sexuales, mientras que en las niñas es más frecuente sufrir bullying. En lo que se refiere a los contenidos de riesgos generados por otros usuarios también se observa entre las chicas una mayor incidencia de páginas proanorexia y probulimia y entre los chicos de páginas que incitan al odio o la violencia. En el resto de riesgos no se aprecian diferencias notables entre chicos y chicas.

Por otra parte, el uso de Internet, muestra también múltiples aspectos positivos: creación de blogs, vídeos y páginas web que pueden desarrollar sentimientos de competencia, generación de elementos educativos, reforzamiento

de relaciones creadas offline, educación sexual, promoción y prevención en salud (tabaco, alcohol, drogas, hábitos alimentarios, conductas sexuales), apoyo en logros académicos (un 84% plantea que son útiles en tareas; un 81% plantea que son útiles en aprendizajes y un 68% ve una desventaja en esta área el no tener Internet), Arab y Díaz (2015).

El uso de Internet para tareas escolares es la actividad más común para los menores (83%). Tras las tareas escolares, las actividades más exitosas son: recibir contenidos producidos por terceros (por ejemplo, vídeos clips, 78%), jugar a videojuegos (80%) y comunicarse (mensajería instantánea, 68%), (Guía clínica del ciberacoso 2015).

La web, ha ido ganando impulso hasta convertirse, sin duda, en el servicio estrella de Internet. Tanto que para muchas personas la web, o incluso el icono de la E del ya extinto Internet Explorer o la página de inicio de Google, en la actualidad son sinónimos de Internet, aun cuando ésta tiene muchos servicios aparte de la web, tan interesantes o más, como pueden ser el ya citado correo electrónico, la transferencia de archivos o la telefonía y videconferencias a través de Internet, por citar algunos.

Las ventas de las tabletas (tablets) han caído en el mundo: El año 2015, se vendieron 206,8 millones de tablets en el mundo, lo que supone un 10% menos que en 2014 (Ditrendia 2016) aunque posiblemente debido al abaratamiento de precios se esté recuperando en el momento actual. Sin embargo, sigue aumentando el número de ordenadores y sobre todo de manera exponencial el de smartpone.

3.5. LOS CHAT

De acuerdo con la RAE, Chat significa: Intercambio de mensajes electrónicos a través de Internet que permite establecer una conversación entre dos o varias personas. Chatear es un anglicismo referente a la conversación en tiempo real entre dos o más personas a través de Internet. Habitualmente se hace a través de mensajes que aparecen instantáneamente en otra pantalla, aunque también puede

realizarse con audio y con vídeo. Además, existen lugares virtuales en Internet, organizados por temas sobre los que la gente conversa y que se llaman chat rooms o channels. Los chats son “salas” de Internet donde las personas se reúnen para “charlar” a través de la comunicación on line. Entre los más jóvenes lo más frecuentes son que se realicen a través del WhatsApp tanto con texto escrito como con audio, pero también van aumentando los mensajes por vídeo. Además, hay en Internet chats organizados como lugares de encuentro para grupos de personas. En este tipo de chat se mantiene el anonimato lo que puede animar a engaños de todo tipo.

Generalmente, existen posibilidades de comunicarse con un grupo de gente o en privado. Para acceder a las salas es necesario usar un sobrenombre o apodo (conocido como nick) y, opcionalmente, una fotografía o una imagen que te identifique (avatar).

El uso habitual que hacen los adolescentes de estas aplicaciones es puramente social, pero el chat puede proporcionar a las personas solitarias la sensación de estar integrado en un mundo virtual en el que se socializa con los demás sin ningún tipo de problema. Además, puede representarse a sí mismo con una imagen ideal, ya que el anonimato lo permite, (Garrote 2013).

Un 5,4% de los niños de 11-12 años de edad ha chateado con desconocidos, frente a casi un 18% de los de 13-14 años (Cánovas et al., 2014).

3.6. REDES SOCIALES

Existen múltiples definiciones y teorías sobre qué son y qué no son las redes sociales (RS), pero existe poco consenso todavía sobre las mismas. La gran mayoría de autores coinciden en que una red social es:

un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades, o como una herramienta de democratización de la información que transforma a las personas en receptores y en productores de contenidos, (ONTSI 2011:12).

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común (Ponce 2012). Son un servicio de Internet que permite a cualquier cibernauta construirse un perfil –público o semipúblico– dentro de un sistema gestionado por un tercero; compartir relaciones –experiencias, contenidos, etc.– con una lista de otros usuarios que, dependiendo de la privacidad autodefinida de su perfil, podrá tener acceso a todos los seguidores y a sus experiencias de los miembros de las listas que sigan las suyas (Boyd y Ellison, 2007).

Las redes sociales abren un espacio para las interacciones que ha sido ocupado «in crescendo» por la juventud, (Bernal y Angulo, 2013).

Se componen de un perfil (que el adolescente puede personalizar) y de un grupo de “amigos” o contactos que no tienen que ser personas que realmente conozcan sino también puede haber, personajes populares, lugares, etc. Las opciones de privacidad son configurables por el usuario, (Garrote 2013).

El adolescente puede colgar sus preferencias de ocio, otras páginas que le gustan, establecer cuál va ser su foto de perfil, enlaces a sus páginas favoritas, etc... Puede comentar cómo se siente, o hacer pequeños comentarios en las páginas de sus amigos virtuales. La edad de inicio en las redes sociales suele ser a los 14 años.

La creciente popularidad de las redes sociales está causando preocupación por la privacidad y la seguridad de los usuarios, particularmente de los adolescentes que muestran diversas formas de conductas de riesgo en las redes sociales (Vanderhoven et al., (2014)

El uso y acceso de las redes sociales ha llegado a ser un nuevo entorno de socialización para los jóvenes, espacio para la construcción de la identidad social con sus iguales, a veces con ningún control o asesoramiento parental; aun conociéndose que la inmersión en las mismas es cada vez más prematura y por debajo de la edad mínima permitida, (Bernal y Angulo, 2013).

En la actualidad, se puede considerar que las redes sociales nos están haciendo pensar sobre un posible nuevo concepto de la amistad. Aparecen los “amigos virtuales”. A los que quizás no se les llegue a ver nunca. También quizás haya que replantear el concepto de “conocido”. Tradicionalmente parece que se podía entender que alrededor de 150 personas, podía ser una cantidad de contactos que podría permitir cuidar las relaciones interpersonales. Cuidar la amistad, requiere su tiempo, y su intimidad. Actualmente con la fuerza de las redes sociales, los adolescentes cuentan sus “amigos” por centenas. Con la mayor parte de ellos, nunca se verán personalmente. Y además aparece otro hecho importante, que habrá que tener en cuenta, y es que podemos encontrarnos solos estando conectados a la red.

Los adolescentes, buscan en las redes sociales el contacto personal y la construcción de su ser social.

En España, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) en su “Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online”, del año 2009, las define como:

los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado, (INTECO 2009:7)

El modelo de crecimiento de estas plataformas se basa fundamentalmente en un proceso viral, en el que un número inicial de participantes, mediante el envío de invitaciones a través de correos a sus conocidos, ofrece la posibilidad de unirse al sitio web. Un 87,2% de los usuarios de Internet disponen de un perfil en alguna red social, de los cuales un 42,5% considera difícil gestionar su privacidad. Son el mejor exponente de la llamada extimidad, lo opuesto a la intimidad, parece que ahora es necesario darse a conocer, figurar en el centro de la relación y atención. Es una forma actual de mostrar en el mundo virtual nuestra vida cotidiana y en algunos casos la vida íntima. Los jóvenes perciben que el que no está en la Red, no “existe” socialmente. En cualquier caso, es obligado dejar constancia del futuro de las redes

sociales en los grandes acontecimientos electorales como ya ocurrió en la última campaña presidencial en EEUU.

Según todos los estudios, prácticamente la totalidad de los jóvenes entre 15 y 25 años que se conectan a Internet, participan en las redes sociales. Según el informe de Gimeno (2012), a medida que aumenta la edad va disminuyendo la frecuencia de uso de redes. Estas redes, ya no se utilizan simplemente como servicios independientes, sino que están cambiando la forma en la que personas piensan, se comportan, se socializan y se comunican, (Garrote 2013).

Las más usadas por los adolescentes son:

- Facebook, que es la red social más utilizada actualmente y cuenta con 1.550 millones de usuarios en todo el mundo.
- Youtube, con la línea de los vídeos, es la segunda red social con más número de usuarios, llegando a los 1300 millones (pisándole los talones a Facebook). Esta plataforma de vídeos está gestionada por Google, ha dado un impacto en los últimos años subiendo en número de usuarios de una forma extraordinaria. Un espacio que ha dado lugar a los llamados “youtubers” y que ha provocado un propio nicho de mercado para millones de marcas.
- Google +, la red social de Google que tiene 418 millones de usuarios.
- Instagram, ha pasado de los 150 millones de usuarios a los más de 400 millones, alcanzando casi a Google+.
- Twitter, se ha convertido en una red social en declive, pasando de los 500 millones de usuarios a principios del 2015 a los 320 millones en el 2016. Pero parece está intentando resurgir con su nueva red social de vídeos en streaming “Periscope”, que parece estar teniendo muy buena acogida.
- Snapchat, ha llegado con fuerza. Es una de las plataformas que más popularidad han alcanzado en los últimos tiempos. Esto nos demuestra que los usuarios, más que nunca, eligen sus redes sociales en función de sus intereses.

Las redes sociales siguen siendo las páginas web más utilizadas por las personas. Hay una coincidencia en los informes, en que el uso de las redes es superior entre las mujeres. Sin embargo, conforme pasa el tiempo los intereses de las personas van cambiando, esto hace que redes sociales que parecían consolidadas e indestructibles hoy en día están bastante obsoletas (recordar Tuenti).

Para que nos hagamos una idea de la dimensión del fenómeno que estamos comentando, en la plataforma de vídeos por excelencia que es YouTube, los últimos datos arrojados por la compañía señalan que en la actualidad se suben a YouTube más de 100 horas de vídeo cada minuto, es decir, 144.000 horas de vídeo al día, 4.320.000 horas de vídeo mensuales o lo que es lo mismo 180.000 días de vídeo al mes y 6.000 días de vídeo cada día. Y sólo estamos hablando de una única plataforma. En octubre de 2009, YouTube alcanzaba el billón de vídeos visionados en un día; en mayo de 2010 se alcanzó la cifra de 2 billones; un año después, tres billones, y en enero de 2012 se alcanzó la cifra de 4 billones de visualizaciones de vídeos en un día.

En agosto del 2013, por poner algunos ejemplos, en un minuto se mandaban 278.000 tuits en Twitter, en cada segundo se creaban 41.000 post en Facebook, se realizaban 1,8 millones de “me gusta” y se creaban 350 GB de información. En cada minuto se mandaban 204 millones de correos electrónicos, o se creaban 571 nuevas páginas web. Y en la actualidad, en un día, se envían 42.000 millones de mensajes a través del WhatsApp.

Aunque no hay que desdeñar otras aplicaciones similares, que también tiene su público, de entre las que pasamos a comentar algunas de ellas, tales como:

- Telegram, que es una app centrada en la seguridad y la rapidez. Una de las características más destacadas son los “Chats Secretos”, donde se cifran los mensajes y se autodestruyen tras pasar el tiempo que se especifique. También dispone de buena sincronización entre los dispositivos móviles y el ordenador.

- Snapchat, esta app está más destinada al mundo adolescente. La principal característica de esta aplicación, es que los mensajes desaparecen al poco de enviarse, de esta manera no queda rastro de lo malo o bueno que se haya enviado (a no ser que se haga una captura de pantalla).
- Skype es de sobra conocida por todos y la opción más utilizada para las videollamadas, pero también dispone de chat. El servicio funciona muy bien y ofrece la posibilidad de enviar archivos, mensajes de vídeo y contactos. La ventaja sobre el resto es que ya la utiliza la mayoría de usuarios para una función muy relacionada, como es la videollamada.
- Hangouts, una de las razones por la que Hangouts está teniendo éxito, es la espectacular integración y sincronización de Hangouts en todos tus dispositivos, incluido el portátil o sobremesa. Tiene VoIP, o lo que es lo mismo, llamadas a números de teléfono mediante conexión de datos, y la calidad de las llamadas es muy buena. Y además, ofrece vídeochat grupal. Está desarrollada por Google.
- Line, puede convertirse en un buen competidor de WhatsApp, de hecho, le pisa los talones y ya es líder en Japón y Corea donde incluso tiene un parque temático.
- WeChat, es la quinta aplicación más usada del mundo y aunque en España no es muy famosa, en China es la de uso más generalizado. Uno de los puntos a favor es que permite hacer llamadas y videollamadas gratis entre los que usen esta app.
- Viber, está siendo muy popular entre los más jóvenes por permitir hacer llamadas telefónicas gratis desde el móvil. Viber también es una buena opción para chatear con cualquiera que tenga la aplicación.

Las redes sociales, para los jóvenes, se han convertido en su principal modo de relación, de expresión y de identidad (Frutos, Sánchez y Vázquez, 2014). La potenciación de estas redes, ha provocado en los adolescentes que sus hábitos de comunicación y socialización se vean transformados frente a formas convencionales (Martínez, Sendín y García, 2013).

Lluna y Pedreira (2017), plantean, como en algunas circunstancias, los adolescentes no miden los efectos que tiene subir una imagen. A veces, la herramienta se les queda grande y no miden las consecuencias de sus actos. Por eso es importante que tengan claro qué se puede subir y qué no; con quién se puede hablar, y con quién no.... Las redes sociales, si no se utilizan de manera prudente y responsable, conllevan peligros. Una mala utilización de las mismas puede acarrear problemas en el presente y en el futuro. La pregunta es si un muchacho de once e incluso menos años tiene la madurez suficiente para subir fotografías, etc....

Tucci (2009) refiere datos de una encuesta realizada en Italia en 120 adolescentes según los cuales las cosas que insertan en su blog son las siguientes: foto mía o de los amigos (81%), música que me gusta 77%, relato de mis momentos de felicidad 67,8%, mis reflexiones sobre la amistad 63,3%, mis reflexiones sobre el amor 58,9%, relato de mis vacaciones y viajes 56,8%, relato de mis momentos de tristeza 53%, diario cotidiano 52,8%. Mis reflexiones sobre la escuela 34,9%, mis reflexiones sobre el sexo 19, lo que hablo con mi familia 10%, otros: 51,6%.

El 23% de los menores de 11 a 14 años publica habitualmente fotos y/o vídeos en Internet. Otro 33% lo ha hecho en alguna ocasión y un 44% no lo ha hecho nunca. El porcentaje de los que nunca han publicado es mayoritario entre los niños de 11-12 años el 56%, y se reduce hasta el 31,5% en el caso de los de 13-14 años. Al contrario de lo que sucede con los adultos, la utilización de los smartphones para descargar y contestar correos electrónicos no es mayoritaria entre los menores de 11 a 14 años. Sólo el 38% de los niños y adolescentes de 11 a 14 años utiliza el smartphone para enviar o recibir correos electrónicos, (Cánovas et al., 2014).

Los datos indican que casi un 40% de los menores entre 9 y 13 años tiene su propio perfil en una red social, (Guía clínica del ciberacoso 2015). En este mismo estudio se indica que cerca del 40% de los menores españoles consideran que “es más fácil ser ellos mismos en Internet que en persona”. Un porcentaje ligeramente inferior el 37% afirma que para ellos es más fácil hablar con la gente a través de Internet que cara a cara. Un 19% de los menores españoles afirman que se

comunican en Internet con personas que han conocido en Internet y con las que no tienen ninguna conexión más allá de las redes sociales.

El “Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles” (Inteco, 2012), elaborado sobre una muestra de 869 hogares, analiza los hábitos de seguridad en los hogares con menores que utilizan Internet. El estudio confirma un aumento continuado en la concienciación de los progenitores respecto a la supervisión del uso que sus hijos hacen de Internet. Prácticamente la totalidad de los encuestados no permite que el menor realice compras o proporcione datos bancarios (95,2%). También una amplia mayoría vigila y limita el tiempo en que su hijo utiliza Internet (85,1%), además de haber ubicado el ordenador con el que éste accede a la red en un lugar común a la vista de todos (82,9%). El hábito menos seguido por los padres es el de crear una cuenta con permisos limitados para el menor (43,1%). Aun así, su uso aumentó ligeramente respecto a años anteriores. También se observa un aumento continuado en la labor que realizan los padres para concienciar a los menores sobre un uso seguro de Internet. Cada vez son más los padres que se preocupan por las noticias relacionadas con la seguridad de los menores (89%). También se observó una gran preocupación en lo referente a los contactos en línea (77,7%) y en conocer el *nick* y el perfil que usa el menor en chats y redes sociales (70,9%).

3.6.1. Problemas derivados del uso de las redes sociales

Las redes sociales, tienen como es lógico sus aspectos positivos la dimensión constructiva de la red, en el sentido de ser un medio donde también se construyen cosas, donde se generan ideas, donde se da rienda suelta a la creatividad, en donde se pueden favorecer contactos de interés, etc...; pero también está una parte negativa, que cuando nos referimos a adolescentes habrá que considerar para poder conocer y prevenir posibles problemas, tales como la navegación por páginas inadecuadas, los posibles contactos con desconocidos, el uso excesivo y sin control de Internet, etc...y las repercusiones que esto puede tener en la vida de los adolescentes. O la alteración de situaciones o vivencias más cotidianas tales como

que hace unos pocos años, era frecuente ver a los adolescentes en los colegios o en los parques, realizando actividades deportivas, juegos, interactuando entre ellos, o simplemente hablando, haciendo travesuras, o con un balón. Actualmente con frecuencia los podemos ver ensimismados con el móvil, chateando o jugando a través del dispositivo. Los juegos son ahora virtuales. No es infrecuente ver a tres o cuatro adolescentes sentados en un mismo banco, quietos, sin hablarse y cada uno de ellos, ensimismado con su smartphone. No hablan entre ellos. Esta realidad, ha hecho que institutos como el IES Torre Vicens de Lérida haya prohibido estar en el recreo con los móviles. Para tomar esta decisión, los profesores han argumentado que los alumnos, no jugaban, no se relacionaban, estaban aislados, aunque estuvieran juntos, cada uno concentrado en su dispositivo. Los profesores, no quieren que se conviertan en personas pasivas.

Las categorías de riesgos a los que los adolescentes se enfrentan en las redes sociales son básicamente las mismas a las que hacen frente en general en Internet. Resumidos por De Moor et al., (2008). Hay tres categorías diferentes de riesgos.

La primera describe los riesgos de contenido. Un ejemplo típico de contenido provocador que pueden encontrar los adolescentes en las redes sociales son los mensajes de odio. Los adolescentes necesitan igualmente desarrollar habilidades críticas para juzgar la fiabilidad de la información. La información errónea que podría aparecer en las redes puede ser intencionada, por ejemplo, un cotilleo publicado por otros usuarios, o involuntaria.

La segunda categoría de riesgos incluye los riesgos de contacto, que son aquellos que tienen su origen en el hecho de que las redes sociales puedan utilizarse como herramienta para comunicarse y establecer contacto con otro. Además, también se pueden utilizar para solicitar servicios sexuales, como se observa en el proceso de captación de menores (Vanderhoven et al., (2014). Por otra parte, los usuarios se enfrentan a los riesgos de privacidad.

La tercera categoría de riesgos contiene los riesgos comerciales. Estos incluyen el uso indebido de datos personales, incitación al consumo, etc.

Todos estos riesgos constituyen una amenaza, ya que hay estudios que indican que la exposición a los riesgos en línea provoca daños y experiencias negativas en un número importante de casos, (Livingstone et al., 2011)

Los videojuegos, la televisión, etc..., les llevan a un mundo de imágenes en el que todo sucede muy rápido, y que se puede seguir con poco esfuerzo. Acostumbrados a eso, la vida real les aburre y les supone un mayor esfuerzo. Las tareas escolares, la lectura, etc... implican un esfuerzo, mientras que los dispositivos tecnológicos, se lo dan todo fácil y con un ritmo raudo que hace que luego la realidad les pueda resultar aburrida.

En este sentido, no se puede generalizar y no podemos considerar que haya un tipo único de persona que haga un uso excesivo de las TIC. Por ejemplo, en Internet podemos encontrar tanto a la persona que procura comunicarse en un chat como a la que desea aislarse en un juego en solitario. Lo que nos debería llevar a diferenciar los diferentes usos y tecnologías por separado para intentar establecer un tipo o perfil (Lara et al., 2009). Armstrong, Phillips y Saling (2000) encontraron correlaciones entre tener baja autoestima y pasar más horas conectado. Sí parece que ha habido más coincidencia en encontrar correlaciones con una sintomatología ansiosa y depresiva. Así, por ejemplo, nos señalan Lara et al., (2009) que en el trabajo de Gracia, et al., (2002), que fue uno de los estudios más rigurosos realizados en España sobre Internet, detectaron en los usuarios que abusaban de la red mayores niveles de ansiedad y disfunción social que en el resto.

Estas nuevas formas de comunicación basadas principalmente en la exposición pública de la información de las personas, pueden conllevar problemas sobre aspectos personales, sociales, emotivos y afectivos (Almansa et al., 2013). Las propias características de las redes virtuales conllevan que los jóvenes tengan que facilitar informaciones personales, así como relacionarse con todo tipo de personas y puedan realizar una difusión de información tanto personal como de terceros sin ser realmente conscientes de los peligros que puede provocar este hecho (Rodríguez y Magdalena 2016). Para ayudar en este sentido, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y el Ministerio de Industria crearon un decálogo

audiovisual que asesora a los más jóvenes en el uso de las redes a través de la Web www.chaval.es. También puede ser útil la página web para el uso seguro de Internet localizable en esta dirección: www.pantallasamigas.net. El Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil dispone en la Web www.policia.es de información sobre seguridad y la opción de formular denuncias on line. Otras páginas relacionadas son esta temática son: www.familiaprotegida.com, y www.denuncia-online.org. Resulta curioso reflexionar sobre que con lo cuidadosos y celosos que somos, por lo general, de nuestra intimidad en la vida real, lo “exhibicionistas” que podemos ser en las redes sociales.

En realidad, hemos llegado a un punto en que han desaparecido casi todas las barreras físicas y temporales que impedían o dificultaban el acceso por terceros al conocimiento de la vida ajena, la acumulación de esa información y su utilización inmediata, así como su conservación por tiempo ilimitado (Gil Antón 2013:62)

La Confederación Española de Centros Educativos (CECE) realizó el informe “Adolescentes y Social Media: 4 generaciones del nuevo milenio” (2009-2010), en el que participaron 7.000 adolescentes de 50 colegios de España e Italia. En la muestra de España el 25,7% tenían 12 y 13 años, el 35,1 % 14 y 15 años, y el 39,2% 16 o más. Éste estudio, señala que los peligros que encuentran los niños 'online' son los mismos que “offline”. Así explica, “dejar navegar a un menor sin control sería como dejarle pasear solo por la noche por un barrio conflictivo, o por un parque sin vigilancia”. Sin embargo, el control en ambos 'mundos' difiere notablemente.

Según el informe, el 67% de los adolescentes tiene un nivel de supervisión alto por parte de sus padres, en el sentido de que saben qué hacen en su tiempo libre, se interesan por los estudios... Pero cuando se trata de Internet, el 60,4% de los adolescentes no habla con sus padres sobre lo que hace en Internet, el 42,2% no controla el tiempo que sus hijos dedican a ver TV, jugar videojuegos o estar conectados a Internet, el 48,3% no le dan consejos al respecto, el 42% nunca ve los mismos contenidos en televisión y el 73,3% jamás ha jugado con sus hijos a

videojuegos. El estudio revela también que el 42% de los adolescentes dedica más de tres horas diarias a sus perfiles sociales, y que el 72,5% tiene al menos un perfil en redes sociales. No se detectaron diferencias entre días de semana y el fin de semana. Esto confirma la hipótesis de que Facebook, Tuenti, etc. constituyen espacios de vida cotidiana para las nuevas generaciones. Estas cifras chocan con la escasa 'proactividad' que muestran los adolescentes. La mayoría se limita a consumir contenidos, y sólo el 14,1% posee un blog o ha subido vídeos en YouTube, y únicamente el 4,2% ha participado de una campaña social en Internet.

Fenómenos como el ciberbullying, también denominado ciberacoso o acoso escolar en Internet, están viviendo un rebrote y una redefinición. Cuando los implicados son menores, consistiría en una agresión intencional y repetida, por parte de un grupo o un individuo, utilizando recurrentemente formas digitales de contacto social (Internet, telefonía móvil y videojuegos online, principalmente) sobre una víctima, que no puede defenderse por sí sola (León et al., 2012).

La Fundación ANAR, en su informe del 2016, indica:

Las características que definen el bullying como son: la intencionalidad del agresor, el desequilibrio de poder entre agresor y víctima y la reiteración de la violencia a lo largo del tiempo. Pero, además, el ciberbullying lleva intrínsecas preocupantes características como son la posibilidad de realizar el acoso en cualquier momento y desde cualquier lugar y la posibilidad de mantener el anonimato del agresor, lo cual agrava el daño psicológico en la víctima. (Fundación ANAR 2016:17)

Las nuevas tecnologías proporcionan capacidades a menores que nunca antes se hubieran atrevido a coaccionar a nadie si no fuera por una mayor habilidad a la hora de utilizar estos recursos y las falsas apariencias de anonimato en la red (Guía de actuación contra el ciberacoso, 2012)

El ciberacoso es una variación de los tipos convencionales de maltrato: físico, verbal y social-relacional (Polo del Rio et al., 2017). Preocupante resultan datos aportados en el informe ya mencionado de la CECE, sobre que el 27% de los adolescentes utiliza Internet para insultar a amigos o conocidos, y hasta el 19% de

los adolescentes utiliza Internet para amenazar a conocidos. En este contexto de alta propensión al riesgo, el cuestionario utilizado permitió tener datos sobre la incidencia de lo que llamamos “bulismo activo”, esto es, la disposición del adolescente de realizar acciones violentas del tipo de cyberbullying. El desarrollo de las TIC ha generado recientemente este nuevo fenómeno del cyberbullying, que se puede considerar una nueva forma del acoso escolar tradicional (bullying en inglés) que consiste en acosar, intimidar o humillar a un compañero o compañera a través de las redes sociales, e-mail, chat o teléfono móvil de forma reiterada y prolongada en el tiempo, Hinduja y Patchin (2009), lo definen como: “el daño intencional y repetido infligido por parte de un menor o grupo de menores hacia otro menor mediante el uso de medios digitales”.

El ciberacoso es un problema emergente cuya progresión es estadísticamente significativa (Orjuela et al., 2014), tanto cuantitativamente respecto al número total de casos referidos, como cualitativamente. Su forma no deja de evolucionar. Así podemos ver en el informe de la CECE (2010): el 19% ha amenazado a gente conocida, el 32% no dudaría en usar la violencia para proteger lo que considera “sus derechos”, el 27% insultaría a sus compañeros si se les provoca, y el 10% dice de estar dispuesto a gastar bromas humillantes a otras personas. En consecuencia, el proyecto detectó un riesgo medio de acciones de bulismo. Las redes sociales, utilizadas por millones de jóvenes a diario, se convierten en un factor determinante y amplificador de este problema. En la Reunión Anual del 2013 de la Sociedad Americana de Psiquiatría se puso de manifiesto la importancia del acoso escolar y el ciberacoso por el elevado riesgo de depresión y suicidio que supone.

En el ciberacoso no existen lugares donde estar seguros, lo que desarrolla mayor inseguridad en la víctima; el hecho de que el acoso pueda llegar incluso a tu propia casa, provoca sentimientos de indefensión y desprotección. El acoso se hace público y puede ser observado indefinidamente por una mayoría de espectadores (Polo del Rio et al., 2017). Lo más preocupante y la diferencia principal entre el acoso cara a cara y el acoso ejercido a través de Internet, es que en este último está

descrito un mayor riesgo de que la víctima sufra depresión grave y suicidio (Bogart 2014; Rice, 2012; Van Geel et al., 2014).

El acoso escolar es, por tanto, un problema de primer orden, que afecta no sólo a quien lo sufre, sino a todo el entorno social del colegio. Esto es así porque no sólo el agresor y la víctima están afectados. Es un problema que afecta a todo su entorno, todos los estudiantes que apoyan la agresión y los que son simples testigos. Los roles principales que participan en esta conducta son, por lo general, los mismos que en el caso del acoso físico: el acosador, la víctima y los espectadores. Cuando hay un problema de este tipo, hay que posicionar a los jóvenes para dar apoyo a la víctima. En el 2016, se conoció el informe que hace referencia al ciberacoso, realizado por la Fundación ANAR y de él se desprende que ya uno de cada cuatro casos de acoso se hace a través de las nuevas tecnologías.

Los teléfonos y la posibilidad de grabar han abierto una gran brecha entre el acoso escolar tradicional y el ahora conocido como ciberbullying, (Informe ANAR, 2016) Hasta ahora los problemas entre los chicos se localizaban en el colegio, en la calle, en el autobús, etc... en lugares y situaciones concretas. Ahora ya no se puede controlar, el uso de los móviles y de las redes sociales convierte la situación en incontrolable una vez que se ha publicado en las redes. El ciberbullying va más allá del acoso escolar, ya que puede conllevar otro tipo de acciones fuera del ámbito del centro educativo como, por ejemplo, el envío de mensajes ofensivos y amenazas, suplantación de identidad, pirateo de una cuenta personal, difusión de información personal, retoque de fotos y vídeos comprometidos, difusión vía redes sociales de rumores o rankings de rasgos negativos, o no inclusión en los mismos generando una sensación de aislamiento hacia la víctima, (ANAR 2016). Siendo el anonimato una de las señas de identidad de las personas que realizan estas prácticas, se dificulta la persecución de este tipo de delito. De este modo, observamos que existe una correlación entre bullying y ciberbullying, puesto que lo que ocurre a través de los medios digitales forma parte de la realidad cotidiana de los menores y por tanto se da una interrelación muy grande entre ellos. El fenómeno del bullying y del ciberbullying, no es un hecho aislado, sino multifactorial y multicausal.

Parece que toda la dinámica del acoso escolar puede estar cambiando con la utilización de los nuevos dispositivos. Vera (2017), indica que hoy en día, el agresor es un chico popular -con muchos amigos-, inadaptado en cierto modo, pero sigue conservando la cualidad de líder dentro del grupo social. Estos chicos, utilizan la agresión para mantener la hegemonía dentro del grupo: el acoso para consolidar su posición social. Muchas veces esto despista por completo a los padres. Cuando un joven es popular, no se piensa que pueda ser un agresor.

Como ya se ha señalado, tanto el bullying como el ciberbullying, son dos muy graves problemas que preocupan a padres, a educadores y la sociedad en general. parece existir una correlación entre la existencia del bullying y del ciberbullying (en contra de la hipótesis que lo relacionaba con una mayor presencia de Internet). Esto lleva a pensar que el ciberbullying es una nueva forma de un problema previo más que la consecuencia de una nueva tecnología. Permanentemente saltan a los informativos los casos de mayor repercusión, pero hay que reflexionar sobre el hecho de que estos son solamente la “punta del iceberg”. Así hemos podido ver en los últimos meses, como en Palma, una niña fue, pateada e insultada por sus compañeros en el patio de colegio hasta dejarla ingresada unos días en el hospital. En Sevilla, un niño de tan sólo siete años fue víctima de una paliza por parte de compañeros “que le llenaron el cuerpo de puñetazos y patadas. En Murcia, una estudiante de ESO se suicidó después de meses -incluso años- sufriendo acoso escolar. Y en Alicante, un chico, que supuestamente sufría bullying, acuchilló en clase a cinco de sus compañeros. Y así constantemente. Pero no solo las agresiones físicas revisten gravedad, sino que las humillaciones y los malos tratos psicológicos que se propagan por las redes sociales, hacen un daño moral que puede resultar de mayor gravedad que el daño físico. Y además entra en un mundo incontrolable de enorme e imprevisible repercusión, haciendo que el sufrimiento de quien lo padece sea enorme, ya que no puede escapar de esta situación.

Los estudios sobre “Hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres” (INTECO, 2012) indican que las tasas de

incidencia directa de ciberbullying pasivo (ser acosado, insultado o amenazado) es del 5,9% y para el activo (acosar, insultar o amenazar) del 2,9%. En este sentido, las conclusiones del estudio “Riesgos y Seguridad en Internet: Los menores españoles en el contexto europeo” (Garmendia, et al., 2011) coinciden en indicar que el porcentaje es de un 5% cuando se trata de menores que han sufrido ciberacoso escolar. Posteriormente encontramos que un 2,4% de los niños de 11-12 años de edad ha sido víctima de burlas, amenazas o agresiones verbales a través de su terminal móvil, frente a un 8,4% de los de 13-14 años. Es decir, entre los 12 y los 13 años se triplica el porcentaje, Cánovas et al., (2014). Los datos que nos presenta el Informe ANAR (2016), realizado con una muestra de 550 casos de acoso escolar sobre el total de 1.363: 127 de casos de ciberbullying; 402 de otros tipos de acoso escolar; y 21 en los que no se puede saber el tipo de acoso. Los grupos de edad establecidos, eran: niños (hasta 9 años de edad), pre-adolescentes (10-12 años) y adolescentes (13-17 años de edad).

En ese mismo informe, la Fundación, nos señala, que, sobre el total de 1.363 casos analizados en este estudio, el 24% sufre ciberbullying como tipo de acoso principal. Es decir, uno de cada cuatro casos de acoso escolar sufre ciberbullying. Esta cifra aumenta conforme es mayor la edad de las víctimas siendo a partir de los 13 años de edad del 36,5%. Que las mujeres sufren más ciberbullying y especialmente a través del teléfono móvil. Los hombres sufren menos ciberbullying y con más frecuencia a través de ordenadores y tabletas. Las víctimas femeninas tienen más edad que los varones (12,6 años de media frente a 11,5 años). La edad en que comienzan a sufrir el acoso es más elevada: 11,5 años de media frente a 10,5 de los varones. Los acosadores recurren más al aislamiento (23,3%) y las amenazas (21,1%) y menos a los actos físicos fuertes (30,1% frente al 49,6% en varones). En los varones se recurre más a actos físicos fuertes como patadas y golpes (49,6%). Los varones suelen recibir el acoso durante el recreo (37,4%). Las mujeres suelen recibir el acoso más que los varones en el aula (59,7%) y fuera del colegio (23,2%), en este último caso debido a que están más sometidas a ciberbullying. Los varones se enfrentan más a los acosadores (31,4%) y si cambian de colegio también vuelven a soportar el acoso más que las mujeres (88,2%). También, parece que los varones

presentan más problemas de habilidades sociales (18,5%) y diferencias con los profesores (10,8%). En cuanto a las consecuencias del bullying, las mujeres sufren más ansiedad (72,6%) y tristeza (68,7%) que los varones.

La forma más habitual de ciberbullying –casi dos de cada tres casos (62,6%)– son los insultos o palabras ofensivas directas. De forma secundaria, se realizan amenazas (24,3%) o se envían fotos y/o vídeos comprometidos (20,9%).

Analizando el Informe ANAR (2016) podemos ver cómo, en cuanto al género de los acosadores si la víctima es mujer, lo más habitual es que sea acosada por compañeras del mismo género. En cambio, si la víctima es varón, en la gran mayoría de casos los hechos son cometidos también por varones, solos o en grupo. O que el acoso escolar se produce entre sujetos de una edad similar: cerca de los 14 años en ciberbullying y cerca de los 12 en otros tipos de acoso. Por otra parte, alrededor de tres de cada cuatro ocasiones los acosadores actúan en grupo. Los agresores pueden ser tanto chicos como chicas o grupos mixtos, pero el perfil más frecuente es de un varón (40,6%). La situación más frecuente es que los acosadores no fueran amigos/as de la víctima, aunque en ciberbullying son muy numerosos los casos en que sí tenían relación con la víctima anteriormente. En concreto, en un 47,1% de las ocasiones de ciberbullying los acosadores tenían relación de amistad con la víctima, porcentaje que es del 28% entre otros tipos de acoso. La forma más extendida de ciberbullying es por medio del teléfono móvil (90%) enviando WhatsApps (80,9%). El uso de ordenadores y de tabletas es limitado –únicamente en el 20% de los casos– y el uso de las redes sociales se produce en una tercera parte de las ocasiones (36,2%). El teléfono móvil proporciona una gran inmediatez en los actos. Lo tienen a mano en todo momento los usuarios y, en consecuencia, permite utilizarlo en cualquier oportunidad, circunstancia y lugar. Por otra parte, da la posibilidad de enviar mensajes cortos y claros y, también la grabación y el envío de imágenes, fotos y vídeos. Se trata de un dispositivo que posibilita el acoso en cualquier momento. A pesar de que se utiliza un medio telemático, el ciberbullying se produce en la gran mayoría de los casos dentro de las barreras del centro escolar (90,6%) (aula, recreo, cambios de clase, en la entrada, en los lavabos o vestuarios,

comedor o ruta), aunque fuera del colegio continua en prácticamente la mitad de los casos (48,4%). Es importante saber que la victimización tiende a disminuir a medida que los niños crecen, pero algunos niños nunca dejan de sufrir intimidación durante sus años escolares, y que en todo caso repercutirá en el desarrollo de los niños y en su rendimiento escolar (Ladd et al., 2017).

Lejos de la creencia extendida de que los jóvenes que padecen este problema no lo cuentan a nadie, parece que la gran mayoría de los casos son conocidos por terceras personas. Sin embargo, aunque lo sabían, la mayoría de los compañeros no reaccionaron al ciberbullying (85,1%). Aunque tardaron mucho en decírselo a sus padres por miedo a su reacción excesiva, el 81,3% de los casos terminaron contándoselo. El 78,8% de los casos informaron al profesorado de lo sucedido.

Se reseña en el Informe ANAR (2016), en relación con el ciberbullying, que:

En cualquier caso, detrás de estos hechos subyace el mismo deseo de dañar a la víctima con que se realizan otros tipos de bullying, pero en este caso utilizando los medios distintivos del ciberbullying, es decir, las nuevas tecnologías de información y de la comunicación (TIC's). Estas herramientas tienen la particularidad de ser medios "a distancia", no son presenciales, y pueden crear la sensación en el acosador de que son virtuales, inocuos o, incluso, que pueden ser parte de un juego, pero que, contrariamente, causan un daño evidente en las víctimas. (Informe ANAR 2016:54)

Siguiendo la Guía clínica sobre el ciberacoso (2015), puede haber, ataques directos: insultos o amenazas enviadas directamente a la víctima a través de redes sociales, mensajería instantánea y correo electrónico. Robo de contraseñas para el secuestro y cierre de perfiles en redes sociales y otros servicios web, y para el robo de recursos en juegos en línea. Envío de virus informáticos para manipular el ordenador de la víctima. Y otro tipo de ataques, como publicaciones y ataques públicos: rumores, mensajes hirientes, fotos o vídeos humillantes publicados en redes sociales, blogs, foros, o enviados a través de la mensajería instantánea y/o del

correo electrónico, y exclusión de grupos en línea con los que denigrar a la persona implicada. Actuar desde la red y bajo el anonimato, puede tener un “efecto desinhibidor sobre los comportamientos” y también un sentimiento de invencibilidad que favorezca las conductas abusivas.

El acceso veinticuatro horas al día y siete días a la semana a la víctima; esa conectividad permanente y el uso de dispositivos móviles permite a los acosadores acceder a la víctima desde cualquier lugar y a cualquier hora, provocando una invasión de su espacio personal, incluso en el propio hogar. La Red, permite que contenidos dañinos tengan una gran viralidad alcanzando grandes audiencias rápidamente. Una vez publicados, los contenidos compartidos en redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea se hacen incontrolables, imposibilitando a la víctima tener conocimiento acerca de quién lo ha podido ver o quién tiene copias del mismo, (Guía clínica sobre el ciberacoso 2015). Los síntomas del Cyberbullying, así como los niveles de sufrimiento pueden ser distintos, pero en la mayoría de los casos están relacionados principalmente con la salud física, el bienestar emocional y el rendimiento académico (Garaigordobil, 2011).

En dos de cada tres casos la gravedad es considerada “media” (65,3% en cyberbullying y 63,3% en otros tipos). No obstante, existe una proporción considerable de casos de alta gravedad, especialmente en cyberbullying: 30,6% frente al 26,3% de otros tipos. Siendo la reacción de enfrentarse a los acosadores por parte de las víctimas minoritaria (29% en los casos de cyberbullying y 21% en otros tipos). Posiblemente, si las víctimas perciben una falta de apoyo suficiente de su entorno escolar, tampoco se sientan con el respaldo necesario para afrontar las dificultades. De ahí la importancia de los amigos/as, compañeros/as y profesores se impliquen decididamente en el apoyo a las víctimas.

Es relevante que el 84,5% de los menores no se sienta capaz de dar una respuesta ante esta situación. El 15,5% restante ofrece respuestas como cerrar la conexión o salirse de la web o chat, negarse a hacer lo que le piden y pedir ayuda a los padres (sólo un 1,1% de los niños declara esta opción). Sin embargo, cuando se les pregunta a los padres qué creen que haría su hijo ante una incidencia de

seguridad, el 31,1% afirma que recurrirían a ellos como primera opción, (Guía clínica sobre el ciberacoso 2015).

Una variedad de ciberacoso, es el grooming, que se puede definir como: “el ciberacoso ejercido deliberadamente por un adulto para establecer una relación y un control emocional sobre un menor con el fin de preparar el terreno para su abuso sexual” (Guía Legal sobre ciberbullying y grooming, 2009). Afecta aún con mayor intensidad a las víctimas, especialmente causando mayores niveles de ansiedad. Es muy importante que los menores no tengan canales de comunicación exclusivos con adultos en los cuales no participen los padres. Si bien la casuística de este tipo de conductas señala que, en la mayoría de las ocasiones, el grooming no se realiza entre iguales sino entre un adulto y un menor, debe hacerse notar que el sujeto activo del grooming no siempre es un adulto, pudiendo generarse situaciones entre menores (por ejemplo, un menor de 16 años que acose a un menor de 11 años).

Un 9,6% de los niños de 11-12 años de edad ha recibido mensajes o llamadas de adultos desconocidos a través del terminal móvil, frente a un 11,8% de los de 13-14 años. Los porcentajes en este caso son muy similares, (Menores de Edad y Conectividad Móvil en España 2014). Un 2,1% de los padres y un 1,3% de los hijos afirman que los menores han estado expuestos a situaciones que identifican como grooming o acoso sexual, (Guía clínica de ciberacoso 2015)

En cuanto al sexting, el 6% recibe mensajes de contenido sexual de sus amigos. En relación a la pornografía, el 17,1% sostiene que suele consumir ese tipo de material y el 33% piensa que el mismo no tiene ninguna consecuencia en la personalidad. Por ello, Mason (2015) estudia muy de cerca el fenómeno del sexting, que es la práctica por la que los jóvenes envían contenido sexual -fotografías o vídeos- producidas -generalmente- por el propio remitente a otras personas a través de los teléfonos móviles. Nos señala Vera (2017) que son conscientes de las consecuencias que puede tener en el futuro: no llegan a comprender que cualquier contenido subido a la red es público y perpetuo en el tiempo. En la red, eres lo que muestras. Y eso puede tener consecuencias en el presente y en el futuro.

El 0,8% de los niños de 11-12 años de edad ha enviado imágenes suyas en posturas inapropiadas a través de su terminal móvil, frente a un 2,4% de los de 13-14 años.

En total, el 9% de los menores de entre 9 y 16 años en España afirman haber acosado a otros menores (12% de media europea), Guía Clínica del ciberacoso (2015).

El 22% acepta como amigos/as personas con quienes nunca han estado en persona, lo cual puede traducirse en futuros contactos.

La consecuencia más temida y extrema de la violencia contra niños y adolescentes –y, concretamente, del ciberacoso–, es la ideación suicida y/o el suicidio consumado y muerte de la víctima adolescente, así como la violencia juvenil.

PARTE II
ESTUDIO EMPÍRICO

PARTE II. ESTUDIO EMPÍRICO

INTRODUCCIÓN A LA PARTE EMPÍRICA

En este capítulo se va a presentar el trabajo de campo llevado a cabo. Se expondrán, los objetivos, las hipótesis que subyacen a estos, la metodología para la obtención de la muestra con la que se ha trabajado, las variables y técnicas de medición, el tipo y diseño del trabajo, a la vez que el procedimiento y el tratamiento de los datos obtenidos.

Una parte importante de esta tesis, es que, para el estudio empírico, se consideró fundamental el hecho de que cuando se realiza una investigación de este tipo, hay una serie de indicadores demográficos, sociales, culturales, económicos, etc...y no solo educativos que dan sentido a la conveniencia de una selección de Áreas Educativas. Desde nuestro punto de vista, las investigaciones en el ámbito educativo, deberían hacerse no sólo desde una perspectiva sectorial (alumnos, centros, niveles y/o modalidades, profesorado) sino multilateral conociendo las dimensiones territoriales, demográfica, culturales, socio-profesionales y económicas que subyacen en el proceso educativo y en el contexto territorial en el que se ubican los centros. En nuestro caso, las Áreas fueron determinadas a partir del Mapa Escolar de Cantabria (Requés 1999), que es el estudio más completo y riguroso realizado en la Comunidad Autónoma de Cantabria sobre este tema. De este modo, se pueden obtener unos datos que permitan la generalización de los resultados para la Comunidad Autónoma.

CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODO

En este capítulo se van a presentar los objetivos de la realización de la investigación, las hipótesis que subyacen a estos, la muestra con la que hemos trabajado, las variables y técnicas de medición, el tipo y diseño del experimento, a la vez que el procedimiento y el tratamiento de los datos obtenidos.

4.1. PLANTEAMIENTO

Se diseñó un estudio dirigido a los alumnos de los cuatro cursos de la ESO y de 1º de Bachillerato, tanto de centros públicos como concertados y privados de la Comunidad Autónoma de Cantabria, durante el curso escolar 2012-2013. La opción de 2º de Bachillerato se desechó después de habernos entrevistado con una serie de profesores y algún director de IES, quienes nos comentaron, que tanto los alumnos de este curso como sus familias, al ser este el año en el que tienen que realizar la prueba de acceso a la universidad, son especialmente sensibles a que tengan algún tipo de actividad extracurricular como la planteada. Incluso en algún centro, parece que existía alguna referencia concreta del Consejo Escolar en este sentido. Estas reflexiones e informaciones fueron las que nos decidieron a realizar la investigación en los cursos reseñados.

Consideramos importante, que la sociedad conozca la utilización que hacen los adolescentes de las TIC y pueda adoptar un papel activo en la educación sobre el uso de estas tecnologías, así como conocer mejor los efectos tanto beneficiosos como perjudiciales que pueden presentar. Eso es lo que queríamos evaluar en esta investigación. Una evaluación rigurosa es la base sobre la que se asienta un conocimiento preciso del problema suscitado.

¿Cuáles son los hábitos de uso que tienen los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y 1º de Bachillerato de Cantabria en relación con las tecnologías de la información y la comunicación?

Hay tres condiciones básicas para llevar a cabo una evaluación exitosa: la primera, que los profesionales que la realizan tengan la formación adecuada, la segunda, que los instrumentos de medida utilizados posean unas buenas propiedades, y la tercera, que el uso que se haga de esos instrumentos sea el adecuado, Muñiz (2017). Si falla cualquiera de esos tres factores tendremos una evaluación deficiente, Por ello, hemos cuidado mucho todos estos aspectos. En nuestro caso, fuimos cuidadosos con los tres requisitos reseñados.

Se zonificó Cantabria. en siete Áreas Educativas y se determinaron tanto el número y tipo de centros necesario en cada una de las Áreas Educativas, así como, el número de aulas y de alumnos. El procedimiento de selección de la muestra ha seguido dos fases: en una primera fase, se ha realizado muestreo por estratos, y en una segunda, un muestreo por conglomerados.

Tras un estudio piloto, se elaboró una encuesta, de tipo: muestral, descriptiva y explicativa, y transversal. Se aplicó a una muestra de 2371 estudiantes. La metodología empleada, fue una modalidad de investigación cuantitativa sin intervención, transversal, empírica y no experimental.

4.2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

La investigación realizada tiene como **objetivos generales**:

- 1.- Conocer y analizar las prácticas de uso habituales de los alumnos de la ESO y de 1º de Bachillerato de la C.A. de Cantabria en relación con las TIC.
- 2.- Realizar un diseño en el que la muestra represente adecuadamente a la población de la que se obtiene, lo que permitirá poder generalizar los resultados obtenidos a la población de Cantabria de características similares a la de los alumnos de la muestra.

Los **objetivos específicos** serían:

1. Analizar el consumo que hacen de las TIC, a través del cual se configuran patrones de estilos de vida de los adolescentes.

2. Conocer el uso que los alumnos hacen de las TIC en relación con diferentes dispositivos y categorías sociodemográficas.
3. Conocer el equipamiento en tecnologías de la información y la comunicación de los hogares de los alumnos (televisión, telefonía fija y móvil, equipamiento informático, etc.), y todo ello, en la diferente zonificación de áreas educativas determinadas en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
4. Obtener información de las diferencias que pueda haber en el uso de las TIC por géneros.
- 5.- Conocer si hay diferencias en el uso de las TIC por tipos de centros educativos
- 6.- Obtener información de las diferencias que pueda haber en el uso de las TIC por zonas sociodemográficas.
- 7.- Conocer si hay relación entre los hábitos de uso de las TIC y el rendimiento académico.
- 8.- Servir de base para un mayor y mejor conocimiento de la influencia de lo que se ha denominado Sociedad de la Información en la vida de estos adolescentes.

Siguiendo los objetivos previamente establecidos, se plantearon en la investigación, las **hipótesis** las siguientes:

- 1.- Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su consumo afectan cada vez más las formas de vida cotidiana, de ocio y la educación de la actual generación de adolescentes.
- 2.- Existen diferencias de género en los hábitos de uso y abuso de las TIC en los adolescentes.
- 3.- No existen diferencias estadísticamente significativas en los hábitos de utilización de las TIC entre los alumnos de centros públicos y los de centros concertados y privados.

4.- Existen diferencias en algunos aspectos de utilización de las TIC entre los alumnos dependiendo de la zona en la que vivan, pero no en otros.

5.- Los hábitos de uso de las TIC tienen relación con el rendimiento académico.

6.- El número de adolescentes que tiene un uso excesivo de las TIC puede considerarse minoritario.

4.3. METODO

Con el fin de comprobar las hipótesis se ha seguido un enfoque cuantitativo, en este estudio. Por una parte, se realizó un análisis descriptivo, en el sentido de que estamos indagando sobre opiniones, intereses, actitudes, conductas etc...; preguntando a los propios sujetos, con el fin de lograr un conocimiento, lo más completo posible, sobre el problema investigado. Por otra parte, es un estudio que intenta conocer y analizar las relaciones existentes entre distintas variables por lo que se realizaron los correspondientes contrastes estadísticos. El objetivo fundamental de este tipo de estudios radica en descubrir el conjunto de relaciones que se manifiestan entre las variables que intervienen en un determinado fenómeno. Lo que se busca es el grado de relación entre unas series de datos y el nivel de significación de los mismos.

Una de las ventajas de la utilización de este método, es que se puede trabajar con muestras amplias y diversas. Otra de sus virtudes es que se puede obtener gran cantidad de información en un periodo relativamente corto de tiempo.

En la actualidad se hace necesario el conocimiento preciso de los temas que afectan a la vida diaria de las personas. Por ello, las encuestas, al constituir un sistema de obtención de información de grupos determinados de sujetos se han constituido como instrumentos muy útiles para la investigación. Y esa ha sido nuestra opción. La elaboración de una encuesta y su posterior aplicación.

En el mundo educativo, la investigación mediante encuestas es un instrumento muy adecuado para desarrollar el conocimiento de la conducta humana y de los procesos educativos, así como para tomar decisiones, al permitir el análisis de la realidad sin intervenir a priori en la misma, dado que las encuestas se fundamentan en la obtención de información sobre la realidad, tal y como se presenta en un momento determinado, y en el análisis de las relaciones entre al multitud de variables que configuran la actuación humana (Gil y Martínez 2001).

A través de las encuestas se puede recopilar información de un grupo de personas sobre aspectos que resultan difícilmente observables de manera directa por el investigador. La información se recopila mediante un conjunto de preguntas limitado que intenta cubrir las necesidades de información del investigador.

La utilización de la metodología de encuestas resulta adecuada cuando el fin primordial de una investigación es el estudio de las características de una población y de las relaciones entre dichas características, dado que su propiedad fundamental es su capacidad para generalizar los resultados obtenidos con una muestra de la población a la población en su conjunto (Gil y Martínez 2001). La medición a través de las encuestas está sujeta a error. La principal fuente de error de medida total de una encuesta es, el error introducido por el hecho de analizar una muestra y no la población completa (error de muestreo). Con el fin de minimizar este posible error en la discrepancia entre los resultados obtenidos en la muestra y los parámetros reales de la población, se ha realizado un riguroso diseño para la obtención de la muestra.

Al tomar la decisión de realizar una encuesta en el mundo educativo, hay que considerar el hecho, de que además de servir para obtener la información requerida, el instrumento constituye en sí mismo un mensaje que se transmite a los encuestados. Los contenidos de los cuestionarios y pruebas, constituyen mensajes en sí mismos que deben de ser tenidos en cuenta a la hora de del diseño de la encuesta.

La encuesta en nuestra investigación estaba orientada a la descripción de una serie de características de la población en relación con el uso y abuso de la utilización de las TIC, por parte de los alumnos de la ESO y de 1º de Bachillerato, así como al conocimiento de una serie de aspectos básicos relacionados con su vida diaria, sus estudios, sus sentimientos, etc....

De la encuesta elaborada, se realizó una versión online, además de soporte en papel. La gran fuerza motriz que está impulsando el cambio de la evaluación psicológica de cara al futuro son las nuevas tecnologías de la información, y en especial los avances informáticos, multimedia e Internet. Las nuevas tecnologías están cambiando la forma en la que llevamos a cabo las evaluaciones, Muñiz (2017). Y en nuestro caso, con la gran cantidad de datos manejados, esta versión informatizada fue muy importante. La versión en papel, se utilizó únicamente en casos excepcionales. Con la versión online, los datos podían ser exportados a una plantilla de SPSS versión 19.0 para llevar a cabo el tratamiento pertinente. En el caso de las opciones realizadas en soporte papel, estos datos se incluyeron manualmente.

4.3.1. Instrumento de medida

Hemos considerado que la metodología de encuestas era la más idónea para el logro de los objetivos planteados, por lo que fue el instrumento utilizado. La encuesta un instrumento muy adecuado para desarrollar el conocimiento de la conducta y los procesos educativos, así como para el estudio aplicado a las características de una población. Gil y Martínez (2001), plantean que podemos encontrar varios tipos de encuestas:

- **Censales**, que consisten en la obtención de datos de todos los miembros de una población.
- **Muestrales**, en las que se encuesta a una parte de la población representativa de la misma.

- **Descriptivas**, que se basan en obtener una información en términos estadísticos descriptivos.
- **Analíticas**, consisten en las relaciones entre las variables que afectan en diverso grado a los elementos de una población.
- **Transversales**, tratan de una única recogida de información de una población definida y los resultados pueden ser generalizables.
- **Longitudinales**, analizan los procesos de cambio y de desarrollo. En ellas el paso del tiempo es un factor fundamental.

Siguiendo a Gil y Martínez (2001), nuestra encuesta se puede considerar como:

Muestral	Se ha encuestado a una muestra representativa de alumnos de la ESO y de 1º de Bachillerato de toda la Comunidad Autónoma de Cantabria (previamente zonificada), contemplando tanto a la enseñanza pública como de la concertada.
Descriptiva y explicativa	Se aportan los resultados en términos de estadísticos descriptivos y se pone de manifiesto la relación entre las variables objeto de estudio.
Transversal	Se ha recogido la información en un momento concreto, en una única sesión.

Gutiérrez et al., (en prensa) señala que podemos diferenciar varias fases en una encuesta:

- La principal es el **diseño de la encuesta** que es el elemento crítico de la validez. Hay que tener en cuenta los distintos factores que condicionan la selección del sistema para recoger datos fiables y los costos de los instrumentos de encuesta. Una función del diseño es la prueba piloto, que es la aplicación previa a menor escala de todos los procedimientos que se utilizan en la encuesta final y que sirve para probar el sistema de muestreo.

- Otra fase de la encuesta es la *obtención de datos*, que es la administración de encuestas que se produce en las mismas condiciones para todos los sujetos.
- La última etapa es la *explotación de la encuesta* referida al análisis de datos y a la presentación de los resultados.

En nuestro caso, se han cumplido estas tres fases.

4.3.1.1. Diseño de la encuesta

Los distintos sistemas de recopilación de datos implican diferentes grados de interacción entre el encuestador y el encuestado. Habitualmente se ha distinguido entre las entrevistas y los cuestionarios como los dos métodos básicos de recopilación de la información (Gil y Martínez 2001). Un cuestionario es un instrumento de recopilación de la información compuesto por un conjunto limitado de preguntas mediante el cual un sujeto proporciona información sobre sí mismo y/o su entorno, diseñado con el objeto de cubrir las necesidades del investigador. Cuando la recogida de la información es colectiva habitualmente se utiliza la técnica del cuestionario. En el mundo educativo la administración colectiva suele ser la más frecuente.

Cuando se diseña un cuestionario nuevo, es básico partir de los objetivos de la investigación, tanto en lo que respecta a lo que se pretende medir, como a la población diana de personas a las que va a ir dirigido el cuestionario.

El origen de los ítems puede ser variado. Al menos hay dos posibilidades que conviene tener presente. La primera, consiste en acudir a publicaciones que aborden ésta u otra temática relacionada con los aspectos trabajados en la investigación, así como, el conocimiento de cuestionarios ya construidos que persigan el mismo objetivo, o un objetivo muy parecido, al de la investigación. La segunda, depende del conocimiento y la creatividad del investigador responsable de construir la escala (Lévy y Varela 2003). Por otra parte, habrá que contar con el

juicio y criterio de expertos; así como, con las consideraciones, opiniones y comentarios de algunos alumnos de la población diana.

Por ello, para la confección de la encuesta se tuvieron en cuenta, tanto las revisiones bibliográficas expuestas en esta tesis, como la opinión de personas expertas con un conocimiento contrastado sobre la temática a medir, así como, las aportaciones de algunos alumnos de la población diana. Se consideraron, a su vez, las características propias de las personas a las que iba dirigida, tales como el nivel educativo, las características propias del grupo, etc.... Ya que, esto influye directamente en aspectos relacionados con los ítems, tales como el contenido, la redacción, etc... En la fase siguiente, se generaron las áreas racionales a considerar y se elaborarán los ítems que se consideraron útiles para el objetivo que persigue la encuesta. De este modo, se elaboró un primer cuestionario piloto del que se fueron haciendo paulatinamente en una serie de aplicaciones y ajustes.

Se crearon una amplia serie de ítems en base a los criterios anteriormente expuestos, pero también se han aprovechado ítems de otros cuestionarios ya existentes utilizando parte de sus ítems que han sido incluidos en el nuestro. Así, se tomaron algunas preguntas de la encuesta de Lara et al., (2009) e incluso se incluyeron dos cuestionarios breves, en su totalidad (debidamente acotados) como el test d'Orman (1996) y el de Young (1998), ya que se adecuaban perfectamente a los objetivos planteados. También se buscaron ideas nuevas para la elaboración de ítems en las consideraciones y las opiniones de expertos. Con todo ello, se elaboró una primera encuesta piloto.

Con esta primera encuesta piloto, se volvió a recabar, la opinión de personas expertas con un conocimiento contrastado sobre los aspectos a medir, consultándose inicialmente en esta fase previa con nueve profesores de educación secundaria y un médico pediatra conocedor de estos temas (dos directores de IES, un orientador y seis profesores –de informática, matemáticas, tutores-, y un médico pediatra). Para considerar la opinión de los expertos, se les hizo llegar al grupo de nueve expertos una propuesta de cuestionario con las siguientes indicaciones:

El cuestionario que se presenta a continuación es parte de un trabajo de investigación acerca del impacto que está teniendo el uso de las TIC en la vida de los alumnos de la ESO y de 1º de Bachillerato. Hemos elaborado estos ítems sabiendo que hay que formular preguntas claves sobre este tema, y hacerlo a la vez de un modo que puedan realizarse con posterioridad análisis estadísticos pertinentes. Por ello, es preciso reflexionar sobre la mayor o menor validez de las cuestiones planteadas.

En este proceso de validación nos ayudaría mucho conocer su opinión respecto a tres aspectos importantes de la validez de los ítems: la **pertinencia**, la **claridad**, y la **relevancia**. Estas tres dimensiones las entendemos de la siguiente manera:

Los ítems están agrupados por áreas racionales y conceptos relacionados con las TIC y aspectos que se consideran importantes de la vida de la población diana.

No se trata de que responda a las preguntas de los ítems. Lo que queremos saber es si usted considera que los ítems son válidos para identificar lo que se pretende medir. Para ello cada uno de estos aspectos puede valorarlos con una pequeña escala que va de: 1 (mínimo) a 5 (máximo) señalando el grado de pertinencia, relevancia y claridad de cada ítem del cuestionario.

- **Pertinencia:** si el ítem es adecuado en relación al tema objeto de estudio en el cuestionario.
- **Relevancia:** si el ítem es importante con respecto al tema objeto de estudio en el cuestionario.
- **Claridad:** si se comprende el ítem conforme está planteado y redactado.

Concluido cada grupo de elementos tiene un espacio para incluir alguna observación, si lo considera oportuno”.

Al final de todo este proceso se elaboró una primera encuesta, y se procedió a su implementación informática.

En los trabajos de este tipo, suele ser un requisito imprescindible realizar una prueba piloto que consiste en la aplicación previa a menor escala de todos los procedimientos que se utilizarán en la encuesta final a unas muestras de características similares a las de la población diana, pero siendo alumnos diferentes a los que posteriormente entraron a formar parte de la investigación Guillén (2014). La muestra para el estudio piloto, no fue seleccionada de manera representativa, sino incidental participando voluntariamente para esta prueba el IES “Marqués de Santillana” de Torrelavega. La prueba piloto, nos permitió probar todo el sistema, así como estimar las probables tasas de respuesta, calcular el grado de cooperación de los encuestados, detectar posibles dificultades en el procedimiento de aplicación del cuestionario, así como las dificultades que se podían presentar en la aplicación web, comprobar la adecuación de las preguntas, y sus opciones, ver si los modos de respuesta se ajustan a los encuestados, así como realizar un ensayo sobre los procedimientos de codificación de las respuestas y los procedimientos de tratamiento y análisis de datos. También nos permitió calcular los ajustes de los tiempos para los diferentes cursos. La prueba piloto, nos permitió una revisión y modificación del cuestionario y nos ayudó a establecer los adecuados procedimientos organizativos de la investigación. En la selección para la prueba piloto, nos aseguramos que en la muestra estuviera representada la variabilidad máxima de los sujetos a encuestar.

Con este proceso, se pretendía asegurar la representatividad de los ítems en relación con lo que se pretende medir. La selección y disposición definitiva de las preguntas, se realizó corrigiéndose algunas preguntas que presentaban dificultades de comprensión e introduciéndose diferentes aspectos y cuestiones que no estaban presentes en el original. A partir de ahí, se confeccionó la encuesta definitiva, que se plasmó en un soporte online, en la dirección web: www.edutics.org. Se mantuvo a su vez, una versión en soporte papel para que pudiera ser utilizada en casos excepcionales, tales como dificultades bien, con la conexión a Internet, o bien, con

el número de ordenadores operativos; o porque el aula de informática no permitía trabajar con grupos completos de la ESO o 1º de Bachillerato. En estos casos, se utilizó la administración directa en papel, en donde cada sujeto del grupo anotaba por sí mismo sus respuestas. La opción de la versión online de la encuesta, era la prioritaria, ya que permitía evitar posibles situaciones anómalas en la aplicación e incorporar las respuestas directamente a una base de datos, por ello se optó por este método en la práctica totalidad de los casos.

Se prestó una especial atención a la apariencia del cuestionario, con el fin de que resultara adecuado para motivar a los alumnos a contestar todos los ítems y facilitar que lo hicieran de forma sencilla y sincera. Para ello, se elaboró un instrumento que necesitaba de unas instrucciones mínimas y que las formas de responder a los ítems resultaran familiares para la población a la que iba dirigido (véase Anexo II).

Otra cuestión a considerar fue el orden de presentación de los ítems. No resulta fácil prever en qué medida la respuesta a un ítem puede depender de las respuestas a ítems previos. Todas estas consideraciones se tuvieron en cuenta tanto en la distribución de las áreas racionales contempladas en el cuestionario como en su posterior ubicación dentro del mismo.

4.3.1.2. Planificación del sistema de la obtención de datos

En la planificación del proceso para la recogida de los datos, se prepararon de antemano las diferentes estrategias a seguir, desde el contacto inicial con los directores de los centros, con el fin de explicarles la relevancia del proyecto y solicitar su colaboración, el mail que se les remitía a raíz de esta primera conversación, en el que se explicaba con más en detalle, los objetivos, argumentos y características de la investigación (adjuntándose, a su vez, un ejemplar del cuestionario), así como la dirección web del cuestionario online; quedando a su disposición para la oportuna ampliación de la información, si así lo consideraban oportuno en el centro. La propuesta contenida en este mail era la que servía al director para plantearlo en el equipo directivo y/o en las diferentes Comisiones y

Órganos de Gobierno del centro que considerase conveniente. Los directores estimaron que dada la naturaleza de la encuesta, no haría falta ninguna otra autorización más allá de las comisiones y los órganos colegiados de los centros, al ser una investigación que no provoca perjuicio o daño. Se garantizó la confidencialidad de los datos obtenidos y su utilización exclusiva para fines de investigación.

En un segundo contacto, se concretaban los procedimientos de colaboración del centro y, en su caso, las fechas y horarios posibles para la aplicación de los cuestionarios a los diferentes grupos.

La cumplimentación de la encuesta se llevaba a cabo en el aula de informática y era realizada por la investigadora. Se procuró, que la administración de la prueba se produjera en las condiciones más similares para todos los grupos y sujetos, y así evitar los sesgos que se pudieran producir. La doctoranda actuó como supervisora y persona responsable de la aplicación de los cuestionarios. Si bien, en algunos casos excepcionales, fueron, profesores del Departamento de Orientación, o bien, profesores tutores quienes se encargaron de la recogida de la información, previamente instruidos por la doctoranda sobre el modo de actuación a fin de facilitarles las orientaciones adecuadas o un entrenamiento previo, tanto, para la motivación al alumnado con el fin de que entendieran la importancia que tenía la realización de la encuesta y lo hicieran con interés, aspecto este que nos pareció crucial y al que dedicábamos los minutos iniciales de cada sesión antes de que los alumnos comenzaran a responder; como, para poder resolver cualquier duda que pudieran llegar a tener, en relación a las preguntas y, mantener un criterio uniforme en la aplicación de la encuesta, así como, del seguimiento de la información recogida. Para estos casos, y para asegurar la validez y comparabilidad de los datos obtenidos, se establecieron unas normas mínimas de aplicación estándar a las que se deberían ajustar todos los encuestadores, así como establecer sistemas de control de calidad de la administración y de los datos recogidos.

Se puso especial cuidado en velar por la precisión y calidad de los datos recopilados, anulando aquellos cuestionarios que no habían sido cumplimentados

con el suficiente rigor. La única compensación que se ofrecía a los centros era la información sobre sus propios resultados una vez analizados los mismos. Todos los datos eran recogidos en una única sesión. Los instrumentos se completaron con una duración de entre 35 y 45 minutos.

La recogida de los datos se realizó entre los meses de enero y junio del 2013. La respuesta de los cuestionarios era individual por parte de los alumnos, si bien la información se recogía en sesiones conjuntas con todos los alumnos de una misma clase.

Durante el proceso de planificación, así como durante todo el periodo de recogida de los datos, hubo que prestar especial atención a organizar, dirigir y controlar todo el proceso de aplicación de los cuestionarios, con el fin de conseguir que fueran participando los colectivos que componían las muestras representativas de las diferentes Áreas Educativas de la Comunidad Autónoma.

4.3.1.3. Características técnicas del instrumento de medida

Las características de los instrumentos de medida se refieren a la fiabilidad y a la validez.

Respecto de la fiabilidad, consideramos que nuestra encuesta es uno de los casos en los que no es procedente su estudio por dos motivos. En primer lugar, siguiendo a Pérez Juste et al (2009), entendemos por fiabilidad “la precisión, de tal forma que decimos que un instrumento es fiable cuando mide algo con precisión, independientemente de lo que está midiendo”, los aspectos medidos por nuestra encuesta se refieren a datos cuantitativos: horas, dispositivos, medios, aplicaciones, etc..., todos ellos directamente observables por los encuestados, con lo que siguiendo a Gutiérrez y García (2002), no tiene sentido, plantearnos la fiabilidad como estabilidad. Si pasamos el instrumento dentro de un tiempo las respuestas habrán cambiado por los cambios de uso de las nuevas tecnologías por el alumnado, no por errores en la construcción de la encuesta. Finalmente, la fiabilidad como consistencia interna tampoco tiene sentido, puesto que los apartados de que consta la encuesta son

totalmente independientes unos de otros. Como consecuencia de lo anterior, no disponemos de una alternativa estadística que nos permita hallar este dato de la fiabilidad.

En el caso de la validez, dado que medimos el uso de los medios tecnológicos por los adolescentes, horas, tipos de uso, etc., no hay un constructo subyacente sobre el que interese saber si le mide realmente el instrumento. Por ello, el tipo que mejor encaja en este caso es la validez aparente o didáctica:

“se refiere a la serie de aspectos externos de la prueba. Por lo tanto, aborda la validez superficial, pero sin entrar en disquisiciones profundas sobre lo que se está midiendo ... quizá no ofrezca información relevante sobre el ajuste del instrumento al objeto de medida, pero contribuye a mejorar aquellos aspectos externos, cuya influencia puede ser relevante para alcanzar una mayor participación y que las respuestas sean válidas”. (Pérez Juste et al., 2009: 166).

Consideramos que nuestra encuesta posee una alta validez didáctica, toda vez que cumple con los siguientes aspectos:

- Formato que les resultaba atractivo a los adolescentes. Ya de por sí, el mero hecho de responder a través del ordenador, les resultaba motivador e interesante.
- Lenguaje adecuado para su edad.
- Instrucciones iniciales motivadoras y fácilmente comprensibles.
- La longitud de la encuesta era apropiada. Después de algunas pruebas y otras tantas consultas se optó por la opción propuesta que tenía una duración entre los 35 y los 45 minutos.

En las pruebas piloto realizadas, se analizaron todos estos aspectos con el fin de conseguir un formato que les resultara atractivo a los adolescentes. La encuesta puede verse en el Anexo II.

4.3.2. Descripción de Variables

Las variables que hemos medido las dividimos en dos grupos: las que hemos empleado para cruzar los datos sobre el empleo de cada nueva tecnología por el alumnado, y las derivadas del uso de cada tecnología.

Se han utilizado 31 variables generales. Estas variables se cruzaron para hacer contrastes de significación estadística con otras 203 variables más específicas con lo que saldrían 6293 resultados.

Se cruzaron los 31 generales con:

15 variables de TV

73 de ordenadores

13 de videojuegos

4 de música

23 del teléfono Móvil y/o fijo

65 de uso de medios en general

10 de aspectos sobre Personalidad y otros

4.3.2.1. *Variables generales empleadas para contraste de datos*

Todas las denominadas variables generales, serían consideradas como las variables independientes y como variables dependientes del estudio tenemos las que hemos llamado variables específicas.

Pasamos a comentar a continuación, las variables independientes:

Tipo de centro de estudios (nombre del centro y si es público y/o concertado)

Zona geográfica (Áreas Educativas)

Estudios que estás realizando (los cuatro cursos de la ESO y 1º de Bachillerato)

Itinerario

Sexo

Personas con las que convive

Vive con padre

Vive con madre

Vive con hermanos

Vive con abuelos

Vive con otros

Ha repetido Cursos

Calificación media último curso

Actividades extraescolares

Extraescolares idiomas

Extraescolares deportes

Extraescolares bailes

Extraescolar música

Extraescolar voluntariado

Extraescolares pintura o arte

Extraescolar teatro

Extraescolares clases particulares

Tiempo libre.

Tiempo libre deportes

Tiempo libre bares, cafeterías

Tiempo libre estar con amigos

Tiempo libre ciber

Tiempo libre pasear

Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts

Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc

Tiempo libre otros

Tiempo libre Internet

Dinero gastado a la semana detallar apartados

4.3.2.2. Variables específicas empleadas para contraste de datos

A continuación, se plantean las variables dependientes:

- 15 variables sobre la TV (número de televisores en el hogar, número de horas que dedica a ver TV -entre semana y fines de semana-, programas que suele ver, etc...).
- 73 variables relacionadas con los ordenadores (número de ordenadores, tablets, etc...que hay en el hogar, ¿Para qué usas el ordenador? (número aproximado de horas a la semana -entre semana y fines de semana-, si tiene conexión a Internet o no, redes sociales en las que tiene abierto perfil, uso que hace de las mismas, ¿cuánto tiempo dedicas a las redes sociales en comparación con el resto de Internet?, ¿alguna vez alguien ha tratado de presionarte o ridiculizarte utilizando para ello las redes sociales?, alguna vez has utilizado las redes sociales para molestar a alguien o has difundido falsos testimonios sobre alguien utilizando estos medios?, alguna vez alguien te molestará por Internet y necesitaras ayuda. ¿a quién recurrirías?, qué páginas de Internet sueles visitar?, etc...).

- 13 variables sobre los videojuegos (¿si tiene videoconsola en casa y de qué tipo, qué usos realizas de tu videoconsola, cuántas horas a la semana dedicas a los videojuegos, qué juegos te han parecido los mejores de los que has usado?, etc...).
- 4 variables relacionadas con la música (¿qué aparatos de música usas normalmente?, número aproximado de horas a la semana, etc...).
- 23 variables relacionadas con del teléfono móvil y/o fijo (¿tienes teléfono móvil?, ¿es un smartphone?, ¿qué uso haces del teléfono móvil?, si tienes teléfono móvil: ¿cuándo lo sueles desconectar?, ¿cuánto dinero te gastas al mes en teléfono móvil? (¿aproximadamente, y por término medio, cuántas llamadas, mensajes, “perdidas” y mensajes WhatsApp recibes aproximadamente en una semana, alguna vez alguien ha tratado de presionarte o ridiculizarte utilizando imágenes tuyas obtenidas a través del móvil?, etc...).
- 65 variables de uso de medios en general (preferencias personales de tecnologías y de dispositivos, de qué aplicaciones o dispositivos le costaría más y/o menos desprenderse, ¿cuánto de enganchado estas a estos medios?, particularidades del uso de cada uno de ellos -teléfono móvil, Internet, videojuegos-, etc...).
- Finalmente se recogen en la encuesta 10 de aspectos relacionados con la personalidad y otros, (tales como si se lleva bien con su familia, si a menudo se siente solo, si se considera una persona feliz, si culpa a los demás de sus problemas, etc...)

4.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño será el que indique al investigador los pasos que debe de seguir, para lograr sus objetivos, corroborar sus hipótesis o responder a los interrogantes que despertaron el interés por la investigación en concreto, es decir, el modo según el cual se va a conocer la problemática en su contexto junto con el procedimiento de análisis e interpretación de datos pertinentes.

La metodología empleada, en nuestro caso, fue una modalidad de investigación cuantitativa sin intervención, transversal, empírica y no experimental, es decir examinando o evaluando la relación entre las variables en su contexto original, pero sin manipular directamente las condiciones del estudio.

4.4.1. Características del diseño

Siguiendo a Atos, López, y Benavente (2013), hemos utilizado para analizar los datos dos tipos de diseño:

- **Estudio descriptivo**. Se presentan los datos obtenidos en todas las variables recogidas.
- **Estudio ex post facto**. Se realizaron contrastes no paramétricos entre las variables empleadas para cruzar datos y las incluidas en cada nueva tecnología. Este tipo de estudio es denominado por Atos, López, y Benavente (2013) “estudio retrospectivo”. Los autores mencionados señalan que estos diseños “son particularmente útiles para estudiar la asociación entre variables que no ocurren frecuentemente o son difíciles de predecir”.

Se trata de un estudio empírico porque nos basamos en el contraste de unas hipótesis a través de la recogida de datos para dar respuesta a los interrogantes planteados.

4.4.2. Selección de la muestra

La representatividad es la cualidad central de una muestra. Decidir las características de la muestra, así como, cuál es el mejor tamaño de la misma, es una de las preocupaciones principales relativas al muestreo. Por ello, los requisitos necesarios para la obtención de la muestra, fueron trabajados con sumo cuidado y detalle. El muestreo (proceso mediante el que se obtiene una muestra) requiere un riguroso planteamiento técnico. Si se considera que una muestra de “algo”, es un trozo de ese “algo”, aparentemente no debería ser muy complejo obtener una muestra. Ahora bien, en una investigación como la que aquí se plantea, los buenos

muestreos no son cosa fácil ni inmediata. Un buen muestreo depende de los objetivos de la investigación, de las características de lo que se pretende medir, de cómo se distribuye la población diana, de los recursos disponibles, etc...

Hay muchos tipos de investigación en los que no es posible trabajar con toda la población por lo que se aconseja abordar muestras representativas de esa población. En nuestra investigación era necesario hacer un muestreo, pero cualquier muestra no valía. Tendríamos que obtener una buena muestra. Una muestra que trabajar con ella, nos permitiera llegar a las mismas conclusiones a las que habríamos llegado de haber trabajado directamente con la población, si ello hubiera sido posible. En otras palabras, que la muestra represente adecuadamente a la población de la que se obtiene. Por lo tanto, teníamos que planificar nuestro trabajo de campo con una muestra representativa.

Compartimos con Requés (1999) su planteamiento de que los factores geográfico-residenciales (espacios urbanos - áreas rurales), los desequilibrios demográficos (áreas emigratorias y envejecidas - espacios inmigratorios y expansivos), las desigualdades sociales, las contrastadas bases económicas (condición socioeconómica, situación y actividades profesionales de los padres, y las perspectivas demográficas futuras), son factores fundamentales para entender y explicar la situación presente de la educación en la región y sin duda la condicionan, y tienen una influencia en el uso de las TIC que realizan los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y de 1º de Bachillerato.

Por ello, asesorados por el Prof. Requés, y teniendo en cuenta los planteamientos comentados, se dividió la Comunidad Autónoma de Cantabria en siete Áreas Educativas. Partimos del número de alumnos que en Cantabria estaban realizando los estudios de la ESO y de 1º de Bachillerato en toda la comunidad. Posteriormente, se consideró el número de alumnos existentes en cada una de las Áreas de la zonificación educativa que habíamos realizado, así como, en cada colegio, analizando los diferentes cursos. Esto en definitiva venía a suponer, desde el punto de vista estadístico, una serie de aglomeraciones naturales de unidades de población (estudiantes en centros de educación secundaria). Por otra parte, cada

colectivo o división de la población (por cursos de la ESO o 1º de Bachillerato) recibe la denominación de estrato. En nuestro caso, cada estrato tiene una representación en la muestra

Para este proceso, se utilizaron los datos publicados en la Estadística de la Educación en Curso 2012-2013. “Misalito”. (Consejería de Educación Gobierno de Cantabria 2013).

En cada una de las Áreas se seleccionaron los centros educativos al azar, no los alumnos; estos fueron seleccionados al pertenecer a los centros educativos elegidos. A excepción de Liébana (en donde únicamente hay un IES que imparte educación secundaria), y de Campoo- Valles del Sur (en donde únicamente hay un IES y dos centros concertados – si bien uno de ellos no imparte Bachillerato-) lo que hacía que las opciones estuvieran claras.

Uno de los objetivos que perseguimos en esta tesis es analizar las estrechas relaciones entre la escuela (educación y servicios educativos) y el territorio, entendiendo éste también, como reflejo material de la propia sociedad, además de como simple soporte físico; con las características de las TIC que tienen a su alcance los adolescentes y el uso que hacen de las mismas. Tanto la sociedad (en todos sus órdenes: demográfico, económico, social, cultural, ...) como la educación, entendida como servicio, presentan una organización espacial bien definida. Requés (1999) nos señala que los servicios educativos organizan el territorio, le dotan de una estructura, contribuyen a conformar espacios funcionales, que aparecen tan jerarquizados como lo están los propios centros por niveles educativos. Así los centros educativos, contribuyen de manera importante a la organización de un territorio: el de residencia de los alumnos en ellos matriculados, la dependencia de las escuelas o colegios de primaria de la secundaria obligatoria, conforman un espacio funcional a mayor escala, al igual que éstos respecto a los de bachillerato. El papel que juega la escuela en la sociedad es muy importante y lo es en mayor medida en los espacios rurales.

Desde esta perspectiva, se debe entender la educación como un proceso abierto que ha de tener en cuenta el contexto socio-económico, dado que los centros y los estudiantes que a ellos acceden no parten de las mismas condiciones. La importancia del medio y del contexto de los alumnos en su proceso de conocimiento y en su desarrollo educativo parece incuestionable. Así, Mortimore et al., (1995), introduce su investigación en el marco conceptual y metodológico de lo que él define como las “escuelas eficaces”. El estudio alcanza numerosas conclusiones en relación a aspectos cognitivos, organizativos, etc... De todas ellas entresacamos una de especial relevancia en relación al tema que nos ocupa. Afirma este autor que:

“existe una fuerte relación entre factores sociales y ambientales (clase social, ingresos económicos, nivel cultural de las familias, características de éstas-familias inmigrantes...-) y los progresos realizados por los alumnos apareciendo estas diferencias ya a los siete años y manteniéndose en el resto de los niveles educativos”. (Mortimore et al., 1995:451)

Por otra parte, si pretendemos conocer qué ocurre en la población a partir de lo que ocurre en la muestra, tendremos que tener en cuenta que existen dos variables fundamentales: la precisión y la seguridad. La precisión se refiere a la amplitud del intervalo. Mayor precisión implica mayor amplitud. La seguridad puede expresarse de varias maneras. En este trabajo se ha hecho en forma de probabilidad de error al realizar la estimación; se supone que en idénticas condiciones, podría haber un error en un 5 por ciento. Ambos aspectos se encuentran estrechamente relacionados. Conforme aumenta el tamaño de la muestra, siempre que el resto de características no varíe, es menos probable encontrar resultados extremos o alejados del parámetro que se pretende estimar.

En nuestra investigación, se prestó una especial importancia a la concreción de la muestra que representara a la población. Era imprescindible tomar algunas decisiones en relación con el muestreo, tales como:

- ¿Qué cantidad de error en las estimaciones es admisible para que los resultados sean útiles, fiables y creíbles?

- ¿Qué diseño se va a utilizar para la obtención de la muestra, es decir, qué organización de los elementos de la población y qué sistema de selección de los mismos se usarán para obtener la muestra?
- ¿Qué tamaño de muestra es necesario utilizar para cumplir con los objetivos de precisión de la investigación?

Para establecer el número de alumnos de cada grupo se realizaron los cálculos habituales, siguiendo a Pérez Juste et al., (2009), con las siguientes características:

- Se trata de una investigación de hasta 100.000 casos, o muestras finitas.
- En función de:
 - Nivel de confianza. Establecimos 95 %
 - Error de estimación que asumimos. Establecimos 5 %
 - Proporción en que la característica a estudiar se encuentra en la población. Al no tener datos lo habitual es establecer un valor de 0,5

El procedimiento de selección de la muestra ha seguido dos fases (Navas Ara, 2001). En una primera fase se ha realizado muestreo por estratos y en una segunda muestreo por conglomerados:

Primera fase: muestreo por estratos.

- Analizamos la población, en estratos en función de las zonas socioeconómicas determinadas (Áreas Educativas). Los estratos son subgrupos homogéneos, exclusivos y exhaustivos. Se parecen más entre sí que a los restantes.

Segunda fase: muestreo por conglomerados.

- En esta fase, se realizó, un muestreo por conglomerados.

- Para ello se seleccionaron centros al azar en cada estrato y dentro de ellos un número de clases en función del número de componentes de la muestra.

4.4.2.1. Muestreo estratificado

Se planteó un muestreo por estratos. Para ello, se dividió la población en una serie de áreas educativas considerando indicadores demográficos, sociales, culturales, económicos, etc..., y no solo educativos. Este hecho dio sentido a la selección de las siete Áreas Educativas determinadas. A continuación, se extrajo un muestreo aleatorio de cada uno de ellos. Por lo tanto, se trata de un muestreo aleatorio estratificado. En cada uno de los estratos se calculan los correspondientes estimadores, obteniéndose a partir de ellos la estimación global. Normalmente los sujetos que pertenecen a un estrato se parecen más entre sí que a los de los restantes por lo que la varianza o variabilidad de los datos intraestratos suele ser menor; lo que permite obtener estimadores más precisos en cada estrato (Gil y Martínez 2001).

El procedimiento para la asignación de la muestra a los diferentes estratos se hizo proporcionalmente al número de unidades de la ESO y de 1º de Bachillerato que había en cada Área Educativa seleccionada. Este procedimiento nos permitió poder reducir el costo de la obtención de los datos ya que el número de sujetos necesarios se reducía al estratificarse los elementos de la población, pues el tamaño de la muestra requerida era menor. También nos permitía poder obtener estimaciones de parámetros poblacionales para las diferentes Áreas Educativas o estratos. A su vez, podían cubrirse diferentes necesidades de muestreo en estratos separados, si así se hubiera considerado conveniente (Ej. Obtener una muestra mayor en algún estrato concreto, debido a un interés específico para la investigación).

4.4.2.2. Muestreo aleatorio por conglomerados

En nuestro método de muestreo, la unidad primaria estaba constituida por los diferentes cursos de la ESO, así como de 1 ° de Bachillerato; objetos de estudio de los diferentes centros educativos seleccionados al azar en cada área. El método de muestreo que selecciona unidades formadas por grupos de unidades elementales se denomina muestreo por conglomerados. Se procedió a un submuestreo aleatorio de unidades dentro de los centros seleccionados. Este tipo de abordaje es muy frecuente en Educación y constituye un muestreo por conglomerados bietápico.

En nuestra investigación, se ha combinado el muestreo estratificado con el de conglomerados, ya que en una primera fase se dividió la población en los estratos de interés (Áreas Educativas), procediéndose a continuación al muestreo de conglomerados dentro de cada estrato, con asignación proporcional dependiendo del número de centros, de unidades y de alumnos.

4.4.2.3. Tamaño de la muestra

El término muestreo se utiliza normalmente para describir el proceso de selección de una muestra de tamaño n de la población objetivo formada por N elementos. La capacidad del investigador para generalizar los resultados más allá de la propia muestra dependerá completamente del procedimiento seguido en la selección. En general los métodos de muestreo suelen clasificarse en dos categorías: métodos probabilísticos y métodos no probabilísticos. Nuestro planteamiento es probabilístico, ya todos los elementos de la población tenían una probabilidad de ser seleccionados.

Establecimos un nivel de confianza del 95 por ciento de que los estadísticos muestrales observados se encuentren a una distancia de no más de 1,96 desviaciones típicas del verdadero parámetro de la población. A mayor tamaño de la muestra, menor será el error. Por este motivo, incrementos en el tamaño de la muestra producen decrementos en el error. Por otra parte, la varianza de la variable se desconoce antes de realizar la investigación, por lo tanto, no se dispone de ese dato

en el cálculo de n aunque es necesario. En estos casos, la opción más frecuente es sobreestimar la varianza esperada, lo que garantiza que no se sobrepasará el error máximo. En estos casos se considera $p = q = 0,50$. El tamaño de la muestra dependerá entonces de la estimación de la proporción según el error máximo admisible, del nivel de confianza fijado y la varianza de la población, que en este caso (p - proporción de acuerdos- x q proporción de desacuerdos-).

Como ya se ha comentado, el problema de la representatividad de la muestra era crucial para nuestra investigación. Por ello, nos planteamos desde el principio obtener una muestra tal que tuviéramos cierta seguridad o garantía de que reproducía la función poblacional lo que implicaba la obtención de una muestra representativa. No se trataba por lo tanto de hacer una selección únicamente aleatoria, sino de experto, en la que la elección de los centros al azar entra en juego un segundo nivel; una vez determinados el número de alumnos, cursos, etc..., requeridos en cada una de las áreas educativas establecidas. Una muestra representativa, nos permite cierta seguridad para poder afirmar que los resultados y conclusiones que se han obtenido en el trabajo pueden ser extrapolables a la población con respecto a la que consideramos que la muestra era selectivamente representativa. En este caso, los alumnos de la ESO y de 1º de Bachillerato de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Los requisitos necesarios para la obtención de la muestra, fueron trabajados con sumo detalle. El muestreo (proceso mediante el que se obtiene una muestra) requiere un riguroso planteamiento técnico. Ahora bien, en una investigación como la que aquí se plantea, los buenos muestreos no son cosa fácil ni inmediata. Un buen muestreo depende de los objetivos de la investigación, de las características de lo que se pretende medir, de cómo se distribuye la población diana, de los recursos disponibles, etc...

Si pretendemos conocer qué ocurre en la población a partir de lo que ocurre en la muestra, tendremos que tener en cuenta que existen dos variables fundamentales: la precisión y la seguridad. La precisión se refiere a la amplitud del intervalo. Mayor precisión implica mayor amplitud. La seguridad puede expresarse

de varias maneras. En este trabajo se ha hecho en forma de probabilidad de error al realizar la estimación; se supone que en idénticas condiciones, podría haber un error en un 5 por ciento. Ambos aspectos se encuentran estrechamente relacionados. Conforme aumenta el tamaño de la muestra, siempre que el resto de características no varíe, es menos probable encontrar resultados extremos o alejados del parámetro que se pretende estimar.

Considerando las poblaciones tanto de la ESO como de 1º de Bachillerato, que en el curso 2012-2013 en la ESO en Cantabria era de 19.955 alumnos; y de 1º de Bachillerato era de 3.431 alumnos; así como los errores de precisión, la distancia estandarizada, y la probabilidad de error que se pueden ver en la fórmula estadística, se obtuvo el n necesario para las muestras, que resultó ser de 583 alumnos para los cursos de la ESO y de 511 alumnos para 1º de Bachillerato, tal como puede verse a continuación.

Tamaño de la muestra alumnos de ESO públicos, concertados y privados

N:

k:

e: %

p:

q:

[Calcular muestra](#)

n: es el tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra alumnos de Bachillerato públicos, concertados y privados

N:

k: e: %p: q: [Calcular muestra](#)n: es el tamaño de la muestra

Parece lógico suponer que conforme aumenta el tamaño de la población, también debe hacerlo el de la muestra. En cierta medida es así. Pero la relación entre ambos no es lineal, sino logarítmica. Esto quiere decir, que conforme la población es más grande también debe serlo la muestra, pero en una proporción menor. El objetivo de la muestra es permitirnos realizar estimaciones sobre valores de la población.

La muestra final que obtuvimos, estaba compuesta por 2371 alumnos desde 1º de la ESO a 1º de Bachillerato. De los cuales 1640 eran alumnos de los diferentes cursos de la ESO, y 731 de 1º de Bachillerato. Con una distribución de 1203 varones y 1168 mujeres. La muestra necesaria era de 583 alumnos de la ESO en total entre los centros públicos y los privados concertados y de 551 alumnos de 1º de bachillerato entre los centros públicos y concertados y privados. Nos vimos obligados a tener más del doble de los alumnos necesarios, ya que en la negociación con los centros, cuando correspondía pasar la encuesta a un solo grupo, o incluso a una parte de un grupo, los responsables de los centros (directores, orientadores y en algún caso tutores), nos insistieron de forma generalizada en que nuestra actuación se hiciera con grupos completos y en el caso en que era suficiente obtener los datos de una única línea de un curso, al tener la mayoría de los centros una doble línea por curso, se nos solicitaba la actuación con las dos líneas. Téngase en cuenta que, tras el análisis descriptivo de los datos, se ponían a disposición de cada centro sus

resultados, para poder hacer un trabajo interno con ellos, y en algún caso también se nos solicitó una labor de apoyo en este sentido. Este ha sido el motivo de haber sobrepasado de forma amplia la n de las muestras requeridas.

4.4.2.4. Distribución de la Muestra por Áreas Educativas

Uno de los puntos fuertes de esta tesis era conseguir una muestra que, al trabajar con ella, nos permitiera llegar a las mismas conclusiones a las que hubiéramos llegado de haber trabajado directamente con la población, si ello hubiera sido posible. En otras palabras, que la muestra representara adecuadamente a la población de la que se obtiene. Por lo tanto, teníamos que planificar nuestro trabajo de campo con una muestra representativa.

La Comunidad Autónoma de Cantabria, tiene en la actualidad 510.361 habitantes y 242.030 hogares. Nos señala Requés (1999), que las bases económicas actuales, se plasman en un modelo de cuño industrial y urbano, ya que el sector primario casi exclusivamente orientado a la ganadería, está en la actualidad sumido en un proceso de modernización y reestructuración de las explotaciones, que está acarreado una pérdida incesante de mano de obra en el mismo. Este modelo industrial y urbano, tiene a la comarca costera - esencialmente a la comarca costera central y oriental- como espacios dinámicos y a los valles interiores -excepción hecha del valle del Besaya- como periferia regresiva. El proceso de urbanización se está difundiendo desde los principales núcleos urbanos Santander y Torrelavega hacia sus periferias inmediatas, dando lugar a un fenómeno de metropolización y periurbanización que los nuevos ejes de transporte (las autovías...) consolidan y aceleran progresivamente (Requés 1999).

Este esquema fisiográfico se rompe en la gran comarca costera (o La Marina) que se empieza a perfilar a principios de los cincuenta y muy especialmente en los últimos años como un área de mayor dinamismo económico y, por ende, demográfico, habida cuenta que es en ella donde se concentran las iniciativas turísticas, la industria, la construcción de grandes infraestructuras (autovías, grandes obras públicas...) y los grandes equipamientos. Resultado de estos hechos

es que más del 80% de la población de la región se localiza en esta gran comarca, que presenta una forma de poblamiento peculiar: un continuum espacial, del que resulta dificultoso diferenciar los elementos que forman parte de su sistema de asentamientos, siendo el basculamiento demográfico desde los valles interiores al área costera la consecuencia más manifiesta como resalta Requés (1999).

El poblamiento de los valles interiores, queda articulado a partir de sus principales ejes fluviales: Saja-Nansa, Besaya, Pas-Pisueña, en donde, se localizan los núcleos de población, concentrados y compactos en los valles occidentales; abiertos y laxos en los orientales. El máximo grado de dispersión se alcanza en los Montes del Pas, donde los condicionantes fisiográficos (clima, topografía, pendientes...) determinan una forma de vida y una organización territorial muy concreta, con el prado y la cabaña, y la dispersión de la población como característica de una forma de vida un tanto genuina y única (Requés 1999).

Los valles interiores contrastan fuertemente con respecto a la comarca costera, en cuanto a las formas de poblamiento (reducido tamaño de los núcleos de población, localización condicionada por los ejes fluviales, que coinciden también con los de comunicación) pero también en cuanto a su cultura, formas de vida, etc.... Sin embargo, más que los factores físicos han sido los factores económicos (desarrollo industrial, desarrollo turístico, etc.) los que explican la actual distribución de la población en Cantabria así como los profundos desequilibrios que la caracterizan, en el que se representan las densidades de población, (Requés 1999).

La organización del sistema de asentamientos rurales en la comarca meridional (Campoo y los Valles del Sur) se asemeja más a la de las comarcas septentrionales castellanas que a la de la España Atlántica. Así, su topografía más suave, su marcada vocación agro-ganadera, la ocupación más regular del espacio a partir de núcleos concentrados de unas pocas docenas de habitantes la señalan como una de las áreas de más marcada personalidad geográfica de la región.

Finalmente, Liébana, comarca enclavada entre los Picos de Europa, Peña Sagra y La Hermida, situada en el extremo suroccidental del espacio regional muestra un esquema organizativo más complejo. Sus núcleos de población se localizan, asimismo, a lo largo de sus pequeños valles (Deva, Quiviesa, Bullón). Todo el espacio comarcal se articula y gravita sobre Potes, punto de confluencia de los ejes fluviales y de las comunicaciones, que ha visto reforzado en las últimas décadas como polo turístico, el papel de centro funcional (político, administrativo, comercial...) que históricamente ha desempeñado (Requés 1999).

En suma, podemos concluir que, si bien desde el punto de vista demográfico constatamos que Cantabria es una región predominantemente urbana, también podemos afirmar que desde el punto de vista del poblamiento es una región hegemónicamente rural. Este hecho fundamental tuvo que ser tenido en cuenta a la hora del diseño de la presente investigación.

Considerando lo descrito anteriormente, y dada la importancia que los factores ambientales, económicos, culturales y sociales tienen en el desarrollo educativo, se ha determinado conjuntamente con el Prof. Requés, la delimitación de las siete Áreas Educativas para el trabajo de campo de esta tesis, delimitadas a través de criterios funcionales y comarcales.

Teniendo en cuenta la distribución territorial de los Centros de Enseñanza Secundaria tanto públicos, como concertados y privados, y la delimitación de sus áreas de influencia comarcal, se determinó la siguiente zonificación a efectos de muestreo:

AE1: Metropolitana Santander y su área de influencia

AE2: Área de Torrelavega - Besaya

AE3: Área del Saja-Nansa

AE4: Área de Liébana –Potes

AE5: Área de Campoo-Reinosa- Valles del Sur

AE6: Área del Pas – Pisueña

AE7: Área Oriental

Tabla 1. AEI: Metropolitana Santander y su área de influencia

1. ÁREA METROPOLITANA DE SANTANDER	INSTITUTOS (20)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1° BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (30)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1° BACHILLERATO	ALUMNADO
ASTILLERO	IES EL ASTILLERO	9	241	3	75	PUENTE	4	94	--	--
	IES N S REMEDIOS (GUA)	9	178	1	32	SAN JOSE	8	197	--	--
CAMARGO	IES MURIEDAS	12	298	3	79	ALTAMIRA (REVILLA)	4	102	--	--
	IES RIA DEL CARMEN	14	314	2	46	SAGRADA FAMILIA (HERR)	8	182	--	--
	IES VALLE DE CAMARGO	13	327	2	52	--	--	--	--	--
ENTRAMBASAGUAS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
LIERGANES						--	--	--	--	--
MARINA DE CUDEYO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
MEDIO CUDEYO	IES LA GRANJA (HERAS)	13	304	2	52	APDO SAGRADO CORAZON (CECEÑAS)	4	92	--	--
	IES RICARDO BERNARDO	19	465	3	71	TORREANAZ (ANAZ)	12	354	4	61
PENAGOS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 1. AE1: Metropolitana Santander y su área de influencia (continuación)

1. ÁREA METROPOLITANA DE SANTANDER	INSTITUTOS (20)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (30)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
PIELAGOS	IES VALLE PIELAGOS (RE)	16	386	3	74	ANTONIO ROBINET (VIO)	4	83	--	--
PUENTE VIESGO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
RIBAMONTAN AL MAR	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
RIBAMONTAN AL MON.	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
RIOTUERTO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
S. CRUZ DE BEZANA	IES LA MARINA	15	359	2	45	--	--	--	--	--
SANTANDER	IES ALBERTO PICO	13	243	2	51	ÁNGELES CUSTODIOS	8	109	--	--
	IES ALISAL (SAN ROMÁN)	8	159	2	43	ATALAYA	4	68	--	--
	IES GONZÁLEZ LINARES	8	165	2	51	CALASANZ	12	300	2	49
	IES CANTABRIA	10	239	2	27	CASTROVERDE	12	339	2	46
	IES JOSÉ MARÍA PEREDA	14	356	4	101	C. SOCIAL BELLA VISTA- JULIO BLAN	4	73	--	--
	IES LA ALBERICIA	11	252	4	114	COMPAÑÍA DE MARÍA	8	139	--	--
	IES LAS LLAMAS	10	257	4	99	CUMBRES	4	103	--	--

Tabla 1. AE1: Metropolitana Santander y su área de influencia (continuación)

1. ÁREA METROPOLITANA DE SANTANDER	INSTITUTOS (20)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (30)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
	IES L. TORRES QUEVEDO	10	223	5	141	HAYPO	4	94	--	--
	IES PEÑACASTILLO	10	220	2	33	JARDÍN DE ÁFRICA (MONTE)	8	150	--	--
	IES SANTA CLARA	11	273	7	223	KOSTKA	4	118	2	56
	IES VILLAJUNCO	11	250	2	63	LA SALLE	12	316	2	47
						MARÍA AUXILIADORA	12	295	1	23
						MARÍA REINA INMACULADA	4	83	--	--
						MERCEDES	8	178	2	16
						MIGUEL BRAVO-ANT. ALUMNOS LA SA	4	108	--	--
						PURÍSIMA CONCEPCIÓN	4	87	--	--

Tabla 1. AE1: Metropolitana Santander y su área de influencia (continuación)

1. ÁREA METROPOLITANA DE SANTANDER	INSTITUTOS (20)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1° BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (30)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1° BACHILLERATO	ALUMNADO
						SAGRADO CORAZÓN	11	241	3	91
						SAN AGUSTÍN	12	289	2	56
						SAN ANTONIO	4	62	--	--
						SAN JOSÉ	8	192	2	17
						SAN MARTÍN	4	84	--	--
						SANTA MARÍA MICAELA	8	188	--	--
						VERDEMAR (SAN ROMÁN)	8	213	--	--
VILLAESCUSA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 1	PÚBLICOS	236	5.509	57	1.472					
	PRIVADOS Y CON-CERTADOS	211	4.933	22	462					
	TOTAL ZONA 1	447	10.442	79	1.934					
% MUESTRA	PÚBLICOS	7	161	9	219					
ZONA 1										
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	6	144	3	69					
	TOTAL MUESTRA ZONA 1	13	305	12	288					

Tabla 2. AE2: Área de Torrelavega - Besaya

2. TORRELAVEGA-BESAYA	INSTITUTOS (10)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (5)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
ALFOZ DE LLOREDO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
BARCENA DE PIE DE CONCHA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
CARTES	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
CIEZA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
LOS CORRALES DE BUELNA	IES ESTELAS DE CANTAB	10	215	2	42	SAN JUAN BAUTISTA	8	204	--	--
	IES JAVIER ORBE CANO	10	227	2	50	--	--	--	--	--
MIENGO	--	--	--	--	--	TORREVELO-PEÑALABRA (MOGRO)	8	121	2	20
POLANCO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
REOCIN	IES NUEVE VALLES (PTE)	18	420	3	56	--	--	--	--	--
RUILOBA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SAN FELICES DE BUEL	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SANTILLANA DEL MAR	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 2. AE2: Área de Torrelavega - Besaya (continuación)

2. TORRELAVEGA-BESAYA	INSTITUTOS (10)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (5)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
SUANCES	IES RÍA SAN MARTÍN (CORTIGUERA)	10	218	--	--	--	--	--	--	--
TORRELAVEGA	IES BESAYA (TORRES)	10	191	2	30	EL SALVADOR (BARREDA)	8	214	--	--
	IES GARCILASO VEGA	11	263	2	52	NUESTRA SRA DE LA PAZ	12	320	3	93
	IES MANUEL G ARAGON	11	240	5	107	SAGRADOS CORAZONES	14	313	--	--
	IES MARQUES DE SANTIL	12	292	4	121	--	--	--	--	--
	IES MIGUEL HERRERO PE	12	276	2	56	--	--	--	--	--
	IES ZAPATON	11	263	2	47	--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 2	PÚBLICOS	115	2.605	24	561					
	PRIVADOS Y CON-CERTADOS	50	1.172	5	113					
	TOTAL ZONA 2	165	3.777	29	674					
% MUESTRA ZONA 2	PÚBLICOS	3	76	4	84					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	2	34	1	17					
	TOTAL MUESTRA ZONA 2	5	110	5	101					

Tabla 3. AE3: Área del Saja - Nansa

3. SAJA-NANSA	INSTITUTOS (4)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (0)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
CABEZÓN DE LA SAL	IES FORAMONTANOS	12	297	2	38	--	--	--	--	--
	IES VALLE DEL SAJA	12	273	2	48	--	--	--	--	--
CABUERNIGA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
COMILLAS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
HERRERIAS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
MAZCUERRAS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
POLACIONES	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
RIONANSA	VALLE DEL NANSA (PUEN)	1	9	--	--	--	--	--	--	--
SAN VICENTE DE LA BA	IES JOSÉ HIERRO	11	262	2	37	--	--	--	--	--
UDIAS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
VAL DE SAN VICENTE	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
VALDALIGA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 3	PÚBLICOS	36	841	6	123					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	--	--	--	--					
	TOTAL ZONA 3	36	841	6	123					
% MUESTRA ZONA 3	PÚBLICOS	1	25	1	18					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	--	--	--	--					
	TOTAL MUESTRA ZONA 3	1	25	1	18					

Tabla 4. AE4: Área de Liébana - Potes

4. LIÉBANA	INSTITUTOS (1)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (0)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
POTES	IES JESÚS DE MONASTERIO	8	178	1	30	--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 4	PÚBLICOS	8	178	1	30					
	PRIVADOS Y CON-CERTADOS	--	--	--	--					
	TOTAL ZONA 4	8	178	1	30					
% MUESTRA ZONA 4	PÚBLICOS	1	5	1	5					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	--	--	--	--					
	TOTAL MUESTRA ZONA 4	1	5	1	5					

Tabla 5. AE5: Área de Campoo - Reinosa - Valles del Sur

5. CAMPOO- VALLES DEL SUR	INSTITUTOS (1)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERAT O	ALUMNADO	COLEGIOS (2)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERA TO	ALUMNADO
CAMPOO DE ENMEDIO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
CAMPOO DE YUSO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
H. CAMPOO DE SUSO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
REINOSA	IES MONTESCLAROS	12	326	3	68	ANTARES	4	63	--	--
VALDEOLEA		--	--	--	--	SAN JOSE- NIÑO JESUS	8	169	1	25
						--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 5	PÚBLICOS	12	326	3	68					
	PRIVADOS Y CON- CERTADOS	12	232	1	25					
	TOTAL ZONA 5	24	558	4	93					
% MUESTRA ZONA 5	PÚBLICOS	1	10	1	10					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	1	7	1	4					
	TOTAL MUESTRA ZONA 5	2	17	2	14					

Tabla 6. AE6: Área del Pas - Pisueña

6. PAS-PISUEÑA	INSTITUTOS (3)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (1)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
CASTAÑEDA	IES SANTA CRUZ (VILLAB)	8	149	2	52	--	--	--	--	--
CORVERA DE TORANZ	IES VEGA DE TORANZO	7	114	--	--	C V LEG CRISTO (ONTAN)	3	10	1	1
LUENA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SAN PEDRO DEL ROME	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SAN ROQUE DE MIERA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SANTA MARÍA DE CAYON	IES LOPE DE VEGA	14	381	3	69	--	--	--	--	--
SANTIURDE DE TORA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SELAYA	--	--	--	--	--	S VIRGEN DE VALVANUZ	8	117	--	--
VILLACARRIEDO	--	--	--	--	--	CALASANZ	8	147	--	--
VEGA DE PAS	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 6	PÚBLICOS	29	644	5	121					
	PRIVADOS Y CON-CERTADOS	19	274	1	1					
	TOTAL ZONA 6	48	918	6	122					
% MUESTRA ZONA 6	PÚBLICOS	1	19	1	18					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	1	8	--	--					
	TOTAL MUESTRA ZONA 6	2	27	1	18					

Tabla 7. AE7: Área Oriental

7. ORIENTAL	INSTITUTOS (10)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (3)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
AMPUERO	IES JOSE DEL CAMPO	10	239	2	48	--	--	--	--	--
BARCENA DE CICERO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
BAREYO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
CASTRO URDIALES	IES ATAUFO ARGENTA	19	526	3	72	MENÉNDEZ PELAYO	4	99	--	--
	IES JOSE ZAPATERO DOM	18	438	2	44	--	--	--	--	--
COLINDRES	IES VALENTIN TURIENZO	15	334	2	61	--	--	--	--	--
ESCALANTE	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
GURIEZO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
HAZAS DE CESTO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
LAREDO	IES BERNARDINO DE ESC	11	262	3	50	--	--	--	--	--
	IES FUENTE FRESNEDO	10	219	2	46	--	--	--	--	--
LIENDO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
LIMPIAS	--	--	--	--	--	SAN VICENTE DE PAÚL	4	105	--	--
MERUELO	IES S MIGUEL MERUELO	14	328	3	51	--	--	--	--	--
NOJA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 7. AE7: Área Oriental (continuación)

7. ORIENTAL	INSTITUTOS (10)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO	COLEGIOS (3)	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS 1º BACHILLERATO	ALUMNADO
RAMALES DE LA VICTORIA	PRINCIPE DE ASTURIAS	7	126	--	--	--	--	--	--	--
SANTOÑA	IES MARISMAS	10	224	2	34	SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS	4	101		
	IES MARQUES DE MANZANEDO	11	240	2	49	--	--	--	--	--
SOBA	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
VOTO	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
TOTAL ZONA 7	PÚBLICOS	125	2.936	21	455					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	12	305	--	--					
	TOTAL ZONA 7	137	3.241	21	455					
% MUESTRA ZONA 7	PÚBLICOS	4	86	3	68					
	PRIVADOS Y CONCERTADOS	1	9	--	--					
	TOTAL MUESTRA ZONA 7	5	95	3	68					

Tabla 8. Total General de Grupos y Alumnos por niveles educativos

	GRUPOS ESO	ALUMNADO	GRUPOS BACHILLERATO	1° ALUMNADO
TOTAL GENERAL PÚBLICOS	561	13.039	117	2830
TOTAL GENERAL PRIV. Y CONCERT.	304	6.916	29	601
TOTAL GENERAL	865	19.955	146	3431
MUESTRA PROPORCIONAL PÚBLICOS	16	381	17	422
MUESTRA REAL PÚBLICOS	18	382	20	422
MUESTRA PROPORCIONAL PRIV. Y CONCERT.	9	202	4	90
MUESTRA REAL PRIV. Y CONCERT.	11	202	5	90
TOTAL MUESTRA PROPORCIONAL	25	583	21	511
TOTAL MUESTRA REAL	29	584	25	512
PORCENTAJE EMPLEADO	2.92		14.9	

Tabla 9. Desglose por Cursos de la ESO en Centros Públicos y Muestra necesaria

	EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA														TOTAL E.S.O.	
	1º Curso		2º Curso		3º Curso				4º Curso							
	Grs.	Alum	Grs.	Alum	Grs.	Alumnos		Total		Grs.	Ord	Div	Alumnos		Total	
						Ord	Div	Grs.	Alum				Grs.	Alum		
C. Públicos	153	3.649	152	3.404	131	2.688	324	131	3.012	125	2.558	416	125	2.974	561	13.039
PORCENTAJE REAL EN LA MUESTRA	5	107	5	99				4	88				4	87	18	381

Tabla 10. Cursos de la ESO en Centros Concertados y Privados y Muestra necesaria

	EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA														TOTAL E.S.O.	
	1º Curso		2º Curso		3º Curso				4º Curso						Grs.	Alum
	Grs.	Alum	Grs.	Alum	Grs.	Alumnos		Total		Grs.	Alumnos		Total			
						Ord	Div	Grs.	Alum		Ord	Div	Grs.	Alum		
C. Concertados y privados	75	1.891	76	1.733	76	1.572	167	76	1.739	77	1.356	197	77	1.553	304	6.916
PORCENTAJE REAL EN LA MUESTRA	2	55	3	51				3	51				3	45	11	202

Tabla 11. Desglose de 1° de Bachillerato en Centros Públicos y Muestra necesaria por grupos

	1º BACHILLERATO					
	Grupos	Alumnos				
		Total	Ciencias y Tecnología	Humanidades y Ciencias Sociales	Artes Escénicas, Música y Danza	Artes Plásticas, diseño e imagen
C. Públicos	117	2.830	1.223	1.411	51	145
PORCENTAJE REAL EN LA MUESTRA		422	182	210	8	22
		Grupos	Grupos	Grupos	Grupos	Grupos
		20	9	9	1	1

Tabla 12. Desglose de 1° de Bachillerato en Centros Concertados y Privados, y Muestra necesaria por grupos

	1º BACHILLERATO					
	Grupos	Alumnos				
		Total	Ciencias y Tecnología	Humanidades y Ciencias Sociales	Artes Escénicas, Música y Danza	Artes Plásticas, diseño e imagen
C. Concertados y privados	29	601	358	243		
PORCENTAJE REAL EN LA MUESTRA		90	53	37		
		Grupos	Grupos	Grupos		
		5	3	2		

CAPÍTULO 5. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El tratamiento estadístico de los datos, como ya se ha comentado, se realizó con el programa estadístico IBM SPSS Statistics 19.0, con la finalidad de describir y analizar todos los datos recogidos por los distintos ítems del cuestionario.

Una vez recogidos los datos brutos se procedió a llevar a cabo el proceso de codificación de las respuestas, especialmente en las preguntas de tipo abierto. La base de datos preparada volcaba los datos de las preguntas de opción numérica y cerrada directamente en un registro en Excel exportable al programa de análisis estadístico, por lo que únicamente se introdujeron de forma manual, los datos de las encuestas realizadas en papel.

A la hora de verificar los datos se analizaron la plausibilidad y coherencia de los valores registrados en la base de datos de cada variable, para lo que se llevó a cabo un control de calidad, desechándose algunos ítems de algún caso concreto, o algunos cuestionarios que no superaban este control. Puede ser habitual que algunos encuestados malinterpreten el sentido de alguna de las preguntas. Estos errores de respuesta y algunos errores de codificación se detectan fácilmente con los controles adecuados.

Una vez que los datos fueron verificados y depurados correctamente, se comenzó con su análisis. Además de la gran cantidad de datos descriptivos que se aportan y de lo ilustrativo de los mismos, el estadístico elegido para decidir si las diferencias encontradas entre las variables eran o no significativas fue la prueba chi-cuadrado. La prueba chi-cuadrado es una prueba no paramétrica idónea para la medición de variables nominales, (es decir, cuando asignamos sujetos a categorías) como en el caso de las tablas de contingencia mencionadas. Valora las discrepancias entre las frecuencias observadas y las teóricas o esperadas.

La cantidad de las diferencias significativas que nos aportaban los resultados obtenidos, a la vez que nos ratificaba en la riqueza de la encuesta, nos impedía poder volcar todas ellas en esta tesis. Se optó, por presentar los resultados del análisis descriptivo, y una parte de los contrastes que resultaron significativos y que se han

considerado de interés para la investigación. La referencia de la totalidad de los contrastes en los que se han encontrado diferencias estadísticamente significativas se recogen en el ANEXO I. Por ello, solamente se glosan en este capítulo las tablas de contingencia para algunas de estas diferencias que hemos considerado importantes, incluyendo el valor de chi-cuadrado obtenido, los grados de libertad y el nivel de significación

5.1. DATOS DESCRIPTIVOS

Después de depurar los datos obtenidos nos queda una muestra válida constituida por 2.371 sujetos provenientes de las siete Áreas Educativas determinadas. A continuación, procederemos a comentar y analizar estos datos.

5.1.1. Estudios que está realizando

Por lo que respecta a las características de la muestra en relación con los estudios que realizan, se mantienen las proporciones establecidas tanto entre los tipos de centros (públicos y concertados), como para los diferentes cursos de la ESO y 1º de Bachillerato. Esto es así, porque se diseñó una muestra proporcional y luego se ponderó, ajustándola a los porcentajes de la población de referencia. La distribución resultante puede verse en la tabla 13.

Tabla 13. Distribución de la muestra por niveles educativos y sexo

	Varones	Mujeres	Total
Públicos			
1ºESO	157	155	312
2ºESO	139	123	262
3ºESO	158	157	315
4ºESO	91	85	176
1ºBACH	275	326	601
Concertados			
1ºESO	81	78	159
2ºESO	55	53	108
3ºESO	42	49	91
4ºESO	127	90	217
1ºBACH	78	52	130
Total	1203	1168	2371

Existe un equilibrio en la muestra obtenida (n= 2.371) en relación con el sexo de los alumnos con porcentajes del 50,74% para los varones (n= 1.203) y del 49,2% para las mujeres (n= 1168).

Tabla 14. Muestra (porcentajes)

	Varones	Mujeres	Total
Públicos			
1°ESO	6,62%	6,54%	13,16%
2°ESO	5,86%	5,19%	11,05%
3°ESO	6,66%	6,62%	13,29%
4°ESO	3,84%	3,58%	7,42%
1°BACH	11,60%	13,75%	25,35%
Concertados			
1°ESO	3,42%	3,29%	6,71%
2°ESO	2,32%	2,24%	4,56%
3°ESO	1,77%	2,07%	3,84%
4°ESO	5,36%	3,80%	9,15%
1°BACH	3,29%	2,19%	5,48%
Total	50,74%	49,26%	100,00%

En relación con la distribución por cursos, se puede apreciar también como la distribución por porcentajes entre varones y mujeres queda bastante bien equilibrada. Los porcentajes de participación más bajos se dan en 4º de la ESO en la enseñanza pública y en 3º de la ESO en la concertada.

5.1.1.1. Distribución por comarcas

Atendiendo tanto al número de sujetos, como a los porcentajes y la distribución por Áreas Educativas, la muestra queda de la siguiente manera:

Tabla 15. Muestra por comarcas (centros públicos)

CENTROS PÚBLICOS						
	Estudios que estás realizando					
	1ºESO	2ºESO	3ºESO	4ºESO	1ºBACH	TOTAL
Área metropolitana de Santander	148	60	115	59	274	656
Torrelavega - Besaya	68	65	133	74	153	493
Saja - Nansa	-	61	-	-	26	87
Liébana	-	-	-	28	24	52
Campoo - Valles del Sur	-	19	-	-	14	33
Pas - Pisueña	-	33	-	-	42	75
Oriental	95	25	67	15	68	270
TOTAL	311	263	315	176	601	1666

La muestra de centros públicos fue de 1.666 sujetos distribuidos proporcionalmente entre las siete Áreas Educativas establecidas. De los cuales, eran 311 de 1º de ESO, 263 de 2º, 315 de 3º, 176 de 4º y 601 de 1º de Bachillerato. De ellos, n= 656 pertenecen al área 1, n= 493 del área 2, n= 87 del área 3, n= 52 del área 4, n= 33 del área 5, n= 75 del área 6, y n= 270 del área 7.

Tabla 15. Muestra por comarcas (centros públicos) (continuación)

CENTROS PÚBLICOS						
	Estudios que estás realizando					
	1°ESO	2°ESO	3°ESO	4°ESO	1°BACH	TOTAL
Área metropolitana de Santander	6,24%	2,53%	4,85%	2,49%	11,56%	27,67%
Torrelavega - Besaya	2,87%	2,74%	5,61%	3,12%	6,45%	20,79%
Saja - Nansa	-	2,57%	-	-	1,10%	3,67%
Liébana	-	-	-	1,18%	1,01%	2,19%
Campoo - Valles del Sur	-	0,80%	-	-	0,59%	1,39%
Pas - Pisueña	-	1,39%	-	-	1,77%	3,16%
Oriental	4,01%	1,05%	2,83%	0,63%	2,87%	11,39%
TOTAL	13,12%	11,09%	13,29%	7,42%	25,35%	70,27%

Como se puede ver en la tabla anterior el porcentaje de alumnos de los centros públicos fue del 70,27% que es reflejo de la realidad existente, al haber más alumnos que reciben educación en los centros públicos que en los concertados y/o privados. Puede apreciarse como las dos grandes zonas, tanto la capital de Santander y su ámbito de influencia, como la comarca de Torrelavega, son las que con diferencia requieren un mayor número de alumnado, con un 27,67% y un 20,79% respetivamente.

Tabla 16. Muestra por comarcas (centros concertados)

CENTROS CONCERTADOS						
	Estudios que estás realizando					
	1°ESO	2°ESO	3°ESO	4°ESO	1°BACH	TOTAL
Área metropolitana de Santander	64	88	52	164	94	462
Torrelavega - Besaya	25	-	10	34	16	85
Saja - Nansa	-	-	-	-	-	0
Liébana	-	-	-	-	-	0
Campoo - Valles del Sur	28	-	-	-	20	48
Pas - Pisuëña	9	-	6	5	-	20
Oriental	33	20	23	14	-	90
TOTAL	159	108	91	217	130	705

El número de alumnos de centros concertados fue de 705, de los que 159 eran de 1° de ESO, 108 de 2°, 91 de 3°, 217 de 4° y 130 de 1° de Bachillerato. De los cuales, eran n= 462 del área 1, n=85 del área 2, n= 48 del área 5, n=20 del área 6, y n= 90 del área 7.

Las áreas 4 y 5, son zonas rurales en las que no existe oferta de este tipo de enseñanza.

El porcentaje de alumnos de centros concertados fue del 29,73%. De acuerdo con la planificación realizada. Téngase en cuenta que en determinadas zonas rurales no hay oferta de enseñanza concertada. El mayor peso de alumnado en este tipo de centros se concentra en el área metropolitana de Santander, con el 19,49% de la muestra.

Tabla 16. Muestra por comarcas (centros concertados) (continuación)

CENTROS CONCERTADOS						
	Estudios que estás realizando					
	1ºESO	2ºESO	3ºESO	4ºESO	1ºBACH	TOTAL
Área metropolitana de Santander	2,70%	3,71%	2,19%	6,92%	3,96%	19,49%
Torrelavega - Besaya	1,05%	-	0,42%	1,43%	0,67%	3,58%
Saja - Nansa	-	-	-	-	-	-
Liébana	-	-	-	-	-	-
Campoo - Valles del Sur	1,18%	-	-	-	0,84%	2,02%
Pas - Pisseña	0,38%	-	0,25%	0,21%	-	0,84%
Oriental	1,39%	0,84%	0,97%	0,59%	-	3,80%
TOTAL	6,71%	4,56%	3,84%	9,15%	5,48%	29,73%

En total como puede apreciarse, se excede la muestra teórica calculada, si bien se mantienen escrupulosamente los requisitos necesarios en lo relativo a la zonificación, tipos de centros, cursos, alumnado, etc... Como ya se ha expuesto, resultó frecuente que en centros de dos vías en los que de acuerdo con la planificación realizada tan solo necesitábamos muestra de una única vía, o que en zonas rurales que no era necesario pasar la encuesta a toda una clase, el propio centro no considerase conveniente hacer “discriminación” entre unos alumnos y otros y nos pusiera la condición de pasar la encuesta a las dos vías, o a toda la clase en su caso.

5.1.1.2. Distribución en función del centro educativo

Los alumnos encuestados pertenecen a 36 centros diferentes, de los cuales 24 son públicos y 12 concertados.

Si atendemos a la distribución de los sujetos encuestados en relación con su pertenencia a los centros educativos en los que se encuentran matriculados la muestra se divide de la siguiente manera:

Tabla 17 Porcentaje de la muestra en función del centro educativo

IES MIGUEL HERRERO	9,24%	IES LEONARDO TORRES QUEVEDO	2,24%
IES RICARDO BERNARDO	6,33%	IES SAN MIGUEL DE MERUELO	2,24%
IES MARQUÉS DE SANTILLANA	5,44%	IES JESUS DE MONASTERIO	2,19%
COLEGIO JARDIN DE AFRICA	5,36%	COLEGIO LA PAZ	2,07%
IES ATAULFO ARGENTA	4,43%	COLEGIO SAN JOSE NIÑO JESUS	2,02%
COLEGIO VERDEMAR	4,18%	COLEGIO CASTROVERDE	1,86%
IES VILLAJUNCO	4,01%	IES EL ASTILLERO	1,77%
IES LAS LLAMAS	3,84%	COLEGIO ANGELES CUSTODIOS	1,56%
COLEGIO SAGRADO CORAZON DE JESUS	3,80%	IES LA GRANJA	1,52%
IES FORAMONTANOS	3,67%	COLEGIO SAGRADOS CORAZONES	1,52%
IES ESTELAS DE CANTABRIA	3,33%	IES MONTESCLAROS	1,39%

IES MARQUÉS DE MANZANEDO	3,33%	IES JOSÉ MARÍA PEREDA	1,35%
IES SANTA CRUZ DE CASTAÑED	3,16%	IES FUENTE FRESNEDO	0,89%
IES AUGUSTO GONZALEZ LINARES	3,08%	COLEGIO ESCOLAPIOS VILLACARRIEDO	0,84%
COLEGIO TORREANAZ	2,95%	COLEGIO LA SALLE	0,84%
COLEGIO ESCOLAPIOS SANTANDER	2,78%	COLEGIO ANTONIO ROBINET	0,84%
IES BESAYA	2,78%	IES MARISMAS DE SANTOÑA	0,51%
IES VALLE DE PIÉLAGOS	2,66%		

La distribución geográfica de los centros responde al diseño planteado de las Áreas Educativas determinadas.

En la zona Torrelavega-Besaya fue necesario encuestar a más alumnos de cada centro (IES Miguel Herrero, IES Marqués de Santillana, IES Besaya), ya que el número de institutos es pequeño mientras que la muestra requerida para esa zona era elevada al tener mucho alumnado los centros de esa comarca.

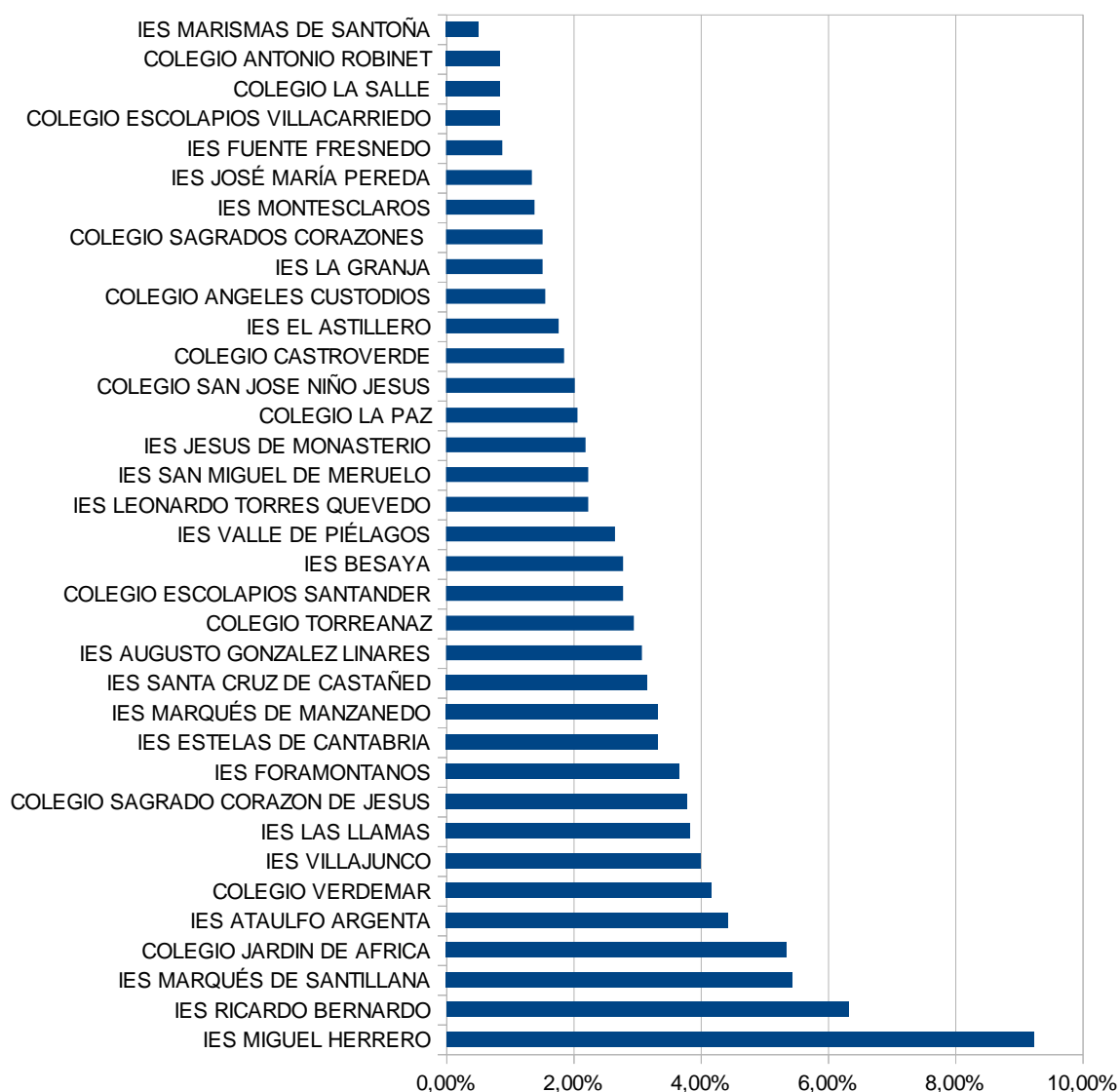


Figura 1. Distribución de la muestra por centro educativo

5.1.1.3. Distribución en función de los estudios que está cursando

Los alumnos encuestados presentan la siguiente distribución en cuanto al curso que estudian y al nivel académico:

Tabla 18. Nivel académico

	frecuencia	porcentaje
• 1ºESO	471	19,87%
• 2ºESO	370	15,61%
• 3ºESO	406	17,12%
• 4ºESO	393	16,58%
• 1º Bach	731	30,83%

En la Tabla 18, se detalla la distribución y porcentajes de alumnos por cursos, y se puede apreciar que se mantienen los requisitos de representatividad y porcentajes requeridos en esta tesis. En relación con el número de sujetos por cada curso y los porcentajes de distribución de la muestra, el 19.87% cursan 1º de ESO, el 15.61% cursan 2º de ESO, el 17.12% cursan 3º de ESO, el 16.58% cursan 4º de ESO, y un 30.83% son los que cursan 1º de Bachillerato.

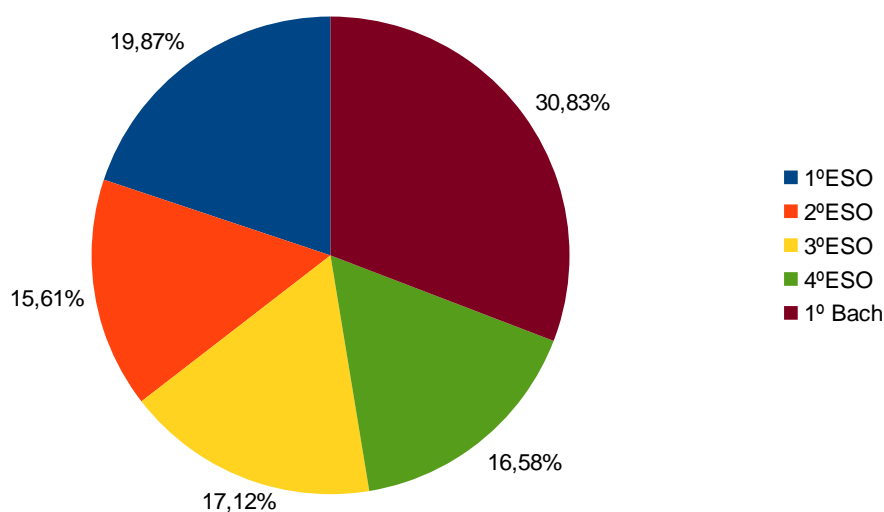


Figura 2. Distribución de la muestra por curso académico

En total hay 69,1% de alumnos de la ESO, frente a un 30,83% de alumnos de 1º de Bachiller.

5.1.2. Edades

La distribución por edades queda de la siguiente manera:

Tabla 19. Edades

Edad	Frecuencia	Porcentaje
• 12 años	396	16,70%
• 13 años	357	15,06%
• 14 años	364	15,35%
• 15 años	392	16,53%
• 16 años	667	28,13%
• 17 años	166	7,00%
• 18 años	29	1,22%
Total	2371	100,00%

Aunque la población estudiada se centra en los cuatro cursos de la ESO y el 1º de Bachillerato, por lo que las edades comprendidas se situarían dentro de la horquilla de los 12 a los 16 años, en la muestra analizada la distribución por edades abarca desde los 12 hasta los 18 años, debido a aquellos alumnos que han repetido cursos. Destaca la edad de 16 en donde se encontrarían fundamentalmente los alumnos de 1º de Bachillerato.

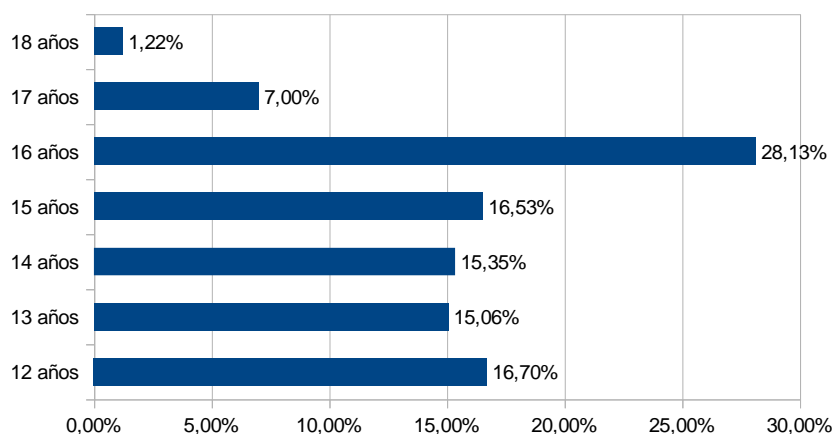


Figura 3. Edades

Nos encontramos con un porcentaje de un 8,22% que tienen más de 16 años. Esto es debido a que hay alumnos repetidores. El 16.70% (n= 396) tienen 12 años, el 15.06% (n= 357) 13 años, el 15.35% (n=364) 14 años, el 16.53% (n=392) 15 años, el 26.13% (n=667) 16 años, el 7% (n= 29) 17 años, y el 1.22% (n= 29) 18 años.

5.1.3. Convivencia

Otra cuestión analizada ha sido el entorno familiar de los alumnos, para ello, se les ha preguntado con quiénes conviven habitualmente. En este sentido, la mayoría de los alumnos ha manifestado vivir con sus padres y hermanos o con sus padres en el caso de no tener hermanos, lo que viene a suponer prácticamente un 70%.

Tabla 20. Personas con las que convive

Convive	Frecuencia	Porcentaje
• padre, madre, hermanos	1261	53,18%
• padre, madre	396	16,70%
• madre y hermanos	196	8,27%
• madre	163	6,87%
• padre, madre, hermanos y abuelos	155	6,54%
• padre, madre y abuelos	104	4,39%
• padre y hermanos	35	1,48%
• padre	26	1,10%
• abuelos	15	0,63%
• otros	15	0,63%
• hermanos	4	0,17%

Atendiendo a las personas con que conviven los alumnos se observa que algo más de la mitad 53,18% convive con sus padres y además con algún hermano.

Existe un 16,7% que conviven con sus padres, pero no tienen hermanos. Los encuestados que viven con la madre o con madre y hermanos suponen alrededor del 15%. Un 6,87% convive solo con su madre frente al 1,1% que convive solo con su padre. Solo un 2,58, viven solo con el padre o con padre y hermanos. Un 6,54% convive con sus padres, sus hermanos y sus abuelos. Existe un pequeño porcentaje que vive solamente con sus abuelos o hermanos, en total un 0,8% así como un 0,63% que conviven con otras personas (tíos, residencias, etc.). Existe por tanto un 1,43% de alumnos encuestados que no conviven con ninguno de sus padres.

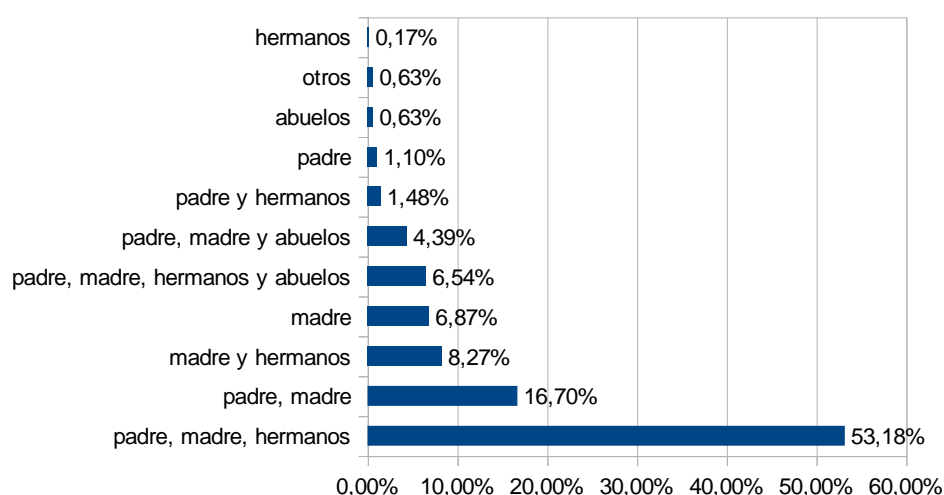


Figura 4. Personas con las que convive

5.1.4. Variables académicas

5.1.4.1. Repite curso

En la distribución de alumnos que han repetido curso se observa que un 77,22% nunca han repetido curso, un 18,22% ha repetido un curso, y únicamente un 4,55% han repetido dos o más cursos.

Tabla 21. Repite curso

Repite curso	Frecuencia	Porcentaje
• No	1831	77,22%
• 1 curso	432	18,22%
• 2 cursos	79	3,33%
• 2 o más cursos (bachillerato)	29	1,22%

El porcentaje de alumnos que han repetido dos cursos en la ESO es del 3,33% por lo que no podrán repetir ningún curso más en ese nivel educativo. En primer curso de la ESO han repetido alguna vez un 18,22% de los alumnos.

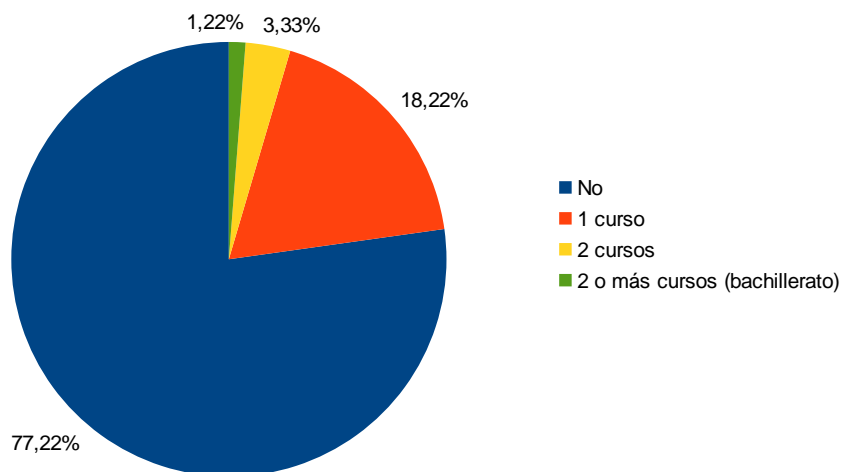


Figura 5. Repite curso

En total un porcentaje de un 22,77% ha repetido curso, lo que sin duda invita a una reflexión.

5.1.4.2. Calificación media del último curso

Tabla 22. Calificación media último curso

	Varón	Mujer
• Insuficiente	8,31%	6,08%
• Suficiente	18,20%	15,58%
• Bien	28,76%	25,94%
• Notable	35,74%	38,36%
• Sobresaliente	8,98%	14,04%

En cuanto a las calificaciones medias obtenidas en el último curso, se aprecia una distribución con un peso mayor en las calificaciones más altas de notable y sobresaliente, con un 52,40%, la calificación de insuficiente afecta al 6,08%, dándose los porcentajes

más elevados en varones con el 8,31% frente al de mujeres que resultó ser el 6,08%.

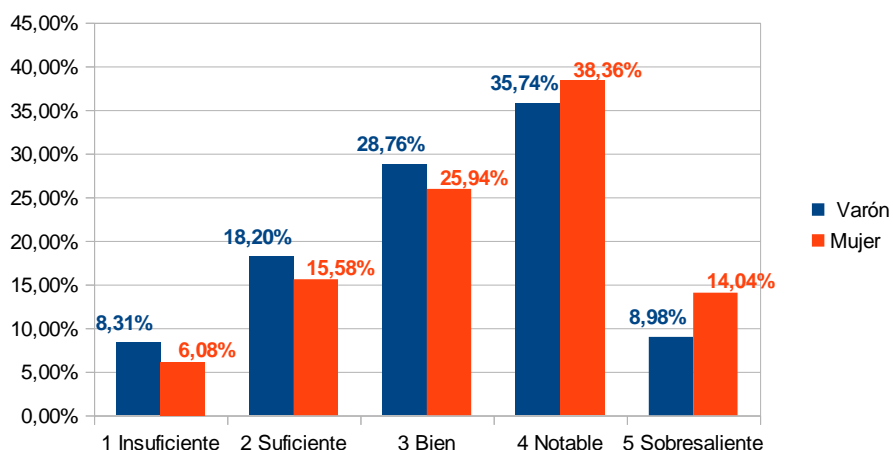


Figura 6. Calificación media último curso

Las diferencias en las calificaciones obtenidas en el curso anterior, parecen ser ligeramente más favorables a las mujeres. El porcentaje de insuficientes es del 8,31% en varones y del 6,08% en mujeres.

5.1.5. Actividades extraescolares

En la pregunta relacionada con la realización o no de actividades extraescolares, se les ofertaban ocho posibles opciones de respuesta, así como el número de horas semanales para cada una de ellas.

Tabla 23. Actividades extraescolares

		Idiomas	Deportes	Bailes	Música	Voluntariado	pintura o arte	Teatro	Clases particulares
Varón	No realizo esa actividad	579	261	1151	927	1155	1109	1161	585
	Entre 1 y 3 horas semana	500	280	28	141	29	60	24	290

	Entre 4 y 6 horas semana	103	352	5	62	6	17	5	227
	Entre 7 y 10 horas semana	8	199	7	32	1	6	1	58
	Más de 10 h/semana	13	111	12	41	12	11	12	35
Mujer	No realizo esa actividad	563	583	975	943	1098	1067	1121	611
	Entre 1 y 3 horas semana	491	306	141	135	57	80	34	279
	Entre 4 y 6 horas semana	103	174	39	45	9	14	8	186
	Entre 7 y 10 horas semana	9	74	7	27	3	4	3	61
	Más de 10 h/semana	2	31	6	18	1	3	2	23

Podemos apreciar como la opción de las actividades deportivas es la más generalizada, sobre todo entre los varones, seguida por los idiomas y las clases particulares. El resto de las opciones quedaban en un nivel más bajo, si bien eran más del 50% de la muestra realiza este tipo de actividades.

Viendo el número de horas que cada alumno invierte en las diferentes actividades extraescolares, se aprecia que el intervalo más frecuente es el que se corresponde con una dedicación de entre 1 y 3 horas semanales. Siendo el menos frecuente el correspondiente a más de 10 horas. También se da el caso de que algunos miembros de la muestra realicen más de una de las actividades reseñadas.

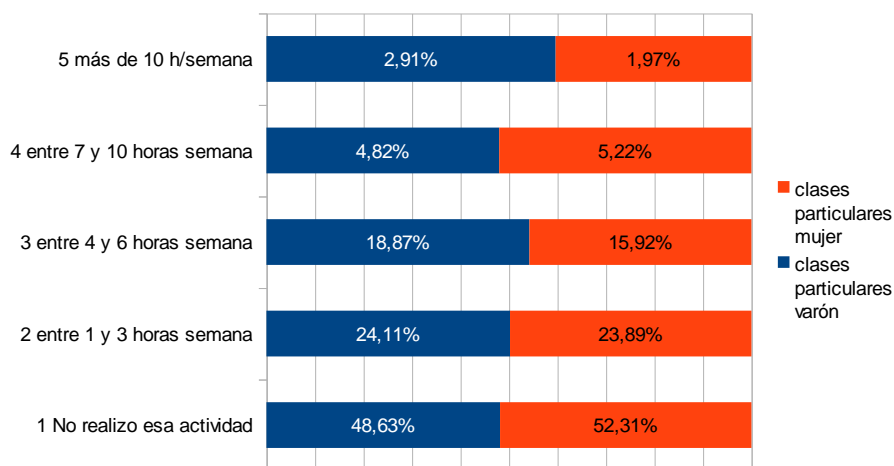


Figura 7. Clases particulares

El porcentaje de mujeres que no recibe clases particulares, resulta algo más elevado que el de varones que es de un 52,3%, frente a un 48,63% de mujeres. Lo más frecuente es que dediquen a esta actividad entre 1 y 3 horas semanales, con un porcentaje del 48%.

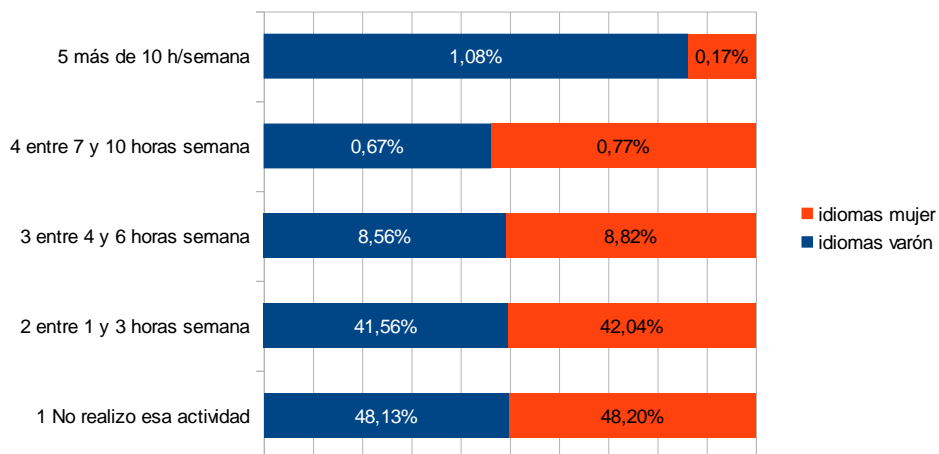


Figura 8. Idiomas

Se puede apreciar que algo más del 48% no realiza ninguna actividad extraescolar relacionada con la formación en idiomas. Siendo prácticamente igual el porcentaje entre varones y mujeres, el 48%. El intervalo de mayor frecuencia de dedicación a esta actividad de los que si la realizan, es el que se corresponde con entre 1 y 3 horas de

dedicación semanal, con un porcentaje del 86,59%. Siendo los porcentajes entre varones y mujeres muy similares, con excepción del último de los intervalos, el que se correspondería con más de 10 horas semanales, que en cualquier caso resulta muy poco significativo.

En cuanto a las actividades deportivas, sí que hay una diferencia importante entre los porcentajes de hombres y mujeres que las realizan. Prácticamente la mitad de la muestra de mujeres, el 49,91% no practica actividades deportivas, frente a un 21,70% de los varones. Este dato, nos ha llamado la atención y sí que resulta significativo. Siendo los intervalos más habituales de dedicación, los que van entre 1 y 6 horas semanales en el 52,54% de los varones y en el 41,1% de las mujeres.

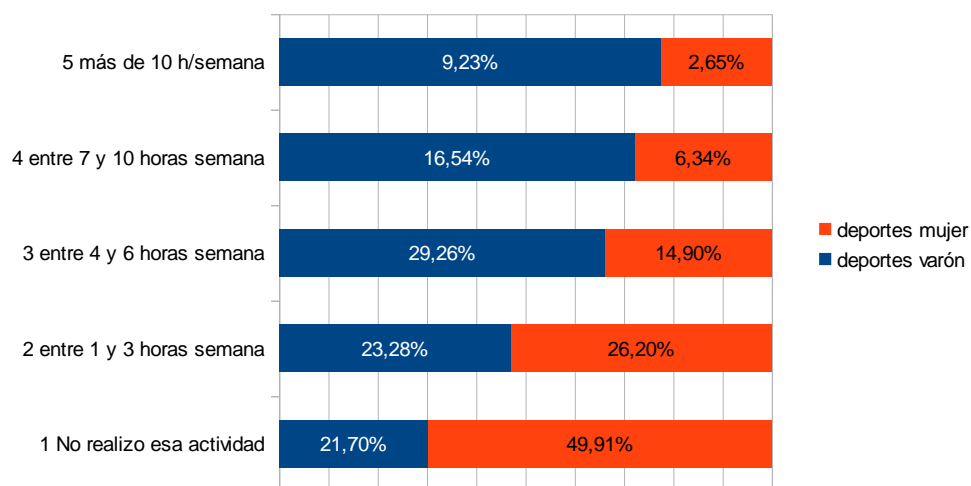


Figura 9. Deportes

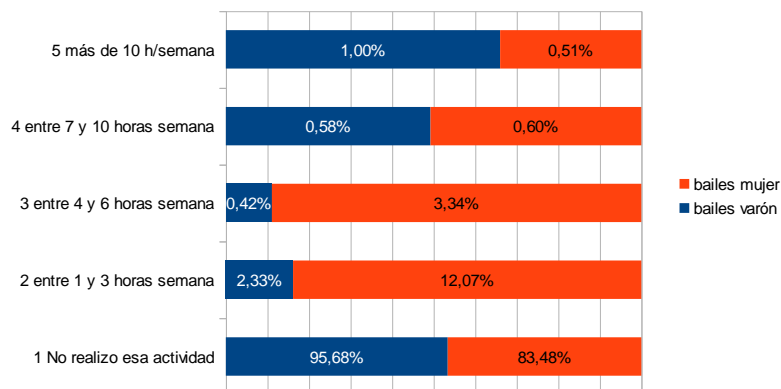


Figura 10. Bailes

La actividad de baile, es muy poco frecuente en la muestra. Solamente un 4,32% de los varones y un 16,52% de las mujeres la realizan.

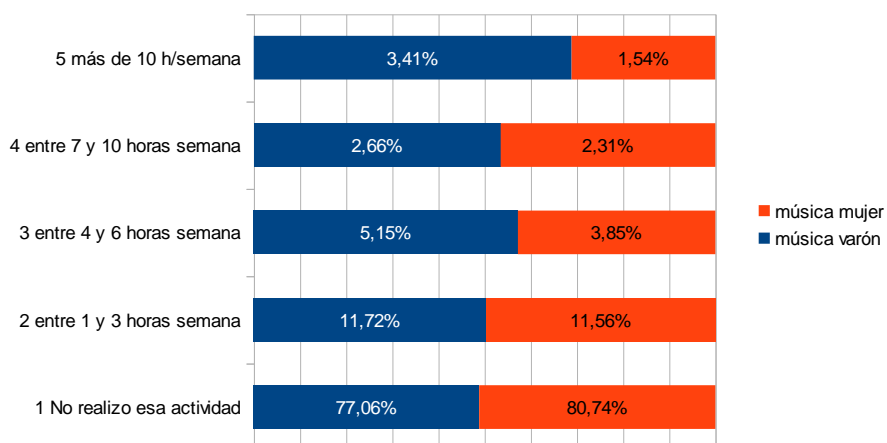


Figura 11. Música

Reciben formación musical extraescolar, un 32,04% de los varones y un 19,26% de las mujeres. Siendo el intervalo más frecuente de dedicación el que va entre 1 y 3 horas semanales, prácticamente por igual independientemente del género.

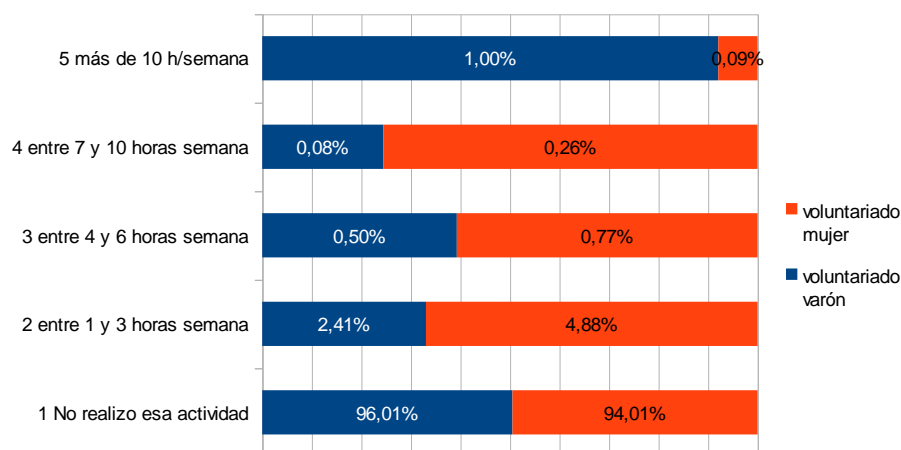


Figura 12. Voluntariado

Las labores de voluntariado también son escasamente realizadas, con un 3,99% de los varones de la muestra, y un 5,99% de las mujeres.

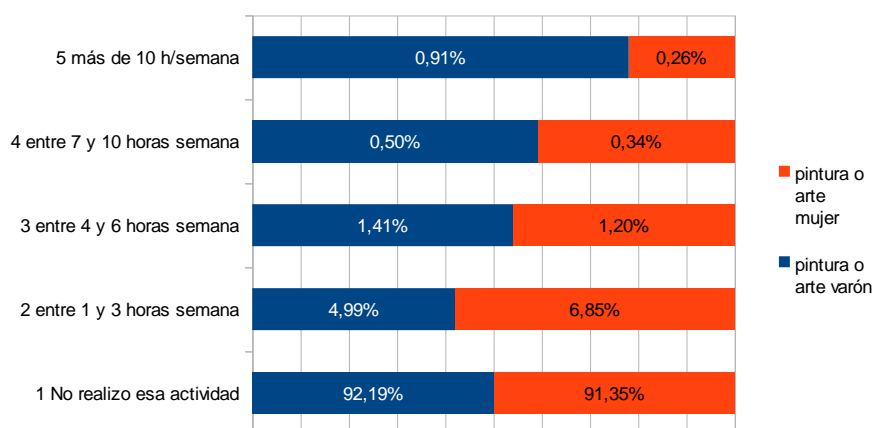


Figura 13. Pintura o arte

Las clases de pintura o arte, tampoco parece que sean realizadas con asiduidad, ya que únicamente un 7,81% de los varones y un 8,65% de las mujeres las realizan, siendo el intervalo más frecuente el de una dedicación entre 1 y 3 horas a la semana.

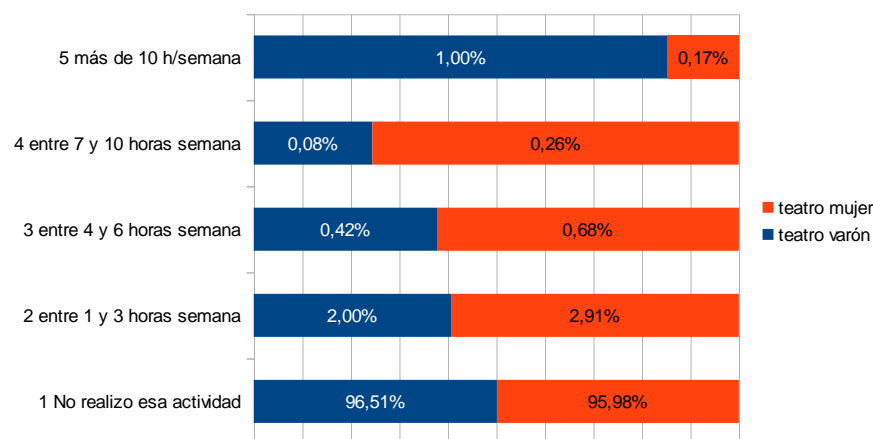


Figura 14. Teatro

El teatro es otra de las actividades extraescolares muy poco realizada por los alumnos de la muestra. Solamente 3,49% de los varones y un 4,02 de las mujeres nos indican que realizan este tipo de actividad.

5.1.6. Uso de la televisión

5.1.6.1. Número de TV en casa

Tabla 24. Número de TV en casa

	frecuencia	porcentaje
• Ninguno	4	0,17%
• 1	248	10,46%
• 2	492	31,55%
• 3 o más	736	57,82%

El número de televisores en el hogar, es de 3 o más en el 57,82% de los hogares. Y de 2 en el 31,55%. Solamente un 0,17 por ciento de la muestra (en 4 hogares), señalan no tener aparato de televisión.

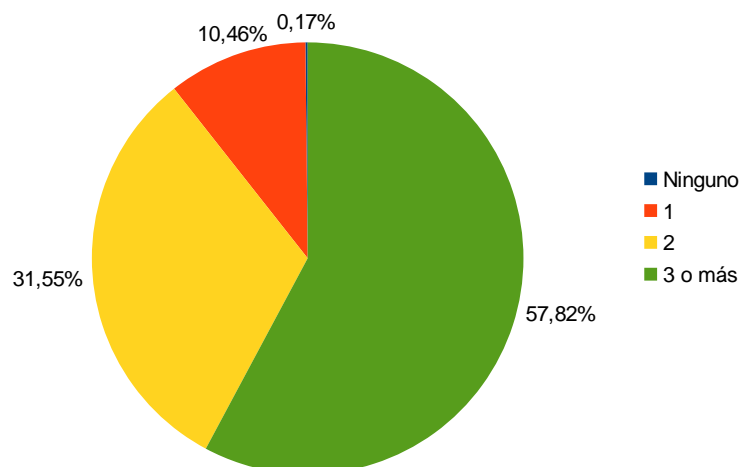


Figura 15. Número de TV en casa

La mayoría de los hogares, el 89,37% disponen de dos o más televisores. Sólo un 10,47% afirma tener sólo un televisor y únicamente un porcentaje muy residual del 0,17% los que no disponen de ningún receptor de TV en su domicilio.

5.1.6.2. Horas al día que ve la TV

En la tabla 28 podemos analizar el número de horas que dedican los alumnos de la muestra a ver televisión, tanto los días laborables, como los sábados y, los domingos y festivos.

Tabla 25. Horas de TV al día

Horas	laborables		sábados		domingos y festivos	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
0	165	6,96%	157	6,62%	115	4,85%
1	695	29,31%	452	19,06%	389	16,41%
2	739	31,17%	619	26,11%	573	24,17%
3	421	17,76%	469	19,78%	491	20,71%
4	184	7,76%	303	12,78%	322	13,58%
5	73	3,08%	154	6,50%	188	7,93%
6	31	1,31%	96	4,05%	118	4,98%
7	21	0,89%	42	1,77%	64	2,70%
más de 7 horas	42	1,77%	79	3,33%	111	4,68%

Se aprecia claramente el aumento de horas dedicada a esta actividad tanto los sábados como los festivos. No debemos minimizar la influencia que puede tener la televisión en el desarrollo afectivo e intelectual de los adolescentes, y hemos de tener en cuenta esta variable a la hora de relacionar los estilos comunicativos de las familias con el uso abusivo de la televisión.

Lo que sí parece que nos indican los resultados obtenidos es que estos alumnos pasan mucho tiempo viendo la televisión.

En algunos otros estudios realizados sobre este aspecto como, por ejemplo, el realizado por Lara et al., (2009), se nos indica que quienes más ven la televisión en días laborables también son los que más la ven los sábados y los días festivos; y viceversa. La correlación toma valores realmente altos entre las opciones sábados y domingos y festivos. También en nuestro trabajo se confirmó esta relación

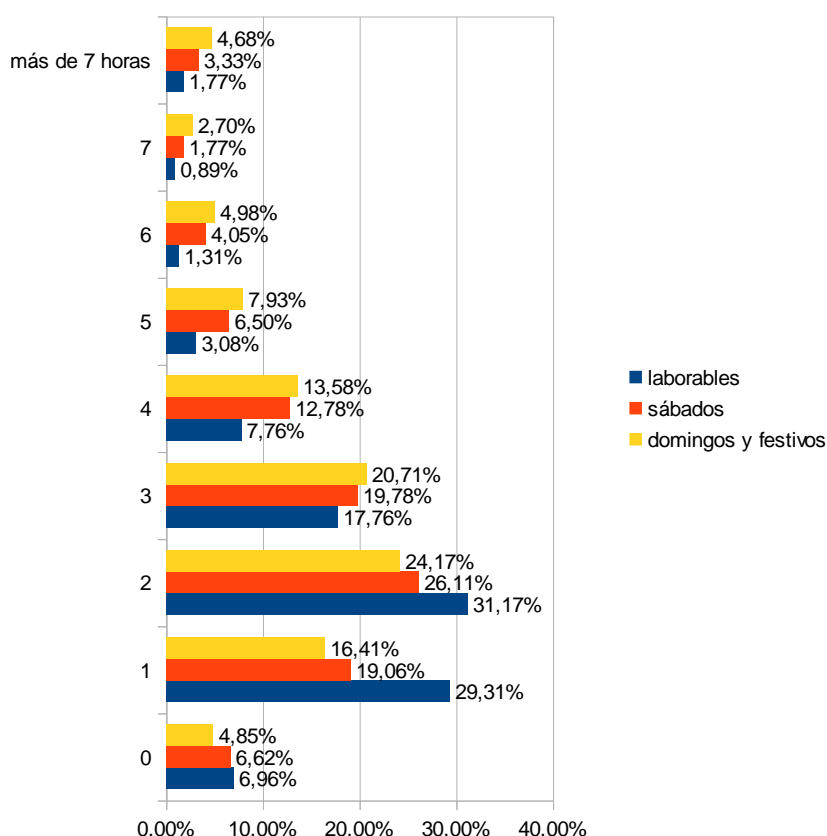


Figura 16. Horas al día que ve la TV

Los adolescentes encuestados ven una media de algo más de dos horas de televisión al día de lunes a viernes, algo más los sábados, y los domingos y festivos ven una media de algo más de 3 horas de televisión. Por ejemplo, los domingos y festivos el 54,58% ve la televisión 3 o más horas. Y un 4,68% más de 7 horas. También hay que reseñar esos porcentajes inferiores al 7% que indican no ver televisión. No se observan diferencias significativas por género. Se advierte un ligero incremento del tiempo dedicado a ver la televisión conforme avanza la edad. Si bien, los sábados, esta tendencia se invierte, (puede ser el día que más salen).

5.1.6.3. Contenido que visualiza en la TV

Tabla 26. Contenido que visualiza en la TV

	documentales		películas		series		dibujos animados		programas musicales		magazines variedades	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
No	1537	64,82%	439	18,52%	285	12,02%	1772	74,74%	1893	79,84%	2234	94,22%
Si	834	35,18%	1932	81,48%	2086	87,98%	599	25,26%	478	20,16%	137	5,78%

Tabla 26. Contenido que visualiza en la TV (continuación)

	programas del corazón		deportivos		anuncios		realities		otros	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
No	2215	93,42%	1323	55,80%	2107	88,87%	1592	67,14%	2243	94,60%
Si	156	6,58%	1048	44,20%	264	11,13%	779	32,86%	128	5,40%

Tanto los recuentos como los porcentajes en estas tablas, suman más que el total de la muestra y más del 100% al tratarse de tablas originadas por preguntas de respuesta múltiple. Por ello, los encuestados en general elegían más de una opción.

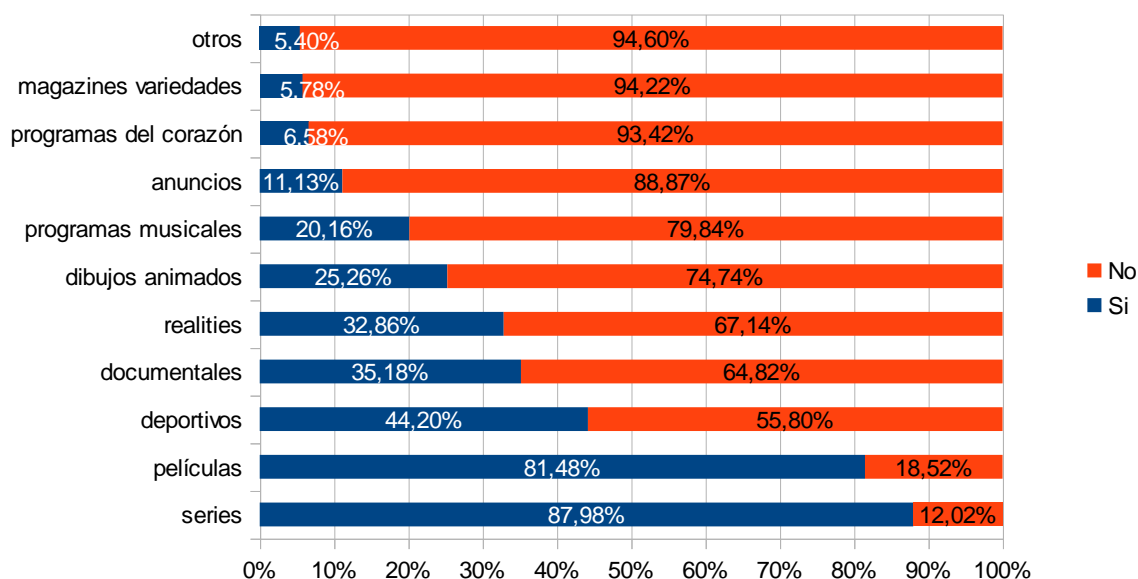


Figura 17. Contenido que visualiza en la TV

Los programas favoritos de los adolescentes de la muestra, son mayoritariamente las series con un 87,98% (más en el caso de las chicas) y las películas con el 81,48%. En tercer lugar, nos encontramos con los espacios deportivos con un 44,20% de los casos, con más seguidores por parte de los varones. En el caso de los documentales se aprecia un seguimiento del 35,18%. Los realities son seguidos por un 32,66%. Y a partir de ahí, los porcentajes de seguimiento de otros tipos de programas, como los musicales (que son más vistos por las chicas), dibujos animados, programas del corazón, magazines, etc...son seguidos por porcentajes de alumnos sensiblemente más bajos. También son relativamente pocos, un 11,13% los que se sienten atraídos por los anuncios comerciales. Resulta curioso que los programas del corazón, o el magazine que suelen tener mucha aceptación y seguimiento por el público en general, tengan pocos seguidores entre la muestra estudiada.

5.1.7. Uso del PC

El 98,4 de los alumnos disponen de al menos un ordenador en el hogar. Hay que destacar que de los 2371 alumnos encuestados solamente 37 no disponen de PC en casa lo que supone el 1,6%. En contraposición, existe un porcentaje de un 39,3% que tienen

dos ordenadores y de casi 32% de los alumnos que afirman tener tres o más PCs en su domicilio.

5.1.7.1. Número de PCs en el hogar

Tabla 27. Número de PCs en casa

	Frecuencia	Porcentaje
• Ninguno	37	1,60%
• 1	642	27,1%
• 2	935	39,40%
• 3 o más	757	31,90%

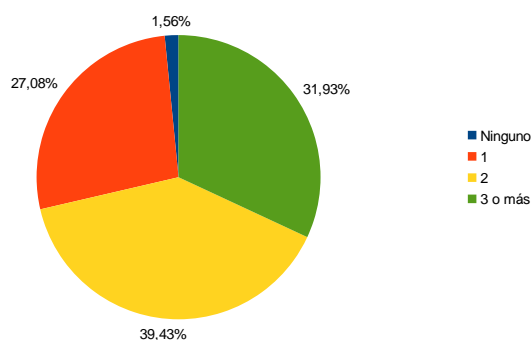


Figura 18. Número de PCs en casa

5.1.7.2. Número de tablets en el hogar

Tabla 28. Número de tablets en casa

	Frecuencia	Porcentaje
• Ninguno	1046	44,12%
• 1	931	39,3%
• 2	291	12,27%
• 3 o más	103	4,34%

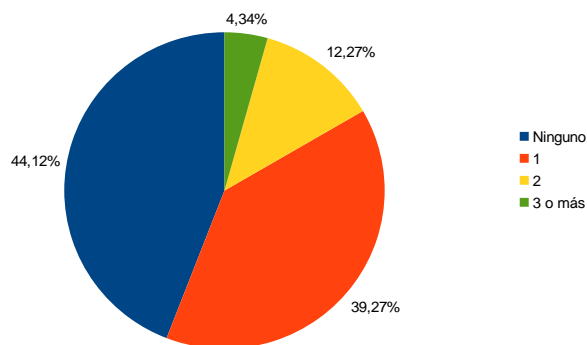


Figura 19. Número de tablets en casa

Si atendemos al número de tabletas gráficas en el domicilio se observa que su uso no está tan generalizado como el del PC, ya que solamente la posee el 55,88% de la muestra. Existiendo un 16,61% que posee más de una tableta gráfica en casa. Un 12,27% tienen 2 tablets y un 4,34 indican que tienen 3 o más.

5.1.7.3. Dispone de PC propio para uso personal

Tabla 29. Dispone de PC propio para uso personal

	Frecuencia	Porcentaje
• Si	1241	52,34%
• No	639	27,0%
• N.S./N.C.	491	20,71%
• Total	1880	79,29%

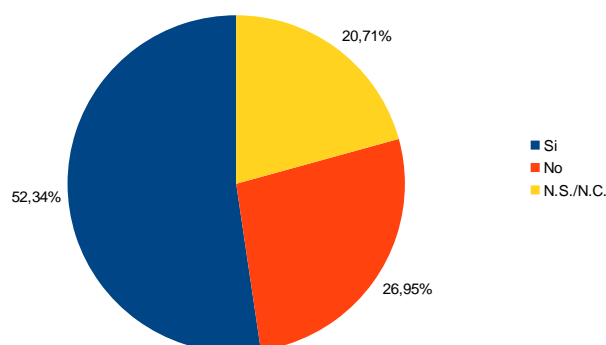


Figura 20. Dispone de Pc propio para uso personal

Poco más de la mitad de los alumnos que respondieron a este ítem (n=1241), el 52,34%, afirman disponer de un PC para uso exclusivamente personal. Hay que comentar que a este ítem curiosamente hubo un colectivo de alumnos que no respondió. En total las respuestas obtenidas fueron de 1.880 sujetos, lo que supone el 79,29% de la muestra.

5.1.7.4. Horas diarias de uso del PC

Tabla 30. Horas diarias uso PC

horas	laborables		sábados		domingos y festivos	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
0	278	11,73%	333	13,16%	312	13,16%
1	797	33,61%	612	26,36%	625	26,36%
2	547	23,07%	516	20,16%	478	20,16%
3	336	14,17%	365	15,10%	358	15,10%
4	170	7,17%	204	8,86%	210	8,86%
5	93	3,92%	125	5,06%	120	5,06%
6	35	1,48%	75	4,05%	96	4,05%
7	29	1,22%	37	2,07%	49	2,07%
más de 7 horas	86	3,63%	104	5,19%	23	5,19%

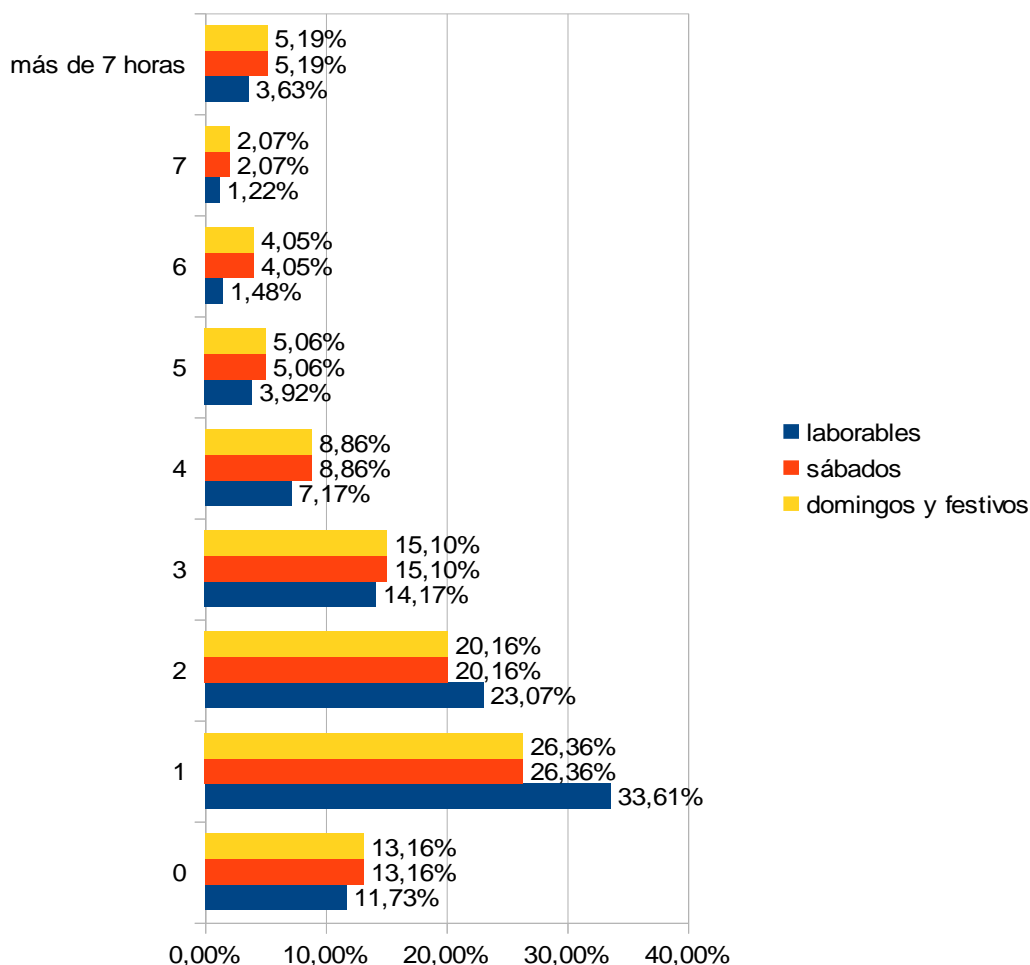


Figura 21. Horas diarias uso PC

En cuanto al número de horas diarias de uso del ordenador, diferenciamos entre días laborables, sábados y domingos y festivos.

Hay que tener en cuenta que algunos alumnos comentaron que utilizaban el PC en el instituto una hora al día.

Resulta llamativo ver que hay un porcentaje entre el 11,73% y el 13,16% que no utiliza nunca el ordenador. Y un porcentaje algo superior al 70% que lo utiliza entre 1 y 3 horas los días laborables, y algo más del 60%, con esa misma frecuencia, los sábados y festivos. A partir de las 3 horas diarias, la frecuencia disminuye, aunque llama la atención el grupo que indica estar conectado al ordenador 7 o más horas, que resulta ser de un

3,63% en días laborables y de un 5,19% los sábados y festivos. Se ha podido apreciar que quienes más usan el ordenador en días laborables también son los mismos que más lo utilizan los sábados y los festivos. Este hecho también se refleja en el estudio de Lara et al., (2009).

5.1.7.5. Usos del PC. Horas semanales

Tabla 31. Usos del PC. Horas semanales

	correo electrónico		Internet		trabajos escolares		foros	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nada	1148	48,42%	318	13,41%	361	15,23%	1422	59,97%
1 hora o menos	1093	46,10%	909	38,34%	1081	45,59%	577	24,34%
Entre 1h y 3h	94	3,96%	746	31,46%	758	31,97%	248	10,46%
Entre 4h y 6h	20	0,84%	242	10,21%	127	5,36%	70	2,95%
Entre 7h y 10h	3	0,13%	74	3,12%	24	1,01%	32	1,35%
Más de 10h	13	0,55%	82	3,46%	20	0,84%	22	0,93%

Una vez recogido el número de horas que dedican al ordenador, se trató de determinar qué uso hacen del mismo. Ya que el PC es una herramienta multifunción y el estar delante del ordenador puede implicar que se relacionen a través de redes sociales, que vean películas y el PC sea el equivalente de la televisión a la carta, que estén jugando y en este caso el PC sea el equivalente de una videoconsola etc...

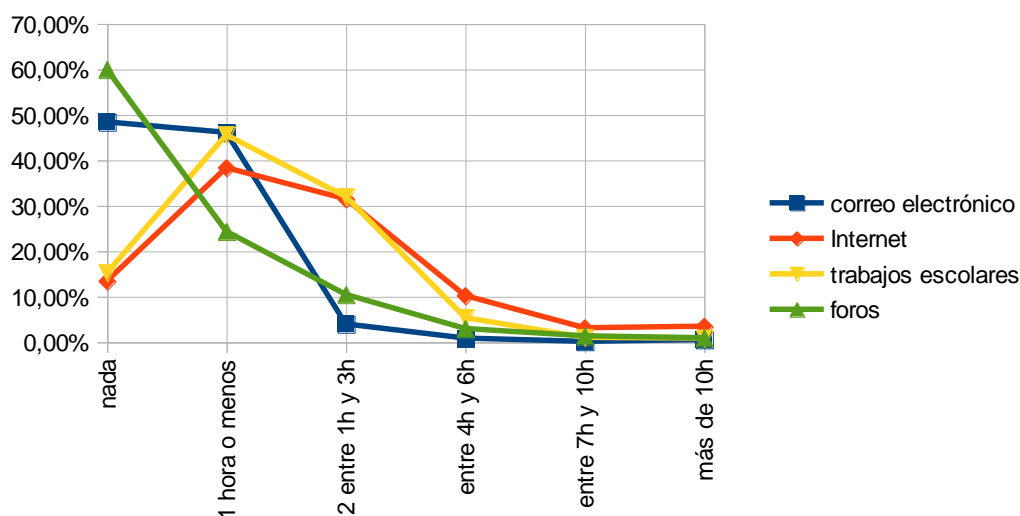


Figura 22. Usos del PC. Horas semanales

Sobre los usos que hacen del ordenador, los alumnos respondieron que lo utilizan, para el correo electrónico cerca de un 50%, tarea a la cual un 46% pasan consultándolo menos de una hora semanal. A navegar por Internet se dedican un 86,59% de los encuestados. De ellos, prácticamente el 70% realizan esta tarea entre 1 y 3 horas semanales. Si bien hay un 6,58% que dedica a esta actividad 7 y más horas a la semana. Para la realización de tareas escolares lo utilizan un 84,97% de los alumnos, dedicando un 77,56% de los mismos, entre 1 y 3 horas semanales a estos trabajos en el ordenador. La participación en foros, parece atraer a 40,03%, de los cuales un 24,34% dice dedicar a esta tarea una hora o menos a la semana y un 10,46% responde que dedica a este tema entre 1 y 3 horas, siendo residual el resto de porcentajes correspondientes a más de 3 horas. Si puede resultar de interés el hecho de que aproximadamente el 60% no manifiesta ningún tipo de interés por esta actividad.

Tabla 31. Usos del PC. Horas semanales (continuación)

	juegos		descarga de contenidos		chat		videochat	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nada	1269	53,52%	573	24,17%	644	27,16%	1832	77,27%
1 hora o menos	567	23,91%	964	40,66%	673	28,38%	314	13,24%
Entre 1h y 3h	299	12,61%	549	23,15%	582	24,55%	135	5,69%
Entre 4h y 6h	133	5,61%	169	7,13%	271	11,43%	40	1,69%
Entre 7h y 10h	45	1,90%	57	2,40%	92	3,88%	20	0,84%
Más de 10h	58	2,45%	59	2,49%	109	4,60%	30	1,27%

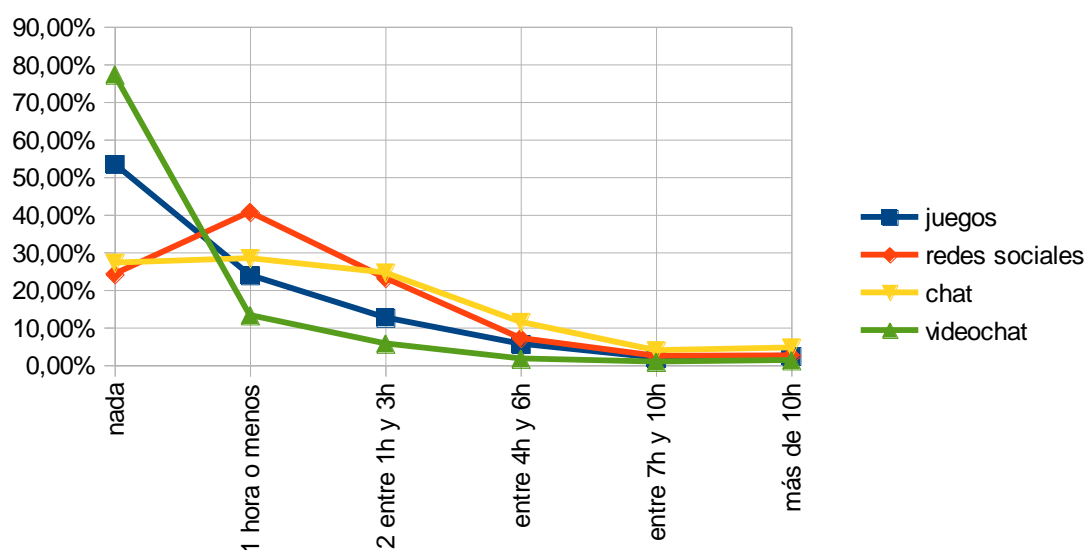


Figura 22. Usos del PC. Horas semanales(continuación)

Un 46,48% utiliza el ordenador para juegos. De ellos, un 23,91 declara dedicar a esta actividad menos de 1 hora a la semana, un 12,61% entre 1 y 3 horas, siendo muy minoritarios los que juegan más de 3 horas semanales a través del ordenador. Un 75,83% descarga contenidos de la red. De ellos, un 40,66% dedica a esta actividad menos de 1

hora a la semana, si bien hay un grupo relativamente importante del 23,15% que manifiesta dedicar a esta tarea entre 1 y 3 horas. La participación en chats la realizan un 72,84% de los encuestados. Un 28,38% de ellos dedica a esta actividad menos de 1 hora a la semana, un 24,55% entre 1 y 3 horas, y prácticamente casi un 20% manifiesta estar pendiente de esta actividad más de tres horas a la semana. El videochat, resulta ser una actividad más minoritaria, únicamente el 22,73% de los encuestados manifiestan realizar este tipo de actividad, dedicándole el 13,24% de ellos menos de una hora la semana.

Tabla 31. Usos del PC. Horas semanales (continuación)

	comprar, vender por Internet		redes sociales		escuchar música, spotify,radio		ver vídeos, youtube	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nada	1918	80,89%	431	18,18%	772	32,56%	336	14,17%
1 hora o menos	334	14,09%	698	29,44%	608	25,64%	924	38,97%
Entre 1h y 3h	72	3,04%	637	26,87%	501	21,13%	617	26,02%
Entre 4h y 6h	27	1,14%	332	14,00%	240	10,12%	272	11,47%
Entre 7h y 10h	5	0,21%	137	5,78%	119	5,02%	121	5,10%
Más de 10h	15	0,63%	136	5,74%	131	5,53%	101	4,26%

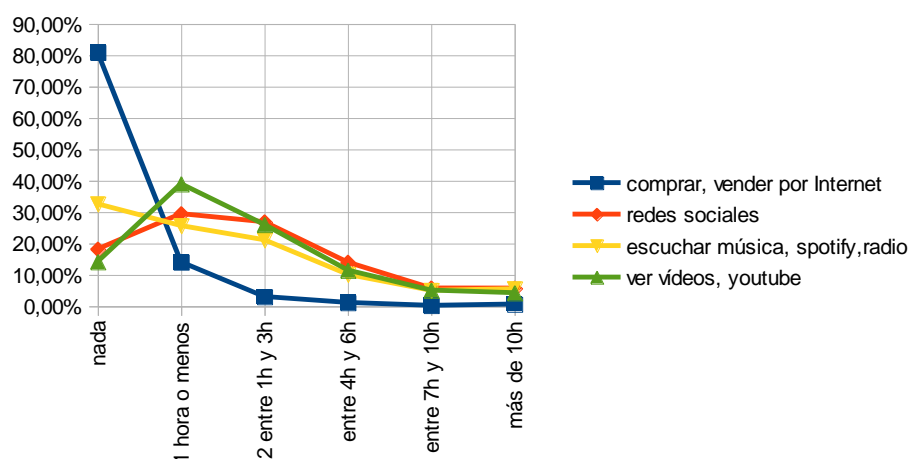


Figura 22. Usos del PC. Horas semanales (continuación)

Comprar y vender por Internet lo realizan el 19,11% de los encuestados de los que un 14,09% dedican a este tema menos de 1 hora semanal, siendo residual el resto de los porcentajes de quienes dedican más de 1 hora por semana a esta actividad. Sin embargo, el tema de la participación en las redes sociales sí que tiene una amplia acogida, con una participación de algo más del 81%. De ellos el 25,64% participan menos de 1 hora semanal, el 26,87% entre 1 y 3 horas y un 10,12 % entre 4 y 6 horas; siendo un 10,55% los que realizan esta actividad durante más de 7 horas semanales. Escuchar música o escuchar la radio a través del ordenador, la realizan un 67,44% de los encuestados. Y un 85,29% ven vídeos de los que algo más del 65% dedican a esta tarea hasta 3 horas semanales.

5.1.8. Internet

5.1.8.1. Conexión a Internet

Tabla 32. Tipo de conexión a Internet

	Frecuencia	Porcentaje
• No tiene	89	3,75%
• ADSL o fibra óptica	1691	71,32%
• Otra conexión más lenta	359	15,14%
• 3G	232	9,78%

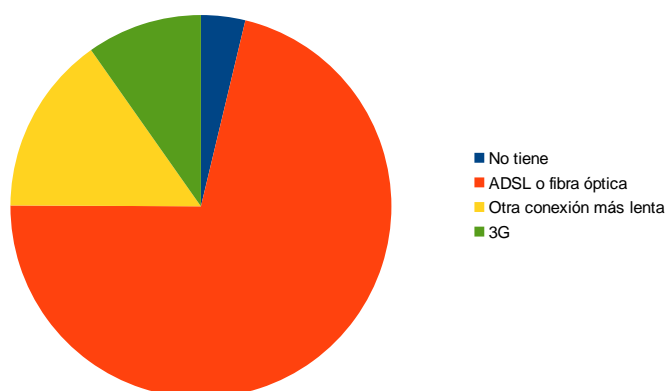


Figura 23. Tipo de conexión a Internet

Únicamente un 3,75% de los hogares, parece no tener conexión a Internet. Del 96,75% restante que sí disponen de esta conexión el 15,14% tienen una conexión lenta, disponiendo el resto de conexiones tipo ADSL, fibra óptica y en algunos casos 3G.

5.1.8.2. Redes sociales en las que tiene abierto un perfil

Se analizó también en qué redes sociales los adolescentes tienen abierto un perfil con los siguientes resultados:

La red más ampliamente utilizada es Tuenti, seguida de Twitter y Facebook. El 65,29% está registrado en Facebook, que te obliga a firmar que eres mayor de 18 años para poder entrar. Es sorprendente, como Tuenti ha perdido el enorme tirón que tenía entre los adolescentes y los jóvenes pasando a ser una red minoritaria en estos momentos. Sólo un 4,38% de los encuestados no está registrado en ninguna red social.

De los porcentajes contemplados en la figura, se desprende claramente que hay un elevado número de alumnos que están registrados en varias redes sociales.

Tabla 33. Redes sociales en que está registrado

		Si	No
• Tuenti	Frec.	2121	250
	%	89,46%	10,54%
• Twitter	Frec.	1785	586
	%	75,28%	24,72%
• Facebook	Frec.	1548	823
	%	65,29%	34,71%
• Google+	Frec.	956	1415
	%	40,32%	59,68%
• Msn Live Space	Frec.	626	1745
	%	26,40%	73,60%
• Myspace	Frec.	135	2236
	%	5,69%	94,31%
• Badoo	Frec.	84	2287
	%	3,54%	96,46%
• Last.fm	Frec.	38	2333
	%	1,60%	98,40%
• Pinterest	Frec.	29	2342
	%	1,22%	98,78%
• Otras	Frec.	379	1992
	%	15,98%	84,02%
• Ninguna red social	Frec.	104	2267
	%	4,38%	95,61%

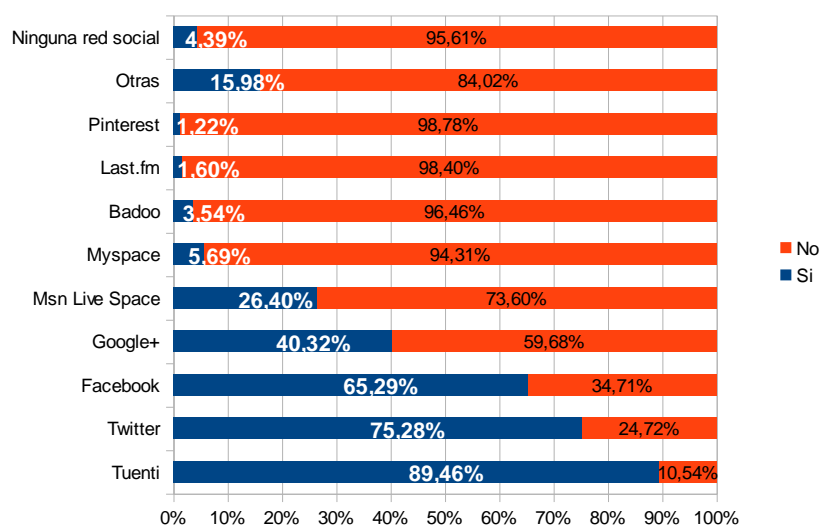


Figura 24. Redes sociales en las que está registrado

5.1.8.3. Compras por Internet

Se encuestó también a los adolescentes de la muestra, sobre las compras realizadas a través de Internet en el último año.

Lo primero que podemos apreciar es que hacen un uso limitado de esta opción, ya que algo más del 60% no utilizan esta posibilidad.

Del casi 40% que realizó compras a través de Internet durante el año anterior, las compras a través de Amazon, la adquisición de entradas para espectáculos, los pagos relacionados con viajes o la compra de juegos, son las opciones más utilizadas.

Tabla 34. Compras realizadas por Internet el pasado año

		Si	No
• Ebay	Frec.	384	1987
	%	16,20%	83,80%
• Amazon	Frec.	233	2138
	%	9,83%	90,17%
• BuyVip	Frec.	55	2316
	%	2,32%	97,68%
• Billetes avión, viajes	Frec.	185	2186
	%	7,80%	92,20%
• Entradas espectáculos	Frec.	196	2175
	%	8,27%	91,73%
• Juegos o paga por jugar	Frec.	132	2239
	%	5,57%	94,43%
• Ofertas: Let`s bonus, oferplan..	Frec.	69	2302
	%	2,91%	97,09%
• Vente-privee	Frec.	48	2343
	%	2,02%	98,82%
• Otras	Frec.	315	2056
	%	13,29%	86,71%
• Sin compras	Frec.	1433	938
	%	60,44%	39,56%

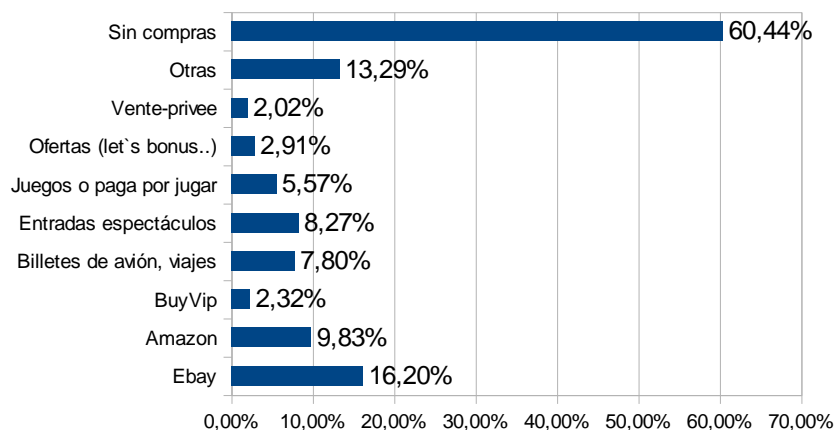


Figura 25. Compras realizadas por Internet el pasado año

5.1.8.4. Uso del chat y redes sociales

Tabla 35. Objeto de uso de las redes sociales y chat

		Si	No
• Contactar con amigos	Frec.	2275	96
	%	96,00%	4,00%
• Conocer gente nueva	Frec.	359	2012
	%	15,10%	84,90%
• Ligar	Frec.	334	2027
	%	14,50%	85,50%
• Búsq. Información gente	Frec.	135	2236
	%	5,70%	94,30%

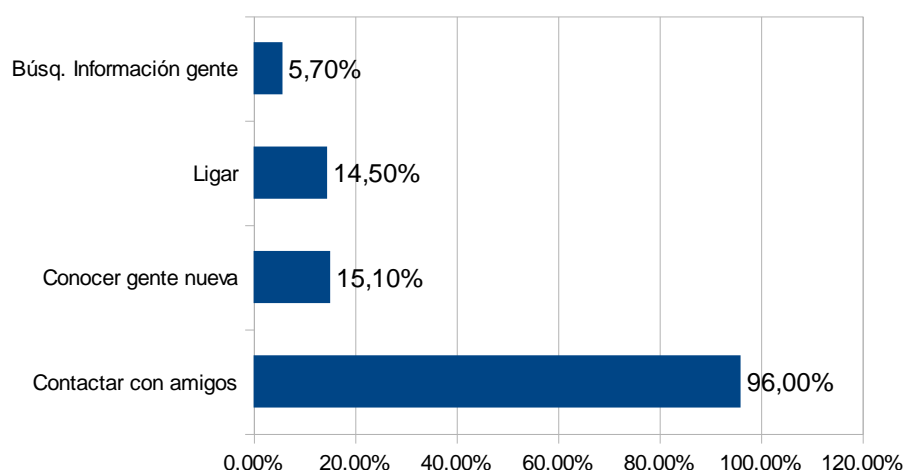


Figura 26. Objeto de uso de redes sociales y chat

Las redes sociales las utilizan principalmente para contactar con los amigos, el 96%. Aunque un 15,10% afirma que lo utiliza para conocer gente nueva y un 14,50% para ligar. Hay un porcentaje del 5,70% que manifiesta que las utiliza para buscar información sobre la gente. Son datos que nos tienen que hacer reflexionar sobre la necesidad de una formación para saber actuar de manera eficaz y responsable ante los riesgos de la red.

5.1.8.5. Tiempo dedicado a las redes sociales

Tabla 36. Tiempo de uso de las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
<ul style="list-style-type: none"> Prácticamente solo utilizo Internet para redes sociales 	680	28,68%
<ul style="list-style-type: none"> Más de la mitad de mi tiempo en Internet lo dedico a la red social 	617	26,02%
<ul style="list-style-type: none"> Dedico prácticamente el mismo tiempo a las redes sociales que a otro tipo de usos de Internet 	365	15,39%

<ul style="list-style-type: none"> • Menos de la mitad de mi tiempo en Internet lo dedico a la red social 	293	12,36%
<ul style="list-style-type: none"> • La mayor parte del tiempo utilizo Internet para otras cosas 	416	17,55%
<ul style="list-style-type: none"> • Total 	2371	100,00%

Comparando el tiempo que dedican a las redes sociales con el tiempo total que dedican a Internet. Se observa, que casi un 30% afirma utilizar Internet exclusivamente para hacer uso de las redes sociales. Un 26% dedica más de la mitad del tiempo en Internet a la red social y un 15% dedica el mismo tiempo a la red social frente al resto de posibilidades que Internet ofrece. Lo que nos da un uso muy alto del recurso “red social” si lo comparamos con otra tecnología.

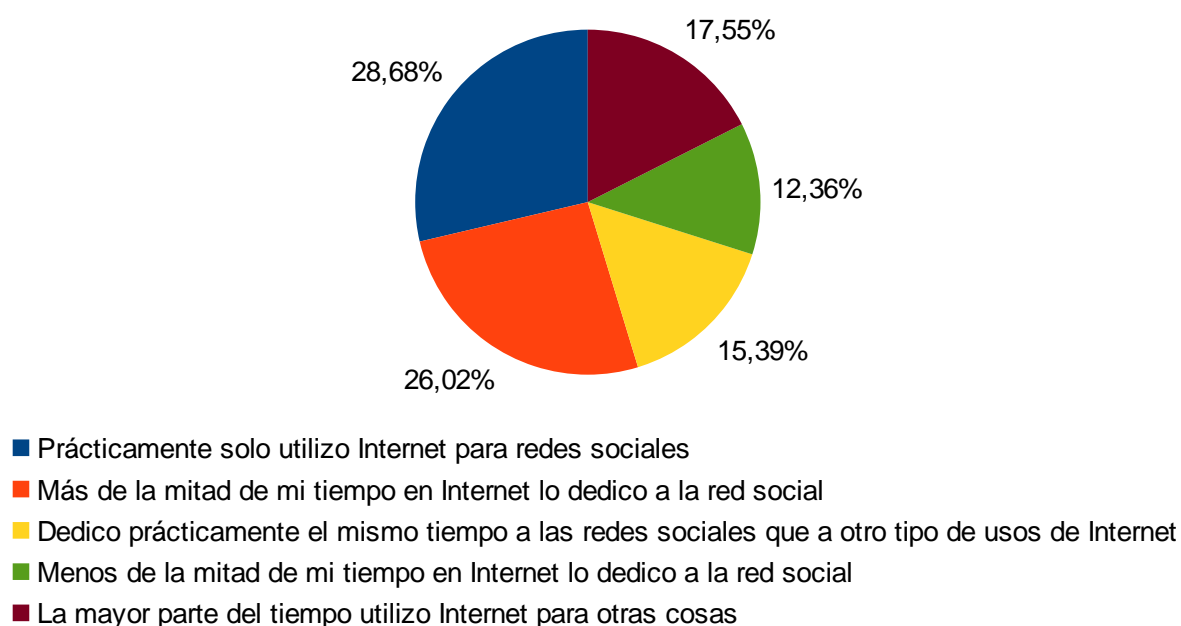


Figura 27. Tiempo de uso de las redes sociales

5.1.8.6. CyberBullying, o ciberacoso

Tabla 37. Recibe presión o es ridiculizado a través de las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
• Si	188	7,93%
• No	1657	69,89%
• A mí no, pero si a gente que conozco	526	22,18%
• Total	2371	100,00%

Casi un 8% afirman haber recibido presión o haber sido ridiculizados mediante las redes sociales. Un 22,18% afirman conocer a alguien en esta situación. Son datos muy a tener en cuenta por las repercusiones que pueden tener.

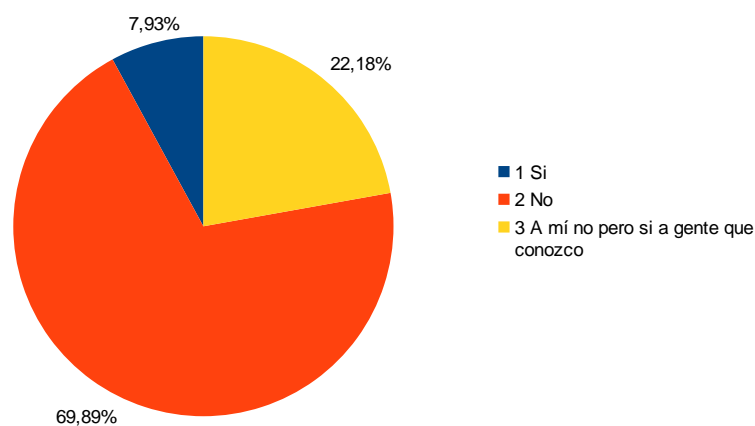


Figura 28. Recibe presión o es ridiculizado a través de las redes sociales

El hecho de que prácticamente el 8% de los encuestados responda afirmativamente a esta cuestión, nos hace ver la auténtica dimensión de este grave problema. También resulta llamativo el porcentaje del 22,18% que manifiesta conocer a

alguien que está recibiendo acoso a través de la red. Afortunadamente, tras la concatenación de los hechos dramáticos que frecuentemente nos conmueven, parece que la sociedad empieza a reaccionar para combatir este tipo de acoso, aunque queda aún mucho camino por recorrer.

Cuando se les pregunta sobre si han utilizado las redes sociales como herramienta para difamar o molestar, se obtienen los siguientes datos:

Tabla 38. Molesta o difama utilizando las redes sociales

	Frecuencia	Porcentaje
• No nunca	1842	77,69%
• Alguna vez en plan de broma	435	18,35%
• Si	94	3,96%
• Total	2371	100,00%

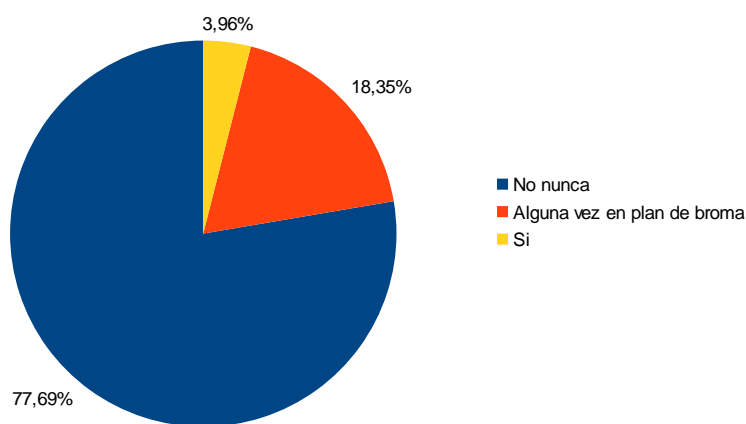


Figura 29. Molesta o difama utilizando las redes sociales

Resulta llamativo y preocupante, el hecho de que el 22,31% haya utilizado las redes para molestar o difamar a otros. Y sorprende que el 18,35% manifiesten que lo han hecho en plan de “broma”. Por ello, cada vez se hace más necesaria una decidida y eficaz intervención educativa en este sentido.

En relación con a quién recurrirían si alguien le estuviera molestando por Internet y necesitase ayuda, nos aportan la siguiente información:

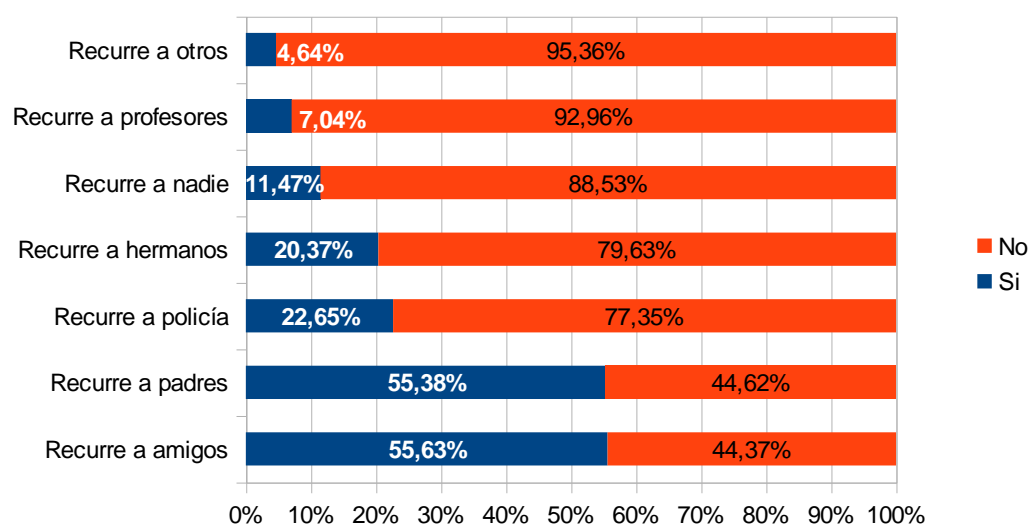


Figura 30. A quién recurre

Tabla 39. A quién recurre

		Si	No
• Recurre a nadie	Frec	272	2099
	%	11,47%	88,53%
• Recurre a amigos	Frec	1319	1052
	%	55,63%	44,37%
• Recurre a hermanos	Frec	483	1888
	%	20,37%	79,63%
• Recurre a padres	Frec	1313	1058
	%	55,38%	44,62%
• Recurre a profesores	Frec	167	2204
	%	7,04%	92,96%
• Recurre a policía	Frec	537	1834
	%	22,65%	77,35%
• Recurre a otros	Frec	110	2261
	%	4,64%	95,36%

Un 11,47% de los jóvenes no recurriría a nadie en caso de que se metieran con ellos o fueran molestados a través de las redes sociales. Un 55% recurriría a padres, y un

porcentaje similar recurriría amigos. Únicamente un 7,04% recurriría a profesores. En este apartado al poder señalarse más de una opción, los porcentajes superan el 100%.

El hecho de que tan sólo un 7,04% confíen en que sus profesores le puedan ayudar, es un dato que nos tiene que hacer reflexionar, para modificar estrategias conducentes a una mejora en este sentido.

5.1.8.7. Páginas de Internet que suelen visitar

Tabla 40. Páginas que sueles visitar

		Si	No
• Pág. Ciencia	Frec	238	2133
	%	10,04%	89,96%
• Pág. Música	Frec	1804	567
	%	76,09%	23,91%
• Pág. Informativas	Frec	525	1846
	%	22,14%	77,86%
• Pág. Cultura, deportes	Frec	910	1461
	%	38,38%	61,62%
• Pág. Estudio, trabajos clase	Frec	1348	1023
	%	56,85%	43,15%
• Pág. Eróticas	Frec	340	2031
	%	14,34%	85,66%
• Pág. Cotilleo, sociedad	Frec	282	2089
	%	11,89%	88,11%

Un 76,09 % visita páginas de música, prácticamente un 57% páginas para estudiar o realizar trabajos de clase, un 38,38% visita páginas de cultura y/o deportes, un 22,14% páginas de información general, son porcentajes menores los que consultan páginas científicas y/o de cotilleo; pero hay un porcentaje del 14,34% que manifiesta consultar habitualmente páginas eróticas y que se corresponden con 340 alumnos. Este podría ser otro motivo de reflexión para un adecuado y actualizado abordaje educativo del tema.

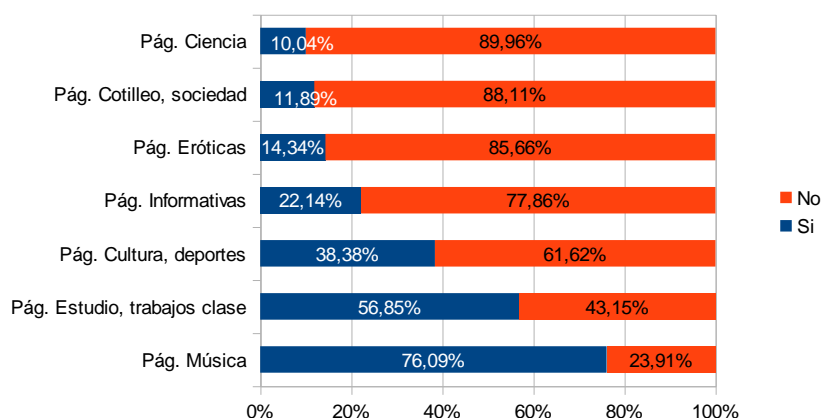


Figura 31. Páginas que sueles visitar

5.1.9. Seguridad informática

Tabla 41. Seguridad informática

		Nunca	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre
• Chatea con desconocidos	Frec	1791	398	86	51	45
	%	75,54%	16,79%	3,63%	2,15%	1,90%
• Añade desconocidos a su red social	Frec	1681	445	120	62	63
	%	70,90%	18,77%	5,06%	2,61%	2,66%
• Tiene la webcam desactivada cuando chatea	Frec	384	89	61	182	1655
	%	16,20%	3,75%	2,57%	7,68%	69,80%
• Envía fotos propias comprometedoras a través del chat	Frec	2149	138	37	15	32
	%	90,64%	5,82%	1,56%	0,63%	1,35%
• Ejecuta archivos que le envían a través del chat	Frec	1362	409	292	190	118
	%	57,44%	17,25%	12,32%	8,01%	4,98%
• Tiene el antivirus actualizado	Frec	201	102	129	337	1602
	%	8,48%	4,30%	5,44%	14,21%	67,57%
• Tiene instalado un programa de control parental	Frec	1943	135	2	67	134
	%	81,95%	5,69%	0,08%	2,83%	5,65%

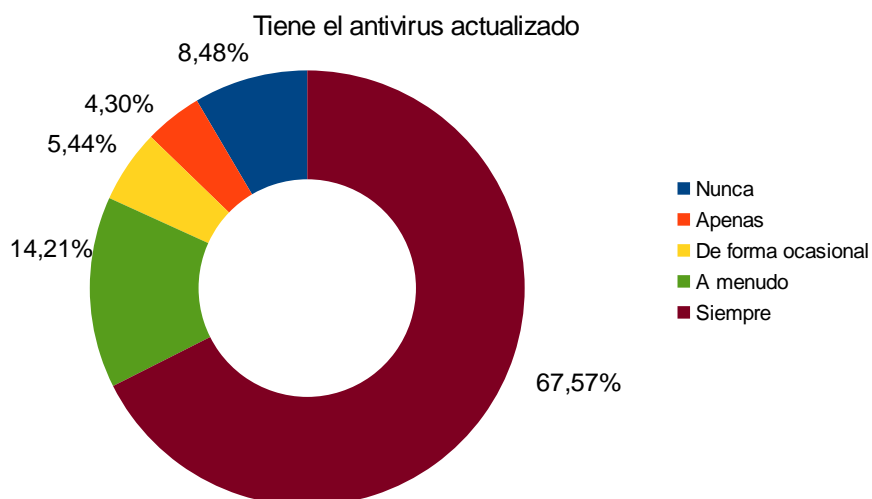


Figura 32. Tiene el antivirus actualizado

En lo relativo a los antivirus, el 67,57% lo tiene actualizado, un 8,48% nunca lo actualiza, un 4,30% apenas lo hace, y un 19,65% lo actualiza de forma más o menos esporádica.

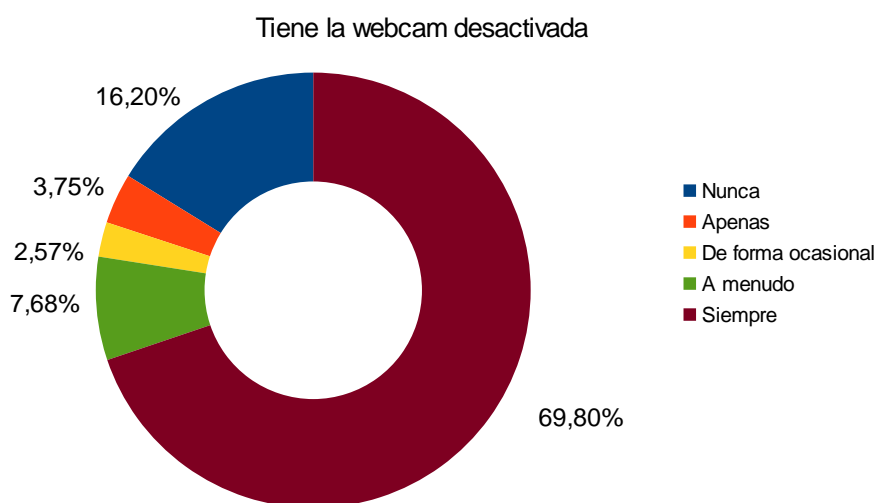


Figura 33. Tiene la webcam desactivada cuando chatea

Cuando chatean, un 16,20% siempre tiene activada la webcam, un 69,80% no la tiene activada, y el resto un 14%, la tiene activada de manera más o menos frecuente pero no la tiene siempre desactivada.

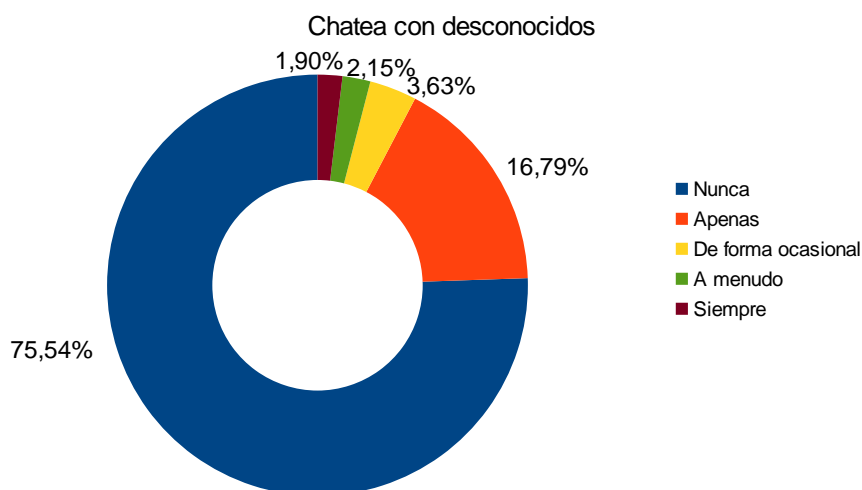


Figura 34. Chatea con desconocidos

El 75,54% de los participantes en la investigación, no chatea nunca con desconocidos, pero el otro 24,5% sí que lo hace. De ellos, un 16,79% refiere que apenas participan en situaciones como la mencionada, un 3,63% lo hace de forma ocasional, pero nos encontramos con 4,05% que lo hace a menudo o siempre. Esto supone que 96 de estos alumnos de manera habitual chatean con desconocidos y que 86 lo hacen de forma ocasional. Un 7,68% están en una situación de riesgo en este sentido, lo que supone un porcentaje nada desdeñable.

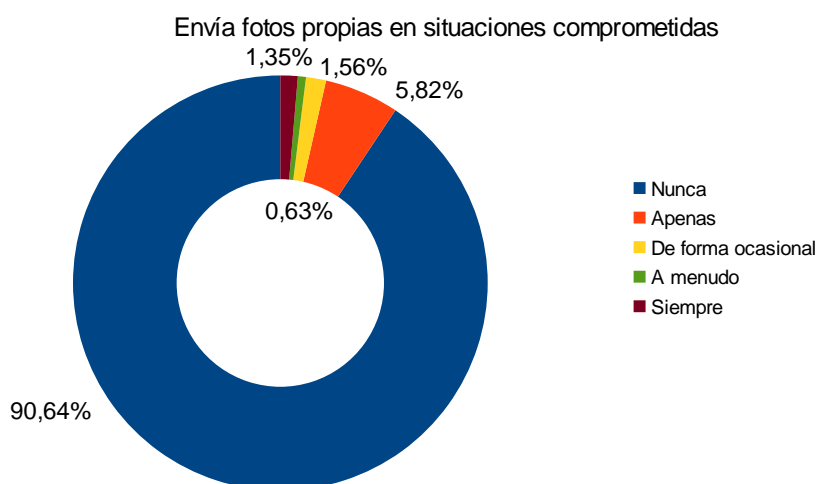


Figura 35. Envía fotos propias en situaciones comprometidas

Envían fotografías propias comprometedoras, siempre o a menudo, prácticamente un 2%. No lo hacen nunca un 90,64% Y el resto un 7,38%, lo hacen de manera ocasional, pero lo realizan en ocasiones.

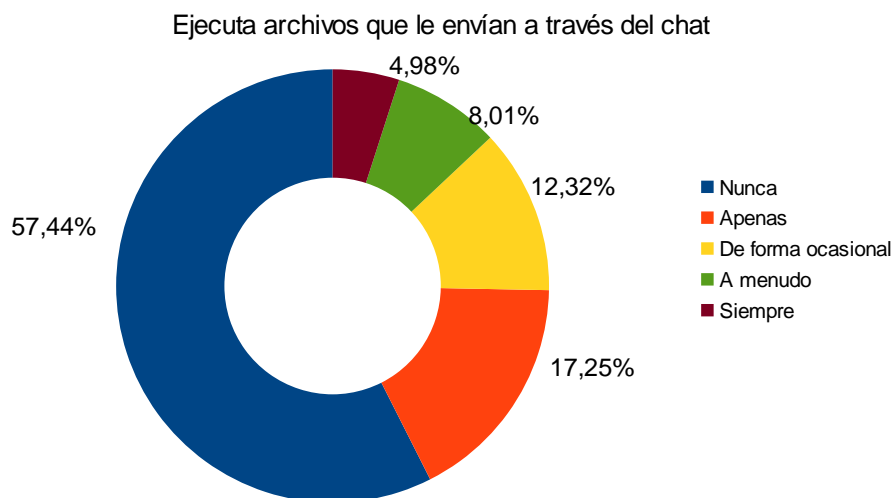


Figura 36. Ejecuta archivos que le envían a través del chat

Ejecutan los archivos que le remiten a través del chat siempre y a menudo, prácticamente el 14% de los encuestados. No lo hace nunca el 57,44%, y el 28,06% lo hacen de manera ocasional o muy pocas veces.

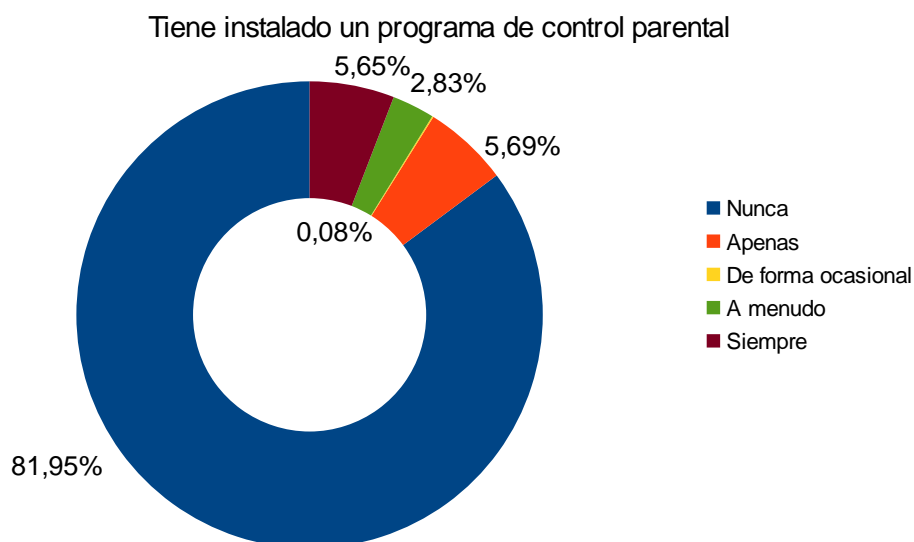


Figura 37. Tiene instalado un programa de control parental

Tienen instalado un programa de control parental un 5,65% de los encuestados, el

81,95% nunca lo ha tenido, el 5,69% refiere que apenas lo ha tenido, y el 2,83% lo tiene a menudo, siendo residual el 0,08% que manifiesta tenerlo de manera ocasional.

5.1.10. Videoconsola

5.1.10.1. Tiene videoconsola

Tabla 42. Tiene videoconsola en casa

	Frecuencia	Porcentaje
• Si	2070	87,30%
• No	301	12,70%

Una gran mayoría de los alumnos, el 87,30%, tienen videoconsola en casa. Solamente un 12,70% carecen de videoconsola.

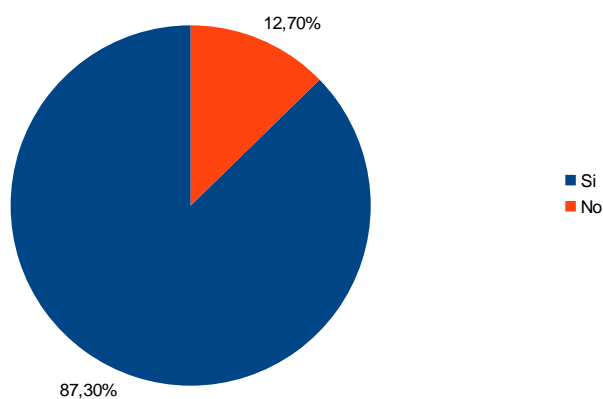


Figura 38. Tiene videoconsola en casa

A pesar de los elevados precios de estos dispositivos, podemos ver que tienen una gran implantación entre los adolescentes, y su generalización parece que sigue en aumento.

5.1.10.2. Videoconsola con control de movimiento

Tabla 43. Videoconsola con control de movimiento

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1391	58,67%
No	679	28,64%
N.S./N.C.	301	12,70%

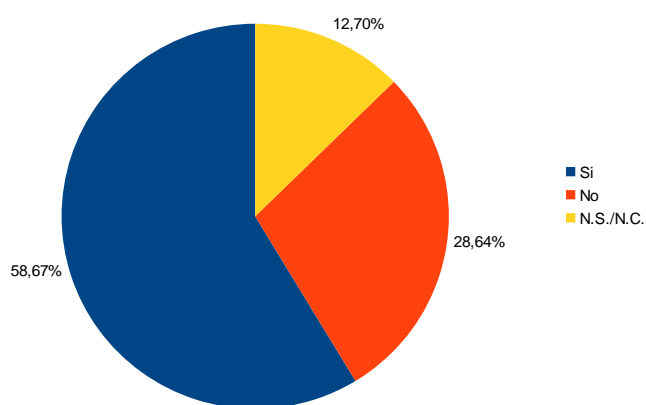


Figura 39. Videoconsola con control de movimiento

Del grupo de alumnos que habían manifestado disponer de videoconsola, el 57,67% tiene control de movimiento en este dispositivo, frente a un 28,64% que no lo tiene, y un 12,70% que no sabe o no contesta.

5.1.10.3. Uso que hace de la videoconsola

Tabla 44. Usos de la videoconsola

		Si	No
• Videojuegos	Frec.	1852	519
	%	78,11%	21,89%
• Videojuegos control mvto	Frec.	792	1579
	%	33,40%	66,60%
• Películas	Frec.	631	1740
	%	26,61%	73,39%
• Chat o vídeochat	Frec.	196	2175
	%	8,27%	91,73%
• TV a la carta o similar	Frec.	172	2199
	%	7,25%	92,75%
• Noticias	Frec.	89	2282
	%	3,75%	96,25%
• Otros	Frec.	98	2273
	%	4,13%	95,87%

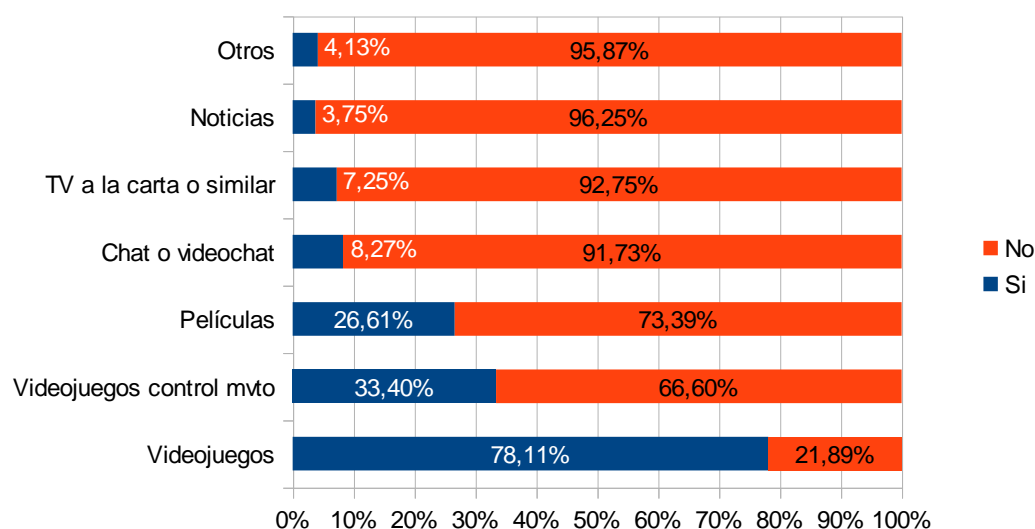


Figura 40. Usos de la videoconsola

Se puede apreciar en la Figura 40, cómo el uso más frecuente de la videoconsola es para los videojuegos, que es para lo que la utilizan el 78,11% de los alumnos. Un 33,40% la utilizan para juegos con control de movimiento. El 26,61% ve películas a través de la videoconsola. El 8,27% realiza chat o videochat con este dispositivo, y un 11% ve la televisión y las noticias.

5.1.10.4. Horas a la semana que dedica a videojuegos

Tabla 45. Horas semanales videojuegos

		1 No realizo esa actividad	2 Entre 1 y 3 horas semana	3 Entre 4 y 6 horas semana	4 Entre 7 y 9 horas semana	5 Entre 10 y 15 horas semana	6 Más de 15 horas semana
• Juego al ordenador	Varón	511	422	123	59	32	56
	Mujer	831	278	31	13	4	11
• Juego videoconsola TV	Varón	301	470	234	84	47	67
	Mujer	766	352	29	10	4	7
• Juego videoconsola portátil	Varón	692	362	83	27	11	28
	Mujer	682	415	44	18	3	6
• Juego con el móvil	Varón	455	495	142	51	16	44
	Mujer	456	511	113	43	20	25

En relación con las horas a la semana que dedican a los videojuegos a través del ordenador, algo más de la mitad de la muestra, manifiesta no realizar este tipo de actividad, siendo mayoría las mujeres (n=831), frente a un número sensiblemente inferior de varones (n= 511). Hay diferencias significativas en relación con la actividad con las videoconsolas entre mujeres y varones. Las mujeres las utilizan mucho menos. Si se analiza el número de horas semanales que se dedican a esta actividad, la mayoría dedican entre 1 y 3 horas semanales.

Al considerar los datos correspondientes a juego videoconsola a través de TV, prácticamente la mitad de la muestra manifiesta no realizar esta actividad, y de los que la realizan, la mayoría lo hace con una dedicación de menos de 3 horas a la semana. De nuevo podemos ver que hay una mayoría de mujeres (n= 766) frente a varones (n= 301) que no practican este tipo de juegos.

Los datos relativos a juego en videoconsola portátil, un indican que n= 1374 no practican este tipo de actividad, y los que lo hacen, mayoritariamente, no dedican más de tres horas semanales a ello. En esta actividad el número varones y de mujeres, es prácticamente similar.

Los juegos a través del móvil 911 alumnos refieren no ésta actividad, y del resto que si lo hacen, reflejan que pueden dedicar a este tipo de actividad hasta 6 horas a la semana. Solamente 44 varones y 25 mujeres dedican a juegos a través del móvil más de 6 horas a la semana.

Tabla 45. Horas semanales (continuación)

		No realizo esa actividad	Entre 1 y 3 horas semana	Entre 4 y 6 horas semana	Entre 7 y 9 horas semana	Entre 10 y 15 horas semana	Más de 15 horas semana
• Juego al ordenador	Varón	21,60%	17,80%	5,20%	2,50%	1,30%	2,40%
	Mujer	35,00%	11,70%	1,30%	0,50%	0,20%	0,50%
• Juego videoconsola TV	Varón	12,70%	19,80%	9,90%	3,50%	2,00%	2,80%
	Mujer	32,30%	14,80%	1,20%	0,40%	0,20%	0,30%
• Juego videoconsola portátil	Varón	29,20%	15,30%	3,50%	1,10%	0,50%	1,20%
	Mujer	28,80%	17,50%	1,90%	0,80%	0,10%	0,30%
• Juego con el móvil	Varón	19,20%	20,90%	6,00%	2,20%	0,70%	1,90%
	Mujer	19,20%	21,60%	4,80%	1,80%	0,80%	1,10%

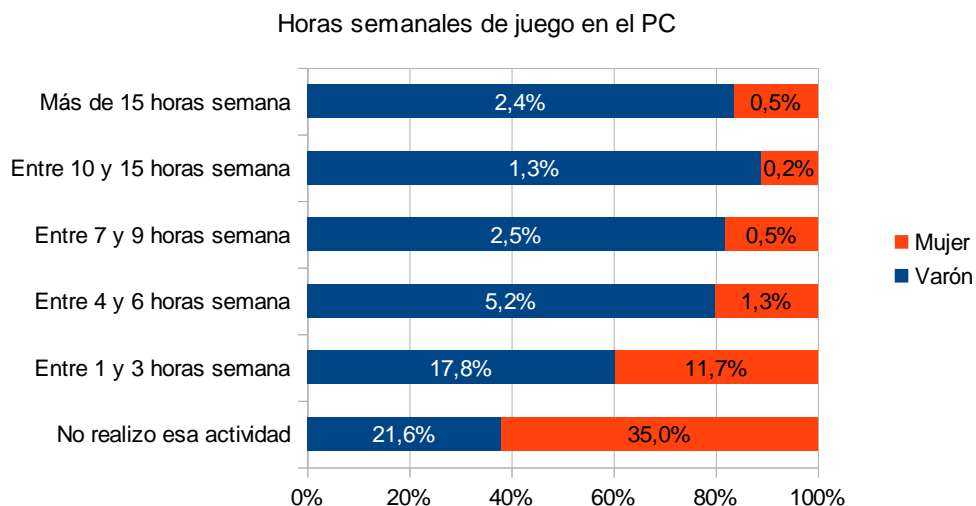


Figura 41. Horas semanales juego en el PC

Como puede apreciarse en la *Figura 41*, hay un amplio porcentaje de mujeres que no realizan esta actividad de juego a través del ordenador, el 35%, frente al 21,6% de varones. Entre quienes la realizan la mayoría dedican menos de tres horas semanales a la misma. Llama la atención que un 2,4% de los varones dedique quince horas o más a la semana a juegos de ordenador.

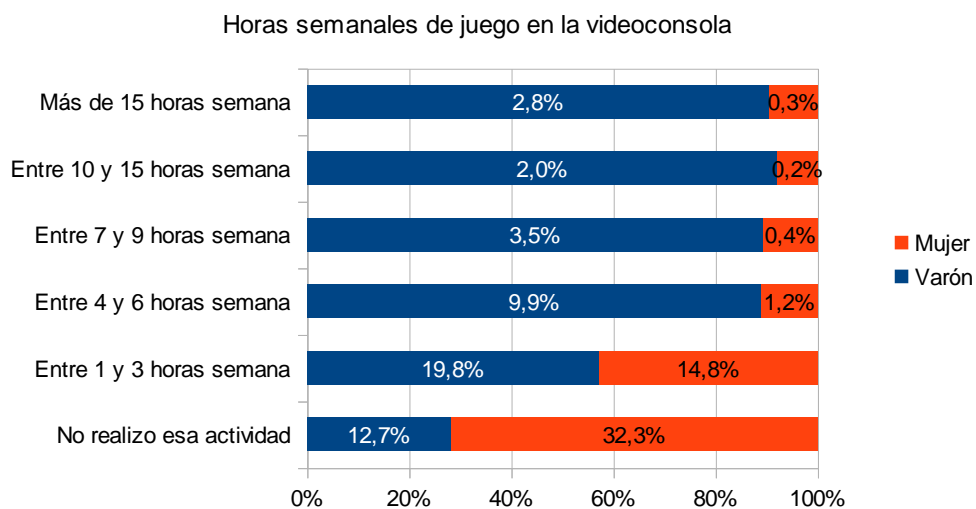


Figura 42. Horas semanales juego en videoconsola

Cuando analizamos las horas semanales de juego a través de la videoconsola, de

nuevo nos encontramos con un amplio porcentaje de mujeres que no practican este tipo de juegos, el 32,3%. De quienes, si lo practican, la mayoría dedican menos de seis horas a la semana, y un porcentaje del 34,6% menos de tres horas semanales. Llama la atención el porcentaje del 2,8% de los varones que manifiestan dedicar más de quince horas semanales a jugar con la videoconsola.

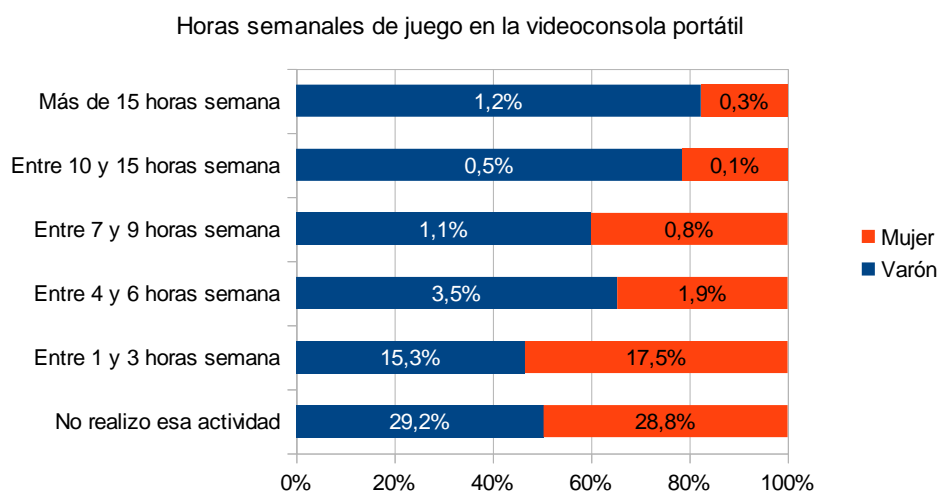


Figura 43. Horas semanales juego en videoconsola portátil

El porcentaje de varones y mujeres que no dedican tiempo a las videoconsolas portátiles, es prácticamente similar, en torno al 29%. En ambos casos, la mayoría dedican menos de tres horas a la semana a estos juegos. El 15,3% de los varones y el 17,5% de las mujeres.

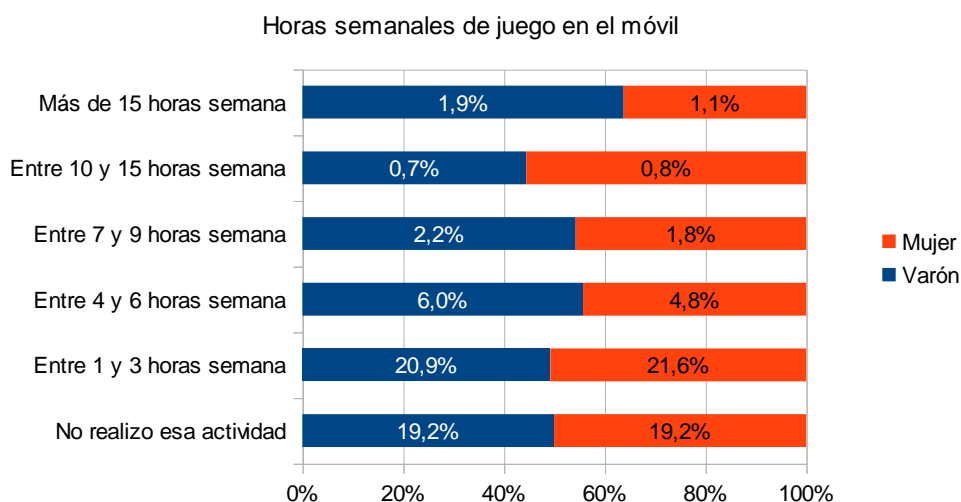


Figura 44. Horas semanales juego en el teléfono móvil

En el caso de los juegos a través del móvil, nos encontramos con porcentajes similar entre varones y mujeres que no juegan a través de este dispositivo, el 19,2%. Los que, si juegan a través del móvil, dedican menos de tres horas semanales a esta actividad. Llama la atención el porcentaje del 1,9% de los varones que señala que dedica más quince horas semanales a este tipo de juegos.

5.1.11. Reproductores de Música

A la pregunta relacionada con los reproductores de música que utiliza el tiempo que dedica a la semana a esta actividad de escuchar música, podemos ver como 1.307 de los encuestados escuchan música a través del móvil menos de 6 horas a la semana. Si bien 229 de los sujetos dicen dedicar a esta tarea más de 15 horas semanales. La cadena musical es menos utilizada por los jóvenes, en tanto que el ordenador y spotify, sí que están siendo muy utilizados para escuchar música, 1.481 sujetos manifiestan dedicar menos de 6 horas semanales a escuchar música a través del ordenador. Otras opciones como el Mp3, también tienen su público entre los encuestados, si bien en todos los casos se aprecia una tendencia general a no dedicar más de seis horas a la semana a esta actividad. Sí que llama la atención un colectivo relativamente importante de mujeres (n=136) que escuchan música a través del móvil entre 7 y 9 horas semanales. Y, sobre todo, los 329 alumnos que dedican a esta tarea desde el móvil más de 15 horas semanales.

Tabla 46. Uso de reproductores de música

		No realizo esa actividad	de 1 a 3 h/semana	de 4 a 6 h/semana	de 7 a 9 h/semana	de 10 a 15 h/semana	más de 15 h/semana
• Móvil	Varón	240	406	266	96	61	134
	Mujer	119	358	277	136	83	195
• Cadena musical	Varón	732	310	82	32	16	31
	Mujer	560	394	114	55	17	28
• Ordenador, spotify	Varón	239	524	229	82	59	70
	Mujer	215	521	207	93	53	79
• Mp3, Ipod	Varón	675	305	107	47	19	50
	Mujer	578	338	119	43	34	56

Tabla 46. Uso de reproductores de música (continuación)

		No realizo esa actividad	de 1 a 3 h/semana	de 4 a 6 h/semana	de 7 a 9 h/semana	de 10 a 15 h/semana	más de 15 h/semana
• Móvil	Varón	10,12%	17,12%	11,22%	4,05%	2,57%	5,65%
	Mujer	5,02%	15,10%	11,68%	5,74%	3,50%	8,22%

• Cadena musical	Varón	30,87%	13,07%	3,46%	1,35%	0,67%	1,31%
	Mujer	23,62%	16,62%	4,81%	2,32%	0,72%	1,18%
• Ordenador, spotify	Varón	10,08%	22,10%	9,66%	3,46%	2,49%	2,95%
	Mujer	9,07%	21,97%	8,73%	3,92%	2,24%	3,33%
• Mp3, Ipod	Varón	28,47%	12,86%	4,51%	1,98%	0,80%	2,11%
	Mujer	24,38%	14,26%	5,02%	1,81%	1,43%	2,36%

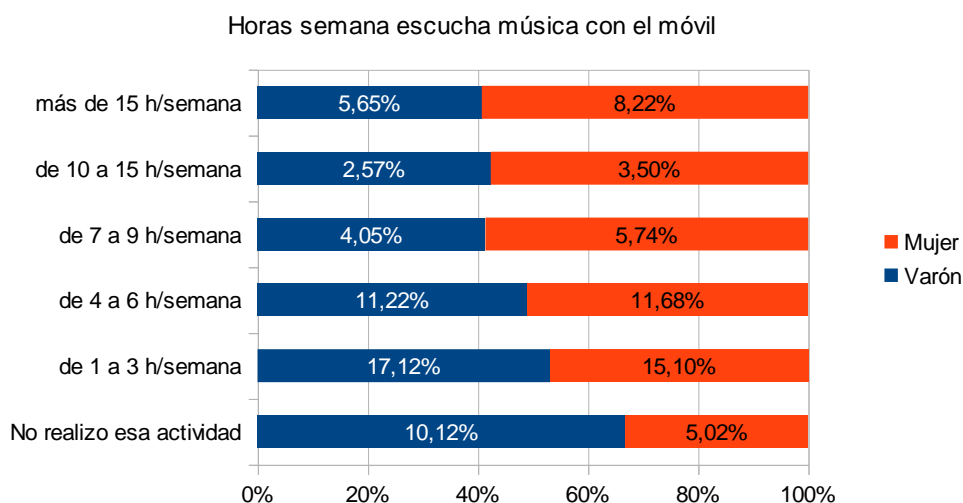


Figura 45. N° de horas semanales que escucha música a través del móvil

Como puede apreciarse en la *Figura 45*, la mayor parte de la muestra escucha música a través del móvil menos de seis horas a la semana. Es de reseñar. el porcentaje 13,87% que refiere dedicar a esta actividad más de 15 horas a la semana

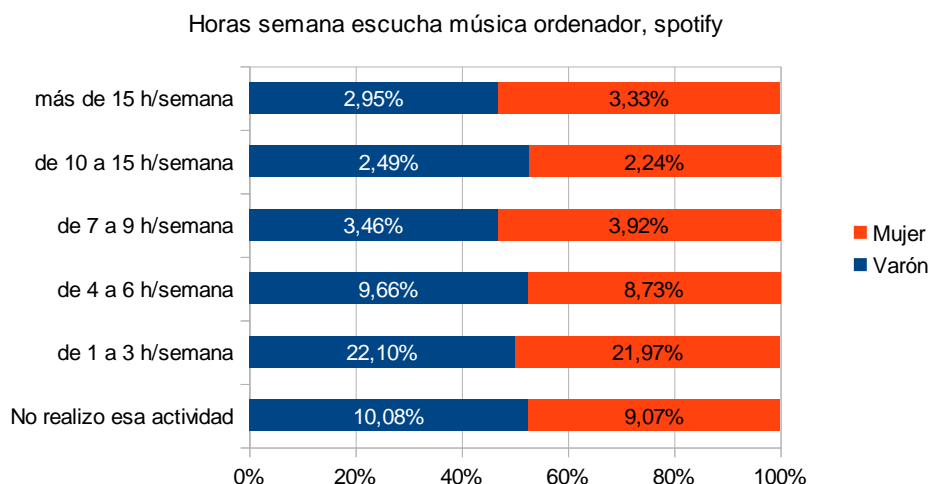


Figura 46. N° horas semanales que escucha música en el PC

Escuchar música a través del ordenador sí que es una actividad realizada por los componentes de la muestra. Solamente un 19,15% no realizan esta actividad. El 44,07% dedican a escuchar música a través del ordenador menos de 3 horas a la semana. Un 6,28% escucha más de 15 horas a la semana música a través del ordenador.

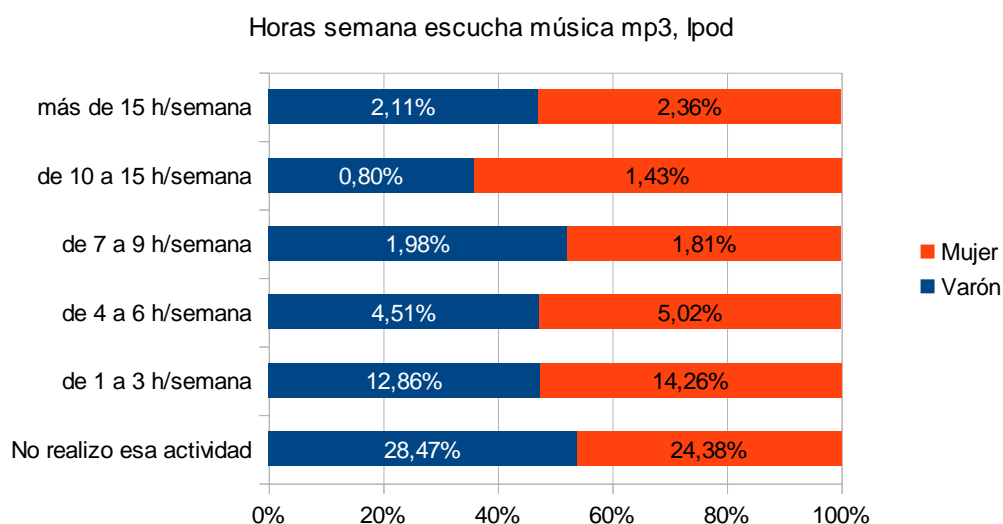


Figura 47. N° horas semanales que escucha música mediante reproductor mp3

Tampoco los reproductores mp3 se usan de forma importante por los adolescentes. Aunque más de la mitad de la muestra, el 58,85% no utiliza este tipo de dispositivo. Los

que lo hacen tienen un uso moderado del mismo a excepción de un grupo del 4,57% que señala utilizarlos más de 15 horas a la semana.

5.1.12. Teléfono móvil

5.1.12.1. Tiene teléfono móvil

Tabla 47. Tiene teléfono móvil

	Frecuencia	Porcentaje
• No	169	7,14%
• Si, no smartphone	283	11,95%
• Si smartphone	1916	80,91%
• Total	2368	100,00%

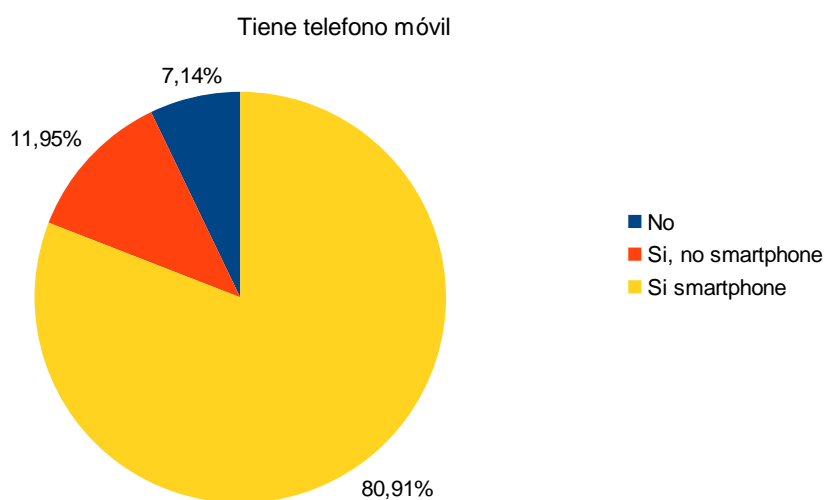


Figura 48. Tiene teléfono móvil

Prácticamente el 81% de los encuestados tiene un smartphone. El 11,95% dispone de un móvil no inteligente. Solamente 169 de los sujetos manifiestan no tener teléfono,

lo que representa un 7,14%. Muchos de los encuestados afirman no tener móvil porque los padres se lo han retirado a causa de las malas notas.

5.1.12.2. Uso que realiza del teléfono móvil

Para analizar la utilización del teléfono móvil solamente se ha tenido en cuenta la muestra de la población que tiene este dispositivo.

Tabla 48. Uso del móvil

		No	Si
Whatsapp y SMS	Frec.	259	1943
	%	11,76%	88,24%
Contactar con la familia	Frec.	371	1831
	%	16,85%	83,15%
Quedar	Frec.	435	1767
	%	19,75%	80,25%
Internet	Frec.	301	1618
	%	15,69%	84,31%
Contactar con amigos	Frec.	267	1935
	%	12,13%	87,87%
Sacar fotos o vídeos	Frec.	249	1670

	%	12,98%	87,02%
Como GPS	Frec.	1528	391
	%	79,62%	20,38%
Bajar juegos, tonos o imágenes	Frec.	695	1224
	%	36,22%	63,78%
Otros	Frec.	2061	141
	%	93,60%	6,40%

El uso WhatsApp ha arraigado no solo en toda la sociedad, sino que de manera muy especial entre los adolescentes. Los WhatsApp y SMS con un 88,24% de utilización de quienes disponen de teléfono móvil, ocupan el primer lugar del uso de este dispositivo. La utilización del móvil para conectarse a Internet, ocupa un segundo lugar en su uso, con un porcentaje del 84,31%. También se utiliza para contactar con la familia en un 83,15% de los casos y para quedar con una frecuencia de uso en este sentido del 84,31%. Pero sobre todo es utilizado también para contactar con amigos, para sacar fotos o vídeos, o para bajar juegos, imágenes o tonos.

5.1.12.3. *Desconexión del teléfono móvil*

Tabla 49. *Desconexión del teléfono móvil*

	Si	No
<ul style="list-style-type: none"> Desconecta móvil por la noche 	1128	1243
	47,57%	52,43%
<ul style="list-style-type: none"> Desconecta móvil en clase 	1138	1233
	48,00%	52,00%
<ul style="list-style-type: none"> Desconecta móvil en casa 	145	2226
	6,12%	93,88%
<ul style="list-style-type: none"> Desconecta móvil donde no se permite su uso 	752	1619
	31,72%	68,28%
<ul style="list-style-type: none"> Trata de tenerlo conectado siempre 	786	1585
	33,15%	66,85%

Algo más de la mitad de la muestra, no desconecta el móvil por la noche, el 52,43%. Prácticamente un porcentaje similar tampoco lo desconecta en clase. El porcentaje sube de manera significativa cuando se trata de la desconexión en casa, en donde habitualmente el 93,88% no lo hace. Consideramos destacable que un 68,28%, son conscientes también de que tampoco desconectan el móvil en lugares en los que no está permitido su uso. Y se debe resaltar que un porcentaje similar, el 66,85% trata de tenerlo conectado siempre.

5.1.12.4. Dinero gastado al mes en móvil

Tabla 50. Dinero gastado al mes en móvil

Dinero gastado al mes en móvil		
	Frecuencia	%
• 10 euros o menos	956	40,32%
• Entre 10 y 20 euros	561	23,66%
• Entre 20 y 30 euros	313	13,20%
• Entre 30 y 40 euros	61	2,57%
• más de 40 euros	34	1,43%
• Tengo tarifa plana con conexión a Internet incluida	274	11,56%
• Total	2199	92,75%
• 0 N.S./N.C.	172	7,25%

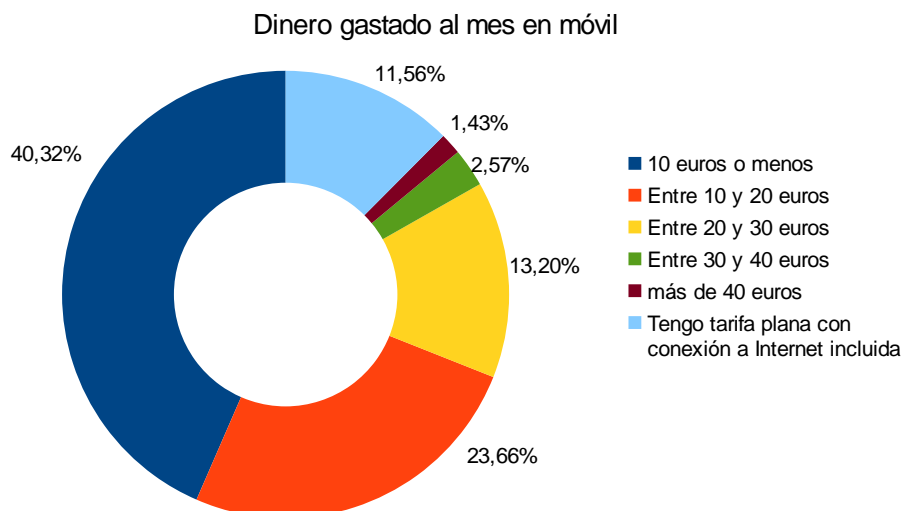


Figura 49. Dinero gastado al mes en móvil

El dinero gastado al mes en la comunicación a través del móvil en el 40,32 % de los casos es de menos de 10€. Y el 63,98% gasta menos de 20€ mensuales. Siendo un 11,56% los que disponen de tarifa plana. Únicamente un 4% gastan entre 30 y 40€.

5.1.12.5. Quién paga la factura del móvil

Tabla 51. Quién paga la factura del móvil

Quien paga la factura del móvil		
	Frecuencia	%
• Mis padres	1734	73,13%
• Yo, con mi propina, paga, ahorros, etc.	229	9,66%
• A medias entre mis padres y yo.	176	7,42%
• Otras	60	2,53%
• Total	2199	92,75%
• N.S./N.C.	172	7,25%

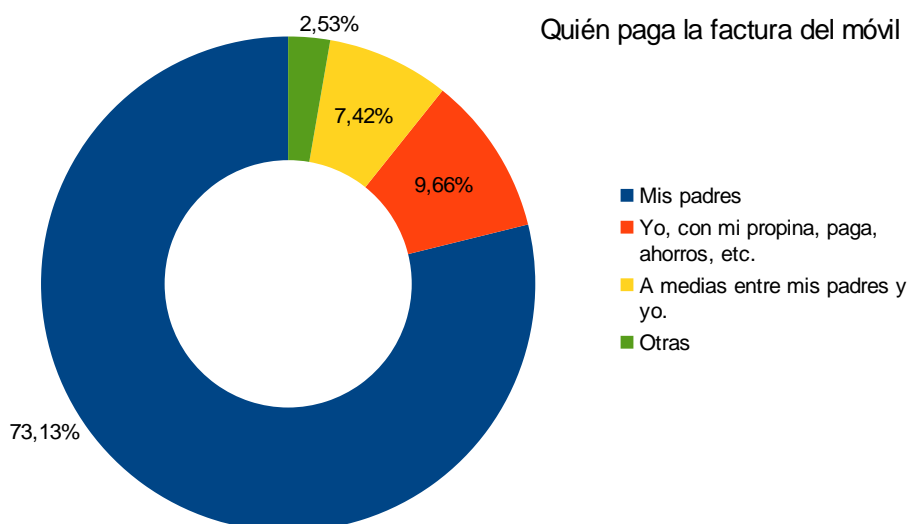


Figura 50. *Quién paga la factura del móvil*

En el 73,13% de los casos la factura del móvil la pagan los padres. En segundo lugar, y con un porcentaje significativamente menor estaría el 9,66% de los que la pagan ellos mismos utilizando para ello su paga, propinas, o ahorros. Y un 7,42% la pagan a medias entre ellos y sus padres. Residualmente queda un porcentaje del 2,53% cuyo gasto de móvil se abona de otras formas a las consideradas. Cuanto más pequeños son los alumnos que responden a la encuesta, resulta mayor el porcentaje de padres que se hacen cargo de este gasto.

5.1.12.6. Llamadas recibidas al móvil a la semana

Tabla 52. *Llamadas recibidas al móvil a la semana*

Llamadas recibidas al móvil a la semana		
	Frecuencia	Porcentaje
No reciben llamadas	290	12,23%
Entre 1 y 10 llamadas	1482	62,51%

Entre 11 y 50 llamadas	508	21,43%
Más de 51 llamadas	62	2,61%
Valores perdidos	29	1,22%

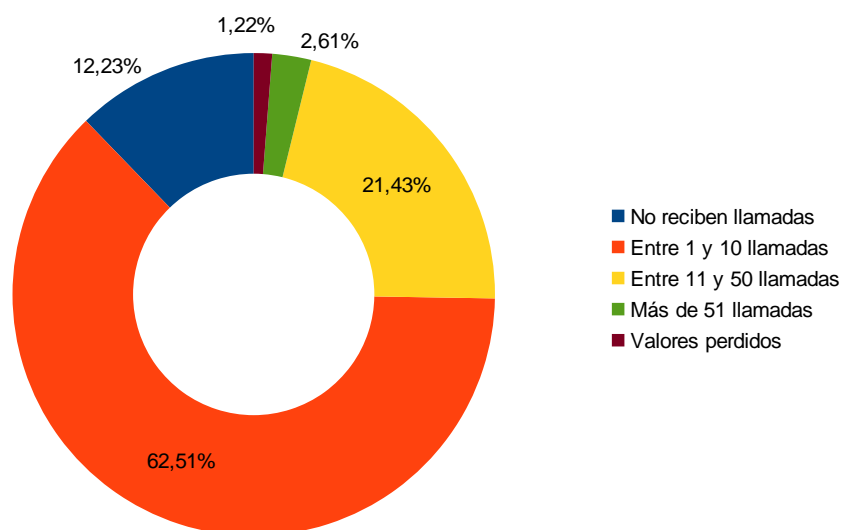


Figura 51. Llamadas recibidas al móvil a la semana

En cuanto al número de llamadas que reciben a la semana, el 62,51% reciben menos de 10 llamadas. Un 23% reflejan que reciben entre 11 y 50 llamadas. Y llama la atención un 12,23% que manifiesta no recibir llamadas.

5.1.12.7. Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana

Tabla 53. Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana

Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana		
	Frecuencia	Porcentaje
No reciben mensajes	340	17,75%
Entre 1 y 20 mensajes	161	8,40%
Entre 21 y 60 mensajes	126	6,58%
Entre 51 y 150 mensajes	171	8,92%
Entre 151 y 300 mensajes	140	7,31%
Entre 301 y 500 mensajes	162	8,46%
Entre 501 y 1000 mensajes	345	18,01%
Entre 1001 y 1500 mensajes	53	2,77%
Entre 1501 y 2000 mensajes	53	2,77%
Entre 2001 y 2500 mensajes	15	0,78%
Entre 2500 y 3000 mensajes	43	2,24%
Entre 3001 y 3500 mensajes	4	0,21%
Más de 3500 mensajes	226	11,80%

Los mensajes de WhatsApp cada día van teniendo una mayor presencia en nuestra sociedad. Un 18,01% declara recibir entre 501 y 1000 mensajes a la semana, y un 17,75% no parecen recibir este tipo de mensajes. Prácticamente un 15% reciben menos de 60 mensajes semanales. Casi el 9% entre 51 y 150 mensajes. Y cerca del 16% reciben entre 151 y 500 mensajes semanales.

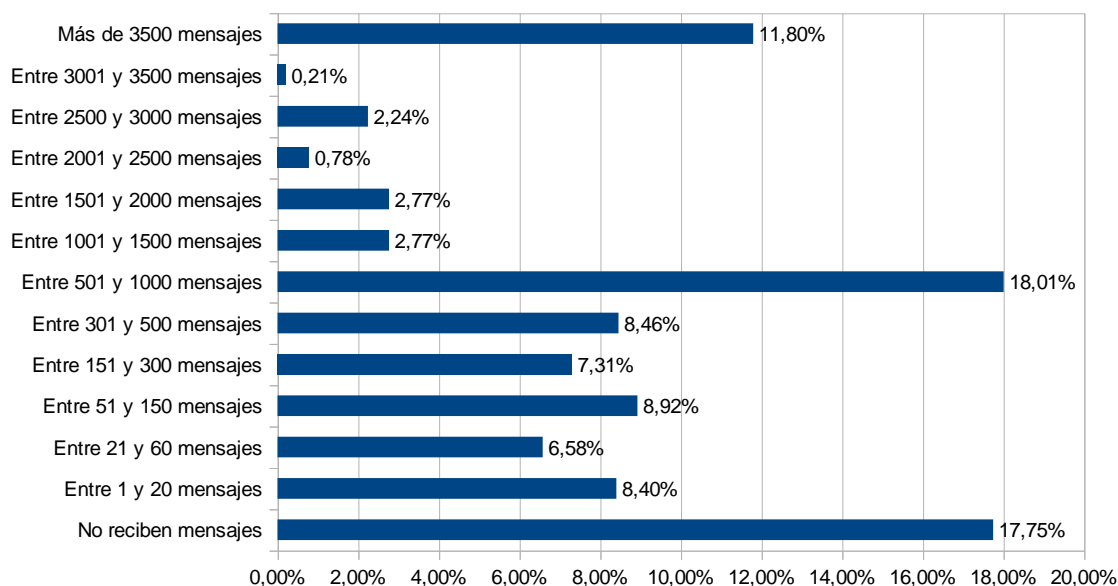


Figura 52. Mensajes de WhatsApp recibidos a la semana

5.1.12.8. Mensajes SMS recibidos a la semana

Tabla 54. Mensajes SMS recibidos a la semana

SMS recibidos al móvil a la semana		
	Frecuencia	Porcentaje
No reciben SMS	746	39,04%
Entre 1 y 10 SMS	997	52,17%
Entre 11 y 50 SMS	131	6,86%
Más de 51 SMS	37	1,94%
Total	1911	100,00%

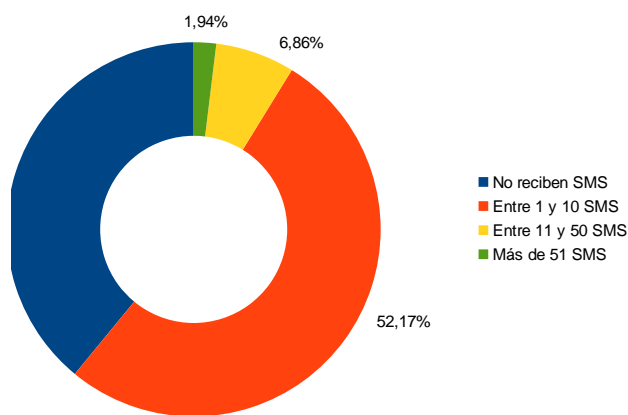


Figura 53. Mensajes SMS recibidos a la semana

El número de mensajes SMS, parece que va en disminución a medida que otras modalidades, tipo WhatsApp van tomando el protagonismo. De todas formas, entre los encuestados, hay prácticamente un 61% que reciben este tipo de mensajes SMS. Entre ellos el 52,17% menos de 10 mensajes a la semana. Cerca del 7% entre 11 y 50 mensajes. Y existe un porcentaje residual que indica recibir más de 50 mensajes semanales.

5.1.12.9. Llamadas perdidas recibidas a la semana

Tabla 55. Llamadas perdidas recibidas a la semana

Llamadas perdidas recibidas al móvil a la semana		
	Frecuencia	Porcentaje
No reciben llamadas perdidas	409	18,85%
Entre 1 y 10 llamadas perdidas	1448	66,73%
Entre 11 y 50 llamadas perdidas	276	12,72%
Más de 51 llamadas perdidas	37	1,71%
Total	2170	100,00%

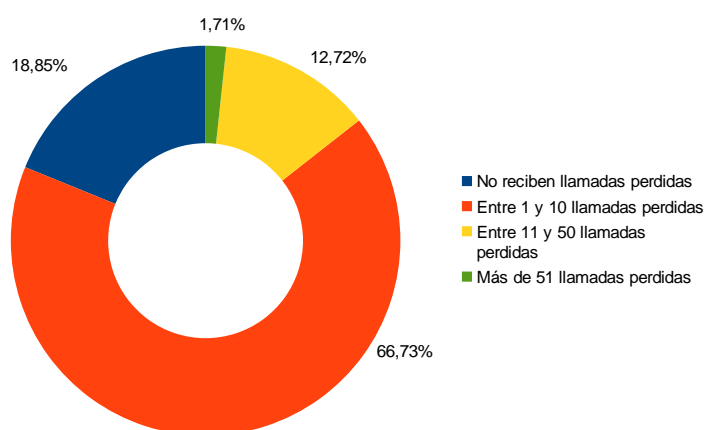


Figura 54. Llamadas perdidas recibidas a la semana

El 66,73% de los alumnos que respondieron a esta cuestión, nos indican que reciben entre 1 y 10 llamadas perdidas a la semana. Un 12,72% reciben entre 11 y 50 llamadas de este tipo. Se aprecia también un porcentaje importante del 18,85% que responde no recibir llamadas de este tipo.

5.1.12.10. Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana

Tabla 56. Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana

Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana		
	Frecuencia	Porcentaje
No reciben llamadas	576	25,01%
Entre 1 y 10 llamadas	1169	50,76%
Entre 11 y 50 llamadas	488	21,19%
Más de 51 llamadas	70	3,04%
Total	2303	100,00%

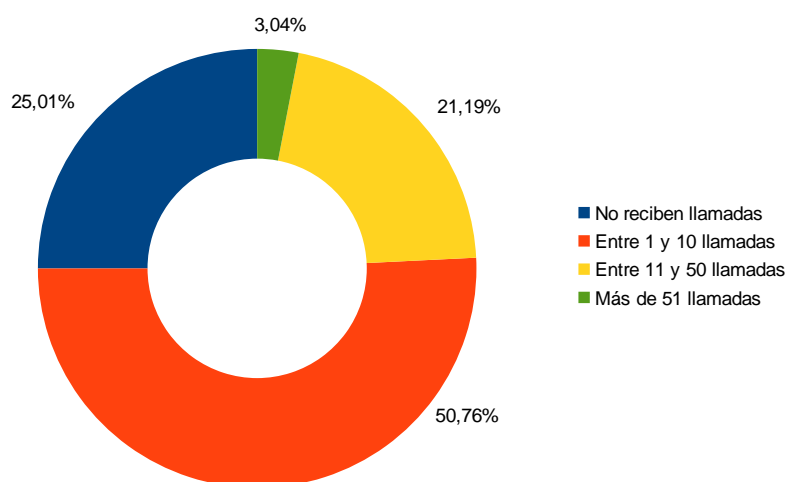


Figura 55. Llamadas recibidas al teléfono fijo a la semana

Un 25% de los alumnos que respondieron a esta cuestión, no reciben llamadas al teléfono fijo del hogar. El 50,76% recibe menos de 10 llamadas semanales. Casi el 22% reciben entre 11 y 50 de este tipo de llamadas.

5.1.12.11. Recibe presiones mediante fotos o vídeos obtenidos a través del móvil

Tabla 57. Recibe presiones mediante imágenes obtenidas a través del móvil

Recibe presiones o amenazas utilizando para ello imágenes obtenidas a través del móvil		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	111	4,68%
No	1908	80,47%
A mí no, pero sí a gente que conozco	352	14,85%
Total	2371	100,00%

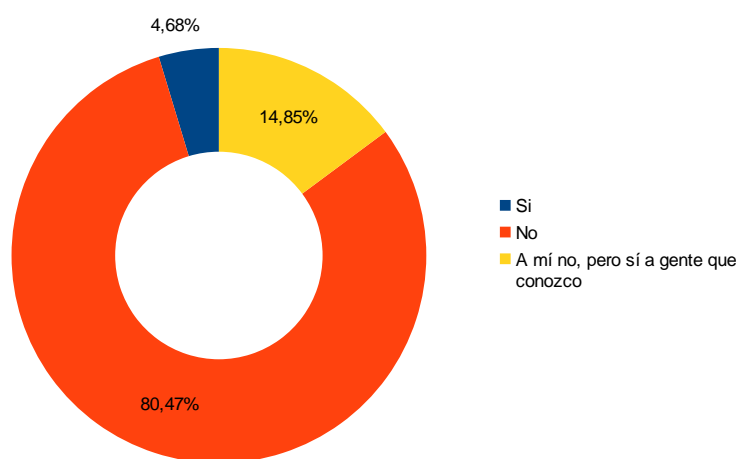


Figura 56. Recibe presiones mediante imágenes obtenidas a través del móvil

Es importante considerar al 4,68% que manifiesta recibir presiones mediante imágenes obtenidas a través del móvil. Y resulta también llamativo que casi el 15% dice que no ellos, pero si gente que conocen padecen esta situación. Cada vez tenemos que sensibilizarnos más con la necesidad de adoptar medidas eficaces para intervenir en este tipo de situaciones.

5.1.13. Preferencias personales

En este punto vamos a analizar las preferencias de los sujetos de la muestra sobre diferentes dispositivos, aparatos y aplicaciones.

5.1.13.1. Aparatos y aplicaciones en función del significado para el adolescente

Tabla 58. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente

	Televisor		Ordenador		Internet		Videoconsola	
• No lo tengo	10	0,42%	18	0,76%	24	1,01%	189	7,97%
• Imprescindible	627	26,44%	1006	42,43%	1681	70,90%	424	17,88%
• Interesante, divertido	1204	50,78%	1044	44,03%	557	23,49%	746	31,46%
• Superfluo, indiferente	421	17,76%	261	11,01%	89	3,75%	657	27,71%
• Aburrido, inútil	97	4,09%	28	1,18%	12	0,51%	271	11,43%
• Molesto	12	0,51%	14	0,59%	8	0,34%	84	3,54%
Total	2371	100,00%	2371	100,00%	2371	100,00%	2371	100,00%

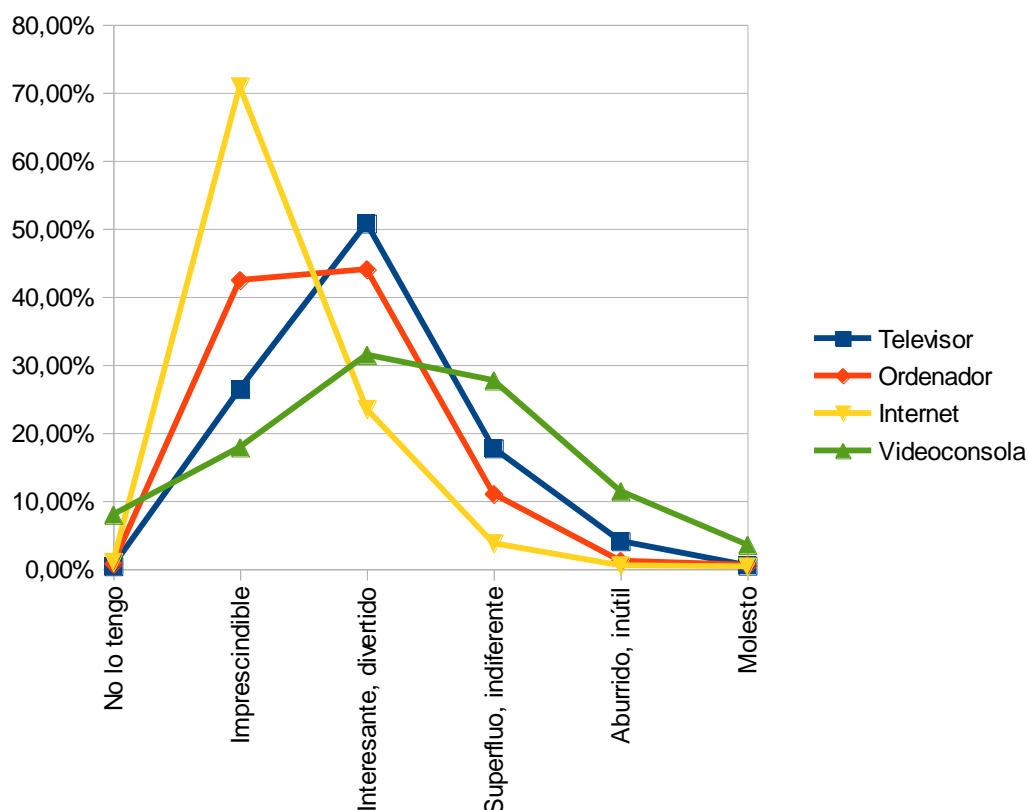


Figura 57. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente

El televisor se considera un aparato imprescindible por un 26,44%, encontrándolo interesante y divertido un 50,78%, superfluo o indiferente el 17,76% y aburrido, inútil e incluso molesto un 4,60%.

El ordenador resulta imprescindible para el 42,43% de los que respondieron, que, a su vez, lo consideran interesante y divertido en un porcentaje del 44,03%. Al 11% les parece superfluo o indiferente y poco más del 1,50% lo valoran como aburrido, inútil o molesto.

Internet se considera imprescindible por el 70,90%, e interesante y divertido, aunque no necesariamente imprescindible el 23,49%, resultando poco relevantes el resto de opciones de respuesta.

En relación con las videoconsolas casi el 8% no tiene este dispositivo. Prácticamente el 18% lo considera imprescindible. El 31,46% lo valoran como interesante y divertido. Un 27,71 lo considera superfluo o indiferente y alrededor del 15% entiende que este dispositivo puede ser aburrido, inútil o incluso molesto.

Tabla 58. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente (continuación)

	smartphone		WhatsApp		Móvil tradicional		Teléfono fijo	
• No lo tengo	144	6,07%	189	7,97%	631	26,61%	165	6,96%
• Imprescindible	1432	60,40%	1440	60,73%	267	11,26%	598	25,22%
• Interesante, divertido	583	24,59%	550	23,20%	300	12,65%	512	21,59%
• Superfluo, indiferente	149	6,28%	122	5,15%	566	23,87%	781	32,94%
• Aburrido, inútil	38	1,60%	34	1,43%	444	18,73%	210	8,86%
• Molesto	25	1,05%	36	1,52%	163	6,87%	105	4,43%
Total	2371	100,00%	2371	100,00%	2371	100,00%	2371	100,00%

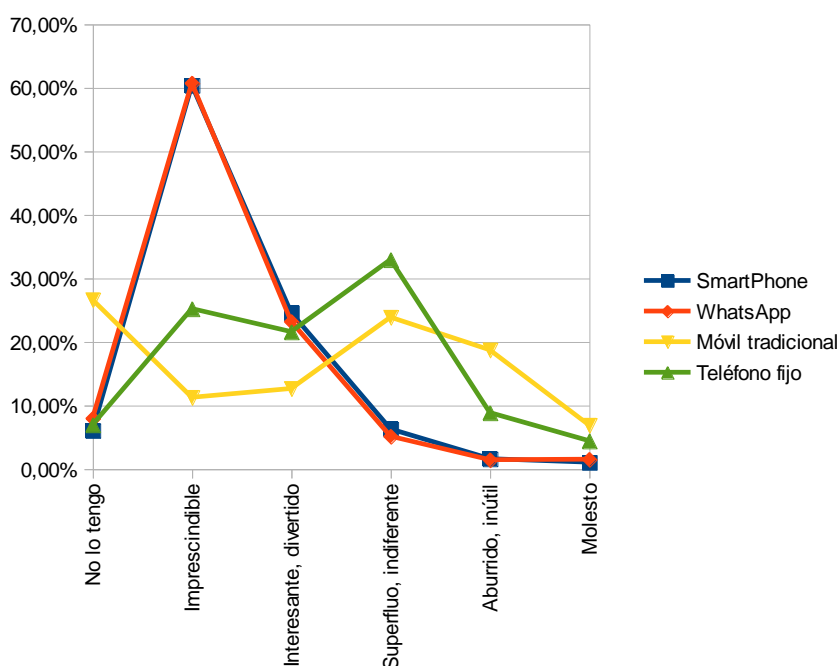


Figura 57. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente (continuación)

En el caso del smartphone el 60,40% de los alumnos encuestados, lo consideran imprescindible. Prácticamente un 25% lo valoran como un dispositivo interesante y divertido. Un 6,28% lo ven como algo superfluo o indiferente. El 2,65% lo califican como inútil, aburrido o molesto. Hay que recordar ese 6,07% de alumnos que no tiene este dispositivo.

En relación con el WhatsApp, un 60,43% lo valoran como imprescindible. El 23,20% lo consideran interesante y/o divertido. Como superfluo o indiferente lo califican el 5,15% de los encuestados. Casi un 2% lo valoran como aburrido, inútil o molesto. El porcentaje de los que no disponen de esta aplicación, es de casi el 8%.

El móvil tradicional, lo consideran imprescindible únicamente un 11,26%. Interesante y/o divertido el 12,65%. El 23,87% lo valoran como superfluo o indiferente.

El 26,61% manifiesta que no tiene este tipo de dispositivo. Como inútil y/o aburrido lo califican un 18,73% de los encuestados y un 6,87% lo califican como molesto.

En relación con el teléfono fijo, un prácticamente el 33% de la muestra lo consideran superfluo. Un 25,22% lo valoran como imprescindible. El 21,59% como interesante. Casi el 9% lo valoran como inútil. Hay prácticamente un 7% de los encuestados que manifiestan no tener en su hogar este tipo de dispositivo.

Tabla 58. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente (continuación)

	Cadena musical		Reproductor mp3 o similar		Tablet iPad	
• No lo tengo	275	11,60%	325	13,71%	551	23,24%
• Imprescindible	428	18,05%	411	17,33%	503	21,21%
• Interesante, divertido	717	30,24%	690	29,10%	781	32,94%
• Superfluo, indiferente	625	26,36%	650	27,41%	393	16,58%
• Aburrido, inútil	237	10,00%	220	9,28%	97	4,09%
• Molesto	89	3,75%	75	3,16%	46	1,94%
Total	2371	100,00%	2371	100,00%	2371	100,00%

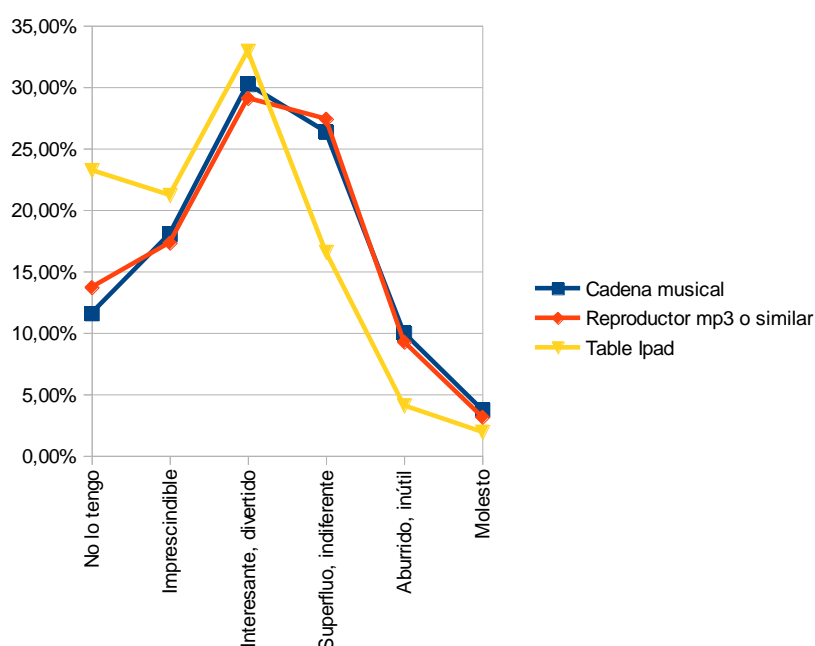


Figura 57. Clasificación de dispositivos y su significación para el adolescente (continuación)

La cadena musical, les parece interesante al 30,24% e imprescindible al 18,05%. Un 26,36 mencionan que les parece algo superfluo o indiferente. Resulta algo inútil y/o aburrido para el 10%. Al 3,75% les parece algo molesto. Y el 11,60% no dispone de cadena musical.

Al valorar los reproductores mp3 o dispositivos similares, vemos como el 13,71% no tienen este tipo de dispositivos. Del resto que si lo tienen, al 17,33% les parece algo imprescindible. El 29,10% lo califican como algo interesante y/o divertido. Pero para el 27,41% les resulta algo superfluo o indiferente. Un 12,44% opinan que es algo inútil, aburrido o molesto.

En cuanto las Tablet o iPad, el 23,24% manifiestan no tener estos dispositivos. Les parece imprescindible al 21,21% de los encuestados. Casi el 33% lo valoran como algo interesante y/o divertido. El 16,58% entienden que resulta algo superfluo o indiferente. Y poco más del 6% consideran que resulta algo inútil, aburrido e incluso molesto.

En relación con de qué aparatos les costaría más desprenderse, nos facilitan los siguientes datos:

Tabla 59. Aparatos de los que le costaría desprenderse. Varón

De cuál te costaría más desprenderte		
	Frecuencia	%
• Ordenador con conexión a Internet	321	26,68%
• Teléfono móvil	475	39,48%
• Televisor	110	9,14%
• Videoconsola	224	18,62%
• Tablet, iPad	73	6,07%
Total	1203	100,00%

Al 39,48% de los varones de la muestra, lo que más les costaría es desprenderse del móvil. A un 26,68% sería el ordenador el dispositivo del que más le costaría desprenderse. La videoconsola ocuparía el tercer lugar con un 18,62%. El televisor es elegido únicamente por el 9,14%.

Tabla 60. Aparatos de los que le costaría desprenderse. Mujer

De cuál te costaría más desprenderte		
	Frecuencia	%
• Ordenador con conexión a Internet	199	17,04%

• Teléfono móvil	788	67,47%
• Televisor	84	7,19%
• Videoconsola	38	3,25%
• Tablet, iPad	59	5,05%
Total	1168	100,00%

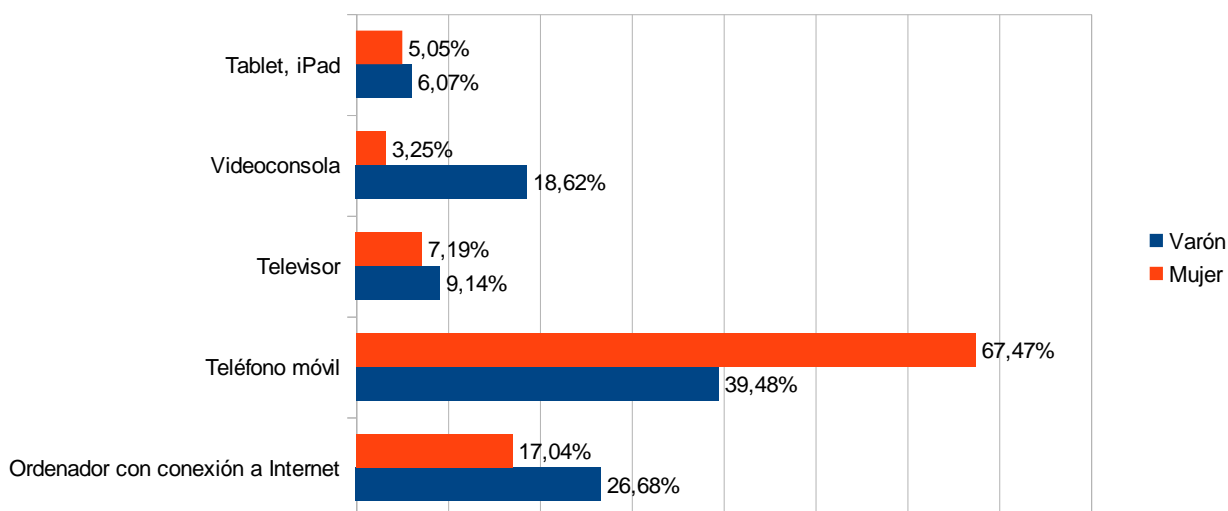


Figura 58. Aparatos de los que le costaría desprenderse

En el caso de las mujeres, la opción es contundente, el 67,47% el móvil como el dispositivo del que más les costaría desprenderse. En segundo lugar, señalan el ordenador un 17,04%. Ocupando el tercer puesto el televisor con un televisor 7,19% de las mujeres encuestadas. Las opciones de Videoconsola y Tablet o iPad, quedan como opciones más minoritarias.

En la Figura 58 se aprecian claramente las diferencias entre varones y mujeres, en cuanto a las opciones elegidas como aparatos de los que les costaría más desprenderse. Resultan llamativas las diferencias en relación con los teléfonos móviles, las

videoconsolas o los ordenadores; en especial habría que resaltar las significativas diferencias en relación con los móviles.

Cuando se les pregunta sobre de qué aparatos les costaría menos desprenderse, nos indican lo siguiente:

Tabla 61. Aparatos de los que le costaría menos desprenderse. Varón

De cuál te costaría menos desprenderte		
	Frecuencia	%
Ordenador con conexión a Internet	104	8,65%
Teléfono móvil	152	12,64%
Televisor	166	13,80%
Videoconsola	291	24,19%
Tablet, iPad	490	40,73%
Total	1203	100,00%

A los varones, parece que les costaría menos desprenderse de la Tablet o el iPad con un 40,73% que eligen esta opción de forma mayoritaria. La videoconsola es elegida en segundo lugar, con un 24,19%. El televisor y el móvil quedan muy similares con porcentajes próximos al 13%. El ordenador con conexión a Internet, resulta elegido por menos del 9% de los varones encuestados.

Tabla 62. Aparatos de los que le costaría menos desprenderse. Mujer

De cuál te costaría menos desprenderte		
	Frecuencia	%
Ordenador con conexión a Internet	42	3,60%
Teléfono móvil	58	4,97%
Televisor	108	9,25%
Videoconsola	803	68,75%
Tablet, iPad	157	13,44%
Total	1168	100,00%

En el caso de las mujeres, es claramente la videoconsola el dispositivo del que les costaría menos desprenderse con un porcentaje del 68,75%. La Tablet o el iPad es la opción elegida en segundo lugar. El televisor alcanza un porcentaje del 9,25%. El móvil y el ordenador alcanzan porcentajes inferiores al 5%.

En la Figura 58, se aprecian claramente las diferencias entre los varones y las mujeres en lo relativo a la elección de los dispositivos de los que menos les gustaría desprenderse. Las significativas diferencias entre las videoconsolas y las Tablet o iPad resultan llamativas.

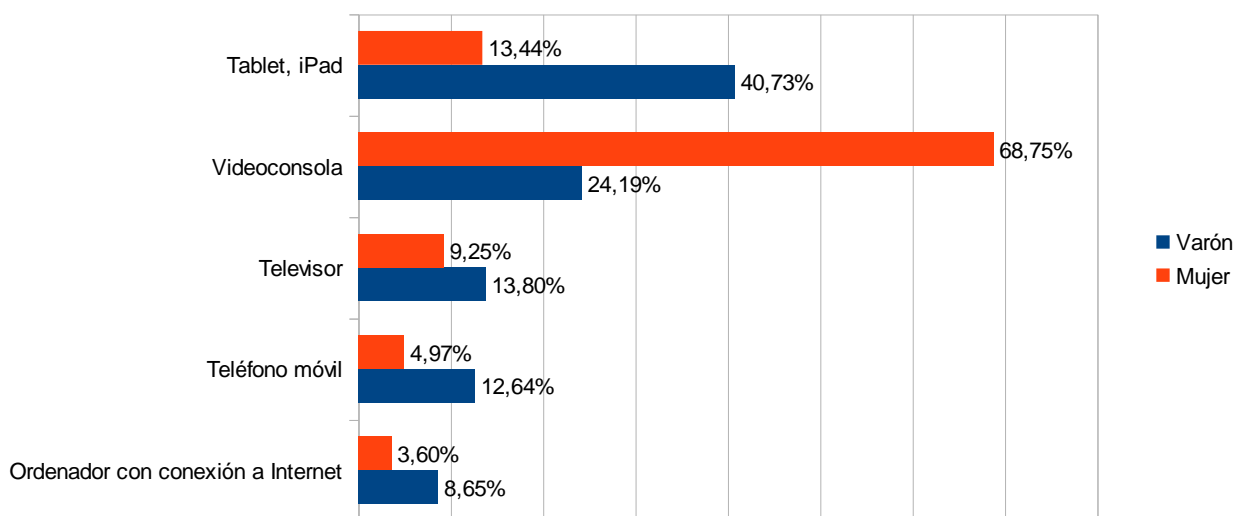


Figura 58. Aparatos de los que le costaría desprenderse (continuación)

5.1.14. Autopercepción de dependencia de dispositivos y aplicaciones

A la solicitud de información, sobre cómo de enganchado se considera que está a diferentes dispositivos y aplicaciones, nos responden facilitando las siguientes informaciones:

Tabla 63. Cómo de enganchado estás

		Nada	Apenas	Medianamente	Bastante	Mucho	Total
Enganchado a Internet	Varones						
	Frecuencia	93	204	376	305	225	1203
	%	7,73%	16,96%	31,26%	25,35%	18,70%	100%
	Mujeres						
	Frecuencia	72	162	352	321	261	1168
	%	6,16%	13,87%	30,14%	27,48%	22,35%	100%
Enganchado a las redes sociales	Varones						
	Frecuencia	188	251	331	246	187	1203
	%	15,63%	20,86%	27,51%	20,45%	15,54%	100%
	Mujeres						
	Frecuencia	102	156	286	337	287	1168
	%	8,73%	13,36%	24,49%	28,85%	24,57%	100%
Enganchado al teléfono móvil	Varones						
	Frecuencia	197	201	294	276	235	1203
	%	16,38%	16,71%	24,44%	22,94%	19,53%	100%
	Mujeres						
	Frecuencia	103	121	259	317	368	1168
	%	8,82%	10,36%	22,17%	27,14%	31,51%	100%
Enganchado a Whatsapp	Varones						
	Frecuencia	266	115	247	269	306	1203
	%	22,11%	9,56%	20,53%	22,36%	25,44%	100%
	Mujeres						
	Frecuencia	174	80	150	286	478	1168
	%	14,90%	6,85%	12,84%	24,49%	40,92%	100%
Enganchado a videojuegos	Varones						
	Frecuencia	165	261	254	273	250	1203
	%	13,72%	21,70%	21,11%	22,69%	20,78%	100%
	Mujeres						
	Frecuencia	636	343	127	36	26	1168
	%	54,45%	29,37%	10,87%	3,08%	2,23%	100%
Enganchado a la televisión	Varones						
	Frecuencia	140	310	384	242	127	1203
	%	11,64%	25,77%	31,92%	20,12%	10,56%	100%
	Mujeres						
	Frecuencia	165	339	380	197	87	1168
	%	14,13%	29,02%	32,53%	16,87%	7,45%	100%

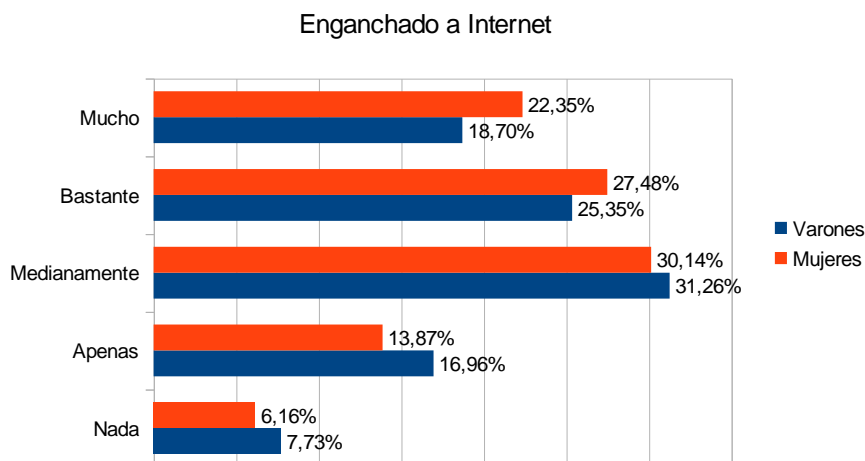


Figura 59. *Cómo de enganchado estás a Internet*

El 31,26% de los varones se manifiesta que se puede considerar medianamente enganchado a Internet y un 25,35 bastante enganchado. El porcentaje del 18,70% que se califica como muy enganchado, considero que merecerá una reflexión. En el caso de las mujeres, el 30,14% se considera medianamente enganchadas a Internet, el 27,48% bastante enganchadas y un porcentaje superior al 22% muy enganchadas. Al igual que en el caso de los varones, este último porcentaje resulta llamativo

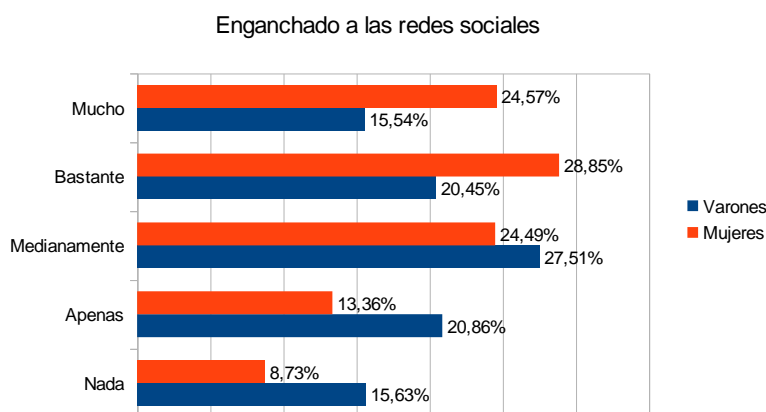


Figura 60. *Cómo de enganchado estás a las redes sociales*

De los varones, el 27,51% se considera medianamente enganchado a las redes sociales, el 20,45% se acogen a la opción de bastante enganchados, y un 15,54% muy enganchados. En las mujeres, el porcentaje de muy enganchadas a las redes sociales es

mayor alcanzando el 24,57% que es un porcentaje importante. Están bastante enganchadas el 28,85%, y medianamente enganchas el 24,49%.

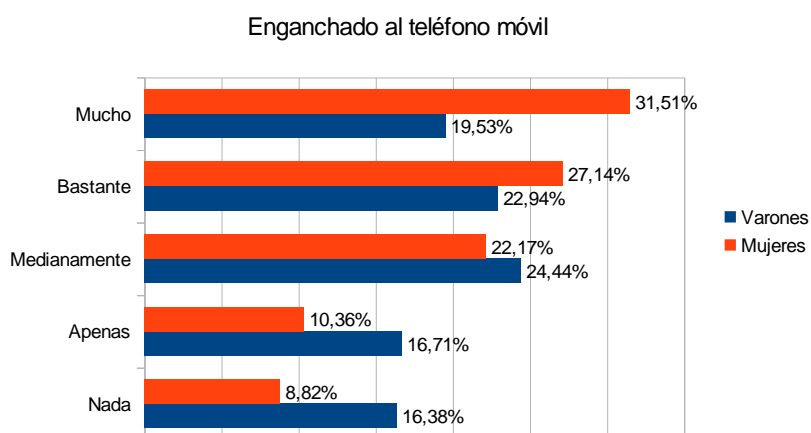


Figura 61. Cómo de enganchado estás al teléfono móvil

Cuando nos referimos al teléfono móvil los varones se manifiestan como medianamente enganchados el 24,44%, el 22,94% como bastante enganchados, y el 19,53% muy enganchados. Sin embargo, el porcentaje de muy enganchados aumenta significativamente cuando nos referimos a las mujeres en donde el 31,51% se encuadran en este apartado, lo que nos parece llamativo. El 27,14% se consideran bastante enganchadas, y el 22,17% medianamente enganchadas.

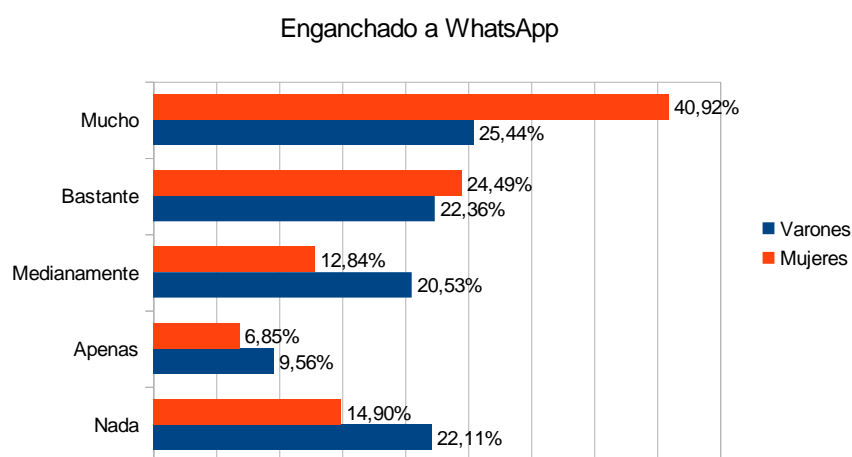


Figura 62. Cómo de enganchado estás al WhatsApp

Sobre el WhatsApp un 25,44% de los varones se considera muy enganchado a esta aplicación. El 22,36% se encuadra como bastante enganchados y el 20,53% medianamente enganchados. Pero llama poderosamente la atención que, en el caso de las mujeres, el porcentaje de las que se consideran muy enganchadas a la aplicación prácticamente el 41%. El 24,49% se consideran bastante enganchadas y el 12,84% medianamente enganchadas. Habría que resaltar ese 41% de mujeres que se catalogan como muy enganchadas a la aplicación

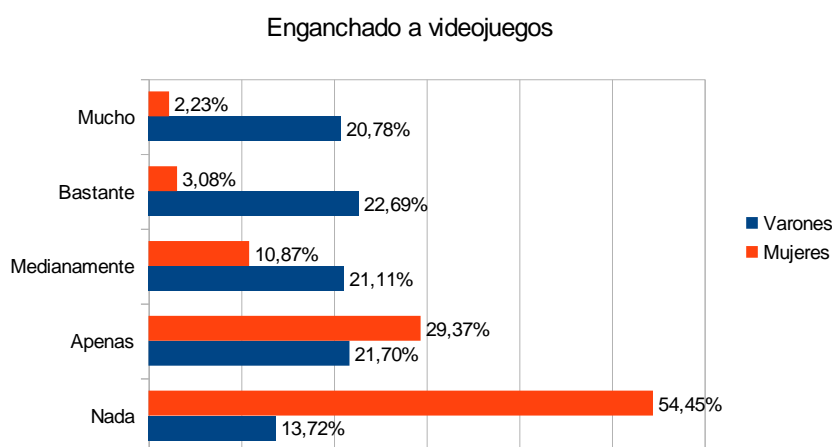


Figura 63. Cómo de enganchado estás a los videojuegos

Cuando se interroga sobre los videojuegos, también nos encontramos con diferencias significativas entre varones y mujeres. Así el 20,78% de los varones dicen estar muy enganchados, frente al 2,23% de las mujeres. De estas el 54,45% se define como nada enganchadas a los videojuegos. El 22,69% de los hombres se consideran bastante enganchados a los videojuegos y el 21,11% medianamente enganchados. Los porcentajes mayoritarios de las mujeres se consideran muy poco o nada enganchadas a los videojuegos.

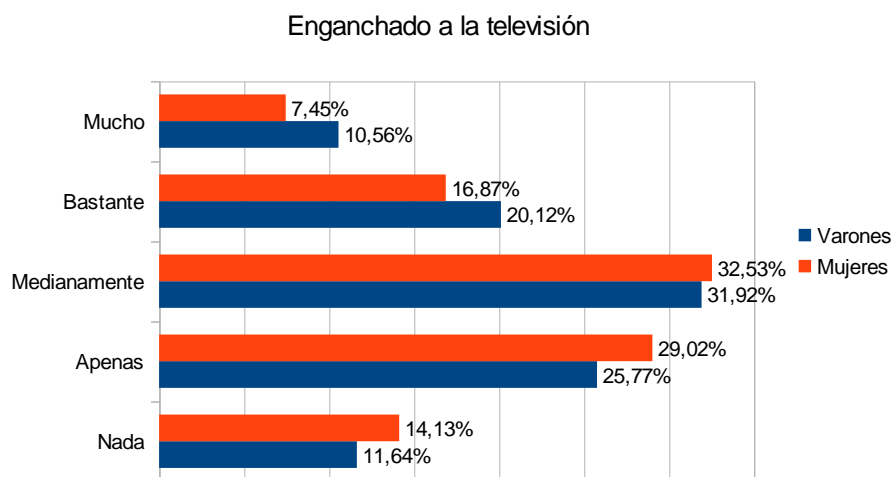


Figura 64. Cómo de enganchado estás a la televisión

Quando nos referimos a la televisión, las cosas quedan más equilibradas entre los varones y las mujeres. Un 10,56% de los varones se consideran muy enganchados a la Televisión. Un 20,12% bastante enganchados y un 31,92% medianamente enganchados. En cuanto a las mujeres, el 7,45% manifiestan estar muy enganchadas a la televisión, un 16,87% declaran estar bastante enganchadas y un 32,53% medianamente enganchadas; el 29 % se declaran muy poco enganchadas y un 14,13% nada enganchadas.

5.1.15. Autopercepción de desajustes relacionados con Internet

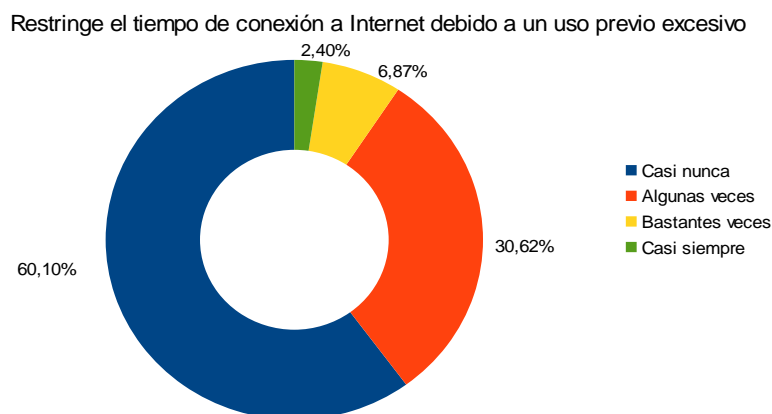


Figura 65. Restringe el tiempo de conexión a Internet

Tabla 64. Autopercepción de desajustes relacionados con Internet

		Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	Total
• Restringe el tiempo de conexión a Internet debido a un uso previo excesivo	Frecuencia	1425	726	163	57	2371
	%	60,10%	30,62%	6,87%	2,40%	100%
• Pierde la noción del tiempo cuando se conecta a Internet	Frecuencia	715	876	530	250	2371
	%	30,16%	36,95%	22,35%	10,54%	100%
• Se siente culpable por invertir demasiado tiempo en conectarse	Frecuencia	1189	738	336	108	2371
	%	50,15%	31,13%	14,17%	4,56%	100%
• Intenta no conectarse y no es capaz de ello	Frecuencia	1403	564	256	148	2371
	%	59,17%	23,79%	10,80%	6,24%	100%
• Oculta a sus padres el tiempo o dinero que invierte en Internet	Frecuencia	1984	229	90	68	2371
	%	83,68%	9,66%	3,80%	2,87%	100%
• Se salta clases debido a Internet	Frecuencia	2203	106	28	34	2371
	%	92,91%	4,47%	1,18%	1,43%	100%

En cuanto si restringe el tiempo de conexión a Internet debido a un uso previo excesivo, casi el 91% de los encuestados, no lo hacen casi nunca o solamente algunas veces. Solamente un porcentaje de poco más del 9% tiene esta autopercepción bastantes veces o casi siempre.

Pierde la noción del tiempo cuando se conecta a Internet

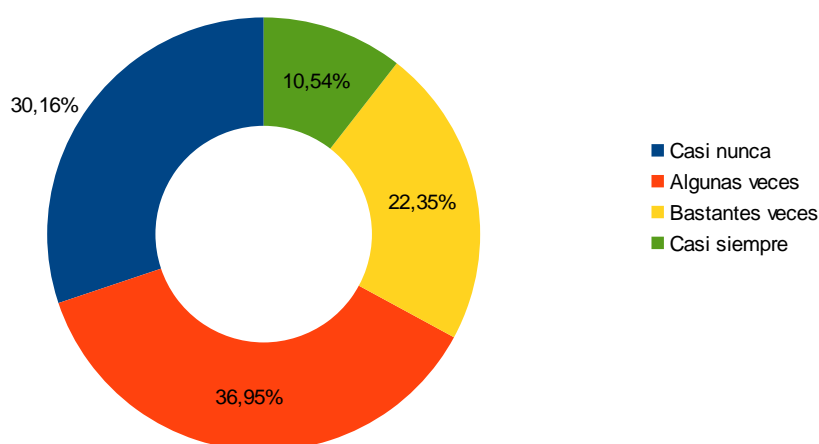


Figura 66. Pierde la noción del tiempo conectado a Internet

Cuando nos referimos a si pierde la noción del tiempo cuando se conecta a Internet, algo más del 67% responden que casi nunca o solamente algunas veces. A un 22,35% le sucede bastantes veces y hay un 10,54% a quienes les sucede casi siempre.

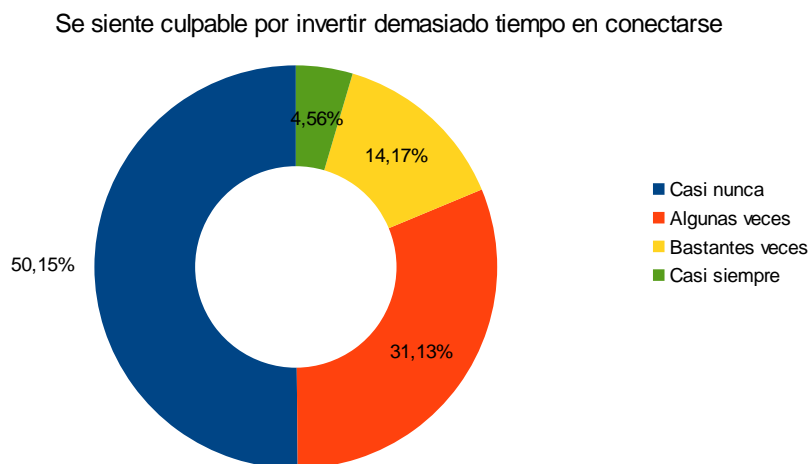


Figura 67. Se siente culpable por el tiempo que está conectado

Algo más del 81% no se siente culpable por invertir demasiado tiempo en su conexión a Internet. Son menos del 19% los que sí que se sienten culpables bastantes veces o casi siempre.

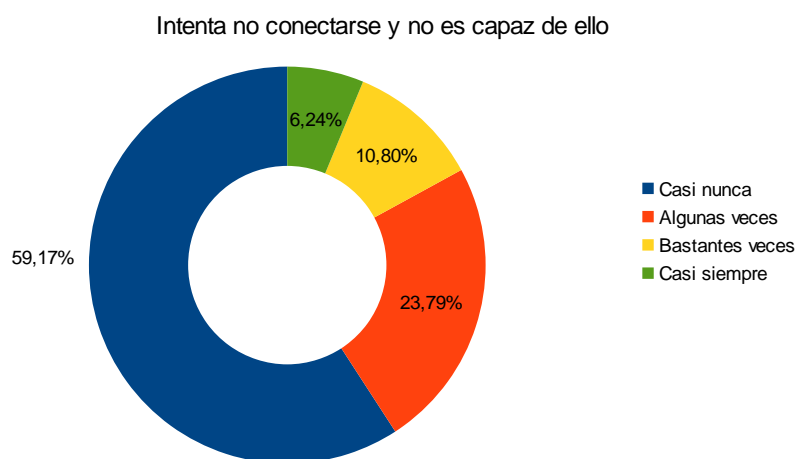


Figura 68. Intenta no conectarse, pero no es capaz de ello

Las respuestas a la pregunta sobre si intentan no conectarse y no son capaces de ello, alrededor del 83% nos indican que casi nunca o algunas veces, un 10,80 señalan que bastantes veces y el 6,24% responden que casi siempre les sucede esto.

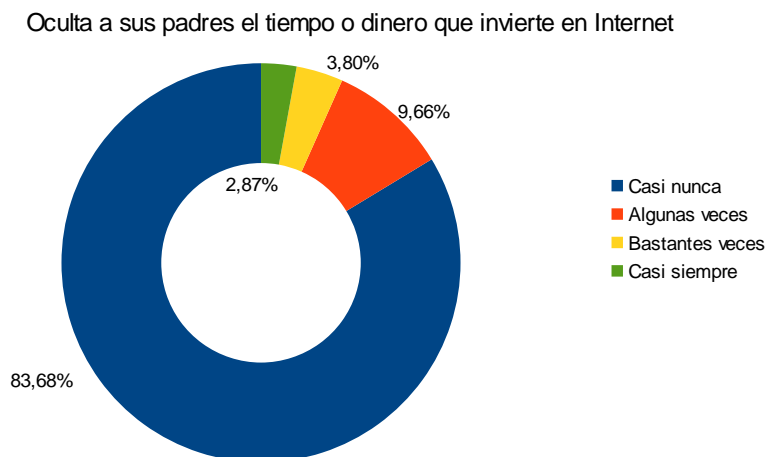


Figura 69. Oculta a sus padres el tiempo o dinero que invierte en Internet

Cuando se les pregunta sobre si ocultan a sus padres el tiempo o dinero que invierten en Internet, algo más del 93% señalan que casi nunca o solamente algunas veces tienen conductas de este tipo. Tan solo un 6,67% lo hacen bastantes veces o casi siempre.

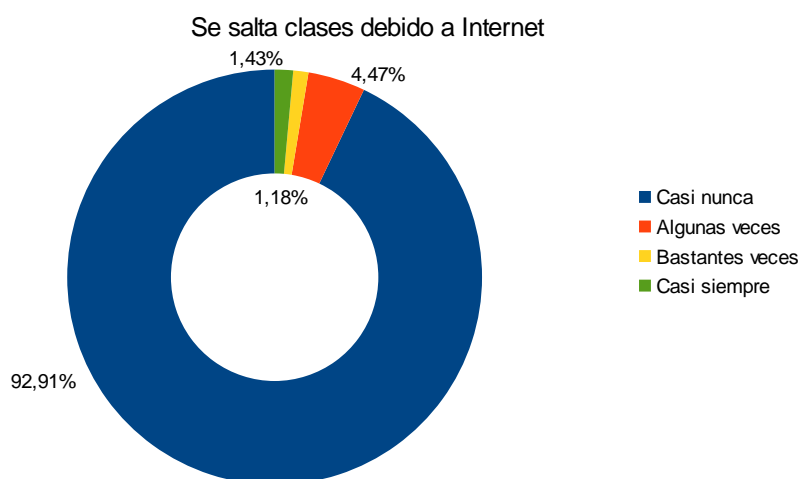


Figura 70. Se salta clases debido a Internet

En relación con si se saltan las clases debido a Internet, solamente el 4,47% nos relata que algunas veces, el 1,18% que bastantes veces y el 1,43% contesta que casi siempre.

En lo relativo al estrés que les puede causar su vinculación con Internet, podemos ver lo siguiente:

Tabla 65. Test D'Orman

		Si	No
• Dedicar más tiempo del que debiera a conectarse con objetivos distintos a los estudios	Frecuencia	1384	987
	%	58,37%	41,63%
• Se sentiría mal si redujera el tiempo de conexión	Frecuencia	494	1877
	%	20,84%	79,16%
• Sus familiares se quejan del tiempo que pasa en Internet	Frecuencia	1214	1157
	%	51,20%	48,80%
• Le resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos	Frecuencia	1096	1275
	%	46,23%	53,77%
• Empeora el trato con la familia por estar conectado	Frecuencia	343	2028
	%	14,47%	85,53%
• Existen contenidos en la red a los que es difícil que se resista	Frecuencia	848	1523
	%	35,77%	64,23%
• Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse	Frecuencia	476	1895
	%	20,08%	79,92%
• Ha intentado sin éxito reducir su uso	Frecuencia	544	1827
	%	22,94%	77,06%
• Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	Frecuencia	836	1535
	%	35,26%	64,74%

Si analizamos los resultados obtenidos del test de Mc Orman, podemos ver, como algo más de la mitad de la muestra, el 58,37% dedica más tiempo del que debiera a conectarse con objetivos distintos a los estudios. El 79,16% no se sentiría mal si redujera el tiempo de conexión. En el caso de algo más de la mitad de la muestra, en concreto del 51,20% sus familiares se quejan del tiempo que pasa en Internet. Para el 53,77% no les resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos, lo que si les sucede al 46,23%. El 85,53% no percibe que empeore el trato con la familia por estar conectado, lo que si contestan afirmativamente el 14,47%. A la pregunta sobre si existen contenidos en la red a los que es difícil que se resista, el 35,77% contestan afirmativamente y el 64,23% responden que no. Cuando se les interroga, sobre si han tenido problemas para controlar el impulso de conectarse un el 77,06% contesta negativamente, pero un importante porcentaje del 20,08%

nos da una respuesta afirmativa. Prácticamente el 23% ha intentado sin éxito reducir su uso. Y un 32,26% obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado.

5.2. RELACIÓN ENTRE VARIABLES

En la parte de los resultados en donde hemos cruzado las variables de la encuesta señalamos en cada aspecto si las diferencias observadas son o no significativas, con un nivel de significación del 0,05 % ($p < 0.05$). Para ello hemos utilizado tablas de contingencia aplicando la prueba chi-cuadrado. Siguiendo a Pérez Juste et al., (1997) y Pérez Juste et al., (2009), se trata de una de las pruebas no paramétricas más conocidas y utilizadas, apta para el nivel de medida nominal, es decir cuando asignamos los sujetos a categorías, como en el caso de las tablas de contingencia mencionadas. Valora las discrepancias entre las frecuencias observadas y las teóricas o esperadas. En nuestra exposición de resultados cuando han aparecido diferencias significativas adjuntamos a continuación de la tabla de contingencia una tabla incluyendo el valor de chi-cuadrado obtenido, los grados de libertad y el nivel de significación.

Dado el gran volumen de datos analizados y de contrastes realizados, la inclusión de todos ellos, así como la glosa de los mismos no sería posible en esta tesis, por lo que, se ha optado por incluir en el Anexo I una referencia de todos aquellos contrastes en los que se encontraron diferencias significativas; y pasar a glosar solamente algunos de ellos que consideramos de relevancia, que son los que se describen a continuación.

5.2.1. Estudios que estás realizando y su relación con:

En este apartado, se van a considerar los cruces de contrastes que han resultado estadísticamente significativos, relacionando el curso en el que están estudiando con algunas variables relevantes para nuestra investigación

5.2.1.1. *Uso del WhatsApp*

Tabla 66. *Estudios que estás realizando * Whatsapp*

			Usa móvil para whatsapp y SMS		Total
			No	Si	
Estudios que estás realizando	1ºESO	Recuento	142	328	470
		% de Estudios que estás realizando	30,2%	69,8%	100,0%
	2ºESO	Recuento	83	288	371
		% de Estudios que estás realizando	22,4%	77,6%	100,0%
	3ºESO	Recuento	72	334	406
		% de Estudios que estás realizando	17,7%	82,3%	100,0%
	4ºESO	Recuento	44	349	393
		% de Estudios que estás realizando	11,2%	88,8%	100,0%
	1º Bachillerato	Recuento	87	644	731
		% de Estudios que estás realizando	11,9%	88,1%	100,0%
Total		Recuento	428	1943	2371
		% de Estudios que estás realizando	18,1%	81,9%	100,0%

Tabla 67. *Prueba de chi-cuadrado Estudios que estás realizando * WhatsApp*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	82,875 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	80,107	4	,000
Asociación lineal por lineal	75,859	1	,000
N de casos válidos	2371		

Respecto a la variable curso que estudian y utilización del WhatsApp aparecen diferencias estadísticamente significativas. Durante la ESO, la utilización del WhatsApp, aumenta a medida que se va avanzando por cursos y la tendencia parece estabilizarse e incluso tiende a disminuir ligeramente al llegar a 1º de Bachillerato. El uso de esta aplicación parece que alcanza su momento más álgido en 4º de la ESO. Con un 88,8% de uso de la aplicación.

Tabla 68. Estudios que estás realizando * percepción WhatsApp

			WhatsApp						Total
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	Molesto	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	67	249	105	26	7	16	470
		% de Estudios que estás realizando	14,3%	53,0%	22,3%	5,5%	1,5%	3,4%	100,0%
	2°ESO	Recuento	36	209	89	23	11	3	371
		% de Estudios que estás realizando	9,7%	56,3%	24,0%	6,2%	3,0%	,8%	100,0%
	3°ESO	Recuento	29	260	88	21	5	3	406
		% de Estudios que estás realizando	7,1%	64,0%	21,7%	5,2%	1,2%	,7%	100,0%
	4°ESO	Recuento	20	267	84	14	0	8	393
		% de Estudios que estás realizando	5,1%	67,9%	21,4%	3,6%	,0%	2,0%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	37	455	184	38	11	6	731
		% de Estudios que estás realizando	5,1%	62,2%	25,2%	5,2%	1,5%	,8%	100,0%
Total		Recuento	189	1440	550	122	34	36	2371
		% de Estudios que estás realizando	8,0%	60,7%	23,2%	5,1%	1,4%	1,5%	100,0%

Tabla 69. Pruebas de chi-cuadrado. Estudios que estás realizando * percepción WhatsApp

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	81,143 ^a	20	,000
Razón de verosimilitudes	80,995	20	,000
Asociación lineal por lineal	,007	1	,935
N de casos válidos	2371		

También aparecen diferencias estadísticamente significativas en lo relativo a la valoración y percepción que tienen los alumnos de esta aplicación. Siendo considerada como imprescindible e interesante y divertida de forma mayoritaria por prácticamente un 84% de la muestra. A partir de 3° de la ESO, parecen tener muy clara la importancia que tiene para ellos esta aplicación, alcanzándose porcentajes del 89,3% en 4° de la ESO, que consideran imprescindible, y/o interesante el WhatsApp.

Tabla 70. Estudios que estás realizando * enganchado WhatsApp

Tabla de contingencia

			Enganchado a whatsapp					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	133	44	69	87	137	470
		% de Estudios que estás realizando	28,3%	9,4%	14,7%	18,5%	29,1%	100,0%
	2°ESO	Recuento	90	37	57	80	107	371
		% de Estudios que estás realizando	24,3%	10,0%	15,4%	21,6%	28,8%	100,0%
	3°ESO	Recuento	65	36	52	97	156	406
		% de Estudios que estás realizando	16,0%	8,9%	12,8%	23,9%	38,4%	100,0%
	4°ESO	Recuento	48	22	74	106	143	393
		% de Estudios que estás realizando	12,2%	5,6%	18,8%	27,0%	36,4%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	104	56	145	185	241	731
		% de Estudios que estás realizando	14,2%	7,7%	19,8%	25,3%	33,0%	100,0%
Total		Recuento	440	195	397	555	784	2371
		% de Estudios que estás realizando	18,6%	8,2%	16,7%	23,4%	33,1%	100,0%

Tabla 71. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * enganchado a WhatsApp

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	82,001 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	80,618	16	,000
Asociación lineal por lineal	36,656	1	,000
N de casos válidos	2371		

En relación con la pregunta sobre si se consideran enganchados al WhatsApp, de nuevo encontramos diferencias estadísticamente significativas. Los porcentajes más altos que se consideran bastante o muy enganchados se dan en 3° y 4° de la ESO con porcentajes que van del 62,3% al 63,4%. La tendencia también parece que tiende a estabilizarse e incluso se aprecia un ligero retroceso al llegar a 1° de Bachillerato. El 56,5% de los encuestados, manifiestan estar bastante o muy enganchados con esta aplicación.

5.2.1.2. *Uso de Videojuegos*

Tabla 72. *Estudios que estás realizando * enganchado a videojuegos*

Tabla de contingencia

			Enganchado a videojuegos					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Estudios que estás realizando	1ºESO	Recuento	124	121	87	65	73	470
		% de Estudios que estás realizando	26,4%	25,7%	18,5%	13,8%	15,5%	100,0%
	2ºESO	Recuento	105	101	62	60	43	371
		% de Estudios que estás realizando	28,3%	27,2%	16,7%	16,2%	11,6%	100,0%
	3ºESO	Recuento	119	109	70	53	55	406
		% de Estudios que estás realizando	29,3%	26,8%	17,2%	13,1%	13,5%	100,0%
	4ºESO	Recuento	123	103	63	58	46	393
		% de Estudios que estás realizando	31,3%	26,2%	16,0%	14,8%	11,7%	100,0%
	1º Bachillerato	Recuento	330	170	99	73	59	731
		% de Estudios que estás realizando	45,1%	23,3%	13,5%	10,0%	8,1%	100,0%
Total		Recuento	801	604	381	309	276	2371
		% de Estudios que estás realizando	33,8%	25,5%	16,1%	13,0%	11,6%	100,0%

Tabla 73. *Pruebas de chi-cuadrado Estudios que estás realizando * enganchado a videojuegos*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	73,835 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	72,737	16	,000
Asociación lineal por lineal	46,151	1	,000
N de casos válidos	2371		

Sobre la variable de si se perciben “enganchado a videojuegos”, y su relación con el curso que estudian, la tendencia es que no se sienten nada o apenas enganchados. De nuevo se encuentran diferencias estadísticamente significativas por cursos, siendo los alumnos de 1º de Bachillerato los que menos enganchados con los videojuegos parecen estar ya que el 78,4% manifiestan estar nada o apenas en esta situación.

5.2.1.3. Relación con dependencia de la TV

*Tabla 74. Estudios que estás realizando * enganchado a TV*

			Enganchado a televisión					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Estudios que estás realizando	1ºESO	Recuento	30	100	155	121	64	470
		% de Estudios que estás realizando	6,4%	21,3%	33,0%	25,7%	13,6%	100,0%
	2ºESO	Recuento	28	95	127	77	44	371
		% de Estudios que estás realizando	7,5%	25,6%	34,2%	20,8%	11,9%	100,0%
	3ºESO	Recuento	46	102	143	74	41	406
	% de Estudios que estás realizando	11,3%	25,1%	35,2%	18,2%	10,1%	100,0%	
	4ºESO	Recuento	52	117	124	71	29	393
	% de Estudios que estás realizando	13,2%	29,8%	31,6%	18,1%	7,4%	100,0%	
	1º Bachillerato	Recuento	149	235	215	96	36	731
	% de Estudios que estás realizando	20,4%	32,1%	29,4%	13,1%	4,9%	100,0%	
Total		Recuento	305	649	764	439	214	2371
		% de Estudios que estás realizando	12,9%	27,4%	32,2%	18,5%	9,0%	100,0%

*Tabla 75. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * enganchado a TV*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	129,778 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	130,899	16	,000
Asociación lineal por lineal	119,963	1	,000
N de casos válidos	2371		

Se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la percepción que tienen sobre cuanto están de “enganchados a la televisión”. Se aprecia claramente que a medida que avanzan en los cursos escolares esta percepción va en disminución, siendo una vez más los alumnos de 1º de Bachillerato los que se consideran menos enganchados a este medio, y los de 1º de la ESO los que más. El 27,5% de la muestra se consideran bastante o muy enganchados con este medio, pero en 1º de la ESO, este porcentaje asciende al 39,3%, yendo en disminución a medida que se avanza en los cursos académicos.

5.2.1.4. Relación con dependencia de Internet

*Tabla 76. Estudios que estás realizando * enganchado a Internet*

Tabla de contingencia

			Enganchado a internet					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	30	87	138	129	86	470
		% de Estudios que estás realizando	6,4%	18,5%	29,4%	27,4%	18,3%	100,0%
	2°ESO	Recuento	25	55	120	100	71	371
		% de Estudios que estás realizando	6,7%	14,8%	32,3%	27,0%	19,1%	100,0%
	3°ESO	Recuento	24	52	119	95	116	406
		% de Estudios que estás realizando	5,9%	12,8%	29,3%	23,4%	28,6%	100,0%
	4°ESO	Recuento	31	65	119	96	82	393
		% de Estudios que estás realizando	7,9%	16,5%	30,3%	24,4%	20,9%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	55	107	232	206	131	731
		% de Estudios que estás realizando	7,5%	14,6%	31,7%	28,2%	17,9%	100,0%
Total		Recuento	165	366	728	626	486	2371
		% de Estudios que estás realizando	7,0%	15,4%	30,7%	26,4%	20,5%	100,0%

*Tabla 77. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * enganchado a Internet*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,075 ^a	16	,031
Razón de verosimilitudes	26,806	16	,044
Asociación lineal por lineal	,038	1	,844
N de casos válidos	2371		

También en relación con el tiempo que pasan en Internet encontramos diferencias estadísticamente significativas, prácticamente un 47% de los encuestados manifiestan estar bastante o muy enganchados a la red, lo que viene a suponer cerca de la mitad de la muestra. En los datos que obtuvimos, parece que son los alumnos de 3° de la ESO los que se vinculan más a la Red.

5.2.1.5. *Se salta clases debido al uso de Internet*

Tabla 78. Estudios que estás realizando * salta clases debido a Internet

			Salta clases debido a Internet				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	452	12	2	4	470
		% de Estudios que estás realizando	96,2%	2,6%	,4%	,9%	100,0%
	2°ESO	Recuento	336	22	8	5	371
		% de Estudios que estás realizando	90,6%	5,9%	2,2%	1,3%	100,0%
	3°ESO	Recuento	372	23	3	8	406
		% de Estudios que estás realizando	91,6%	5,7%	,7%	2,0%	100,0%
	4°ESO	Recuento	353	22	11	7	393
		% de Estudios que estás realizando	89,8%	5,6%	2,8%	1,8%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	690	27	4	10	731
		% de Estudios que estás realizando	94,4%	3,7%	,5%	1,4%	100,0%
Total		Recuento	2203	106	28	34	2371
		% de Estudios que estás realizando	92,9%	4,5%	1,2%	1,4%	100,0%

Tabla 79. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * salta clases debido a Internet

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	29,868 ^a	12	,003
Razón de verosimilitudes	28,814	12	,004
Asociación lineal por lineal	,569	1	,451
N de casos válidos	2371		

También en relación con el tiempo que pasan en Internet encontramos diferencias estadísticamente significativas, se aprecia que es a partir de 3° de la ESO cuando se vinculan más a la Red.

En este caso, las diferencias estadísticamente significativas se refieren a que prácticamente no se produce el que se “salten” clases debido al tiempo que están en Internet. Los porcentajes que, si lo han hecho en alguna ocasión, son prácticamente residuales. Prácticamente el 93% de la muestra no lo ha hecho nunca.

5.2.1.6. Empeora el trato con la familia por estar conectado

*Tabla 80. Estudios que estás realizando * empeora el trato con familia por estar conectado*

			Empeora el trato con la familia por estar conectado		Total
			Si	No	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	52	418	470
		% de Estudios que estás realizando	11,1%	88,9%	100,0%
	2°ESO	Recuento	52	319	371
		% de Estudios que estás realizando	14,0%	86,0%	100,0%
	3°ESO	Recuento	66	340	406
		% de Estudios que estás realizando	16,3%	83,7%	100,0%
	4°ESO	Recuento	75	318	393
		% de Estudios que estás realizando	19,1%	80,9%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	98	633	731
		% de Estudios que estás realizando	13,4%	86,6%	100,0%
Total		Recuento	343	2028	2371
		% de Estudios que estás realizando	14,5%	85,5%	100,0%

*Tabla 81. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * empeora el trato con familia por estar conectado*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,945 ^a	4	,012
Razón de verosimilitudes	12,738	4	,013
Asociación lineal por lineal	1,956	1	,162
N de casos válidos	2371		

Las diferencias estadísticamente significativas encontradas, nos indican que por lo general no se empeora el trato con la familia por estar conectado. Únicamente el 14.5% de los encuestados son los que manifiestan que si han empeorado estas relaciones.

5.2.1.7. Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse

*Tabla 82. Estudios que estás realizando * problemas impulso conectarse*

			Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse		Total
			Si	No	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	72	398	470
		% de Estudios que estás realizando	15,3%	84,7%	100,0%
	2°ESO	Recuento	76	295	371
		% de Estudios que estás realizando	20,5%	79,5%	100,0%
	3°ESO	Recuento	100	306	406
	% de Estudios que estás realizando	24,6%	75,4%	100,0%	
	4°ESO	Recuento	88	305	393
	% de Estudios que estás realizando	22,4%	77,6%	100,0%	
	1° Bachillerato	Recuento	140	591	731
	% de Estudios que estás realizando	19,2%	80,8%	100,0%	
Total		Recuento	476	1895	2371
		% de Estudios que estás realizando	20,1%	79,9%	100,0%

*Tabla 83. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * problemas impulso conectarse*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,618 ^a	4	,009
Razón de verosimilitudes	13,773	4	,008
Asociación lineal por lineal	1,722	1	,189
N de casos válidos	2371		

Las diferencias estadísticamente significativas en relación con si han tenido problemas para controlar el impulso de conectarse, nos indican que en general no suele ser así, aunque se da un porcentaje del 20,1%, nada desdeñables de alumnos que manifiestan haberlos tenido. Cuando más problema parece haber es en 3° de la ESO, en donde el 24,6% informa de que sitien esta dificultad.

5.2.1.8. *Está conectado más tiempo del que se había propuesto*

Tabla 84. *Estudios que estás realizando * conectado más tiempo del propuesto*

			Está conectado más tiempo del que se había propuesto					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	135	125	96	74	40	470
		% de Estudios que estás realizando	28,7%	26,6%	20,4%	15,7%	8,5%	100,0%
	2°ESO	Recuento	106	91	86	58	30	371
		% de Estudios que estás realizando	28,6%	24,5%	23,2%	15,6%	8,1%	100,0%
	3°ESO	Recuento	98	91	81	82	54	406
		% de Estudios que estás realizando	24,1%	22,4%	20,0%	20,2%	13,3%	100,0%
	4°ESO	Recuento	80	94	100	81	38	393
		% de Estudios que estás realizando	20,4%	23,9%	25,4%	20,6%	9,7%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	141	191	193	158	48	731
		% de Estudios que estás realizando	19,3%	26,1%	26,4%	21,6%	6,6%	100,0%
Total		Recuento	560	592	556	453	210	2371
		% de Estudios que estás realizando	23,6%	25,0%	23,5%	19,1%	8,9%	100,0%

Tabla 85. *Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * conectado más tiempo del propuesto*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	48,397 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	47,822	16	,000
Asociación lineal por lineal	11,977	1	,001
N de casos válidos	2371		

Las diferencias estadísticamente significativas encontradas en el ítem “está conectado más tiempo del que se había propuesto” nos ponen de manifiesto que a medida que avanzan en los cursos escolares más se produce esta situación. El 28% parece que a menudo o siempre, está conectado más tiempo del que debiera, siendo los alumnos de 1° de Bachiller quienes parece que con mayor frecuencia manifiestan vivir esta situación con un 28,2% que, a menudo o siempre, viven en esta situación.

5.2.1.9. Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

*Tabla 86. Estudios que estás realizando * abandona cosas que hacer por estar conectado*

			Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	244	116	43	38	29	470
		% de Estudios que estás realizando	51,9%	24,7%	9,1%	8,1%	6,2%	100,0%
	2°ESO	Recuento	171	100	57	28	15	371
		% de Estudios que estás realizando	46,1%	27,0%	15,4%	7,5%	4,0%	100,0%
	3°ESO	Recuento	150	119	61	51	25	406
	% de Estudios que estás realizando	36,9%	29,3%	15,0%	12,6%	6,2%	100,0%	
	4°ESO	Recuento	124	114	78	61	16	393
		% de Estudios que estás realizando	31,6%	29,0%	19,8%	15,5%	4,1%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	233	250	150	75	23	731
		% de Estudios que estás realizando	31,9%	34,2%	20,5%	10,3%	3,1%	100,0%
Total		Recuento	922	699	389	253	108	2371
		% de Estudios que estás realizando	38,9%	29,5%	16,4%	10,7%	4,6%	100,0%

*Tabla 87. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * abandona cosas que hacer por estar conectado*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	101,816 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	102,131	16	,000
Asociación lineal por lineal	23,224	1	,000
N de casos válidos	2371		

Quienes abandonan las cosas que tienen que hacer por estar conectado “a menudo o siempre” son porcentajes que podemos considerar como bajos en total un 15,13%, si bien, resulta preocupante ese 4,6% que sí lo hace habitualmente. De nuevo se aprecia como a medida que avanzan los cursos escolares este hecho va en disminución.

5.2.1.10. Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red

*Tabla 88. Estudios que estás realizando * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red*

			Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	270	82	59	42	17	470
		% de Estudios que estás realizando	57,4%	17,4%	12,6%	8,9%	3,6%	100,0%
	2°ESO	Recuento	168	81	68	38	16	371
		% de Estudios que estás realizando	45,3%	21,8%	18,3%	10,2%	4,3%	100,0%
	3°ESO	Recuento	150	98	74	57	27	406
		% de Estudios que estás realizando	36,9%	24,1%	18,2%	14,0%	6,7%	100,0%
	4°ESO	Recuento	120	103	86	62	22	393
		% de Estudios que estás realizando	30,5%	26,2%	21,9%	15,8%	5,6%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	283	194	157	68	29	731
		% de Estudios que estás realizando	38,7%	26,5%	21,5%	9,3%	4,0%	100,0%
Total		Recuento	991	558	444	267	111	2371
		% de Estudios que estás realizando	41,8%	23,5%	18,7%	11,3%	4,7%	100,0%

*Tabla 89. Pruebas de chi-cuadrado estudios que estás realizando * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	92,203 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	91,315	16	,000
Asociación lineal por lineal	20,605	1	,000
N de casos válidos	2371		

Podemos ver cómo el establecer nuevas relaciones con personas que utilizan la red no es frecuente entre los escolares de la muestra, pero no dejan de ser preocupantes los porcentajes que si lo hacen tanto de forma ocasional, un 41,9% de la muestra; como aquellos que lo hacen con cierta asiduidad un 11,3%, o que lo hacen de manera habitual, que son el 4,7%. La mayor frecuencia de esta conducta, parece darse en los alumnos de 3° y 4° de la ES. Con porcentaje ligeramente superiores al 20%.

5.2.1.11. Pierde horas de sueño por estar conectado

*Tabla 90. Estudios que estás realizando * pierde horas de sueño por estar conectado*

			Pierde horas de sueño por estar conectado					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Estudios que estás realizando	1°ESO	Recuento	293	80	37	29	31	470
		% de Estudios que estás realizando	62,3%	17,0%	7,9%	6,2%	6,6%	100,0%
	2°ESO	Recuento	193	79	54	28	17	371
		% de Estudios que estás realizando	52,0%	21,3%	14,6%	7,5%	4,6%	100,0%
	3°ESO	Recuento	174	90	60	35	47	406
	% de Estudios que estás realizando	42,9%	22,2%	14,8%	8,6%	11,6%	100,0%	
	4°ESO	Recuento	161	93	52	53	34	393
		% de Estudios que estás realizando	41,0%	23,7%	13,2%	13,5%	8,7%	100,0%
	1° Bachillerato	Recuento	333	169	130	62	37	731
		% de Estudios que estás realizando	45,6%	23,1%	17,8%	8,5%	5,1%	100,0%
Total		Recuento	1154	511	333	207	166	2371
		% de Estudios que estás realizando	48,7%	21,6%	14,0%	8,7%	7,0%	100,0%

*Tabla 91. Pruebas de chi-cuadrado Estudios que estás realizando * pierde horas de sueño por estar conectado*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	89,780 ^a	16	,000
Razón de verosimilitudes	88,575	16	,000
Asociación lineal por lineal	16,882	1	,000
N de casos válidos	2371		

No son muchos los que pierden horas de sueño por estar conectados. A menudo les sucede al 8,7% y habitualmente al 7%. Dándose los mayores porcentajes en este sentido en los alumnos de 4º de la ESO es donde al 22,2% les sucede a menudo o siempre. Lo que se aprecia de los datos obtenidos es que la mayoría de los alumnos de la muestra o contestan que nunca a este ítem, el 48,7%, o que apenas les sucede esta situación, el 21,6%.

5.2.2. Diferencias por sexo, en relación con:

En este apartado, se van a considerar los cruces de contrastes que han resultado estadísticamente significativos, relacionando el sexo de los encuestados, con algunas variables relevantes para nuestra investigación.

5.2.2.1. Uso del smartphone

Tabla 92. Sexo * teléfono móvil

			Tiene teléfono móvil				Total
			0	1	2	3	
Sexo	Varón	Recuento	2	116	157	928	1203
		% de Sexo	,2%	9,6%	13,1%	77,1%	100,0%
	Mujer	Recuento	1	53	126	988	1168
		% de Sexo	,1%	4,5%	10,8%	84,6%	100,0%
Total		Recuento	3	169	283	1916	2371
		% de Sexo	,1%	7,1%	11,9%	80,8%	100,0%

Tabla 93. Pruebas de chi-cuadrado sexo * teléfono móvil

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,583 ^a	3	,000
Razón de verosimilitudes	29,167	3	,000
N de casos válidos	2371		

Se aprecia como la mayoría tienen smartphone, ya que únicamente un 7,2% no parecen disponer de él. Los porcentajes más elevados se corresponden con quienes tienen un smartphone (smartphone con Internet, WhatsApp...) que son el 88,6% de las mujeres frente al 77,1% de los varones. De media el 80,8% de la muestra tiene un dispositivo tipo smartphone. El porcentaje de quienes tienen un teléfono móvil no smartphone solo para llamadas y mensajes es muy bajo el 11,9%, dándose esta circunstancia con mayor frecuencia entre los varones, con el 13,1%, frente al 10,8% en las mujeres.

5.2.2.2. *Uso del WhatsApp*

Tabla 94. *Sexo * Uso del WhatsApp*

			Usa móvil para whatsapp y SMS		Total
			No	Si	
Sexo	Varón	Recuento	263	940	1203
		% de Sexo	21,9%	78,1%	100,0%
	Mujer	Recuento	165	1003	1168
		% de Sexo	14,1%	85,9%	100,0%
Total		Recuento	428	1943	2371
		% de Sexo	18,1%	81,9%	100,0%

Tabla 95. *Pruebas de chi-cuadrado sexo * uso del WhatsApp*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23,971 ^b	1	,000		
Corrección por continuidad	23,450	1	,000		
Razón de verosimilitudes	24,166	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	23,960	1	,000		
N de casos válidos	2371				

De nuevo, se aprecia que son las mujeres con un 85,9%, quienes más utilizan el móvil para WhatsApp y mensajes que los varones con un 78,1%. Existen diferencias estadísticamente significativas entre quienes utilizan este tipo de aplicación que son el 81,9%. y quienes no lo hacen que resultaron ser únicamente el 18,1%.

Tabla 96. *Sexo * valoración WhatsApp*

			WhatsApp					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Sexo	Varón	Recuento	113	631	334	77	22	26	1203
		% de Sexo	9,4%	52,5%	27,8%	6,4%	1,8%	2,2%	100,0%
	Mujer	Recuento	76	809	216	45	12	10	1168
		% de Sexo	6,5%	69,3%	18,5%	3,9%	1,0%	,9%	100,0%
Total		Recuento	189	1440	550	122	34	36	2371
		% de Sexo	8,0%	60,7%	23,2%	5,1%	1,4%	1,5%	100,0%

Tabla 97. Pruebas de chi-cuadrado sexo * valoración WhatsApp

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	72,507 ^a	5	,000
Razón de verosimilitudes	73,191	5	,000
Asociación lineal por lineal	28,424	1	,000
N de casos válidos	2371		

El 69,3% de las mujeres consultadas consideran el WhatsApp imprescindible, frente a un porcentaje menor del 52,5% en el caso de los varones. Lo consideran interesante un 27,8% de mujeres y un 18,5% de los varones. Los porcentajes de la muestra que consideran esta aplicación como algo superflua, inútil, aburrida o incluso molesta son el 8%.

5.2.2.3. Dependencia de Internet

Tabla 98. Sexo * dependencia de Internet

		Enganchado a internet					Total	
		Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho		
Sexo	Varón	Recuento	93	204	376	305	225	1203
		% de Sexo	7,7%	17,0%	31,3%	25,4%	18,7%	100,0%
	Mujer	Recuento	72	162	352	321	261	1168
		% de Sexo	6,2%	13,9%	30,1%	27,5%	22,3%	100,0%
Total		Recuento	165	366	728	626	486	2371
		% de Sexo	7,0%	15,4%	30,7%	26,4%	20,5%	100,0%

Tabla 99. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia de Internet

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,845 ^a	4	,028
Razón de verosimilitudes	10,863	4	,028
Asociación lineal por lineal	10,555	1	,001
N de casos válidos	2371		

La web tiene cada vez más atractivo para los adolescentes. Una buena parte de la muestra 77,6% responden que están medianamente, bastante, o muy enganchados a Internet. Aunque se aprecian diferencias estadísticamente significativas en este sentido entre varones y mujeres, estas diferencias no son tan notorias como en otros aspectos evaluados. Prácticamente el 50% de las mujeres de la muestra consideran estar bastante o muy enganchadas a la red, frente al 44,1% de los varones.

5.2.2.4. Dependencia de las redes sociales

Tabla 100. Sexo * dependencia de las redes sociales

		Enganchado a redes sociales					Total	
		Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho		
Sexo	Varón	Recuento	188	251	331	246	187	1203
		% de Sexo	15,6%	20,9%	27,5%	20,4%	15,5%	100,0%
	Mujer	Recuento	102	156	286	337	287	1168
		% de Sexo	8,7%	13,4%	24,5%	28,9%	24,6%	100,0%
Total		Recuento	290	407	617	583	474	2371
		% de Sexo	12,2%	17,2%	26,0%	24,6%	20,0%	100,0%

Tabla 101. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia de las redes sociales

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	85,763 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	86,558	4	,000
Asociación lineal por lineal	81,691	1	,000
N de casos válidos	2371		

Sí que se han encontrado claras diferencias significativas entre mujeres y varones en lo relativo a su percepción de cuanto se consideran enganchados a las redes sociales. Un 53,5% de las mujeres informan de que están bastante o muy enganchadas a las redes sociales, frente a un 35,9% de los varones. Los porcentajes de quienes no se consideran nada enganchados son del 15,6% de los varones y del 8,7% de las mujeres. O los que apenas se perciben como enganchados que resultaron ser el 20,9% de los varones, y el 13,4% de las mujeres. De estos datos se deduce claramente que las mujeres de la muestra tienen una mayor vinculación con las redes sociales.

5.2.2.5. Dependencia del teléfono móvil

Tabla 102. Sexo * dependencia móvil

			Enganchado a teléfono móvil					Total
			Nada	Apenas	Medianamente	Bastante	Mucho	
Sexo	Varón	Recuento	197	201	294	276	235	1203
		% de Sexo	16,4%	16,7%	24,4%	22,9%	19,5%	100,0%
	Mujer	Recuento	103	121	259	317	368	1168
		% de Sexo	8,8%	10,4%	22,2%	27,1%	31,5%	100,0%
Total		Recuento	300	322	553	593	603	2371
		% de Sexo	12,7%	13,6%	23,3%	25,0%	25,4%	100,0%

Tabla 103. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia móvil

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83,216 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	84,155	4	,000
Asociación lineal por lineal	82,237	1	,000
N de casos válidos	2371		

Cuando se interroga sobre si se consideran “enganchados al teléfono móvil”, de nuevo encontramos porcentajes significativamente superiores en las mujeres que en los varones, el 31% de ellas se consideran muy enganchadas, frente al 19,5% de los varones. Sí que parece que de manera amplia tanto unos como otras, tienen la percepción de que están medianamente, bastante o muy enganchados al móvil, lo que en el caso de las mujeres, sucede en el 80,8% de los casos, frente al 66,8% de los varones.

5.2.2.6. Dependencia del WhatsApp

Tabla 104. Sexo * dependencia WhatsApp

			Enganchado a whatsapp					Total
			Nada	Apenas	Medianamente	Bastante	Mucho	
Sexo	Varón	Recuento	266	115	247	269	306	1203
		% de Sexo	22,1%	9,6%	20,5%	22,4%	25,4%	100,0%
	Mujer	Recuento	174	80	150	286	478	1168
		% de Sexo	14,9%	6,8%	12,8%	24,5%	40,9%	100,0%
Total		Recuento	440	195	397	555	784	2371
		% de Sexo	18,6%	8,2%	16,7%	23,4%	33,1%	100,0%

Tabla 105. Pruebas de chi-cuadrado sexo * dependencia WhatsApp

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	86,976 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	87,685	4	,000
Asociación lineal por lineal	68,402	1	,000
N de casos válidos	2371		

Donde se aprecian unas diferencias clarísimas entre varones y mujeres es en su percepción sobre uso del WhatsApp. Un 40,9% de las mujeres señalan que están muy enganchadas a esta aplicación, frente a un 25,4% de los varones. Si se considera, la percepción que tienen de estar medianamente, bastante o muy enganchados, vemos que en las mujeres se da en un porcentaje del 78,2%, y en los varones en un 68,3%. El 18,6% de la muestra nos manifiestan que no se sienten enganchados con esta aplicación.

5.2.2.7. Salta clases debido a Internet

*Tabla 106. Sexo * salta clases debido a Internet*

			Salta clases debido a Internet				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	
Sexo	Varón	Recuento	1096	66	21	20	1203
		% de Sexo	91,1%	5,5%	1,7%	1,7%	100,0%
	Mujer	Recuento	1107	40	7	14	1168
		% de Sexo	94,8%	3,4%	,6%	1,2%	100,0%
Total		Recuento	2203	106	28	34	2371
		% de Sexo	92,9%	4,5%	1,2%	1,4%	100,0%

*Tabla 107. Pruebas de chi-cuadrado sexo * salta clases debido a Internet*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,977 ^a	3	,003
Razón de verosimilitudes	14,371	3	,002
Asociación lineal por lineal	9,375	1	,002
N de casos válidos	2371		

El 91,1% de los varones y el 94,8% de las mujeres, prácticamente nunca se han saltado clases debido a Internet. Algunas veces lo han hecho un 5,5% de los varones y un 3,4% de las mujeres. El resto de porcentajes se pueden considerar residuales.

5.2.2.8. Resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos

*Tabla 108. Sexo * resulta duro permanecer desconectado*

			Resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos		Total
			Si	No	
Sexo	Varón	Recuento	486	717	1203
		% de Sexo	40,4%	59,6%	100,0%
	Mujer	Recuento	610	558	1168
		% de Sexo	52,2%	47,8%	100,0%
Total		Recuento	1096	1275	2371
		% de Sexo	46,2%	53,8%	100,0%

Tabla 109. Pruebas de chi-cuadrado sexo * resulta duro permanecer desconectado

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,348 ^b	1	,000		
Corrección por continuidad	32,874	1	,000		
Razón de verosimilitudes	33,423	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	33,334	1	,000		
N de casos válidos	2371				

a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 539,91.

Parece que, a las mujeres, les resulta más duro permanecer desconectadas de Internet varios días seguidos que a los varones, con un 52,2% de respuestas afirmativas a este ítem, frente al 40,4% de los varones. Al 53,6% de la muestra el estar varios desconectados de la red, no parece que les cause un gran problema.

5.2.2.9. Ha intentado sin éxito reducir su uso

Tabla 110. Sexo * ha intentado sin éxito reducir su uso

			Ha intentado sin éxito reducir su uso		Total
			Si	No	
Sexo	Varón	Recuento	254	949	1203
		% de Sexo	21,1%	78,9%	100,0%
	Mujer	Recuento	290	878	1168
		% de Sexo	24,8%	75,2%	100,0%
Total		Recuento	544	1827	2371
		% de Sexo	22,9%	77,1%	100,0%

Tabla 111. Pruebas de chi-cuadrado sexo * ha intentado sin éxito reducir su uso

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,626 ^b	1	,031		
Corrección por continuidad ^a	4,418	1	,036		
Razón de verosimilitudes	4,627	1	,031		
Estadístico exacto de Fisher				,032	,018
Asociación lineal por lineal	4,624	1	,032		
N de casos válidos	2371				

a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 267,98.

En el ítem de si han intentado sin éxito reducir su uso de Internet, sí que se producen diferencias estadísticamente significativas, pues una amplia mayoría, el 77,1% manifiestan que no. Entre quienes sí lo han intentados, vemos que hay un 21,1% de varones y un 24,8% de mujeres.

5.2.2.10. Está conectado más tiempo del que se había propuesto

Tabla 112. Sexo * está conectado más tiempo del propuesto

			Está conectado más tiempo del que se había propuesto					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Sexo	Varón	Recuento	333	302	271	205	92	1203
		% de Sexo	27,7%	25,1%	22,5%	17,0%	7,6%	100,0%
	Mujer	Recuento	227	290	285	248	118	1168
		% de Sexo	19,4%	24,8%	24,4%	21,2%	10,1%	100,0%
Total		Recuento	560	592	556	453	210	2371
		% de Sexo	23,6%	25,0%	23,5%	19,1%	8,9%	100,0%

Tabla 113. Pruebas de chi-cuadrado sexo * está conectado más tiempo del propuesto

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,450 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	27,580	4	,000
Asociación lineal por lineal	24,553	1	,000
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 103,45.

Las mujeres parece que son quienes están conectadas más tiempo del que se habían propuesto, el porcentaje de ocasiones en que les sucede esto a menudo o siempre, es ligeramente superior al 31%, frente al 24,6% en el caso de los varones.

5.2.2.11. Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

Tabla 114. Sexo * Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

		Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado					Total	
		Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre		
Sexo	Varón	Recuento	490	368	181	106	58	1203
		% de Sexo	40,7%	30,6%	15,0%	8,8%	4,8%	100,0%
	Mujer	Recuento	432	331	208	147	50	1168
		% de Sexo	37,0%	28,3%	17,8%	12,6%	4,3%	100,0%
Total		Recuento	922	699	389	253	108	2371
		% de Sexo	38,9%	29,5%	16,4%	10,7%	4,6%	100,0%

Tabla 115. Pruebas de chi-cuadrado sexo * abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,204 ^a	4	,007
Razón de verosimilitudes	14,236	4	,007
Asociación lineal por lineal	6,666	1	,010
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 53,20.

Un importante porcentaje del 38,9% de los alumnos encuestados no abandonan las cosas que tienen que hacer por estar conectado. Apenas lo hacen un 29,5%. Cuando si lo hacen, encontramos un porcentaje del 28,6% en los varones y del 34,7% en las mujeres, en las que al parecer se produce con más frecuencia este tipo e conducta.

5.2.2.12. Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red

*Tabla 116. Sexo * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red*

		Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red					Total	
		Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre		
Sexo	Varón	Recuento	445	295	257	139	67	1203
		% de Sexo	37,0%	24,5%	21,4%	11,6%	5,6%	100,0%
	Mujer	Recuento	546	263	187	128	44	1168
		% de Sexo	46,7%	22,5%	16,0%	11,0%	3,8%	100,0%
Total		Recuento	991	558	444	267	111	2371
		% de Sexo	41,8%	23,5%	18,7%	11,3%	4,7%	100,0%

*Tabla 117. Pruebas de chi-cuadrado sexo * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,873 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	27,967	4	,000
Asociación lineal por lineal	19,133	1	,000
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 54,68.

Aunque la mayoría de la muestra no acostumbra a establecer nunca, o en contadas ocasiones, nuevas relaciones con personas que utilizan la red, tal como nos informan el 75,3% de los encuestados; sí que consideramos de relevancia los porcentajes tanto de varones como de mujeres que lo hacen de forma ocasional, a menudo, o siempre y que son el 30,8% en el caso de las mujeres y el 38,6% de los varones.. Sin duda que este hecho requiere una reflexión sobre cómo educar a los adolescentes en este sentido.

5.2.2.13. Pierde noción del tiempo hablando por el móvil

Tabla 118. Sexo * pierde noción del tiempo hablando por el móvil

		Pierde noción del tiempo hablando por el móvil				Total	
		Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre		
Sexo	Varón	Recuento	722	295	109	77	1203
		% de Sexo	60,0%	24,5%	9,1%	6,4%	100,0%
	Mujer	Recuento	450	399	181	138	1168
		% de Sexo	38,5%	34,2%	15,5%	11,8%	100,0%
Total		Recuento	1172	694	290	215	2371
		% de Sexo	49,4%	29,3%	12,2%	9,1%	100,0%

Tabla 119. Pruebas de chi-cuadrado sexo * pierde noción del tiempo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	113,402 ^a	3	,000
Razón de verosimilitudes	114,444	3	,000
Asociación lineal por lineal	94,345	1	,000
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 105,91.

En relación con si consideran que pierde la noción del tiempo hablando por el móvil, también podemos apreciar diferencias estadísticamente significativas, siendo las mujeres quienes más contestan afirmativamente a este ítem. Prácticamente la mitad de la muestra, el 49,4% no parece verse afectada por esta opción, pero les sucede algunas veces al 34,2% de las mujeres y al 24,5% de los varones, y bastantes veces o casi siempre al 27,3% de las mujeres y al 15,5% de los varones. Claramente se aprecia que en este aspecto son las mujeres quienes pierden con mayor frecuencia la noción del tiempo hablando por el móvil.

5.2.3. Relación de repite curso con:

En este epígrafe, se van a considerar los cruces de contrastes que han resultado estadísticamente significativos, relacionando la repetición de cursos escolares, con algunas variables relevantes para nuestra investigación.

5.2.3.1. Televisor

Tabla 120. Repite curso * televisor

			Televisor					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Repite curso	No	Recuento	7	459	961	327	68	9	1831
		% de Repite curso	,4%	25,1%	52,5%	17,9%	3,7%	,5%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	2	133	190	77	27	3	432
		% de Repite curso	,5%	30,8%	44,0%	17,8%	6,3%	,7%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	1	35	53	17	2	0	108
		% de Repite curso	,9%	32,4%	49,1%	15,7%	1,9%	,0%	100,0%
Total		Recuento	10	627	1204	421	97	12	2371
		% de Repite curso	,4%	26,4%	50,8%	17,8%	4,1%	,5%	100,0%

Tabla 121. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * televisor

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,621 ^a	10	,033
Razón de verosimilitudes	19,598	10	,033
Asociación lineal por lineal	1,973	1	,160
N de casos válidos	2371		

a. 5 casillas (27,8%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,46.

Se aprecia una diferencia significativa entre los alumnos que han repetido algún curso y los que no en la percepción que pueden tener de la televisión, como algo imprescindible. A medida que se repiten cursos, más imprescindible manifiestan que les resulta la televisión. Los alumnos que han repetido dos cursos en un porcentaje de un 81,5% consideran imprescindible, o interesante y divertida la televisión. Los que han repetido un solo curso lo consideran en un 74,8%. Si contemplamos únicamente la opción de quienes consideran a este medio imprescindible, vemos que los porcentajes son del 21,5% para quienes no han repetido curso, del 30,8 % para quienes han repetido un único

curso y del 32,4% para los que han repetido dos o más cursos. Tan solo un 17% lo consideran superfluo, siendo muy residuales el resto de los porcentajes.

5.2.3.2. Ordenador

Tabla 122. Repite curso * ordenador

			Ordenador					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Repite curso	No	Recuento	8	775	819	201	19	9	1831
		% de Repite curso	,4%	42,3%	44,7%	11,0%	1,0%	,5%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	4	187	177	50	9	5	432
		% de Repite curso	,9%	43,3%	41,0%	11,6%	2,1%	1,2%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	6	44	48	10	0	0	108
		% de Repite curso	5,6%	40,7%	44,4%	9,3%	,0%	,0%	100,0%
Total		Recuento	18	1006	1044	261	28	14	2371
		% de Repite curso	,8%	42,4%	44,0%	11,0%	1,2%	,6%	100,0%

Tabla 123. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * ordenador

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	44,960 ^a	10	,000
Razón de verosimilitudes	27,107	10	,003
Asociación lineal por lineal	,751	1	,386
N de casos válidos	2371		

a. 5 casillas (27,8%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,64.

La percepción que tienen de lo imprescindible, interesante, superfluo, aburrido, o molesto que les resulte el ordenador, no parece que tenga una relación clara con la repetición de cursos escolares. Lo que si se aprecian diferencias estadísticamente significativas en relación con que el 86,4% de los encuestados, consideran al ordenador, como algo imprescindible, interesante o divertido. Un 0,8% no tiene ordenador en el hogar. Siendo considerado superfluo o indiferente por un 11% de los encuestados y inútil, aburrido o molesto por un porcentaje residual del 1,8%.

5.2.3.3. *Internet*

Tabla 124. *Repite curso * Internet*

			Internet					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Repite curso	No	Recuento	12	1311	427	68	7	6	1831
		% de Repite curso	,7%	71,6%	23,3%	3,7%	,4%	,3%	
	Si, un curso	Recuento	7	299	102	18	5	1	432
		% de Repite curso	1,6%	69,2%	23,6%	4,2%	1,2%	,2%	
Si, dos cursos	Recuento	5	71	28	3	0	1	108	
	% de Repite curso	4,6%	65,7%	25,9%	2,8%	,0%	,9%		
Total	Recuento	24	1681	557	89	12	8	2371	
	% de Repite curso	1,0%	70,9%	23,5%	3,8%	,5%	,3%		

Tabla 125. *Pruebas de chi-cuadrado repite curso * Internet*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,304 ^a	10	,005
Razón de verosimilitudes	18,120	10	,053
Asociación lineal por lineal	,036	1	,849
N de casos válidos	2371		

a. 7 casillas (38,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,36.

De nuevo vemos como Internet tiene un enorme atractivo para los adolescentes, el 70,9% tanto de repetidores como de no repetidores, consideran que la red es para ellos imprescindible, y un porcentaje entre el 23,5% lo consideran como interesante, o divertido. Lo que hace que un porcentaje próximo al 95% manifiestan claramente la importancia que tiene para ellos la red. Si analizamos más en detalle los resultados obtenidos, se aprecia que de los alumnos que consideran Internet imprescindible el 71,6% son no repetidores, bajando el porcentaje de esta percepción a medida que repiten curso. Llama la atención que de los alumnos que han repetido al menos dos cursos, el 4,6% no dispone de conexión a Internet.

5.2.3.4. Videoconsola

Tabla 126. Repite curso * videoconsola

			Videoconsola					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Repite curso	No	Recuento	121	326	596	513	211	64	1831
		% de Repite curso	6,6%	17,8%	32,6%	28,0%	11,5%	3,5%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	56	78	125	106	49	18	432
		% de Repite curso	13,0%	18,1%	28,9%	24,5%	11,3%	4,2%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	12	20	25	38	11	2	108
		% de Repite curso	11,1%	18,5%	23,1%	35,2%	10,2%	1,9%	100,0%
Total		Recuento	189	424	746	657	271	84	2371
		% de Repite curso	8,0%	17,9%	31,5%	27,7%	11,4%	3,5%	100,0%

Tabla 127. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * videoconsola

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,413 ^a	10	,002
Razón de verosimilitudes	26,676	10	,003
Asociación lineal por lineal	4,214	1	,040
N de casos válidos	2371		

a. 1 casillas (5,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,83.

La videoconsola, parece tener menos interés para los componentes de la muestra. Lo que sí aparecen diferencias entre los grupos de alumnos. No tiene este dispositivo un 8,0% de los encuestados, pero son los alumnos repetidores los que en porcentajes mayores nos indican no disponer de videoconsola, con un 13% de quienes han repetido un solo curso y del 11,1% de quienes han repetido dos o más cursos. El 42,6% de la muestra considera a este dispositivo como algo superfluo, aburrido, poco útil e incluso molesto.

5.2.3.5. *Enganchado a Internet*

Tabla 128. *Repite curso * enganchado a Internet*

			Enganchado a internet					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Repite curso	No	Recuento	124	283	575	498	351	1831
		% de Repite curso	6,8%	15,5%	31,4%	27,2%	19,2%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	32	65	127	108	100	432
		% de Repite curso	7,4%	15,0%	29,4%	25,0%	23,1%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	9	18	26	20	35	108
		% de Repite curso	8,3%	16,7%	24,1%	18,5%	32,4%	100,0%
Total		Recuento	165	366	728	626	486	2371
		% de Repite curso	7,0%	15,4%	30,7%	26,4%	20,5%	100,0%

Tabla 129. *Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a Internet*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,569 ^a	8	,035
Razón de verosimilitudes	15,817	8	,045
Asociación lineal por lineal	1,738	1	,187
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 7,52.

El 32,4% de los alumnos que han repetido dos cursos nos responden que están muy enganchados a Internet. Y un 23,1% de los que han repetido un curso también nos indican que lo están, frente al 19,2% de quienes no han repetido ningún curso. Solamente un 7% de los encuestados, nos manifiestan no estar nada enganchados a Internet. Un 46,9% nos señalan que se consideran bastante o muy enganchados a la red. El considerarse enganchado a Internet, sí que parece que pudiera tener una cierta relación con el rendimiento académico. Habría que conocer también el uso que hace de ese tiempo que está conectado a la red.

5.2.3.6. *Enganchado a redes sociales*

Tabla 130. *Repite curso * enganchado a redes sociales*

			Enganchado a redes sociales					Total
			Nada	Apenas	Medianamente	Bastante	Mucho	
Repite curso	No	Recuento	230	332	482	452	335	1831
		% de Repite curso	12,6%	18,1%	26,3%	24,7%	18,3%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	45	63	111	102	111	432
		% de Repite curso	10,4%	14,6%	25,7%	23,6%	25,7%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	15	12	24	29	28	108
		% de Repite curso	13,9%	11,1%	22,2%	26,9%	25,9%	100,0%
Total		Recuento	290	407	617	583	474	2371
		% de Repite curso	12,2%	17,2%	26,0%	24,6%	20,0%	100,0%

Tabla 131. *Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a redes sociales*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,195 ^a	8	,014
Razón de verosimilitudes	19,004	8	,015
Asociación lineal por lineal	10,325	1	,001
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 13,21.

Los porcentajes de alumnos que se manifiestan como enganchados medianamente, bastante o mucho, a las redes sociales representa a una amplia mayoría, con porcentajes entre prácticamente el 70% y el 75%. Sí que parece que los alumnos repetidores declaran estar muy enganchado a estas redes en un porcentaje mayor, prácticamente un 26% de que quienes han repetido dos o más cursos frente a un 18,3% que nunca han repetido.

5.2.3.7. *Enganchado a teléfono móvil*

Tabla 132. *Repite curso * enganchado a teléfono móvil*

			Enganchado a teléfono móvil					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Repite curso	No	Recuento	248	247	434	469	433	1831
		% de Repite curso	13,5%	13,5%	23,7%	25,6%	23,6%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	42	59	101	98	132	432
		% de Repite curso	9,7%	13,7%	23,4%	22,7%	30,6%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	10	16	18	26	38	108
		% de Repite curso	9,3%	14,8%	16,7%	24,1%	35,2%	100,0%
Total		Recuento	300	322	553	593	603	2371
		% de Repite curso	12,7%	13,6%	23,3%	25,0%	25,4%	100,0%

Tabla 133. *Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a teléfono móvil*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,394 ^a	8	,013
Razón de verosimilitudes	19,328	8	,013
Asociación lineal por lineal	10,173	1	,001
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 13,67.

Los alumnos repetidores sí que manifiestan que están enganchados al móvil en porcentajes mayores que aquellos otros que no han repetido curso. Un 59,3% de los alumnos que han repetido dos o más cursos, se consideran bastante o muy enganchados al teléfono móvil, si se consideran también un 53,3% de quienes han repetido un único curso. Quienes no han repetido ningún curso tienen esta percepción en un porcentaje menor del 49,4%.

5.2.3.8. Enganchado a Whatsapp

Tabla 134. Repite curso * enganchado a WhatsApp

			Enganchado a whatsapp					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Repite curso	No	Recuento	343	153	312	452	571	1831
		% de Repite curso	18,7%	8,4%	17,0%	24,7%	31,2%	100,0%
	Si, un curso	Recuento	85	30	72	77	168	432
		% de Repite curso	19,7%	6,9%	16,7%	17,8%	38,9%	100,0%
	Si, dos cursos	Recuento	12	12	13	26	45	108
		% de Repite curso	11,1%	11,1%	12,0%	24,1%	41,7%	100,0%
Total		Recuento	440	195	397	555	784	2371
		% de Repite curso	18,6%	8,2%	16,7%	23,4%	33,1%	100,0%

Tabla 135. Pruebas de chi-cuadrado repite curso * enganchado a WhatsApp

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,925 ^a	8	,003
Razón de verosimilitudes	23,673	8	,003
Asociación lineal por lineal	4,990	1	,025
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 8,88.

En relación con los que dicen estar enganchados al WhatsApp y la repetición de curso, sí que se encuentran claras diferencias significativas estadísticamente. Aquellos alumnos que han repetido dos cursos en un 41,7% declaran estar muy enganchados a esta aplicación, y el 24,4% se consideran bastante enganchados, lo que supone prácticamente un 66%. Entre quienes han repetido un curso el porcentaje baja a cerca del 57%. Obteniendo un 55,9% los alumnos que nunca han repetido curso.

En cualquier caso, esta aplicación tiene un creciente atractivo para los adolescentes que en porcentajes superiores al 72,9% hacen bastante uso de la misma.

5.2.4. Relación tipo de Centro de estudios con:

En este apartado, se van a considerar los cruces de contrastes que han resultado estadísticamente significativos, relacionando el tipo de centro en el que estudian (público, o concertado) con algunas variables relevantes para nuestra investigación.

5.2.4.1. *Internet*

Tabla 136. *Tipo de centro de estudios * Internet*

Tabla de contingencia

			Internet					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Tipo de centro	Público	Recuento	21	1157	401	71	11	5	1666
		% de Tipo de centro	1,3%	69,4%	24,1%	4,3%	,7%	,3%	100,0%
	Concertado	Recuento	3	524	156	18	1	3	705
		% de Tipo de centro	,4%	74,3%	22,1%	2,6%	,1%	,4%	100,0%
Total		Recuento	24	1681	557	89	12	8	2371
		% de Tipo de centro	1,0%	70,9%	23,5%	3,8%	,5%	,3%	100,0%

Tabla 137. *Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro de estudios * Internet*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,584 ^a	5	,028
Razón de verosimilitudes	14,142	5	,015
Asociación lineal por lineal	3,983	1	,046
N de casos válidos	2371		

a. 2 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,38.

Mayoritariamente, el 94,3% de los adolescentes de la muestra consideran Internet como imprescindible e interesante, independientemente del tipo de centro (público o concertado) en el que reciben su educación. El resto de opciones de respuesta, como no disponer de Internet o considerarlo como algo superfluo, aburrido, inútil, o molesto pueden considerarse porcentajes totalmente residuales. Por tanto, existen claras diferencias estadísticamente significativas en la relación entre estas variables. En cuanto a diferencias por tipo de centro, el 93,5% de los alumnos de centros públicos se decantaron por la opción de imprescindible e interesante y el 96,4% de alumnos de centros concertados. En ambos casos resultan porcentajes muy elevados.

5.2.4.2. *Tablet iPad*

Tabla 138. Tipo de centro de estudios * *tablet, iPad*

			Tablet, iPad						Total
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	Molesto	
Tipo de centro	Público	Recuento	412	341	513	283	81	36	1666
		% de Tipo de centro	24,7%	20,5%	30,8%	17,0%	4,9%	2,2%	100,0%
	Concertado	Recuento	139	162	268	110	16	10	705
		% de Tipo de centro	19,7%	23,0%	38,0%	15,6%	2,3%	1,4%	100,0%
Total		Recuento	551	503	781	393	97	46	2371
		% de Tipo de centro	23,2%	21,2%	32,9%	16,6%	4,1%	1,9%	100,0%

Tabla 139. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro de estudios * *tablet, iPad*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,791 ^a	5	,000
Razón de verosimilitudes	25,797	5	,000
Asociación lineal por lineal	,054	1	,817
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 13,68.

En el contraste entre estas variables, también se han encontrado diferencias estadísticamente significativas. Si bien, una amplia mayoría de los encuestados manifiestan que este dispositivo, les resulta imprescindible, interesante y/o divertido, el 51,1%, aumenta el número de sujetos, que no tiene este tipo de dispositivo (con un porcentaje más elevado correspondiente a los alumnos de la enseñanza pública un 24.7%, frente a un 19.7% de la concertada en esta situación), o que lo considera superfluo, poco útil o molesto que supone 24,1% de alumnos de la enseñanza pública frente a un 19,3% de alumnos de la enseñanza concertada. El resto de porcentajes pueden considerarse como residuales. Lo que si se aprecian diferencias significativas en relación con la percepción que los alumnos tienen de este tipo de dispositivos en función del tipo de centro (público o concertado)en el que reciben su educación; siendo los alumnos de los centros concertados quienes mejor valoran estos dispositivos.

5.2.4.3. De cual costaría menos desprenderse

Tabla 140. Tipo de centro de estudios * de cual costaría menos desprenderse

			De cual costaría MENOS desprenderse					Total
			Ordenador con conexión a internet	Teléfono móvil	Televisor	Videoconsola	Tablet, iPad	
Tipo de centro	Público	Recuento	93	142	210	784	437	1666
		% de Tipo de centro	5,6%	8,5%	12,6%	47,1%	26,2%	100,0%
	Concertado	Recuento	53	68	64	310	210	705
		% de Tipo de centro	7,5%	9,6%	9,1%	44,0%	29,8%	100,0%
Total		Recuento	146	210	274	1094	647	2371
		% de Tipo de centro	6,2%	8,9%	11,6%	46,1%	27,3%	100,0%

Tabla 141. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro de estudios * de cual costaría menos desprenderse

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,370 ^a	4	,015
Razón de verosimilitudes	12,474	4	,014
Asociación lineal por lineal	,037	1	,848
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 43,41.

La videoconsola y la Tablet o el iPad son claramente los dispositivos de los que les costaría menos desprenderse, el 73,4% de los sujetos de la muestra. El ordenador, Internet, el móvil y el televisor, son elegidos por unos porcentajes pequeños de la muestra. En la Tabla 140 pueden apreciarse las diferencias existentes en la elección de estos dispositivos, que han resultado ser estadísticamente significativas. En relación con el tipo de centros vemos que existen diferencias en relación con prácticamente todas las variables analizadas.

5.2.4.4. *Se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta*

Tabla 142. Tipo de centro * se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta

		Se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta				Total	
		Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre		
Tipo de centro	Público	Recuento	511	639	350	166	1666
		% de Tipo de centro	30,7%	38,4%	21,0%	10,0%	100,0%
	Concertado	Recuento	204	237	180	84	705
		% de Tipo de centro	28,9%	33,6%	25,5%	11,9%	100,0%
Total		Recuento	715	876	530	250	2371
		% de Tipo de centro	30,2%	36,9%	22,4%	10,5%	100,0%

Tabla 143. Pruebas de chi cuadrado tipo de centro * se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,828 ^a	3	,020
Razón de verosimilitudes	9,733	3	,021
Asociación lineal por lineal	5,502	1	,019
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 74,34.

También se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre tipo de centro y el estar conectado a Internet mucho tiempo sin ser plenamente conscientes de ello. Los porcentajes correspondientes a las respuestas de que esto les sucede bastantes veces o casi siempre que suponen un 32,9%, nos deben de hacer reflexionar. Existen diferencias significativas por tipos de centros; así se puede apreciar, como éntrelos centros públicos resulta mayor el porcentaje de alumnos que se conectan a Internet mucho tiempo sin darse cuenta algunas veces 38.4% frente a un 33.6% en los centros concertados. Sin embargo, cuando la pregunta es si les sucede esto bastantes veces, los porcentajes de respuesta varían y la frecuencia mayor se da en los centros concertados con un 25.5%, frente a un 21% de alumnos de los centros públicos.

5.2.4.5. *Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado*

Tabla 144. Tipo de centro * obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado

			Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado		Total
			Si	No	
Tipo de centro	Público	Recuento	564	1102	1666
		% de Tipo de centro	33,9%	66,1%	100,0%
	Concertado	Recuento	272	433	705
		% de Tipo de centro	38,6%	61,4%	100,0%
Total		Recuento	836	1535	2371
		% de Tipo de centro	35,3%	64,7%	100,0%

Tabla 145. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,851 ^b	1	,028		
Corrección por continuidad ^a	4,646	1	,031		
Razón de verosimilitudes	4,815	1	,028		
Estadístico exacto de Fisher				,031	,016
Asociación lineal por lineal	4,849	1	,028		
N de casos válidos	2371				

a. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

b. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 248,58.

Cuando se les pregunta sobre si obtiene gran parte del su bienestar por estar conectado también parecen existir diferencias estadísticamente significativas entre el tipo de centros educativos. La respuesta afirmativa ante esta pregunta se da con unos porcentajes mayores en los alumnos de la enseñanza concertada con un 38.6%, frente a un 33.9% de los alumnos de la enseñanza pública.

5.2.4.6. Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

*Tabla 146. Tipo de centro * abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado*

			Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Tipo de centro	Público	Recuento	666	490	272	156	82	1666
		% de Tipo de centro	40,0%	29,4%	16,3%	9,4%	4,9%	100,0%
	Concertado	Recuento	256	209	117	97	26	705
		% de Tipo de centro	36,3%	29,6%	16,6%	13,8%	3,7%	100,0%
Total		Recuento	922	699	389	253	108	2371
		% de Tipo de centro	38,9%	29,5%	16,4%	10,7%	4,6%	100,0%

*Tabla 147. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,365 ^a	4	,015
Razón de verosimilitudes	12,040	4	,017
Asociación lineal por lineal	2,933	1	,087
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 32,11.

Más del 30% de estos alumnos independientemente del tipo de centro en el que estudien, abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado a Internet. En este sentido, consideramos que resulta importante poder realizar una formación con ellos, para trabajar sobre estos aspectos. Entre quienes lo hacen a menudo o siempre, vemos que la opción a menudo es elegida por un 13.8% de alumnos de la concertada y un 9.4% de la pública. Los que parece que lo hacen siempre son el 4,9% de alumnos de centros públicos y el 3,7% de los de centros concertados.

5.2.4.7. Bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet

*Tabla 148. Tipo de centro * bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet*

			Bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Tipo de centro	Público	Recuento	1160	228	155	63	60	1666
		% de Tipo de centro	69,6%	13,7%	9,3%	3,8%	3,6%	100,0%
	Concertado	Recuento	456	132	58	41	18	705
		% de Tipo de centro	64,7%	18,7%	8,2%	5,8%	2,6%	100,0%
Total		Recuento	1616	360	213	104	78	2371
		% de Tipo de centro	68,2%	15,2%	9,0%	4,4%	3,3%	100,0%

*Tabla 149. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,026 ^a	4	,002
Razón de verosimilitudes	16,578	4	,002
Asociación lineal por lineal	1,055	1	,304
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 23,19.

Ante la pregunta sobre si bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet, vemos como el 69.6% de alumnos de la enseñanza pública contesta negativamente, frente a un 64.7% de la concertada. Si que lo hacen a menudo o siempre un 7,4% de alumnos de centros públicos y un 8,4% de los de centros concertados.

5.2.4.8. Pierde noción del tiempo hablando por el móvil

*Tabla 150. Tipo de centro * pierde la noción del tiempo hablando por el móvil*

			Pierde noción del tiempo hablando por el móvil				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	
Tipo de centro	Público	Recuento	846	490	199	131	1666
		% de Tipo de centro	50,8%	29,4%	11,9%	7,9%	100,0%
	Concertado	Recuento	326	204	91	84	705
		% de Tipo de centro	46,2%	28,9%	12,9%	11,9%	100,0%
Total		Recuento	1172	694	290	215	2371
		% de Tipo de centro	49,4%	29,3%	12,2%	9,1%	100,0%

*Tabla 151. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * pierde la noción del tiempo hablando por el móvil*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,447 ^a	3	,010
Razón de verosimilitudes	11,025	3	,012
Asociación lineal por lineal	9,720	1	,002
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 63,93.

En relación con si pierde la noción del tiempo hablando por el móvil, también aparecen diferencias estadísticamente significativas entre tipo de centros educativos. La opción de respuesta de casi nunca es elegida por un 50.8% de alumnos de centros públicos, frente a un 46.2% de alumnos de concertados. Los datos se invierten cuando la respuesta es casi siempre, en donde el porcentaje del 11.9% de alumnos de los centros concertados eligen esta opción, frente al 7.9% de los de los centros públicos.

5.2.4.9. Salta clases debido al móvil

Tabla 152. Tipo de centro * salta clases debido al móvil

			Salta clases debido al móvil				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre	
Tipo de centro	Público	Recuento	1511	66	48	41	1666
		% de Tipo de centro	90,7%	4,0%	2,9%	2,5%	100,0%
	Concertado	Recuento	625	48	20	12	705
		% de Tipo de centro	88,7%	6,8%	2,8%	1,7%	100,0%
Total		Recuento	2136	114	68	53	2371
		% de Tipo de centro	90,1%	4,8%	2,9%	2,2%	100,0%

Tabla 153. Pruebas de chi-cuadrado tipo de centro * salta clases debido al móvil

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,860 ^a	3	,020
Razón de verosimilitudes	9,412	3	,024
Asociación lineal por lineal	,034	1	,853
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 15,76.

Son muy pocos los alumnos que refieren que se saltan clases debido al móvil. Los que dicen hacerlo bastantes veces o casi siempre son poco más del 5% en los centros públicos y un 4.5% en los centros concertados.

5.2.5. Relación de Áreas Educativas con:

En este punto, se van a considerar los cruces de contrastes que han resultado estadísticamente significativos, relacionando las Áreas Educativas en las que están estudiando con algunas variables relevantes para nuestra investigación.

5.2.5.1. *Televisor*

Tabla 154. *Áreas educativas * televisor*

Zonas			Televisor					Total
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	
Area metropolitana de Santander	Recuento	3	240	605	213	51	6	1118
	% de Zonas	,3%	21,5%	54,1%	19,1%	4,6%	,5%	100,0%
Torrelavega - Besaya	Recuento	3	194	255	103	21	2	578
	% de Zonas	,5%	33,6%	44,1%	17,8%	3,6%	,3%	100,0%
Saja - Nansa	Recuento	1	20	49	13	3	1	87
	% de Zonas	1,1%	23,0%	56,3%	14,9%	3,4%	1,1%	100,0%
Liébana	Recuento	0	13	23	11	5	0	52
	% de Zonas	,0%	25,0%	44,2%	21,2%	9,6%	,0%	100,0%
Campoo - Valles del Sur	Recuento	1	24	38	15	3	0	81
	% de Zonas	1,2%	29,6%	46,9%	18,5%	3,7%	,0%	100,0%
Pas - Pisueña	Recuento	0	25	44	18	6	2	95
	% de Zonas	,0%	26,3%	46,3%	18,9%	6,3%	2,1%	100,0%
Oriental	Recuento	2	111	190	48	8	1	360
	% de Zonas	,6%	30,8%	52,8%	13,3%	2,2%	,3%	100,0%
Total	Recuento	10	627	1204	421	97	12	2371
	% de Zonas	,4%	26,4%	50,8%	17,8%	4,1%	,5%	100,0%

Tabla 155. *Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * televisor*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	60,011 ^a	30	,001
Razón de verosimilitudes	58,012	30	,002
Asociación lineal por lineal	10,337	1	,001
N de casos válidos	2371		

a. 17 casillas (40,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,22.

Hay claras diferencias en cuanto a las percepciones de los alumnos encuestados sobre el televisor. Un 0,4% manifiestan no disponer de Tv. en su hogar. El 77,2% lo consideran como algo imprescindible o interesante. Para quienes resulta más imprescindible es para los alumnos de la zona Torrelavega-Besaya con un porcentaje de elección de respuesta del 33.6%; o para los de Oriental con un 30.8% o los del área de Campoo-Los Valles del Sur, con un 29.6%. Lo consideran interesante porcentajes que van desde algo más del 44,1% al 56,3% en todas las áreas. Llama la atención el porcentaje de los alumnos de la zona de Liébana a los que les resulta aburrido o inútil que es del 9.6%. En relación con la muestra general, un 4,6% consideran la Tv, como algo aburrido, inútil o molesto.

5.2.5.2. Ordenador

Tabla 156. Áreas educativas * ordenador

Zonas		Recuento	Ordenador					Total
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	
Area metropolitana de Santander	Recuento	6	421	542	127	16	6	1118
	% de Zonas	,5%	37,7%	48,5%	11,4%	1,4%	,5%	100,0%
Torrelavega - Besaya	Recuento	5	297	215	53	7	1	578
	% de Zonas	,9%	51,4%	37,2%	9,2%	1,2%	,2%	100,0%
Saja - Nansa	Recuento	1	34	45	7	0	0	87
	% de Zonas	1,1%	39,1%	51,7%	8,0%	,0%	,0%	100,0%
Liébana	Recuento	2	22	22	6	0	0	52
	% de Zonas	3,8%	42,3%	42,3%	11,5%	,0%	,0%	100,0%
Campoo - Valles del Sur	Recuento	0	33	33	13	2	0	81
	% de Zonas	,0%	40,7%	40,7%	16,0%	2,5%	,0%	100,0%
Pas - Pisueña	Recuento	0	49	36	7	0	3	95
	% de Zonas	,0%	51,6%	37,9%	7,4%	,0%	3,2%	100,0%
Oriental	Recuento	4	150	151	48	3	4	360
	% de Zonas	1,1%	41,7%	41,9%	13,3%	,8%	1,1%	100,0%
Total	Recuento	18	1006	1044	261	28	14	2371
	% de Zonas	,8%	42,4%	44,0%	11,0%	1,2%	,6%	100,0%

Tabla 157. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * ordenador

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	69,874 ^a	30	,000
Razón de verosimilitudes	66,222	30	,000
Asociación lineal por lineal	,071	1	,789
N de casos válidos	2371		

a. 17 casillas (40,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,31.

También aparecen diferencias estadísticamente significativas en relación con el ordenador. En Liébana hay un porcentaje del 3.8% de alumnos que aún no lo tienen en el hogar. En Torrelavega-Besaya el 51.4% lo consideran imprescindible, algo parecido a lo que sucede con los alumnos de la zona de Pas-Pisueña con un 51.6%. Llama la atención que solamente un 37.7% de los alumnos de Santander y su Área Metropolitana lo consideran imprescindible. La opción de respuesta de considerarlo superfluo, la eligieron el 16% de los encuestados en la zona de Campoo- Los Valles del Sur y un 13.3% en la zona Oriental. También se aprecia como en la zona de Santander y su área de influencia y en la zona de Liébana alrededor del 11.5% consideran el ordenador como algo superfluo o indiferente. El 86,4% de la muestra consideran el ordenador como algo interesante y/o divertido o imprescindible.

5.2.5.3. *Internet*

Tabla 158. *Áreas educativas * Internet*

Zonas			Internet					Total
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	
Area metropolitana de Santander	Recuento	5	788	275	38	7	5	1118
	% de Zonas	,4%	70,5%	24,6%	3,4%	,6%	,4%	100,0%
Torrelavega - Besaya	Recuento	8	426	118	21	3	2	578
	% de Zonas	1,4%	73,7%	20,4%	3,6%	,5%	,3%	100,0%
Saja - Nansa	Recuento	5	57	21	4	0	0	87
	% de Zonas	5,7%	65,5%	24,1%	4,6%	,0%	,0%	100,0%
Liébana	Recuento	0	34	17	1	0	0	52
	% de Zonas	,0%	65,4%	32,7%	1,9%	,0%	,0%	100,0%
Campoo - Valles del Sur	Recuento	0	59	21	1	0	0	81
	% de Zonas	,0%	72,8%	25,9%	1,2%	,0%	,0%	100,0%
Pas - Pisueña	Recuento	1	70	19	3	1	1	95
	% de Zonas	1,1%	73,7%	20,0%	3,2%	1,1%	1,1%	100,0%
Oriental	Recuento	5	247	86	21	1	0	360
	% de Zonas	1,4%	68,6%	23,9%	5,8%	,3%	,0%	100,0%
Total	Recuento	24	1681	557	89	12	8	2371
	% de Zonas	1,0%	70,9%	23,5%	3,8%	,5%	,3%	100,0%

Tabla 159. *Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas* Internet*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	45,414 ^a	30	,035
Razón de verosimilitudes	39,760	30	,110
Asociación lineal por lineal	,009	1	,923
N de casos válidos	2371		

a. 22 casillas (52,4%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,18.

En relación con Internet, vuelven a darse diferencias estadísticamente significativas entre las áreas educativas determinadas. En la zona de Saja-Nansa, se aprecia cómo un 5.7% de los alumnos no disponen de este tipo de conexión en sus domicilios. Los porcentajes de los alumnos que consideran imprescindible disponer de Internet está por encima del 65% en todas las zonas, siendo superior al 70% en cuatro de las siete áreas contempladas. Los porcentajes de quienes consideran Internet como algo superfluo, indiferente, aburrido, inútil o molesto, son muy marginales. Internet tiene un gran atractivo para los sujetos de la muestra. El 94,4% de la muestra considera Internet como interesante, divertido o imprescindible.

5.2.5.4. *Videoconsola*

Tabla 160. *Áreas educativas * videoconsola*

Zonas			Videoconsola					Total	
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil		Molesto
Area metropolitana de Santander	Recuento		97	184	351	320	124	42	1118
	% de Zonas		8,7%	16,5%	31,4%	28,6%	11,1%	3,8%	100,0%
Torrelavega - Besaya	Recuento		54	134	183	138	57	12	578
	% de Zonas		9,3%	23,2%	31,7%	23,9%	9,9%	2,1%	100,0%
Saja - Nansa	Recuento		11	17	26	24	9	0	87
	% de Zonas		12,6%	19,5%	29,9%	27,6%	10,3%	,0%	100,0%
Liébana	Recuento		2	2	15	20	12	1	52
	% de Zonas		3,8%	3,8%	28,8%	38,5%	23,1%	1,9%	100,0%
Campoo - Valles del Sur	Recuento		5	14	25	23	12	2	81
	% de Zonas		6,2%	17,3%	30,9%	28,4%	14,8%	2,5%	100,0%
Pas - Pisueña	Recuento		2	13	29	32	11	8	95
	% de Zonas		2,1%	13,7%	30,5%	33,7%	11,6%	8,4%	100,0%
Oriental	Recuento		18	60	117	100	46	19	360
	% de Zonas		5,0%	16,7%	32,5%	27,8%	12,8%	5,3%	100,0%
Total	Recuento		189	424	746	657	271	84	2371
	% de Zonas		8,0%	17,9%	31,5%	27,7%	11,4%	3,5%	100,0%

Tabla 161. *Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * videoconsola*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	64,422 ^a	30	,000
Razón de verosimilitudes	68,648	30	,000
Asociación lineal por lineal	11,992	1	,001
N de casos válidos	2371		

a. 5 casillas (11,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,84.

En la relación entre disponer de Videoconsola y las áreas educativas establecidas, también se han encontrado diferencias. Aparece la zona de Saja-Nansa con el porcentaje más alto que manifiestan no tener este tipo de dispositivo con un 12.6% de alumnos. La percepción que sobre este dispositivo tiene los alumnos y la distribución de sus porcentajes, se puede apreciar claramente en la Tabla 160. Los alumnos de la zona de Torrelavega- Besaya parece que son quienes más valoran la videoconsola ya que cerca del 55% consideran este recurso imprescindible o interesante y divertido, lo que sucede con un 49,4% de la muestra general. Solamente un 8% de los encuestados refieren no tener este tipo de recurso.

5.2.5.5. *Smartphone*

Tabla 162. *Áreas educativas * smartphone*

Zonas			Smartphone					Total
			No lo tengo	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	
Area metropolitana de Santander	Recuento	71	649	296	76	14	12	1118
	% de Zonas	6,4%	58,1%	26,5%	6,8%	1,3%	1,1%	100,0%
Torrelavega - Besaya	Recuento	40	359	126	33	12	8	578
	% de Zonas	6,9%	62,1%	21,8%	5,7%	2,1%	1,4%	100,0%
Saja - Nansa	Recuento	9	51	25	2	0	0	87
	% de Zonas	10,3%	58,6%	28,7%	2,3%	,0%	,0%	100,0%
Liébana	Recuento	0	33	14	2	1	2	52
	% de Zonas	,0%	63,5%	26,9%	3,8%	1,9%	3,8%	100,0%
Campoo - Valles del Sur	Recuento	3	61	12	5	0	0	81
	% de Zonas	3,7%	75,3%	14,8%	6,2%	,0%	,0%	100,0%
Pas - Pisueña	Recuento	2	65	19	4	4	1	95
	% de Zonas	2,1%	68,4%	20,0%	4,2%	4,2%	1,1%	100,0%
Oriental	Recuento	19	214	91	27	7	2	360
	% de Zonas	5,3%	59,4%	25,3%	7,5%	1,9%	,6%	100,0%
Total	Recuento	144	1432	583	149	38	25	2371
	% de Zonas	6,1%	60,4%	24,6%	6,3%	1,6%	1,1%	100,0%

Tabla 163. *Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * smartphone*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	44,572 ^a	30	,042
Razón de verosimilitudes	51,115	30	,009
Asociación lineal por lineal	,006	1	,939
N de casos válidos	2371		

a. 12 casillas (28,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,55.

La relación entre las áreas educativas y el smartphone también presenta diferencias. Claramente se puede ver cómo la gran mayoría de los alumnos, el 85%, consideran este dispositivo como algo imprescindible o interesante. Son muy residuales los porcentajes de quienes lo consideran, aburrido o inútil, o molesto, alrededor del 2,7%. En todas las áreas contempladas, los sujetos de la muestra, consideran imprescindible o muy interesante este dispositivo, en porcentajes superiores al 84%, llegando prácticamente al 90% en alguna de ellas, como la de Campoo-Valles del Sur o Liébana. El smartphone se ha convertido en algo muy importante para la vida de los adolescentes.

5.2.5.6. Enganchado a Internet

Tabla 164. Áreas educativas * enganchado a Internet

			Enganchado a internet					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Zonas	Area metropolitana de Santander	Recuento	87	173	358	309	191	1118
		% de Zonas	7,8%	15,5%	32,0%	27,6%	17,1%	100,0%
	Torrelavega - Besaya	Recuento	40	93	148	138	159	578
		% de Zonas	6,9%	16,1%	25,6%	23,9%	27,5%	100,0%
	Saja - Nansa	Recuento	6	15	31	22	13	87
		% de Zonas	6,9%	17,2%	35,6%	25,3%	14,9%	100,0%
	Liébana	Recuento	1	6	22	14	9	52
		% de Zonas	1,9%	11,5%	42,3%	26,9%	17,3%	100,0%
	Campoo - Valles del Sur	Recuento	6	15	27	20	13	81
		% de Zonas	7,4%	18,5%	33,3%	24,7%	16,0%	100,0%
	Pas - Pisueña	Recuento	10	8	35	22	20	95
		% de Zonas	10,5%	8,4%	36,8%	23,2%	21,1%	100,0%
	Oriental	Recuento	15	56	107	101	81	360
		% de Zonas	4,2%	15,6%	29,7%	28,1%	22,5%	100,0%
Total		Recuento	165	366	728	626	486	2371
		% de Zonas	7,0%	15,4%	30,7%	26,4%	20,5%	100,0%

Tabla 165. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * enganchado a Internet

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	49,337 ^a	24	,002
Razón de verosimilitudes	50,335	24	,001
Asociación lineal por lineal	3,401	1	,065
N de casos válidos	2371		

a. 1 casillas (2,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,62.

Las diferencias encontradas en las áreas educativas analizadas en relación con un posible uso excesivo de Internet, nos permiten apreciar como en las zonas de Torrelavega-Besaya, y en la zona Oriental, existe un porcentaje algo superior al 50% que manifiesta estar bastante o muy enganchado a Internet. En las zonas correspondientes a Santander y su área metropolitana, el 44,7%; así como en la zona Pas-Pisueña y en Liébana se alcanzan porcentajes ligeramente superiores al 44%.

5.2.5.7. *Enganchado a redes sociales*

Tabla 166. *Áreas educativas * enganchado a redes sociales*

			Enganchado a redes sociales					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Zonas	Area metropolitana de Santander	Recuento	134	197	326	256	205	1118
		% de Zonas	12,0%	17,6%	29,2%	22,9%	18,3%	100,0%
	Torrelavega - Besaya	Recuento	79	104	117	139	139	578
		% de Zonas	13,7%	18,0%	20,2%	24,0%	24,0%	100,0%
	Saja - Nansa	Recuento	11	14	23	22	17	87
		% de Zonas	12,6%	16,1%	26,4%	25,3%	19,5%	100,0%
	Liébana	Recuento	4	4	17	20	7	52
		% de Zonas	7,7%	7,7%	32,7%	38,5%	13,5%	100,0%
	Campoo - Valles del Sur	Recuento	10	16	24	21	10	81
		% de Zonas	12,3%	19,8%	29,6%	25,9%	12,3%	100,0%
	Pas - Pisueña	Recuento	9	13	20	27	26	95
		% de Zonas	9,5%	13,7%	21,1%	28,4%	27,4%	100,0%
	Oriental	Recuento	43	59	90	98	70	360
		% de Zonas	11,9%	16,4%	25,0%	27,2%	19,4%	100,0%
Total		Recuento	290	407	617	583	474	2371
		% de Zonas	12,2%	17,2%	26,0%	24,6%	20,0%	100,0%

Tabla 167. *Pruebas de chi-cuadrado Áreas educativas * enganchado a redes sociales*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,298 ^a	24	,020
Razón de verosimilitudes	41,005	24	,017
Asociación lineal por lineal	1,897	1	,168
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,36.

Las redes sociales, cada vez resultan más atractivas para los adolescentes. Se puede apreciar como una gran parte de la muestra se consideran bastante o muy enganchados a estas redes. Más del 55% de los alumnos de la zona de Pas-Pisueña, también lo manifiestan. Superan el 50% los alumnos de Liébana. En la zona de Torrelavega-Besaya se consideran enganchados a las redes sociales el 48% de los alumnos. El porcentaje del área de Santander y su zona de influencia es del 41,29%. Todas las zonas se encuentran con un porcentaje por encima del 38% de alumnos que manifiestan estar enganchados a estas redes.

5.2.5.8. *Enganchado a videojuegos*

Tabla 168. *Áreas educativas * enganchado a videojuegos*

			Enganchado a videojuegos					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Zonas	Area metropolitana de Santander	Recuento	405	256	187	150	120	1118
		% de Zonas	36,2%	22,9%	16,7%	13,4%	10,7%	100,0%
	Torrelavega - Besaya	Recuento	177	137	89	83	92	578
		% de Zonas	30,6%	23,7%	15,4%	14,4%	15,9%	100,0%
	Saja - Nansa	Recuento	32	24	14	10	7	87
		% de Zonas	36,8%	27,6%	16,1%	11,5%	8,0%	100,0%
	Liébana	Recuento	20	18	7	3	4	52
		% de Zonas	38,5%	34,6%	13,5%	5,8%	7,7%	100,0%
	Campoo - Valles del Sur	Recuento	31	19	16	11	4	81
		% de Zonas	38,3%	23,5%	19,8%	13,6%	4,9%	100,0%
	Pas - Pisueña	Recuento	36	34	13	6	6	95
		% de Zonas	37,9%	35,8%	13,7%	6,3%	6,3%	100,0%
	Oriental	Recuento	100	116	55	46	43	360
		% de Zonas	27,8%	32,2%	15,3%	12,8%	11,9%	100,0%
Total		Recuento	801	604	381	309	276	2371
		% de Zonas	33,8%	25,5%	16,1%	13,0%	11,6%	100,0%

Tabla 169. *Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * enganchado a videojuegos*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	50,408 ^a	24	,001
Razón de verosimilitudes	51,538	24	,001
Asociación lineal por lineal	,379	1	,538
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 6,05.

En cuanto a la percepción de estar enganchados a los videojuegos, también se aprecian diferencias estadísticamente significativas entre las distintas áreas educativas analizadas. Los porcentajes mayoritarios nos indican lo poco enganchados que los adolescentes de la muestra manifiestan estar a los videojuegos. Poco más de un 30% de los encuestados de la zona de Torrelavega-Besaya informan de que están bastante o muy enganchados. Cerca del 25% de los alumnos de la zona Oriental también lo informan así. Y también casi el 24% de los encuestados en Santander y su área de influencia así lo

ponen de manifiesto. En el resto de las áreas educativas los porcentajes son más bajos. Un 59,3% manifiestan no estar nada o apenas enganchados a los videojuegos.

5.2.5.9. Enganchado a la televisión

Tabla 170. Áreas educativas * enganchado a la TV

			Enganchado a televisión					Total
			Nada	Apenas	Mediana mente	Bastante	Mucho	
Zonas	Area metropolitana de Santander	Recuento	155	313	367	215	68	1118
		% de Zonas	13,9%	28,0%	32,8%	19,2%	6,1%	100,0%
	Torrelavega - Besaya	Recuento	81	152	168	103	74	578
		% de Zonas	14,0%	26,3%	29,1%	17,8%	12,8%	100,0%
	Saja - Nansa	Recuento	10	30	26	13	8	87
		% de Zonas	11,5%	34,5%	29,9%	14,9%	9,2%	100,0%
	Liébana	Recuento	6	17	15	10	4	52
		% de Zonas	11,5%	32,7%	28,8%	19,2%	7,7%	100,0%
	Campoo - Valles del Sur	Recuento	13	23	27	10	8	81
		% de Zonas	16,0%	28,4%	33,3%	12,3%	9,9%	100,0%
	Pas - Pisueña	Recuento	16	27	27	15	10	95
		% de Zonas	16,8%	28,4%	28,4%	15,8%	10,5%	100,0%
	Oriental	Recuento	24	87	134	73	42	360
		% de Zonas	6,7%	24,2%	37,2%	20,3%	11,7%	100,0%
Total		Recuento	305	649	764	439	214	2371
		% de Zonas	12,9%	27,4%	32,2%	18,5%	9,0%	100,0%

Tabla 171. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * enganchado a la TV

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	50,462 ^a	24	,001
Razón de verosimilitudes	52,821	24	,001
Asociación lineal por lineal	11,585	1	,001
N de casos válidos	2371		

a. 1 casillas (2,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,69.

En lo relativo a si perciben que están enganchado a la televisión los porcentajes quedan algo repartidos, pero también se han apreciado diferencias. Son los alumnos de las zonas de Torrelavegas -Besaya y de la zona Oriental quienes sobrepasan algo el 30% en las opciones de estar bastante o muy enganchados a este medio, quedando el resto de las zonas con porcentajes entre el 20% y el 30% de alumnos con esta misma percepción. Son importantes también los porcentajes de quienes no se sienten nada o apenas

enganchados a este medio. En la zona Pas-Pisueña así lo informan un algo más del 55% de alumnos y en la zona Oriental prácticamente un 31%; encontrándose el resto de las zonas entre este abanico. Un 40,3% de la muestra señalan no estar nada o apenas enganchado a la televisión.

5.2.5.10. Empeora el trato con la familia por estar conectado

*Tabla 172. Áreas educativas * empeora el trato con la familia por estar conectado*

			Empeora el trato con la familia por estar conectado		Total
			Si	No	
Zonas	Area metropolitana de Santander	Recuento	141	977	1118
		% de Zonas	12,6%	87,4%	100,0%
	Torrelavega - Besaya	Recuento	98	480	578
		% de Zonas	17,0%	83,0%	100,0%
	Saja - Nansa	Recuento	15	72	87
		% de Zonas	17,2%	82,8%	100,0%
	Liébana	Recuento	14	38	52
		% de Zonas	26,9%	73,1%	100,0%
	Campoo - Valles del Sur	Recuento	11	70	81
		% de Zonas	13,6%	86,4%	100,0%
	Pas - Pisueña	Recuento	18	77	95
		% de Zonas	18,9%	81,1%	100,0%
	Oriental	Recuento	46	314	360
		% de Zonas	12,8%	87,2%	100,0%
Total		Recuento	343	2028	2371
		% de Zonas	14,5%	85,5%	100,0%

*Tabla 173. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * empeora el trato con la familia por estar conectado*

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,486 ^a	6	,017
Razón de verosimilitudes	14,275	6	,027
Asociación lineal por lineal	,292	1	,589
N de casos válidos	2371		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,52.

Aunque existen diferencias estadísticamente significativas, una amplia mayoría de los encuestados, el 85,5%, nos refiere que no empeora el trato con la familia por estar conectado a Internet, alcanzándose porcentajes superiores al 81% en todas las áreas a excepción de Liébana con un 73.1%.

5.2.5.11. Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red

Tabla 174. Áreas educativas * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red

			Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red					Total
			Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre	
Zonas	Area metropolitana de Santander	Recuento	470	260	226	122	40	1118
		% de Zonas	42,0%	23,3%	20,2%	10,9%	3,6%	100,0%
	Torrelavega - Besaya	Recuento	215	133	102	86	42	578
		% de Zonas	37,2%	23,0%	17,6%	14,9%	7,3%	100,0%
	Saja - Nansa	Recuento	44	23	14	6	0	87
		% de Zonas	50,6%	26,4%	16,1%	6,9%	,0%	100,0%
	Liébana	Recuento	20	16	12	2	2	52
		% de Zonas	38,5%	30,8%	23,1%	3,8%	3,8%	100,0%
	Campoo - Valles del Sur	Recuento	39	16	14	10	2	81
		% de Zonas	48,1%	19,8%	17,3%	12,3%	2,5%	100,0%
	Pas - Pisueña	Recuento	44	27	8	6	10	95
		% de Zonas	46,3%	28,4%	8,4%	6,3%	10,5%	100,0%
	Oriental	Recuento	159	83	68	35	15	360
		% de Zonas	44,2%	23,1%	18,9%	9,7%	4,2%	100,0%
Total		Recuento	991	558	444	267	111	2371
		% de Zonas	41,8%	23,5%	18,7%	11,3%	4,7%	100,0%

Tabla 175. Pruebas de chi-cuadrado áreas educativas * establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54,535 ^a	24	,000
Razón de verosimilitudes	58,116	24	,000
Asociación lineal por lineal	2,087	1	,149
N de casos válidos	2371		

a. 4 casillas (11,4%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,43.

También se han apreciados diferencias estadísticamente significativas entre las diferentes áreas educativas y el establecimiento de nuevas relaciones con personas que

utilizan la red. La mayoría de los sujetos encuestados nos informan de que este tipo de relación no lo establecen, o apenas lo hacen, así lo indican el 75,3%. Llama la atención de que en la zona de Torrelavega-Besaya lo hacen a menudo o siempre un porcentaje algo superior al 22%. O en la zona Pas-Pisueña, prácticamente un 17%. Un 16% manifiesta establecer este tipo de relaciones a menudo o siempre.

Este es un tema importante que no hay que minimizar, aunque los porcentajes de quienes lo realizan de forma ocasional, o que apenas lo realizan, los riesgos están acechando; por lo que la intervención educativa decidida y constante parece tan urgente como necesaria.

CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En éste capítulo se van a presentar las conclusiones de ésta tesis. Una consideración inicial es, el mucho tiempo que una parte de los adolescentes de la muestra dedican a interactuar con los diferentes dispositivos y aplicaciones tecnológicas. En especial con todo lo relacionado con la informática, internet, redes sociales, y teléfonos inteligentes. Parece que este último dispositivo, es utilizado de manera muy frecuente e intensa, teniendo un gran atractivo para los adolescentes.

Las nuevas tecnologías se utilizan cada vez de manera más frecuente y generalizada por los adolescentes. Su expansión viene con la fuerza arrolladora de un tsunami. Los padres, los educadores, la sociedad en general, deben de realizar una mayor acción educativa respecto al consumo de estas tecnologías, estimulando una utilización racional de las mismas, y fomentando el espíritu crítico en los adolescentes que les permitan decidir cómo quieren usarlas de un modo responsable.

El acceso a través de un clic a cualquier tipo de información que necesitemos, al ocio, a las relaciones sociales e interpersonales, a los servicios, etc..., es algo que fascina a los adolescentes. Pero esta facilidad no está exenta de riesgos y saber identificarlos no es tarea sencilla para un adolescente que se encuentra en pleno proceso de su desarrollo madurativo.

6.1. DISCUSIÓN

Una vez presentados y analizados los resultados obtenidos en el tratamiento de datos derivados del apartado empírico de la presente tesis, queremos destacar en esta discusión algunas cuestiones de interés.

Consideramos importante subrayar que, tras la consecuente revisión bibliográfica realizada para la preparación de la argumentación teórica, así como, para el estudio de la orientación empírica de la presente tesis, no hemos encontrado constancia de ningún otro trabajo similar, por lo que podemos afirmar que se trata del primer trabajo de estas características realizado en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Esta tesis, ofrece una visión representativa de la influencia actual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la vida de los alumnos de la ESO y de 1º de Bachillerato de Cantabria. La utilidad de la misma entendemos que es importante, no sólo, por la riqueza de los datos e informaciones que aporta y las reflexiones y aplicaciones prácticas que se puedan obtener de los mismos, sino también porque marca un camino para futuras investigaciones que puedan realizarse sobre esta temática y que permitan conocer cómo irán evolucionado los datos y conclusiones de esta tesis. No podemos obviar, que ha existido alguna limitación que habrá de ser tenidas en cuenta en la lectura de esta investigación. El hecho de que los cuestionarios utilizados sean autoinformes, conlleva cierto riesgo de que los adolescentes hayan podido responder influenciados por la deseabilidad social, aunque no parecen ser los adolescentes quienes más se dejen llevar por este sesgo (Garrote, 2013). En todo caso, pensamos que algunos de los resultados obtenidos en esta tesis deben ser objeto de consideración y reflexión, en este sentido.

El abordaje de este estudio resultó complejo, al haberse establecido una metodología con una zonificación por Áreas Educativas lo que añadió un plus de dificultad al mismo; pero entendimos que esta parte de la investigación resultaba imprescindible si queríamos que los resultados obtenidos, pudieran ser generalizados a todos los alumnos que en Cantabria estuvieran cursando los mismos cursos que los de la muestra. El tipo de muestreo realizado para la obtención del tamaño y la distribución de la muestra por Áreas Educativas y tipos de centros, aporta una originalidad a la tesis y marca un camino para futuras investigaciones. Cabe señalar que, hasta el momento, no se ha encontrado ninguna otra investigación de estas características en la Comunidad Autónoma de Cantabria que haya seguido unos criterios de este tipo.

Se van a plantear a continuación una serie de aspectos relevantes encontrados en nuestro estudio y su relación con las hipótesis de nuestra tesis.

Hipótesis 1.- Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su consumo afectan cada vez más a las formas de vida cotidiana, al ocio y a la educación de la actual generación de adolescentes.

En relación con la primera de nuestras hipótesis planteadas sobre que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su consumo afectan cada vez más las formas de vida cotidiana, de ocio y la educación de la actual generación de adolescentes, creemos que queda confirmada, pues se aprecia claramente el impacto y la atracción que tienen estas tecnologías para los adolescentes. Un primer dato a destacar es el del promedio diario y semanal de utilización de las TIC, en los sujetos de la muestra.

De los resultados obtenidos en nuestra investigación se destaca que los sujetos de la muestra, confieren gran valor a las actividades digitales, si bien esta importancia varía según el tipo de práctica. Aunque la televisión sigue siendo una tecnología muy utilizada, los jóvenes objeto de este estudio realizan como actividades prioritarias, de acuerdo con otros estudios y autores, se resalta la participación en redes sociales (Valdemoros., et al., 2017), (García, et al., 2013), así como la utilización del smartphone (Garrote 2013) por el tipo de versatilidad y de aplicaciones que tiene que despiertan una atracción generalizada entre los adolescentes, y de manera especial navegar por Internet (Muñoz et al., 2014, Valdemoros et al., 2017) Todas ellas, despiertan fascinación entre los adolescentes.

Hipótesis 2.- Existen diferencias de género en los hábitos de uso y abuso de las TIC en los adolescentes.

En nuestra segunda hipótesis nos planteábamos la existencia de diferencias de género. De manera especial, de los resultados obtenidos, se aprecia que efectivamente existen diferencias estadísticamente significativas en relación con el sexo y los hábitos de utilización de las TIC, no solo en cuanto al tipo de dispositivos y el tiempo de utilización de los mismos, sino principalmente en el tipo de uso que hacen de los mismos los varones y las mujeres. Las preferencias de género parecen ser una de las variables que mejor puede predecir el tipo de consumo.

Nuestros datos coinciden con los resultados de otras investigaciones (Chóliz, Villanueva y Chóliz, 2009; Lara et al., 2009; López-Fernández et al., 2012) en las que se manifiesta que las chicas utilizan más el teléfono móvil y de manera especial el WhatsApp. En nuestro estudio se aprecia que también tienen una mayor dependencia de Internet que los varones. También hay claras diferencias en el tipo de uso que hacen del

mismo. Algo parecido sucede en relación con las Redes Sociales. El uso del ordenador es muy parecido en varones y mujeres, si bien estas últimas tienen cuenta en las principales redes sociales, utilizan el ordenador más tiempo y lo hacen principalmente para relacionarse. También a las mujeres les resulta más duro que a los varones permanecer desconectadas de Internet algunos días. Estos datos son coincidentes con los de otros estudios (Aranda, et al., 2009, Lara et al., 2009; Sánchez Burón y Fernández Martín, 2010).

Por ello, consideramos que esta hipótesis también quedaría confirmada. Tras el análisis de las variables del cuestionario que se han analizado y las que se han cruzado con la variable 'sexo'.

Hipótesis 3.- No existen diferencias estadísticamente significativas en los hábitos de utilización de las TIC entre los alumnos de centros públicos y los de centros concertados y privados.

La tercera de las hipótesis, se refiere a que no existen grandes diferencias en los hábitos de utilización de las TIC entre los alumnos de centros públicos y los de centros concertados y privados. Los resultados obtenidos vienen a corroborar que en parte el uso que hacen estos alumnos de las TIC, no tiene demasiado que ver con el tipo del centro en el que reciban su educación. La percepción que tienen de Internet es similar, si bien los alumnos de los centros concertados suelen estar más tiempo conectados. O en que los alumnos de la educación pública manifiesten alcanzar mayor bienestar por estar conectados, etc. Consideramos, por tanto, que ésta hipótesis queda parcialmente confirmada.

Hipótesis 4.- Existen diferencias en algunos aspectos de utilización de las TIC entre los alumnos dependiendo de la zona en la que vivan, pero no en otros.

Los factores geográfico-residenciales (espacios urbanos - áreas rurales), los desequilibrios demográficos (áreas emigratorias y envejecidas - espacios inmigratorios y expansivos), las desigualdades sociales, las contrastadas bases económicas (condición socioeconómica, situación y actividades profesionales de los padres, y las perspectivas demográficas futuras,) son factores fundamentales para entender y explicar la situación presente de la educación en una región y sin duda la condicionan.

En nuestros resultados, sí que parece que existan diferencias tanto en cuanto, a los dispositivos y aplicaciones que tienen, como en algunos hábitos de uso de las TIC entre los alumnos dependiendo de la zona en la que vivan, pero no en otros. Lo que vendría a confirmar la cuarta de las hipótesis planteadas.

Hipótesis 5.- Los hábitos de uso de las TIC tienen relación con el rendimiento académico

En la quinta de nuestras hipótesis, sobre la relación existente entre los hábitos de uso de las TIC y el rendimiento académico, sí que hemos encontrado algún tipo de relación. Presuponíamos, que el uso excesivo de televisión, Internet y/o teléfono móvil correlaciona, de forma negativa, con el rendimiento escolar. Garcés (2017) afirma que ya han aparecido estudios en los que se ha demostrado que aquellos jóvenes que abusan de las redes sociales tienen peores resultados escolares.

También Lara et. al. (2009) nos llaman la atención sobre la vulnerabilidad de un sujeto, que puede ser mayor o menor. Ya que, como han revelado múltiples estudios, el uso de las TIC llega a ser más problemático en las personas que tienen alteraciones emocionales (Arab y Somer 2007). Y esa vulnerabilidad emocional, puede interactuar entre otras cosas con el rendimiento académico.

Aunque es un tema controvertido debido al número de estudios que arrojan informaciones contradictorias y al elenco de variables que pueden influir en esta relación, algunos investigadores (Dueñas, et al., 2011, y San Sebastián, et al., 2011), también encuentran vinculación entre el uso de Internet y el teléfono móvil con un peor rendimiento en los estudios. En nuestros datos se puede apreciar como los alumnos que han repetido curso, usan más algunas tecnologías y de manera menos adecuada (están más enganchados a Internet, a redes sociales, etc.), en comparación con los que no han repetido curso.

Según datos del informe PISA (OCDE 2011) los estudiantes que realizan un uso moderado del ordenador obtienen mejores resultados que los que declaran un uso muy frecuente o lo utilizan muy poco.

De los resultados obtenidos, sí que parece que existan diferencias en algunos hábitos de uso de las TIC entre los alumnos en relación con el rendimiento académico, pero no en otros. Lo que vendría a confirmar parcialmente la quinta de las hipótesis planteadas.

Hipótesis 6.- El número de adolescentes que tiene un uso excesivo de las TIC puede considerarse minoritario.

Nuestra última hipótesis plantea qué el número de adolescentes que realiza un uso excesivo de las TIC es relativamente minoritario. Para algunos autores (Echeburúa y Requesens, 2012, Carbonell et al., 2012; Gracia et al., 2002; Lara et al., 2009; Sánchez-Martínez y Otero, 2009) de un 3% a un 7% de los jóvenes hacen un uso abusivo de Internet y redes sociales.

Por ello, es fundamental, conocer qué es lo que está sucediendo y a partir de los resultados, formar a los adolescentes para que hagan un uso inteligente y responsable de las TIC, y sean capaces de gestionar de manera eficaz su tiempo. El mal uso de las TIC, o la mala interacción con el soporte, por parte de los adolescentes, es lo que puede provocar desajustes. Las TIC pueden ofrecer muchas posibilidades de enriquecimiento personal, pero indebidamente utilizadas pueden entrañar serios peligros y en especial en los niños y adolescentes. De ahí la importancia de trabajar en las familias y en los centros educativos estos aspectos.

En un estudio realizado por Lara et al., (2009), se estimaba que el número de horas que dedican los adolescentes de hoy a actividades relacionadas con las nuevas tecnologías podría ser una media de 45 horas semanales. De nuestro estudio podría deducirse que esta media incluso puede ir en aumento. Resulta un dato llamativo pues es más tiempo del que pasan sus padres en el trabajo o ellos mismos en los centros educativos.

En este sentido, otro elemento de discusión, es si las TIC generan o no adicción, y como ya se ha expuesto ni los clínicos, ni las Asociaciones Científicas, como la APA (2013), en el DSM5 incluyen la posible adicción a las TIC. Sin embargo, se observa una realidad que nos preocupa, como es la gran cantidad de horas que están los adolescentes expuestos a las TIC y sobre todo, si tal como plantean Lara et. al (2009), esto constituya un factor precursor de posibles problemas psicológicos futuros como pueden ser las

adiciones. Aunque también hemos encontrado que la relación con estas tecnologías de una mayoría de la muestra parece que responde a patrones normalizados de interacción.

La hipótesis, por tanto, consideramos que queda confirmada, ya que, de los resultados obtenidos, los adolescentes que presentan un índice de uso excesivo de las TIC, no se puede considerar relevante.

6.2. CONCLUSIONES

A continuación, vamos a presentar algunos de los resultados obtenidos en esta investigación, que se consideran de relevancia:

Un 22,77% de los alumnos de la muestra ha repetido curso, lo que sin duda requiere una reflexión. Los que han repetido curso usan más las nuevas tecnologías y de manera menos adecuada, en comparación con los que no han repetido curso.

El porcentaje de varones que recibe clases particulares es del 52,3% algo superior al de mujeres.

Algo más del 48% de la muestra no realiza actividades extraescolares relacionadas con los idiomas.

Prácticamente la mitad de la muestra de mujeres, el 49,91% no practica actividades deportivas diferentes a las realizadas en el centro escolar, frente a un 21,70% de los varones.

Reciben formación musical extraescolar, un 32,04% de los varones y sorprende que solamente un 19,26% de las mujeres reciban esta formación.

En la ESO, a medida que avanzan de curso, se incrementa el uso de las nuevas tecnologías y el tiempo que dedican a las mismas.

Las labores de voluntariado también son escasamente realizadas, con un 3,99% de los varones de la muestra, y un 5,99% de las mujeres.

Se aprecian diferencias estadísticamente significativas en relación con los hábitos de uso de las TIC, en función de las zonas en las que viven los alumnos.

Vamos a comentar a continuación, algunas conclusiones específicas de los diferentes dispositivos y aplicaciones:

Televisión

El número de televisores en el hogar, es de 3 o más en el 57,82% de los hogares. La mayoría de los hogares, el 89,37% disponen de dos o más televisores. Solamente un 0,17 por ciento de la muestra (en 4 hogares), señalan no tener aparato de televisión.

Los resultados obtenidos, parece que nos indican que unos colectivos importantes de estos alumnos pasan mucho tiempo viendo la televisión, especialmente en sábados y festivos. Por ejemplo, los domingos y festivos el 54,58% ve la televisión 3 o más horas. Y un 4,68% más de 7 horas. También hay que reseñar esos porcentajes inferiores al 7% que indican no ver televisión. Se advierte un ligero incremento del tiempo dedicado a ver la televisión conforme avanza la edad. Si bien, los sábados, esta tendencia se invierte. Una media de entre 17 y 18 horas semanales dedican los adolescentes a ver televisión, por lo que su influencia es muy considerable.

No se observan diferencias significativas por género. Los resultados están bastante equilibrados entre los varones y las mujeres. Un 10,56% de los varones se consideran muy enganchados a la televisión. Un 20,12% bastante enganchados y un 31,92% medianamente enganchados. En cuanto a las mujeres, el 7,45% manifiestan estar muy enganchadas a la televisión, un 16,87% declaran estar bastante enganchadas y un 32,53% medianamente enganchadas. El 29 % se declaran muy poco enganchadas y un 14,13% nada enganchadas.

Se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en cuanto a su percepción de cuanto están “enganchados a la televisión” y el curso que estudian. Se aprecia claramente que a medida que avanzan en los cursos escolares esta percepción va en disminución, siendo los alumnos de 1º de Bachillerato los que se consideran menos enganchados a este medio.

Los alumnos que han repetido curso ven más televisión que los que no han repetido. Se aprecia una diferencia significativa entre los alumnos que han repetido algún curso y los que no, en la percepción que pueden tener de la televisión, como algo

imprescindible. A medida que se repiten cursos, más imprescindible manifiestan que les resulta la televisión.

Ordenador y Tablet

El 98,4 de los alumnos disponen de al menos un ordenador en el hogar. Existe un porcentaje de un 39,3% que tienen dos ordenadores, y de casi 32% de los alumnos que afirman tener tres o más PCs en su domicilio. Cabe destacar que de los 2371 alumnos encuestados solamente 37 no disponen de PC en casa lo que supone el 1,6%.

Si atendemos al número de tabletas gráficas en el domicilio se observa que su uso no está tan generalizado como el del PC, ya que únicamente la posee el 55,88% de la muestra.

El 52,34%, de los sujetos encuestados afirman disponer de un PC para uso exclusivamente personal.

Resulta llamativo ver que hay un porcentaje entre el 11,73% y el 13,16% que no utiliza nunca el ordenador.

Un porcentaje algo superior al 70% utiliza el ordenador entre 1 y 3 horas los días laborables, y algo más del 60 %, con esa misma frecuencia, los sábados y festivos. Llama la atención el grupo que indica estar conectado al ordenador 7 o más horas, que resulta ser de un 3,63% en días laborables y de un 5,19% los sábados y festivos.

Sobre los usos que hacen del ordenador:

Un 85,29% ven vídeos, YouTube.

Para la realización de tareas escolares lo utilizan un 84,97%

La participación en las redes sociales es realizada por algo más del 81%

Un 75,83% descarga contenidos de la red.

La participación en chats la realizan un 72,84%.

El videochat, resulta ser una actividad más minoritaria, únicamente el 22,73%

Escuchar música o escuchar la radio a través del ordenador, lo realizan un 67,44%

Lo utilizan, para el correo electrónico alrededor de un 50%.

Un 46,48% utiliza el ordenador para juegos

La participación en foros, es la utilización para un 40,03%

Comprar y vender por internet lo realizan el 19,11%.

Un 6,28% escucha más de 15 horas a la semana música a través del ordenador.

El 4,57% señala escuchar música mediante reproductor mp3 más de 15 horas a la semana.

En lo relativo a los antivirus, el 67,57% lo tiene actualizado, un 8,48% nunca lo actualiza, un 4,30% apenas lo hace, y un 19,65% lo actualiza de forma más o menos esporádica.

A los varones, parece que les costaría menos desprenderse de la Tablet o el iPad con un 40,73% que eligen esta opción de forma mayoritaria, frente a las mujeres con un 13,44%.

Internet y Redes Sociales

Los ordenadores e Internet ocupan mucho tiempo a los adolescentes. Al avanzar en edad también se incrementa el tiempo empleado con el ordenador y en las R.S.

Únicamente un 3,75% de los hogares, parece no tener conexión a internet. El 96,25% restante sí que dispone de este tipo de conexión.

El 95,62% de los adolescentes encuestados, están registrados en alguna red social. Algunos de ellos, lo están en varias redes sociales. El 65,29% está registrado en Facebook, a pesar de que esta red, te obliga a firmar que eres mayor de 18 años para poder entrar.

Las redes sociales son una nueva forma de comunicación digital. Todo lo que escribimos y compartimos en ellas, se expande casi sin límites. Las redes sociales las utilizan principalmente para contactar con los amigos, el 96%. Aunque un 15,10% afirma

que lo utiliza para conocer gente nueva y un 14,50% para ligar. Hay un porcentaje del 5,70% que manifiesta que las utiliza para buscar información sobre la gente.

Comparando el tiempo que dedican a las redes sociales con el tiempo total que dedican a Internet. Se observa, que casi un 30% afirma utilizar Internet exclusivamente para hacer uso de las redes sociales. Un 26% dedica más de la mitad del tiempo en Internet a la red social. Lo que nos da un uso muy alto del recurso “red social” si lo comparamos con otra tecnología.

La opción de compras a través de internet, no es realizada por algo más del 60%. Del casi 40% que realizó compras a través de Internet durante el año anterior, las compras a través de Amazon, la adquisición de entradas para espectáculos, los pagos relacionados con viajes o la compra de juegos, son las opciones más utilizadas

Un 76,09 % visita páginas de música, prácticamente un 57% páginas para estudiar o realizar trabajos de clase, un 38,38% visita páginas de cultura y/o deportes, un 22,14% páginas de información general, son porcentajes menores los que consultan páginas científicas y/o de cotilleo; pero hay un porcentaje del 14,34% que manifiesta consultar habitualmente páginas eróticas y que se corresponden con 340 alumnos.

El porcentaje de mujeres que no realizan juegos a través del ordenador es del 35%, frente al 21,6% de varones. Conviene resaltar que un 2,4% de los varones dedique quince horas o más a la semana a juegos de ordenador.

Tienen instalado un programa de control parental un 5,65% de los encuestados, el 81,95% nunca lo ha tenido, el 5,69% refiere que apenas lo ha tenido, y el 2,83% lo tiene a menudo, siendo residual el 0,08% que manifiesta tenerlo de manera ocasional.

El 31,26% de los varones se manifiesta que se puede considerar medianamente enganchado a internet y un 25,35 bastante enganchado. El porcentaje del 18,70% que se califica como muy enganchado, considero que merecerá una reflexión. En el caso de las mujeres, el 30,14% se considera medianamente enganchas a internet, el 27,48% bastante enganchadas y un porcentaje superior al 22% muy enganchadas. Al igual que en el caso de los varones, este último porcentaje resulta llamativo. Aunque se aprecian diferencias

estadísticamente significativas en este sentido entre varones y mujeres, estas diferencias no son tan notorias como en otros aspectos evaluados.

De los varones, el 27,51% se considera medianamente enganchado a las redes sociales, el 20,45% se acogen a la opción de bastante enganchados y un 15,54% muy enganchados. En las mujeres el porcentaje de muy enganchadas a las redes sociales es mayor alcanzando el 24,57%. Están bastante enganchadas el 28,85%. Y medianamente enganchas el 24,49%. Sí que se han encontrado diferencias significativas entre mujeres y varones en lo relativo a su percepción de, cuánto se consideran enganchados a las redes sociales. En esta ocasión son las mujeres quienes obtienen los porcentajes más elevados

Un 22,35% pierde la noción del tiempo conectado a Internet bastantes veces, y hay un 10,54% a quienes les sucede casi siempre.

Solamente un porcentaje de poco más del 9%, tiene la autopercepción de tener que restringir el tiempo de conexión a Internet, debido a un uso excesivo.

Algo menos del 19% se sienten culpables bastantes veces, o casi siempre, por el tiempo que está conectado a Internet, siendo las mujeres las que mayor percepción tienen de estar conectadas más tiempo del que se habían propuesto.

Un 10,80% señalan que bastantes veces y un 6,24% responden que casi siempre intenta no conectarse, pero no son capaces de ello.

En relación con si se saltan las clases debido a internet, solamente el 4,47% nos relata que algunas veces, el 1,18% que bastantes veces y el 1,43% contesta que casi siempre.

El 58,37% dedica más tiempo del que debiera a conectarse con objetivos distintos a los estudios.

El 51,20% refieren que sus familiares se quejan del tiempo que pasa en Internet.

El 85,53% no percibe que empeore el trato con la familia por estar conectado, lo que si contestan afirmativamente el 14,47%.

Cuando se les interroga, sobre si han tenido problemas para controlar el impulso de conectarse un el 77,06% contesta negativamente, pero un importante porcentaje del 20,08% nos da una respuesta afirmativa.

Prácticamente el 23% ha intentado sin éxito reducir el uso de internet. Y un 32,26% obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado.

Se han encontrado diferencias estadísticamente significativas que indican, que es a partir de 3° de la ESO cuando se vinculan más a la Red.

Alrededor del 70% tanto de repetidores como de no repetidores, consideran que la red es para ellos imprescindible, y unos porcentajes entre el 23% y el 25% lo consideran como interesante, o divertido. Lo que hace que más del 90% manifiestan claramente la importancia que tiene para ellos la red.

Mayoritariamente los adolescentes de la muestra consideran Internet como imprescindible e interesante, independientemente del tipo de centro (público o concertado) en el que reciben su educación.

El 32,4% de los alumnos que han repetido dos cursos responden que están muy enganchados a internet. Y un 23,1% de los que han repetido un curso también nos indican que lo están. Frente al 19,2% de quienes no han repetido ningún curso. El considerarse enganchado a internet, sí que parece que pudiera tener una cierta relación con el rendimiento académico

Las diferencias estadísticamente significativas encontradas en el ítem “está conectado más tiempo del que se había propuesto” nos ponen de manifiesto que a medida que avanzan en los cursos escolares más se produce esta situación. Las mujeres parece que son quienes están conectadas más tiempo del que se habían propuesto, el porcentaje de ocasiones en que les sucede esto a menudo o siempre, es ligeramente superior al 31%.

En los resultados obtenidos, se puede ver que, a las mujeres, les resulta más duro permanecer desconectadas de internet varios días seguidos que a los varones.

Existen diferencias significativas por tipos de centros; así se puede apreciar, como entre los centros públicos resulta mayor el porcentaje de alumnos que algunas veces, se

conectan a Internet mucho tiempo sin darse cuenta 38.4% frente a un 33.6% de los centros concertados. Sin embargo, cuando la pregunta es, si les sucede esto bastantes veces, los porcentajes de respuesta varían y la frecuencia mayor se da en los centros concertados con un 25.5%, frente a un 21% de alumnos de los centros públicos.

También parece existir diferencias estadísticamente significativas entre el tipo de centros educativos, cuando se les pregunta sobre si obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado. La respuesta afirmativa ante esta pregunta se da con unos porcentajes mayores en los alumnos de la enseñanza concertada con un 38.6%, frente a un 33.9% de los alumnos de la enseñanza pública.

Más del 30% de estos alumnos independientemente del tipo de centro en el que estudien, abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado a internet.

Peligro de las Redes sociales

Casi un 8% afirman haber recibido presión o haber sido ridiculizados mediante las redes sociales. Un 22,18% afirman conocer a alguien en esta situación.

Resulta llamativo y preocupante, el hecho de que el 22,31% haya utilizado las redes para molestar o difamar a otros. Y sorprende que el 18,35% manifiesten que lo han hecho en plan de “broma”.

Un 11,47% de los jóvenes no recurriría a nadie en caso de que se metieran con ellos o fueran molestados a través de las redes sociales. Un 55% recurriría a padres, y un porcentaje similar recurriría amigos.

Un 24,5% chatea con desconocidos, y el 4,05% que lo hace a menudo o siempre.

Cuando chatean, un 16,20% siempre tiene activada la webcam, y un 14% no la tiene siempre desactivada.

Envían fotografías propias comprometedoras, siempre o a menudo, prácticamente un 2%. De forma ocasional lo hacen un 7,38%.

Ejecutan los archivos que le remiten a través del chat siempre y a menudo, prácticamente el 14% de los encuestados, y el 28,06% lo hacen de manera ocasional o muy pocas veces.

Es importante considerar al 4,68% que manifiesta recibir presiones mediante imágenes obtenidas a través del móvil. Y resulta también llamativo que casi el 15% dice que no ellos, pero si gente que conocen padecen esta situación.

No son muchos los que pierden horas de sueño por estar conectados, dándose el mayor porcentaje entre los alumnos de 4º de la ESO.

Los porcentajes de alumnos que se manifiestan como enganchados medianamente, bastante o mucho, a las redes sociales representa a una amplia mayoría con porcentajes entre prácticamente el 70% y el 75%, siendo las mujeres las que más eligen esta opción. Sí que parece que los alumnos repetidores declaran estar muy enganchado a las redes sociales en un porcentaje mayor que quienes no se consideran muy enganchados.

Aunque la mayoría de la muestra no acostumbra a establecer nunca, o en contadas ocasiones, nuevas relaciones con personas que utilizan la red, sí que consideramos de relevancia los porcentajes tanto de varones como de mujeres que, si lo hacen de forma ocasional, a menudo, o siempre. Sin duda que este hecho requiere una reflexión sobre cómo educar a los adolescentes en este sentido.

Videojuegos y Videoconsola

Una gran mayoría de los alumnos, el 87,30%, dicen tener videoconsola. La videoconsola está más implantada entre los varones que entre las mujeres. Hay diferencias significativas en relación con la actividad que realizan con las videoconsolas por género. Las mujeres las utilizan mucho menos. Llama la atención el porcentaje (aunque sea pequeño) del 2,8% de los varones que manifiestan dedicar más de quince horas semanales a jugar con la videoconsola; ya que estos sujetos utilizan también otros dispositivos, lo que puede hacer que dediquen demasiadas horas semanales a las TIC.

Nos encontramos con diferencias significativas entre varones y mujeres. Así el 20,78% de los varones dicen estar muy enganchados, frente al 2,23% de las mujeres. De estas el 54,45% se define como nada enganchadas a los videojuegos. El 22,69% de los

varones se consideran bastante enganchados a los videojuegos y el 21,11% medianamente enganchados. Los porcentajes mayoritarios de las mujeres se consideran muy poco o nada enganchadas a los videojuegos.

Se producen diferencias estadísticamente significativas en relación con el nivel de estudios que realiza y los videojuegos. De nuevo encontramos diferencias por cursos, siendo los alumnos de 1º de Bachillerato los que menos enganchados con los videojuegos parecen estar. Si bien, en este caso, la tendencia es que se sienten enganchado apenas o nada.

La Videoconsola, parece tener menos interés para los componentes de la muestra. En el caso de las mujeres, es claramente la videoconsola el dispositivo del que les costaría menos desprenderse con un porcentaje del 68,75%. La videoconsola, y la Tablet o el iPad, son claramente los dispositivos de los que les costaría menos desprenderse a los sujetos de la muestra.

Teléfono móvil

Prácticamente el 81% de los encuestados tiene un smartphone. El 11,95% dispone de un móvil no inteligente.

El 66,85% de quienes disponen de smartphone, trata de tener el móvil conectado siempre. Consideramos destacable que un 68,28%, son conscientes también, de que tampoco desconectan el móvil en lugares en los que no está permitido su uso. Algo más de la mitad de la muestra, no desconecta el móvil por la noche, el 52,43%. Prácticamente un porcentaje similar tampoco lo desconecta en clase. El porcentaje sube de manera significativa cuando se trata de la desconexión en casa, en donde habitualmente el 93,88% nunca lo hace.

El uso WhatsApp ha arraigado entre los adolescentes siendo en estos momentos para lo que más emplean el teléfono móvil. Los WhatsApp y SMS con un 88,24% de utilización de quienes disponen de teléfono móvil, ocupan el primer lugar del uso de este dispositivo. la utilización del móvil para contactar con la familia, ocupa un segundo lugar en su uso, con un porcentaje del 83,15%. También se utiliza para quedar, con una frecuencia de uso en este sentido del 84,31%. Pero frecuentemente es utilizado también

para contactar con amigos, para sacar fotos o vídeos, o para bajar juegos, imágenes, o tonos. El número de mensajes SMS, parece que va en disminución a medida que otras modalidades, tipo WhatsApp van tomando el protagonismo.

Los mensajes de WhatsApp cada día van teniendo una mayor presencia en nuestra sociedad. Un 18,01% declara recibir entre 501 y 1000 mensajes de este tipo a la semana, y pertenecen a varios grupos de WhatsApp. Prácticamente un 15% reciben menos de 60 mensajes semanales. Casi el 9% entre 51 y 150 mensajes. Y cerca del 16% reciben entre 151 y 500 mensajes semanales. Hay un colectivo importante del 17,75% que no parecen recibir este tipo de mensajes.

En relación con el WhatsApp un 25,44% de los varones se considera muy enganchado a esta aplicación. El 22,36% se encuadra como bastante enganchados y el 20,53% medianamente enganchados. Pero llama poderosamente la atención que, en el caso de las mujeres, el porcentaje de las que se consideran muy enganchadas a la aplicación prácticamente el 41%. El 24,49% se consideran bastante enganchadas y el 12,84% medianamente enganchadas. Habría que resaltar ese 41% de mujeres que se catalogan como muy enganchadas a la aplicación. El 69,3% de las mujeres consultadas consideran el WhatsApp como algo imprescindible, frente a un porcentaje menor en los varones de un 52,2%.

El uso que hacen del móvil depende de la edad. Cuanta más edad tienen los adolescentes más uso hacen del móvil para enviar WhatsApp, mensajes, y para hablar, y menos para oír música y como juego. Durante la ESO, la utilización del WhatsApp, aumenta a medida que se va avanzando por cursos y la tendencia parece estabilizarse e incluso tender a disminuir ligeramente al llegar a 1º de Bachillerato. El uso de esta aplicación parece que alcanza su momento más álgido en 4º de la ESO. Son las mujeres quienes disponen de más teléfonos inteligentes y quienes más utilizan el móvil para WhatsApp y mensajes que los varones.

En relación al número de llamadas que reciben a la semana, la mayoría dicen recibir menos de 10 llamadas. Y llama la atención un 12,23% que manifiesta no recibir llamadas, o el 1,9% de los varones que señala que dedica más quince horas semanales a juegos a través del móvil.

Un porcentaje del 13,87% que refiere dedicar a escucha música a través del móvil, más de 15 horas a la semana

Al 39,48% de los varones de la muestra, lo que más les costaría es desprenderse del móvil. En el caso de las mujeres, la opción es contundente, el 67,47% indica que el móvil como el dispositivo del que más les costaría desprenderse.

Las mujeres hacen un uso generalmente más social del móvil que los varones. Cuando se interroga sobre si se consideran “enganchados al teléfono móvil”, de nuevo encontramos porcentajes significativamente superiores en las mujeres que en los varones. Sí parece que, de manera amplia, tanto unos como otras, tiene la percepción de que están medianamente, bastante o muy enganchados al móvil. Así podemos ver cómo medianamente enganchados el 24,44%, el 22,94% como bastante enganchados y el 19,53% muy enganchados. Sin embargo, el porcentaje de muy enganchados aumenta significativamente cuando nos referimos a las mujeres en donde el 31,51% se encuadran en este apartado. El 27,14% se consideran bastante enganchadas, y el 22,17% medianamente enganchadas.

Los alumnos repetidores sí que manifiestan que están enganchados al móvil en porcentajes mayores que aquellos otros que no han repetido curso. En todo caso, una mayoría entre el 72,9% y el 76%, sí que se declaran enganchados al teléfono móvil.

En relación con los que dicen estar enganchados al WhatsApp y la repetición de curso, sí que se encuentran claras diferencias significativas estadísticamente. Aquellos alumnos que han repetido dos cursos en un 41,7% declaran estar muy enganchados a esta aplicación, y el 24,4% se consideran bastante enganchados, lo que supone prácticamente un 66%. Entre quienes han repetido un curso el porcentaje baja a cerca del 57%.

En relación con si consideran que pierden la noción del tiempo hablando por el móvil, sí que podemos apreciar diferencias estadísticamente significativas, siendo las mujeres quienes más contestan afirmativamente a este ítem.

6.3. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

En nuestra investigación sería fundamental mantener de forma continua un tipo de investigación como la realizada, con el fin, de que, a modo de Observatorio de la Evolución de los hábitos de utilización de los adolescentes y los jóvenes de las TIC pudiésemos disponer de una información precisa y actualizada de la evolución de éstos hábitos de uso. Las TIC son tan importantes para nuestras vidas, y avanzan tan deprisa que tendremos que estar muy atentos para ver cómo influyen en cada momento en la vida de nuestra población más joven. Para ello, sería conveniente realizar estudios transversales y longitudinales para conocer de manera precisa como van afectando a los adolescentes.

Convendría también, ampliar las edades de los alumnos de la muestra, ya que cada vez el contacto con las TIC, se produce a edades más tempranas.

Habría que continuar realizando investigación sobre las propiedades de la escala, proporcionando un proceso continuo de mejora que pueda aportar nuevas evidencias de y optimizar su funcionamiento.

Sería interesante poder completar los resultados obtenidos, a través de una metodología cualitativa con la realización de algunos “focus group”. Determinados aspectos concretos que aparecen en los resultados podrían ser glosados por los propios adolescentes de forma que nos pudieran ampliar algunas informaciones de sus relaciones con las TIC.

Otra línea, podría ser dar la voz a los padres y profesores, para conocer qué aspectos pueden aportar a este conocimiento de los hábitos de utilización de las TIC por sus hijos y/o alumnos.

De manera relacionada, se podría abrir una investigación no sólo para centrarse en qué estudiar, y qué apoyos necesitan los adolescentes en su formación para poder manejarse y participar responsablemente en el mundo de las TIC; sino también en analizar quienes son los que necesitan más esa formación y apoyo al formar parte de grupos con tendencia al riesgo.

A partir de los datos aportados por esta investigación, y de otras evidencias empíricas, que facilitan una precisa información sobre los aspectos estudiados, se podría elaborar una propuesta de plan integral, de formación y prevención, que permita tener los conocimientos necesarios para hacer un uso responsable de las tecnologías. Estos programas de formación deberían ser trabajados por padres y educadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguaded, I., (2011). Editorial. *Comunicar*, 36 (XVIII),7

Aguaded, I., y Pérez-Rodríguez, M.A. (2012). Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. *New Approaches in Educational Research*, 1(1), 25-30.

AIMC (2017). *Marco General de los Medios en España. Asociación para la investigación de Medios de Comunicación*. Madrid. Asociación para la investigación de medios de comunicación.

Almansa, A., Fonseca, O., y Castillo, A. (2013). Social networks and young people. Comparative study of facebook between. *Comunicar*. 20 (40), 127-134

Alonso, LE. (2005). *La era del consumo*. Madrid. Siglo XXI de España.

American Psychiatric Association (2014). *DSM-5. Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales*. Buenos Aires. DC: Autor. Editorial Médica Panamericana.

American Psychological Association. (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association* (6a ed.). Washington DC: Autor.

Arab, E y Díaz, A. (2015). Impacto de las Redes Sociales e Internet en la Adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Rev. Med. Clin. Condes-* 2015; 26 (1),07-13

Arab, E., Sommer, K., Herkovic, V., y col. (2007). Evaluación del uso de videojuego en escolares de la Región Metropolitana. *Revista Soc. Psiquiátrica. Neurol. Infancia Adolescencia*. 18 (2), 7-11

Aranda, D., Sánchez-Navarro, J., y Tabernero, C. (2009). *Jóvenes y ocio digital. Informe sobre el uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España*. Barcelona. Editorial UOC.

Armstrong, L., Phillips, J., y Saling, L. (2000). Potencial determinants of heavier Internet usage. *International Journal of Human-Computer Studies*. (53), 537- 550.

- Attali, J. (2006). *Breve historia del futuro*. Barcelona. Paidós Ibérica.
- Atos, M., López, J. y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en Psicología. *Anales de Psicología*, 29 (3), 1038-1059
- Avellanosa, I., Callabed, J., Gaona, J.M. y Muñoz F. (2006). *Ser Adolescente no es fácil*. Madrid. La esfera de los libros.
- Avendaños, C. (2011). La televisión y sus nuevas expresiones. *Comunicar*, 36 (XVIII), 10-14
- Avogadro, M. (2012). *Comunicación, seguridad y nuevas tecnologías: un trinomio de tiempos virtuales*. México. Razón y Palabra.
- Bainbridge, D. (2009). *Adolescentes una historia natural*. Barcelona. Duomo Ediciones. Colección Perímetro.
- Bercedo, A. (2008). Los medios de comunicación. En Redondo, C., Galdó, G., y García Fuentes, M. (Ed.). *Atención al adolescente* (pp. 203-212). Santander. Universidad de Cantabria.
- Bercedo, A., Redondo, C., Capa, L. y González-Alciturri, MA. (2001). Hábito televisivo en los niños de Cantabria. *An Esp Pediatr.* (54), 44-52.
- Bercedo, A., Redondo, C., Pelayo, R., Gómez del Río, Z., Hernández, M., y Cadenas, N. (2005). Consumo de los medios de comunicación en la adolescencia. *An Esp.Pediatr* (63), 516-525
- Bernal, C., y Angulo, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, 40 (XX), 25-30
- Beyebach, M. y Herrero de la Vega, M. (2013). *Cómo crear hijos tiranos*. Barcelona. Herder.
- Bogart L.M et al, (2014). Peer Victimization in Fifth Grade and Health in Tenth Grad. *Pediatrics*. 133 (3), 440-47.

- Boyd, D.M., y Ellison, N.B., (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13 (1), 210-230.
- Bringué, X. y Sádaba, C. (2009). *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Colección Fundación Telefónica. Barcelona: Ariel
- Bucht, C., y Harrie, E. (2013). *Young People in the Nordic Digital Media Culture. A Statistical Overview Compiled*. Göteborg. Nordicom, Göteborg Universitet
- Buckingham, D., y Martínez-Rodríguez, J.B. (2013). Jóvenes interactivos: nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar*, 40(XX), 10-13
- Cánovas, G., García de Pablo, A., Oliaga, A., y Aboy, I. (2014). *Menores de Edad y Conectividad Móvil en España: Tablets y smartphones*. Centro de Seguridad en Internet para los Menores en España: Protégeles
- Carbonell, X., Chamarro, A., Griffiths, M., Oberst, U., Cladellas, R y Talarn, A. (2012). Uso problemático de Internet y móvil en adolescentes y jóvenes españoles. *Anales de Psicología*. (28), 789-796.
- Carotenuto, A. (2003). *Il gioco delle passioni*. Milán. Bompiani
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 39 (XX), 151-158
- Castell, P. (2003). Televisión, videojuegos y ordenador: uso y abuso. GRIDOPE. Curso de Pediatría Extrahospitalaria. *Nuevas perspectivas en pediatría extrahospitalaria*. Barcelona. Curso de Pediatría Extrahospitalaria. 285-299.
- Castell P. y De Bofarull I. (2002). *Enganchados a las pantallas*. Barcelona. Planeta. Colección Prácticos
- Castellanos, G. (en prensa). Las Nuevas Tecnologías. Uso y Abuso. En Gutiérrez, J.N., Castellanos, G., y Galloso, E (Ed.) (en prensa). *Nuevas Tecnologías y Adolescentes*. Torrelavega (Cantabria). IES “Marqués de Santillana.
- Castillo Ceballos, G. (2009). *El adolescente y sus retos. La aventura de hacerse mayor*. Madrid. Pirámide

Cebrián, M. (2009). Nuevas formas de comunicación: cibermedios y medios móviles. *Comunicar*, 33, 10-13.

Christakis DA, Zimmerman FJ, DiGiuseppe DL, y McCarty CA. (2004). Early television exposure and subsequent attentional problems in children. *Pediatrics*. (113), 917-918

Chóliz, M., Villanueva, V., y Chóliz, M.C. (2009). Ellas, ellos y su móvil: Uso, abuso (¿y dependencia?) del teléfono móvil en la adolescencia. *Revista Española de Drogodependencias*. 34 (1), 74-88

Chóliz, M. y Villanueva, V. (2011). Evaluación de la adicción al móvil en la Adolescencia. *Revista Española de Drogodependencias*, (36), 165-184

Cleary, A.G., McKendrick, H., y Sills, J.A. (2002). Harm-arm vibration syndrome may be associated with prolonged use of vibrating computer games. *BMJ*. 324:301

CMSI. (2005). *Declaración de Principios*. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Tunes. ONU. UIT.

Colás, P., González, T. y de Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*. (40), 15-23.

Confederación Española de Centros Educativos (2010). *Adolescentes y Social Media: 4 generaciones del nuevo milenio*. Madrid. (CECE).

Comscore (2013) Spain Digital Future in Focus. Madrid Comisión Europea (2010). *Agenda Digital para Europa*. Bruselas. Dirección General de Comunicación.

Comisión Europea (2016). *The Digital Economy & Society Index (DESI)*. Bruselas. General de Comunicación.

Consejería de Educación Gobierno de Cantabria (2013). *Estadística de Educación en Cantabria. Misalito*. Curso 2012-2013.

http://www.educantabria.es/docs/info_institucional/estadisticas/misalito_12_13.pdf

Cuenca, M., y Goytia, A. (2012). Ocio experiencial: antecedentes y características. *Arbor*, 188, 265-281

- Damon, W. y Lerner, R. M. (Ed.) (2008). *Child and Adolescent Development*. Hoboken, NJ: Wiley
- De Moor, S., Dock, M., Gallez, S., y Lenaerts, S., (2008). *Teens and ICT. Belgium. Risks and Opportunities*
- Del Río, J., Bringué, X., Sádaba, C. y González, D. (2008). Cyberbullying: un análisis comparativo en estudiantes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. En *V Congrés Internacional Comunicació i Realitat* (pp. 307-316). Barcelona, ES: Universitat Ramon Llull.
- DESI (2016). *The Digital Economy and Society Index*. DESI. Bruselas. European Comission.
- Díaz-Gandasegui, V. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. Información y comunicación en la Sociedad de la Información. *Prisma Social*. (6), 1-26.
- Ditrendia (2016). *Mobile en España y en el Mundo*. Madrid. Informe Ditrendia 2016 Informe Ditrendia 2016. (Versión en español).
- Dobbs, D. (2011). Cerebros Hermosos. National Geographic, en español. 29 (4), 2 – 25.
- Dubar, C. (2002). *La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación*. Barcelona. Bellaterra.
- Dueñas, D., Iglesias, C. y Llorente, R. (2011). La gestión del tiempo de ocio y estudio por parte de los jóvenes: ¿cómo afectan las nuevas tecnologías? En A. Caparrós (Ed.), *Investigaciones de Economía de la Educación*, Vol. 6. pp.101-107. Barcelona. Asociación de Economía de la Educación.
- Echeburúa, E., y Requensens, A. (2012) *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Guía para educadores. Ojos Solares. Madrid. Pirámide.
- Echeburúa, E., y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22 (2), 91-96

Echeburúa, E., Labrador, F. J. y Becoña, E. (2009). *Adicción a las Nuevas Tecnologías*. Madrid: Pirámide.

Elzo, J. (Ed). (2009). *La transmisión de valores a menores*. Vitoria – Gasteiz. Ararteko, Gobierno Vasco.

Epstein, R. (2010). *Teen 2.0: Saving Our Children and Families from the Torment of Adolescence*. Quill Driver Books. University of Massachusetts Lowell, The Free Library.

ESS (2010). *European Social Survey. Documentation of the Spanish sampling procedure*. Bruselas. ESS.

Fundación ANAR (2016). *I Estudio sobre Ciberbullying según los afectados*. Fundación ANAR. Madrid. Mútua Madrileña

Fundación Eroski (2012). *Informe sobre la Obesidad Digital*. Vizcaya. Eroski Consumer.

Funk, J.B., Baldacci, H.B., Pasold, T., y Baumgardner, J. (2004). Violence exposure in real-life, videogames, television, movies and the Internet: is there desensitization?. *J Adolesc.* (27), 23-39.

Frutos, B., Sánchez, M., y Vázquez, T. (2014). Perfiles de adolescentes online y su comportamiento en el medio interactivo. *Icono 14*, 12 (1), 374-397.

Galán, C. (2011). Homo loquens, homo virtualis. *Revista de Estudios de Juventud.* (93), 11-26

Garaigordobil, M. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy.* (11), 233-254

Garcés, M. (2017). comparecencia ante la Comisión Mixta para el Estudio del problema de las Drogas. Madrid *Psiquiatría.com*

http://www.psiquiatria.com/adicciones/sanidad-alerta-del-aumento-de-personas-adictas-a-las-nuevas-tecnologias-y-aboga-por-actuar-rapidamente/?utm_source=boletines+psiquiatria.com&utm_campaign=29dfc970e9-EMAIL_CAMPAIGN_2017_02_17&utm_medium=email&utm_term=0_89ad673455-29dfc970e9-69019585#

- García, A. (2011). Una perspectiva sobre los riesgos y usos de Internet en la adolescencia. *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*. (14), 396-411
- García, F. (2009). *Nativos interactivos: los adolescentes y sus pantallas: reflexiones educativas*. Madrid. Foro Generaciones Interactiva.
- García Campos, L. (2010). *Redes Sociales y Adolescencia. La familia ante el uso de las redes sociales en Internet*. Madrid: CEAPA.
- García, M.C., y Fernández, C. (Ed.) (2016). *Si lo vives lo compartes, cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital*. Madrid. Fundación Telefónica.
- García, A., López-de-Ayala. M.C., y Catalina, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41, 195-204
- García Matilla, A., y Molina, J.P. (2008). Televisión y jóvenes en España. *Comunicar*, 31, (XVI), 83-90
- García Martínez, A. (Ed) (2008). *Hábitos e iniciación a los videojuegos en mayores de 35 años*. Madrid. Asociación de videojugadores. Universidad Complutense.
- Garmendia, M., Garitaonandia, C., Martínez, G., y Casado, M. A. (2011). *Riesgos y seguridad en Internet: Los menores españoles en el contexto europeo*. Bilbao. Universidad del País Vasco.
- Garrote, G (2013). *Uso y abuso de tecnologías en adolescentes y su relación con algunas variables de personalidad, estilos de crianza, consumo de alcohol y autopercepción como estudiante*. Tesis Doctoral. Burgos. Universidad de Burgos.
- Gartner, A. (2015). *Top 10 Strategic Technology Trends for 2016: At a Glance*. Orlando. Symposium/ITxpo 2015.
- Giménez, A. M., Maquilón, J. J. y Arnaiz, P. (2014). Acceso a las tecnologías, rendimiento académico y cyberbullying en escolares de secundaria. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*. (5), 119-133
- Gil Antón, A. M (2013). La privacidad del Menor en Internet. *R.E.D.S.* (3), 60-96

- Gil, G. y Martínez, M.R (2001). Metodología de las Encuestas. En Navas, M.J. (Ed.). *Métodos, Diseños y Técnicas de Investigación Psicológica*. Madrid. UNED.
- Gracia, M., Vigo, M., Pérez, M., y Marco A. (2002). Problemas conductuales relacionados con el uso de Internet. *Anales de Psicología*. 18. (2), 273-292
- Gimeno, M. (Ed.). (2012). *eEspaña. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad en España*. Madrid: Fundación Orange
- Glennon, W. (2002). La inteligencia emocional de los niños. Capítulo 5. Oniro S.A. (Ed.), *Ayúdale a rechazar los estereotipos* 105-134. Barcelona. Oniro S.A
- Gómez, P., Rial, A., Braña, T., Varela, J. y Barreiro, C. (2014). Evaluation and early detection of problematic Internet use in adolescents. *Psicothema*, (26), 21-26.
- González-Anleo, J.M., López, J.A., Valls, M., Ayuso, L. y González, G. (2010). *Jóvenes españoles 2010*. Madrid: Fundación S.M.
- González Ojea (2010). *Estrategias de Afrontamiento y Desarrollo Sociomoral en Adolescentes*. TFM. Departamento de Ciencias Médicas y Quirúrgicas. Santander. Facultad de Medicina Universidad de Cantabria.
- Guillén, V. (2014). Desarrollo y Validación de una Escala de Necesidades de Apoyo para niños y adolescentes con discapacidad intelectual. Tesis Doctoral. Salamanca. INICO
- Gutiérrez, J.N., Castellanos, G., y Galloso, E (en prensa). *Nuevas Tecnologías y Adolescentes*. Torrelavega. Cantabria. IES “Marqués de Santillana.
- Gutiérrez, J.N. y García, M. (2002). *La juventud de Santillana del Mar*. Santander. Consejería de Educación y Juventud. Gobierno de Cantabria y Asociación Amigos de Santillana del Mar.
- Hancox RJ, Milne BJ, y Poulton R. (2004). Association between child and adolescent television viewing and adult health: a longitudinal birth cohort study. *Lancet*. (364), 257-262

- Hancox RJ, Milne BJ, y Poulton R. (2005). Association of television viewing during childhood with poor educational achievement. *Arch Pediatr Adolesc Med.*, (159), 614-618
- Hinduja, S., y Patchin, JW. (2009). *Bullying Beyond the Schoolyard: Preventing and Responding to Cyberbullying*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Huesmann, L.R., Moise-Titus, J., Podolski, C.L, y Eron, L.D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent in young adulthood: 1977-1992. *Dev Psychol.*, (39,)2001-2221
- ICANE (2016). *Encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares*. Santander. Instituto Cántabro de Estadística.
- IJE (2008). *Informe 2008. Juventud en España*. Injuve. Madrid. Observatorio de la Juventud.
- INE (2015). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. TIC-H 2015*. Madrid. Instituto Nacional de Estadística.
- INJUVE (2012). *Informe Juventud en España*. Madrid. Observatorio de la Juventud en España. Madrid
- INTECO (2009). *Estudio sobre la privacidad de los datos y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Madrid. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación.
- INTECO (2009). *Guía legal sobre ciberbullying y grooming*. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. Madrid. Observatorio de Seguridad de la Información.
- INTECO (2012). *Guía de actuación contra el ciberacoso: Padres y educadores*. Madrid. Instituto Nacional de Tecnologías de Comunicación.
- Krauskopof, D. (1999). El desarrollo psicológico en la adolescencia: las transformaciones de una época de cambios. *Revista Adolescencia y salud*, 1 (2), 23-31.

Labrador, F. J., Villadangos, S. M., Crespo, M. y Becoña, E. (2013). Desarrollo y validación del cuestionario de uso problemático de nuevas tecnologías (UPNT). *Anales de Psicología*, 29 (3), 836-847.

Labrador, F. J. y Villadangos, S. M. (2009). Adicción a nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes. En E. Echeburúa, F. J. Labrador y E. Becoña (Ed.) *Adicción a las nuevas tecnologías en jóvenes y adolescentes* (45-71). Madrid: Pirámide.

Ladd, G., Ettekal, I., y Kochenderfer-Ladd, B. (2017). Peer Victimization Trajectories From Kindergarten Through High School: Differential Pathways for Children's School Engagement and Achievement?. *Journal of Educational Psychology*, Jan (30), 1-16

Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital*. Barcelona. Debate.

Lara, F., Fuentes, M., Pérez del Río, F., De la Fuente, R., Garrote, G. y Rodríguez del Burgo, M.V. (2009). *Uso y abuso de las TIC en la población escolarizada burgalesa de 10 a 18 años. Relación con otras variables psicosociales*. Burgos. Universidad de Burgos y Proyecto Hombre Burgos.

Laramie DJ. (2007). *Emotional and behavioral aspects of mobile phone use*. Los Ángeles. Alliant International Univerity..

León, B., Felipe, E., Fajardo, F. y Gómez, T. (2012). Cyberbullying in a sample of secondary students: modulating variables and social networks. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, (10), 771-788

Lévy, J.P. y Varela, J. (Ed.) (2003). *Análisis Multivariable de las Ciencias Sociales*. Madrid. Pearson Prentice Hall

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., y Olafsson, K. (2011). Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. *Full Findings*. London. LSE: EU Kids

López- Fernández, O., Honrubia, M.L., y Freixa M., (2012). Adaptación española del "Mobile Phone Problem Use Scale" para población adolescente. *Adicciones*, 24 (2),123-130

Lluna, S. y Pedreira, J. (Ed.) (2017) *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital*. Deusto. Parenting. Educación.

Marina, J.A. (2014). *El talento de los adolescentes*. Barcelona. Planeta.

Marina, J.A. (2014). *¿Qué está haciendo Internet con nuestra inteligencia?* El Confidencial.

<http://www.joseantoniomarina.net/articulo/que-esta-haciendo-Internet-con-nuestra-inteligencia/>

Marina, J.A. (2011). *El cerebro adolescente*. Barcelona. Ariel.

Marina, J.A., Rodríguez de Castro, M.T, y Lorente Arroyo, M. (2015). *El nuevo paradigma de la Adolescencia*. Madrid. Centro Reina Sofía.

Manrique; M (2013). *Padres en apuros*.

<http://www.monicamanrique.com/blog>.

Mariscal, S., Gimenez-Dasí, M., Carriedo, N., y Corral, A. (2009). *El desarrollo psicológico a lo largo de la vida*. Madrid. McGrawHill.

Martínez, E., Sendín, J.C., y García, A. (2013). Percepción de los riesgos en la red por los adolescentes en España: usos problemáticos y formas de control. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (48), 111-130.

Mason, D. M. (2015). *¿Qué hacer para que tu hijo no sea un imbécil?*. Createspace Independent Publishing Platform.

Meeker, M. (2016). *Internet Trends 2016*. Code Conference. KPCB

Méndez, S., y Rodríguez, E. (2011). Consecuencias futuras del despertar de una generación de adolescentes digitales. Escenarios posibles. En Espín, M. (Ed.) *Adolescentes digitales., Revista Estudios de Juventud. Instituto de la Juventud, Monográfico (92)*, 11-37

Méndiz, A., Aguilera, M., y Borges, E. (2011). Actitudes y valoraciones de los jóvenes ante la TV móvil. *Comunicar*, 36 (XVIII), 77-85

Ministerio de Energía Turismo y Agenda Digital (2016). *Agenda Digital para España*. Madrid. Gobierno de España

Moffitt, T.E. (1993). Adolescence-limited and life-course- persistent antisocial behavior: A developmental taxonomy. *Psychological review*, (100),674-701

Morales, L.V., Buitrago, E.M., y Marín, Y.A. (2013) Identidad, tribus urbanas y redes sociales: un estudio de caso en adolescentes. *ENCUENTROS*. (2), 77-92

Mortimore, P. Sammons, P. Lewisa, L.S., y Ecob R. (1995). *School Matters. The Junior Years*. London, P.Chapman. Citado en Fundación Encuentro, *Informe 1998. Una interpretación de su realidad*. Madrid, Centro de Estudios del Cambio Social. pág. 451

Müller, K.W., Janikian, M., Dreier, M., Wölfling, K., Beutel, M.E., y Tzavara, C. (2014). Regular gaming behavior and Internet gaming disorder in European adolescents: results from a cross-national representative survey of prevalence, predictors, and psychopathological correlates. *Eur Child Adolesc Psychiatry*. 2014 Sep 5. [Epub ahead of print] PubMed PMID: 25189795.

Muñiz, J. (2017). Una evaluación rigurosa es la base sobre la que se asienta un diagnóstico preciso. Infocop online. Madrid. Consejo General de la Psicología en España.

http://www.infocop.es/view_article.asp?id=6656

Muñoz García F. (2009). El impacto de las pantallas, televisión, ordenador y videojuegos. *Pediatría Integral* Vol. XIII, (10), 881-890

Muñoz, R., Ortega, R., Batalla, C., López, M.R., Manresa, J.M., y Torán, P. (2014). Acceso y uso de nuevas tecnologías entre los jóvenes de educación secundaria, implicaciones en salud. Estudio JOITIC. *Atención Primaria*, 46(2), 77-88.

Muros, B., Aragón, Y. y Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar*,40 (XX), 31-39

Navas, M.J. (2001). *Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica*. Madrid: UNED.

Nielsen Wire (2010). *Teen Mobile Report: Calling Yesterday, Texting Today, Using Apps Tomorrow*.

<http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2010/us-teen-mobile-report-calling-yesterday-texting-today-using-apps-tomorrow.html>

OCDE (2011). *Panorama de la Educación Indicadores de la OCDE. Informe Español*. Madrid. Ministerio de Educación.

Ochaíta, E., Espinosa, M.A., Gutiérrez, H., de Dios, M.J. y Macía, A. (2010). *Programación y contenidos de la televisión e Internet: la opinión de los menores sobre la protección de sus derechos*. Informe del Defensor del Pueblo. Madrid: Defensor del Pueblo.

Oliva, A. y Antolín, L. (2010). Cambios en el cerebro adolescente y conductas agresivas y de asunción de riesgos. *Estudios de Psicología*, 31 (1), 53-66.

ONTSI (2009). *La Sociedad en Red. Informe Anual de la Sociedad de la Información en España 2008*. Madrid. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

ONTSI (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. Madrid. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

ONTSI (2016). *Informe Anual la Sociedad en Red 2015 del ONTSI*. Madrid. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Orjuela, L. et al., (2014). *Acoso escolar y ciberacoso: Propuestas para la acción. Informe. Save The Children*: pp. 1-72.

http://www.savethechildren.es/docs/Ficheros/675/Acoso_escolar_y_ciberacoso_informe_vOK_-_05.14.pdf

Orman, M.C. (1996). *Internet stress scale o test d'Orman*.
<http://www.stresscure.com/hrn/addiction.htm>

Peale, N.V. (1955). *The Power of Positive Thinking for Young People*. Londres. Random House

- Pedrero, E., Rodríguez, M. T. y Ruíz, J. M. (2012). Adicción y abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Adicciones*, (24), 139-152
- Peralbo, A. (2013). *De niñas a malotas*. Madrid. La esfera de los libros.
- Pérez Álvarez, M. (2012). La psicología positiva: magia simpática. *Papeles del Psicólogo*, (33), 183-201
- Pérez Bardeci, G. (2014). Grupos de conexión - Identidad Adolescente, grupos y redes virtuales. *Psicologia.com*.
<http://hdl.handle.net/10401/6621>
- Pérez Juste, R. (Ed.) (1997). Contrastes no paramétricos. En Pérez Juste, R. (Ed.) *Pedagogía experimental II, tomo 2*. Madrid: UNED.
- Pérez Juste, R. (Ed) (2009). *Estadística aplicada a la educación*. Madrid: Pearson Educación.
- Polo del Rio, M.I., Mendo Lázaro; S., León del Barco, B. y Felipe, E. (2017). Abuso del móvil en Estudiant4s universitarios y perfiles de victimización y agresión. Barcelona. *Adicciones* 12. 0(0), 837
- Ponce, I. (2012). *Redes Sociales*. Observatorio Tecnológico. Madrid. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Prada J.M. (2008). *Contigo aprendí*. Madrid. San Pablo.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives Digital Immigrants. On the Horizon (MCB University Press, 9 (5), 1-6
- Quiroz, M.T., (2011). La televisión: vista, oída y leída por adolescentes peruanos. *Comunicar*, 36 (XVIII), 35-41
- Redondo, C., y García Fuentes, M. (Edt). (2008). El campo de la medicina del adolescente. En Redondo, C., Galdó, G., y García Fuentes, M. (Ed.). (2008). *Atención al adolescente*. Santander. Universidad de Cantabria.
- Redondo, C., Galdó, G., y García Fuentes, M. (Edt). (2008). *Atención al adolescente*. Santander. Universidad de Cantabria.

- Requés, P. (1999). *Mapa Escolar de Cantabria*. Santander. Gobierno de Cantabria. Consejería de Educación y Juventud.
- Rice, AE, y Rhoades, H. (2012). Sexually Explicit Cell Phone Messaging Associated With Sexual Risk Among Adolescents. *Pediatrics*, 130 (4), 667-73
- Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Comunicar*, 36, (XVIII),43-50
- Rodríguez, L. y Magdalena, J. R. (2016). Perspectiva de los jóvenes sobre seguridad y privacidad en las redes sociales. Madrid. *Icono 14*. 14(1), 24-49
- Rodríguez San Julián, E., Ballesteros, JC., y Megías, I. (2011). *Bienestar en España. Ideas de Futuro desde el discurso de padres y madres*. Madrid. FAD- Caja Madrid
- Ruiz-Olivares, R., Lucena, V., Pino, M. y Herruzo, J. (2010). Análisis de comportamientos relacionados con el uso/abuso de Internet, teléfono móvil, compras y juego en estudiantes universitarios. *Adicciones*, 22. (4), 301-310.
- San Sebastián, J., Quintero, J., Correas, J., Dios de, M^a J. y Echániz, T. (2011). *Patrones de uso, abuso y dependencia a las tecnologías de la información en menores (Internet, móvil, videojuegos, TV)*. Madrid. Fundación Confías.
- Sánchez Burón, A. y Fernández Martín, M. (2010). *Informe generación 2.0: hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre comunidades autónomas*. Madrid. Universidad Camilo José Cela
- Sánchez-Martínez, M y Otero, A. (2009). Factors associated with cell phone use in adolescents in the community of Madrid (Spain). *Cyberpsychology and Behavior*, 12 (2), 131-137
- Siegel, D.J. (2014). *Tormenta Cerebral. El poder y el propósito del cerebro adolescente*. Barcelona. Alba Editorial.
- Silió, E. (2013). *Con dientes de leche y ya con mechas*. Madrid. El País (18 mayo).
- Smith, T.F. (2015). *The book of human emotions*. Profile Books

- Spada, M.M. (2014). An overview of problematic Internet use. *Addict Behav.* 39 (1), 3-6..
- Tapscott, D. (2008). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. Columbus. McGraw-Hill.
- Toro Trallero, J. (2010). *El adolescente en su mundo. Riesgos, problemas y trastornos*. Madrid: Pirámide
- Tubella, I., Tabernero, C., y Dwyer, V. (2008). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona. Generalitat de Catalunya. UOC/Ariel.
- Tucci, M. (2009). Youtube generation. En Revista Italiana di *Medicina dell Adolescenza*. Órgano Ufficiale de la Società Italiana di Medicina dell Adolescenza. 7 (1), Edizione Scripta Manent
- Turkle, S. (2017). *En defensa de la conversación*. Barcelona. Ático de Los Libros.
- Turkle, S. (1997). *Life on the screen. Identity in the age of the Internet*. Buenos Aires Paidós
- Ugalde, L., Martínez de Morentín, J.I., y Medrano, M.C. (2017), Pautas de consumo televisivo en adolescentes de la era digital: un estudio transcultural. *Comunicar* ,50 (XXV), 67-76
- UIT (2014). *Agenda Conectar 2020*. Ginebra. Suiza
- UIT (2015.) *Informe sobre Medición de la Sociedad de la Información 2015*. Ginebra. Suiza
- UNESCO (2012). *Los jóvenes y las competencias. Trabajar con la educación*. Luxemburgo. UNESCO
- Urueña, A. (Ed.), (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. Madrid. Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Urueña, A. (Ed.), (2016). *Informe Anual la Sociedad en Red 2015 del ONTSI. La Sociedad en Red. Informa Anual 2015*. Madrid. Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Valdemoros, M.A., Sanz, E., y Ponce de León, A., (2017). Ocio digital y ambiente familiar en estudiantes de Educación Postobligatoria. *Comunicar*, 50 (XXV), 99-108

Van Geel, M., Vedder, P., y Tanilon, J. (2014). Relationship between Peer V Suicide in Children and Adolescents: A Meta-analysis. *JAMA Pediatr*, 168(5), 435-442

Vanderhoven, E., Schellens, T. y Valcke, M., (2014). Enseñar a los adolescentes los riesgos de las redes sociales: Una propuesta de intervención en Secundaria. *Comunicar*, 43 (XXII), 123-132

Vera, J. (2017). *Deanna Mason, experta en bullying: "Con los móviles no hay escapatoria al acoso escolar"*. El Español Digital.

http://www.elespanol.com/espana/sociedad/20170127/189231990_0.html

VV.AA. (2015). Guía clínica sobre le ciberacoso para profesionales de la salud. *Red.es*. Madrid. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Hospital La Paz.

Young, K. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behaviour*, 1(3), 237-244.

Zimmerman FJ, y Christakis DA. (2005). Children's television viewing and cognitive outcomes. A Longitudinal Analysis of National Data. *Arch Pediatr Adolesc Med*. 159. 619-625

ANEXOS

ANEXO I

Tablas con indicación de contrastes estadísticamente significativos

ANEXOS

ANEXO 1

Tablas con indicación de contrastes estadísticamente significativos

		Televisor	Ordenador	Internet	Videoconsola
A011	Tipo de centro			SI	
A012	Zonas	SI	SI	SI	SI
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI		SI	SI
A2	Itinerario	SI			SI
A3	Sexo	SI	SI	SI	SI
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre				SI
A43	Vive con hermanos	SI			
A44	Vive con abuelos				SI
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI	SI	SI	SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI		
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI		SI
A72	Extraescolares deportes		SI		
A73	Extraescolares bailes	SI			SI
A74	Extraescolares música	SI	SI		SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI			SI

A76	Extraescolares pintura o arte	SI			SI
A77	Extraescolares teatro	SI		SI	
A78	Extraescolares clases particulares	SI			
A801	Tiempo libre deportes			SI	SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías			SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos			SI	SI
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	
A805	Tiempo libre pasear				SI
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				SI
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI	SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros		SI	SI	
A808	Tiempo libre Internet				
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI		SI
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
		Televisor	Ordenador	Internet	Videoconsola

H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI		SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI			SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI		

H8	A menudo se siente solo	SI		SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI			SI
curso_rec	curso_rec	SI		SI	SI
		Televisor	Ordenador	Internet	Videoconsola

		Smartphone	Móvil tradicional	MP3 o similar	Teléfono fijo
A011	Tipo de centro				
A012	Zonas	SI	SI	SI	SI
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario		SI	SI	
A3	Sexo	SI		SI	SI
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre				
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso		SI		SI
A6	Calificación media último curso				SI
A71	Extraescolares idiomas			SI	SI
A72	Extraescolares deportes		SI	SI	
A73	Extraescolares bailes			SI	
A74	Extraescolares música			SI	
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI	SI	SI	
A76	Extraescolares pintura o arte		SI	SI	
A77	Extraescolares teatro			SI	

A78	Extraescolares clases particulares	SI			
A801	Tiempo libre deportes				SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI			
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI			SI
A804	Tiempo libre ciber				
A805	Tiempo libre pasear		SI	SI	SI
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI			SI
A809	Tiempo libre otros	SI			
A808	Tiempo libre Internet				
A9	Dinero gastado a la semana	SI			
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera			SI	
		Smartphone	Móvil tradicional	MP3 o similar	Teléfono fijo

H2	Le gustaría cambiar totalmente de amigos		SI		
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas				
H5	Le gustaría que le subieran la paga	SI	SI		
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI			
H7	Se lleva bien con su familia		SI		
H8	A menudo se siente solo		SI		
H9	Se considera una persona feliz		SI		
curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	
		Smartphone	Móvil tradicional	MP3 o similar	Teléfono fijo

		Cadena musical	WhatsApp	Tablet, iPad	De cual costaría MÁS desprenderse
A011	Tipo de centro	SI		SI	
A012	Zonas	SI		SI	SI
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario	SI		SI	SI
A3	Sexo	SI	SI		SI
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre				
A43	Vive con hermanos				SI
A44	Vive con abuelos			SI	
A45	Vive con otros				SI
convive	Convive				
A5	Repite curso			SI	
A6	Calificación media último curso	SI		SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI		SI	
A72	Extraescolares deportes	SI			SI
A73	Extraescolares bailes	SI			SI
A74	Extraescolares música	SI	SI		SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI		SI	
A76	Extraescolares pintura o arte			SI	
A77	Extraescolares teatro			SI	
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes	SI			SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI	SI		SI

A804	Tiempo libre ciber			SI	
A805	Tiempo libre pasear	SI			SI
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts	SI		SI	SI
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI	SI		SI
A809	Tiempo libre otros		SI		SI
A808	Tiempo libre Internet		SI		SI
A9	Dinero gastado a la semana		SI		SI
		Cadena musical	WhatsApp	Tablet, iPad	De cual costaria MÁS desprenderse

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera			SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI		SI	
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI		SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI			
H5	Le gustaria que le subieran la paga		SI		SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia			SI	SI
H8	A menudo se siente solo		SI		
H9	Se considera una persona feliz				
curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	SI
		Cadena musical	WhatsApp	Tablet, iPad	De cual costaria MÁS desprenderse

		De cual costaría MENOS desprenderse	Enganchado a internet	Enganchado a redes sociales	Enganchado a teléfono móvil
A011	Tipo de centro	SI			
A012	Zonas		SI	SI	
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario	SI	SI	SI	SI
A3	Sexo	SI	SI	SI	SI
A41	Vive con padre	SI	SI		
A42	Vive con madre		SI		
A43	Vive con hermanos	SI			
A44	Vive con abuelos			SI	
A45	Vive con otros		SI	SI	
convive	Convive				
A5	Repite curso		SI	SI	SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas				SI
A72	Extraescolares deportes	SI	SI		
A73	Extraescolares bailes	SI	SI	SI	SI
A74	Extraescolares música		SI	SI	
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs		SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte		SI		
A77	Extraescolares teatro		SI		
A78	Extraescolares clases particulares		SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes	SI	SI	SI	SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI	SI	SI	SI
A804	Tiempo libre ciber		SI		
A805	Tiempo libre pasear	SI			

A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI	SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet		SI	SI	
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
		De cual costaría MENOS desprenderse	Enganchado a internet	Enganchado a redes sociales	Enganchado a teléfono móvil

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos		SI	SI	
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga		SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI		
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI	SI	SI	SI
curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	SI
		De cual costaría MENOS desprenderse	Enganchado a internet	Enganchado a redes sociales	Enganchado a teléfono móvil

		Enganchado a whatsapp	Enganchado a videojuegos	Enganchado a televisión	Restringe tiempo de conexión Internet
--	--	-----------------------	--------------------------	-------------------------	---------------------------------------

A011	Tipo de centro				
A012	Zonas		SI	SI	SI
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario	SI	SI	SI	
A3	Sexo	SI	SI	SI	
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre				
A43	Vive con hermanos	SI	SI	SI	
A44	Vive con abuelos				SI
A45	Vive con otros		SI		
convive	Convive				
A5	Repite curso				
A6	Calificación media último curso	SI			SI
A71	Extraescolares idiomas	SI			SI
A72	Extraescolares deportes	SI	SI	SI	
A73	Extraescolares bailes	SI	SI	SI	SI
A74	Extraescolares música			SI	
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs		SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte		SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro		SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI		SI	SI
A801	Tiempo libre deportes		SI		
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI	SI		
A804	Tiempo libre ciber		SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear	SI	SI		
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				SI

A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI	SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	
A808	Tiempo libre Internet	SI			
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
		Enganchado a whatsapp	Enganchado a videojuegos	Enganchado a televisión	Restringe tiempo de conexión Internet

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera		SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos		SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas		SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera		SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia				
H8	A menudo se siente solo		SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI			
curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	SI
		Enganchado a whatsapp	Enganchado a videojuegos	Enganchado a televisión	Restringe tiempo de conexión Internet

		Se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo en conectarse	Intenta no conectarse y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en Internet
A011	Tipo de centro	SI			

A012	Zonas		SI	SI	
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando		SI		SI
A2	Itinerario	SI	SI	SI	
A3	Sexo	SI	SI	SI	SI
A41	Vive con padre		SI		
A42	Vive con madre				
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI	SI	SI	
A6	Calificación media último curso	SI		SI	SI
A71	Extraescolares idiomas		SI		
A72	Extraescolares deportes	SI			
A73	Extraescolares bailes			SI	SI
A74	Extraescolares música				SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs		SI		SI
A76	Extraescolares pintura o arte		SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro		SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares		SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes	SI		SI	
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI		SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos				
A804	Tiempo libre ciber		SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear		SI		
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts		SI		

A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI			
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet			SI	
A9	Dinero gastado a la semana	SI			
		Se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo en conectarse	Intenta no conectarse y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en Internet
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI		SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI		SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI		SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz				
curso_rec	curso_rec		SI		SI
		Se conecta a Internet mucho tiempo sin darse cuenta	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo en conectarse	Intenta no conectarse y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en Internet

		Salta clases debido a Internet	Dedica más tiempo del que debería a conectarse con objetivos distintos a los estudios	Se sentiría mal si redujera el tiempo de conexión	Se quejan los familiares del tiempo que pasa en Internet
A011	Tipo de centro				
A012	Zonas	SI		SI	
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario		SI	SI	SI
A3	Sexo	SI		SI	SI
A41	Vive con padre			SI	
A42	Vive con madre			SI	SI
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros			SI	
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI	SI	SI	SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	
A72	Extraescolares deportes	SI			
A73	Extraescolares bailes	SI			
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI		SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	
A77	Extraescolares teatro	SI			
A78	Extraescolares clases particulares	SI		SI	
A801	Tiempo libre deportes		SI		SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos		SI		

A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts			SI	
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc		SI		
A809	Tiempo libre otros		SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet			SI	
		Salta clases debido a Internet	Dedica más tiempo del que debería a conectarse con objetivos distintos a los estudios	Se sentiría mal si redujera el tiempo de conexión	Se quejan los familiares del tiempo que pasa en Internet

A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	
H5	Le gustaria que le subieran la paga		SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI	SI	SI	
curso_rec	curso_rec		SI	SI	SI

		Salta clases debido a Internet	Dedica más tiempo del que debería a conectarse con objetivos distintos a los estudios	Se sentiría mal si redujera el tiempo de conexión	Se quejan los familiares del tiempo que pasa en Internet
--	--	--------------------------------	---	---	--

		Resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos	Empeora el trato con la familia por estar conectado	Existen contenidos en la red a los que es difícil que se resista	Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse
A011	Tipo de centro				SI
A012	Zonas		SI		
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario		SI		SI
A3	Sexo	SI			
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre				SI
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI			SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI		SI
A71	Extraescolares idiomas		SI		
A72	Extraescolares deportes	SI			
A73	Extraescolares bailes		SI		SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs		SI		SI
A76	Extraescolares pintura o arte		SI		SI
A77	Extraescolares teatro		SI	SI	SI

A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI		SI
A801	Tiempo libre deportes	SI		SI	SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos				
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				SI
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc			SI	
A809	Tiempo libre otros	SI		SI	SI
A808	Tiempo libre Internet	SI			
		Resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos	Empeora el trato con la familia por estar conectado	Existen contenidos en la red a los que es difícil que se resista	Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse

A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI		SI
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera		SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos		SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas		SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI		SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz		SI		SI

curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	SI
		Resulta duro permanecer desconectado varios días seguidos	Empeora el trato con la familia por estar conectado	Existen contenidos en la red a los que es difícil que se resista	Ha tenido problemas para controlar el impulso de conectarse

		Ha intentado sin éxito reducir su uso	Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	Está conectado más tiempo del que se había propuesto	Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado
A011	Tipo de centro		SI		SI
A012	Zonas				
A01	Centro de estudios		SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando			SI	SI
A2	Itinerario	SI	SI	SI	SI
A3	Sexo	SI		SI	SI
A41	Vive con padre		SI		SI
A42	Vive con madre				SI
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros			SI	
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI	SI	SI	
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas			SI	SI
A72	Extraescolares deportes		SI		
A73	Extraescolares bailes				SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI		SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI		SI	SI

A77	Extraescolares teatro	SI		SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares		SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes	SI	SI	SI	SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías		SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos			SI	
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc		SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet		SI	SI	
A9	Dinero gastado a la semana		SI	SI	SI
		Ha intentado sin éxito reducir su uso	Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	Está conectado más tiempo del que se había propuesto	Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI		SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga				
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI

H9	Se considera una persona feliz	SI	SI	SI	
curso_rec	curso_rec			SI	SI
		Ha intentado sin éxito reducir su uso	Obtiene gran parte de su bienestar por estar conectado	Está conectado más tiempo del que se había propuesto	Abandona cosas que tiene que hacer por estar conectado

		Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	Los que comparten su vida se quejan del tiempo que pasa en Internet	Sus estudios se ven afectados por el uso de Internet	Comprueba el Email antes de hacer otras cosas
A011	Tipo de centro				
A012	Zonas	SI			
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario		SI	SI	SI
A3	Sexo	SI	SI		
A41	Vive con padre	SI			
A42	Vive con madre				
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos	SI			
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI	SI	SI	
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes	SI	SI		SI
A73	Extraescolares bailes	SI	SI	SI	SI
A74	Extraescolares música	SI		SI	
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI	SI	SI	SI

A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes		SI		
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI			
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				SI
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI		SI	
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet		SI	SI	
		Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	Los que comparten su vida se quejan del tiempo que pasa en Internet	Sus estudios se ven afectados por el uso de Internet	Comprueba el Email antes de hacer otras cosas

A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI

H7	Se lleva bien con su familia		SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz		SI	SI	
curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	SI
		Establece nuevas relaciones con personas que utilizan la red	Los que comparten su vida se quejan del tiempo que pasa en Internet	Sus estudios se ven afectados por el uso de Internet	Comprueba el Email antes de hacer otras cosas

		Su productividad en estudios se ve afectada por el uso de Internet	Contesta de forma defensiva o mantiene en secreto actividades que realiza en Internet	Bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet	Se descubre pensando cuándo volverá a estar conectado
A011	Tipo de centro			SI	
A012	Zonas				
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI		
A2	Itinerario	SI	SI		SI
A3	Sexo		SI	SI	SI
A41	Vive con padre	SI			
A42	Vive con madre				SI
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI		SI	SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes	SI		SI	SI
A73	Extraescolares bailes	SI	SI	SI	SI

A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI	SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes				
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos				
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear		SI		
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI	SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet	SI			SI
		Su productividad en estudios se ve afectada por el uso de Internet	Contesta de forma defensiva o mantiene en secreto actividades que realiza en Internet	Bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet	Se descubre pensando cuándo volverá a estar conectado
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI

H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI	SI	SI	SI
curso_rec	curso_rec	SI	SI		
		Su productividad en estudios se ve afectada por el uso de Internet	Contesta de forma defensiva o mantiene en secreto actividades que realiza en Internet	Bloquea pensamientos molestos con pensamientos agradables sobre el uso de Internet	Se descubre pensando cuándo volverá a estar conectado

		Se plantea que la vida sin Internet será vacía, aburrida y sin alegría	Contesta inadecuadamente si le interrumpen mientras usa Internet	Pierde horas de sueño por estar conectado	Piensa en Internet cuando no está conectado o fantasea con estar conectado
A011	Tipo de centro				
A012	Zonas	SI			
A01	Centro de estudios	SI		SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI	SI	SI
A2	Itinerario	SI			SI
A3	Sexo				
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre		SI		SI
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos			SI	
A45	Vive con otros		SI	SI	
convive	Convive				

A5	Repite curso	SI	SI	SI	SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes				SI
A73	Extraescolares bailes			SI	SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs		SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes	SI		SI	
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos		SI	SI	
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts				
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI	SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet	SI			
		Se plantea que la vida sin Internet será vacía, aburrida y sin alegría	Contesta inadecuadamente si le interrumpen mientras usa Internet	Pierde horas de sueño por estar conectado	Piensa en Internet cuando no está conectado o fantasea con estar conectado
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI

H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz		SI	SI	SI
curso_rec	curso_rec	SI	SI	SI	SI
		Se plantea que la vida sin Internet será vacía, aburrida y sin alegría	Contesta inadecuadamente si le interrumpen mientras usa Internet	Pierde horas de sueño por estar conectado	Piensa en Internet cuando no está conectado o fantasea con estar conectado

		Se dice a si mismo solo unos minutos más cuando está conectado	Ha intentado reducir el uso de Internet y ha fracasado	Intenta esconder el tiempo que ha estado conectado	Elige estar más tiempo conectado que estar con amigos
A011	Tipo de centro				
A012	Zonas				SI
A01	Centro de estudios	SI	SI	SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI		SI
A2	Itinerario		SI	SI	SI
A3	Sexo	SI			SI
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre			SI	SI
A43	Vive con hermanos				

A44	Vive con abuelos	SI			
A45	Vive con otros convive				
A5	Repite curso		SI		
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes		SI	SI	
A73	Extraescolares bailes		SI	SI	SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI	SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes	SI			
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI		SI
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI			SI
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts	SI			
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc			SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet				
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
		Se dice a si mismo solo unos minutos más cuando está conectado	Ha intentado reducir el uso de Internet y ha fracasado	Intenta esconder el tiempo que ha estado conectado	Elige estar más tiempo conectado que estar con amigos

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaría cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaría que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI	SI	SI	SI
cursoec	curso_rec	SI	SI	SI	
		Se dice a si mismo solo unos minutos más cuando está conectado	Ha intentado reducir el uso de Internet y ha fracasado	Intenta esconder el tiempo que ha estado conectado	Elige estar más tiempo conectado que estar con amigos

		Se siente deprimido, nervioso o tenso y esos sentimientos desaparecen al conectarse	Restringe tiempo de uso del móvil	Pierde noción del tiempo hablando por el móvil	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo con el móvil
A011	Tipo de centro			SI	
A012	Zonas	SI			
A01	Centro de estudios	SI	SI		SI
A1	Estudios que estás realizando		SI	SI	SI
A2	Itinerario	SI		SI	

A3	Sexo		SI	SI	SI
A41	Vive con padre			SI	
A42	Vive con madre	SI			
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros			SI	
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI		SI	SI
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes		SI	SI	SI
A73	Extraescolares bailes	SI	SI	SI	SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI	SI		SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI		SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI		SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes			SI	
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI		SI	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos			SI	SI
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts			SI	
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc			SI	
A809	Tiempo libre otros	SI	SI	SI	SI
A808	Tiempo libre Internet				
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI

		Se siente deprimido, nervioso o tenso y esos sentimientos desaparecen al conectarse	Restringe tiempo de uso del móvil	Pierde noción del tiempo hablando por el móvil	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo con el móvil
--	--	---	-----------------------------------	--	---

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI	SI	SI	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI		SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI		SI	SI
curso_rec	curso_rec		SI	SI	SI
		Se siente deprimido, nervioso o tenso y esos sentimientos desaparecen al conectarse	Restringe tiempo de uso del móvil	Pierde noción del tiempo hablando por el móvil	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo con el móvil

		Intenta no usar el móvil y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en el móvil	Salta clases debido al móvil	Restringe tiempo de uso de los videojuegos
A011	Tipo de centro			SI	

A012	Zonas		SI	SI	
A01	Centro de estudios	SI		SI	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI	SI		SI
A2	Itinerario	SI			
A3	Sexo	SI		SI	SI
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre		SI	SI	
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso	SI		SI	
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes	SI	SI	SI	SI
A73	Extraescolares bailes	SI	SI	SI	SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI	SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI	SI	SI	SI
A801	Tiempo libre deportes				SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI	SI	
A803	Tiempo libre estar con amigos				SI
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear				SI
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts	SI	SI	SI	

A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc				SI
A809	Tiempo libre otros	SI			
A808	Tiempo libre Internet				
A9	Dinero gastado a la semana	SI	SI	SI	SI
		Intenta no usar el móvil y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en el móvil	Salta clases debido al móvil	Restringe tiempo de uso de los videojuegos

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaria cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga		SI		SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia	SI	SI	SI	
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI	SI	SI	
curso_rec	curso_rec	SI	SI		SI
		Intenta no usar el móvil y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en el móvil	Salta clases debido al móvil	Restringe tiempo de uso de los videojuegos

		Pierde noción del tiempo con los videojuegos	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo jugando	Intenta no jugar y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en videojuegos
A011	Tipo de centro				
A012	Zonas		SI	SI	SI
A01	Centro de estudios	SI		SI	
A1	Estudios que estás realizando			SI	
A2	Itinerario				
A3	Sexo	SI	SI	SI	SI
A41	Vive con padre				
A42	Vive con madre				
A43	Vive con hermanos				
A44	Vive con abuelos				
A45	Vive con otros				
convive	Convive				
A5	Repite curso				
A6	Calificación media último curso	SI	SI	SI	SI
A71	Extraescolares idiomas	SI	SI	SI	SI
A72	Extraescolares deportes	SI	SI	SI	SI
A73	Extraescolares bailes		SI	SI	SI
A74	Extraescolares música	SI	SI	SI	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs		SI	SI	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI	SI	SI	SI
A77	Extraescolares teatro	SI	SI	SI	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI			
A801	Tiempo libre deportes	SI	SI	SI	SI
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI	SI		

A803	Tiempo libre estar con amigos			SI	
A804	Tiempo libre ciber	SI	SI	SI	SI
A805	Tiempo libre pasear	SI			
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts		SI	SI	SI
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola ,pc	SI	SI	SI	SI
A809	Tiempo libre otros	SI			
A808	Tiempo libre Internet				
A9	Dinero gastado a la semana		SI	SI	SI
		Pierde noción del tiempo con los videojuegos	Se siente culpable por invertir demasiado tiempo jugando	Intenta no jugar y no es capaz de ello	Oculto a padres el tiempo o dinero que invierte en videojuegos

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H2	Le gustaría cambiar totalmente de amigos	SI	SI	SI	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI	SI	SI	SI
H5	Le gustaria que le subieran la paga	SI			SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI	SI	SI	SI
H7	Se lleva bien con su familia			SI	SI
H8	A menudo se siente solo	SI	SI	SI	SI
H9	Se considera una persona feliz		SI	SI	SI
curso_rec	curso_rec	SI		SI	SI

		Salta clases debido a los videojuegos
A011	Tipo de centro	
A012	Zonas	SI
A01	Centro de estudios	SI
A1	Estudios que estás realizando	SI
A2	Itinerario	SI
A3	Sexo	SI
A41	Vive con padre	
A42	Vive con madre	
A43	Vive con hermanos	
A44	Vive con abuelos	
A45	Vive con otros	
convive	Convive	
A5	Repite curso	SI
A6	Calificación media último curso	SI
A71	Extraescolares idiomas	
A72	Extraescolares deportes	SI
A73	Extraescolares bailes	SI
A74	Extraescolares música	SI
A75	Extraescolares voluntariado, ONGs	SI
A76	Extraescolares pintura o arte	SI
A77	Extraescolares teatro	SI
A78	Extraescolares clases particulares	SI
A801	Tiempo libre deportes	
A802	Tiempo libre bares, cafeterías	SI
A803	Tiempo libre estar con amigos	SI
A804	Tiempo libre ciber	SI
A805	Tiempo libre pasear	SI
A806	Tiempo libre reuniones con grupos, asociaciones, scouts	SI
A807	Tiempo libre juegos electrónicos, videoconsola, pc	SI
A809	Tiempo libre otros	
A808	Tiempo libre Internet	
A9	Dinero gastado a la semana	SI
		Salta clases debido a los videojuegos

H1	Dedica a la TV más tiempo del que debiera	SI
H2	Le gustaría cambiar totalmente de amigos	SI
H3	Dedica a chatear más tiempo del que debiera	SI
H4	Culpa a los demás de sus problemas	SI
H5	Le gustaría que le subieran la paga	SI
H6	Juega más tiempo del que debiera	SI

H7	Se lleva bien con su familia	SI
H8	A menudo se siente solo	SI
H9	Se considera una persona feliz	SI
curso_rec	curso_rec	SI
		Salta clases debido a los videojuegos

ANEXO II

Cuestionario Eductics

ANEXO 2



Uso De Las TIC Y Nuevas Tecnologías (Versión En Papel)

Las Universidad de Cantabria y Universidad de Extremadura están realizando un estudio sobre la incidencia de las Nuevas Tecnologías en la población juvenil. A tal efecto, hemos elaborado este cuestionario. Te rogamos pongas el máximo interés en las respuestas. Por supuesto, el cuestionario es totalmente anónimo. Agradecemos de antemano tu colaboración.

1. Escribe el nombre de tu centro de estudios *

2. Localidad en la que vives

3. Estudios que estás realizando

- 1º ESO
- 2º ESO
- 3º ESO
- 4º ESO
- 1º Bachillerato

4. Sexo:

- Varón
- Mujer

5. Personas con las que convives habitualmente

- Padre
- Madre
- Hermanos
- Abuelos
- Otros
- Indica quién

6. ¿Has repetido algún curso?

- No
 - Si, un curso
 - Si, dos cursos
7. Calificación media del último curso académico
- Aprobado
 - Bien
 - Notable
 - Sobresaliente
 - Insuficiente
8. ¿Realizas actividades extraescolares? Si es así cuáles y número de horas a la semana

	No realizo esa actividad	entre 1 y 3 horas semana	entre 4 y 6 horas semana	entre 7 y 10 horas semana	más de 10 h/semana
Idiomas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deportes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bailes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voluntariado, ONGs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pintura, o actividades artísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clases particulares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

otros (indica cuál)

9. Aparte de tus estudios y actividades extraescolares, en qué empleas tu tiempo libre (tanto días laborables como fines de semana) *
- Deportes
 - Bares, cafeterías
 - Estar con amigos
 - Ir a un ciber
 - Pasear
 - Reuniones con "grupos", asociaciones, scouts, etc.
 - Juegos electrónicos, videoconsolas, ordenadores etc.
 - Internet
 - Otros

10. Aproximadamente ¿Cuánto dinero te gastas a la semana? *

TELEVISIÓN

1. ¿Cuántos televisores hay en tu casa?
- 1
 - 2
 - 3
2. Aproximadamente ¿Cuántas horas al día ves la televisión? Días Laborables *
- 0

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 más de 7 horas

2. Sábados

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- Más de 10 horas

Domingos y festivos

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- Más de 10 horas

3. Qué programas sueles ver? (Respuesta Múltiple: puedes marcar todas las casillas que desees) *

- 1. Informativos, documentales
- 2. Películas
- 3. Series
- 4. Dibujos animados
- 5. Programas musicales
- 6. "Magazines", "variedades"
- 7. Programas del "corazón"
- 8. Deportivos
- 9. Anuncios
- 10. Reality shows tipo Gran Hermano o Gándía shore
- 11. otros

otros (indica cuál) ***Ordenador, Tablet, Internet**

1. ¿Cuántos ordenadores hay en tu casa? *
 - Ninguno
 - 1
 - 2
 - 3 o más
2. ¿Cuántos "tablets" hay en tu casa? (iPad, Kindle ..) *
 - Ninguno
 - 1
 - 2
 - 3 o más
3. ¿Dispones de un ordenador propio para uso personal? * Sí No
4. Aproximadamente, ¿Cuántas horas al día usas el ordenador? (ya sea en casa, en el colegio, en casa de los amigos, en el ciber, etc.) lunes a viernes *
 - 0
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7

- más de 7 horas

Sábados *

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- más de 10 horas

Domingos y festivos *

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- más de 10 horas

4. ¿Para qué usas el ordenador? (nº aproximado de horas a la semana) *

	nada	1 hora o menos	entre 1h y 3h	entre 4h y 6h	entre 7h y 10h	más de 10h
Correo electrónico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Navegar por Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabajos escolares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foros que me interesan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juegos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bajar música, películas, juegos..	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chatear	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VídeoChat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprar y vender por Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escuchar música (Spotify) o la radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ver vídeos en YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Otros (indica cual)

6. ¿Tienes en casa conexión a Internet? *

- No
- Si ADSL Banda Ancha o fibra óptica
- Si, Otro tipo de conexión más lenta
- Conexión 3G

7. ¿En qué redes sociales tienes abierto un perfil? *

- No estoy registrado en ninguna red social
- Tuenti
- Facebook
- MySpace
- Twitter
- Pinterest
- Last.fm
- Google+
- Badoo
- MSN Live Space
- Foursquare
- Hi5
- Instagram
- Otras

otros (indica cuál) *

8. En el último año ¿Has realizado compras en internet? Indícanos la web *

- No he realizado ninguna compra por internet en el último año
- Amazon
- Ebay
- BuyVip
- Vente-privee
- Webs de venta de billetes de avión (Ryanair, Vueling, Iberia..)
- He comprado entradas para espectáculos (cine, teatro, conciertos..)
- He comprado ofertas (Letsbonus, Groupon, Oferplan ..)
- He comprado juegos para el ordenador o he pagado por jugar en la red
- Otras

otras (indica cuál) *

9. Si usas el Chat, Redes sociales, etc. es para: (Respuesta Múltiple: puedes marcar varias casillas) *

- Estar en contacto con los amigos
 - Conocer gente nueva
 - Ligar
 - Buscar información sobre alguna persona que me interesa
 - Otros otros (indica cuál) *
10. ¿Cuánto tiempo dedicas a las redes sociales en comparación con el resto de internet? *
- Prácticamente solo utilizo Internet para redes sociales
 - Más de la mitad de mi tiempo en internet lo dedico a la red social
 - Dedico prácticamente el mismo tiempo a las redes sociales que a otro tipo de usos de Internet
 - Menos de la mitad de mi tiempo en internet lo dedico a la red social
 - La mayor parte del tiempo utilizo Internet para otras cosas
11. ¿Alguna vez alguien ha tratado de presionarte o ridiculizarte utilizando para ello las redes sociales? *
- Si
 - No
 - A mí no, pero si a gente que conozco
12. ¿Alguna vez has utilizado las redes sociales para molestar a alguien o has difundido falsos testimonios sobre alguien utilizando estos medios? *

15. ¿Qué medidas de seguridad tomas cuando chateas o accedes a redes sociales? *

	Nunca	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre
Chateo con personas desconocidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Añado a gente que no conozco a mi grupo de amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuando chateo tengo la Webcam desactivada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He enviado fotos o vídeos míos en situaciones comprometidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He ejecutado un archivo que me haya enviado alguien a través del Chat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tengo el antivirus actualizado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mis padres han instalado un programa de control parental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Videoconsola (PlayStation Wii, Xbox Etc..)

5. 1. ¿Tienes videoconsola en casa? (Playstation, Wii, videoconsola portátil, o aparato semejante)? * Si No

4. Tanto si tienes ordenador, videoconsola, móvil, etc. como si usas los de tus amigos y conocidos. Aproximadamente, ¿Cuántas horas a la semana usas dichos aparatos? *

	No realizo esa actividad	Entre 1 y 3 horas semana	Entre 4 y 6 horas semana	Entre 7 y 9 horas semana	Entre 10 y 15 horas semana	Más de 15 horas semana
juegos de ordenador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
videoconsolas conectadas a la TV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
videoconsolas portátiles (Nintendo DS, Wii U, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
juegos en el teléfono móvil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Otros (indica cuál)

5. ¿Qué juegos te han parecido los mejores de los que has usado? ya sean de ordenador, movil o videoconsola (ej: angrybirds, fruitNinja, farmville..)*

Reproductores De Música

1. ¿Qué aparatos de música usas normalmente? Número aproximado de horas a la semana: *

	No realizo esa actividad	de 1 a 3 h/semana	de 4 a 6 h/semana	de 7 a 9 h/semana	de 10 a 15 h/semana	más de 15 h/semana
1. Teléfono móvil (si puede reproducir o sintonizar música)						
2. MP3, MP4, iPOD...						
3. Cadena musical						
4. Ordenador (Spotify, YouTube..)						

Teléfono Móvil

1. ¿Tienes teléfono móvil? *

- No
- Sí (no smartphone: solo llamadas y sms)

- Sí (smartphone con internet,whatsapp..)
2. ¿Qué uso haces del teléfono móvil? (Respuesta Múltiple) *
- Para mensajería tipo WhatsApp y SMS
 - Contactar con la familia
 - Lo uso para quedar
 - Para acceder a Internet (correo, paginas web..)
 - Contactar con los amigos
 - Para sacar fotos o grabar vídeos
 - Como GPS
 - Bajar juegos, tonos, imágenes
 - Otros usos
 - Otros (indica cuál) *

3.Si tienes teléfono móvil: ¿cuándo lo sueles desconectar? (Respuesta Múltiple) *

- Por las noches
- Cuando estoy en clase
- Cuando estoy en casa
- Cuando entro en locales donde no se permite.
- Intento tenerlo conectado siempre

4.¿Cuánto dinero te gastas al mes en teléfono móvil? (aproximadamente, y por término medio) *

- 10 euros o menos entre 10 y 20 euros
- entre 20 y 30 euros entre 30 y 40 euros
- más de 40 euros
- Tengo tarifa plana con conexión a internet incluida

5.¿Quién paga la factura de tus gastos de teléfono móvil? *

- Mis padres
- Yo, con mi propina, paga, ahorros, etc.
- A medias entre mis padres y yo.
- Otras

6. ¿Cuántas llamadas, mensajes, "perdidas" y mensajes Whatsapp RECIBES aproximadamente en UNA SEMANA?

Al móvil: llamadas en una semana *	
Al móvil: mensajes tipo WhatsApp semanales *	
Al móvil: mensajes SMS semanales *	
Al móvil: llamadas "perdidas" en una semana *	

Al fijo: Llamadas semanales *	
-------------------------------	--

7. ¿Alguna vez alguien ha tratado de presionarte o ridiculizarte utilizando imágenes tuyas obtenidas a través del móvil? *
- Si
 - No
 - A mí no pero si a gente que conozco

Preferencias Personales

1. Califica cada uno de los siguientes aparatos, en función de lo que significa para ti (elige solo una opción) *

	Imprescindible	Interesante, divertido	Superfluo, indiferente	Aburrido, inútil	Molesto	No lo tengo
1. Televisor						
2. Ordenador						
3. Conexión a internet						
4. VideoConsola						
5. Teléfono móvil (smartPhone)						
6. Teléfono móvil tradicional						
7. MP3 o similar						
8. Teléfono fijo						
9. Cadena musical						
10. WhatsApp						
11. Tablet, iPad						

2. Si tuvieras que desprenderte de uno de estos aparatos ¿de cuál te costaría MAS hacerlo? *

- Ordenador con conexión a internet
- Teléfono móvil
- Televisor
- Videoconsola
- Tablet, iPad

3. Si tuvieras que desprenderte de uno de estos aparatos ¿de cuál te costaría MENOS hacerlo? *

- Ordenador con conexión a internet
- Teléfono móvil
- Televisor
- Videoconsola



Tablet, iPad

4. ¿Cuánto de enganchado estás a :

	Nada	Apenas	Medianamente	Bastante	Mucho
a Internet?					
a las Redes Sociales?					
al teléfono móvil?					
a WhatsApp?					
a los videojuegos?					
a la televisión?					

	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre
¿Has restringido alguna vez el tiempo de conexión debido a un uso previamente excesivo?				
¿Te has quedado conectado mucho tiempo a Internet sin darte cuenta?				
¿Te has sentido culpable por invertir demasiado tiempo en conectarte?				
¿Has intentado alguna vez no conectarte y no has sido capaz de ello?				
¿Has ocultado alguna vez a tus padres el dinero/tiempo que inviertes en la conexión?				
¿Te has saltado con frecuencia, clases debido a Internet?				

	Si	No
¿Dedicas más tiempo del que deberías a estar conectado con objetivos distintos a los de tus estudios?		
¿Piensas que te sentirías mal si redujeras el tiempo que pasas en Internet?		
¿Se han quejado tus familiares del tiempo que dedicas a Internet?		
¿Te resulta duro permanecer alejado de la red varios días seguidos?		
¿Empeora el trato con tus amigos o familia por estar conectado a la red?		
¿Existen contenidos o servicios de la red a los que te resulta difícil resistirte?		
¿Tienes problemas para controlar el impulso de conectarte a la red?		
¿Has intentado, sin éxito, reducir su uso?		
¿Obtienes gran parte de tu bienestar del hecho de estar conectado a la red?		

¿Con qué frecuencia:

	Nada	Apenas	De forma ocasional	A menudo	Siempre
estás conectado a Internet más tiempo del que te habías propuesto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
abandonas las cosas que tienes que hacer en casa para pasar más tiempo conectado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estableces nuevas relaciones con personas que utilizan la Red?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
los que comparten tu vida se quejan del tiempo que pasas conectado a la Red?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tus estudios se ven afectados por la cantidad de tiempo que estás conectado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
compruebas tu e-mail antes de hacer otras cosas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tu productividad o desarrollo en los estudios se ve afectado por el uso de Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
contestas de forma defensiva o mantienes en secreto las actividades que realizas en Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
bloqueas pensamientos molestos sobre tu vida con pensamientos agradables sobre el uso de Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
te descubres pensando sobre cuándo vas a volver a estar conectado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
te planteas que la vida sin Internet va a ser aburrida, vacía y sin alegría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
contestas, gritas, o actúas de forma inadecuada si alguien te interrumpe mientras estás usando Internet?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pierdes horas de sueño por estar conectado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
piensas en Internet cuando no estás conectado o fantaseas con estar conectado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
te dices a tí mismo "solo unos minutos más cuando estás conectado"?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
has intentado reducir el tiempo de estar conectado y has fracasado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
intentas esconder el tiempo que has estado conectado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eliges pasar más tiempo conectado que salir con amigos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
te sientes deprimido, nervioso o tenso cuando no estás conectado y esos sentimientos desaparecen cuando te conectas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

TELEFONO MOVIL

	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre
¿Has restringido alguna vez el uso del móvil debido a un uso previamente excesivo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Pierdes la noción del tiempo cuando estás hablando por el móvil?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Te has sentido culpable por invertir demasiado tiempo con el móvil?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Has intentado alguna vez no hacer uso del móvil y no has sido capaz de ello?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Has ocultado alguna vez a tus padres el dinero/tiempo que inviertes en el móvil?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Te has saltado con frecuencia, clases debido al móvil?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

VIDEOJUEGOS

	Casi nunca	Algunas veces	Bastantes veces	Casi siempre
¿Has restringido alguna vez el tiempo de juego debido a un uso previamente excesivo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Pierdes la noción del tiempo cuando estás jugando?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Te has sentido culpable por invertir demasiado tiempo jugando?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Has intentado alguna vez no jugar a los videojuegos y no has sido capaz de ello?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Has ocultado alguna vez a tus padres el dinero/tiempo que inviertes en los videojuegos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Te has saltado con frecuencia, clases debido a los videojuegos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Contesta a cada una de las afirmaciones siguientes: si estás totalmente de acuerdo con lo que se dice, pon SI; si estás en desacuerdo total, pon NO. *

	No	Sí
Dedico a chatear (msn, etc.) más tiempo del que debiera		
Dedico a la televisión más tiempo del que debiera		
A menudo me siento muy solo/a		
Me llevo muy bien con mi familia (padres y hermanos)		
Me considero una persona feliz		
La mayoría de mis problemas son culpa de los demás		
Me gustaría cambiar totalmente de amigos/as		
Juego (ordenador, videoconsola, etc.), más tiempo del que debiera		
Me gustaría que me subieran la paga (propina)		

¿Te gustaría comentar alguna otra cosa sobre el uso de las TIC o sobre este cuestionario?

MUCHAS GRACIAS