

El uso de las Nuevas Tecnologías (internet, redes sociales, videojuegos) en jóvenes: un estudio con población canaria
Use of New Technologies (Internet, social networks, videogames) by young people: a study with a Canary Island population

C. Dolores Sosa, Juan I. Capafons, Sandra M. Pérez-Correa,
G. Lastenia Hernández-Zamora, J. Ignacio Capafons y Pedro Prieto

Departamento de Psicología Clínica, Psicobiología y Metodología. Universidad de La Laguna

Recibido: 03/12/2018 · Aceptado: 18/05/2019

Resumen

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han cambiado el mundo. Sabemos de sus ventajas: velocidad, accesibilidad, superación de barreras, intercomunicación en tiempo real en cualquier lugar, entre otras. Sin embargo, este avance tecnológico también tiene sus peligros: el mal uso, la posible adicción, riesgo de prácticas como el *cyberbullying*, el *grooming*, suplantación de identidad, entre otros. Prácticas que en vez de potenciar al ser humano lo puede incluso destruir. En este trabajo se presentan los principales resultados de un estudio descriptivo sobre uso que hacen de las TICs, jóvenes residentes en la Comunidad Canaria. Para ello fueron entrevistados un total de 6134 jóvenes (entre 12 y 17 años) afincados en las 7 islas del archipiélago. Se exponen resultados (porcentajes y Chi cuadrado) sobre el uso de internet, teléfono móvil, videojuegos y apuestas en línea de la muestra estudiada. Estos resultados pretenden contribuir a describir los patrones de uso de las TIC en población juvenil, así como a establecer los límites entre el uso y el mal uso de estas tecnologías.

Palabras Clave

Adicciones; móvil; Internet; videojuegos; redes sociales.

— Correspondencia a:
Carmen Dolores Sosa Castilla
e-mail: cdsosa@ull.es



Abstract

New information and communication technologies (ICT) have changed the world. Their advantages are well known: speed, accessibility, overcoming barriers, intercommunication in real time anywhere, etc. These technological advances nevertheless also have their dangers: misuse, possible addiction, risks such as cyberbullying, grooming, identity impersonation, etc.,. Instead of empowering the human being, these practices can even destroy him. The present work is a descriptive study of the use of ICT (Information and communication technology) by young people living in the Canary Islands. A total of 6134 teenagers (from 12 to 17 years old) settled on the seven islands of the archipelago were interviewed. Results (percentages and Chi square) are presented on the use of the Internet, mobile phone, videogames and online bets. These results are intended to help to clarify the boundaries between the use and abuse of these technologies.

Key Words

Addictions; mobile phone; Internet; videogames; Social Network.

No cabe duda de que una de las revoluciones más importantes que se han producido en la sociedad moderna desde finales del siglo XX hasta la actualidad, es la aparición de las denominadas *Nuevas Tecnologías de la información y la Comunicación* (TIC). En España, su introducción vino de la mano del teléfono móvil, que aparece en España en 1976 a través de la Compañía Telefónica Nacional de España. Se ofrecía un sistema de Teléfonos Automáticos en Vehículos (TAV) que prestaban sus servicios en ciudades como Madrid o Barcelona. En 1995 aparece el móvil digital y en los siguientes cinco años su implementación entre los usuarios es exponencial. En el año 2000, concretamente, el número de líneas de móvil fue equivalente al número de líneas fijas y al siguiente año ya existían más líneas de teléfono móvil que

habitantes en el país. En el caso de Internet, apareció en nuestro país en 1986 con Ibertex, una aplicación que permitía el traspaso de información a un terminal. En 1993 se realiza la primera conexión a internet utilizando una red de alta velocidad que llegaba hasta 64Kb. Los avances tecnológicos que se van produciendo en este terreno facilitan la llegada de las redes sociales. Las redes sociales surgen en España a comienzos de este siglo a través de Orkut y Facebook, llegando esta última a convertirse en poco tiempo en la más utilizada por los jóvenes.

Según el Instituto Nacional de Estadística (2017) el 96% de los españoles tiene en casa teléfono móvil, el 73% de la población entre 16 y 74 años dispone de ordenador y de ellos el 72% ha utilizado Internet en los últimos 3 meses, estos datos varían poco



de comunidad a comunidad autónoma (Rial, Gómez, Braña, y Varela, 2014). Así mismo, encontramos datos similares cuando nos referimos al conjunto de la Comunidad Económica Europea (Seybert y Reinecke, 2013).

Todos estos fenómenos recientes han supuesto, especialmente para los más jóvenes, profundos cambios sociales que en la mayoría de ocasiones contribuyen a mejorar su calidad de vida. La adecuada utilización genera muchos beneficios y las TICs, se han convertido en fuente de conocimientos, instrumentos para el aprendizaje y la formación intelectual, profesional y personal, y un medio constante y permanente para el entretenimiento, la diversión, el ocio y el esparcimiento. En el caso de los jóvenes estas tecnologías son especialmente atractivas por su inmediatez, comodidad, accesibilidad y facilidad de uso. A través de ellas, los jóvenes obtienen respuestas casi inmediatas a cualquier pregunta o situación que se plantea, permite la instantaneidad de las comunicaciones con los demás estén donde estén y con su teléfono móvil pueden descargarse juegos, música, videos, películas, series, libros, mensajería, acceso a redes sociales, chats, o compras online. Al teléfono móvil se le ha denominado "la nueva navaja suiza".

La implementación de las TICs, también genera problemas y polémica. Resulta habitual ir por la calle, en el autobús, o estar en un restaurante y observar cómo las personas que nos rodean, estén solas o acompañadas, están con su móvil en la mano, pendientes absolutamente de sus pantallas, de sus señales acústicas, sin mantener ninguna interacción con las otras personas, ni tan siquiera con aquellas que les acompañan. En esta línea, se habla de uso inadecuado, desmedido y sin control. Numerosos trabajos

intentan delimitar donde está la *utilización normal frente a la utilización dañina, perjudicial o no saludable* (Weiser, 2001; Echeburúa y Corral, 2010; Davis, 2001; Luengo, 2004; Carbonell, Fúster, Chamarro, y Orbest, 2012; Muñoz-Rivas, Navarro y Ortega, 2003). En la actualidad, aún no disponemos de una categoría diagnóstica que refleje la adicción a Internet o ciberdependencia suficientemente establecida y recogida por los sistemas clasificatorios, en la línea de lo que Griffiths (1995) denominó "adicciones tecnológicas". En el DSM-5, por ejemplo, se contempla la adicción a una aplicación concreta de internet: los videojuegos en línea, pero no tiene en cuenta una adicción a Internet en sentido más amplio.

Sin embargo, el potencial adictivo de estas nuevas tecnologías cada vez es más patente, especialmente entre los menores (Echeburúa y Corral, 2010; Echeburúa, 2012; Labrador y Villadangos, 2010). Según Marco y Chóliz (2013) si partimos de las definiciones que aparecen en el DSM V para determinar el juego patológico o la adicción a sustancias y las sustituimos por el uso de videojuegos online, apuestas online, abuso de utilización de Internet o abuso de las redes sociales (Moreno e Isidro, 2018), podríamos decir que esa amalgama de comportamientos viene caracterizada por los principales criterios para establecer una adicción:

1. **tolerancia:** el joven necesita estar jugando, conectado y en línea más tiempo, el tiempo inicial aumenta progresivamente para obtener la misma satisfacción;
2. **abstinencia:** aparece desasosiego, malestar y frustración con la presencia de una sensación muy profunda de ma-



lestar emocional cuando no puede conectarse o no puede prolongar el tiempo de conexión;

3. **jugar** o estar conectado más del tiempo previsto y tener la sensación de que no puede desconectarse;
4. **invertir** tanto tiempo en la Red que interfiere en otras tareas cotidianas afectando al rendimiento académico y a las relaciones sociales, perdiendo oportunidades de diversión o disfrute fuera de la tecnología;
5. **prolongación** del uso de Internet pese a ser consciente que el tiempo de dedicación personal es abusivo y perjudicial.

Centrándonos especialmente en los adolescentes la tecnología, Internet, móviles, tablets, videojuegos y especialmente las redes sociales, ocupan un papel central en su sociabilidad, influyendo en sus comportamientos, actitudes y formas de pensar (Levis, 2002). Son estas edades especialmente susceptibles al entorno social en el que viven y estas tecnologías se ha convertido en herramientas imprescindibles en sus vidas (Castellana, Sánchez-Carbonell, Beranuy y Graner, 2006; Marchargo, Luján, León, López y Martín, 2003; Jiménez-Albiar, Piqueras, Mateu-Martínez, Carballo, Orgilés y Espada, 2012): "Si no estás conectado simplemente no existes". No obstante, en la actualidad, necesitamos estudios descriptivos que nos ayuden a delimitar la fina línea que separa el uso, el mal uso, el abuso y la adicción en el terreno de las nuevas tecnologías.

Además del problema de la posible adicción en el uso de las nuevas tecnologías, las TIC recogen también otros problemas asociados a su mal uso. Algunos de estos

problemas aparecen bajo términos como *cyberbullying*, *grooming* y *sexting*. El *cyberbullying* se define como un tipo de acoso por parte de un individuo o grupo que, utilizando las nuevas tecnologías de la información y comunicación (móviles, correo electrónico, redes sociales, blogs, páginas web, etc.), agrede deliberada y reiteradamente a alguien que no puede defenderse fácilmente por sí mismo (Patchin e Hinduja, 2006; Smith, Mahdavi, Carvalho, Fisher, Russell y Tippelt, 2008). El *sexting* hace referencia al envío de fotografías y vídeos con contenido de cierto nivel sexual, tomadas o grabadas por el protagonista de los mismos, mediante el teléfono móvil (Pérez, Flores, de la Fuente, Álvarez, García y Gutiérrez, 2011; Fajardo, Gordillo y Regalado, 2013). Finalmente, el *grooming* es un nuevo tipo de abuso dirigido hacia los adolescentes por parte de los adultos, que se realiza por Internet. Se conoce como *grooming* cualquier acción que tenga por objetivo minar y socavar moral y psicológicamente a una persona, con el fin de conseguir su control a nivel emocional. Suele producirse a través de servicios de chat y mensajería instantánea, para obtener imágenes de contenido erótico y extorsionar a la víctima, dificultando que ésta pueda salir o protegerse en esa relación (Fernández, 2011). Es particularmente grave en los casos en los que una persona realiza estas prácticas en contra de un adolescente, con el objetivo de obtener algún tipo de contacto sexual. Por tanto, las nuevas tecnologías, con sus indiscutibles aspectos positivos, no están exentas de riesgos.

Por último, existen diferentes evidencias acerca de si el uso y abuso de las nuevas tecnologías se plantea de igual manera en chicas y en chicos. Algunos estudios plantean que el



móvil es la TIC más utilizada entre las chicas adolescentes y los videojuegos son más usados por los chicos (Figuer, González, Malo y Casas, 2005; Malo, Figuer, González y Casas, 2005; Villadangos y Labrador, 2009), mientras que el uso de Internet es prácticamente igual para chicos y para chicas. Estos resultados no se confirman en otros trabajos donde se afirma que las chicas utilizan más Internet como fuente de información relacionada con los estudios, mientras que los chicos participan más en juegos online (Weiser, 2000; Garmendia, Garitaonandia, Martínez y Casado, 2011, Rial et al., 2014). En esas mismas investigaciones no encontraron diferencias significativas con respecto a la variable tiempo, frecuencia y tiempo de conexión. Respecto a las diferencias encontradas por edad, el tiempo de uso de Internet, así como la frecuencia de conexión, es menor en los más jóvenes frente a los adolescentes de cursos superiores (3º, 4º de la ESO, Bachiller). Los adolescentes de segundo ciclo, según Rial et al. (2014) tienen una mayor autonomía al manejar Internet (se conectan más desde su móvil, desde cualquier sitio en el que tengan wifi, se consideran más informados, más autodidactas, amplían las posibilidades de Internet haciendo mayor uso de las redes sociales, búsqueda de información, descargas o disfrute online de contenidos o disponen en mayor medida de correo electrónico y de cámara Web). Muchas de esas investigaciones han tenido limitaciones muestrales importantes.

El presente trabajo, subvencionado por el Gobierno de la Comunidad Autónoma de Canarias, pretende informar del estado actual del uso de las TIC en población juvenil usando una amplia representación de jóvenes entre 12 y 17 años afincados en la Co-

munidad Canaria. Las condiciones particulares de insularidad pueden ser un elemento diferencial frente a estudios realizados con población continental.

MÉTODO

Objetivo

El objetivo del presente trabajo es el estudio de los patrones o hábitos de uso de las Nuevas Tecnologías (concretamente: móvil-internet, videojuegos y apuestas online), en población adolescente de la Comunidad Canaria.

Muestra

Los resultados del presente trabajo se basan en la información obtenida a partir de una muestra evaluada de 6134 adolescentes, 3994 residentes en la Provincia de Santa Cruz de Tenerife (Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro) y 2142 en la Provincia de Las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote), de los cuales el 50,7% son chicos y el 49,3% chicas. La mayoría proceden de colegios públicos y de un nivel socioeconómico medio y medio-bajo. Las edades de los jóvenes estudiados se sitúan entre los 12 y los 17 años, con una media de 13,9 años.

En cuanto al nivel educativo, la muestra analizada en este trabajo se encuentra distribuida entre los cursos de 1º, 2º, 3º y 4º de la ESO y 1º, 2º y 3º de FP. Concretamente, el 32,6% de los alumnos evaluados estaban cursando Primero, el 29% Segundo, el 22,4% Tercero y el porcentaje menor (16%) cursaba Cuarto.



Instrumentos

Los datos de este trabajo fueron obtenidos a través del “Cuestionario exploratorio sobre los patrones de uso de tecnologías de la información y comunicación” (CEPU-TIC) elaborado expresamente por el equipo investigador.

El CEPU-TIC es un cuestionario compuesto por un total de 53 preguntas a través de las cuales se indaga sobre los patrones de uso de las TIC en los adolescentes. Las 13 preguntas iniciales (preguntas 1 a la 13) están destinadas a recoger datos de tipo sociodemográfico y variables de identificación. Le siguen un total de 22 preguntas adicionales (de la 14 a la 36) a través de las cuales se exploran los patrones de uso de Internet (disponibilidad, frecuencia de uso, tipo de uso, dispositivos para la conexión, tipo de aplicaciones, uso de redes sociales, etc.) así como dos preguntas auto-diagnósticas sobre dependencia y adicción a Internet. Especial atención se prestó a las preguntas referidas al uso de diferentes aplicaciones por parte de los participantes, tomando en consideración los resultados de otros trabajos (Widyanto, Griffiths, y Brunnsden, 2010) que subrayaban la existencia de diferentes patrones de uso según la aplicación empleada, así como la posible existencia de diferentes tipos de usuario. Finalmente, se dedican 11 preguntas (de la 37 a la 46) a explorar específicamente los patrones de uso de los videojuegos, y 7 al uso del móvil (de la 47 a la 53). Los formatos de respuesta de las 53 preguntas son cerrados con múltiples alternativas de respuesta y, en algunos casos, se incluyó la opción de respuesta “otros” acompañado de respuesta abierta tipo “¿cuál/cuáles/cuánto?”

Procedimiento

A través de la Dirección General de Salud Pública (Consejería de Sanidad) del Gobierno de Canarias se solicitó a los Colegios Oficiales de Psicología de Canarias (Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas) y la Universidad de La Laguna un estudio sobre la realidad actual de los adolescentes en el ámbito del uso de las TIC, así como la confección y validación de una Guía educativa que fomentara el buen uso de las mismas.

Con la colaboración de la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias se contactó con todos los Institutos de Educación Secundaria para ofrecerles la participación en este proyecto. Una vez recogidas las solicitudes se seleccionaron los IES atendiendo a la localización del centro, para garantizar la participación de todas las islas y de todos (o la mayor parte posible) de los municipios de la Comunidad. Participaron un total de 33 IES de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife y 25 de la Provincia de Las Palmas.

Una vez seleccionados y contactados los centros, un grupo de psicólogos especialistas en evaluación, que recibieron formación específica sobre los objetivos del Proyecto se desplazaron a los institutos y realizaron el pase de pruebas. La duración del pase fue de entre 50 y 70 minutos en grupos de 20/30 alumnos por pase. Se garantizó el anonimato (para potenciar la veracidad de las respuestas) y se incluyó una escala de sinceridad en el material de evaluación para poder excluir los casos de respuestas extremas que se consideraron inválidos.



RESULTADOS

Las siguientes tablas recogen los resultados obtenidos sobre los patrones de uso de las TIC en adolescentes del archipiélago canario, a través de estadísticos descriptivos (porcentajes y chi cuadrado).

En la tabla 1 se presentan los resultados relacionados con la frecuencia de uso de **Internet**.

El 43,10% de los adolescentes canarios usa dicha herramienta desde hace más de 5 años. Del total, el 47,72% de la muestra son chicos y un 38,35% chicas. En referencia al curso el 35,8% cursan 1º y 2º de ESO, mientras que un 54,61% pertenecía a 3º y 4º de ESO.

En cuanto a la **frecuencia de uso** de internet, el 61,00% de la muestra se conecta a diario. Las chicas (65,61%), usan internet con mayor frecuencia semanal que los chicos (56,77%). Los alumnos de cursos superiores (3º y 4º de ESO) usan internet con una mayor frecuencia semanal (75,10%) que los alumnos de 1º y 2º de ESO (52,25%).

El uso de internet varía en función del **tipo de jornada**. En días lectivos, el mayor porcentaje de alumnos (29,51%) se sitúan en menos de 1 hora diaria de uso. En días festivos, el mayor porcentaje se agrupa entre 1 y 3 horas diarias (29,50%). En ambos casos existen diferencias tanto en género como en curso. Ocurre algo similar en el uso de internet en período vacacional, el mayor porcentaje global se sitúa de nuevo, entre 1 y 3 horas diarias de uso, pero existen diferencias de género y curso. En el caso de varones y de cursos superiores, el mayor porcentaje se sitúa en el escalón superior (entre 3 y 6 horas de uso diario).

Cuando se pregunta a los alumnos por el tiempo de uso de internet por motivos ajenos al estudio, el mayor porcentaje se sitúa de nuevo entre 1 y 3 horas diarias.

En cuanto al **tipo de uso** que realizan los adolescentes de internet (tabla 2), observamos que en su gran mayoría se conectan para jugar con conocidos o amigos (86,29%), hacer trabajos escolares (78,87%), poder comunicarse con personas conocidas (63,63%) y para buscar información sobre intereses personales (60,59%). Cuando se trata de conectar con temas o personas desconocidas, los porcentajes son inferiores al 20% en todos los casos. En la misma tabla presentamos los porcentajes de tiempo dedicado a las tareas más relevantes. En la práctica totalidad, los porcentajes mayores se sitúan en la franja de “menos de 1 hora”, aunque existen diferencias en género y curso. Las chicas dedican más tiempo al uso de internet por motivos escolares (entre 1 y 2 horas) y los chicos dedican más tiempo a jugar que las chicas. En cuanto a la variable curso, los cursos superiores se comportan similar a como lo hace el grupo de mujeres: usan internet para tareas escolares por un espacio superior de tiempo (entre 1 y 2 horas diarias) y el mayor porcentaje no juegan durante la semana (el 32,29%).

En relación al patrón de uso de las **redes sociales** (tabla 3), observamos que el 69,09% de la población utiliza *whatsapp* a diario, siendo un 61,92% hombres y un 77,78% mujeres. Con respecto al curso, los alumnos de 3º y 4º de ESO realizan más uso diario de *whatsapp* (80,81%) que los alumnos de 1º y 2º de ESO (62,70%). La aplicación *snapchat* tiene un uso menor entre los adolescentes (solamente el 20,29% lo utiliza a diario, el 12,27% de varones y el 29,17% de las chicas). Encontramos que el 42,24% de los adolescentes que utilizan la aplicación *instagram* lo hacen a diario, de los cuales el 35,09% son chicos y el 50,99% chicas. En cuanto al curso, el 39,01% son alumnos de 1º y 2º de ESO y un 49,06% de 3º y 4º de ESO.

**Tabla I.** Frecuencia de uso de Internet

Variables	N	%	H	M	1º / 2º	3º / 4º
Usas internet						
Nada	144	2,30%	2,83%	1,91%	3,16%	1,14%
Desde hace 1 año	387	6,50%	6,92%	5,83%	9,04%	2,20%
Desde hace 2 años	699	11,50%	10,53%	12,56%	14,76%	6,44%
Desde hace 3 o 4 años	2220	36,60%	32,00%	41,35%	37,24%	35,61%
Desde hace 5 años o más	2614	43,10%	47,72%	38,35%	35,80%	54,61%
χ^2			0,45		8,37	
Con qué frecuencia semanal te conectas a internet						
Todos los días	3717	61,00%	56,77%	65,61%	52,25%	75,10%
5-6 veces por semana	807	13,30%	16,00%	10,47%	15,00%	10,54%
1-2 veces por semana	659	11,00%	12,60%	9,02%	13,48%	6,70%
Pocas veces	835	13,70%	13,43%	14,03%	17,90%	7,16%
Nunca	63	1,00%	1,20%	0,87%	1,37%	0,50%
χ^2			0,50		3,20	
Cuánto tiempo dedicas a internet los días que tienes clase						
Nada	685	11,35%	8,75%	14,03%	11,00%	12,50%
Menos de 1 hora	1781	29,51%	21,94%	37,34%	25,00%	37,80%
Entre 1 y 2 horas	1329	22,02%	27,58%	16,28%	26,00%	15,50%
Entre 2 y 3 horas	949	15,72%	17,80%	13,60%	17,00%	12,60%
Entre 3 y 5 horas	764	12,67%	15,40%	9,81%	13,00%	12,10%
Más de 5 horas	527	8,73%	8,53%	8,94%	8,00%	9,50%
χ^2			2,08		5,36	
Cuántas horas utilizas internet un día festivo, por motivos no relacionadas con el estudio						
Nada	292	4,81%	6,21%	3,38%	5,98%	2,97%
Menos de 1 hora	859	14,18%	13,55%	14,80%	16,95%	9,78%
De 1 a 3 horas	1789	29,50%	30,10%	28,90%	32,47%	24,83%
De 3 a 6 horas	1402	23,12%	24,44%	21,80%	21,02%	26,45%
De 6 a 9 horas	1129	18,62%	17,06%	20,20%	15,55%	23,47%
Más de 12 horas	592	9,77%	8,64%	10,92%	8,03%	12,50%
χ^2			0,91		3,95	
Cuántas horas pasas al día durante las vacaciones, conectado a internet						
Nada o menos de 1 hora	1063	17,64%	15,94%	25,56%	21,70%	11,26%
De 1 a 3 horas	1606	26,70%	23,00%	12,37%	29,04%	22,90%
De 3 a 6 horas	1284	21,30%	32,70%	6,70%	19,59%	24%
De 6 a 9 horas	855	14,18%	12,56%	20,75%	12,30%	17,50%
De 9 a 12 horas	728	12,08%	10,00%	20,00%	10,20%	14,70%
Más de 12 horas	490	8,10%	5,80%	14,62%	7,17%	9,64%
χ^2			22,58***		4,48	
Cuál es la mayor cantidad de tiempo que has invertido en internet por motivos ajenos al estudio						
Menos de 1 hora	685	11,35%	11,30%	11,09%	14,64%	6,18%
De 1 a 3 horas	1781	29,51%	27,46%	31,62%	33,28%	23,60%
De 3 a 6 horas	1329	22,02%	21,70%	22,38%	21,17%	23,35%
De 6 a 9 horas	949	15,72%	16,54%	14,89%	13,72%	18,88%
De 9 a 12 horas	764	12,40%	12,00%	13,24%	10,71%	15,72%
Más de 12 horas	527	9,00%	11,00%	6,78%	6,48%	12,27%
χ^2			0,31		5,19	

+ = $p \leq 0.10$; * = $p \leq 0.05$; ** = $p \leq 0.01$; *** = $p \leq 0.001$



Tabla 2. Uso de internet
Te conectas a internet para

Hacer trabajos escolares	4838	78,87%				
Buscar información sobre temas que me interesan personalmente	3717	60,59%				
Buscar información sobre temas generales que desconozco	725	11,82%				
Poder comunicarme con personas conocidas	3903	63,63%				
Poder comunicarme con desconocidos	319	5,20%				
Jugar con personas que no conozco en la vida real	983	16,02%				
Jugar con conocidos o amigos	2593	86,29%				
Enterarme de las cosas que publican o comparten los demás	2626	42,81%				
Para hacer nuevos amigos	303	4,94%				
Buscar información para tareas escolares						
Nada	349	5,69%	7,89%	3,55%	6,00%	5,41%
Menos de 1 hora	2480	40,43%	44,92%	36,78%	44,57%	35,82%
Entre 1 y 2 horas	2294	37,40%	33,35%	42,47%	33,40%	44,03%
Entre 2 y 3 horas	699	11,39%	10,11%	12,99%	12,12%	10,70%
Entre 3 y 5 horas	147	2,39%	1,88%	2,98%	2,46%	2,36%
Más de 5 horas	92	1,50%	1,82%	1,20%	1,41%	1,65%
χ^2				3,55		2,44
Buscar información para mis intereses personales						
Nada	659	11,76%	10,09%	10,09%	14,69%	5,03%
Menos de 1 hora	2212	34,82%	38,64%	38,64%	38,59%	33,76%
Entre 1 y 2 horas	1576	25,68%	26,60%	26,60%	25,23%	27,61%
Entre 2 y 3 horas	892	15,30%	14,32%	14,32%	11,84%	19,46%
Entre 3 y 5 horas	390	6,48%	6,45%	6,45%	5,37%	8,19%
Más de 5 horas	296	5,93%	3,86%	3,86%	4,26%	5,93%
χ^2				0,34		5,16
Para comunicarme con los demás						
Nada	571	9,31%	11,02%	7,88%	13,07%	3,80%
Menos de 1 hora	1421	23,16%	26,08%	20,98%	26,20%	19,44%
Entre 1 y 2 horas	1204	19,63%	20,59%	19,33%	20,85%	18,58%
Entre 2 y 3 horas	1041	16,97%	17,33%	17,21%	15,37%	20,25%
Entre 3 y 5 horas	763	12,44%	12,03%	13,30%	10,93%	15,38%
Más de 5 horas	1028	16,76%	12,94%	21,28%	13,56%	22,55%
χ^2				1,11		6,23
Jugar						
Nada	1736	28,30%	12,34%	45,64%	26,51%	32,29%
Menos de 1 hora	1521	24,79%	22,33%	28,13%	25,45%	24,78%
Entre 1 y 2 horas	1042	16,99%	20,96%	13,44%	18,96%	14,57%
Entre 2 y 3 horas	732	11,93%	17,50%	6,58%	11,95%	12,39%
Entre 3 y 5 horas	482	7,85%	12,05%	3,79%	7,60%	8,59%
Más de 5 horas	524	8,54%	14,79%	2,38%	9,49%	7,39%
χ^2				20,68***		1,15

+ = $p \leq 0.10$; * = $p \leq 0.05$; ** = $p \leq 0.01$; *** = $p \leq 0.001$

**Tabla 3.** Redes Sociales

Variables	N	%	H	M	1°/2°	3°/4°
WhatsApp						
Nunca	240	3,91%	5,38%	2,47%	5,06%	2,12%
Pocas veces al mes	453	7,39%	9,95%	4,87%	10,02%	3,40%
1-2 veces días semana	325	5,47%	6,61%	4,04%	6,91%	2,93%
3-4 días semana	392	6,39%	7,71%	5,14%	7,71%	4,46%
5-6 días semana	429	7,05%	8,43%	5,70%	7,55%	6,28%
A diario	4238	69,74%	61,92%	77,78%	62,70%	80,81%
χ^2			3,44		6,09	
Snapchat						
Nunca	3203	52,22%	65,46%	40,29%	55,85%	48,52%
Pocas veces	453	7,38%	7,92%	7,07%	8,20%	6,33%
1-2 días semana	352	5,74%	4,51%	7,17%	6,61%	4,57%
3-4 días semana	386	6,29%	5,30%	7,47%	6,64%	5,99%
5-6 días semana	402	6,55%	4,54%	8,81%	5,77%	8,08%
A diario	1245	20,29%	12,27%	29,17%	16,90%	26,48%
χ^2			6,64		1,13	
Instagram						
Nunca	1315	21,43%	26,45%	16,78%	24,86%	16,90%
Pocas veces	446	7,27%	8,79%	5,92%	8,79%	5,16%
1-2 días	484	7,89%	9,05%	6,93%	8,73%	6,87%
3-4 días	530	8,64%	9,84%	7,67%	8,27%	9,56%
5-6 días	672	10,95%	10,75%	11,51%	10,30%	12,42%
A diario	2591	42,24%	35,09%	50,99%	39,01%	49,06%
χ^2			2,98		2,68	
Videojuegos						
Nunca	1895	30,89%	12,20%	51,41%	29,77%	34,34%
Pocas veces	978	15,94%	12,98%	19,66%	17,33%	14,65%
1-2 días	877	14,30%	18,80%	10,29%	15,91%	12,56%
3-4 días	731	11,92%	16,73%	7,48%	11,62%	13,03%
5-6 días	527	8,59%	12,69%	4,75%	8,98%	8,46%
A diario	998	16,27%	26,59%	6,37%	16,40%	16,96%
χ^2			28,04***		0,94	
YouTube						
Nunca	453	7,38%	6,45%	8,56%	8,39%	6,09%
Pocas veces	604	9,84%	8,27%	11,75%	11,67%	7,36%
1-2 días	793	12,93%	12,24%	14%	14,08%	11,57%
3-4 días	1016	16,56%	16,02%	17,60%	15,43%	18,68%
5-6 días	1036	16,89%	17,16%	17,09%	16,79%	17,70%
A diario	2147	35,00%	39,86%	30,99%	33,44%	38,60%
χ^2			1,02		1,61	

+ = $p \leq 0.10$; * = $p \leq 0.05$; ** = $p \leq 0.01$; *** = $p \leq 0.001$



El 16,27% de la muestra informa que utiliza **videojuegos** a diario, siendo el porcentaje mayor en el caso de los chicos (un 25,59% frente al 6,37%). Por lo que se refiere al curso, no existen diferencias apreciables en la conducta de juego diario (16,96% en el caso de alumnos de 3º y 4º de ESO y un 16,40% en el de los alumnos de 1º y 2º de ESO). Por último, un 35% de los adolescentes utiliza la plataforma *Youtube* a diario, de los cuales un 39,86% son chicos y un 30,99% son chicas, encontrándose el porcentaje mayor de uso en los alumnos de 3º y 4º de ESO (38,60%) frente a los de cursos inferiores (33,44%).

En cuanto a los patrones de uso del **móvil**, en la tabla 4 se recogen los resultados obtenidos. En primer lugar, podemos comprobar que cerca del 97% de la población juvenil tiene móvil. De éstos, el 98% tiene internet en el terminal y un porcentaje alto se conecta habitualmente a internet desde este terminal (90%). Mujeres y cursos superiores son los que tienen porcentajes más altos.

Un 36,93% de los adolescentes se conecta siempre a las redes sociales a través del móvil, el 27,14% de los que se conectan son chicos, y el 46,91% son chicas. Si añadimos a ese porcentaje el que recoge a quienes se conectan con frecuencia, observamos que dos de cada tres jóvenes usa el móvil para conectarse a las redes sociales y en cursos superiores la ratio es casi de tres de cada cuatro jóvenes (45,94% mas 27,41%).

A pesar de que el 77,49% de la población estudiada declara que nunca ha jugado a juegos online ni ha apostado, existe un volumen importante de jóvenes que apuestan siempre o frecuentemente (3,74% y 7,20,

respectivamente). Estos porcentajes suben cuando consideramos el género (cerca de un 20% en el caso de varones apuestan siempre o frecuentemente) o el curso (12% de jóvenes de 3º y 4º de la ESO lo hacen siempre o frecuentemente).

En cuanto al grado de “enganche” auto-percibido de los adolescentes al móvil, los resultados muestran que un 25,09% de ellos se puntúan por encima de 6 sobre 10 y un 8,61 se califican con la máxima puntuación (10 sobre 10). Las chicas son las que alcanzan el porcentaje más alto (12%).

Cuando se les pide a los adolescentes que se califiquen como “adictos” o “no adictos”, de forma dicotómica (sí o no), los porcentajes son muy similares a los obtenidos con la autovaloración del nivel de enganche a través de una escala de 0 a 10; Así, en este último caso encontramos que cerca de un 30% se autocalifican como “adictos, que no pueden vivir sin el móvil”. De nuevo las chicas obtienen el porcentaje más altos en el Sí (36,45%).

En la tabla 5 se exponen los resultados referidos a los patrones de uso de los **Videojuegos**.

Observamos la marcada diferencia entre chicos y chicas en las dos opciones extremas referidas a la frecuencia de la conducta de juego. Mientras que el 43,70% de las chicas informa que no juega nunca y el 3,60% que juega todos los días, los chicos le dan la vuelta al resultado: el 19% juegan todos los días y solamente el 6% informa que no juega nunca. En la variable curso también se producen importantes diferencias, a menor edad mayor conducta de juego.

**Tabla 4.** Uso del móvil

Variables	%	H	M	1º/2º	3º/4º
¿Tienes móvil?					
SI	96,35%	95,19%	97,55%	95,00%	98,31%
NO	3,65%	4,81%	2,45%	5,00%	1,69%
χ^2		0,79		1,69	
¿Tienes internet en el móvil?					
SI	98,01%	97,85%	98%	98,06%	97,92%
NO	1,99%	2,15%	2%	1,94%	2,08%
χ^2		0,00		0,00	
¿Te sueles conectar al internet desde el móvil?					
SI	90,00%	88,67%	92,03%	88,14%	92,62%
NO	10,00%	11,33%	7,97%	11,86%	7,38%
χ^2		0,73		1,15	
¿Te conectas a redes sociales con el móvil?					
Siempre	36,93%	27,14%	46,91%	30,66%	45,94%
Con frecuencia	25,29%	25,93%	24,63%	23,81%	27,41%
A veces	18,41%	22,45%	14,29%	21,09%	14,55%
Nunca	19,36%	24,46%	14,15%	24,42%	12,07%
χ^2		7,12+		4,01	
¿Utilizas el móvil para jugar a juegos online, hacer apuestas deportivas, u otros juegos de azar?					
Siempre	3,74%	6,41%	1,00%	3,30%	4,36%
Con frecuencia	7,20%	12,62%	1,64%	6,73%	7,87%
A veces	11,54%	17,23%	5,71%	11,81%	11,14%
Nunca	77,49%	63,69%	91,63%	78,13%	76,57%
χ^2		18,21***		0,26	
Del 0 al 10, siendo el 10 el grado máximo de enganche, ¿cuál sería tu grado de enganche al móvil?					
0	17,84%	20,92%	14,54%	20,78%	13,44%
1.-3	20,32%	22,35%	18,15%	21,61%	18,39%
4.-6	28,11%	29,62%	26,05%	26,68%	30,00%
7.-9	25,09%	21,21%	29,26%	22,10%	30%
10	8,61%	5,90%	12%	8,83%	8,17%
χ^2		1,81		2,03	
Del 0 al 10, siendo el 10 el grado máximo de enganche, ¿cuál sería tu grado de enganche al móvil?					
0	17,84%	20,92%	14,54%	20,78%	13,44%
1.-3	20,32%	22,35%	18,15%	21,61%	18,39%
4.-6	28,11%	29,62%	26,05%	26,68%	30,00%
7.-9	25,09%	21,21%	29,26%	22,10%	30%
10	8,61%	5,90%	12%	8,83%	8,17%
χ^2		1,81		2,03	
Te definirías cómo un "adicto al móvil", no puedo vivir sin el móvil					
SI	29,76%	23,04%	36,45%	28,81%	31,12%
NO	70,23%	76,96%	63,55%	71,19%	68,88%
χ^2		4,30+		0,13	

+ = $p \leq 0,10$; * = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$; *** = $p \leq 0,001$



Tabla 5. Videojuegos y apuestas online

Variables	%	H	M	1º/ 2º	3º/4º
¿Con qué frecuencia juegas a los videojuegos?					
Todos los días	11,30%	19,00%	3,60%	18,52%	8,01%
5-6 veces a la semana	10,60%	17,50%	3,53%	18,07%	7,39%
3-4 veces a la semana	12,74%	20,40%	4,69%	21,63%	8,70%
1-2 días a la semana	13,45%	19,90%	6,88%	20,04%	10,45%
Muy pocas veces	27,28%	17,20%	37,60%	16,34%	32,25%
No juego nunca	24,63%	6,00%	43,70%	5,40%	33,20%
χ^2		29,61***		14,15**	
¿Juegas a videojuegos online?					
Sí	66,67%	86,01%	46,80%	67,30%	65,72%
No	33,33%	13,99%	53,20%	32,70%	34,28%
χ^2		34,46***		0,06	
¿Juegas a videojuegos desde el móvil?					
Sí	62,23%	76,56%	47,15%	62,62%	61,63%
NO	37,77%	23,44%	52,85%	37,38%	38,37%
χ^2		18,32***		0,02	
Cuando juegas entre semana (de lunes a viernes), ¿cuánto tiempo dedicas, aproximadamente?					
Menos de una hora	55,30%	39,31 %	76,00%	54,60%	53,90%
1-3 horas	29,60%	38,71%	18,00%	27,59%	31,47%
3-6 horas	10,10%	14,66%	4,10%	9,88%	10,00%
6-9 horas	3,50%	5,16%	1,40%	3,50%	3,34%
Más de 9 horas	1,50%	2,16%	0,50%	4,43%	1,29%
χ^2		22,88***		0,18	
Los fines de semana o festivos, ¿cuánto tiempo dedicas al día a jugar? %					
Menos de 1 hora	17,59%	18,00%	19,00%	8,40%	40,50%
De 1 a 3 horas	34,82%	34,30%	35,00%	39,84%	23,84%
De 3 a 6 horas	30,89%	30,90%	31,00%	32,99%	23,65%
De 9 a 12 horas	12,80%	12,99%	12,00%	14,53%	9,01%
Más de 12 horas	3,90%	3,81%	3,00%	4,12%	3,00%
χ^2		14,15***		23,26***	
Del 0 al 10, ¿cuál sería tu grado de “enganche” a los videojuegos?					
Nada	34,92%	12,18%	58,54%	32,70%	38,30%
Un poco	30,09%	31,05%	29,10%	32,11%	27,00%
Bastante	16,82%	25,54%	7,76%	16,73%	16,96%
Mucho	13,32%	22,78%	3,49%	13,30%	13,35%
Excesivamente	4,85%	8,45%	1,12%	5,16%	4,39%
χ^2		39,94***		0,89	
¿Realizas compras o haces pagos en los videojuegos a los que juegas?					
Siempre	0,94%	1,44%	0,43%	0,94%	0,94%
Con frecuencia	1,81%	3,35%	0,23%	1,68%	2,01%
A veces	22,97%	38,08%	7,46%	22,64%	23,47%
Nunca	74,26%	57,12%	91,86%	74,72%	73,56%
χ^2		23,84***		0,04	
¿Juegas a juegos de azar o de apuesta por internet?					
Siempre	0,48%	0,75%	0,19%	0,47%	0,48%
Con frecuencia	1,32%	2,25%	0,34%	1,38%	1,21%
A veces	9,40%	14,31%	4,27%	8,02%	11,52%
Nunca	88,81%	82,69%	95,19%	90,12%	86,79%
χ^2		7,16+		0,64	

+ = $p \leq 0.10$; * = $p \leq 0.05$; ** = $p \leq 0.01$; *** = $p \leq 0.001$



Cuando se les pregunta a los jóvenes si juegan a videojuegos online y si usan el móvil para jugar, se comprueba nuevamente que los varones presentan porcentajes superiores en el SI. En la variable curso, sin embargo, las diferencias no son tan marcadas.

En cuanto al tiempo que dedican a jugar (los que juegan), podemos observar que la mayoría dedica menos de una hora al día, a lo largo de la semana, y entre 1 y 3 horas los festivos y fines de semana. El porcentaje de jóvenes que juegan por encima de las 6 horas entre semana se sitúa por debajo del 5% y el de los que lo hacen por encima de las 9 horas en fines de semana, se sitúa por debajo del 15%. Resultados similares encontramos al preguntar sobre el grado de “enganche” a los videojuegos, cerca del 5% contestan que “excesivamente” y algo menos del 15% informan de un nivel alto (“mucho”). Las diferencias entre chicas y chicos son importantes.

Esta diferencia de género también se observa en la conducta de pagos (realizar compras relacionadas con los videojuegos) y en las apuestas online. El número de chicos que gastan dinero a través de internet es un porcentaje pequeño, pero representa el doble que las chicas. El porcentaje de menores que alguna vez ha gastado dinero en compras y ha realizado apuestas online es, en el caso de los chicos del 42,88% y de 17,31% respectivamente, frente al 8,14% y 4,81% en el caso de las chicas (adviértase que en nuestro país está prohibido realizar apuestas online si eres menor de 18 años),.

DISCUSIÓN

El uso de las nuevas tecnologías por parte de los jóvenes es un hecho incuestionable. El

porcentaje de jóvenes que no tiene móvil, o que no se conecta a internet, apenas llega al 4%. A partir de los 14 años, aproximadamente, ese porcentaje se reduce al 1% de la población estudiada por nosotros.

Los resultados obtenidos en este estudio han permitido comprobar que es habitual el uso de internet en población juvenil, prácticamente diario, con una duración de conexión de alrededor de una hora en días lectivos y de 1 a 3 horas en fines de semana o periodo vacacional. Los porcentajes de jóvenes que usan internet van cayendo cuando se sobrepasa ese tiempo. De hecho, observamos que por encima de 5 horas en días lectivos o de 12 en periodo vacacional o fines de semana, los porcentajes encontrados tienden a situarse por debajo del 10%.

También se constata que la mayoría de los usuarios prefieren usar internet para realizar tareas escolares, buscar información y jugar con amigos. El porcentaje de jóvenes que usan internet para contactar con personas desconocidas se sitúa en el 5% y en caso de que ese contacto con desconocidos sea para jugar, el porcentaje asciende al 16%.

La plataforma más usada a diario, por la gran mayoría de la muestra evaluada, es whatsapp (cerca de 70%), seguida de Instagram (42%). En ambos casos, las chicas superan a los chicos en su uso.

Se observa también que casi la totalidad de los chicos y chicas canarias disponen de internet en el móvil, se conectan a diario, y lo hacen principalmente para entrar en las redes sociales. Además, aunque los porcentajes son bajos, el móvil es usado para compras y apuestas deportivas, uso claramente indebido si tenemos en cuenta que la población evaluada es menor de edad.



En general, la muestra examinada percibe que hace un uso razonable del móvil, pero un porcentaje importante, cerca del 30%, se autocalifica de “enganchado” o “adicto”.

En el terreno de los videojuegos cabe destacar, como se ha recogido en distintos estudios, el porcentaje superior de chicos frente a chicas que juegan. Y, como ocurría en la conducta de navegar por internet, el tiempo que le dedica el adolescente a jugar entre semana es inferior a una hora y en fines de semana o vacaciones se sitúa entre 1 y 3 horas de juego.

Por último, el porcentaje de jóvenes que se autocalifican como “enganchados” a los videojuegos ronda el 20% en la muestra total, siendo superior este porcentaje en los chicos—(más del 30%) frente a las jóvenes (algo menos del 5%).

CONCLUSIONES

1. La población adolescente estudiada por nosotros, en su práctica totalidad, hace uso del móvil y de las redes sociales.
2. El tiempo de uso más habitual, y que probablemente indique un buen uso de las TIC, se sitúa entre una y tres horas en tiempo lectivo y algo superior en periodo vacacional o de fin de semana. Tiempos superiores a 5 horas en tiempo lectivo y por encima de 9 en periodo vacacional, muy probablemente entrañen riesgos de mal uso y adicción.
3. En este sentido, cerca del 30% de la población entrevistada se autocalifica como “enganchados” a las nuevas tecnologías y muy probablemente alrededor del 10% de la muestra evaluada está en riesgo de abuso o adicción.
4. Los chicos destacan frente a las chicas en el uso de las nuevas tecnologías para jugar (tanto a través del móvil como por medio de videoconsola). Los porcentajes en este terreno han presentado diferencias estadísticamente significativas.
5. Por último, el fenómeno de las apuestas online ha llegado a población adolescente. Aunque el porcentaje de jóvenes que apuestan a través de las TIC es bajo, ninguno de ellos tiene la mayoría de edad que le permite apostar de forma legal. No es exagerado pensar que nos encontramos en estas edades con el germen de la ludopatía, en un terreno especialmente peligroso por la accesibilidad de este tipo de acciones de juego.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carbonell, X., Fúster, H., Chamarro, A. y Oberst, U. (2012). Adicción a Internet y móvil: una revisión de estudios empíricos españoles. *Papeles del Psicólogo*, 33 (2), 82-89.
- Castellana, M., Sánchez-Carbonell, X., Bernuy, M. y Graner, C. (2006). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 3, 196-204.
- Davis, R.A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 87-95.
- Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 37 (4), 435-445.



- Echeburúa, E. y Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22, 91-96.
- Fajardo, M. I.; Gordillo, M., Regalado, A. B. (2013). Sexting: nuevos usos de la tecnología y la sexualidad en adolescentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1 (1), 521-533.
- Fernández, C. I. (2011). El acoso telemático en menores: Ciberacoso y *grooming*. *Revista Psicología Científica*, 13(12). Disponible en: <http://www.psicologiacientifica.com/ciberacoso-grooming-en-menores>
- Figuer, C., González, M., Malo, M. y Casas, S. (2005) El mon adolescent en l'entorn de l'ús de l'ordinador i Internet. *Perspectiva Escolar*, 299, 36-41.
- Garmendia, M., Garitaonandia, C., Martínez, G. y Casado, M.A. (2011). Riesgos y seguridad en Internet: los menores españoles en el contexto europeo. Universidad del País Vasco, Bilbao: EU Kids Online. Recuperado de: http://www.sociologia.ehu.es/s0018eudkidsct/es/contenidos/noticias/eukids_informe_280311/es_not/adjuntos/Informe_Espa%C3%B1a_completo_red.pdf.
- Griffiths, M.D. (1995). Technological addictions clinical. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2017). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares (TIC). Madrid: Autor. Recuperado de <http://www.ine.es/prensa/np803.pdf>
- Jiménez-Albiar, M.I., Piqueras, J.A., Mateu-Martínez, O., Carballo, J.L., Orgilés, M. y Espada, J.P. (2012). Diferencias de sexo, características de personalidad y afrontamiento en el uso de Internet, el móvil y los videojuegos en la adolescencia. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 12 (1), 57-78.
- Labrador, F.J. y Villadangos, S.M. (2010). Menores y nuevas tecnologías: conductas indicadoras de posible problema de adicción. *Psicothema*, 22, 180-188.
- Levis, D. (2002). Videojuegos, cambios y permanencias. *Comunicación y pedagogía*, 184, 65-69.
- Luengo, A. (2004). Adicción a Internet: conceptualización y propuesta de intervención. *Revista Profesional Española de Terapia Cognitivo-Conductual*, 2, 22-52.
- Malo, S., Figuer, C., González, M. y Casas, F. (2005). El teléfono móvil: un rápido cambio tecnológico y también de relación. *Perspectiva Escolar*, 299, 28-35.
- Marchargo, J., Luján, León, M.I., López, P. y Martín, M.E. (2003). Videojuegos por los adolescentes. *Anuario de Filosofía, Psicología y Sociología*, 6, 159-172.
- Marco, C. y Chóliz, M. (2013). Tratamiento cognitivo-conductual en un caso de adicción a Internet y videojuegos. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 13 (1), 125-141.
- Moreno, T. e Isidro, A.I. (2018). Relación de los menores con las redes sociales y el whatsapp: causas y consecuencias. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología* 1 (3), 213-222.



- Muñoz-Rivas, M.J., Navarro, M.E. y Ortega, N. (2003). Patrones de uso de Internet en población universitaria española. *Adicciones*, 15, 137-144.
- Patchin, J. e Hinduja, S. (2006). Bullies move beyond the schoolyard: A preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 4, 148-169. doi: 10.1177/1541204006286288.
- Pérez, P., Flores, J., de la Fuente, S., Álvarez, E., García, L., y Gutiérrez, C. (2011) Guía sobre adolescencia y sexting: qué es y cómo prevenirlo. *Observatorio de la Seguridad de la Información de INTECO y Pantallas Amigas*.
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T. y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología*, 30 (2), 642-655.
- Seybert, H. y Reinecke, P. (2013). *ICT (information and communication technology) usage in households and by individuals*. Luxemburgo: Eurostat European Commission. Recuperado de: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Internet_use_statistics_individuals
- Smith, P.K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S. y Tippelt, N. (2008). Cyberbullying its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatric*, 49, 376-385.
- Villadangos, S. y Labrador, F. (2009). Menores y Nuevas Tecnologías (NT): ¿uso o abuso? *Anuario de Psicología Clínica y de la Salud*, 5, 75-83
- Weiser, E.B. (2000). Gender Differences in Internet Use Patterns and Internet Application Preferences: A Two-Sample Comparison. *Cyberpsychology and Behaviour*, 3, 167-178.
- Weiser, E.B. (2001). The functions of Internet use and their social and psychological consequences. *CyberPsychology Behavior*, 4, 723-743.
- Widyanto, L., Griffiths, M. y Brunnsden, V. (2010). A Psychometric Comparison of the Internet Addiction Test, the Internet-Related Problem Scale, and Self-Diagnosis. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 00, 00, 1-9.