

# **Patrones de uso, abuso y dependencia a las tecnologías de la información en menores**

**(Internet, móvil, videojuegos, TV)**

**INFORME FINAL, ABRIL 2011**

**Estudio realizado por CONF.I.A.S.,  
Fundación para una Infancia y adolescencia saludables:**

Dr. Javier San Sebastián Cabaés  
Dr. Javier Quintero Gutiérrez del Álamo  
Dr. Javier Correas Lauffer  
Dra. María José de Dios Pérez  
Dra. Teresa Echániz Salgado



Fundación para una infancia y adolescencia saludables

**En colaboración con el Consejo Escolar  
de la Comunidad de Madrid**



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
OBJETIVOS .....	9
METODOLOGÍA .....	11
RESULTADOS .....	17
1. Datos descriptivos del uso de tecnologías .....	19
1.1. Frecuencia de uso de las tecnologías .....	20
1.2. Uso de tecnologías en función de la edad y el sexo .....	22
1.3. Fracaso escolar y uso de las tecnologías .....	29
2. Uso y abuso de Internet .....	36
2.1. Características generales del uso de Internet .....	37
2.2. Uso de Internet según edad y sexo .....	47
2.3. Perfiles de uso de Internet .....	64
2.4. Características de los perfiles de Internet .....	81
2.5. Adicción a Internet .....	98
2.6. Valores y uso de Internet .....	112
3. Uso y abuso del Teléfono Móvil .....	143
3.1. Características generales del uso del Teléfono Móvil .....	144
3.2. Uso del Teléfono Móvil según edad y sexo .....	155
3.3. Perfiles de uso del Teléfono Móvil .....	167
3.4. Características de los perfiles de Teléfono Móvil .....	169
3.5. Adicción al Teléfono Móvil .....	180
3.6. Valores y uso del Teléfono Móvil .....	194
4. Uso y abuso de los Videojuegos .....	205
4.1. Características generales del uso de los Videojuegos .....	206
4.2. Uso de los Videojuegos según edad y sexo .....	212
4.3. Perfiles de uso de los Videojuegos .....	215
4.4. Características de los perfiles de los Videojuegos .....	218
4.5. Adicción a los Videojuegos .....	227
4.6. Valores y uso de los Videojuegos .....	241
5. Uso y abuso de la TV .....	251
5.1. Características generales del uso de la TV .....	252
5.2. Uso de la TV según edad y sexo .....	264
5.3. Perfiles de uso de la TV .....	286
5.4. Características de los perfiles de la TV .....	290
5.5. Adicción a la TV .....	301
5.6. Valores y uso de la TV .....	315

# **INTRODUCCIÓN**

La Fundación CONF.I.A.S. tiene entre sus objetivos la realización de actividades de investigación y de estudios epidemiológicos relacionados con situaciones que afectan a la infancia y a la adolescencia, desde una perspectiva multidisciplinar; en este marco, se encuadra la investigación llevada a cabo por el equipo de CONF.I.A.S. en colaboración con el Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid, que tiene como finalidad el estudio del uso, abuso y dependencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los adolescentes madrileños.

El estudio del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) es constante desde los años 80, cuando realmente empiezan a extenderse a la población tecnologías hasta ese momento inexistentes, y se ha ido incrementando de forma progresiva al mismo ritmo que van aumentando y desarrollándose nuevas tecnologías que están al alcance de la mayor parte de la sociedad. Las TICs realizan un conjunto de aportaciones al desarrollo de la sociedad de suma importancia. Las más importantes son que permiten un fácil acceso a una inmensa fuente de información, permitiendo un acceso rápido a todo tipo de datos. Además, han abierto en los últimos años canales de comunicación inmediata inimaginables hace veinte años (comunicación a través de teléfonos móviles, correo electrónico, chat, messenger, etc)

Los adolescentes constituyen uno de los sectores de la población que adoptan con mayor facilidad las TICs, ya que su desarrollo va íntimamente ligado a la evolución de una sociedad cada vez más influida por el uso de nuevas tecnologías. Los jóvenes y adolescentes las han incorporado a sus vidas como instrumentos de adquisición de información, de comunicación con los demás y de diversión.

Sin embargo, el uso de TICs desde edades muy tempranas no va siempre unido a un uso racional y coherente de las mismas. Concretamente, se puede hablar de dos desviaciones de lo que podríamos considerar el "buen uso" de las TICs: Por una parte, el "mal uso" de las TICs, considerado como un uso indebido o para fines poco lícitos. Y, por otra parte, el "abuso" de las TICs o "uso patológico" que conduce a la adicción.

Dentro de lo que denominamos TICs pueden incluirse multitud de tecnologías, aunque, las usadas más frecuentemente entre jóvenes y adolescentes son el ordenador, Internet, teléfono móvil, MP3 y televisión (Fundación Eroski, 2007; IESE, 2004; Observatorio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2006). Estos estudios se han dedicado a analizar los hábitos de consumo de las TICs por parte de los jóvenes, sin analizar su procedimiento de uso, y la adecuación del mismo.

Este estudio se ha centrado en cuatro de estas tecnologías:

- Internet
- Juegos de videoconsola y ordenador
- Teléfono móvil
- Televisión

Las razones por las que se han elegido estas cuatro tecnologías se deben, por una parte, a que están entre las más comúnmente utilizadas por los adolescentes (un estudio piloto realizado por CONFIAS permitió comprobar este aspecto); y, por otra parte, a que poseen unas características que las convierten en tecnologías con un mayor riesgo de abuso y de adicción según indica la literatura sobre el tema.

En España, diversos trabajos han analizado con mayor profundidad la relación entre las TICs y los jóvenes (INJUVE-FAD, 2006; Naval, Lara, Portilla y Sadaba, 2002; Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, 2004, 2005; Gil, Feliu i Samuel-Lajeunesse, Vall-Llovera i Llovet, 2005). La mayor parte de estos trabajos han descrito el perfil de uso de las TICs –o al menos de algunas de ellas– por los niños y adolescentes, sin establecer claras distinciones entre lo que supone un uso “normal” y un abuso o un uso inadecuado. Asimismo, la relación del comportamiento ante las TICs y otros hábitos de vida de los jóvenes y adolescentes ha sido escasamente estudiada.

De todas las tecnologías, la más ampliamente estudiada en población adolescente ha sido Internet. El interés hacia ese estudio ha estado centrado principalmente en el modo en que utilizan esta tecnología, preocupándose fundamentalmente por el uso patológico o adicción a Internet. Sin embargo, la adicción podría considerarse el último paso de un proceso continuo que varía desde un uso racional y adecuado hasta un uso abusivo y adictivo, pasando por un uso que se podría denominar como uso inadecuado de Internet.

El abuso de las TICs hasta convertirse en adicción comenzó a estudiarse en los años 90 (Young, 1996) haciendo especial incidencia en los límites entre el uso y abuso de Internet. Estos trabajos abrieron una nueva línea de investigación que hace especial incidencia en los límites entre el uso y abuso de Internet. Algunos de estos estudios realizados en España relativos al uso problemático de Internet (de García, Vigo, Fernández y Marcó, 2002) encontraron en un 4,9% de los internautas españoles manifestaciones como sentimientos de culpa, deseo intenso de estar o continuar la conexión a Internet, pérdida de control y pérdida de tiempo de trabajo o clase. Estos rasgos son claros de lo que habitualmente se han denominado adicción a la red. Este estudio se ha realizado con internautas de todas las edades. Otros estudios realizados con jóvenes universitarios (García del Castillo et al, 2008) aportan resultados semejantes.

Aunque esta línea lleva funcionando más de 10 años, los resultados hoy en día siguen sin ser concluyentes; parece mayoritariamente aceptada la existencia de una adicción a las TICs, especialmente a Internet, pero continúa sin existir un consenso sobre qué se considera adicción a las tecnologías y qué rasgos incluyen, con resultados muy dispares de unos estudios a otros y, en muchos casos, incluso contradictorios. Concretamente, el estudio del uso inadecuado de Internet y de su adicción presenta dos problemas generales que han sido ampliamente señalados en la literatura.

El primero de ellos se centra en la falta de consenso para establecer los límites entre lo que se consideraría un uso normal de esta tecnologías y un uso patológico o abusivo de la misma. En este sentido, el tiempo de uso ha

constituido la variable más utilizada para hablar de adicción (Young, 1998; Chou, 2001, Graner et al., 2005), aunque en ese sentido no existe consenso sobre el número de horas de lo que supondría un uso abusivo de Internet. Actualmente se considera que para poder considerar un caso de adicción a Internet es necesario tomar en consideración otros múltiples factores además del tiempo de uso (Estallo, 2001). Es decir, un cuadro de abuso o adicción a la red iría más allá de un exceso de tiempo usándolas, sino que sería necesario definir un cuadro más amplio que incluyera hábitos de uso, características psicosociales y rasgos adictivos.

El segundo problema está relacionado con los instrumentos de medida utilizados para poder evaluar el uso de Internet, en este caso en adolescentes. La mayoría de las investigaciones realizadas se ha centrado en el análisis de los casos extremos, es decir, en los que se puede hablar de adicción a Internet siguiendo los criterios de la DSM-IV para la adicción al juego patológico y otras adicciones. Sin embargo, en la mayor parte de estos trabajos no se estudian los casos que pueden implicar riesgo de futura adicción ni las características de uso de las tecnologías que pueden ir asociadas a una forma de uso incorrecta.

En otros países, el tipo de instrumentos utilizados son similares, basados fundamentalmente en la valoración de la adicción a Internet según los criterios establecidos por Young y en sus propuestas de evaluación de la adicción (Young, 1996 a, b; 1999). Aunque, en algunos casos, se ha considerado conveniente la ampliación de la información necesaria para poder valorar el abuso de Internet con otras técnicas como la entrevista (Beard, 2005).

Lo que sí parece claro, es que el uso abusivo de las TICs parece asociado a diversos problemas psicosociales (Chou, Condron y Belland, 2005) y produce graves consecuencias como cualquier otro tipo de adicción.

Teniendo en cuenta que parece existir un consenso en que las TICs pueden producir adicción, uno de los principales problemas que se plantea la investigación actual es el modo de definir la adicción a las TICs. Algunos autores abogan por extrapolar los criterios del juego patológico a la adicción a las tecnologías. Sin embargo, hoy en día no está muy claro que dichos criterios sean totalmente adecuados para definir la adicción a las tecnologías, sino que parece necesario investigación más amplia que permita definir unos criterios propios para este tipo de adicciones.

Un problema añadido en lo que se refiere a las investigaciones españolas reside en el hecho de que existen pocos instrumentos validados en idioma español. En el momento en que se realizó la recogida de datos para este estudio, se utilizó la única escala existente en español validada para evaluar la adicción a conductas, elaborada por Ramos, San Sebastián y Madoz (2001). Al igual que las escalas creadas recientemente, sus ítems están basados en los criterios DSM-IV para el abuso de sustancias y juego patológico.

En la actualidad, se está realizando un mayor trabajo en ese sentido en España; ello está provocando la aparición de nuevas escalas de medida de la adicción en jóvenes validadas. Por ejemplo, es preciso destacar la escala

elaborada por Beranuy, Chamarro, Graner y Carbonell (2009) para medir la adicción a Internet y al teléfono móvil.

Sin embargo, la aparición de estas escalas es muy reciente y aún siguen careciendo de una visión global del problema que evalúe otros aspectos relacionados con el uso de la tecnología que pueden llegar a influir en el modo de enfrentarse a las tecnologías; esos factores deberían tenerse en cuenta para poder llegar a conocer no sólo el grado en el que los adolescentes utilizan Internet, sino también cómo lo utilizan, de modo que se puedan crear perfiles que definan el tipo de uso que realizan los adolescentes. A estos perfiles, sería necesario añadir escalas de adicción para poder relacionar dichos perfiles con el uso problemático desde un punto de vista clínico.

Al margen del estudio de la prevalencia de la adicción a las tecnologías entre adolescentes, la relación entre el uso que se hace de las mismas y otros factores ha sido ampliamente estudiada en otros países en lo que respecta a Internet, pero no a otras tecnologías. Concretamente, el uso abusivo de Internet parece asociado a diversos problemas psicosociales (Chou, Condrón y Belland, 2005), como la existencia de problemas en el seno de la familia (Peng y Zhou, 2007). Además, investigaciones previas han señalado la relación significativa entre el uso problemático de Internet y trastornos psiquiátricos, como la relación con la existencia de síntomas depresivos en el adolescente, así como síntomas obsesivo-compulsivos (Ha et al, 2009), hostilidad (Yen, Ko, Yen, Chen, Chung, y Chen, 2008) e impulsividad (Cao, Su, Liu y Gao, 2007). Además, se ha comprobado la relación entre la adicción y conductas agresivas en adolescentes (Ki, Yen, Liua, Huang y Yen, 2009). Asimismo, parece relacionado con problemas en el consumo de otras sustancias como el alcohol (Ko, Yen, Chen, Weng y Chen, 2008).

Otro dato que es preciso tener en cuenta es el conjunto de investigaciones que han analizado factores psicosociales relacionados con el uso de Internet. La literatura indica diferencias en la edad a la que se ha empezado a usar en Internet entre los adolescentes que mayor o menor grado de abuso a esta tecnología, habiendo comenzado antes los chicos/as que tienden a utilizarla en mayor medida en la adolescencia (Zhou, Tang y Peng, 2009). Asimismo, parece que el riesgo de adicción está asociado en mayor medida a los varones (Siomos et al, 2008), a una mayor cantidad de horas de uso y mayor uso del correo electrónico (Zhou et al, 2009), y a una mayor presencia en chats y juegos on line (Siomos et al, 2008).

En resumen, la investigación sobre el uso de tecnologías en adolescentes ha tomado tres caminos bien diferenciados, al menos en lo que se refiere a internet, la tecnología más ampliamente estudiada. El primero, se ha centrado exclusivamente en el estudio de la prevalencia de adicción a Internet, con investigaciones centradas en escalas clínicas. El segundo, se ha focalizado en el estudio de la relación entre uso abusivo de Internet y otras patologías. Y el tercero, ha estudiado las características psicosociales de los usuarios de Internet.

En conclusión, actualmente no existe un perfil claro del uso de las TICs entre los adolescentes, ni se conoce con precisión el alcance en esta población de la problemática asociada a la adicción o dependencia de las TICs, al menos en

nuestro país. El punto de vista adoptado en este trabajo pretende unificar estos tres caminos de investigación mencionados anteriormente y extrapolarlo al estudio de diferentes tecnologías. Con ello, se pretende obtener perfiles diferenciados en el uso de cada una de las TICs, estableciendo un continuo uso normal-uso patológico, en el que se pueden establecer distintos puntos intermedios. Además, el objetivo de dichos perfiles supone conocer no solo los rasgos adictivos de los usuarios, sino también las características sociales y de otros rasgos psicológicos de dichos perfiles. Estos datos, en conjunto, pueden proporcionar perfiles que engloban una serie de rasgos que permitan evaluar el posible riesgo de adicción a las TICs, teniendo en cuenta aspectos más globales que van más allá del simple análisis de rasgos adictivos de cada adolescente. En ese sentido, el objetivo principal de este trabajo es poder establecer perfiles de conducta que permita detectar el uso problemático desde edades tempranas en cuatro tecnologías: Internet, videojuegos, televisión y teléfono móvil, y, una vez conocidos esos perfiles, explorar todas sus características que puedan ser de utilidad para el diseño de programas preventivos de mal uso o adicción a las mismas.

# **OBJETIVOS**

En este marco de una multitud de factores para explicar el uso y abuso de las tecnologías, se sitúa este trabajo, que presenta los siguientes objetivos generales<sup>1</sup>:

- 1.** Conocer la situación actual de los adolescentes en lo que respecta al uso de las TICs. Hay que tener en cuenta que es un campo que avanza constantemente y los estudios realizados se quedan obsoletos con gran rapidez.
- 2.** Establecer perfiles de usuarios de las TICs. Para ello es necesario tener en cuenta variables de muy diversa índole, no sólo el tiempo, o los hábitos de uso, sino también variables sociodemográficas, psicológicas, hábitos de vida, etc. Es decir, establecer perfiles desde la perspectiva multifactorial señalada antes. Con esto se pretende definir lo que serían tanto "buenos usuarios" como "malos usuarios" de la tecnología, y su incidencia en jóvenes.
- 3.** Estudiar la relación entre estos perfiles de uso de las tecnologías y el posible riesgo de adicción a las mismas. En este trabajo se parte de la hipótesis de que determinados perfiles de uso, determinadas formas de utilizar una tecnología, pueden ser más propicias o presentar más riesgo de poder llegar a desarrollar una adicción. De esta manera, este estudio pretende llegar a tener perfiles que permitan detectar un mayor o menor riesgo de desarrollar una adicción, lo que puede tener una gran utilidad tanto para la prevención de la adicción como para la detección de casos en los que ya existe un claro riesgo de desarrollarla.
- 4.** Analizar la relación entre los valores personales de los adolescentes, las tecnologías y su rendimiento escolar, con el objetivo de que estos datos puedan resultar de utilidad para el diseño y realización de acciones preventivas de la adicción a las TICs.

---

<sup>1</sup> Los resultados de la investigación que se ha llevado a cabo son más amplios y numerosos de los aquí expuestos, pero se han resumido en este informe ya que los resultados presentados se refieren a dichos objetivos.

# **METODOLOGÍA**

## Participantes

El estudio se ha llevado a cabo con un total de 1509 estudiantes escolarizados en los cuatro niveles educativos de Educación Secundaria Obligatoria, pertenecientes a 16 centros educativos públicos, concertados y privados ubicados en distintos municipios de la Comunidad de Madrid.

La selección del conjunto de alumnos/as participantes se llevó a cabo mediante un muestreo estratificado por conglomerados polietápico. La unidad muestral fueron los centros educativos que imparten Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad de Madrid. Los estratos se establecieron en función de tres variables relevantes para este estudio: tamaño del hábitat, titularidad del centro y nivel educativo. Para las dos primeras variables se realizaron afijaciones proporcionales, manteniendo las proporciones de la población escolarizada en Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad de Madrid, mientras que en el nivel educativo se realizó una afijación simple.

El tamaño de la muestra se determinó a partir de los datos del censo de centros de Educación Secundaria Obligatoria de la Comunidad de Madrid, considerando un error muestral de  $\pm 6\%$ , nivel de confianza del 95% y  $p = q = 0,50$ . Además se realizó una corrección correspondiente al diseño del muestreo por conglomerados. Se seleccionaron un total de 16 centros que imparten Educación Secundaria Obligatoria, respetando la distribución proporcional por tamaño del hábitat y titularidad de los centros. De cada centro educativo se seleccionó aleatoriamente un grupo por curso, que participó en el estudio.

Estas características en el proceso de muestreo permiten considerar a esta muestra como representativa del alumnado de Madrid, con el mínimo error muestral.

Las características de la muestra en función de estas variables son las siguientes.

Los municipios que aportaron centros educativos y el número de participantes en cada municipio fueron los siguientes:

**Tabla 1**

	Frecuencia	Porcentaje
Torrelozones	94	6,2
Madrid	699	46,3
Villanueva de la Cañada	84	5,6
Tres Cantos	101	6,7
Majadahonda	81	5,4
Alcobendas	99	6,6
Coslada	83	5,5
Leganés	90	6,0
Algete	82	5,4
Alcalá de Henares	96	6,4
<b>Total</b>	<b>1.509</b>	<b>100,0</b>

Como se aprecia en la tabla 1, el muestreo permitió recoger datos de municipios con características muy diferentes. Si se atiende al tamaño de estos municipios, la distribución de la muestra se ajusta a la distribución poblacional en la Comunidad de Madrid.

**Tabla 2**

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20.000 hab.	166	11,0
20.000-100.000 hab.	359	23,8
100.000-500.000 hab	285	18,9
Más de 500.000 hab.	699	46,3
<b>Total</b>	<b>1.509</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la titularidad de los centros educativos que participaron en el estudio, casi el 60% de los alumnos encuestados pertenecían a centros públicos y el 40% a centros privados, conservándose las proporciones de la distribución en la población de Madrid.

**Tabla 3**

	Frecuencia	Porcentaje
Público	893	59,2
Concertado/privado	616	40,8
<b>Total</b>	<b>1.509</b>	<b>100,0</b>

Las características de la muestra en cuanto a nivel educativo y género se muestran en las dos tablas siguientes:

**Tabla 4**

	Frecuencia	Porcentaje
1º ESO	367	24,3
2º ESO	391	25,9
3º ESO	391	25,9
4º ESO	360	23,9
<b>Total</b>	<b>1.509</b>	<b>100,0</b>

La distribución es homogénea en el nivel educativo. Hay que especificar que la edad media de los participantes es de 14 años y 4 meses, oscilando desde los 12 hasta los 18 años.

El género del alumnado no fue una variable considerada en el proceso de muestreo; sin embargo, es preciso señalar que la muestra estuvo igualada en el número de varones y mujeres, sin que existieran diferencias significativas en la proporción de ambos sexos.

**Tabla 5**

	Frecuencia	Porcentaje
Chicos	779	51,8
Chicas	724	48,2
<b>Total</b>	<b>1.503</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	6	,4

Otro dato relevante para definir la muestra es el lugar de procedencia de los participantes. La siguiente tabla muestra que la mayor proporción de alumnado extranjero procedía de América Central y Sudamérica, seguido del alumnado de Europa del Este. Hay que tener en cuenta que estos datos se refieren al lugar de procedencia de los alumnos, es decir, de los nacidos fuera de España, sin estar incluidos los inmigrantes de segunda generación, nacidos en España pero de padres procedentes de otros países.

**Tabla 6**

	Frecuencia	Porcentaje
España	1.202	80,6
Europa Occ.	11	,7
Europa Este	56	3,8
América Norte	5	,3
América Centro y Sur	189	12,7
África	15	1,0
Oriente Próx.	2	,1
Asia Occ.	12	,8
<b>Total</b>	<b>1.492</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	17	1,1

Siguiendo la clasificación realizada en otros estudios (Defensor del Pueblo, 2003), se puede establecer la distinción entre alumnos extranjeros e inmigrantes. En este sentido, la muestra cuenta con un 18% de extranjeros y, si nos referimos exclusivamente a inmigrantes, este porcentaje disminuye al 17,2%. Ambos porcentajes se corresponden con la proporción de población extranjera e inmigrante escolarizada en este nivel educativo en el momento en que tuvo lugar la recogida de datos del estudio. También es destacable que había un la muestra un 1,3% de inmigrantes de segunda generación (nacidos en España de padres inmigrantes).

### **Fechas**

La recogida de datos se realizó en el año 2008. Este informe final se ha realizado en abril de 2011.

### **Material**

La recogida de datos se realizó mediante un cuestionario autoadministrado elaborado para cubrir los objetivos de la investigación. Dicho cuestionario incluye varios bloques de preguntas que intentan explorar diversos aspectos relacionados con el uso y abuso de las TICs.

- Un primer bloque de preguntas está relacionado con aspectos de identificación de los usuarios de tecnologías, y de aspectos sociodemográficos y socioeconómicos que pueden influir en el acceso a las tecnologías y en el uso de las mismas.

- Un segundo bloque, que supone el cuerpo central del cuestionario, profundiza en el uso de las TICs. En este bloque se exploran los hábitos de utilización de la tecnología (que se refieren tanto a la frecuencia de uso como a

los servicios utilizados, cómo utiliza esos servicios, con quién los utiliza, etc.). Es un bloque de preguntas amplio en el que se intentan explorar todos aquellos aspectos de utilización de las TICs que pueden diferenciar entre un uso adecuado e inadecuado de la tecnología.

Todo esto se ha realizado en preguntas referidas de forma específica a las cuatro tecnologías en las que hemos centrado nuestro estudio: Internet, videojuegos, televisión y teléfono móvil.

- El tercer bloque se centra en cuestiones que tienen que ver especialmente con aspectos personales del usuario de la TIC. Es un bloque bastante heterogéneo que incluye un conjunto de preguntas que exploran aspectos que tienen que ver con los hábitos de vida y el enfoque vital de los jóvenes, como por ejemplo su rendimiento escolar, otras aficiones individuales o sociales, el consumo de sustancias, sus motivaciones, intereses, expectativas de futuro, su capacidad de autorregulación, la valoración que hacen ellos de conductas de riesgo, cuestiones sobre su estado anímico, etc. Es decir, un grupo de preguntas muy heterogéneo pero que tratan de conocer aspectos personales de los jóvenes que pueden estar relacionados con los hábitos de uso de las TICs.

- El cuarto y último bloque incluye la Escala de Adicción General desarrollada por Ramos, San Sebastián y Madoz (2001), que permite medir la intensidad de las conductas adictivas, de forma que se obtiene una puntuación de adicción de cada individuo a cada tecnología estudiada.

## **Procedimiento**

El estudio consistió en un estudio descriptivo, epidemiológico transversal, en el que la recogida de datos tuvo lugar en las propias aulas de los centros educativos mediante un cuestionario autoadministrado que fue elaborado para los objetivos de esta investigación y que ya había sido probado y depurado tras un estudio piloto.

Esta recogida de datos fue realizada por un equipo de entrevistadores de CONFIAS, especializado en la realización de este tipo de estudios de campo.

Todos los centros elegidos fueron informados de la investigación y de la elección para su participación a través de una carta enviada por el Consejo Escolar de la Comunidad de Madrid, con el objetivo de que facilitaran la tarea al equipo de CONFIAS. Una vez obtenido el permiso de la dirección, los entrevistadores de CONFIAS acudían a las aulas, donde se administraba el cuestionario a todos los alumnos del grupo.

Los alumnos tenían todo el tiempo que necesitaban para contestar el cuestionario, de forma anónima y autoadministrada, estando los entrevistadores disponibles para aclarar cualquier pregunta que no es entendiera bien.

# RESULTADOS

A continuación se presentan algunos de los principales resultados obtenidos en esta investigación. Debido a que se trata de un trabajo de gran extensión y con resultados muy amplios y complejos, se estructuran en varios bloques.

En concreto, estos resultados se dividen en seis grandes apartados:

1. Datos descriptivos del uso de tecnologías por los adolescentes de la comunidad de Madrid, en general y atendiendo a sus características sociodemográficas.
2. Datos referentes al uso y abuso de Internet.
3. Datos referentes al uso y abuso de videojuegos.
4. Datos referentes al uso y abuso del teléfono móvil.
5. Datos referentes al uso y abuso de la televisión
6. Relación entre valores de los adolescentes, uso de tecnologías y rendimiento académico.

Dentro de cada uno de estos apartados se incluyen diversos aspectos, los cuales se detallan al inicio de cada uno de los mismos. De modo general, en los apartados referidos a cada una de las cuatro tecnologías, se analizan cinco aspectos:

- Características del uso de la tecnología, en general y según sus características sociodemográficas.
- Perfiles de uso de la tecnología y características de dichos perfiles.
- Adicción a la tecnología y características de la misma.
- Relación entre valores y tecnología.

A excepción de los resultados descriptivos presentados al inicio de cada uno de estos seis grandes apartados, el resto de análisis realizados de carácter inferencial se han realizado a través de las pruebas Chi<sup>2</sup> o de análisis de varianza, dependiendo del tipo de variables implicadas en cada caso. La extracción de perfiles de uso de las tecnologías se ha realizado mediante análisis de clusters, como se detalla en el apartado correspondiente.

Todos los análisis estadísticos realizados se han llevado a cabo con el programa estadístico SPSS. En el caso de las pruebas de significación estadística, el nivel de confianza utilizado en el contraste de hipótesis ha sido del 99,9% ( $\alpha = ,001$ ). Este nivel de confianza es muy elevado en comparación a otros estudios sobre el tema, incrementando así la seguridad en las afirmaciones vertidas en este trabajo.

# **1. DATOS DESCRIPTIVOS DEL USO DE TECNOLOGÍAS**

## 1.1. Frecuencia de uso de las tecnologías

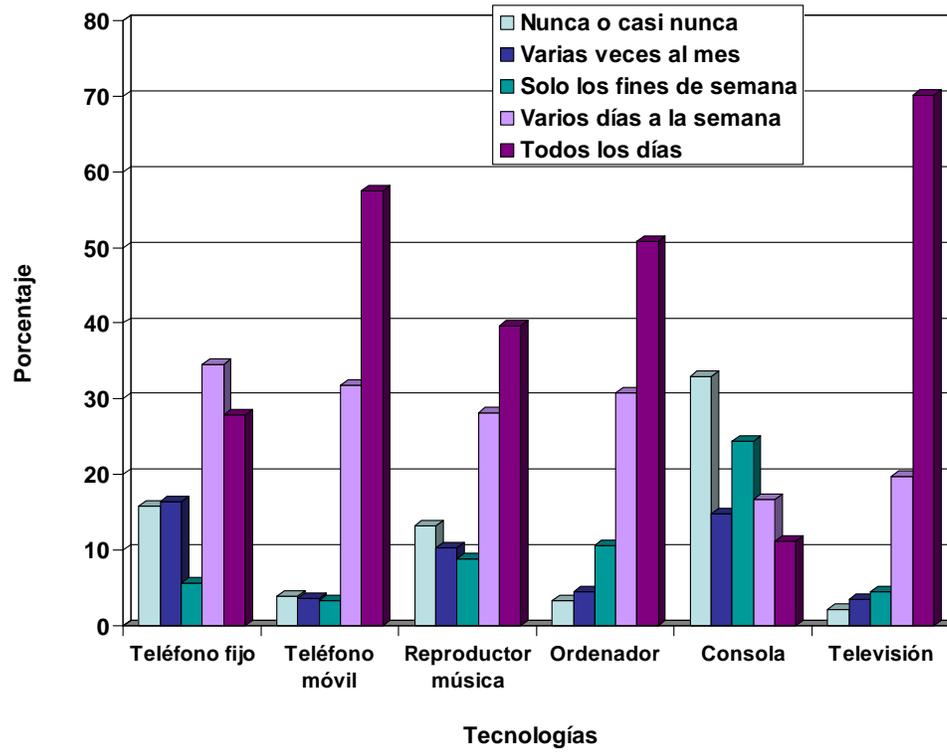
Se preguntó a todos los adolescentes participantes en el estudio por la frecuencia con la que utilizaban las tecnologías más comunes en los hogares españoles y con mayor frecuencia de uso en los adolescentes. La siguiente tabla muestra dicha frecuencia en el grupo de adolescentes encuestados.

**Tabla 7** Frecuencias (y porcentajes) de uso de las distintas tecnologías

	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Reprod. de música	Ordenador	Consola	Televisión
Nunca o casi nunca	224 (15,8%)	43 (3,8%)	187 (13,1%)	46 (3,3%)	456 (33,0%)	30 (2,1%)
Varias veces al mes	231 (16,3%)	41 (3,6%)	146 (10,2%)	64 (4,5%)	203 (14,7%)	49 (3,4%)
Solo los fines de semana	80 (5,6%)	38 (3,3%)	125 (8,8%)	150 (10,6%)	337 (24,4%)	64 (4,5%)
Varios días a la semana	490 (34,5%)	362 (31,8%)	403 (28,2%)	435 (30,8%)	231 (16,7%)	280 (19,7%)
Todos los días	396 (27,9%)	656 (57,5%)	567 (39,7%)	719 (50,8%)	153 (11,1%)	998 (70,2%)
<b>Total</b>	<b>1.421</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.140</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.428</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.414</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.380</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.421</b> <b>(100,0%)</b>
Perdidos	88 (5,8%)	369 (24,5%)	81 (5,4%)	95 (6,3%)	129 (8,5%)	88 (5,8%)

Las tecnologías más utilizadas diariamente son la televisión, el ordenador y el teléfono móvil, que son utilizadas con esta frecuencia por más de la mitad de los adolescentes. En el caso de la televisión, este porcentaje aumenta hasta el 70% de la muestra. El resto de tecnologías son menos utilizadas de forma diaria y más de modo esporádico, siendo, por orden de mayor a menos utilización, el reproductor de música, el teléfono fijo y la consola. Esta última merece mención aparte, ya que un tercio de los chicos encuestados no la utilizan nunca o casi nunca, y casi el 25% de los adolescentes solo la utilizan los fines de semana.

**Gráfico 1**



## 1.2. Uso de las tecnologías en función de la edad y el sexo

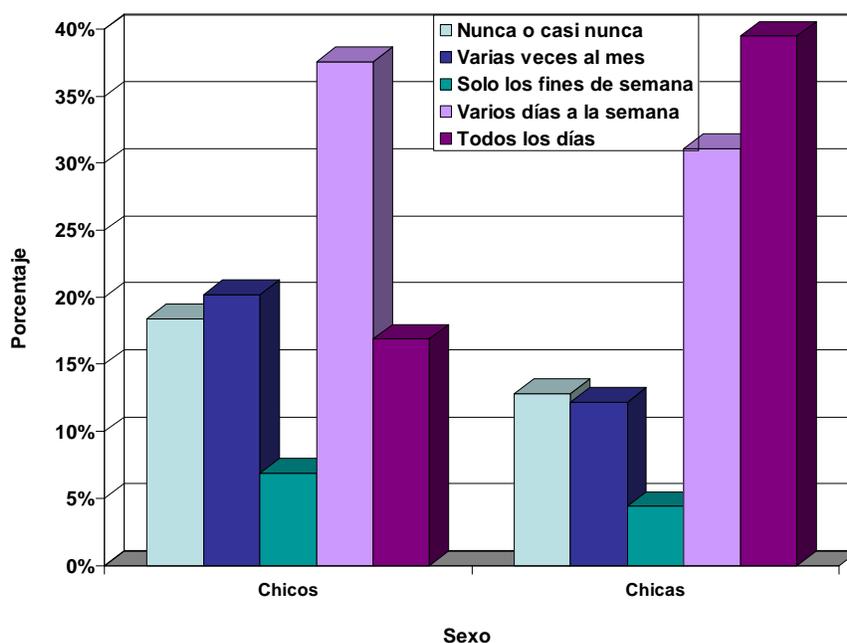
En este apartado, se describen los resultados del estudio de si la **frecuencia de uso de cada una de las tecnologías** variaba en función del curso y del sexo de los alumnos.

En primer lugar, se realizaron análisis loglineal, con el objetivo de estudiar la acción conjunta de ambas variables –curso y sexo- pero los resultados indican que en ningún caso hay interacción entre el curso y el sexo, es decir, no hay efecto conjunto de ambas variables.

Por esa razón se ha optado por estudiar si el sexo y el curso, separadamente, influyen en la frecuencia de uso de las tecnologías. En este apartado se detalla el efecto del sexo sobre la frecuencia de uso de cada una de las tecnologías.

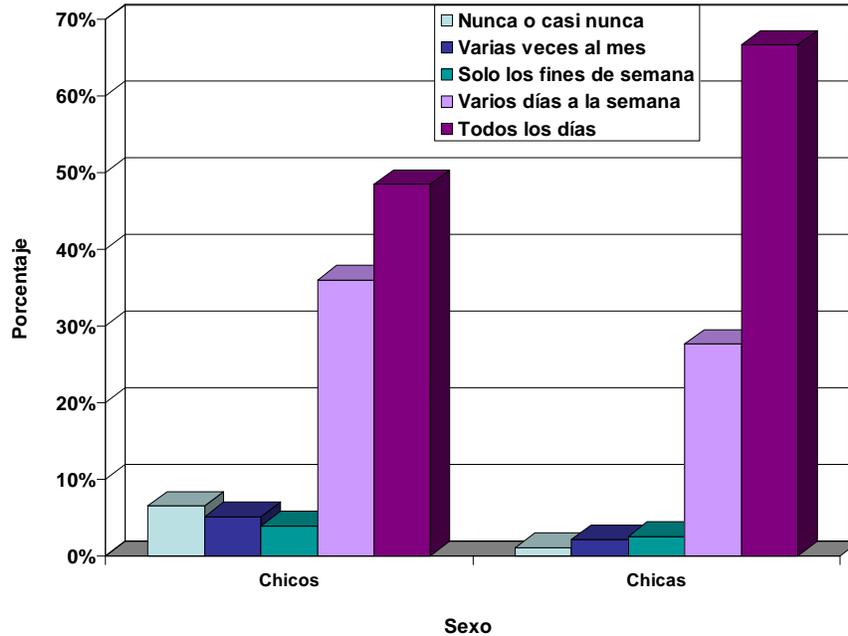
En lo que se refiere al teléfono fijo, hay diferencias significativas en su uso dependiendo del sexo de los encuestados. Hay más chicos que chicas que NUNCA o VARIAS VECES AL MES utilizan el teléfono fijo, mientras que hay más chicas que lo utilizan TODOS LOS DÍAS.

**Gráfico 2**



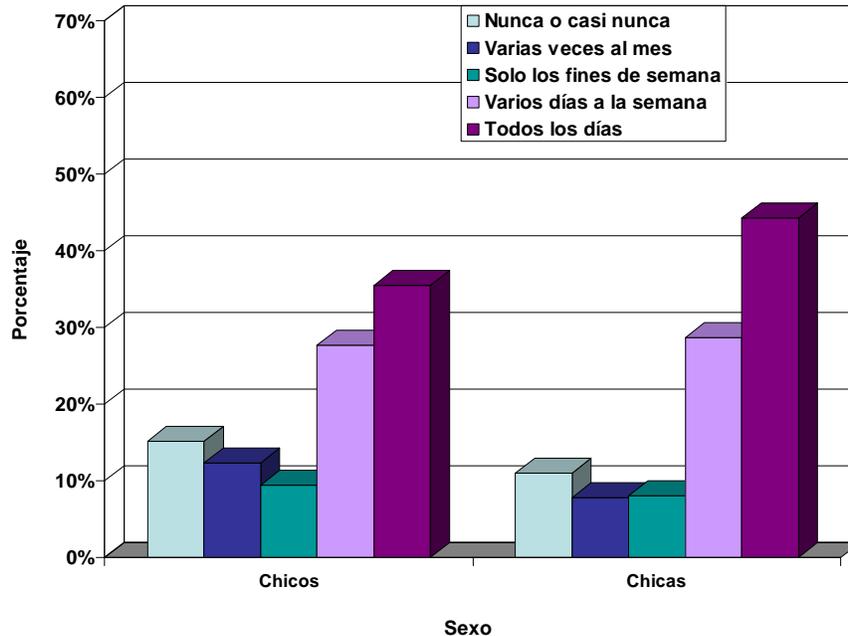
En el caso del teléfono móvil, hay diferencias estadísticamente significativas en su frecuencia de uso entre chicos y chicas ( $p < ,001$ ). Hay más chicos que chicas que NUNCA o VARIAS VECES AL MES utilizan el teléfono móvil, mientras que hay más chicas que lo utilizan TODOS LOS DÍAS.

**Gráfico 3**



En el caso de los reproductores de música, también hay diferencias estadísticamente significativas en la frecuencia de uso entre chicos y chicas. Hay más chicos que chicas que NUNCA o VARIAS VECES AL MES utilizan un reproductor de música, mientras que hay más chicas que lo utilizan TODOS LOS DÍAS.

**Gráfico 4**



Por último, el ordenador es usado con la misma frecuencia por chicos y chicas, sin que existan diferencias significativas por género.

Siguiendo el mismo esquema, se exponen los resultados relativos a las posibles diferencias en función de la edad de la frecuencia de uso de cada una de las tecnologías estudiadas. El efecto de la edad se ha estudiado a través de la variable curso. Esta decisión se ha tomado en base a que los cuatro niveles educativos presentan bastante homogeneidad de edades; en cambio, si se tomaba por variable la edad, nos encontraríamos con un grupo excesivamente pequeño en los más pequeños y los más mayores, cuando la diferencia con el grupo anterior puede ser solo de meses, lo que provocaba que hubiese que utilizar otras pruebas estadísticas que iban a proporcionar menor información al ser grupos de tamaños muy desiguales.

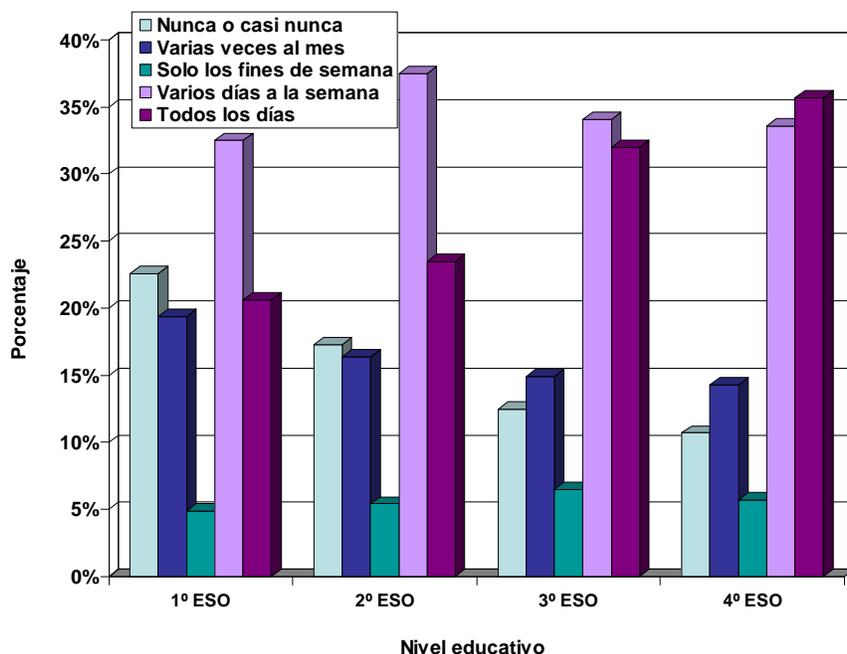
Las edades medias de cada nivel educativo son:

**Tabla 8**

	<b>Edad (media)</b>
1º ESO	12,8
2º ESO	13,8
3º ESO	14,8
4º ESO	15,8

En el uso del teléfono fijo, hay diferencias significativas dependiendo del curso de los encuestados. Los más jóvenes señalan con mayor frecuencia que los más mayores que NUNCA o VARIAS VECES AL MES utilizan el teléfono fijo; en cambio, entre los alumnos que lo utilizan TODOS LOS DÍAS, la frecuencia se incrementa con el curso.

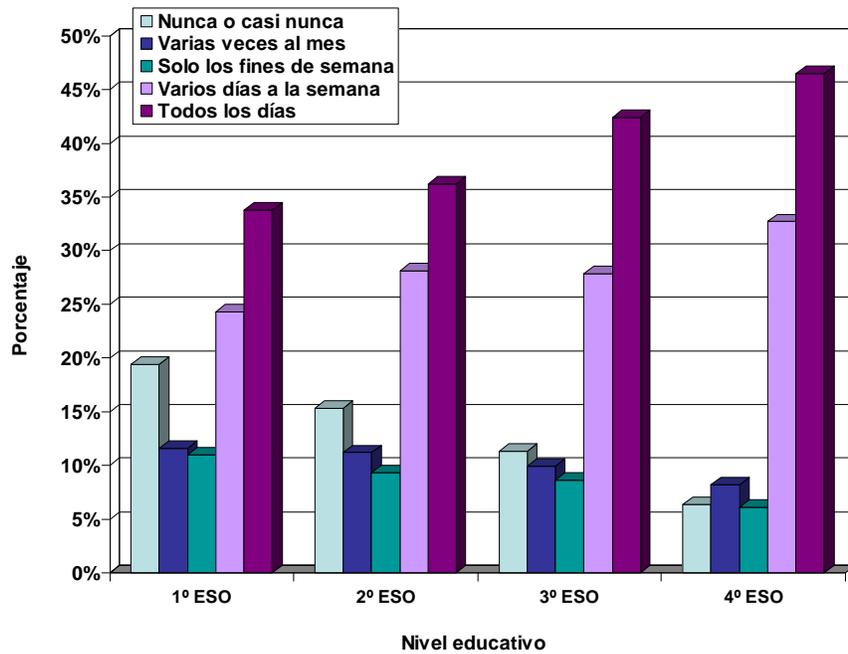
**Gráfico 5**



En lo que se refiere al uso del teléfono móvil y al consumo de televisión, no hay diferencias estadísticamente significativas en la frecuencia de uso del teléfono móvil y de la televisión en función del nivel educativo, el uso es similar en los cuatro grupos de edad.

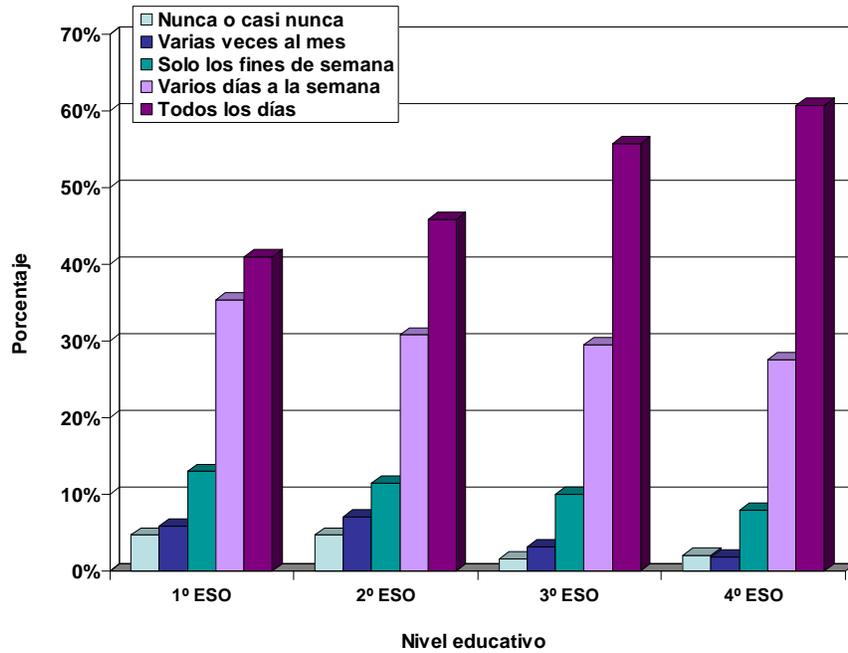
En cambio, el uso de reproductores de música sí varía significativamente en función del curso. Con la edad, disminuye el número de alumnos que NUNCA O CASI NUNCA utilizan reproductores de música; en cambio, en la categoría TODOS LOS DÍAS se produce el efecto contrario, incrementándose la proporción de chicos y chicas que los utilizan a medida que son más mayores.

**Gráfico 6**



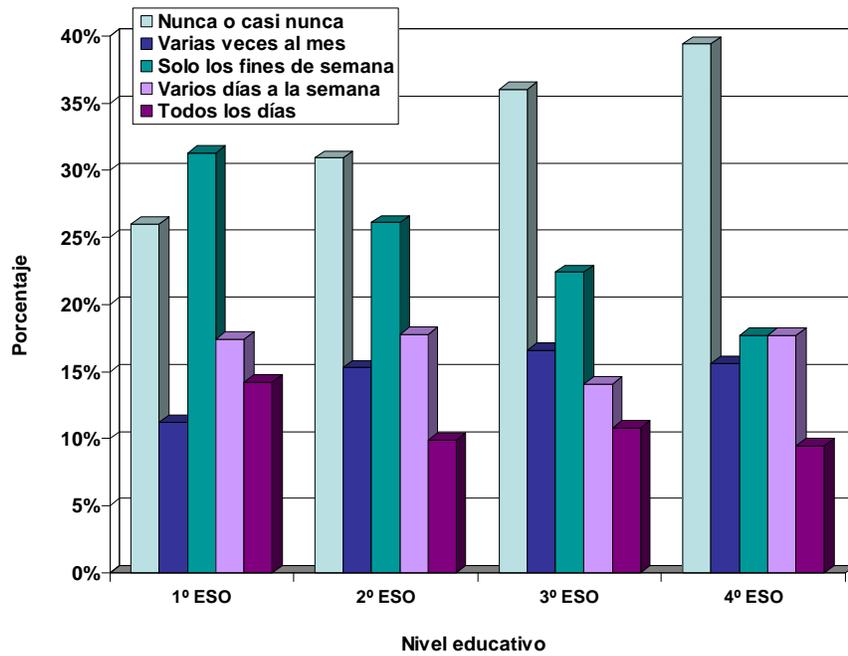
Asimismo, hay diferencias significativas en la frecuencia de uso del ordenador en función del curso. A medida que aumenta el nivel educativo de los chicos, disminuye la frecuencia de uso SOLO LOS FINES DE SEMANA o VARIOS DÍAS A LA SEMANA, incrementándose la frecuencia de uso TODOS LOS DÍAS.

**Gráfico 7**



En el caso del uso de las videoconsolas, también se aprecian diferencias estadísticamente significativas con la edad. Concretamente, a medida que aumenta el nivel educativo se incrementa el porcentaje de chicos/as que NUNCA O CASI NUNCA utilizan la videoconsola; al mismo tiempo, otras categorías de uso disminuyen con la edad, concretamente el uso SOLO LOS FINES DE SEMANA y TODOS LOS DÍAS.

**Gráfico 8**



### 1.3. Fracaso escolar y uso de las tecnologías

En este apartado se exploran las posibles diferencias en el uso de Internet en adolescentes con y sin fracaso escolar. El objetivo de ello es comprobar si el uso de Internet tiene algún tipo de relación con el hecho de que se produzca fracaso escolar. Evidentemente, no se puede establecer una relación causal entre ambos factores, pero, como se desarrolla a continuación, el hecho de un uso diferenciado de Internet en chicos con y sin fracaso escolar demuestra que puede existir un mal uso de la red que vaya acompañado de un mal rendimiento escolar. Estos datos pueden resultar de interés para el desarrollo de programas preventivos.

Para estudiar esta relación, el fracaso escolar ha sido medido en función de haber repetido algún curso académico; de este modo, se han analizado las diferencias en el uso de Internet entre estudiantes que han repetido algún curso y los no repetidores en las distintas variables que caracterizan el uso de Internet y que ya están descritas en apartados anteriores de esta memoria.

En primer lugar, es preciso señalar que los análisis estadísticos realizados muestran diferencias estadísticamente significativas en el lugar donde se encuentra el ordenador que utilizan los adolescentes entre alumnos con y sin fracaso escolar; concretamente la diferencia se encuentra entre los que no tienen ordenador en su casa, siendo mayor el porcentaje en el caso de los chicos que han repetido curso, en comparación con los que no han repetido. Por lo tanto, el hecho de tener ordenador no tiene relación con repetir curso, es más, parece que el hecho de tener esta tecnología en casa está asociado a no repetir curso; evidentemente, este dato hay que tomarlo con cautela porque, posiblemente, la diferencia no se deba simplemente al hecho de tener ordenador en casa sino que vaya asociado a otras muchas variables, por ejemplo socioeconómicas.

**Tabla 9**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
Mi habitación	454 (40,5%)	150 (43,1%)	<b>604</b> <b>(41,1%)</b>
En otro sitio	420 (37,4%)	118 (33,9%)	<b>538</b> <b>(36,6%)</b>
Es portátil	232 (20,7%)	58 (16,7%)	<b>290</b> <b>(19,7%)</b>
No hay ordenador en mi casa	16 1,4%	22 6,3%	<b>38</b> <b>2,6%</b>
<b>Total</b>	<b>1.122</b> <b>100,0%</b>	<b>348</b> <b>100,0%</b>	<b>1.470</b> <b>100,0%</b>

En lo que se refiere a Internet, uno de los datos más destacables es que los alumnos sin fracaso escolar tienen Internet en casa en un porcentaje mayor en comparación con los alumnos repetidores (93.6% vs. 85.0%). Este dato muestra que la accesibilidad a Internet en casa no va asociado a un riesgo de fracaso escolar.

**Tabla 10**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
No tiene Internet en casa	<b>71</b> <b>6,4%</b>	52 15,0%	<b>123</b> <b>8,4%</b>
Sí tiene Internet en casa	1.042 93,6%	295 85,0%	<b>1.337</b> <b>91,6%</b>
<b>Total</b>	<b>1.113</b> <b>100,0%</b>	<b>347</b> <b>100,0%</b>	<b>1.460</b> <b>100,0%</b>

De hecho, parece que, la accesibilidad a Internet fuera de casa está más ligada al mal rendimiento académico. Los resultados indican que hay más alumnos no repetidores que repetidores que el lugar de conexión habitual a Internet es el hogar (91,6% vs. 83,9%); en cambio, la proporción de estudiantes que se conectan habitualmente en cibercafés o en casa de amigos, aunque son porcentajes bajos, son significativamente más elevados en alumnos repetidores que no repetidores (ciber: 8.2% vs. 3.8%; casa de amigos: 3.8% vs. 1.9%)

**Tabla 11**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
Ninguno, no uso Internet	22 (2,1%)	11 (3,5%)	<b>33</b> <b>(2,4%)</b>
En mi casa	945 (91,6%)	266 (83,9%)	<b>1.211</b> <b>(89,8%)</b>
En el colegio	6 (0,6%)	2 (0,6%)	<b>8</b> <b>(0,6%)</b>
En un "ciber"	39 (3,8%)	26 (8,2%)	<b>65</b> <b>(4,8%)</b>
En casa de un amigo	20 (1,9%)	12 (3,8%)	<b>32</b> <b>(2,4%)</b>
<b>Total</b>	<b>1.032</b> <b>(100,0%)</b>	<b>317</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.349</b> <b>(100,0%)</b>

En la frecuencia de conexión a Internet también se aprecian diferencias significativas entre los dos grupos de alumnos. En concreto, los alumnos repetidores destacan en los dos extremos: hay un mayor porcentaje de ellos que de no repetidores que nunca o casi nunca se conectan a Internet y que se conectan varias veces al día. Por lo tanto, no se puede considerar que dentro de los repetidores haya un patrón homogéneo. Por su parte, los no repetidores, se conectan en mayor proporción que los repetidores con una frecuencia moderada, varias veces a la semana.

**Tabla 12**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
Nunca o casi nunca, no uso Internet	34 3,1%	19 5,7%	<b>53</b> <b>3,7%</b>
Varias veces al mes	108 9,8%	36 10,7%	<b>144</b> <b>10,1%</b>
Varias veces por semana	378 34,5%	82 24,5%	<b>460</b> <b>32,1%</b>
Una o dos veces al día	323 29,4%	87 26,0%	<b>410</b> <b>28,6%</b>
Varias veces al día	254 23,2%	111 33,1%	<b>365</b> <b>25,5%</b>
<b>Total</b>	<b>1.097</b> <b>100,0%</b>	<b>335</b> <b>100,0%</b>	<b>1.432</b> <b>100,0%</b>

En el tiempo de conexión de ambos grupos de alumnos, se encuentra que el tiempo diario los días laborables es significativamente mayor en alumnos con cursos repetidos. Esto se refleja en un mayor porcentaje de alumnos que se conectan entre dos y tres horas (12.7% no repetidores vs. 20.5% repetidores) o más de cinco horas (2.8% no repetidores vs 5.9% repetidores).

**Tabla 13**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
Nada	155 15,2%	32 11,1%	<b>187</b> <b>14,3%</b>
1 hora o menos	401 39,3%	95 33,0%	<b>496</b> <b>37,9%</b>
Entre 1 y 2 horas	238 23,3%	63 21,9%	<b>301</b> <b>23,0%</b>
Entre 2 y 3 horas	130 12,7%	59 20,5%	<b>189</b> <b>14,4%</b>
Entre 3 y 5 horas	67 6,6%	22 7,6%	<b>89</b> <b>6,8%</b>
Más de 5 horas	29 2,8%	17 5,9%	<b>46</b> <b>3,5%</b>
<b>Total</b>	<b>1.020</b> <b>100,0%</b>	<b>288</b> <b>100,0%</b>	<b>1.308</b> <b>100,0%</b>

En el tiempo de conexión los fines de semana los resultados son similares, aunque las mayores diferencias entre ambos grupos de alumnos se encuentran cuando se está conectado a Internet durante un tiempo abusivo –más de cinco horas (10.7% no repetidores vs 16.7% repetidores).

**Tabla 14**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
Nada	45 4,4%	25 8,9%	<b>70</b> <b>5,4%</b>
1 hora o menos	160 15,8%	53 18,8%	<b>213</b> <b>16,4%</b>
Entre 1 y 2 horas	285 28,1%	60 21,3%	<b>345</b> <b>26,6%</b>
Entre 2 y 3 horas	245 24,2%	55 19,5%	<b>300</b> <b>23,1%</b>
Entre 3 y 5 horas	170 16,8%	42 14,9%	<b>212</b> <b>16,4%</b>
Más de 5 horas	109 10,7%	47 16,7%	<b>156</b> <b>12,0%</b>
<b>Total</b>	<b>1.014</b> <b>100,0%</b>	<b>282</b> <b>100,0%</b>	<b>1.296</b> <b>100,0%</b>

En lo que se refiere a servicios utilizados cuando se conectan a Internet, los resultados también muestran importantes diferencias entre alumnos con y sin cursos repetidos. Concretamente, tres de los servicios más habituales en Internet (email, Messenger y descargas) son utilizados con más frecuencia por alumnos repetidores en comparación con los no repetidores; éstos últimos también los utilizan, pero con menor frecuencia o no diariamente.

**Tabla 15**

	Correo electrónico			Messenger			Descargas		
	No repite	Sí repite	<b>Total</b>	No repite	Sí repite	<b>Total</b>	No repite	Sí repite	<b>Total</b>
Nunca o casi nunca	229	83	<b>312</b>	131	28	<b>159</b>	224	57	<b>281</b>
	21,4%	26,2%	<b>22,5%</b>	12,3%	8,7%	<b>11,5%</b>	20,9%	18,0%	<b>20,2%</b>
Varias veces al mes	186	45	<b>231</b>	108	28	<b>136</b>	219	51	<b>270</b>
	17,4%	14,2%	<b>16,7%</b>	10,1%	8,7%	<b>9,8%</b>	20,4%	16,1%	<b>19,5%</b>
Varias veces por semana	237	60	<b>297</b>	219	48	<b>267</b>	238	70	<b>308</b>
	22,2%	18,9%	<b>21,4%</b>	20,5%	15,0%	<b>19,3%</b>	22,2%	22,2%	<b>22,2%</b>
Una vez al día	239	57	<b>296</b>	212	43	<b>255</b>	140	37	<b>177</b>
	22,4%	18,0%	<b>21,4%</b>	19,9%	13,4%	<b>18,4%</b>	13,1%	11,7%	<b>12,8%</b>
Varias veces al día	178	72	<b>250</b>	396	174	<b>570</b>	251	101	<b>352</b>
	16,7%	22,7%	<b>18,0%</b>	37,1%	54,2%	<b>41,1%</b>	23,4%	32,0%	<b>25,4%</b>
<b>Total</b>	<b>1.069</b>	<b>317</b>	<b>1.386</b>	<b>1.066</b>	<b>321</b>	<b>1.387</b>	<b>1.072</b>	<b>316</b>	<b>1.388</b>
	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>

Por último, también se han encontrado diferencias significativas entre ambos grupos de alumnos cuando se les pregunta sobre si sus padres les controlan el uso que hacen de Internet. En el caso de los alumnos sin fracaso escolar, un 63.5% afirman tener control en el uso de Internet por parte de sus padres. En cambio, en los alumnos que han repetido algún curso, este porcentaje desciende al 48.1%. Esto no implica que realmente exista un control paterno, sino que es la percepción que tienen los alumnos de dicho control.

**Tabla 16**

	¿Has repetido algún curso?		<b>Total</b>
	No	Sí	
No	400	174	<b>574</b>
	36,5%	51,9%	<b>40,1%</b>
Sí	695	161	<b>856</b>
	63,5%	48,1%	<b>59,9%</b>
<b>Total</b>	<b>1.095</b>	<b>335</b>	<b>1.430</b>
	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

En resumen, parece que el lugar de uso de Internet, el tiempo de conexión, el modo de utilización de esta tecnología y la sensación de control paterno tienen una relación con el rendimiento escolar. No se puede establecer una relación causal entre ambas variables, pero los resultados indican claramente que los alumnos con fracaso escolar tienen un uso mayor en tiempo de esta tecnología, con menor control paterno, y con mayor frecuencia de los servicios más habituales de Internet.

## **2. USO Y ABUSO DE INTERNET**

## 2.1. Características generales del uso de Internet

En lo que se refiere a las características generales de uso de Internet, se van a describir los principales hábitos de uso de Internet de los adolescentes, refiriéndonos a toda la muestra en su conjunto.

El primer dato destacable se refiere al lugar donde los adolescentes utilizan Internet. Un 85,9% de los chicos utilizan Internet principalmente en sus propios hogares. Son muy pocos los chicos que utilizan Internet fundamentalmente en otros lugares como cibercafés o locutorios, y, de ellos, la mayoría no tenían ordenador o Internet en casa.

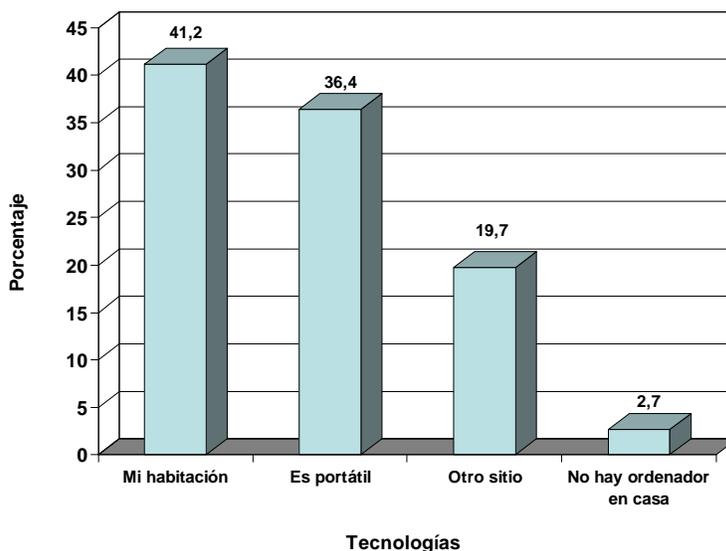
**Tabla 17**

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno, no uso Internet	34	2,5%
En mi casa	1.225	89,5%
En el colegio	8	0,6%
En un "ciber"	67	4,9%
En casa de un amigo	34	2,5%
<b>Total</b>	<b>1.368</b>	<b>100%</b>
Perdidos	141	9,3%

También es destacable el hecho de que un 2,5% de la muestra no utiliza Internet.

Respecto al lugar donde se encuentra el ordenador que más suelen utilizar en casa para sus conexiones a Internet, la mayoría tiene el ordenador en su propia habitación (41,2%) o es portátil (19,7%), con lo cual se lo pueden llevar a su habitación.

**Gráfico 9**



Dentro de la categoría otro sitio (36,4%), los dos lugares fundamentales son el salón o sala de estar y la habitación de algún hermano.

**Tabla 18**

	Frecuencia	Porcentaje
Despacho/Estudio/Biblioteca	110	22,3%
Salón/Sala de estar	188	38,1%
Habitación de hermanos	89	18,1%
Habitación de los padres	42	8,5%
Otra habitación	45	9,1%
Otro sitio	18	3,7%
Segunda vivienda	1	0,2%
<b>Total</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>
Perdidos	1.016	67,3%

Entrando en el tema de la frecuencia de conexión a Internet, la gran mayoría de los chicos/as hace un uso habitual de Internet, como mínimo varias veces a la semana. Además, el 54,1% de los escolares se conectan a diario a Internet, ya sea una o varias veces al día.

**Tabla 19**

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca o casi nunca, no uso Internet	55	3,8%
Varias veces al mes	147	10,1%
Varias veces por semana	464	32,0%
Una o dos veces al día	415	28,6%
Varias veces al día	370	25,5%
<b>Total</b>	<b>1.451</b>	<b>100%</b>
Perdidos	58	3,8%

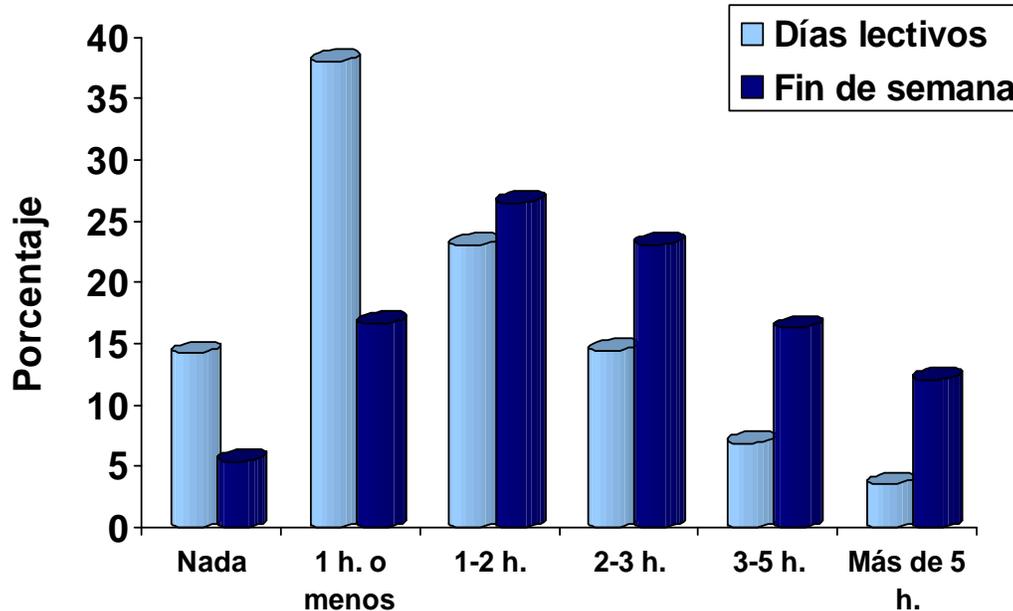
Profundizando un poco más en el tema del tiempo de uso de Internet, se preguntó también por el número de horas que están conectados los días que tienen que ir al colegio o instituto y los días festivos. En este caso, se tuvieron en cuenta las respuestas de los chicos que utilizan Internet varias veces al mes o con una mayor frecuencia y se excluyeron los adolescentes que nunca o casi nunca utilizan Internet.

En general, los días lectivos el tiempo de conexión suele ser breve, en la mayoría de la muestra de una hora o menos (52,2%), aunque también nos encontramos casos que están conectados un tiempo bastante superior a éste. En cambio, los fines de semana y días festivos, el tiempo se incrementa notablemente. La mayoría de los jóvenes se conectan entre 1 y 3 horas en días festivos (49,6%), pero se encuentran también porcentajes importantes (28,4%) en los que se conectan más de 3 horas diarias.

**Tabla 20**

	Días de colegio/instituto	Fines de semana
Nada	188 (14,2%)	71 (5,4%)
1 hora o menos	502 (38,0%)	217 (16,6%)
Entre 1 y 2 horas	304 (23,0%)	347 (26,5%)
Entre 2 y 3 horas	191 (14,4%)	303 (23,1%)
Entre 3 y 5 horas	91 (6,9%)	214 (16,3%)
Más de 5 horas	46 (3,5%)	158 (12,1%)
<b>Total</b>	<b>1.322</b> <b>(100%)</b>	<b>1.310</b> <b>(100%)</b>
Perdidos	187 (12,4%)	199 (13,2%)

**Gráfico 10**



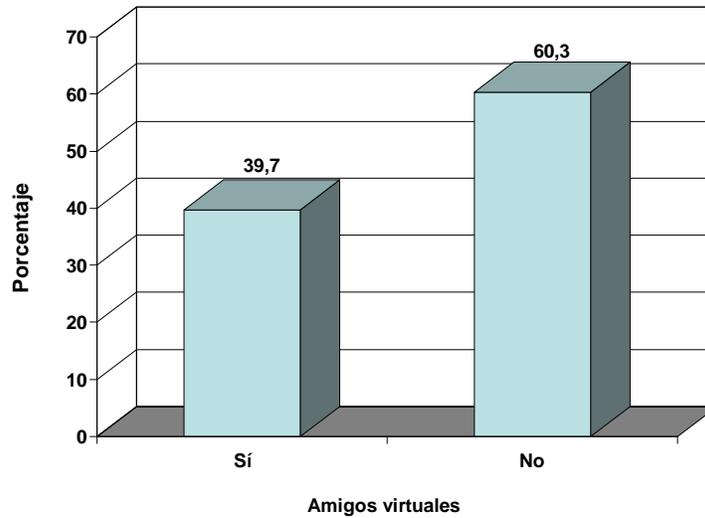
Otro aspecto interesante relacionado con las características del uso de Internet tiene que ver con los servicios de la red que son utilizados y su frecuencia. Para ello, se preguntó a los alumnos qué servicios de la red utilizan diariamente, cada vez que se conectan. Dos de los servicios más utilizados son aquéllos que tienen que ver con la comunicación con los demás, el messenger (59,4% del alumnado) y el correo electrónico (39,5%). También destacan con elevados porcentajes la navegación por páginas web (44,7%) y la descarga de archivos (38,2%), generalmente a través de herramientas como el emule. Un dato que también llama la atención es que el juego a través de la red no es de las actividades prioritarias, aunque no deja de ser habitual en el 22,6% de la muestra.

**Tabla 21**

	Frecuencia	Porcentaje
Messenger	825	59,4%
Visitar páginas web	630	44,7%
Correo electrónico	554	39,5%
Descargas	538	38,2%
Juegos	317	22,6%
Intercambio de archivos	254	18,4%
Blogs	211	15,1%
Televisión online	91	6,5%

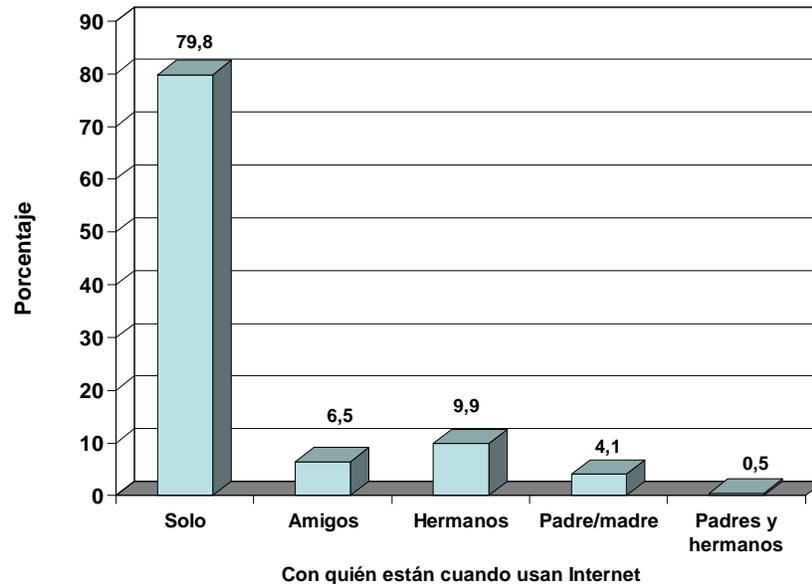
Entrando en otro tipo de usos de Internet, hay que destacar que un 39,7% de los adolescentes que usan Internet de manera habitual (varias veces al mes o con mayor frecuencia) han tenido o tienen amigos virtuales, es decir, que solo han conocido a través de la red, lo que resulta un porcentaje muy elevado que nos lleva a pensar, junto con otros resultados, que el uso de Internet está muy inclinado a la comunicación con los demás, tanto conocidos como desconocidos.

**Gráfico 11**



Otra característica del uso de internet de gran interés cuando se analiza en adolescentes, se refiere a con quién están cuando utilizan internet. Esto se preguntó a los alumnos que utilizan la red veces al mes o con una mayor frecuencia. Los resultados se muestran en la siguiente figura.

**Gráfico 12**



Los datos en este sentido son evidentes: la mayoría de los adolescentes están solos cuando utilizan internet, o como mucho, con algún otro menor, ya sea hermano o amigo, pero sin la presencia de adultos.

La incorporación de Internet a la vida de los adolescentes, les lleva en ocasiones, a reducir el tiempo dedicado a otras actividades. Al preguntarles por ello, las respuestas varían dependiendo del tipo de actividad al que nos refiramos.

**Tabla 22**

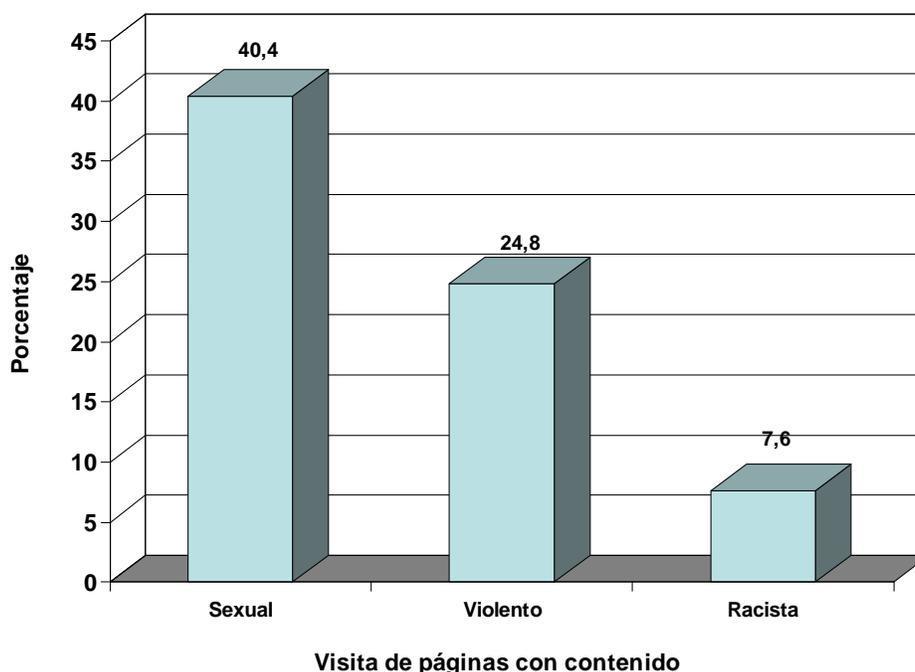
	A la familia	A amigos, novio/a	A estudiar	A ver la TV	A hacer deporte	A dormir
No	694 (55,7%)	992 (79,2%)	457 (36,6%)	515 (41,3%)	812 (65,0%)	812 (65,0%)
Poco tiempo	383 (30,7%)	200 (16,0%)	460 (36,8%)	376 (30,1%)	247 (19,8%)	283 (22,6%)
Bastante tiempo	132 (10,6%)	45 (3,6%)	222 (17,8%)	245 (19,6%)	117 (9,4%)	99 (7,9%)
Mucho tiempo	38 (3,0%)	15 (1,2%)	111 (8,9%)	112 (9,0%)	73 (5,8%)	56 (4,5%)
<b>Total</b>	<b>1.247</b> <b>(100%)</b>	<b>1.252</b> <b>(100%)</b>	<b>1.250</b> <b>(100%)</b>	<b>1.248</b> <b>(100%)</b>	<b>1.249</b> <b>(100%)</b>	<b>1.250</b> <b>(100%)</b>
Perdidos	28 (2,2%)	23 (1,8%)	25 (2,0%)	27 (2,1%)	26 (2,0%)	25 (2,0%)

En general, los adolescentes no tienen percepción de haber quitado tiempo a otras actividades por utilizar Internet. Ello es debido, en gran parte, a que esta tecnología forma parte de su vida desde hace ya tiempo y su uso no ha sustituido a otras actividades sino que, al igual que las demás, ha ido introduciéndose en su vida de forma paulatina a lo largo de su desarrollo.

Por otra parte, también relacionado con las características del uso de internet, hay que hacer mención de lo que se podría denominar usos transgresores o usos poco adecuados de la red. Estos usos se refieren a la realización de actividades inadecuadas o, al menos, poco recomendables para menores de edad. Dentro de estos usos transgresores, se podría distinguir entre transgresión pasiva, en la que no hay una intencionalidad o una actuación directa de los menores (como la visita a páginas web no recomendables para menores de edad), y una transgresión activa, en la que se aprecia una actuación clara del joven, con una intencionalidad (por ejemplo, falsear datos, quedar con amigos virtuales, usar Internet para agredir verbalmente a otros, etc.).

En lo que se refiere a la transgresión pasiva, uno de los aspectos fundamentales es la visita a páginas web con algún contenido no recomendable para los menores de edad. En ese sentido, las respuestas de los adolescentes se recogen en la siguiente figura.

**Gráfico 13**



En lo que se denominaría transgresión pasiva, se encuentra la visita a páginas web, especialmente con contenido sexual. El 40,4% de los sujetos afirman entrar o haber entrado en páginas web con contenido sexual. Asimismo, un 24,8% de los menores afirman haber entrado en páginas de contenido violento.

Algunas conductas que formarían parte de lo que hemos denominado transgresión activa, cabría destacar que un 17,2% de los adolescentes han quedado con alguien que han conocido únicamente a través de la red. Por otra parte, otra conducta que también forma parte de este grupo se refiere a la falsear la identidad, en chats, foros o messenger, que ha sido una actividad realizada por más de un tercio de la muestra (34,7%).

Por último, en lo que se refiere a la violencia a través de la red, es decir, agredir o ser agredido mediante insultos, burlas o amenazas, los resultados muestran que un 18,0% de alumnos/as han recibido insultos, burlas o amenazas a través de la red, o que ellos mismos han insultado, se han burlado o han amenazado a otros a través de Internet (17,0%). La cifra de víctimas y de agresores de violencia a través de la red es muy similar, y, además, un hecho que llama la atención, es que en la mayor parte de los casos los mismos chicos son víctimas y agresores, es decir, cumplen los dos roles. Esto puede llevar a plantearse que quizá muchos lo perciben como un juego más que como un acoso.

Un aspecto relacionado con el uso de Internet se refiere al control que los adolescentes reciben de sus progenitores. En ese sentido, se les preguntó si recibían control paterno en su uso de Internet; las respuestas de los adolescentes indicaron que un 61,5% percibe que sus padres controlan el uso que hacen de la red. Al preguntar por los aspectos que controlan sus padres, las tasas de respuesta fueron las siguientes:

**Tabla 23**

	Frecuencia	Porcentaje
El tiempo que estoy conectado	375	48,5%
Dónde entro y qué hago en Internet	81	10,5%
Las dos cosas	317	41,0%
<b>Total</b>	<b>773</b>	<b>100%</b>
Perdidos	502	39,4%

Entre los adolescentes que dicen recibir control paterno en su uso de Internet, la gran mayoría perciben que les controlan el tiempo que están conectados, ya sea simplemente este aspecto o también junto a un control de las actividades que realizan en Internet.

Junto a estas características generales de uso de Internet, se ha explorado también cómo valoran los propios adolescentes su uso de Internet, haciendo especial incidencia en cómo perciben sus ventajas y desventajas.

En ese sentido, se pidió a los encuestados que valoraran dos aspectos relacionados con la adicción a Internet; en concreto, se les pidió que valoraran la frase “estoy enganchado a Internet” en una escala de cuatro puntos (nada, poco, bastante, mucho). Los resultados indican que algo más de un 20% de los chicos reconocen estar bastante o muy enganchados a Internet. En este sentido, hay que matizar que en ningún momento se les definió qué es estar enganchados, así que hay que entenderlo desde un lenguaje coloquial y no científico.

**Tabla 24**

	Estoy enganchado a Internet	Me conecto unos minutos y en realidad son horas	Internet me sirve para escapar de mis problemas
Nada	523 (42,3%)	444 (35,8%)	729 (58,7%)
Poco	459 (37,1%)	341 (27,5%)	319 (25,7%)
Bastante	193 (15,6%)	308 (24,8%)	146 (11,8%)
Mucho	62 (5,0%)	148 (11,9%)	47 (3,8%)
<b>Total</b>	<b>1.237</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.241</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.241</b> <b>(100,0%)</b>
Perdidos	38 (3,0%)	34 (2,7%)	34 (2,7%)

De igual forma se les preguntó si les ocurre que “se conectan unos minutos y en realidad son horas”. Esto les ocurre bastante o mucho a más de un 26% de los adolescentes.

Otro aspecto relacionado, si Internet les sirve como vía de escape de sus problemas, fue menos señalado, aunque alrededor de un 15% señala que Internet tiene para ellos esta utilidad en bastante o muchas ocasiones.

Otro aspecto interesante tiene relación con cómo perciben los adolescentes que Internet influye en sus relaciones personales, teniendo en cuenta que es una herramienta que en muchos casos la utilizan para la comunicación con sus iguales o que en ocasiones puede ser mal utilizada en dichas relaciones. En ese sentido, se les hizo una doble pregunta, que valoraran si influye positivamente en sus relaciones personales o si influye negativamente. Las respuestas se muestran a continuación

**Tabla 25**

	Influye positivamente	Influye negativamente
Nada	516 (41,8%)	992 (80,1%)
Poco	363 (29,4%)	196 (15,8%)
Bastante	262 (21,2%)	38 (3,1%)
Mucho	94 (7,6%)	13 (1,0%)
<b>Total</b>	<b>1.235</b> <b>(100,0%)</b>	<b>1.239</b> <b>(100,0%)</b>
Perdidos	40 (3,1%)	36 (2,8%)

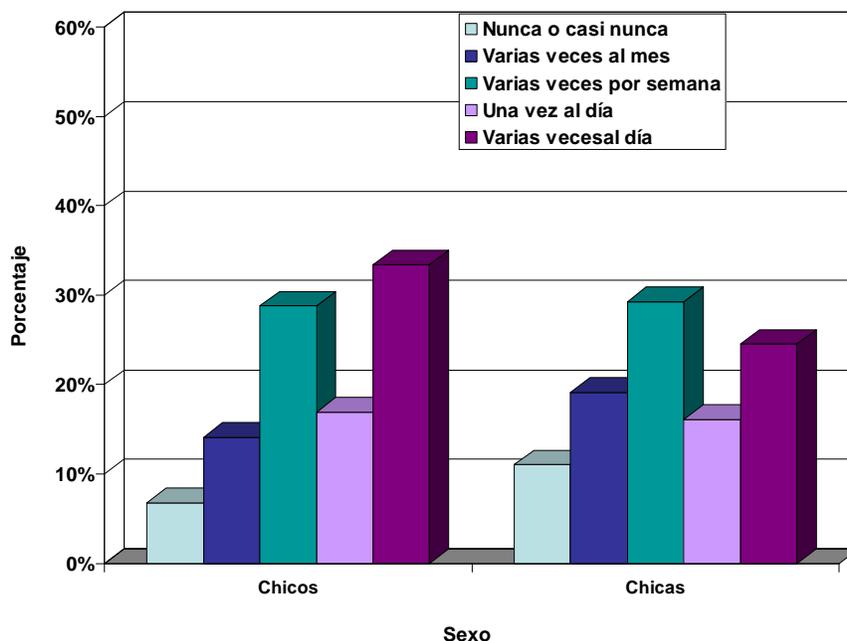
## 2.2. Uso de Internet según edad y sexo

En este apartado se profundiza en las características del uso de Internet en los adolescentes, estudiado las posibles diferencias entre chicos y chicas en dichas características así como las posibles diferencias según la edad de los adolescentes.

Los datos más destacables en lo que respecta al género de los adolescentes, indican que no hay diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas en la frecuencia con la que se conectan a Internet. La conexión se produce con igual frecuencia en chicos y chicas (ver descriptivos en el apartado anterior). Asimismo, no hay diferencias entre sexos en el tiempo que se conectan los días de colegio o instituto ni los fines de semana.

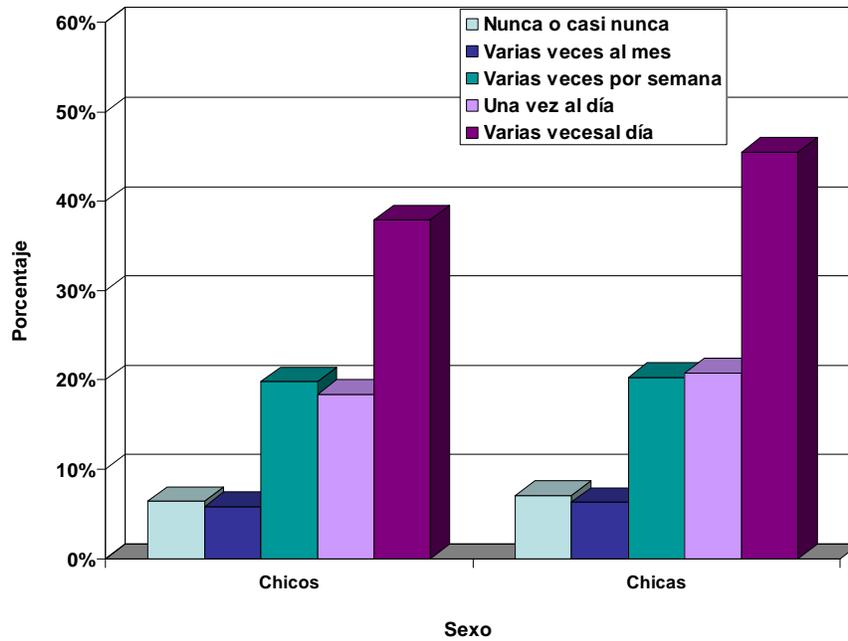
En cambio, al analizar los servicios de Internet que utilizan habitualmente, sí hay diferencias significativas según el género. Concretamente, hay más chicas que chicos que visitan páginas web VARIAS VECES AL MES, y hay más chicos que chicas que las visitan VARIAS VECES AL DÍA.

**Gráfico 14**



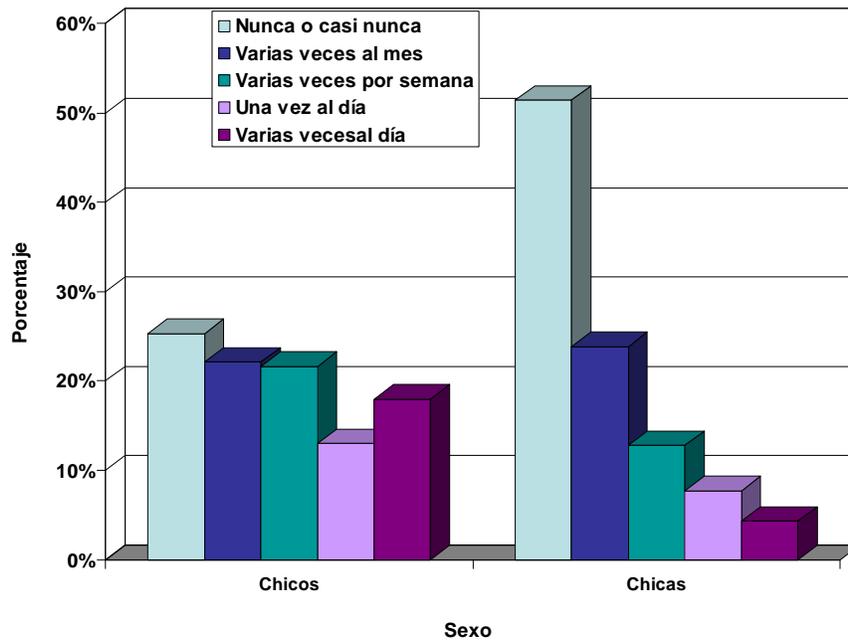
Respecto al Messenger, hay más chicos que chicas que no lo utilizan NUNCA O CASI NUNCA o VARIAS VECES AL MES; en cambio, hay más chicas que chicos que lo utilizan VARIAS VECES AL DÍA.

**Gráfico 15**



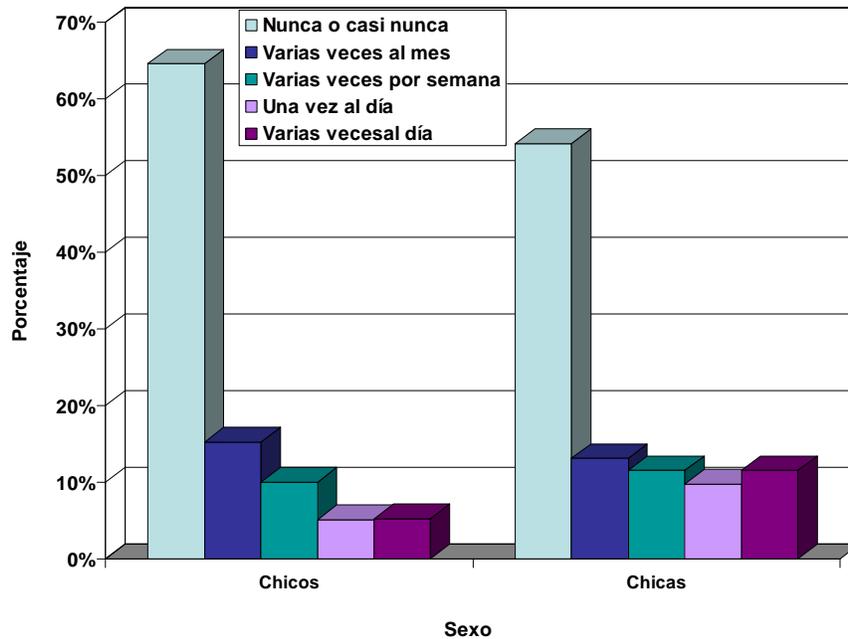
Por el contrario, hay más chicas que señalan que NUNCA O CASI NUNCA juegan a través de Internet, y son más chicos los que juegan VARIAS VECES A LA SEMANA o VARIAS VECES AL DÍA.

**Gráfico 16**



Por último, hay más chicos que chicas que señalan que NUNCA O CASI NUNCA utilizan blogs, y son más chicos los que los utilizan UNA o VARIAS VECES AL DÍA.

**Gráfico 17**



Los restantes servicios, correo electrónico, descargas e intercambio de archivos y la televisión online son utilizados por igual por chicos y chicas.

Respecto a otras opciones que proporciona Internet, como tener amigos virtuales, aparece en igual proporción en chicos y en chicas. Además, los adolescentes de ambos sexos manifiestan quitar tiempo a las mismas actividades (excepto a hacer deporte, que son más varones los que manifiestan haber quitado tiempo a esta actividad por el uso de Internet).

En lo que se refiere a actividades que antes hemos denominado de transgresión pasiva, los chicos manifiestan en mayor proporción que las chicas, haberse metido en páginas con contenido sexual, en páginas con contenido violento y haber colgado en Internet más vídeos en los que se han grabado ellos mismos.

**Tabla 26**

	Chicos	Chicas
Visita de páginas con contenido sexual	404 (63.1%)	105 (16.9%)
Visita de páginas con contenido violento	241 (37.5%)	74 (11.9%)
Colgar algún vídeo en Internet	173 (26.9%)	89 (14.3%)

Por último, cabe destacar que los chicos y las chicas dicen que sus padres les controlan el uso de Internet por igual, ambos sexos manifiestan en igual medida su posible enganche a Internet, así como la influencia de esta TIC en sus relaciones personales.

Si se atiende a la edad de los adolescentes, los resultados estadísticos también indican una serie de diferencias importantes entre los cuatro niveles educativos estudiados.

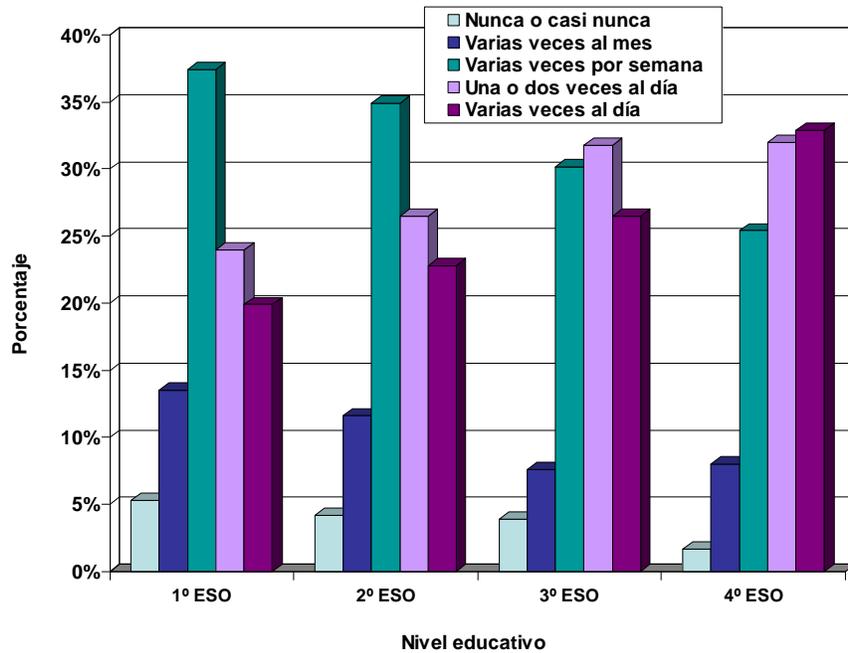
En primer lugar, se han encontrado diferencias en función del lugar donde se encuentra el ordenador. El dato más destacado en ese sentido es que, a medida que los chicos/as son más mayores, tienen en mayor medida el ordenador en SU PROPIA HABITACIÓN. También destaca el hecho de que los chicos/as de 1º y 2º señalan con mayor frecuencia que los más mayores que el ordenador que más utilizan es PORTÁTIL.

**Tabla 27**

	Nivel educativo				Total
	1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Mi habitación	137 (38,0%)	143 (37,0%)	167 (43,2%)	168 (47,2%)	<b>615</b> <b>(41,2%)</b>
En otro sitio	125 (34,6%)	136 (35,1%)	159 (41,1%)	122 (34,3%)	<b>542</b> <b>(36,4%)</b>
Es portátil	84 (23,3%)	97 (25,1%)	56 (14,5%)	57 (16,0%)	<b>294</b> <b>(19,7%)</b>
No hay ordenador en mi casa	15 (4,2%)	11 (2,8%)	5 (1,3%)	9 (2,5%)	<b>40</b> <b>(2,7%)</b>
<b>Total</b>	<b>361</b> <b>(100%)</b>	<b>387</b> <b>(100%)</b>	<b>387</b> <b>(100%)</b>	<b>356</b> <b>(100%)</b>	<b>1.491</b> <b>(100%)</b>

Respecto a la frecuencia con la que se conectan a Internet, se aprecian diferencias significativas por curso. Los casos en los que no se conectan NUNCA O CASI NUNCA, así como los que se conectan VARIAS VECES AL MES o VARIAS VECES POR SEMANA disminuyen según aumenta la edad de los alumnos. De manera proporcional, aumenta con la edad el número de casos que se conectan UNA O DOS VECES AL DÍA o VARIAS VECES AL DÍA.

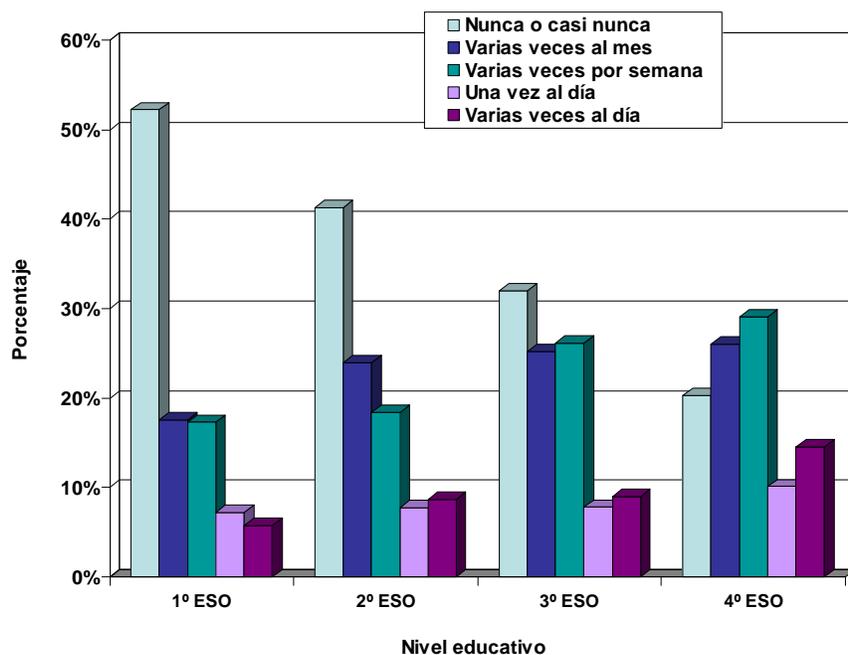
**Gráfico 18**



Siendo más precisos, en lo que se refiere a la frecuencia de uso de Internet, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas por edad en el tiempo de uso los días de diario, pero no los fines de semana. Los días de colegio o instituto, el porcentaje de chicos/as que no se conectan a la red NADA o lo hacen durante UNA HORA O MENOS tiempo, disminuye a medida que los alumnos son más mayores. En cambio, a medida que aumenta el nivel educativo, un porcentaje mayor de chicos/as señalan que se conectan ENTRE UNA Y DOS HORAS. Destaca también el hecho de que un porcentaje mayor de alumnos de 4º de ESO en comparación a los otros tres cursos se conectan ENTRE 2 Y 3 HORAS o ENTRE 3 Y 5 HORAS diarias.

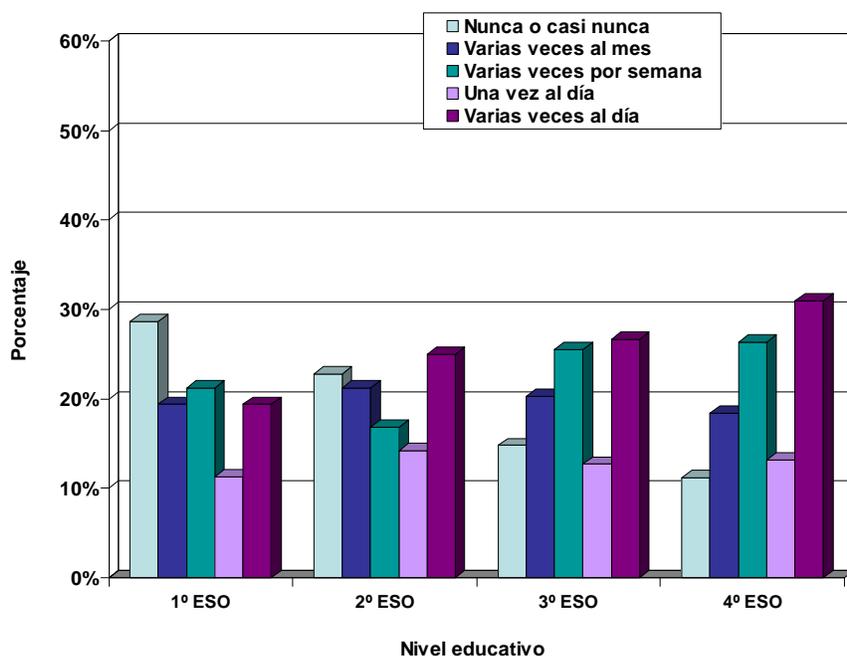
En la frecuencia de utilización de los distintos servicios que ofrece Internet, se aprecian diferencias estadísticamente significativas debido a la edad en algunos de dichos servicios. Concretamente, el porcentaje de chicos/as que NUNCA O CASI NUNCA utilizan Internet para intercambio de archivos disminuye a medida que aumenta el curso; por el contrario con la edad aumenta el porcentaje de alumnos que utilizan este servicios VARIAS VECES POR SEMANA o VARIAS VECES AL DÍA (en este último caso, solo destacan los alumnos de 4º de ESO sobre los restantes cursos).

**Gráfico 19**



La descarga de archivos también varía con la edad. El porcentaje de alumnos que NUNCA O CASI nunca realizan descargas disminuye según aumenta el curso; en cambio, aumenta con la edad la proporción de chicos/as que realizan descargas VARIAS VECES A LA SEMANA o VARIAS VECES AL DÍA.

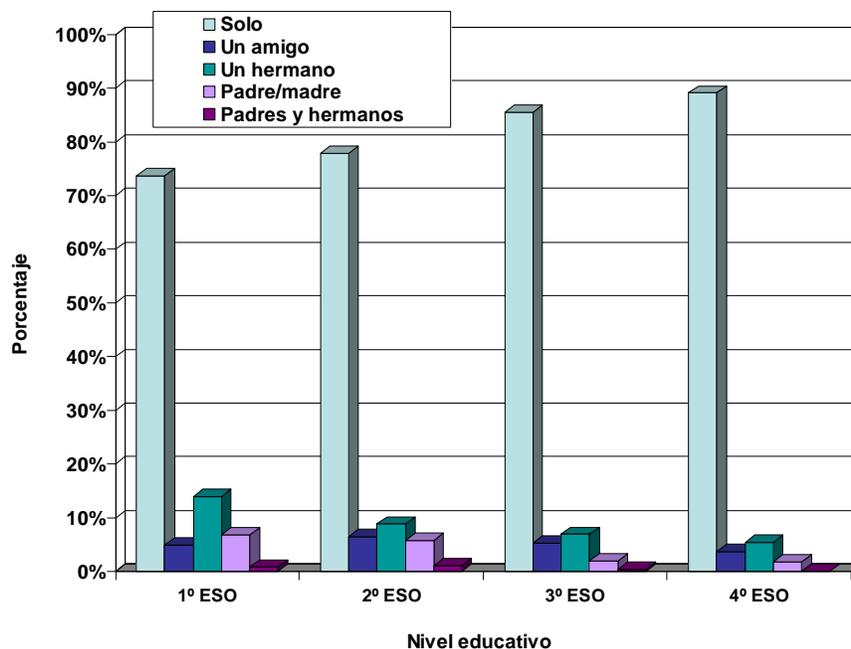
**Gráfico 20**



La visita de las páginas web, el uso de correo electrónico, Messenger, juegos en red, televisión online y blogs no varían su frecuencia con la edad de los alumnos.

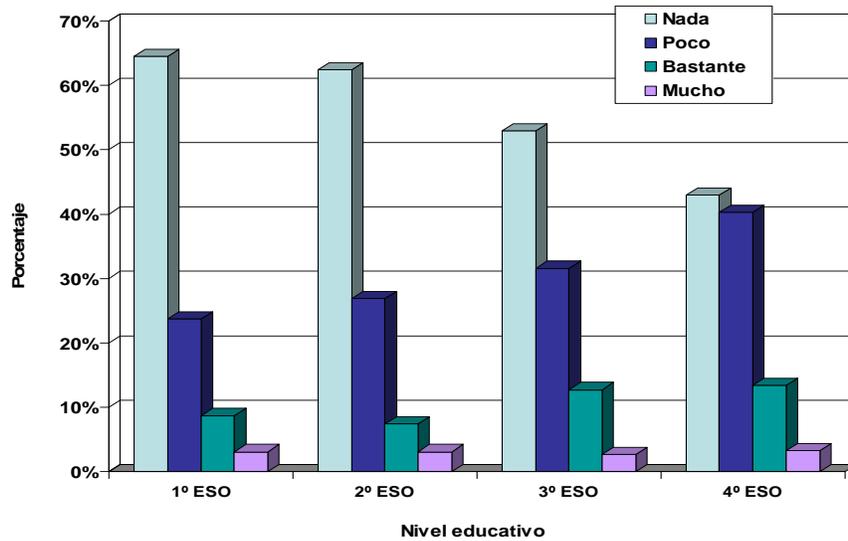
Al preguntarles sobre la/s persona/s con quien suelen estar cuando usan Internet, la respuesta varía en función de la edad. Según van siendo más mayores, aumenta el porcentaje de alumnos que están SOLOS cuando utilizan Internet; en sentido contrario, disminuye significativamente el número de chicos/as que se encuentran CON ALGÚN HERMANO/A o CON SU PADRE O MADRE.

**Gráfico 21**



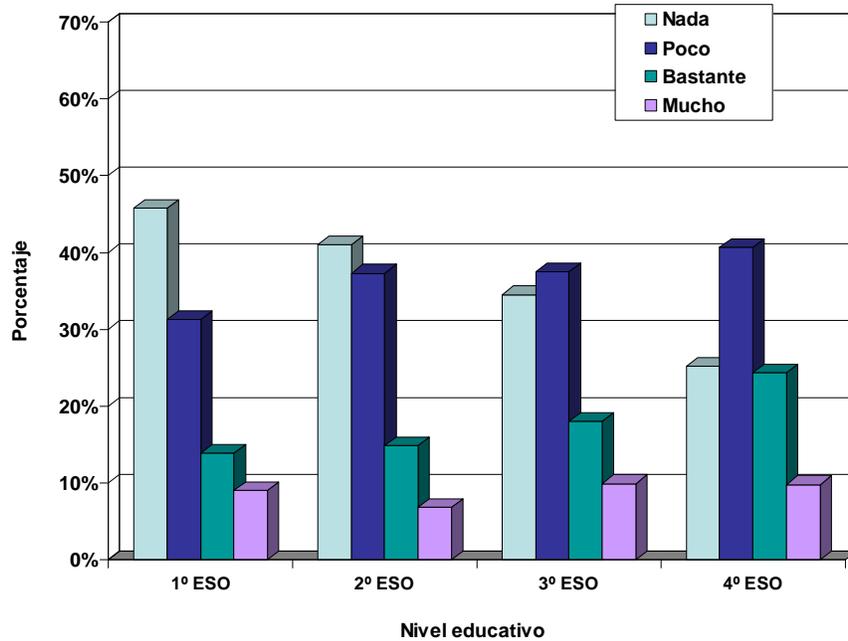
En referencia al tiempo que han quitado a otras actividades por dedicarse a Internet, hay varias actividades que se han visto afectadas, pero depende del nivel educativo. En concreto, a medida que los alumnos son más mayores, reconocen, en una proporción significativamente mayor que los alumnos más jóvenes, haber quitado ALGO DE TIEMPO a la familia. En cambio son más los alumnos de primeros cursos de ESO quienes afirman que NO han quitado tiempo a la familia por el uso de Internet.

**Gráfico 22**



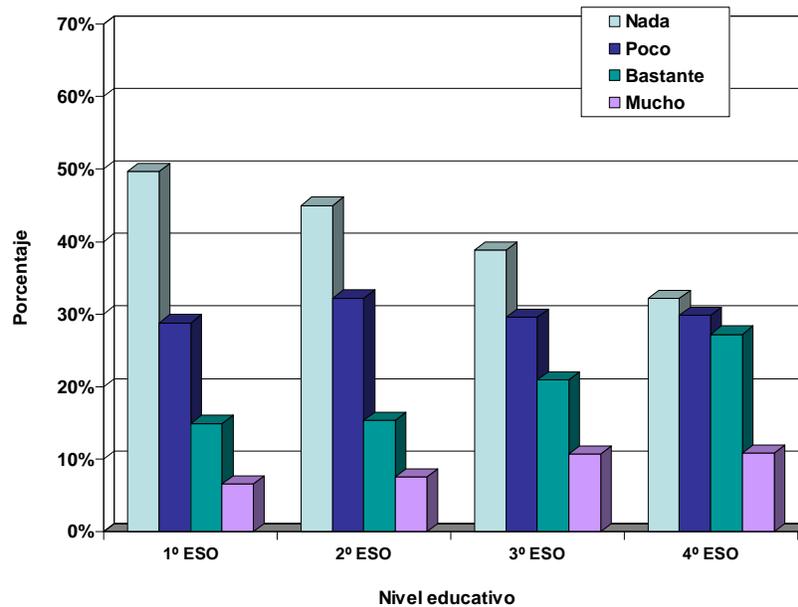
Hay también diferencias estadísticamente significativas en el tiempo quitado a estudiar en función de la edad. Hay una mayor cantidad de chicos/as de primeros cursos que afirman que NO han quitado tiempo a estudiar por usar Internet; este porcentaje disminuye a medida que aumenta la edad de los chicos/as. Por el contrario, a medida que se incrementa el curso, hay más casos de alumnos que reconocen haber quitado POCO TIEMPO o BASTANTE TIEMPO a estudiar.

**Gráfico 23**



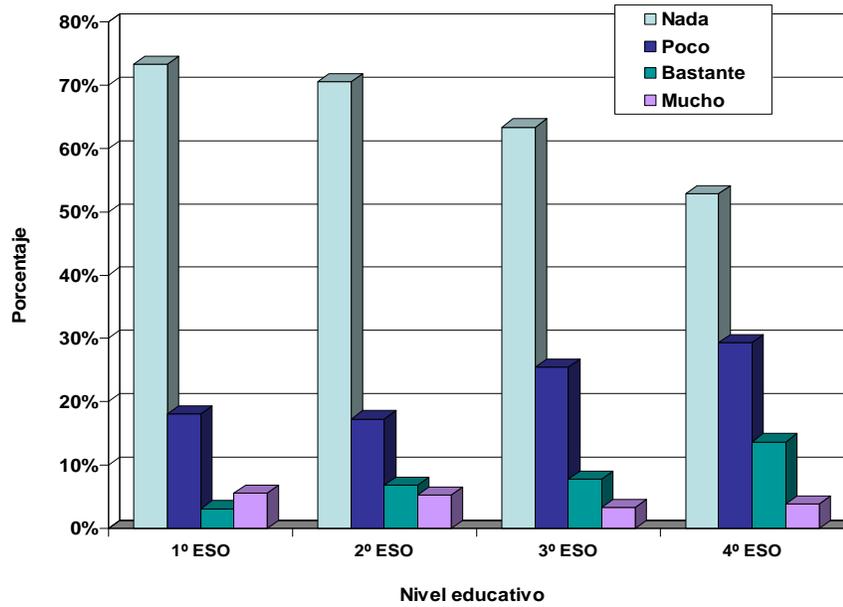
La televisión es una de las actividades que los alumnos reconocen haber dejado de lado por el uso de Internet, aunque varía significativamente según la edad. Como en casos anteriores, hay una mayor proporción de alumnos de primeros cursos de ESO que consideran que NO han quitado tiempo a la televisión por el uso de Internet; este porcentaje va disminuyendo en cursos superiores. En sentido contrario, la proporción de chicos/as que reconocen haber quitado BASTANTE TIEMPO a la televisión se incrementa significativamente con la edad.

**Gráfico 24**



Por último, los chicos/as más mayores reconocen que han quitado tiempo a dormir POCO o BASTANTE en mayor proporción que los alumnos más jóvenes. En cambio, los alumnos de estos primeros cursos afirman más que los mayores que NO han quitado horas de sueño por usar Internet.

**Gráfico 25**



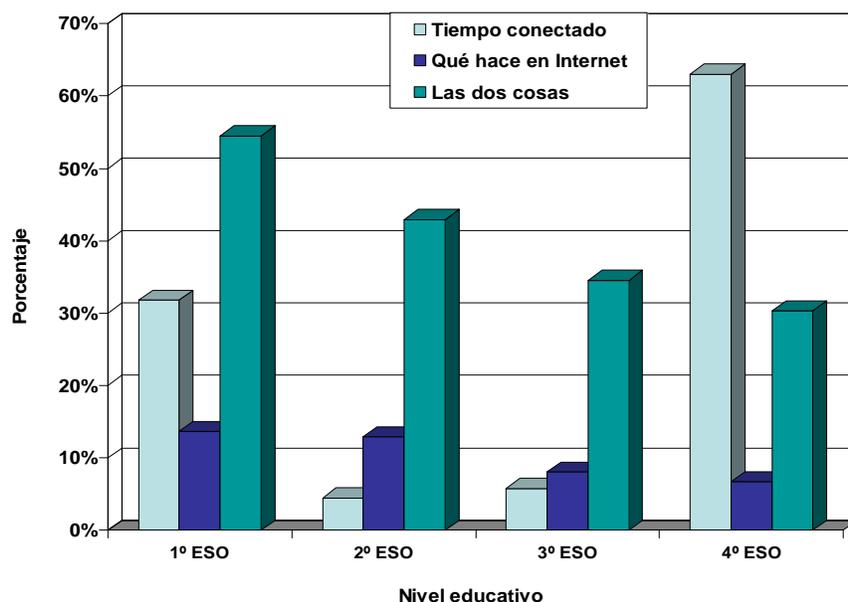
Por otra parte, al preguntarles por algunas actividades que han podido hacer a través de Internet, se encuentra un incremento estadísticamente significativo con la edad en varias actividades consideradas transgresoras pasivas y activas como la visita a páginas con contenido sexual, a quedar con personas que han conocido por Internet, a falsear su identidad en foros y chats y a utilizar Internet para insultar, burlarse o amenazar a otros; en este último caso, la diferencia significativa se establece entre el primer y segundo ciclo de ESO, no es un incremento tan paulatino como en los restantes casos

**Tabla 28**

	Nivel educativo				Total
	1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Visitar páginas con contenido sexual	88 29,9%	121 36,7%	141 42,1%	162 52,6%	<b>512</b> <b>40,4%</b>
Quedar con alguien al que ha conocido por Internet	29 9,9%	57 17,3%	59 17,6%	72 23,5%	<b>217</b> <b>17,2%</b>
Falsear su identidad en chats, foros, etc.	72 24,4%	111 33,4%	129 38,7%	127 41,5%	<b>439</b> <b>34,7%</b>
Ha insultado, burlado o amenazado a través de la red	32 10,8%	43 13,0%	74 22,0%	67 21,8%	<b>216</b> <b>17,0%</b>

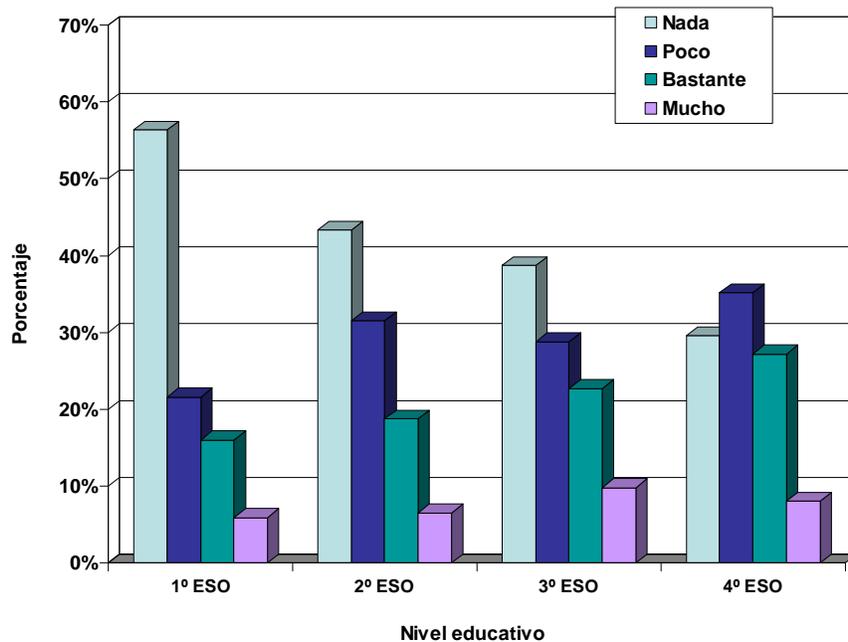
Otro aspecto importante en el que también hay diferencias significativas en función de la edad es el que concierne al control que los padres ejercen sobre su uso de Internet, concretamente en los aspectos que son controlados. Entre los chicos que consideran que sus padres les controlan, los más jóvenes consideran en mayor medida que los de los últimos cursos de ESO que sus padres les controlan tanto el TIEMPO QUE ESTÁN CONECTADOS como DÓNDE ENTRAN Y QUÉ HACEN en Internet. A medida que son más mayores afirman que sólo les controlan el TIEMPO QUE ESTÁN CONECTADOS.

**Gráfico 26**



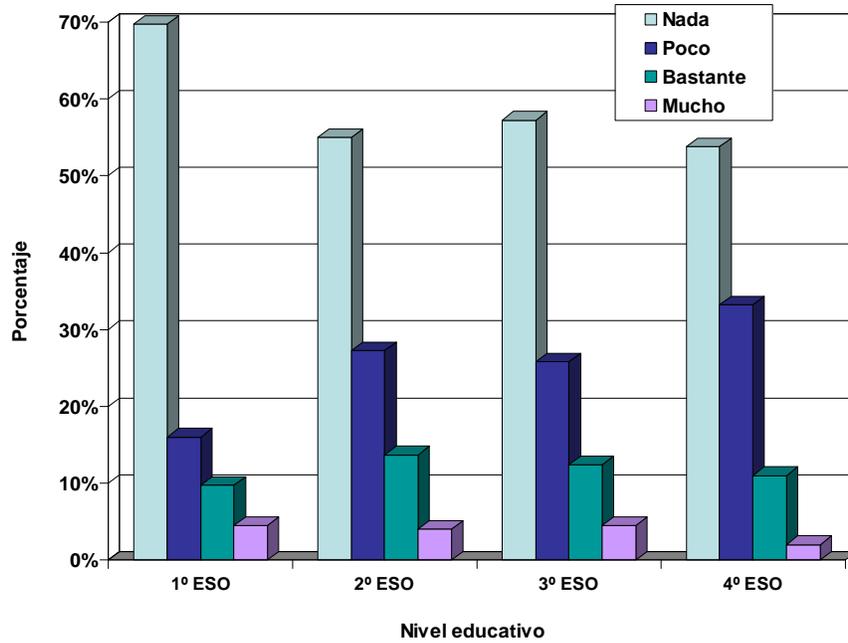
Otros aspectos en los que también se hacen notables las diferencias de edad tienen que ver con la percepción que tienen los adolescentes del uso de Internet. Por ejemplo, la percepción de que influye positivamente en sus relaciones varía significativamente con la edad. El porcentaje de chicos/as que considera que NO les influye positivamente (lo que no significa que les influya negativamente) va disminuyendo a medida que son más mayores; en cambio la percepción ALGO o BASTANTE beneficiosa aumenta a medida que están en cursos superiores.

**Gráfico 27**



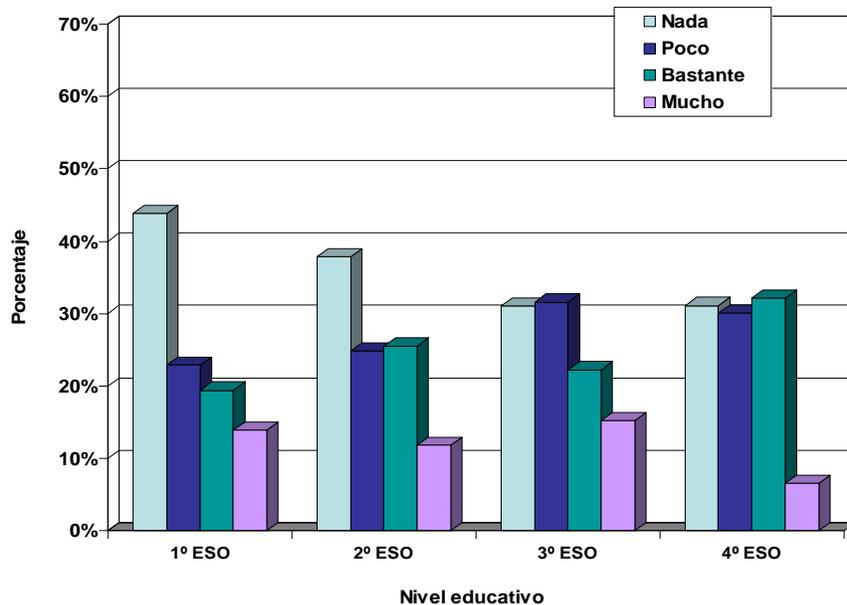
Además, al preguntarles sobre si Internet supone una vía de escape a sus problemas, consideran que NO es así una mayor proporción de alumnos de los primeros cursos, disminuyendo este porcentaje con la edad; en cambio, se incrementa con el curso la respuesta de qué sirve UN POCO para escapar de los problemas.

**Gráfico 28**



Relacionado con lo anterior, está la respuesta a si la conexión unos minutos acaba siendo en realidad horas; en este caso también aparecen diferencias según la edad de los adolescentes. Este problema es reconocido que ocurre UN POCO o BASTANTE en mayor proporción según se incrementa la edad de los alumnos; en cambio, los más jóvenes consideran que esto NO les ocurre en mayor porcentaje que los más mayores. Por último, cabe destacar que, los que contestan que les ocurre MUCHO, pertenecen principalmente a 1º, 2º y 3º de ESO pero no a 4º de ESO.

**Gráfico 29**



## 2.3. Perfiles de uso de internet

En este apartado se detalla el proceso seguido para la extracción de un conjunto de perfiles de usuarios de Internet atendiendo a todas las características de uso mencionadas en los apartados anteriores.

La selección de perfiles de uso de Internet ha seguido un proceso relativamente complejo pero habitual para este tipo de casos.

En primer lugar, teniendo en cuenta el elevado número de ítems del cuestionario referidos al uso de Internet, se realizó un análisis factorial exploratorio de componentes principales con el objetivo de averiguar si existe una agrupación de las variables de uso de Internet en un conjunto de factores generales que determinen distintos aspectos del uso de esta tecnología.

En segundo lugar, se realizó un análisis de clusters para agrupar a los individuos en varios grupos en función de su semejanza en los factores encontrados en el análisis anterior. Este tipo de análisis realiza agrupaciones de los sujetos de la muestra que tienen características similares en cada uno de los factores, de forma que el resultado son grupos de alumnos/as con parecido entre sí en el uso de Internet. Esta técnica estadística resulta el modo más adecuado para clasificar individuos en grupos homogéneos; las características de cada uno de esos grupos de individuos permite obtener distintos perfiles de uso de Internet. Concretamente, en este caso, este análisis ha dado lugar a seis grupos coherentes y con homogeneidad entre los miembros que lo componen.

En tercer lugar, se analizaron las diferencias entre los clusters obtenidos en los ítems referentes al uso de Internet, con el objetivo de obtener una descripción completa de cada perfil de uso de Internet. Para ello se emplearon análisis  $\chi^2$ -test. El nivel de significación considerado en todos los casos fue  $p < ,001$ .

Por último, se realizó un análisis descriptivo de todos los ítems relativos al uso de cada una de las tecnologías para cada uno de los perfiles con el objetivo de poder definirlos adecuadamente.

El análisis factorial exploratorio realizado como primer paso con todos los ítems permitió aislar un total de 5 factores que explican el 59.07% de la varianza del uso de Internet.

**Tabla 29**

Factores e ítems	Saturaciones	% Varianza explicada
Total		59.07%
Factor 1: Frecuencia de uso de Internet		27.13%
Frecuencia general de conexión a Internet	0.73	
Frecuencia de uso los días de colegio o instituto	0.69	
Frecuencia de uso de páginas web	0.68	
Frecuencia de uso de correo electrónico	0.60	
Frecuencia de uso de messenger	0.72	
Frecuencia de uso de descargas de archivos	0.71	
Factor 2: Uso transgresor de Internet		9.91%
Visita de páginas con contenido sexual	0.51	
Visita de páginas con contenido violento	0.59	
Víctima de insultos, burlas o amenazas a través de la red	0.55	
Ha utilizado Internet para insultar, burlarse o amenazar a otros	0.62	
Factor 3: Uso de juegos de Internet		8.43%
Frecuencia de uso de juegos en la red	0.63	
Factor 4: Relaciones virtuales		7.00%
Amigos virtuales	0.65	
Quedar con alguien que ha conocido por Internet	0.56	
Factor 5: Uso de otros servicios de Internet		6.60%
Frecuencia de ver la televisión online	0.76	
Frecuencia de uso de blogs	0.50	

En cada factor se han incluido aquellos ítems con una saturación igual o superior a 0.50. En base a ese criterio, el primer factor explica un porcentaje muy importante de la varianza (27.1%). Está constituido por seis ítems cuyas saturaciones oscilan entre 0.60 y 0.73 y están relacionados siempre con la frecuencia de uso de los servicios de Internet que se utilizan más comúnmente entre la población, es decir, se encuentra principalmente definido por el tiempo de utilización de esta tecnología. Se ha denominado Frecuencia de uso de Internet.

El segundo factor está constituido por cuatro ítems que explican el 9.91% de la varianza. Sus saturaciones oscilan entre 0.51 y 0.62, más bajas que en el factor anterior, y su contenido hace referencia a conductas poco adecuadas para la edad de los adolescentes o moralmente inadecuadas por causar un perjuicio a otras personas. Se ha denominado como uso transgresor de Internet. Lo dos primeros ítems se refieren a la visita de páginas web no aptas para menores de edad; los dos últimos se refieren a la violencia a través de Internet, ya sea como víctimas (que reciben agresiones verbales de otras personas) o como agresores, siendo ellos los que insultan, amenazan o se burlan de los demás aprovechando el anonimato que puede proporcionar la red.

El tercer factor está formado por un solo ítem que explica el 8.43% de la varianza. Este factor se refiere a un servicio de Internet que tiene unas características diferentes al resto de servicios que ofrece la red: los juegos a través de la red.

El cuarto factor lo constituyen dos ítems con saturaciones de 0.56 y 0.65. Este factor explica el 7% de la varianza y su contenido se refiere a las relaciones con personas a las que han conocido a través de Internet. Se ha denominado a este factor Relaciones virtuales.

El quinto y último factor está constituido por dos ítems que explican un porcentaje del 6.60% de la varianza y está definido por el uso de otros servicios de Internet que suelen ser minoritarios, como la televisión online (con una saturación de 0.76) y los blogs (saturación: 0.50).

Considerando estos cinco factores en los que se agrupan los ítems relacionados con el uso de Internet, se ha realizado un análisis de clusters que tiene por objetivo agrupar a los sujetos de la muestra que tienen características similares en cada uno de los factores, de forma que el resultado diferentes perfiles de uso de Internet. Este análisis ha dado lugar a seis grupos coherentes y con homogeneidad entre los miembros que lo componen.

Dichos grupos se definen en función de sus principales características en los factores encontrados en el análisis factorial. A continuación se analizan las diferencias entre los clusters en los ítems que componen cada factor.

En los ítems de frecuencia de uso de Internet (factor 1), hay diferencias estadísticamente significativas entre los clusters. En la medida de frecuencia general de uso de Internet, los resultados muestran que en los clusters 4, 5 y 6, más del 65% de los alumnos se conectan a Internet diariamente (una o dos veces al día o varias veces al día) y el porcentaje de los que se conectan esporádicamente es pequeño. El patrón contrario se encuentra en el cluster 1, donde el 30,7% de los individuos de este cluster se conectan a Internet varias veces al mes, y un 59% varias veces por semana, pero no diariamente.

El tiempo de conexión los días lectivos presenta unas características muy similares. Los sujetos del cluster 1, a diferencia de los de los restantes clusters, no se conectan los días lectivos (33,9%) o se conectan durante menos de una hora (53,4%). Por el contrario, en los clusters 4, 5 y 6 se encuentra una mayor proporción de chicos que en otros clusters que se conectan más de dos horas diarias.

**Tabla 30**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Características	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
<b>Frecuencia de conexión a Internet</b>						
Varias veces al mes	77 (30.7)	3 (1.1)	5 (4.7)	4 (2.4)	3 (3.4)	6 (4.8)
Varias veces por semana	148 (59.0)	73 (26.5)	37 (34.9)	26 (15.3)	18 (20.7)	35 (28.2)
Una o dos veces al día	24 (9.6)	111 (40.4)	31 (29.2)	69 (40.6)	29 (33.3)	34 (27.4)
Varias veces al día	2 (0.8)	88 (32.0)	33 (31.1)	71 (41.8)	37 (42.5)	49 (39.5)
<b>Frecuencia de uso días lectivos</b>						
Nada	85 (33.9)	10 (3.6)	8 (7.5)	10 (5.9)	5 (5.7)	10 (8.1)
1 hora o menos	134 (53.4)	102 (37.1)	40 (37.7)	58 (34.1)	26 (29.9)	31 (25.0)
Entre 1 y 2 horas	26 (10.4)	84 (30.5)	29 (27.4)	47 (27.6)	14 (16.1)	32 (25.8)
Entre 2 y 3 horas	4 (1.6)	52 (18.9)	19 (17.9)	26 (15.3)	25 (28.7)	29 (23.4)
Entre 3 y 5 horas	2 (0.8)	21 (7.6)	8 (7.5)	20 (11.8)	8 (9.2)	16 (12.9)
Más de 5 horas	0 (0)	6 (2.2)	2 (1.9)	9 (5.3)	9 (10.3)	6 (4.8)

La frecuencia de uso de algunos de los servicios más comunes en la red también varía significativamente entre los clusters, apareciendo en todos los servicios perfiles parecidos. Todos estos servicios son usados esporádicamente (nunca o casi nunca, y varias veces al mes) por proporción significativamente mayor de individuos del cluster 1 que de los restantes clusters). En el caso de las páginas web y el Messenger, la proporción de sujetos que los utilizan varias veces por semana es significativamente mayor en el cluster 1 que en los restantes. Por el contrario, los clusters 5 y 6 destacan por una proporción significativamente mayor de sujetos que utilizan todos estos servicios a diario (una o varias veces al día). Los sujetos del cluster 4 también utilizan en mayor proporción la visita de páginas web, el Messenger y la descarga de archivos que los adolescentes de los tres primeros clusters. También es destacable el cluster 2, que se caracteriza por un uso diario del Messenger, significativamente mayor que los del los clusters 1 y 3, pero no utilizan en alta proporción otros servicios que ofrece la red.

**Tabla 31**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Características	N (%)					
Frecuencia de visita de páginas web						
Nunca o casi nunca	38 (15.1)	21 (7.6)	6 (5.7)	3 (1.8)	7 (8.0)	4 (3.2)
Varias veces al mes	94 (37.5)	34 (12.4)	15 (14.2)	8 (4.7)	4 (4.6)	7 (5.6)
Varias veces por semana	98 (39.0)	78 (28.4)	31 (29.2)	40 (23.5)	16 (18.4)	31 (25.0)
Una vez al día	15 (6.0)	59 (21.5)	22 (20.8)	31 (18.2)	25 (28.7)	20 (16.1)
Varias veces al día	6 (2.4)	83 (30.2)	32 (30.2)	88 (51.8)	35 (40.2)	62 (50.0)

**Tabla 32**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Características	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Frecuencia de uso de correo electrónico						
Nunca o casi nunca	94 (37.5)	27 (9.8)	25 (23.6)	34 (20.0)	10 (11.5)	13 (10.5)
Varias veces al mes	80 (31.9)	28 (10.2)	18 (17.0)	32 (18.8)	1 (1.1)	13 (10.5)
Varias veces por semana	66 (26.3)	67 (24.4)	25 (23.6)	28 (16.5)	20 (23.0)	25 (20.2)
Una vez al día	11 (4.4)	95 (34.5)	20 (18.9)	49 (28.8)	25 (28.7)	32 (25.8)
Varias veces al día	0 (0)	58 (21.1)	18 (17.0)	27 (15.9)	31 (35.6)	41 (33.1)
Frecuencia de uso de Messenger						
Nunca o casi nunca	72 (28.7)	3 (1.1)	0 (0)	11 (6.5)	7 (8.0)	2 (1.6)
Varias veces al mes	56 (22.3)	4 (1.5)	6 (5.7)	12 (7.1)	5 (5.7)	6 (4.8)
Varias veces por semana	94 (37.5)	33 (12.0)	32 (30.2)	16 (9.4)	12 (13.8)	15 (12.1)
Una vez al día	25 (10.0)	83 (30.2)	20 (18.9)	42 (24.7)	12 (13.8)	16 (12.9)
Varias veces al día	4 (1.6)	152 (55.3)	48 (45.3)	89 (52.4)	51 (58.6)	85 (68.5)

**Tabla 33**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Características	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Frecuencia de descarga de archivos						
Nunca o casi nunca	107 (42.6)	43 (15.6)	18 (17.0)	7 (4.1)	3 (3.4)	12 (9.7)
Varias veces al mes	84 (33.5)	50 (18.2)	25 (23.6)	21 (12.4)	8 (9.2)	9 (7.3)
Varias veces por semana	46 (18.3)	72 (26.2)	32 (30.2)	44 (25.9)	12 (13.8)	26 (21.0)
Una vez al día	8 (3.2)	39 (14.2)	7 (6.6)	27 (15.9)	15 (17.2)	23 (18.5)
Varias veces al día	6 (2.4)	71 (25.8)	24 (22.6)	71 (41.8)	49 (56.3)	54 (43.5)

Por lo tanto, en lo que respecta al primer factor relativo a la frecuencia de uso de Internet, hay una clara diferencia entre el cluster 1, en el que se encuentra una frecuencia baja de conexión a Internet y bajo uso de los principales servicios de la red, y los tres últimos clusters, en los que se agrupan adolescentes que utilizan Internet diariamente y usan con mucha frecuencia los servicios de Internet mencionados. Asimismo, hay que destacar el caso del cluster 2, que no presenta una alta frecuencia de uso de Internet, pero la mayoría utiliza un único servicio: el Messenger.

Respecto al factor 2, denominado uso transgresor de Internet, los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas entre los clusters en todos los ítems que componen dicho factor. Las páginas no adecuadas para menores, ya sea por su contenido sexual como violento son visitadas en una proporción significativamente mayor por los adolescentes pertenecientes a los clusters 3 y 4 en comparación con los restantes grupos. La violencia a través de la red –tanto en lo que se refiere a víctimas como a agresores- es significativamente más habitual en los adolescentes de los clusters 3 y 6 que de los otros grupos. En este sentido, el cluster 3 parece reunir a los individuos que utilizan Internet de una forma más transgresora mientras que el cluster 6 se caracteriza por un uso transgresor ligado a la relación con los demás.

**Tabla 34**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Visita de páginas con contenido sexual	63 (25.1)	38 (13.8)	74 (69.8)	153 (90.0)	35 (40.2)	58 (46.8)
Visita de páginas con contenido violento	27 (10.8)	4 (1.5)	51 (48.1)	86 (50.6)	26 (29.9)	48 (38.7)
Víctima de insultos, burlas o amenazas a través de la red	15 (6.0)	27 (9.8)	74 (69.8)	3 (1.8)	12 (13.8)	48 (38.7)
Uso de Internet para insultar, burlarse o amenazar	2 (0.8)	9 (3.3)	91 (85.8)	14 (8.2)	15 (17.2)	39 (31.5)

El factor 3, compuesto por un solo ítem, también presenta diferencias estadísticamente significativas entre los clusters en la frecuencia de uso de juegos en la red. Los resultados muestran una mayor proporción de sujetos de los clusters 4 y 5 que usan juegos diariamente; en cambio, el porcentaje de individuos de otros clusters que los utilizan a diario es pequeño. También cabe destacar que más de la mitad de los sujetos de los clusters 2 y 3 no juegan en Internet nunca o casi nunca.

**Tabla 35**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Frecuencia de uso de juegos en la red						
Nunca o casi nunca	83 (33.1)	161 (58.5)	58 (54.7)	25 (14.7)	21 (24.1)	41 (33.1)
Varias veces al mes	81 (32.3)	66 (24.0)	25 (23.6)	25 (14.7)	11 (12.6)	28 (22.6)
Varias veces por semana	64 (25.5)	29 (10.5)	11 (10.4)	36 (21.2)	20 (23.0)	20 (16.1)
Una vez al día	16 (6.4)	11 (4.0)	9 (8.5)	32 (18.8)	16 (18.4)	15 (12.1)
Varias veces al día	7 (2.8)	8 (2.9)	3 (2.8)	52 (30.6)	19 (21.8)	20 (16.1)

Los dos ítems que componen el factor 4, relativo a las relaciones virtuales, también presenta diferencias estadísticamente significativas entre los clusters de adolescentes. Concretamente hay diferencias estadísticamente significativas entre el cluster 6 y los restantes clusters, siendo este grupo el que tiene una mayor proporción de adolescentes con amigos virtuales y que han quedado con alguien que han conocido a través de la red. Estos efectos estadísticamente significativos también indican que los adolescentes pertenecientes a los clusters 1 y 2 son los que mantienen menos relaciones virtuales.

**Tabla 36**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
Amigos virtuales	77 (30.7)	77 (28.0)	34 (32.1)	63 (37.1)	44 (50.6)	121 (97.6)
Quedar con alguien que ha conocido por Internet*	8 (3.2)	9 (3.3)	8 (7.5)	11 (6.5)	12 (13.8)	119 (96.0)

Por último, en el factor 5 denominado Uso de otros servicios de Internet, también aparecen diferencias estadísticamente significativas entre los clusters en los dos ítems que lo componen: frecuencia de ver la televisión online y frecuencia de uso de blogs. Los adolescentes del cluster 5 son los que ven la televisión online con mayor frecuencia, en comparación con los restantes grupos. El uso de blogs es más frecuente en el cluster 6 entre los que los utilizan una vez al día, y en el cluster 5 entre los que los usan una o varias veces al día, siendo sus porcentajes significativamente mayores que los adolescentes de otros clusters.

**Tabla 37**

	Cluster					
	1 (n=251)	2 (n=275)	3 (n=106)	4 (n=170)	5 (n=87)	6 (n=124)
<b>Frecuencia de ver la televisión online</b>						
Nunca o casi nunca	213 (84.9)	248 (90.2)	88 (83.0)	136 (80.0)	1 (1.1)	98 (79.0)
Varias veces al mes	23 (9.2)	23 (8.4)	13 (12.3)	23 (13.5)	2 (2.3)	16 (12.9)
Varias veces por semana	15 (6.0)	4 (1.5)	5 (4.7)	11 (6.5)	28 (32.2)	10 (8.1)
Una vez al día	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	27 (31.0)	0 (0)
Varias veces al día	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	29 (33.3)	0 (0)
<b>Frecuencia de uso de blogs</b>						
Nunca o casi nunca	198 (78.9)	141 (51.3)	46 (43.4)	126 (74.1)	20 (23.0)	61 (49.2)
Varias veces al mes	34 (13.5)	40 (14.5)	22 (20.8)	24 (14.1)	13 (14.9)	18 (14.5)
Varias veces por semana	12 (4.8)	37 (13.5)	12 (11.3)	15 (8.8)	14 (16.1)	15 (12.1)
Una vez al día	6 (2.4)	27 (9.8)	11 (10.4)	1 (0.6)	14 (16.1)	19 (15.3)
Varias veces al día	1 (0.4)	30 (10.9)	15 (14.2)	4 (2.4)	26 (29.9)	11 (8.9)

Resumiendo las diferencias en estos cinco factores, se pueden describir los seis clusters según sus características diferenciales, que son los distintos perfiles de uso de Internet. Como se puede observar, dentro de estos perfiles se pueden distinguir algunos que se podrían catalogar como "mal uso". Sin embargo, no se les ha puesto esta etiqueta ya que el límite entre uso adecuado y mal uso es muy relativo y poco definido en la literatura sobre el tema.

Las características que se señalan a continuación de cada uno de los perfiles en esta tecnología se corresponden a las características generales dentro de cada perfil. Eso no significa que todos los sujetos incluidos dentro de ese grupo tengan exactamente esas características, pero sí son las que mejor definen al grupo en general. Además de la descripción de los perfiles, se incluyen también las tablas de frecuencias relativas de los ítems más importantes que definen cada perfil.

#### PERFIL 1- Grupo de uso bajo controlado (n=251)

El ordenador no está en su habitación, no se conectan diariamente a Internet, sino varias veces por semana, estando conectados los días de diario durante una hora o menos, y los fines de semana, como máximo entre una y dos horas. La actividad más frecuente que desarrollan en Internet es visitar páginas web; con menos frecuencia utilizan el Messenger, el correo electrónico y juegos de la red. No realizan descargas ni intercambio de archivos. No usan otros servicios. Un 11,6% está en compañía de hermanos/as y no consideran que hayan quitado tiempo a otras actividades por el uso de Internet. No realizan en general conductas transgresoras y son el grupo que tienen más control paterno en el uso de Internet (71,7%).

#### PERFIL 2- Grupo de uso medio no transgresor (n=275)

Tienen el ordenador en su habitación. Usan Internet 1 ó 2 veces al día durante una hora o menos o entre una y dos horas; los fines de semana, lo usan la mayoría como mucho 2 o 3 horas. Lo que más hacen es visitar páginas web y usar el Messenger (varias veces al día) y el correo electrónico (una vez al día). Un 25,8% realiza descargas diariamente. Lo mayoría no juega ni utiliza blogs, ni ve la televisión online y ocasionalmente intercambian archivos. Un grupo pequeño tiene amigos virtuales. Consideran en general que no han quitado tiempo a otras actividades, excepto un poco de tiempo a estudiar. No realizan en general conductas transgresoras, entendiéndose con conductas transgresoras ver páginas con contenido sexual, violento o racista, falsear su identidad, agredir o ser agredido a través de la red.

#### PERFIL 3- Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo (n=106)

La mayoría no tiene ordenador en su habitación, se conecta varias veces por semana durante dos horas o menos los días de colegio o instituto, y entre una y tres horas los fines de semana. Los servicios de Internet que más utilizan son la visita a páginas web y Messenger. También usan, aunque en menor grado, el correo electrónico, descargas e intercambio de archivos. Juegan muy poco en la red y no utilizan blogs ni ven televisión online. Consideran que con el uso de Internet han quitado un poco de tiempo a la familia, a estudiar y a ver la televisión. Un alto porcentaje ha visitado páginas con contenido sexual y violento, son el grupo que más visitan páginas de contenido racista, un alto porcentaje ha falseado su identidad y ha sido víctima y agresor a través de Internet. También, en un tercio de los casos, han colgado en la red vídeos en los que se han grabado.

#### PERFIL 4-Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo (n=170).

Tienen el ordenador en su habitación y solo usan Internet en casa. Se conectan a diario, una o más veces, durante una hora o menos (34,1%) y entre 1 y 2 horas (27,6%) los días de colegio o instituto, y más tiempo los fines de

semana, en una duración que varía entre una y cinco horas. Los servicios que más usan son páginas web, Messenger, juegos y descargas, aunque también usan diariamente el email. Intercambian archivos con cierta frecuencia y no ven la televisión ni usan blogs. Consideran que con el uso de Internet han quitado un poco de tiempo a estudiar. Respecto a conductas transgresoras, la mayoría ha visitado páginas con contenido sexual y violento.

PERFIL 5- Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo (n=87).

Tienen el ordenador en su habitación; se conectan a Internet varias veces al día, el 28,7% de los casos entre dos y tres horas los días de colegio/instituto, y un mínimo de dos horas el fin de semana hasta más de 5 horas. Utilizan todos los servicios de Internet diariamente y más de la mitad tienen amigos virtuales. No consideran que quitan tiempo a otras actividades, excepto un poco de tiempo a estudiar. Respecto a conductas transgresoras, son los que más han visitado páginas web con contenido racista, un 13,8% han quedado con alguien que han conocido en la red y casi la mitad han falseado su identidad en foros o chats.

PERFIL 6- Grupo de uso alto, transgresor activo (n=124).

Casi la mitad de los casos tienen el ordenador en su habitación, solo usan Internet en su propia casa y la mayoría se conecta diariamente. El tiempo de conexión los días de colegio o instituto llega hasta un máximo de tres horas; los fines de semana, la mayoría se conecta más de dos horas. Navegan diariamente por páginas web, usan el correo electrónico y el Messenger a diario, así como descargas e intercambio de archivos. Juegan ocasionalmente y nunca ven la televisión online ni utilizan blogs. Casi todos tienen amigos virtuales. Consideran que han quitado bastante tiempo a estudiar. El 96% han quedado con alguien que han conocido por Internet, falsean su identidad en chats y foros, y en un porcentaje importante (más de un tercio de los casos) han sido víctimas y agresores a través de la red, y han colgado vídeos en los que se han grabado.

A continuación se incluye una tabla completa que permite comparar todas las variables en los perfiles señalados.

FRECUENCIAS (porcentajes) DE USO DE INTERNET EN CADA GRUPO

**Tabla 38**

		Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 4	Perfil 5	Perfil 6
Lugar ordenador	Su habitación	26,7	44,0	39,6	52,9	46,0	47,6
	Otro sitio	49,8	34,2	43,4	25,9	29,9	36,3
	Portátil	20,3	21,5	15,1	20,6	24,1	12,1
	No hay	2,4		1,9	,6		4,0
Conexión en casa	Sí	92,4	97,1	95,3	99,4	96,6	91,9
Lugar uso Internet	Casa	90,4	97,1	92,5	99,4	96,6	91,9
	Colegio	,8				1,1	
	Ciber	6,4	2,2	6,6	,6	2,3	8,1
	Casa amigo	2,4	0,7	,9			
Frecuencia conexión	Varias veces al mes	30,7	1,1	4,7	2,4	3,4	4,8
	Varias veces por semana	59,0	26,5	34,9	15,3	20,7	28,2
	Una o dos veces al día	9,6	40,4	29,2	40,6	33,3	27,4
	Varias veces al día	,8	32,0	31,1	41,8	42,5	39,5
Frecuencia diario	Nada	33,9	3,6	7,5	5,9	5,7	8,1
	1 hora o menos	53,4	37,1	37,7	34,1	29,9	25,0
	Entre 1 y 2 horas	10,4	30,5	27,4	27,6	16,1	25,8
	Entre 2 y 3 horas	1,6	18,9	17,9	15,3	28,7	23,4
	Entre 3 y 5 horas	,8	7,6	7,5	11,8	9,2	12,9
	Más de 5 horas		2,2	1,9	5,3	10,3	4,8
Frecuencia fin de semana	Nada	6,8	4,0	,9	2,4		2,4
	1 hora o menos	29,5	9,8	10,4	7,6	3,4	12,1
	Entre 1 y 2 horas	34,3	25,8	27,4	22,9	17,2	18,5
	Entre 2 y 3 horas	15,9	26,5	30,2	25,9	20,7	21,8
	Entre 3 y 5 horas	8,0	19,6	15,1	21,2	21,8	16,9
	Más de 5 horas	1,6	10,9	9,4	14,1	28,7	20,2

**Tabla 39**

		Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 4	Perfil 5	Perfil 6
Frec. Páginas web	Nunca o casi nunca	15,1	7,6	5,7	1,8	8,0	3,2
	Varias veces al mes	37,5	12,4	14,2	4,7	4,6	5,6
	Varias veces por semana	39,0	28,4	29,2	23,5	18,4	25,0
	Una vez al día	6,0	21,5	20,8	18,2	28,7	16,1
	Varias veces al día	2,4	30,2	30,2	51,8	40,2	50,0
Frec. email	Nunca o casi nunca	37,5	9,8	23,6	20,0	11,5	10,5
	Varias veces al mes	31,9	10,2	17,0	18,8	1,1	10,5
	Varias veces por semana	26,3	24,4	23,6	16,5	23,0	20,2
	Una vez al día	4,4	34,5	18,9	28,8	28,7	25,8
	Varias veces al día		21,1	17,0	15,9	35,6	33,1
Frec. Messenger	Nunca o casi nunca	28,7	1,1		6,5	8,0	1,6
	Varias veces al mes	22,3	1,5	5,7	7,1	5,7	4,8
	Varias veces por semana	37,5	12,0	30,2	9,4	13,8	12,1
	Una vez al día	10,0	30,2	18,9	24,7	13,8	12,9
	Varias veces al día	1,6	55,3	45,3	52,4	58,6	68,5
Frec. Juegos	Nunca o casi nunca	33,1	58,5	54,7	14,7	24,1	33,1
	Varias veces al mes	32,3	24,0	23,6	14,7	12,6	22,6
	Varias veces por semana	25,5	10,5	10,4	21,2	23,0	16,1
	Una vez al día	6,4	4,0	8,5	18,8	18,4	12,1
	Varias veces al día	2,8	2,9	2,8	30,6	21,8	16,1
Frec. Intercambio archivos	Nunca o casi nunca	59,8	29,5	29,2	31,2	12,6	18,5
	Varias veces al mes	29,9	26,5	27,4	21,2	14,9	15,3
	Varias veces por semana	9,6	28,4	30,2	28,2	32,2	22,6
	Una vez al día	,4	8,0	5,7	6,5	18,4	21,0
	Varias veces al día	,4	7,6	7,5	12,9	21,8	22,6
Frec. descargas	Nunca o casi nunca	42,6	15,6	17,0	4,1	3,4	9,7
	Varias veces al mes	33,5	18,2	23,6	12,4	9,2	7,3
	Varias veces por semana	18,3	26,2	30,2	25,9	13,8	21,0
	Una vez al día	3,2	14,2	6,6	15,9	17,2	18,5
	Varias veces al día	2,4	25,8	22,6	41,8	56,3	43,5

**Tabla 40**

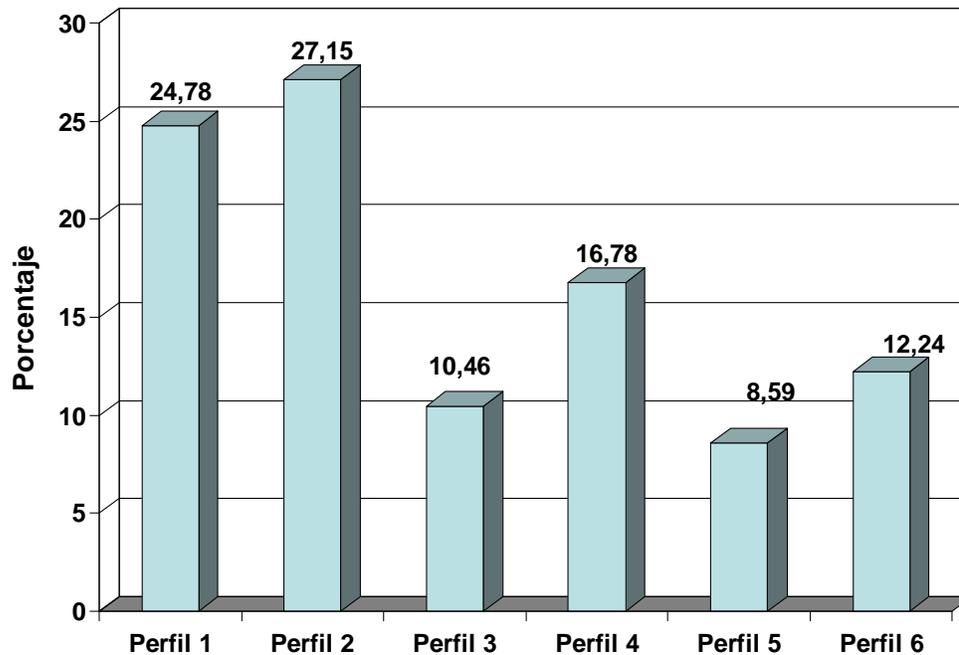
		Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 4	Perfil 5	Perfil 6
Frec. Tv online	Nunca o casi nunca	84,9	90,2	83,0	80,0	1,1	79,0
	Varias veces al mes	9,2	8,4	12,3	13,5	2,3	12,9
	Varias veces por semana	6,0	1,5	4,7	6,5	32,2	8,1
	Una vez al día					31,0	
	Varias veces al día					33,3	
Frec. Blogs	Nunca o casi nunca	78,9	51,3	43,4	74,1	23,0	49,2
	Varias veces al mes	13,5	14,5	20,8	14,1	14,9	14,5
	Varias veces por semana	4,8	13,5	11,3	8,8	16,1	12,1
	Una vez al día	2,4	9,8	10,4	,6	16,1	15,3
	Varias veces al día	,4	10,9	14,2	2,4	29,9	8,9
Amigos virtuales	Sí	30,7	28,0	32,1	37,1	50,6	97,6
Sueles estar	Solo	70,5	81,5	84,9	83,5	77,0	75,8
	Amigo/a, novio/a	4,4	2,5	6,6	1,8	4,6	8,9
	Hermano o hermana	11,6	6,2	2,8	5,9	6,9	7,3
	Padre o madre	4,8	4,7	,9	2,9	1,1	2,4
	Padres y hermanos	1,2			,6		,8
Tiempo a familia	No	70,5	50,9	36,8	50,0	50,6	44,4
	Poco tiempo	25,1	33,1	40,6	33,5	29,9	37,1
	Bastante tiempo	2,4	11,6	19,8	12,4	13,8	13,7
	Mucho tiempo		2,9	2,8	1,8	4,6	4,8
Amigos	No	82,1	82,9	72,6	69,4	81,6	75,8
	Poco tiempo	15,9	13,5	17,0	21,8	16,1	16,9
	Bastante tiempo	1,2	1,8	8,5	5,3		6,5
	Mucho tiempo		,4	1,9	1,8	1,1	,8
Estudiar	No	55,4	37,8	21,7	21,8	24,1	22,6
	Poco tiempo	35,1	38,5	37,7	42,4	37,9	30,6
	Bastante tiempo	8,0	14,5	24,5	23,5	19,5	32,3
	Mucho tiempo	,8	7,3	16,0	10,6	17,2	13,7

**Tabla 41**

		Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 4	Perfil 5	Perfil 6
TV	No	54,2	44,4	20,8	32,4	35,6	35,5
	Poco tiempo	30,7	24,4	38,7	29,4	27,6	25,0
	Bastante tiempo	10,8	20,7	25,5	26,5	24,1	22,6
	Mucho tiempo	3,6	8,7	15,1	9,4	11,5	16,9
Deporte	No	75,3	60,4	63,2	64,1	54,0	60,5
	Poco tiempo	17,5	18,5	21,7	18,2	28,7	19,4
	Bastante tiempo	4,8	12,4	6,6	10,0	9,2	13,7
	Mucho tiempo	1,6	7,3	7,5	5,9	6,9	6,5
Dormir	No	76,9	65,8	52,8	60,0	52,9	49,2
	Poco tiempo	18,7	24,7	30,2	26,5	23,0	25,8
	Bastante tiempo	2,0	6,5	12,3	6,5	17,2	16,1
	Mucho tiempo	1,6	1,5	4,7	5,3	5,7	8,1
Pag. sexual	Sí	25,1	13,8	69,8	90,0	40,2	46,8
Pag violento	Sí	10,8	1,5	48,1	50,6	29,9	38,7
Pag. Racista	Sí	4,0	1,8	15,1	11,2	12,6	11,3
Has quedado con alguien	Sí	3,2	3,3	7,5	6,5	13,8	96,0
Has falseado identidad	Sí	19,1	29,1	57,5	38,8	48,3	48,4
Víctima de insultos	Sí	6,0	9,8	69,8	1,8	13,8	38,7
Has insultado	Sí	,8	3,3	85,8	8,2	17,2	31,5
Has colgado video	Sí	9,2	13,8	30,2	29,4	27,6	37,1
Control padres	Sí	71,7	64,4	61,3	50,6	55,2	58,1

Si se atiende a la frecuencia de estos perfiles en los adolescentes, encontramos la distribución que muestra la siguiente figura.

**Gráfico 30**



La mayoría de los adolescentes se sitúan en los dos primeros perfiles, que se corresponden a una frecuencia de uso más baja de Internet, con un uso adecuado de la red (perfil 1: 24.78%; perfil 2: 27.15%). El perfil 4 (16.78%), que representa a los adolescentes que utilizan durante más tiempo la red, especialmente los juegos, también presenta un porcentaje superior al 15%. En cada uno de los restantes perfiles se agrupa aproximadamente un 10% de los adolescentes; son aquellos grupos en los que se encuentra una mayor proporción de conductas transgresoras y, en el caso del perfil 6 (12.24%), con relaciones virtuales.

## 2.4. Características de los perfiles de uso de Internet

En este apartado se analizan algunas características relacionadas con los perfiles de uso de Internet descritos en el apartado anterior. Concretamente, se estudia si las variables sociodemográficas “sexo” y “nivel educativo” están asociadas a los perfiles de uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Esto nos permite, al mismo tiempo, ampliar dichos perfiles, conociendo si éstos son más frecuentes en chicos o en chicas, o en algún nivel educativo concreto.

Por otra parte, también se analizan estos perfiles en relación a un conjunto de variables socioculturales, relacionadas con los hábitos de vida de los adolescentes. Con ello se pretende saber si el hecho de que un adolescente tenga un determinado perfil en su uso de Internet está relacionado con otras variables de su modo de vida. De esta forma, se conoce con mayor profundidad qué aspectos del adolescente están ligados a su modo de utilizar Internet, lo que resulta necesario si se pretenden realizar programas de prevención de problemas relacionados con el uso de Internet

Los análisis que se han realizado en este sentido son, en primer lugar, análisis  $\chi^2$  del cruce de todos los perfiles de una TIC y de una variable sociodemográfica, para poder conocer si la distribución de la variable sociodemográfica es igual en todos los perfiles o, por el contrario, hay perfiles asociados a determinados niveles de la variable sociodemográfica; es este último caso –en el que el análisis resulta estadísticamente significativo– se ha profundizado en el resultado analizando la distribución de la variable sociodemográfica en cada uno de los perfiles por separado, con el objetivo de localizar las características sociodemográficas de cada uno de ellos.

Respecto a la variable género, hay diferencias estadísticamente significativas en la distribución de esta variable en los perfiles, lo que indica que algunos de los perfiles de Internet están asociados a los chicos o a las chicas.

**Tabla 42**

	Sexo		Total	Sig.
	Chico	Chica		
Perfil 1 Grupo de uso medio no transgresor	67 (24,5%)	206 (75,5%)	<b>273</b> <b>(100%)</b>	p < .001
Perfil 2. Grupo de uso bajo controlado	133 (53,2%)	117 (46,8%)	<b>250</b> <b>(100%)</b>	n.s.
Perfil 3. Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	148 (88,1%)	20 (11,9%)	<b>168</b> <b>(100%)</b>	p < .001
Perfil 4. Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	43 (49,4%)	44 (50,6%)	<b>87</b> <b>(100%)</b>	n.s.
Perfil 5. Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	62 (58,5%)	44 (41,5%)	<b>106</b> <b>(100%)</b>	n.s.
Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	61 (49,2%)	63 (50,8%)	<b>124</b> <b>(100%)</b>	n.s.
<b>Total</b>	<b>514</b> <b>(51,0%)</b>	<b>494</b> <b>(49,0%)</b>	<b>1.008</b> <b>(100%)</b>	

Hay más chicas que chicos con una frecuencia media de uso de Internet, siendo este uso no transgresor (cluster 1). En cambio, el alumnado que usa Internet con una frecuencia media-alta, siendo en ocasiones transgresor pasivo (cluster 3), es en su mayoría masculino. El resto de perfiles de uso de Internet se da por igual en chicos y chicas, sin distinción significativa por sexo.

En lo que se refiere al nivel educativo, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en la distribución de edades en los distintos perfiles de uso de Internet.

**Tabla 43**

	Nivel educativo				Total	Sig.
	1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO		
Perfil 1. Grupo de uso medio no transgresor	48 17,5%	63 22,9%	86 31,3%	78 28,4%	<b>275</b> <b>100%</b>	n.s.
Perfil 2. Grupo de uso bajo controlado	83 33,1%	78 31,1%	55 21,9%	35 13,9%	<b>251</b> <b>100%</b>	p < .001
Perfil 3. Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	22 12,9%	51 30,0%	44 25,9%	53 31,2%	<b>170</b> <b>100%</b>	p < .001
Perfil 4. Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	26 29,9%	23 26,4%	20 23,0%	18 20,7%	<b>87</b> <b>100%</b>	n.s.
Perfil 5. Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	8 7,5%	17 16,0%	35 33,0%	46 43,4%	<b>106</b> <b>100%</b>	p < .001
Perfil 6. Grupo de uso alto, transgresor activo	17 13,7%	24 19,4%	40 32,3%	43 34,7%	<b>124</b> <b>100%</b>	n.s.
<b>Total</b>	<b>204</b> <b>20,1%</b>	<b>256</b> <b>25,3%</b>	<b>280</b> <b>27,6%</b>	<b>273</b> <b>26,9%</b>	<b>1013</b> <b>100%</b>	

En concreto, el perfil de uso de Internet bajo y controlado por los padres (perfil 2) se da especialmente en los dos primeros cursos de ESO. En sentido contrario, la frecuencia de uso media y con transgresiones (perfil 5) aparece asociada en mayor medida a los dos últimos cursos de ESO. También es destacable que la frecuencia de uso media-alta, ligeramente transgresora pasiva (perfil 3) es significativamente menor en los alumnos de primer curso de ESO y más frecuente en los otros tres cursos.

Los restantes perfiles no presentan diferencias estadísticamente significativas en función del nivel educativo, lo que indica que se dan en igual medida a cualquier edad de Educación Secundaria Obligatoria.

Además del sexo y la edad, se ha estudiado si los perfiles de uso de Internet diferían en los aspectos psicosociales y generales estudiados. Esto permite, por una parte, ver si hay características psicosociales que vayan más asociadas a unos perfiles que a otros y, por otra parte, permite ampliar dichos perfiles añadiendo características que van más allá del uso de la tecnología, lo que tiene gran utilidad a nivel de prevención y localización de casos de riesgo a abuso de las TICs.

A continuación se exponen distintas tablas que resumen los datos descriptivos que identifican a cada perfil en cada tecnología. Se han señalado en azul las variables que presentan diferencias estadísticamente significativas (siempre con un nivel de confianza del 99,9%) entre los distintos perfiles. Además, aparecen señaladas también en color las casillas que resultan estadísticamente destacables por presentar porcentajes elevados en comparación con los restantes perfiles. Las características más llamativas se destacan a continuación.

Los adolescentes de perfil 6 gastan con más frecuencia su dinero en copas y bebidas alcohólicas, en comparación con el perfil 1, que en su mayoría no gastan nunca dinero en alcohol. Iguales características tiene el gasto en teléfono móvil y en entradas a discotecas o locales, siendo más frecuente en el perfil 6 que en el 1. El caso del gasto en ropa es similar, siendo los adolescentes de los perfiles 5 y 6 los que gastan dinero en prendas de vestir con más frecuencia que los de otros perfiles, especialmente en comparación con el perfil 1, donde se encuentra una mayor proporción de adolescentes que dicen no gastar nunca o casi nunca su dinero en ropa.

Los adolescentes de perfil 1 son también los que señalan con más frecuencia que nunca gastan en transporte, mientras que los de perfiles 3 y 6 son los que, en comparación con el resto de perfiles, señalan en mayor proporción que gastan dinero a menudo.

Por último en lo que respecta al gasto de dinero, éste es mayor en juegos en los perfiles 4 y 5 que en el resto de perfiles de uso de Internet. En cambio, los adolescentes de perfil 2, en su mayoría, señalan que no gastan nunca dinero en juegos.

En qué gastan el dinero, en función del perfil de uso de Internet.

**Tabla 44**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Bebidas sin alcohol	Nunca	36,1%	29,4%	25,0%	26,5%	28,4%	21,0%	29,0%
	A veces	40,6%	43,1%	42,3%	32,5%	43,2%	38,7%	40,1%
	A menudo	17,7%	24,9%	29,8%	32,5%	23,5%	31,9%	25,6%
	Siempre	5,6%	2,6%	2,9%	8,4%	4,9%	8,4%	5,3%
Copas / bebidas alcohólicas	Nunca	89,1%	65,2%	43,8%	63,3%	72,8%	41,3%	66,3%
	A veces	8,9%	24,7%	38,1%	22,3%	18,5%	38,0%	22,9%
	A menudo	2,0%	7,9%	15,2%	11,4%	7,4%	15,7%	8,7%
	Siempre	,0%	2,2%	2,9%	3,0%	1,2%	5,0%	2,1%
Comida (hamburguesas, sándwich, chucherías...)	Nunca	11,7%	7,7%	6,7%	4,8%	6,0%	5,7%	7,7%
	A veces	62,1%	56,6%	45,2%	47,0%	38,6%	38,2%	51,4%
	A menudo	22,6%	25,4%	38,5%	39,3%	42,2%	40,7%	31,7%
	Siempre	3,6%	10,3%	9,6%	8,9%	13,3%	15,4%	9,2%
Juegos	Nunca	37,8%	53,0%	45,7%	25,1%	32,5%	47,2%	41,3%
	A veces	43,5%	38,5%	41,0%	43,7%	41,0%	33,3%	40,4%
	A menudo	16,7%	5,9%	9,5%	22,8%	15,7%	13,8%	13,6%
	Siempre	2,0%	2,6%	3,8%	8,4%	10,8%	5,7%	4,6%

**Tabla 45**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Ropa	Nunca	18,6%	7,3%	12,5%	13,1%	14,5%	7,4%	12,2%
	A veces	38,5%	27,1%	25,0%	40,5%	15,7%	17,2%	29,8%
	A menudo	31,6%	43,2%	41,3%	33,3%	43,4%	46,7%	38,9%
	Siempre	11,3%	22,3%	21,2%	13,1%	26,5%	28,7%	19,1%
Libros, revistas, cómic	Nunca	29,7%	31,5%	41,9%	40,5%	34,6%	38,2%	34,7%
	A veces	43,4%	39,9%	41,9%	41,1%	33,3%	39,0%	40,5%
	A menudo	21,3%	22,7%	10,5%	13,1%	24,7%	17,1%	18,9%
	Siempre	5,6%	5,9%	5,7%	5,4%	7,4%	5,7%	5,8%
Teléfono móvil	Nunca	38,1%	21,2%	24,8%	28,4%	20,5%	15,4%	26,2%
	A veces	34,8%	27,8%	27,6%	32,0%	32,5%	26,8%	30,5%
	A menudo	19,8%	35,9%	31,4%	29,0%	26,5%	33,3%	29,2%
	Siempre	7,3%	15,0%	16,2%	10,7%	20,5%	24,4%	14,1%
CDs y DVDs	Nunca	45,5%	42,8%	53,3%	47,3%	36,6%	41,5%	44,7%
	A veces	46,3%	41,3%	38,1%	36,7%	39,0%	35,0%	40,4%
	A menudo	7,3%	13,8%	6,7%	13,0%	22,0%	19,5%	12,7%
	Siempre	,8%	2,2%	1,9%	3,0%	2,4%	4,1%	2,2%

**Tabla 46**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Cine	Nunca	17,3%	13,6%	21,0%	15,6%	15,9%	15,6%	16,0%
	A veces	65,5%	59,7%	61,0%	58,7%	46,3%	59,0%	59,9%
	A menudo	16,9%	24,2%	18,1%	22,8%	34,1%	23,0%	22,1%
	Siempre	,4%	2,6%	,0%	3,0%	3,7%	2,5%	1,9%
Entradas a espectáculos /discotecas/locales	Nunca	59,1%	37,0%	27,2%	42,6%	32,5%	25,2%	40,6%
	A veces	35,6%	46,5%	52,4%	41,4%	41,3%	37,4%	42,0%
	A menudo	4,9%	12,8%	16,5%	13,0%	21,3%	28,5%	13,9%
	Siempre	,4%	3,7%	3,9%	3,0%	5,0%	8,9%	3,5%
Transportes	Nunca	41,4%	28,6%	22,1%	31,8%	30,5%	20,3%	30,8%
	A veces	45,0%	43,2%	39,4%	35,3%	41,5%	34,1%	40,7%
	A menudo	10,0%	21,6%	30,8%	22,4%	14,6%	33,3%	20,7%
	Siempre	3,6%	6,6%	7,7%	10,6%	13,4%	12,2%	7,9%

Comparando el rendimiento escolar de los chicos de los seis perfiles, los resultados indican que el porcentaje de alumnos con asignaturas suspensas es significativamente superior en los grupos de perfil 5 y 6 que en los adolescentes de los otros perfiles. Asimismo, el porcentaje de chicos que han repetido curso es mayor en el caso del perfil 6 en comparación a los restantes perfiles.

Otros aspectos en los que también se han encontrado diferencias significativas entre los grupos de adolescentes con distintos perfiles en el uso de Internet tiene que ver con las actividades en las que invierten su tiempo. La frecuencia de tiempo que invierten en estudiar es mayor en el perfil 1 que en los restantes, ya que es donde se encuentra una mayor proporción de chicos que estudian a diario. En cambio, en el perfil 6 hay una mayor proporción de adolescentes que estudian esporádicamente, ya sea nunca o casi nunca o alguna vez al mes.

Leer libros es otra actividad en la que se aprecian diferencias estadísticamente significativas entre los perfiles. El perfil 1 es el que tiene un mayor porcentaje de adolescentes que leen a diario, el perfil 2 un mayor número de chicos que leen varias veces por semana, mientras que los perfiles 3 y 4 son los que tienen una mayor proporción de chicos que no leen nunca o casi nunca. Los otros dos perfiles no presentan características definidas en esta actividad.

Otra actividad frecuente en adolescentes, salir con amigos, se produce con mayor frecuencia en los chicos del perfil 6 que de los restantes perfiles. Por el contrario, en el perfil 1 hay un mayor porcentaje de adolescentes en comparación con los demás perfiles que no salen con amigos nunca o casi nunca.

Por último, dejar pasar el tiempo sin hacer nada es menos frecuente en el perfil 1 que en los demás perfiles, ya que éste grupo es en el que un mayor porcentaje de chicos dicen no hacerlo nunca. En cambio, en el perfil 4 hay una mayor proporción de adolescentes que en los otros grupos que dicen que a menudo dejan pasar el tiempo sin hacer nada.

Porcentaje de suspensos y repetición de curso, en función del perfil de uso de Internet.

**Tabla 47**

	Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Suspendieron alguna asignatura	52,6%	59,3%	69,2%	67,5%	81,0%	79,7%	64,4%
Han repetido algún curso	11,6%	21,0%	20,8%	22,5%	20,9%	35,8%	20,7%

Tiempo dedicado a las siguientes actividades, en función del perfil de uso de Internet.

**Tabla 48**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Estudiar	Nunca o casi nunca	2,0%	2,9%	5,7%	8,9%	9,2%	10,7%	5,5%
	Una o dos veces al mes	6,1%	7,6%	18,1%	11,8%	14,9%	17,4%	10,9%
	Varias veces a la semana	47,4%	56,0%	56,2%	58,6%	42,5%	43,0%	51,6%
	Todos los días	44,5%	33,5%	20,0%	20,7%	33,3%	28,9%	32,1%

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Leer libros	Nunca o casi nunca	13,8%	26,6%	36,2%	38,5%	26,4%	27,9%	26,6%
	Una o dos veces al mes	35,6%	26,3%	37,1%	26,6%	29,9%	36,9%	31,4%
	Varias veces a la semana	27,5%	30,7%	16,2%	23,7%	25,3%	24,6%	26,0%
	Todos los días	23,1%	16,4%	10,5%	11,2%	18,4%	10,7%	16,0%
Practicar deporte	Nunca o casi nunca	8,9%	11,6%	3,8%	9,5%	12,6%	13,2%	10,1%
	Una o dos veces al mes	10,9%	15,6%	10,6%	10,1%	14,9%	21,5%	13,7%
	Varias veces a la semana	58,9%	53,5%	59,6%	49,4%	42,5%	37,2%	51,8%
	Todos los días	21,4%	19,3%	26,0%	31,0%	29,9%	28,1%	24,4%
Salir con amigos	Nunca o casi nunca	9,7%	2,9%	1,0%	3,6%	8,0%	,8%	4,7%
	Una o dos veces al mes	25,1%	13,8%	11,7%	16,8%	14,9%	9,9%	16,5%
	Varias veces a la semana	61,1%	70,9%	73,8%	64,7%	59,8%	68,6%	66,5%
	Todos los días	4,0%	12,4%	13,6%	15,0%	17,2%	20,7%	12,3%
Estar con la familia	Nunca o casi nunca	,8%	1,8%	1,0%	3,0%	3,4%	5,0%	2,2%
	Una o dos veces al mes	8,5%	4,0%	10,7%	7,1%	9,2%	7,4%	7,2%
	Varias veces a la semana	19,1%	18,5%	26,2%	22,0%	18,4%	24,8%	20,8%
	Todos los días	71,5%	75,6%	62,1%	67,9%	69,0%	62,8%	69,8%

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Dejar pasar el tiempo	Nunca o casi nunca	60,0%	46,2%	44,2%	41,7%	46,0%	49,2%	49,0%
	Una o dos veces al mes	26,1%	23,3%	24,0%	19,6%	23,0%	19,7%	23,0%
	Varias veces a la semana	8,6%	19,3%	16,3%	27,4%	17,2%	21,3%	17,8%
	Todos los días	5,3%	11,3%	15,4%	11,3%	13,8%	9,8%	10,3%

Consumo de sustancias, en función del perfil de uso de Internet.

**Tabla 49**

	Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
<b>Consumo en el último año</b>							
Tabaco	14,8%	29,6%	53,9%	33,5%	35,7%	49,6%	32,0%
Alcohol	23,3%	46,4%	75,5%	49,7%	46,4%	70,7%	47,1%
Marihuana	5,6%	14,2%	33,3%	21,0%	19,0%	34,1%	18,0%
Pastillas	,0%	,7%	3,9%	1,2%	1,2%	2,4%	1,2%
Cocaína	,8%	,7%	2,0%	,6%	1,2%	4,1%	1,3%

**Tabla 50**

	Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
<b>Consumo habitual</b>							
Tabaco	4,4%	16,1%	25,5%	13,8%	17,9%	31,7%	15,8%
Alcohol	6,8%	15,3%	27,5%	18,6%	14,3%	37,4%	17,6%
Marihuana	2,4%	2,2%	6,9%	9,6%	3,6%	13,8%	5,5%
Pastillas	,0%	,0%	2,0%	,0%	,0%	,0%	,2%
Cocaína	,0%	,0%	2,0%	,0%	,0%	,0%	,2%

En lo que se refiere al consumo de sustancias, se formularon dos tipos de preguntas a los adolescentes, la primera referente a su consumo en el último año y la segunda respecto al posible consumo de forma habitual.

Los adolescentes de los perfiles 3 y 6 son los que señalan en mayor proporción en comparación con los restantes grupos de adolescentes que han consumido en el último año tabaco, alcohol y marihuana. Unas características similares se encuentran al preguntar por el consumo habitual, ya que estos dos grupos siguen destacando por un consumo más elevado –una mayor proporción de chicos que consumen de manera habitual- de tabaco y alcohol; en el caso de la marihuana, los perfiles con un porcentaje más elevado de chicos que lo consumen habitualmente son el 4 y, de nuevo, el 6.

Por último, se han explorado algunas características psicológicas que también podrían diferir entre los distintos grupos de adolescentes. De las variables estudiadas, los resultados indican que la soledad –sentirse solo- es la única variable en la que las diferencias entre perfiles son estadísticamente significativas. Concretamente, en el perfil 1 hay una mayor proporción de chicos que en otros perfiles que señalan no sentirse solos nunca. Esta respuesta es mayoritaria en todos los perfiles, pero el porcentaje es especialmente elevado en este primer perfil. En las restantes respuestas, aunque los porcentajes son más bajos, también se aprecian diferencias entre los perfiles. Concretamente, en el perfil 3 hay una mayor proporción que en otros perfiles que señalan sentirse solos a menudo. Igual ocurre en el perfil 6, donde este porcentaje también es más elevado que en otros perfiles junto a la respuesta de sentirse solo siempre/muchas veces.

### Aspectos psicológicos, en función del perfil de uso de Internet.

**Tabla 51**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Me siento triste	Nunca	26,8%	20,6%	18,9%	27,2%	28,6%	20,3%	23,7%
	A veces	62,8%	64,0%	61,3%	64,5%	57,1%	61,0%	62,5%
	A menudo	7,6%	12,5%	17,9%	5,3%	14,3%	13,0%	10,9%
	Siempre/Muchas veces	2,8%	2,9%	1,9%	3,0%	,0%	5,7%	2,9%
Me siento solo	Nunca	62,2%	55,7%	47,2%	56,8%	60,7%	50,8%	56,4%
	A veces	32,5%	37,6%	36,8%	35,5%	32,1%	32,0%	34,8%
	A menudo	4,0%	3,3%	13,2%	4,7%	7,1%	9,8%	5,9%
	Siempre/Muchas veces	1,2%	3,3%	2,8%	3,0%	,0%	7,4%	2,9%
Me siento tenso o nervioso	Nunca	18,5%	19,9%	13,2%	17,2%	25,0%	13,8%	18,0%
	A veces	57,4%	54,8%	58,5%	60,9%	56,0%	49,6%	56,3%
	A menudo	18,5%	20,6%	22,6%	17,2%	11,9%	29,3%	20,0%
	Siempre/Muchas veces	5,6%	4,8%	5,7%	4,7%	7,1%	7,3%	5,6%
Me siento inseguro	Nunca	30,6%	28,3%	26,4%	32,7%	33,3%	23,8%	29,3%
	A veces	52,4%	52,6%	46,2%	58,9%	51,2%	49,2%	52,4%
	A menudo	12,1%	12,9%	17,0%	6,0%	11,9%	14,8%	12,1%
	Siempre/Muchas veces	4,8%	6,3%	10,4%	2,4%	3,6%	12,3%	6,2%

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	Total
Me gusta cómo soy	Nunca	3,3%	3,0%	3,8%	2,4%	1,2%	4,9%	3,1%
	A veces	17,5%	21,0%	22,6%	10,1%	9,6%	13,8%	16,6%
	A menudo	30,9%	31,4%	30,2%	37,3%	34,9%	30,9%	32,4%
	Siempre/Muchas veces	48,4%	44,6%	43,4%	50,3%	54,2%	50,4%	47,9%
Me gustaría tener mejores amigos	Nunca	40,9%	39,9%	32,1%	38,1%	48,2%	38,0%	39,5%
	A veces	31,6%	30,2%	35,8%	28,6%	21,7%	24,0%	29,4%
	A menudo	13,8%	11,9%	14,2%	14,3%	6,0%	14,9%	12,9%
	Siempre/Muchas veces	13,8%	17,9%	17,9%	19,0%	24,1%	23,1%	18,2%
Me siento valorado por los demás	Nunca	2,4%	4,0%	1,0%	4,7%	4,8%	3,3%	3,4%
	A veces	32,9%	25,7%	38,1%	25,4%	22,6%	28,9%	28,9%
	A menudo	40,6%	45,2%	35,2%	48,5%	46,4%	38,8%	42,9%
	Siempre/Muchas veces	24,1%	25,0%	25,7%	21,3%	26,2%	28,9%	24,8%

Para completar esta información, a modo de resumen, se ha incluido una breve descripción de los rasgos más llamativos desde un punto de vista estadístico que sirven para caracterizar cada uno de los perfiles. Este resumen debe leerse teniendo en cuenta que se hace especial incidencia a lo que diferencia un perfil de otro. La información completa y detallada se encuentra en las tablas.

Perfil 1. Grupo de uso bajo controlado de Internet.

Es el grupo que afirma en mayor medida gastar menos dinero en bebidas alcohólicas. También gasta menos que otros perfiles en ropa, teléfono móvil, y entradas a discotecas y locales. Es el grupo que afirma en mayor porcentaje que estudia y lee libros a diario; los chicos/as con este perfil salen menos con amigos y en una elevada proporción en comparación con otros perfiles nunca dejan pasar el tiempo sin hacer nada. No destacan por consumir sustancias. Afirman en un alto porcentaje que nunca se sienten solos.

Perfil 2. Grupo de uso medio no transgresor.

Una alta proporción de chicos/as de este perfil, en comparación con otros perfiles, señala que nunca gasta su dinero en juegos, pero a menudo lo gastan en el teléfono móvil. No destacan con los otros grupos ni por el número de suspensos ni por repetir cursos. Son el grupo que más declaran leer varias veces por semana. No destacan por el consumo de sustancias.

Perfil 3. Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo.

Un porcentaje de chicos más alto que en otros perfiles afirma que gasta su dinero "a menudo" en copas/bebidas con alcohol y transportes, y "a veces" en entradas a locales y discotecas. Afirman en mayor porcentaje que otros grupos que nunca leen libros; destacan por su consumo en el último año de tabaco, alcohol y porros, y un consumo habitual de tabaco y alcohol (eso no supone que sea un consumo generalizado en el grupo, sino que el consumo en este grupo es más elevado que en otros perfiles). Se sienten solos "a menudo" en mayor proporción en comparación con otros grupos.

Perfil 4. Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo.

Los chicos/as con este perfil se caracterizan por que gastan más en juegos y en ropa que los chicos/as de otros perfiles de uso de Internet. Un alto porcentaje estudia varias veces por semana, pero nunca leen libros; y un elevado porcentaje "a menudo" deja pasar el tiempo sin hacer nada. No destacan por el consumo de sustancias en comparación con los otros perfiles.

Perfil 5. Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo.

Los chicos/as de este grupo afirman que gastan más a menudo que otros grupos su dinero en juegos y ropa, entradas y transportes. Son un grupo con un alto porcentaje de suspensos, aunque no destacan por repetir curso. El consumo de sustancias es similar al de otros perfiles.

Perfil 6. Grupo de uso alto, transgresor activo.

Son el grupo que gasta más a menudo su dinero en copas/bebidas con alcohol, ropa, teléfono móvil, entradas a discotecas y locales, y en transporte (¿podría deberse a que tienen un mayor nivel adquisitivo que otros perfiles?).

Son los que tienen más porcentaje de suspensos y son el perfil que más ha repetido curso. Dedicar menos tiempo a estudiar que chicos/as de otros perfiles y más tiempo a salir con amigos. Destacan por un consumo elevado de tabaco, alcohol y porros de forma habitual, en comparación con los sujetos de otros perfiles. Son los que señalan que se sienten solos con más frecuencia.

## 2.5. Adicción a internet

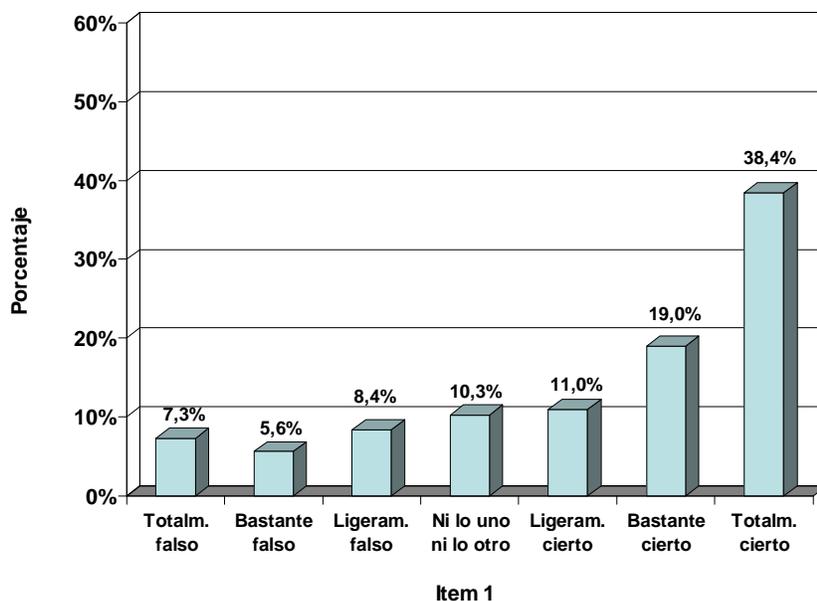
Como ya se comentó en la introducción de este trabajo, la adicción a las diferentes tecnologías ha sido medida con la escala de adicción general creada por Ramos, San Sebastián y Madoz (2001), destinada a medir la intensidad de la adicción a sustancias y conductas adictivas. Es una escala compuesta de 4 subescalas que miden ansia o enganche, tolerancia, abstinencia y carencia de control.

La escala general consta de una puntuación que oscila entre 11 y 77 puntos y consta de 11 ítems medidos en una escala tipo likert de 1 a 7 puntos (de totalmente falso a totalmente verdadero) relacionados con diversos aspectos de la adicción.

En este apartado, en primer lugar, se describen las puntuaciones obtenidas por la muestra general en cada uno de los ítems que componen la escala. Se han incluido los adolescentes que utilizan Internet varias veces al mes o con una mayor frecuencia y se han excluido aquellos que nunca o casi nunca utilizan Internet. En segundo lugar, se analizan las puntuaciones en la escala general y su relación con los perfiles de uso de Internet

El primer ítem de la escala se refería a "he dejado de conectarme a Internet, sin problemas, cada vez que he querido". Las puntuaciones, medidas de 1 a 7 puntos arrojaban una media de 5,22, es decir, ligeramente elevadas que muestran que la media de los adolescentes no tienen problemas para desconectarse de internet. La distribución de las posibles respuestas se muestra en la figura siguiente.

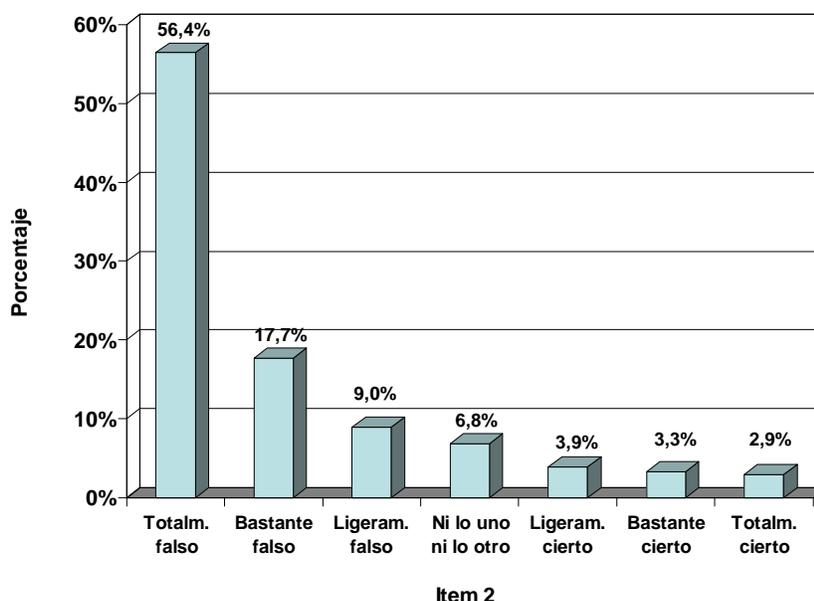
**Gráfico 31**



Como se observa en la figura, casi un 40% de la muestra indica que no tiene problemas para desconectarse de internet. En cambio, aproximadamente un 21% de los encuestados señalaban como falsa esta afirmación en lo que respecta a ellos y en diferentes grados.

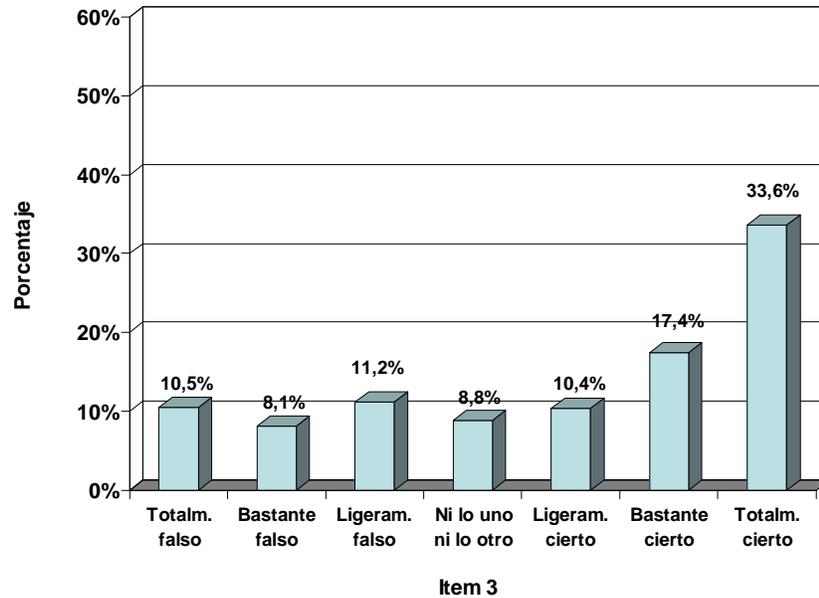
El segundo ítem, "No puedo dejar de usar Internet por más que lo intente" presentó una media de 2,06 puntos. Es posible que una media tan baja se deba en parte a la dificultad de los alumnos para contestar como verdadera o falsa una oración negativa. La respuesta mayoritaria, como se puede ver en la figura, es totalmente falso, lo que resulta incoherente con otras respuestas de los adolescentes.

**Gráfico 32**



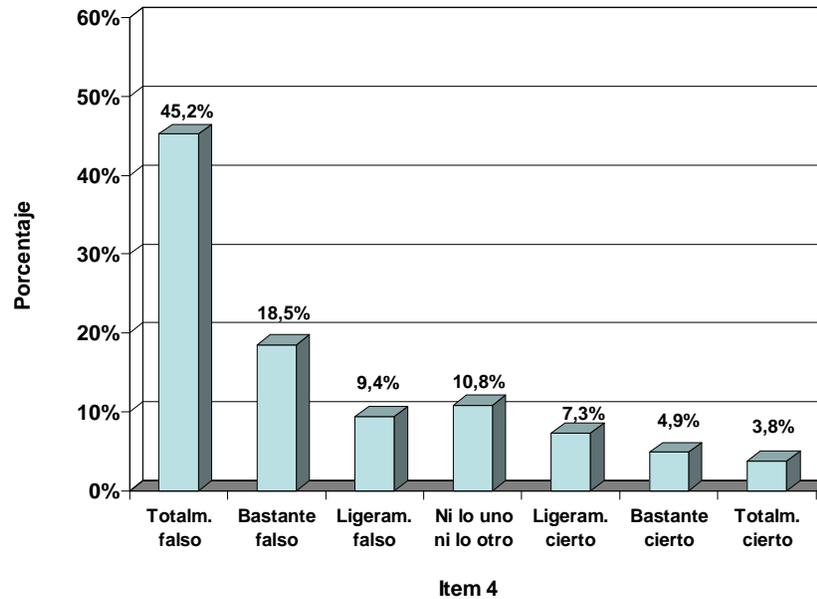
En el tercer ítem, "Puedo resistir las ganas de conectarme a Internet todo el tiempo que quiera", la puntuación media se sitúa en 4,87, ligeramente elevada, indicando que la media de la muestra está de acuerdo con esta afirmación. Esto se ve confirmado si se analiza el porcentaje de cada respuesta, ya que más de la mitad de los adolescentes están bastante o totalmente de acuerdo con la afirmación.

**Gráfico 33**



El cuarto ítem de la escala se refiere a "Necesito conectarme a Internet cada vez con más frecuencia". En este caso, la puntuación media en la escala es de 2,46, indicando una media de desacuerdo con la afirmación. De hecho, como indica la figura, más de un 45% de los adolescentes niegan tajantemente que necesiten conectarse a Internet cada vez con más frecuencia.

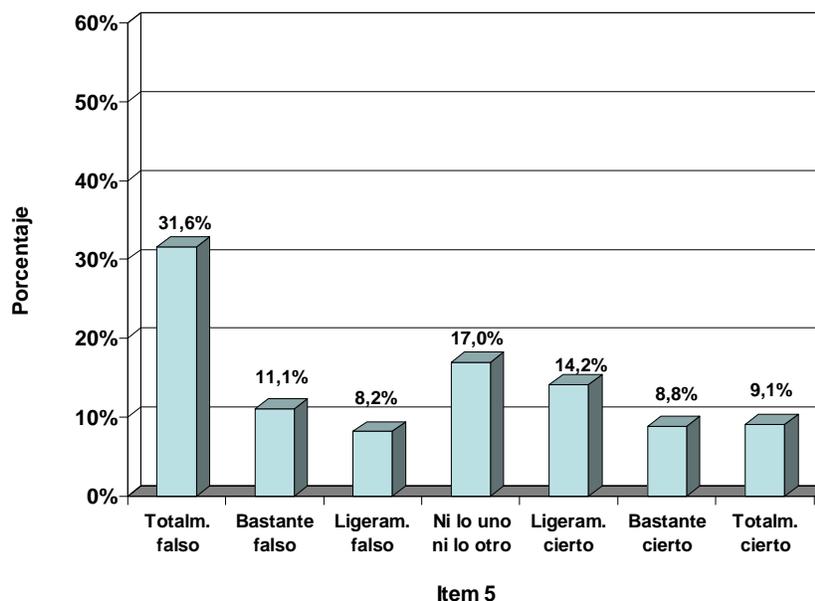
**Gráfico 34**



El quinto ítem analiza si “Conectarme a Internet me relaja y/o me tranquiliza”. La puntuación media en este caso es de 3,34, indicando que los adolescentes, en general, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el hecho de que Internet les produzca esta efecto tranquilizador.

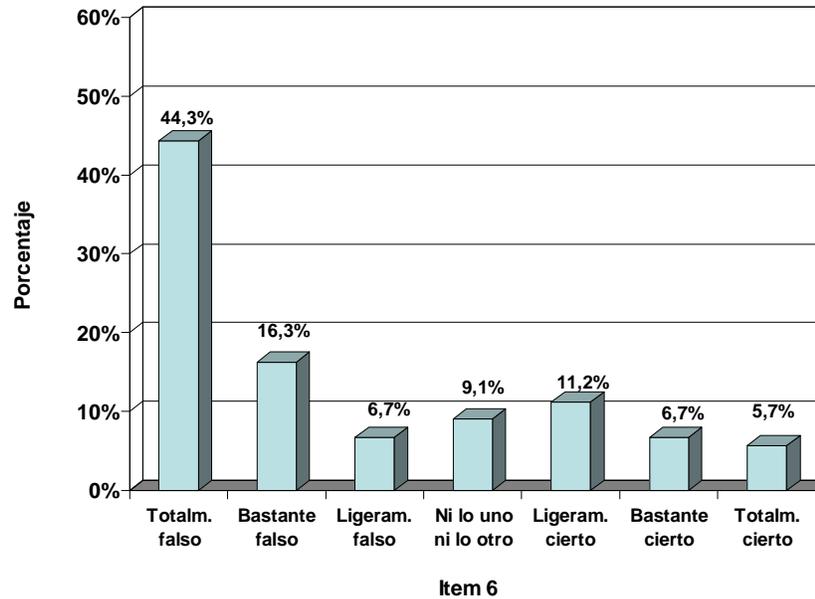
Si se analizan las respuestas dadas, como se observa en la figura, la respuesta mayoritaria es totalmente falso, es decir, conectarse a Internet no les relaja. El resto de respuestas son bastante homogéneas, sin que ninguna de ellas destaque.

**Gráfico 35**



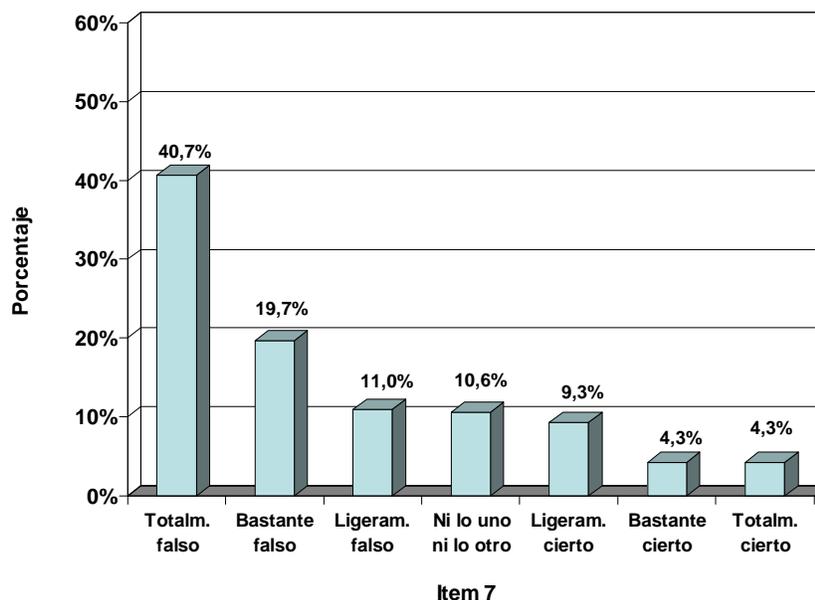
El siguiente ítem era "He notado que necesito conectarme a Internet en más cantidad que antes". La puntuación media de la muestra general ha sido 2,69, indicando que, a grandes rasgos, los adolescentes señalan como falsa esta afirmación. Si se observan con más detalle las respuestas, aproximadamente el 60% de los adolescentes consideran bastante o totalmente falsa esta afirmación en lo que se refiere a ellos mismos, es decir, no tienen mayor necesidad de internet.

**Gráfico 36**



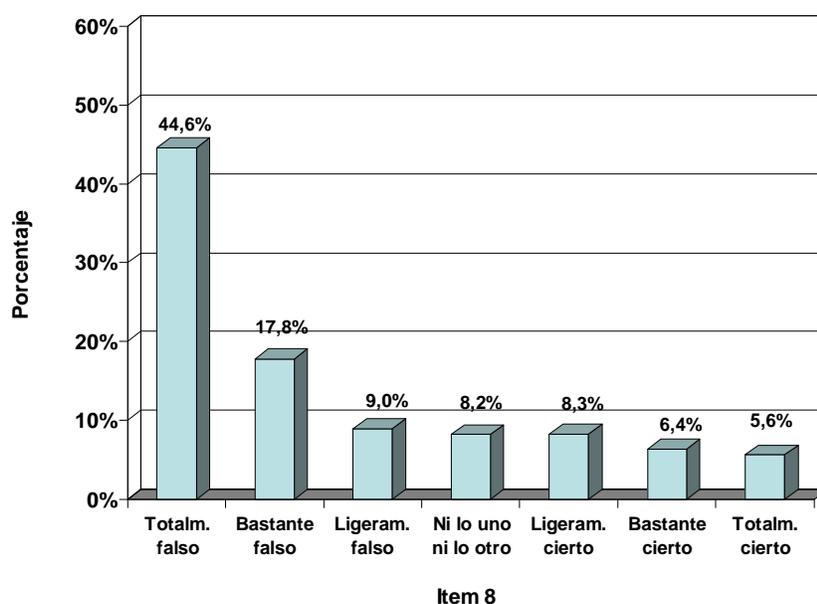
El séptimo ítem describe lo siguiente: "Si me vienen las ganas de usar Internet tengo que hacerlo inmediatamente". La puntuación media es similar a la del ítem anterior, 2,58 indicando que, en general, los adolescentes no tienen una necesidad de uso inmediato de Internet. De hecho, también en este caso el 60% de los adolescentes señalan que eso no les sucede, que es bastante o totalmente falso referido a ellos mismos. Por el contrario, aunque en un porcentaje bajo, hay que señalar que un 8,6% de los adolescentes señalan que eso es bastante o totalmente cierto referido a ellos mismos.

**Gráfico 37**



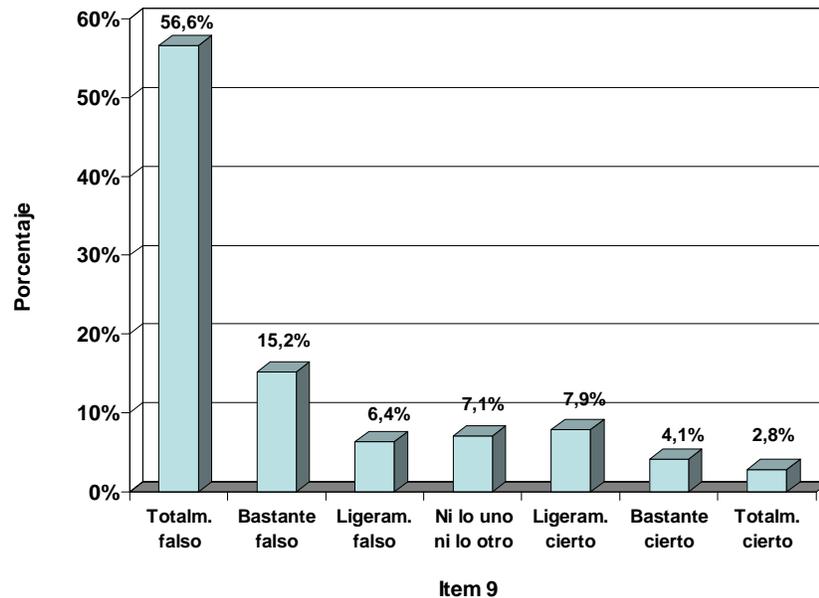
El octavo ítem de la escala afirma: "Una vez que he empezado a utilizar Internet, no puedo parar de hacerlo hasta que algo exterior me lo impide". En este caso la media también se sitúa en 2,59 puntos, es decir, una media que señala la falsedad de esta afirmación. Un análisis detallado de las respuestas indica que aproximadamente un 70% de los adolescentes señalan esta afirmación como falsa, ya sea ligeramente, bastante o totalmente falsa; esto supone que, según los adolescentes, no tienen problema para dejar de usar Internet.

**Gráfico 38**



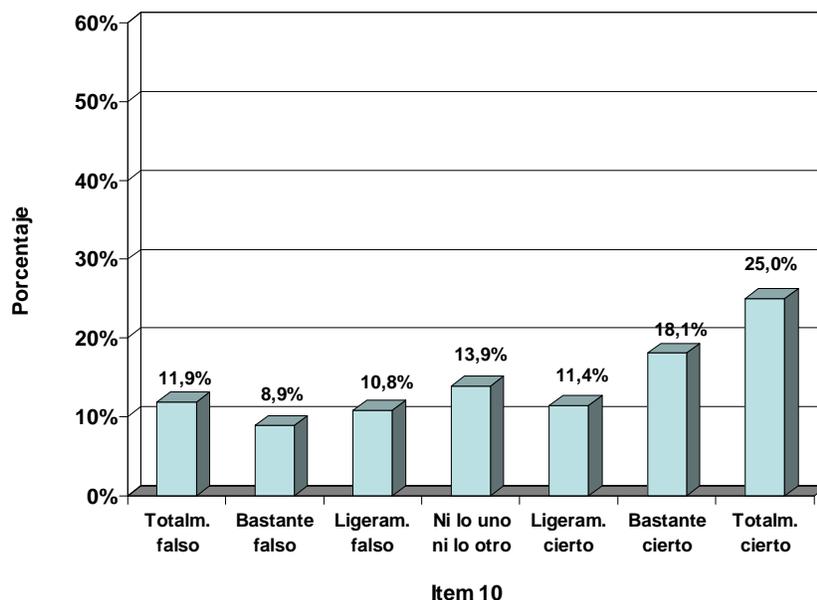
El noveno ítem de la escala es: "Cuando estoy un tiempo sin utilizar Internet siento inquietud o nerviosismo". La puntuación media es más baja que en otros ítems, concretamente de 2,18, indicando que los adolescentes consideran que, en general, la falta de uso de internet no les produce ningún síntoma de enganche. Viendo con detalle las respuestas dadas se observa que más del 56% de la muestra consideran que es completamente falso que les suceda esto, y otro 15% lo señalan como bastante falso.

**Gráfico 39**



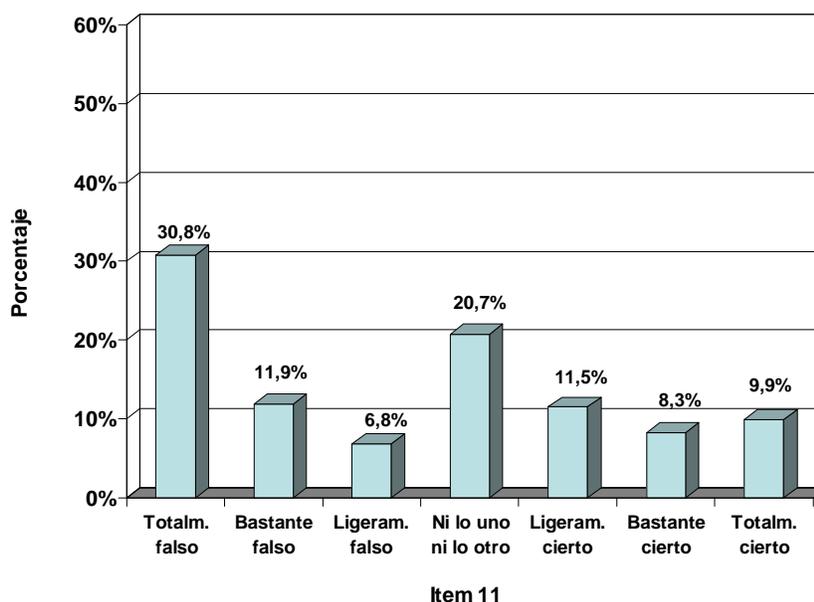
El décimo ítem de la escala, "Si algo me impide conectarme a Internet no siento ninguna molestia y noto tranquilidad" tiene una puntuación media de 4,58, indicando que en general los adolescentes están de acuerdo con tal afirmación. Si se observan en la figura los porcentajes de cada una de las respuestas, se puede señalar que en este caso hay una mayor dispersión en las opiniones de los adolescentes, aunque la respuesta más frecuente es totalmente cierto, señalado por un 25% de la muestra.

**Gráfico 40**



El último ítems de la escala es "Siento placer al utilizar Internet". La media de las respuestas en la escala de 1 a 7 puntos se sitúa en 3,35, indicando que los adolescentes no manifiestan una opinión clara sobre esta afirmación, siendo la opinión media ligeramente falsa. Si se analiza cada una de las respuestas, como se puede observar en la figura que acompaña, casi un tercio de la muestra manifiesta que, en su propio caso, la afirmación es totalmente falsa, y más de un 20% no lo consideran ni falso ni cierto.

**Gráfico 41**



Para completar el estudio de la adicción a Internet, se han realizado diversos análisis con la escala total de adicción y con las cuatro subescalas que lo componen.

El primer análisis, con la escala completa, trata de comprobar si hay diferencias en la puntuación de adicción entre los individuos de cada perfil. En caso de detectar diferencias estadísticamente significativas, se han realizado análisis post hoc para comprobar con exactitud qué perfiles destacan por su puntuación alta o baja en adicción.

El segundo grupo de análisis tiene por objetivo analizar si las puntuaciones en las distintas escalas de adicción difiere entre unos perfiles y otros. Teniendo en cuenta que la escala total no está validada completamente, este análisis permite encontrar diferencias más sutiles, que afecten a alguna subescala que sea más sensible a los cambios y que también permita detectar un mayor riesgo de adicción en unos perfiles que en otros.

Los resultados se exponen a continuación.

En la escala general de adicción a Internet, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en las puntuaciones totales en la escala de adicción entre unos perfiles y otros de uso de Internet. Teniendo en cuenta que las puntuaciones en la escala pueden oscilar entre 11 y 77, en la siguiente tabla se muestran las puntuaciones medias de cada grupo de individuos según su perfil de uso de Internet.

**Tabla 52**

Número de perfil Internet (6)	Media	Desv. típ.	N
Perfil 1. Grupo de uso bajo controlado	23,81	10,21	232
Perfil 2. Grupo de uso medio no transgresor	29,89	14,50	257
Perfil 3. Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	34,63	14,09	102
Perfil 4. Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	30,97	11,94	161
Perfil 5. Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	35,66	15,41	82
Perfil 6. Grupo de uso alto, transgresor activo	34,72	15,60	116
<b>Total</b>	<b>30,19</b>	<b>13,94</b>	<b>950</b>

Los individuos con perfil 1 (grupo de uso bajo de Internet y con control por parte de los padres) obtiene puntuaciones significativamente más bajas en la escala de adicción que el resto de grupos. Los grupos con puntuaciones más elevadas son aquellos cuyo uso de Internet incluye un uso transgresor activo (perfiles 3, 5 y 6), siendo sus puntuaciones significativamente más elevadas en la escala que los restantes perfiles.

Analizando las subescalas de adicción, encontramos también diferencias estadísticamente significativas en las cuatro subescalas que componen el cuestionario entre los perfiles de uso de Internet.

En la subescala de "enganche", el perfil de uso bajo (perfil 1) obtiene puntuaciones significativamente más bajas en enganche que el resto de perfiles. Le sigue en puntuación el grupo de uso medio no transgresor (perfil 2), que también tiene una puntuación significativamente menor que los perfiles de uso transgresor (perfiles 3, 5 y 6); estos tres últimos perfiles no difieren entre sí en su puntuación de "enganche".

En la subescala de "tolerancia" la puntuación más baja –que significa mayor grado de tolerancia- la obtiene el perfil de uso bajo (perfil 1), siendo significativamente más baja a la de los restantes perfiles, que no difieren entre sí.

En la subescala de "abstinencia", se encuentra el mismo patrón que en tolerancia, así como en la subescala de "carencia de control".

**Tabla 53**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	<b>Total</b>
Internet enganche	Media	10,90	12,51	15,27	13,86	15,06	14,61	<b>13,12</b>
	Desv. típ.	4,73	5,60	5,26	5,14	5,99	6,20	<b>5,62</b>
	N	232	257	102	161	82	116	<b>950</b>
Internet tolerancia	Media	3,63	5,19	6,07	5,17	6,34	5,80	<b>5,07</b>
	Desv. típ.	2,46	3,48	3,66	3,18	3,85	3,56	<b>3,39</b>
	N	232	257	102	161	82	116	<b>950</b>
Internet abstinencia	Media	3,84	4,95	5,53	4,81	5,57	5,78	<b>4,87</b>
	Desv. típ.	2,47	3,08	3,23	2,74	3,39	3,21	<b>3,02</b>
	N	232	257	102	161	82	116	<b>950</b>
Internet carencia control	Media	5,44	7,24	7,75	7,13	8,68	8,53	<b>7,12</b>
	Desv. típ.	3,21	4,51	4,20	3,94	5,06	4,96	<b>4,34</b>
	N	232	257	102	161	82	116	<b>950</b>

Por último, para profundizar en el tema de adicción, se seleccionó al 10% de la muestra con puntuaciones más altas en adicción a Internet y se comprobó si pertenecían con más frecuencia a unos perfiles que a otros, con el objetivo de observar si la adicción se haya especialmente asociada a un perfil.

Punto de corte en la puntuación directa: 50.

**Tabla 54**

	Adicción Internet (90%-10%)		<b>Total</b>
	Baja puntuación adicción	Alta puntuación adicción	
Perfil 1. Grupo de uso bajo controlado	228 (98,3%)	4 (1,7%)	<b>232</b> <b>(100%)</b>
Perfil 2. Grupo de uso medio no transgresor	225 (87,5%)	32 (12,5%)	<b>257</b> <b>(100%)</b>
Perfil 3. Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	85 (83,3%)	17 (16,7%)	<b>102</b> <b>(100%)</b>
Perfil 4. Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	150 (93,2%)	11 (6,8%)	<b>161</b> <b>(100%)</b>
Perfil 5. Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	68 (82,9%)	14 (17,1%)	<b>82</b> <b>(100%)</b>
Perfil 6. Grupo de uso alto, transgresor activo	97 (83,6%)	19 (16,4%)	<b>116</b> <b>(100%)</b>
<b>Total</b>	<b>853</b> <b>(89,8%)</b>	<b>97</b> <b>(10,2%)</b>	<b>950</b> <b>(100%)</b>

El resultado de este análisis mostró diferencias estadísticamente significativas en la distribución de estos chicos con mayores puntuaciones de adicción ( $p < ,001$ ). Claramente los tres perfiles con conductas transgresoras activas en su uso de Internet agrupaban a un mayor número de chicos con altas puntuaciones de adicción, es decir, los chicos con mayores puntuaciones de adicción pertenecen especialmente a los perfiles de uso transgresor activo, independientemente del tiempo de conexión (Perfil 3-uso medio transgresor; 16,7% del total de alumnos con altas puntuaciones de adicción; perfil 5-uso alto, ligeramente transgresor activo: 17,1%; y perfil 6-uso alto, transgresor activo: 16,4%).

## 2.6. Valores y uso de internet

Para evaluar los valores, se ha utilizado una batería de preguntas basada en los trabajos del European Values Survey (EVS), de amplia utilización en España, concretamente la versión utilizada en el estudio realizado por el INJUVE y la FAD en 2003, "Jóvenes y Estilos de vida" (Coordinador: D. Comas).

En este trabajo se han incluido tres grupos de valores:

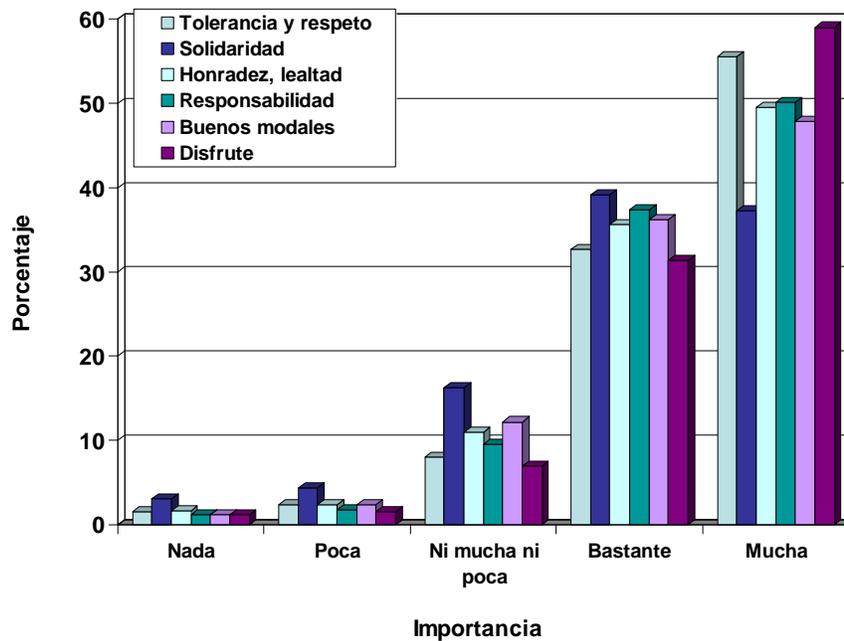
- **Valores instrumentales**, que se refieren a las cualidades y valores que los propios alumnos consideran con mayor o menor importancia. Estos valores reflejan manifestaciones de lo que serían unos valores finales o que son instrumentos que nos conducen a esos valores finales. Se dividen en cinco bloques:
  - o Orientación hacia la cooperación social. Supone buena conducta en relación a los demás. Incluye:
    - Tolerancia y respeto
    - Solidaridad
    - Honradez
    - Sentido de la responsabilidad
    - Buenos modales
    - Capacidad para disfrutar
  - o Motivación y espíritu de logro. Incluye:
    - Valentía, capacidad para arriesgarse
    - Espíritu de ahorro
    - Determinación y perseverancia
    - Esfuerzo en el trabajo
    - Espíritu de superación
    - Independencia y autonomía.
  - o Capacidades interiores o expresión de uno mismo. Incluye:
    - Curiosidad
    - Imaginación y creatividad
  - o Acomodación al mundo exterior. Incluye:
    - Cuidado del aspecto físico
    - Interés por cuestiones de índole social o política
  - o Fe y disciplina. Incluye:
    - Fe religiosa
    - Obediencia
- **Valores finales**, que se refieren a un conjunto de cuestiones o aspectos de la vida que los alumnos valoran según lo importantes que sean en su vida. Los campos de valores que se evalúan son los de familia, trabajo, dinero, educación, religión, político altruismo y sociabilidad. Según estudios previos se agrupan de la siguiente manera:
  - o Valores de integración en la sociedad. Incluye:
    - Éxito en los estudios
    - Capacitación cultural y profesional
    - Relaciones familiares
    - Ganar dinero

- Compromiso social. Incluye:
    - Interés por cuestiones de índole político
    - Interés por mejorar el barrio o comunidad
    - Interés por cuestiones religiosas o espirituales
  - Orden moral y disciplina. Incluye:
    - Tener una vida moral digna
    - Respetar la autoridad
  - Disfrute y libertad, vivir la vida. Incluye:
    - Vivir como a cada uno le gusta sin pensar en el qué dirán
    - Tener una vida sexual satisfactoria
  - Sociabilidad. Incluye:
    - Tener muchos amigos y conocidos
- **Admisibilidad de conductas**. Aunque no se trata propiamente de valores, se refiere a un conjunto de conductas de dudosa admisibilidad social, relacionadas con la tolerancia social, divididas en tres grupos:
- Trampas y transgresiones menores. Se refieren a gamberrismos o faltas. Incluye:
    - Hacer trampas en exámenes
    - Robar artículos en unos grandes almacenes o hipermercados.
  - Infracción violenta del orden ciudadano. Se refiere a infracciones y transgresiones mayores, incluso violentas, contra el orden público, que implican una verdadera infracción legal. Incluye:
    - Romper mobiliario urbano
    - Enfrentarse violentamente a agentes de la policía.
    - Exceso de velocidad en núcleos urbanos.
  - Rigor y dureza social. Incluye:
    - Pena de muerte a personas con delitos muy graves
    - Contratar en peores condiciones laborales a un extranjero.

En este apartado, en primer lugar, se describen las respuestas generales dadas por los adolescentes en cada uno de los ítems de esta escala de valores. En segundo lugar, se analiza la posible relación entre estas metas y valores de los adolescentes y sus perfiles de uso de Internet. En tercer y último lugar, se analiza la relación entre las puntuaciones de adicción a Internet y estos valores, proponiendo un modelo explicativo que permita conocer qué valores influyen directamente en las conductas adictivas de Internet.

En lo que se refiere a los valores instrumentales, concretamente al grupo de valores de orientación a la cooperación social, todos ellos son considerados bastante o muy importantes por aproximadamente el 80 o 90% de los adolescentes. Únicamente destaca el caso de la solidaridad, que es el valor que es considerado en menor proporción como muy importante (37,2%) y el que más adolescentes señalan como de una importancia media (ni mucho ni poco importante) o poco importante, en comparación con el resto de valores.

**Gráfico 42**

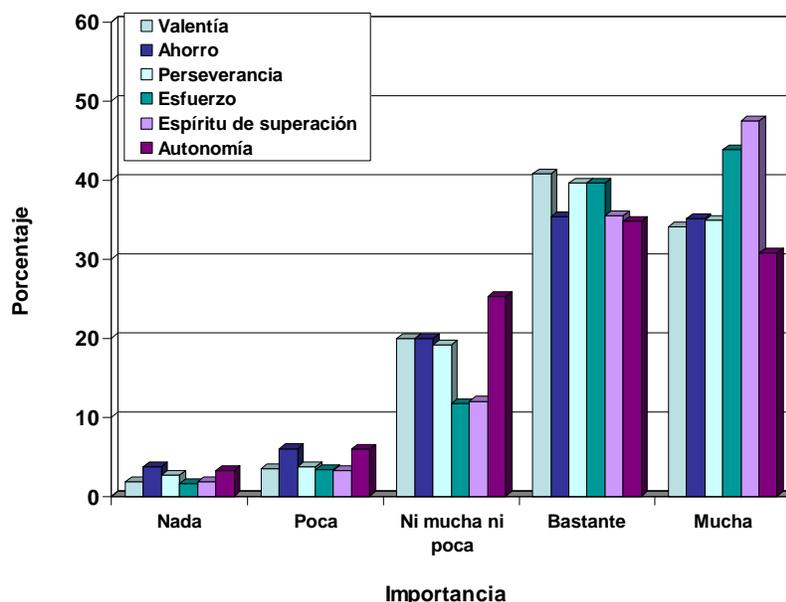


Los valores de motivación y espíritu de logro, en general, son valorados con menor importancia que los anteriores, ya que, en todos ellos, el porcentaje de adolescentes que los consideran muy importantes se menos.

Entre ellos, cabe destacar que tanto el esfuerzo como el espíritu de superación son considerados los más importantes, ya que más del 80% de los adolescentes los consideran bastante o muy importantes.

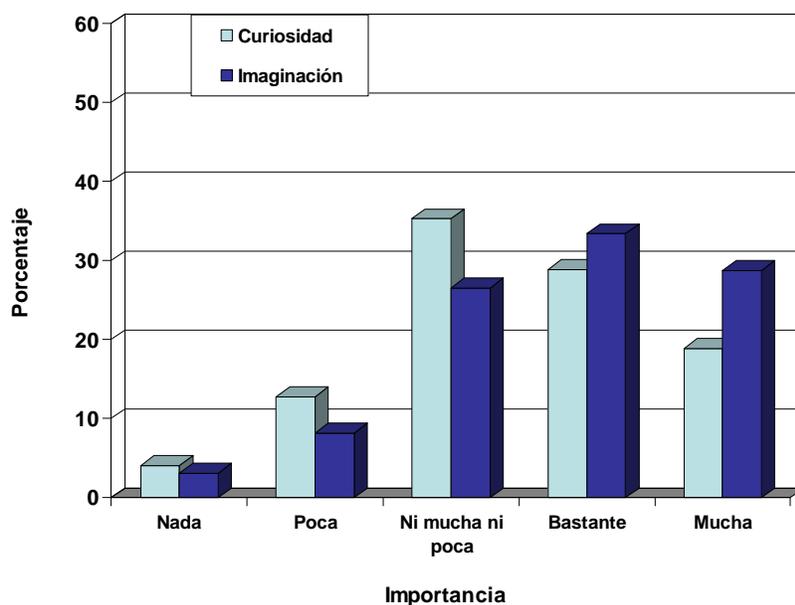
Por otra parte, llama la atención el caso de un valor como al autonomía e independencia, que, dentro de este grupo de valores, poco más del 30% de los adolescentes lo consideran muy importante y es el valor más señalado, en comparación con los restantes, como nada, poco o ni mucho ni poco importante.

**Gráfico 43**



Los valores relacionados con capacidades interiores son, dentro del conjunto de todos los valores, los considerados menos importantes por los adolescentes. En el caso de la curiosidad, un 35,3% de los adolescentes no lo definen ni como importante o no importante. La imaginación y creatividad, son consideradas importantes por aproximadamente el 50% de los chicos, pero se encuentra también una elevada proporción de adolescentes que no lo definen como importante.

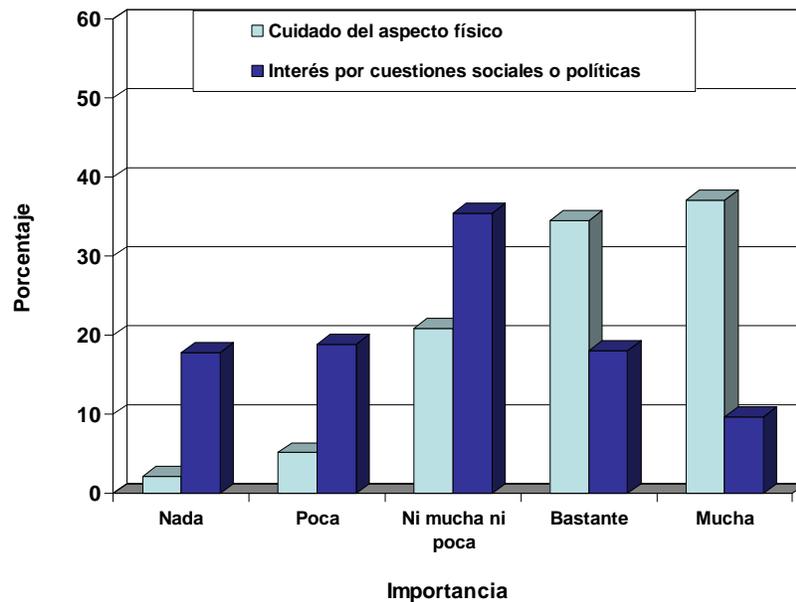
**Gráfico 44**



Los valores relacionados con la acomodación frente al mundo exterior incluyen dos ítems muy diferentes entre sí, y, por tanto, que conllevan respuestas muy diferenciadas en los adolescentes. El primero de ellos, relativo al cuidado del aspecto físico, es considerado bastante o muy importante por más del 70% de los adolescentes; hay que recordar que, aunque esta cifra es elevada, no supera a muchos otros valores comentados anteriormente.

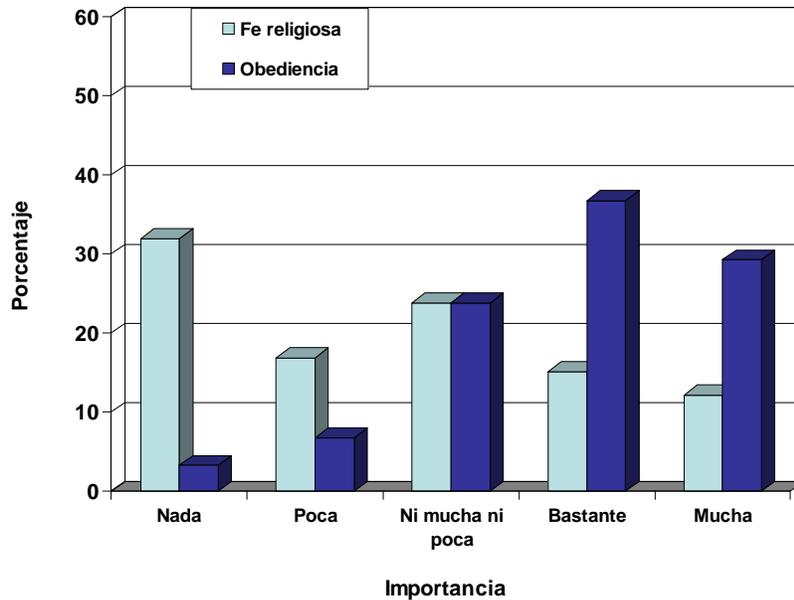
El segundo, que se refiere al interés por cuestiones de índole social o política, por el contrario, es valorado por la mayor parte de la muestra como poco o nada importante y, además, hay un elevado porcentaje de adolescentes que no lo definen ni como importante ni como no importante. Una de las razones que puede explicar la poca importancia que tiene en sus vidas este valor puede deberse al hecho de que incluye, de forma explícita, las cuestiones políticas, las cuales causan un rechazo bastante elevado entre los adolescentes.

**Gráfico 45**



El último grupo de valores instrumentales, referido a la fe y disciplina, incluye dos ítems que también se encuentran entre los considerados menos importantes de todo el conjunto de valores. El primero de ellos, referido a la fe religiosa, es considerado un valor no importante (poco o nada) por casi el 50% de los adolescentes y, además, un 23,8% lo define como ni mucho ni poco importante.

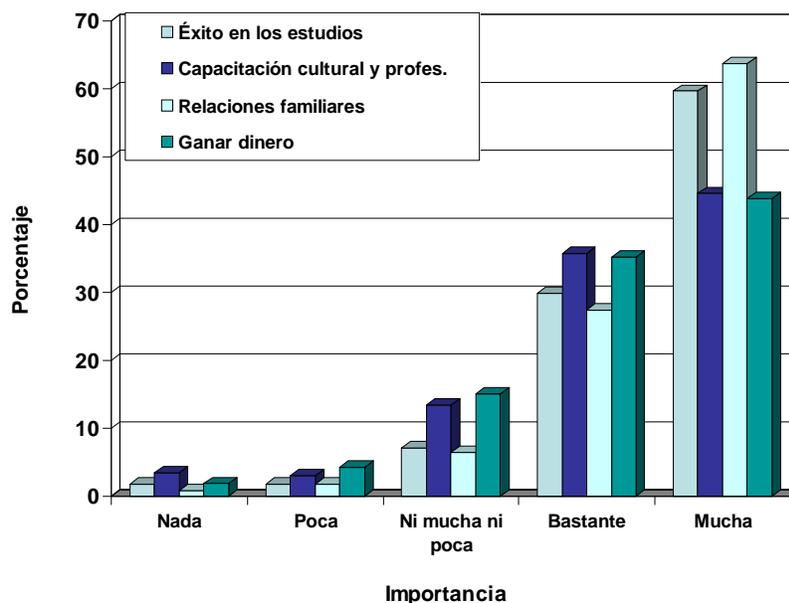
**Gráfico 46**



El caso del segundo valor, la obediencia, sigue un patrón diferente, ya que aproximadamente el 65% de los adolescentes lo considera bastante o muy importante; se trata de un valor relativamente bajo en comparación con otros valores ya descritos anteriormente, pero hay que destacar que es un número importante de adolescentes quienes lo consideran un valor relevante en sus vidas.

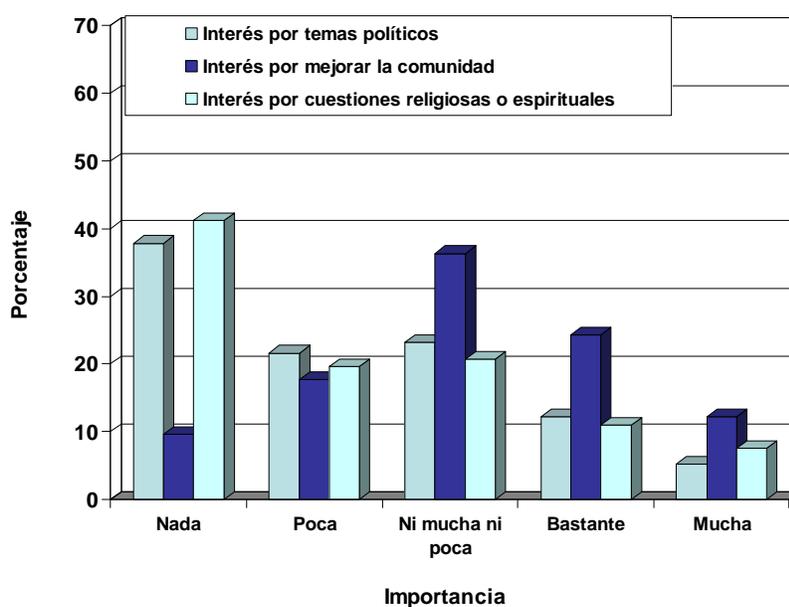
Dentro de los valores finales, también se distinguen varios grupos. El primero de ellos, relativo a la integración en la sociedad, incluye valores con diferentes perspectivas. De ellos, el éxito en los estudios o trabajo y las relaciones familiares son consideradas las más importantes, alrededor del 60% de los adolescentes las consideran muy importantes. Los otros dos valores –la capacitación cultural y profesional y ganar dinero- también son considerados importantes por la mayoría de los chicos, aunque en menor rango que los anteriores, ya que aproximadamente el 45% de los adolescentes los consideran muy importantes.

**Gráfico 47**



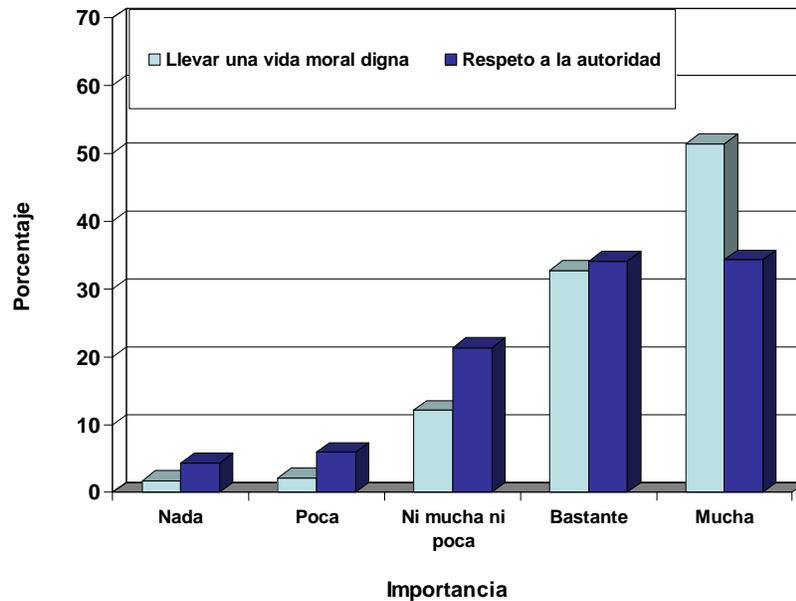
El siguiente conjunto de valores se refieren al compromiso con la sociedad. De ellos, el interés por cuestiones políticas y cuestiones religiosas o espirituales con consideradas por la mayoría de adolescentes como poco o nada importantes en su vida. Sin embargo, en valores que tienen que ver con la mejora del barrio o la comunidad, esta tendencia se ve modificada, encontrándose que el 36,3% de los chicos no lo definen ni como importante ni como no importante en su vida y aproximadamente otro 36% le otorga a este valor bastante o mucha importancia.

**Gráfico 48**



Los valores finales relacionados con el orden moral y la disciplina tienen perfiles similares. La dignidad moral es considerada muy importante por más de la mitad de los adolescentes y algo más de otro 30% considera que es un valor importante en su vida.

**Gráfico 49**

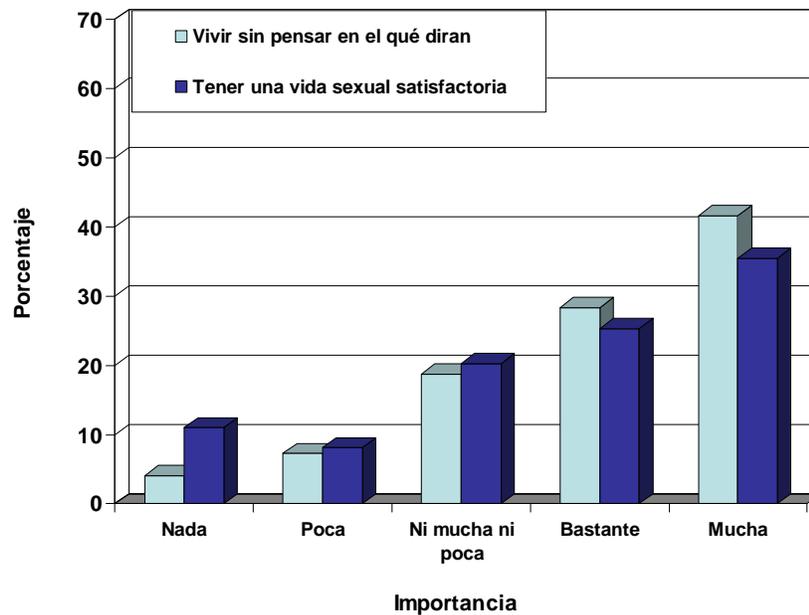


El respeto a la autoridad también tiene características similares, aproximadamente el 70% de los chicos lo consideran un valor importante. Sin embargo, en este caso, son menos los adolescentes que le otorgan mucha importancia y más del 20% no lo definen como importante o no importante.

Los dos valores analizados relativos al disfrute y la libertad tienen características similares. En ambos casos, la mayoría de la muestra –entre un 60 y un 70%- consideran que vivir sin pensar en el qué dirán y tener una vida sexual satisfactoria son dos valores bastante o muy importantes en su vida. Son porcentajes menores en comparación con otros valores, pero siguen englobando a más de la mitad de los adolescentes.

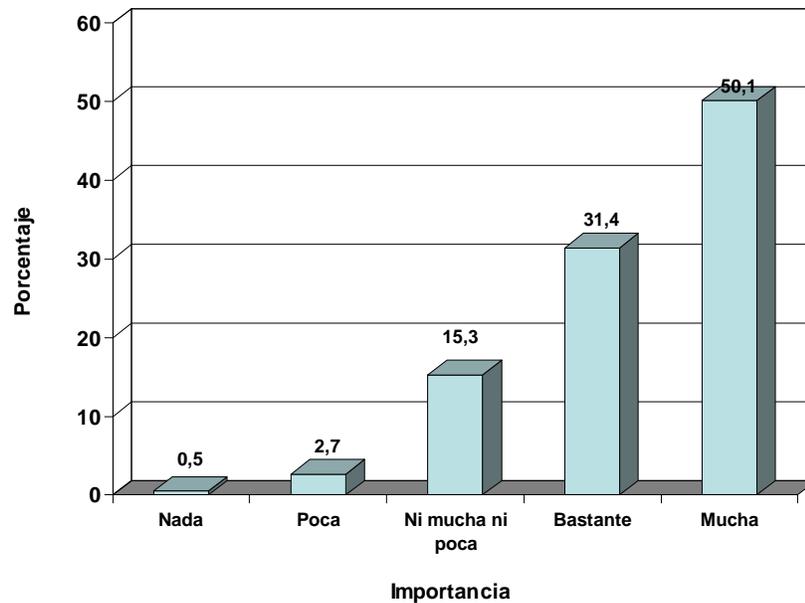
En ambos casos, alrededor del 20% de los adolescentes no le otorgan ni mucha ni poca importancia y cabe destacar también que más del 10% de los chicos no consideran nada importante actualmente para ellos el tener una vida sexual satisfactoria.

**Gráfico 50**



El último ítem relacionado con los valores finales se refiere a la sociabilidad, a la importancia de tener muchos amigos o conocidos. Este valor vuelve a ser uno de los más importantes para los chicos, más del 80% lo señala como bastante o muy importante en su vida y son muy pocos –tan solo un 0,5%- los que consideran que la sociabilidad no es nada importante para ellos.

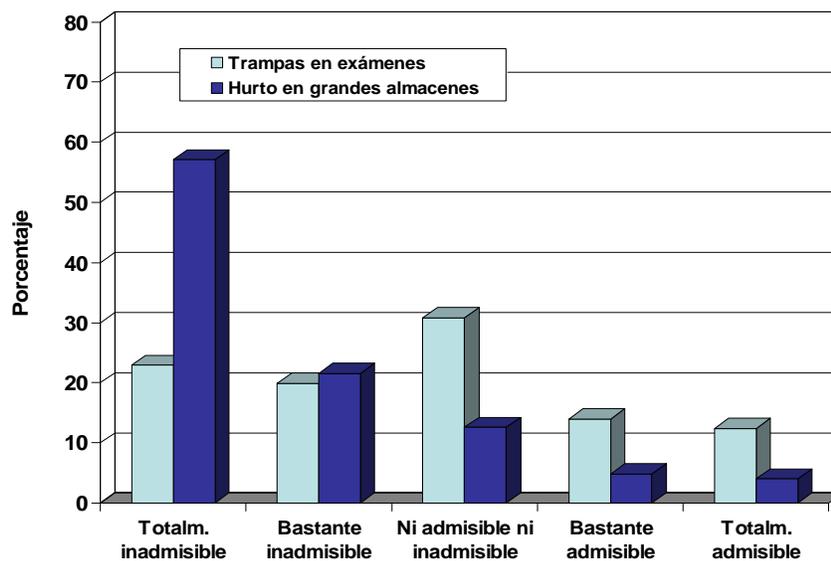
**Gráfico 51**



El último bloque de ítems relacionado con los valores es el que se refiere al grado de admisibilidad de ciertas conductas. El primer grupo de ellas, son trampas y trasgresiones menores, de las cuales, el hurto en grandes almacenes o hipermercados es considerado por más de la mitad de los adolescentes como totalmente inadmisibles.

En cambio, las trampas en los exámenes, reflejan una amplia disparidad de opiniones, siendo la más frecuente la respuesta de ni admisible ni inadmisibles.

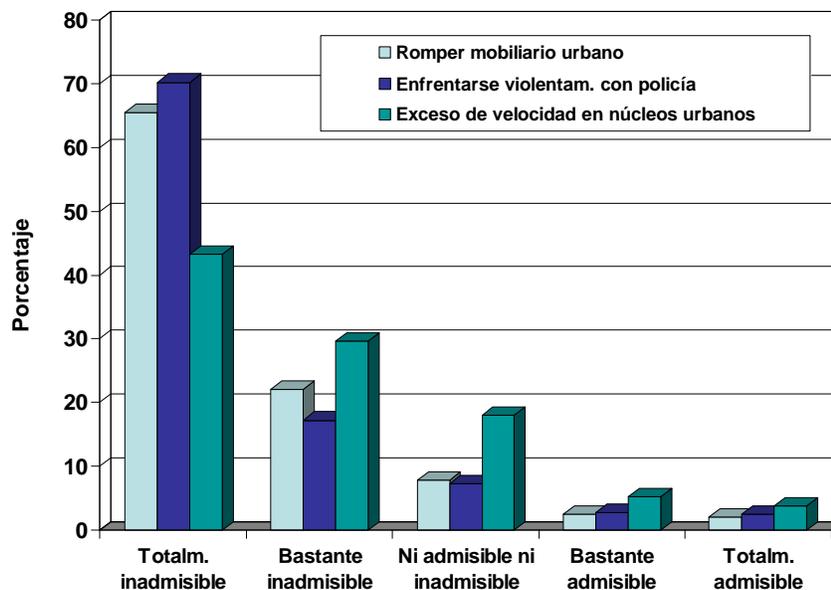
**Gráfico 52**



En lo que se refiere a infracciones violentas del orden ciudadano, algunas infracciones como romper mobiliario urbano o el enfrentamiento violento con la policía son vistas por más del 60% de los adolescentes como totalmente inadmisibles y otro 20% aproximadamente lo considera bastante inadmisibile.

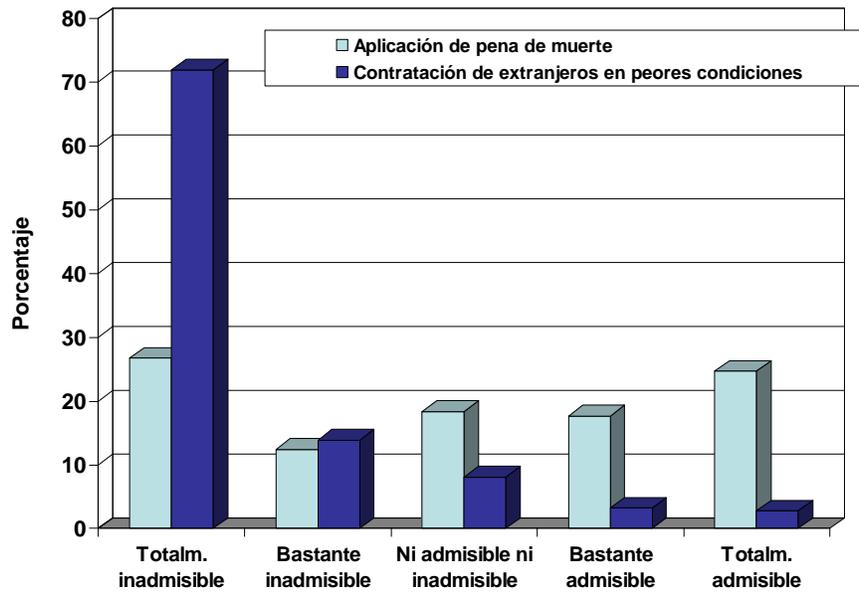
En cambio, el exceso de velocidad en núcleos urbanos es una conducta menos penalizada por los adolescentes. Aproximadamente un 40% lo considera totalmente inadmisibile, una cifra muy inferior a la encontrada en las otras dos infracciones graves el orden, y un 30% lo señala como bastante inadmisibile. Aunque en ambos casos se está hablando de una admisibilidad de esta conducta, la gravedad considerada por los adolescentes es inferior a la de las otras dos conductas descritas. A este dato hay que añadir el hecho de que un 18% de los chicos no lo valoran ni como inadmisibile ni como admisible, constituyendo un porcentaje muy superior al encontrado en las otras dos conductas que suponen infracciones violentas del orden.

**Gráfico 53**



Los últimos dos ítems relativos a la admisibilidad de conductas se refieren al rigor y dureza social con el que condenan determinadas actuaciones. Las dos evaluadas en este caso presentan características muy diferentes en la valoración que realizan los adolescentes de las mismas.

**Gráfico 54**



Concretamente, la pena de muerte en casos de delitos muy graves es mucho más admitida por los chicos que la contratación en peores condiciones laborales a un extranjero. En el primer caso, las opiniones de los adolescentes son muy diversas; casi un 40% de chicos consideran la pena de muerte inadmisibles –ya sea bastante o totalmente- y un porcentaje similar de adolescentes lo consideran bastante o totalmente admisible.

El caso de la contratación en peores condiciones laborales a un extranjero, a diferencia de la pena de muerte, es considerada totalmente inadmisibles por más del 70% de los adolescentes.

Una vez descritas las características de la muestra en general en relación a los valores, a continuación se detallan los resultados obtenidos en relación a la posible asociación entre las metas y los valores estudiados y los perfiles de uso de las TICs. El objetivo de este análisis es conocer si los perfiles de uso de las tecnologías están asociados a otras características psicosociales que presentan los chicos, lo que permite, por una parte, ampliar los perfiles y, por otra parte, tener más datos que faciliten una detección de los casos de uso problemático así como que faciliten la prevención profundizando en características que van más allá del propio uso de las TICs.

Concretamente, se ha estudiado la posible interacción entre cada uno de los tres grupos de valores –instrumentales, finales y conductas admisibles- y los perfiles de uso de Internet, con el objetivo de saber si las puntuaciones de los valores eran iguales en todos ellos; esto se ha realizado mediante Análisis de Varianza de medidas repetidas. En los casos de interacción significativa entre ambas variables, se ha analizado la relación de cada subgrupo de valores y los perfiles, para conocer con exactitud qué valores, dentro de cada grupo, presentaban diferencias estadísticamente significativas de unos perfiles a otros; esto último se ha analizado mediante Análisis de Varianza univariantes y análisis de diferencias post hoc entre pares de medias en los casos de ANOVAs significativos. Este proceso se ha repetido en cada TIC para cada grupo de valores (instrumentales, finales y conductas admisibles)

En el primer grupo de valores señalados, los valores instrumentales, los resultados de los análisis realizados indican que hay una interacción estadísticamente significativa entre el perfil de uso de Internet y la puntuación en los distintos valores instrumentales. Esto indica que en algunos de los subgrupos de estos valores instrumentales las puntuaciones varían significativamente de unos perfiles a otros. A continuación se muestran las puntuaciones medias de los adolescentes en cada tipo de valores (teniendo en cuenta que han sido valorados de 1-totalmente inadmisibles a 5- totalmente admisibles), atendiendo al perfil de cada uno de ellos en su uso de Internet.

**Tabla 55**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	<b>Total</b>
Cooperación social	Media	4,41	4,38	4,27	4,20	4,26	4,27	<b>4,32</b>
	Desv. típ.	,43	,49	,57	,60	,57	,56	<b>,53</b>
	N	236	258	99	168	82	118	<b>961</b>
Motivación y espíritu de logro	Media	4,07	4,06	4,09	4,03	4,10	4,01	<b>4,06</b>
	Desv. típ.	,48	,52	,53	,57	,62	,54	<b>,53</b>
	N	236	258	99	168	82	118	<b>961</b>
Capacidades interiores	Media	3,62	3,56	3,62	3,63	3,78	3,70	<b>3,63</b>
	Desv. típ.	,79	,78	,86	,85	,85	,85	<b>,82</b>
	N	236	258	99	168	82	118	<b>961</b>
Acomodación exterior	Media	3,51	3,58	3,49	3,51	3,80	3,67	<b>3,57</b>
	Desv. típ.	,76	,77	,67	,78	,78	,85	<b>,77</b>
	N	236	258	99	168	82	118	<b>961</b>
Fe y disciplina	Media	3,42	3,17	3,02	3,05	3,03	2,92	<b>3,15</b>
	Desv. típ.	,88	,87	,99	,97	1,00	,83	<b>,93</b>
	N	236	258	99	168	82	118	<b>961</b>

Analizando detalladamente cada subgrupo de valores instrumentales, se encuentra que hay diferencias estadísticamente significativas en la importancia que se da a la cooperación social y a la fe y disciplina, según el perfil en el que se encuadren los individuos en el uso de Internet.

En lo que se refiere a la cooperación social, aunque las puntuaciones de importancia que se dan a la cooperación social son elevadas en todos los grupos, las comparaciones post hoc entre pares de medias indican que los perfiles de uso bajo y controlado de Internet (perfil 1) y de uso medio no transgresor (perfil 2) otorgan más importancia a la cooperación social que el resto de los perfiles.

Respecto a la importancia que dan los chicos/as a la fe y disciplina, los alumnos con un perfil de uso de Internet bajo y controlado (perfil 1) dan más importancia a este valor que los restantes individuos que pertenecen a perfiles de uso transgresor, ya sea con frecuencia de uso media o alta (perfiles 3, 4, 5 y 6).

Respecto a la relación entre los perfiles de uso de Internet y los valores finales, el análisis de varianza realizado también indica diferencias estadísticamente significativas, por lo que la valoración que los adolescentes realizan de dichas metas finales no es igual en todos los perfiles de uso de Internet.

**Tabla 56**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio- alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	<b>Total</b>
Valores sociales de integración	Media	4,38	4,38	4,26	4,31	4,33	4,25	<b>4,33</b>
	Desv. típ.	,50	,49	,60	,53	,55	,59	<b>,53</b>
	N	236	264	104	165	79	115	<b>963</b>
Compromiso y trascendencia	Media	2,65	2,48	2,50	2,51	2,49	2,39	<b>2,52</b>
	Desv. típ.	,87	,80	,92	,80	,94	,82	<b>,85</b>
	N	236	264	104	165	79	115	<b>963</b>
Orden moral y disciplina	Media	4,27	4,20	3,86	3,94	3,99	3,94	<b>4,09</b>
	Desv. típ.	,69	,75	,90	,82	,76	,86	<b>,80</b>
	N	236	264	104	165	79	115	<b>963</b>
Disfrute y libertad	Media	3,49	3,74	4,21	4,12	4,09	4,00	<b>3,85</b>
	Desv. típ.	,91	,91	,66	,77	,80	,96	<b>,90</b>
	N	236	264	104	165	79	115	<b>963</b>
Sociabilidad	Media	4,22	4,24	4,26	4,39	4,23	4,25	<b>4,26</b>
	Desv. típ.	,83	,86	,84	,75	1,07	,86	<b>,85</b>
	N	236	264	104	165	79	115	<b>963</b>

En concreto, dentro de los valores finales, el análisis específico de cada uno de ellos indica que las diferencias significativas entre perfiles se refieren a los valores de orden moral y de disfrute.

Las comparaciones post hoc, además de la observación de la tabla adjunta, muestran que los individuos con un perfil de uso bajo de Internet (perfil 1) o de un uso medio no transgresor (perfil 2) valoran en mayor medida el orden moral y la disciplina que los alumnos que están encuadrados en otros clusters de uso transgresor (perfiles 3, 4, 5 y 6).

En el caso de la valoración que hacen del disfrute y la libertad, de vivir disfrutando, las puntuaciones son más bajas en los dos primeros clusters que en el resto, es decir, son valores a los que los chicos/as que realizan un uso medio o alto y transgresor de Internet otorgan más importancia que los de uso bajo o no transgresor.

Por último, en las conductas admisibles, también se encuentran diferencias estadísticamente significativas en el grado de admisibilidad de los distintos tipos de conductas según en qué perfil se encuadren los chicos/as.

**Tabla 57**

		Perfil 1 Grupo de uso bajo controlado	Perfil 2 Grupo de uso medio no transgresor	Perfil 3 Grupo de uso medio, transgresor activo y pasivo	Perfil 4 Grupo de uso medio-alto, ligeramente transgresor pasivo	Perfil 5 Grupo de uso alto, ligeramente transgresor activo	Perfil 6 Grupo de uso alto, transgresor activo	<b>Total</b>
Trampas y transgresiones	Media	1,89	2,17	2,80	2,55	2,31	2,57	<b>2,29</b>
	Desv. típ.	,87	,94	1,02	1,05	1,02	1,01	<b>1,01</b>
	N	242	269	102	165	79	122	<b>979</b>
Infracción violenta del orden	Media	1,48	1,55	1,92	1,76	1,73	1,82	<b>1,65</b>
	Desv. típ.	,64	,60	,73	,76	,84	,79	<b>,71</b>
	N	242	269	102	165	79	122	<b>979</b>
Rigor y dureza social	Media	2,02	2,26	2,51	2,37	2,26	2,43	<b>2,27</b>
	Desv. típ.	,84	,97	1,00	1,09	,97	1,01	<b>,98</b>
	N	242	269	102	165	79	122	<b>979</b>

El análisis de cada grupo de conductas indica que las diferencias entre perfiles afectan a los tres tipos de conductas: trampas y transgresiones, infracciones violentas y rigor y dureza social.

En el caso de las trampas y transgresiones, así como de las conductas que suponen infracciones violentas del orden, se encuentra que los perfiles de uso bajo de Internet (perfil 1) y de uso medio no transgresor (perfil 2) consideran estas conductas más inadmisibles que los grupos que utilizan Internet de forma transgresora, ya sea con una frecuencia media o alta (perfiles 3, 4, 5 y 6).

En el caso de conductas que pueden ser valoradas con mayor o menor rigor y dureza social (por ejemplo, la pena de muerte), los individuos del perfil de uso bajo y controlados por los padres (perfil 1) valoran de forma más admisible la dureza social que el resto de los grupos de individuos.

Por último en lo que se refiere a la relación entre valores y uso de Internet, se ha considerado pertinente intentar desarrollar un modelo explicativo que permita describir la relación entre valores y conductas adictivas relacionadas con el uso de tecnologías. En este sentido el último objetivo propuesto es precisamente poder buscar la posible existencia de relaciones entre esas puntuaciones en la escala de adicción a Internet y los valores de los adolescentes.

Para ello, el proceso seguido ha sido el que se detalla a continuación:

1º. En primer lugar, se ha estudiado la relación entre las puntuaciones en la escala de adicción a Internet y las puntuaciones en los valores. Este análisis estadístico se ha realizado mediante un estudio de correlaciones y tenía como objetivo observar si existe relación entre los valores estudiados y la puntuación en la escala de adicción. Dentro de los valores se diferencia en valores instrumentales, finales y conductas admisibles.

2º. En segundo lugar, se ha realizado un análisis de regresión, siguiendo dos modalidades diferentes de estudio, para comprobar el peso directo de las puntuaciones en los valores sobre la escala de adicción a Internet. Con ello se pretende conocer qué valores explican en mayor medida el hecho de tener una mayor o menor puntuación en la escala de adicción.

3º. En tercer lugar, se ha buscado el objetivo de conocer no sólo los valores que explican las puntuaciones de adicción, sino también qué comportamientos en el uso de Internet tienen una mayor importancia para explicar la mayor o menor puntuación de adicción a la red. Este análisis permite saber el peso del modo de utilizar esta tecnología sobre el enganche o adicción que produce, así como conocer las variables más relevantes para poder incidir en programas de prevención de la adicción. Este tercer bloque se ha realizado mediante análisis de regresión por pasos, analizando separadamente cada una de las cuatro tecnologías estudiadas.

Los valores incluidos en este estudio son los mismos que se han descrito anteriormente: valores instrumentales, valores finales y admisibilidad de conductas.

Para analizar la relación entre las puntuaciones en la escala de adicción y los valores de los adolescentes, se ha realizado un análisis de correlaciones entre los valores señalados y las puntuaciones de adicción a Internet. Es necesario precisar que la puntuación de adicción se refiere a la puntuación en la escala total, sin diferenciar entre las distintas subescalas que la componen.

#### Valores instrumentales y adicción

Las correlaciones entre valores instrumentales y las puntuaciones en la escala de adicción de cada una de las tecnologías se exponen a continuación:

**Tabla 58**

		Adicción internet
Cooperación social	<b>r</b>	<b>-,170</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1298
Motivación y espíritu de logro	<b>r</b>	<b>-,091</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1302
Capacidades interiores	<b>r</b>	<b>-,010</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1269
Acomodación exterior	<b>r</b>	<b>,134</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1270
Fe y disciplina	<b>r</b>	<b>-,135</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1273

Como se puede observar en la tabla, las correlaciones entre los valores instrumentales y las puntuaciones de adicción no son elevadas pero, sin embargo, tienen significación estadística en la mayoría de los casos. Además, la relación entre los valores y las puntuaciones de adicción a las distintas tecnologías siguen siempre el mismo sentido, es decir, la relación inversa o directa entre valores y puntuaciones de adicción se mantiene constante en todas las tecnologías.

Si se analiza con más detalle, se puede observar que los valores de cooperación social y de motivación y espíritu de logro mantienen una relación inversa con las puntuaciones de adicción, es decir, los adolescentes con puntuaciones más altas en los valores de cooperación social y motivación de logro suelen presentar puntuaciones más bajas en la escalas de adicción a Internet; en cambio, los adolescentes con puntuaciones más bajas en dichos valores presentan puntuaciones más elevadas en la escala de adicción.

El caso de los valores de fe y disciplina es similar al descrito anteriormente, encontrándose también una relación inversa y significativa, en la que los chicos con mayores puntuaciones en estos valores presentan puntuaciones más bajas en la escala de adicción a Internet y, al contrario, las menores puntuaciones en estos valores se relacionan con puntuaciones elevadas en las escalas de adicción.

En el caso de los valores que se han denominado capacidades interiores no existe relación estadísticamente significativa con las puntuaciones de adicción, es decir, este conjunto de valores tiene no posee relación con las puntuaciones de adicción a Internet.

Por último en lo que se refiere a los valores instrumentales, los que pertenecen al grupo de acomodación al exterior se relacionan de manera directa con las puntuaciones en la escala de adicción de Internet. Esta relación significa que los adolescentes que intentan acomodarse de manera más pasiva (característica de esta escala) a lo impuesto de manera exterior tienden a presentar mayores puntuaciones en la escala de adicción de internet. Por el contrario, los adolescentes que menos se acomodan pasivamente a las modas expuestas desde el exterior presentan puntuaciones más bajas en la escala de adicción de esta tecnología. Este resultado puede resultar interesante si tenemos en cuenta que estos valores indican un “dejarse llevar” por lo impuesto por los demás, sin tomar una responsabilidad activa en sus decisiones y en lo que hacen; de este modo, los adolescentes más pasivos presentan una mayor tendencia a la adicción de esta tecnología que los adolescentes que asumen más responsabilidad respecto a lo que hacen.

El segundo conjunto de valores, los valores finales, también presentan correlaciones claras con la escala de adicción a Internet.

**Tabla 59**

		Adicción internet
Integración social	<b>r</b>	<b>-,096</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1295
Compromiso y trascendencia	<b>r</b>	<b>-,128</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1291
Orden moral	<b>r</b>	<b>-,191</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1278
Disfrute y libertad	<b>r</b>	<b>,115</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1259
Sociabilidad	<b>r</b>	<b>,028</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1285

Dentro de los valores finales, los valores de integración en la sociedad, de compromiso social y de orden moral presentan relaciones inversas y estadísticamente significativas con las puntuaciones en la escala de adicción a Internet.

La interpretación que cabe hacer de este resultado es que los adolescentes que presentan puntuaciones más elevadas en estos valores puntúan más bajo en la escala de adicción a Internet, mientras que los adolescentes con menores puntuaciones en estos valores presentan puntuaciones más elevadas en la escala de adicción a esta tecnología.

De estos resultados, llama la atención el que se refiere a los valores de integración en la sociedad. Los chicos con más puntuaciones en estos valores, es decir, que otorgan una mayor importancia en su vida a la integración en la sociedad puntúan más bajo en la escala de adicción. Este resultado se contradice en gran medida con la creencia general de que la sociedad impulsa al consumo sin medida de las tecnologías y, por el contrario, afirma que los adolescentes que dan más importancia a su integración en la sociedad presentan una menor tendencia a rasgos adictivos a Internet.

Por otra parte, es preciso recordad que, cuando se está hablando de una mayor o menor puntuación en la escala de adicción no nos estamos refiriendo a una mayor o menor adicción. La escala mide desde "ningún rasgo adictivo" a "gran riesgo de adicción" y hay que recordar que las puntuaciones medias en las

cuatro escalas de adicción referidas a cada una de las tecnologías eran puntuaciones bajas. Por lo tanto, no podemos afirmar que los alumnos con bajos valores presenten adicción, sino que sus puntuaciones en la escala de adicción tienden a ser más altas que las de sus iguales con más altos valores, sin que ello signifique que sean adictos o puedan desembocar en una adicción. Simplemente, son más vulnerables a tener problemas de enganche o adicción a la tecnología correspondiente.

Dentro de los valores finales, los que se refieren a disfrute y libertad presentan el patrón contrario, es decir, se relacionan de manera directa y estadísticamente significativa con las puntuaciones de adicción en la escala de Internet. Por lo tanto, los adolescentes que otorgan mayor importancia a valores tales como divertirse sin límite y ser libres tienden a presentar puntuaciones más elevadas en la escala de riesgo de adicción, mientras que los adolescentes que valoran en menor medida estos valores presentan puntuaciones más bajas en dicha escala. Esto significa que la alta valoración del disfrute y libertad es un factor que favorece la aparición de conductas de tipo adictivo a Internet.

Por último, pero no menos importante, los valores de sociabilidad no presentan correlaciones significativas con las escalas de adicción a Internet, indicando que el hecho de que los adolescentes valoren con mayor o menor importancia tener una gran cantidad de amistades, ser sociable, no influye de ninguna manera sobre las puntuaciones en la escala de adicción. Este resultado puede deberse al hecho de que esta tecnología es utilizada en gran medida como instrumento de socialización, por lo que su influencia no está tan relacionada con un mayor o menor enganche a dichas tecnologías.

El tercer grupo de valores se refieren a la admisibilidad de conductas de dudosa aceptación social. Las puntuaciones otorgadas a la admisibilidad de estos grupos de comportamientos también correlacionan de manera estadísticamente significativa, en muchos casos, con las puntuaciones en las escalas de adicción de Internet.

En concreto, los resultados se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla 60**

		Adicción internet
Trampas y transgresiones	<b>r</b>	,223
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1.260
Infracción violenta del orden	<b>r</b>	,163
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1.284
Rigor	<b>r</b>	,149
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1.270

En este caso, se encuentra una relación directa y estadísticamente significativa entre la admisibilidad de trampas y transgresiones leves y las puntuaciones en las escalas de adicción a Internet. Esta relación significa que los adolescentes con puntuaciones más elevadas en la escala de adicción tienden a considerar como más admisibles las trampas y transgresiones leves, mientras que los adolescentes con puntuaciones bajas en las escalas de adicción tienden a considerarlas más inadmisibles.

Unos resultados semejantes se encuentran en las infracciones violentas del orden, que conllevan una mayor gravedad social, estableciéndose una correlación directa y significativa con la escala de adicción a Internet. En el mismo sentido que en el caso anterior, la mayor admisibilidad de estas conductas se da en los adolescentes con puntuaciones más elevadas en la escala de adicción y, por el contrario, son consideradas conductas menos admisibles por los adolescentes con puntuaciones más bajas en esta escala de adicción.

En este sentido, parece que las puntuaciones elevadas en las escalas de adicción se relacionan con una mayor relajación en las normas sociales.

Por último, la escala de rigor social también presenta una correlación directa y estadísticamente significativa con la escala de adicción a Internet. Esta relación indica que los adolescentes más rígidos y duros socialmente hablando (por ejemplo, que admiten en mayor grado la contratación en peores condiciones laborales a un extranjero) tienden a presentar puntuaciones más elevadas en las escalas de adicción de esta tecnología, mientras que los adolescentes que presentan mayor flexibilidad social, presentan puntuaciones más bajas en esta escala de adicción.

En resumen, parece que la relación entre valores y puntuaciones en la escala de adicción es clara, indicando que hay una serie de valores que claramente "protegen" ante la adicción a Internet mientras que la carencia de dichos valores hace a los adolescentes más vulnerables hacia esta adicción. Sin embargo, estos análisis no nos permiten establecer una relación causal, es decir, la presencia o ausencia de los valores no es "causa" de adicción o puntuaciones altas en la escala de adicción. Como bien es sabido, hay múltiples factores que

influyen en la aparición de una adicción o en la mayor o menor vulnerabilidad de un adolescente a una adicción, pero, sin embargo, sí podemos afirmar que hay un conjunto de valores que sería necesario potenciar como medida preventiva de la adicción a esta tecnología.

Una vez vista la relación entre las puntuaciones de adicción a Internet y los valores, a continuación se describen los resultados de los análisis estadísticos de regresión que tienen por objetivo conocer qué valores tienen un mayor peso para determinar las puntuaciones en la escala de adicción. Se trata, en definitiva, de conocer hasta qué punto cada conjunto de valores explican las puntuaciones de adicción a las tecnologías.

Para lograr este objetivo se han realizado análisis de regresión, los cuales permiten explorar y cuantificar la relación entre las puntuaciones de adicción y los valores estudiados. De este modo, podemos saber qué valores son más importantes para poder explicar la variabilidad de los adolescentes en sus puntuaciones en la escala de adicción utilizada.

Se han realizado dos tipos de análisis de regresión. El primero de ellos siguiendo el método de inclusión, que implica analizar todos los tipos de valores y el peso de cada uno de ellos sobre las puntuaciones de adicción. El segundo de ellos, siguiendo el método stepwise, que permite incluir el peso de cada uno de los elementos, determinando aquellos que tienen un peso más significativo para explicar la variabilidad en las puntuaciones de cada una de las escalas de adicción. En este resumen se presentan los resultados obtenidos siguiendo el segundo método, ya que, teniendo en cuenta la fuerza de las correlaciones realizadas anteriormente, se ha considerado que es más adecuado y proporciona una información más precisa sobre el peso de los valores sobre las puntuaciones de la escala de adicción.

En primer lugar, se han realizado análisis de regresión considerando como variable dependiente la puntuación de los individuos en la escala de adicción a Internet y, como variables independientes, cada grupo de valores. Dicho análisis se ha realizado siguiendo el modelo stepwise.

Los resultados muestran un coeficiente de determinación  $r^2 = 0,091$ . Aunque el valor en sí es pequeño si se utilizase a nivel predictivo, es un valor significativo para los objetivos de esta investigación ya que permite afirmar que el 9,1% de la variabilidad de las puntuaciones en la escala de adicción se debe a los valores que tienen los adolescentes.

Este valor tiene gran importancia porque se trata de la importancia que tienen directamente los valores sobre las puntuaciones de adicción y, teniendo en cuenta que se trata de un solo factor dentro de todos los posibles que pueden influir en la adicción a Internet, su peso es muy elevado. Además, hay que tener en cuenta que los valores también tienen una incidencia indirecta a través de otros factores como las conductas, no medidas aquí. En conclusión, se puede afirmar que el peso directo de los valores sobre la adicción a Internet es muy importante.

Si profundizamos en analizar con concreción qué tipos de valores tienen un mayor peso para explicar la variabilidad de las puntuaciones en la escala de adicción a Internet, el resultado final del análisis estadístico nos indica que hay cinco tipos de valores con una mayor importancia para explicar las variaciones entre alumnos en las puntuaciones en la escala.

**Tabla 61**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz.	t	Sig. Error
		B	Error típ.	Beta	B	típ.
5	(Constante)	33,878	4,222		8,024	,000
	Trampas y transgresiones	1,682	,437	,122	3,851	,000
	Orden moral	-2,049	,578	-,117	-3,541	,000
	Acomodación exterior	1,908	,519	,106	3,679	,000
	Rigor	1,192	,428	,084	2,783	,005
	Cooperación social	-2,013	,824	-,077	-2,444	,015

a Variable dependiente: Adicción internet

Como se puede observar en la tabla anterior, los valores que tienen un mayor peso para explicar las puntuaciones de adicción a Internet son dos tipos de valores instrumentales (la cooperación social de forma inversa y la acomodación exterior), un valor final (el orden moral de forma inversa) y dos elementos de admisibilidad de conductas (las trampas y transgresiones y el rigor social). Esos cinco elementos son los que presentan mayor peso a la hora de discriminar las puntuaciones de los adolescentes en la escala de adicción a internet, por lo que podrían ser los más relevantes a la hora de incidir sobre ellos como medida preventiva de los síntomas de adicción a esta tecnología.

Hay que tener en cuenta que en la adicción o enganche a las tecnologías hay múltiples factores que pueden estar determinando directamente la existencia de altas o bajas puntuaciones de adicción, por ejemplo el tiempo de uso, el modo de utilización de la tecnología, el grado en el que se realizan acciones no adecuadas socialmente, etc. A pesar de todas estas variables relevantes, hay que destacar que los valores que tienen los adolescentes, en sí mismos, influyen directamente sobre estas puntuaciones en las escalas de adicción.

Desde un punto de vista educativo, esto toma gran importancia para poder planificar programas preventivos de adicción a las tecnologías.

Por último apartado se ha tenido como objetivo ir un poco más lejos en los modelos explicativos descritos en el apartado anterior. Como ya se ha mencionado, además de los valores, hay múltiples factores que pueden estar influyendo en la aparición de bajas o altas puntuaciones en las escalas de adicción a las tecnologías. Dentro de los objetivos del estudio realizado por CONFIAS, hay un grupo de factores que ha tenido especial relevancia, y es aquél que se refiere al uso que se hace de las tecnologías, incluyendo el tiempo de utilización y las costumbres o comportamientos que realizan los adolescentes cuando se encuentran ante cada una de las tecnologías estudiadas.

Teniendo en cuenta la importancia de estos factores, a continuación se muestran los resultados de nuevos análisis de regresión realizados en los que se estudia el peso, de estos otros factores, en concreto del tiempo y el modo de utilizar la tecnología. En ese sentido, se pretende conocer el peso de todos estos elementos para explicar las puntuaciones en las escalas de adicción de cada una de las cuatro tecnologías estudiadas separadamente.

Para lograr este objetivo en lo que se refiere a Internet, en primer lugar se realizó un análisis de regresión incluyendo las variables de uso de Internet (tiempo y modo de utilización) como variables independientes y la puntuación en la escala de adicción a Internet como variable dependiente. De ese modo, se pretendía conocer qué características del uso de Internet tienen un peso más importante para predecir la adicción a esta tecnología.

En este caso, el coeficiente de determinación del modelo fue  $r^2 = 0,275$ , indicando que el 27,5% de la variabilidad de las puntuaciones de adicción a Internet se deben al tiempo y modo de utilización de esta tecnología. Esta cifra se puede considerar muy elevada, ya que indica que la cuarta parte de la variabilidad se debe directamente al modo de uso de Internet. Este dato indica la clara necesidad de una educación en el modo de utilización de esta tecnología como medida preventiva de la adicción a Internet.

Dentro de las múltiples variables incluidas en este modelo, el método stepwise ha permitido localizar aquellas que tienen una mayor relevancia para predecir la adicción a Internet. La tabla siguiente recoge aquellas incluidas en el modelo.

**Tabla 62**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz.	t	Sig. Error
		B	Error típ.	Beta	B	típ.
7	(Constante)	-2,731	2,009		-1,360	,174
	¿Cuánto tiempo al día utilizas INTERNET los días de colegio/instituto?	2,145	,401	,191	5,346	,000
	¿Cuánto tiempo al día utilizas INTERNET el fin de semana?	1,957	,357	,190	5,483	,000
	¿Alguna vez... Alguien ha utilizado internet para insultarte, burlarse de ti o meterte miedo	5,051	1,007	,139	5,014	,000
	¿Alguna vez... Te has metido en alguna página con contenido sexual por curiosidad	3,703	,786	,129	4,710	,000
	¿Tienes amigos virtuales?	2,733	,826	,095	3,308	,001
	¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes servicios de Internet? Messenger	,867	,341	,083	2,541	,011
	¿Con qué frecuencia utilizas los siguientes servicios de Internet? Blogs, bitácoras	,769	,309	,072	2,487	,013

Entre todas las variables que tienen relación con el tiempo y modo de uso de Internet, el modelo muestra siete factores que explican las puntuaciones de adicción a Internet. Dos de ellos se refieren al tiempo de uso de esta tecnología (los días de diario y los fines de semana). Otros dos se refieren a la frecuencia de uso de dos herramientas ampliamente utilizadas en Internet: el Messenger y los blogs. Otros dos factores se refieren a conductas indeseables en el uso de Internet o usos poco adecuados para adolescentes: el uso como víctimas de insultos, burlas o amenazas, y el uso de Internet para ver páginas con contenido sexual. Por último el séptimo factor se refiere a un uso de Internet que parece que tiene bastante relación con la aparición de adicción: la existencia de amigos virtuales.

Estos elementos son los que presentan una mayor importancia a la hora de determinar las puntuaciones de adicción a Internet.

En conclusión, podemos decir que el peso de las variables de uso de las tecnologías tienen un peso determinante sobre las puntuaciones de adicción a las mismas. Sobre todo, llama la atención el caso de Internet. Estos resultados sería interesantes tomarlos en consideración para el diseño de programas preventivos de adicción a las tecnologías, ya que están indicando los factores que provocan mayor vulnerabilidad hacia la adicción.

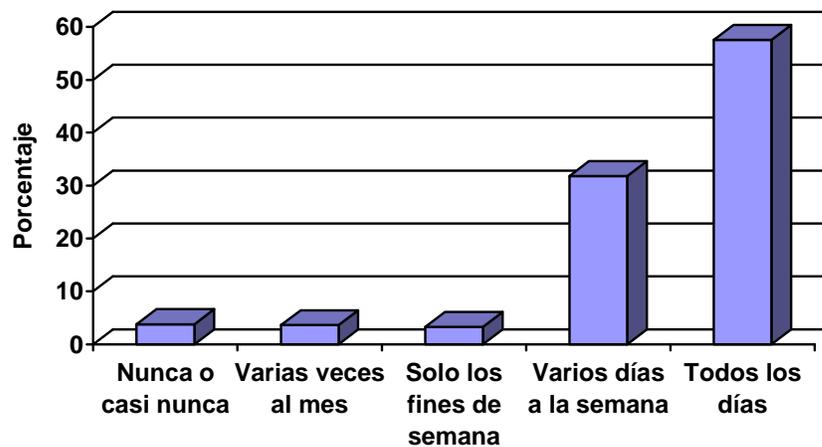
### **3. USO Y ABUSO DEL TELÉFONO MÓVIL**

### 3.1. Características generales del uso del teléfono móvil

El primer dato que era necesario conocer se refiere al número de adolescentes que utilizan teléfono móvil. Los datos recogidos indican que, entre los adolescentes madrileños encuestados, un 94,9% tienen o han tenido teléfono móvil en alguna ocasión, mientras que un 5,1% de los chicos/as entre 12 y 17 años no tienen ni han tenido nunca esta tecnología. Este hecho no significa que no la hayan manejado, sino que no han tenido teléfono móvil propio.

Entre los usuarios de esta tecnología, hay que destacar su frecuencia de uso. La figura siguiente recoge dicha frecuencia entre los usuarios.

**Gráfico 55**



Como se observa en la figura adjunta, más de la mitad de los adolescentes madrileños utilizan el teléfono móvil diariamente (57,5%); a pesar de ser un porcentaje muy elevado, también hay que tener en cuenta que los porcentajes de las restantes categorías, a pesar de ser muy inferiores, también resultan significativos. En concreto, cabe destacar que un 7,4% de los chicos/as utilizan su teléfono móvil de forma muy esporádica, ya sea nunca o casi nunca o algunas veces al mes.

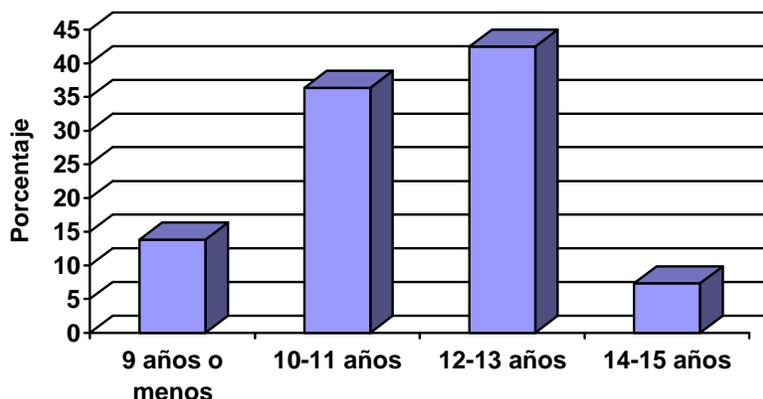
Otro porcentaje importante -uno de cada tres chicos/as- lo utilizan varias veces a la semana pero no diariamente. Como se explica más adelante, este uso frecuente pero no diario está determinado, en gran parte, al hecho de que los adolescentes puedan tener saldo o dinero disponible para la recarga de sus teléfonos móviles.

#### Comienzo del uso del teléfono móvil

Para conocer con mayor detalle las características del uso de esta tecnología, se realizó a los adolescentes un conjunto de preguntas relativas al comienzo del uso del teléfono móvil y al tipo de servicios que utilizan con mayor asiduidad. Esta información nos permite conocer las principales características que definen a los adolescentes en el uso de este aparato.

La edad de comienzo del uso del teléfono móvil en los chicos/as que actualmente son adolescentes se recoge de forma gráfica en la figura. Los porcentajes se han contabilizado entre todos los individuos que son o han sido usuarios de móvil en alguna ocasión.

**Gráfico 56**



El dato más destacable en referencia a la edad de comienzo en la utilización del teléfono móvil es que dicha edad, en el 50,17% de la muestra es antes de los 12 años. Es decir, la mitad de los estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria que utilizan el teléfono móvil, lo empezaron a utilizar cuando aún eran niños o preadolescentes. Dentro de este grupo, hay que destacar que una parte importante de ellos lo tuvieron por primera vez cuando tenían 9 años o menos (13,81% de la muestra total); este dato indica claramente que un grupo muy significativo de chicos/as comienzan el uso de esta tecnología a edades muy tempranas.

Otro gran grupo de chicos/as tuvo su primer teléfono móvil a la edad de 12-13 años (42,5% de la muestra). Teniendo en cuenta la edad del grupo de jóvenes que compone este estudio -la cual se sitúa en su mayoría entre los 12 y 16 años- se puede deducir que muchos de ellos son usuarios nuevos o muy recientes de esta tecnología.

También es importante destacar que un grupo notable de chicos/as tuvieron su primer teléfono móvil a los 14-15 años; lógicamente, aunque este grupo supone un 7,33% de la muestra total, si se tiene en cuenta que aproximadamente el 35% de la muestra tiene esa edad, se puede decir que un número importante de chicos que actualmente tienen 14 o 15 años se encuentran a esa edad con su primer teléfono móvil.

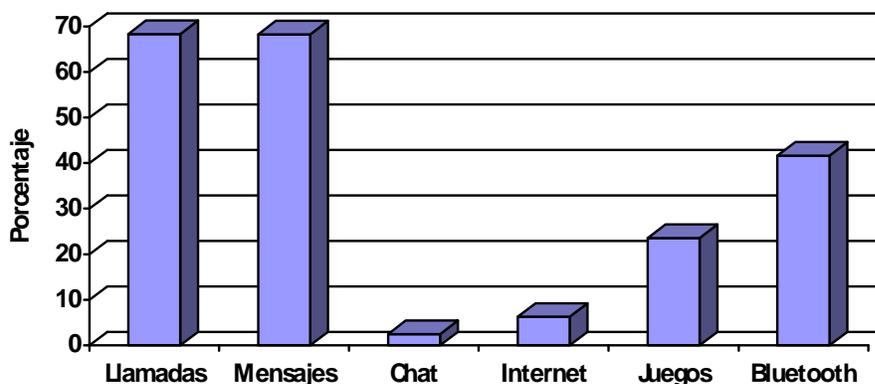
De estos datos, podemos deducir que realmente existen dos grupos muy claros entre los usuarios de teléfono móvil adolescentes: un primer grupo, compuesto por aproximadamente la mitad de jóvenes, que, a la edad de la adolescencia son "veteranos" en el uso de esta tecnología porque empezaron a utilizarla a edades muy tempranas. Y, un segundo grupo compuesto por la otra mitad de jóvenes, que son usuarios nuevos o muy recientes del teléfono móvil, ya que han empezado a utilizarlo para su uso personal siendo ya adolescentes de 12-13 años en su mayoría.

### Usos del teléfono móvil por los adolescentes

Entre los adolescentes que afirmaron tener o haber tenido en algún momento de su vida teléfono móvil propio, se exploró qué tipos de servicios son utilizados con mayor frecuencia. En la siguiente figura se representa gráficamente la proporción de chicos/as encuestados que utilizan cada uno de los servicios diariamente.

Como puede observarse en la gráfica, hay dos servicios que destacan notablemente sobre el resto de posibilidades de utilización del móvil, que son las llamadas y los mensajes de texto, utilizados diariamente por un 68,4% y un 68,3% de la muestra.

**Gráfico 57**



Estos resultados permiten llegar a la conclusión de que los adolescentes hacen un uso del móvil prioritaria y fundamentalmente para la comunicación interpersonal. Este dato desdice el señalado en muchas ocasiones de que los adolescentes utilizan el móvil fundamentalmente para otros usos.

De entre los servicios del teléfono móvil dirigidos a la comunicación con los demás, el uso del chat en el móvil es muy esporádico, dándose de modo continuo solamente en el 2,5% de la muestra. Este dato confirma el hecho de que el uso del móvil para una conversación continua se realiza a través de llamadas, y el chat telefónico ha sido sustituido en gran medida por el chat a través de Internet.

Entre los restantes servicios ofrecidos por los teléfonos móviles, el Bluetooth ocupa la tercera posición, siendo utilizado por el 41.7% de los usuarios adolescentes del teléfono móvil. Aunque su uso se encuentra aún muy por debajo de servicios como las llamadas y los mensajes, tiene unas características que lo hacen especialmente llamativo para su uso en adolescentes: en primer lugar, es gratuito, y permite el intercambio de archivos sin ningún coste para los usuarios; y, en segundo lugar, hay que tener en cuenta que el uso del móvil como aparato reproductor de música, en sustitución del Cd, Mp3 o Mp4 ha cobrado gran auge en los últimos tiempos. Este hecho ha potenciado la utilización del Bluetooth como herramienta para intercambiar canciones entre amigos y compañeros, lo que puede estar contribuyendo a que se haya

consolidado como uno de los servicios de los teléfonos móviles más utilizados en los adolescentes.

Junto al Bluetooth, destaca también otro servicio lúdico del teléfono móvil, que son los juegos, los cuales vienen incorporados en el propio terminal o pueden ser descargados por los usuarios. Casi uno de cada cuatro usuarios entrevistados (23.6%) juegan a diario con los juegos del teléfono móvil. Este dato resulta profundamente llamativo, ya que, a pesar de que los adolescentes, con gran frecuencia, tienen otros dispositivos de juegos –especialmente videoconsolas, aunque no hay que olvidar los juegos del ordenador, ya sean con o sin conexión a Internet-, el teléfono móvil continúa siendo un dispositivo de juego utilizado por gran cantidad de adolescentes. Posiblemente este hecho se deba a que el teléfono móvil lo tienen con ellos en todo momento, hecho que no ocurre con las videoconsolas aunque sean portátiles (tipo PSP), ya que en muchos centros educativos madrileños está prohibido llevarlas, o incluso por su alto coste, que retrasa a los alumnos a llevarlas al colegio o instituto por temor a un extravío o robo de la misma, hecho que ocurre con cierta frecuencia en los centros escolares.

Por último, el uso de Internet en el teléfono móvil ha descendido en gran medida en los últimos años si tenemos en cuenta datos anteriores de su uso en adolescentes. En esta muestra de alumnos de educación secundaria, únicamente el 6.3% de los usuarios del teléfono móvil utilizan habitualmente Internet en sus aparatos telefónicos., convirtiéndose en uno de los servicios menos utilizados del teléfono. La causa de este descenso en el uso de Internet en el móvil puede atribuirse a varias causas. En primer lugar, porque su coste en el teléfono es relativamente caro si tenemos en cuenta que la gran mayoría de adolescentes no tienen tarifa plana de envío y recepción de datos. En segundo lugar, y no menos importante, encontramos el hecho de que los ordenadores con acceso a Internet están cada vez más accesibles a los adolescentes, no solamente en sus hogares, sino también en sus centros educativos; este hecho hace que, si los jóvenes quieren conectarse a Internet, puedan hacerlo, en muchos momentos en los centros educativos, ya que dichos centros permiten el acceso a internet de sus alumnos en momentos determinados, por ejemplo, en los recreos. La amplia posibilidad de acceso a Internet a través de ordenadores –lo cual no acarrea ningún coste para el adolescente- resulta más atractiva, tanto porque la rapidez de la navegación en la red es mayor como por el hecho de poder acceder a más contenidos que, en el teléfono, no están accesibles en muchos casos.

Al margen de la frecuencia de uso de los principales servicios ofrecidos por las compañías telefónicas, así como servicios que traen los propios aparatos telefónicos, es necesario profundizar también en el hecho de cómo utilizan los adolescentes el teléfono móvil, en qué situaciones, y si realizan a través del teléfono acciones socialmente indeseables.

Para conocer todos estos aspectos, en primer lugar se ha estudiado en qué situaciones apagan el teléfono móvil los adolescentes. La siguiente tabla recoge la frecuencia absoluta y porcentaje de alumnos que apagan el teléfono en cada una de las situaciones más habituales en las que se pueden encontrar.

## Gráfico 58

	n	%
En clase	756	54,1
En el cine	507	36,3
Cuando estudio	285	20,4
Al ir a dormir	458	32,8
Siempre encendido	465	33,3
<b>Total</b>	<b>1.398</b>	<b>100,0</b>

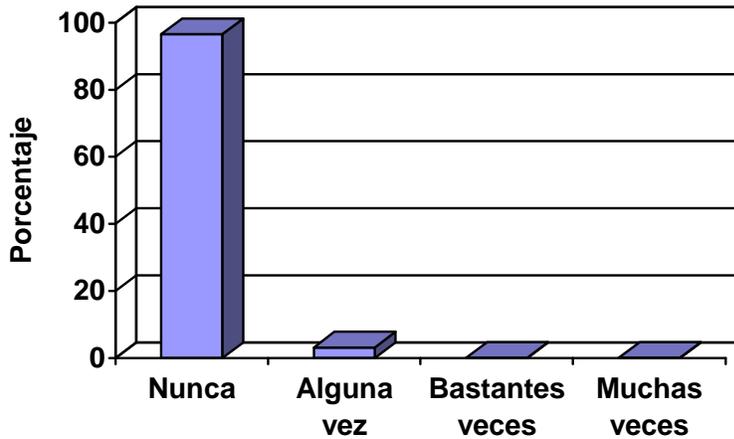
El dato más importante que conviene destacar en primer lugar es el hecho de que uno de cada tres alumnos (33,3%) tiene el teléfono móvil encendido siempre. La importancia de este dato radica en que hay situaciones, como las escolares, en las que los menores suelen tener obligación de tener el teléfono apagado. Sin embargo, esas prohibiciones no se cumplen si no que es sustituido por el hecho de silenciar el móvil en muchas ocasiones; además, el hecho de no apagarlo supone también tenerlo encendido por las noches.

Los restantes adolescentes apagan el móvil en mayor o menor medida en distintas situaciones. La más frecuente para apagar el teléfono es cuando se encuentran en el colegio o instituto, un 54,1% del total de adolescentes lo apagan en esa situación. Otras situaciones son el cine o cuando van a dormir, que es apagado por aproximadamente un tercio de los chicos/as, en porcentajes similares en las dos situaciones. En cambio, cuando están estudiando, sólo es apagado por el 20,4% de los adolescentes; este dato es importante si tenemos que cuenta los usos antes señalados del teléfono móvil, ya que se puede convertir fácilmente en una herramienta de distracción o de ocio.

Hay otra serie de usos del teléfono móvil que, según indica la literatura sobre el tema, resultan relevantes para conocer cómo utilizan los jóvenes el teléfono móvil. Estos usos se refieren especialmente a la utilización del móvil para la grabación, ya sea de agresiones a otros compañeros –conocido como ciberbullying- o la grabación de situaciones de riesgo para los adolescentes. Todo ello se refiere a conductas inapropiadas que pueden resultar peligrosas para algún menor.

La preguntar a los jóvenes si habían sido víctimas de burlas, amenazas o agresiones físicas que hubieran sido grabadas por algún otro compañero en el teléfono móvil, las respuestas obtenidas se resumen en la figura.

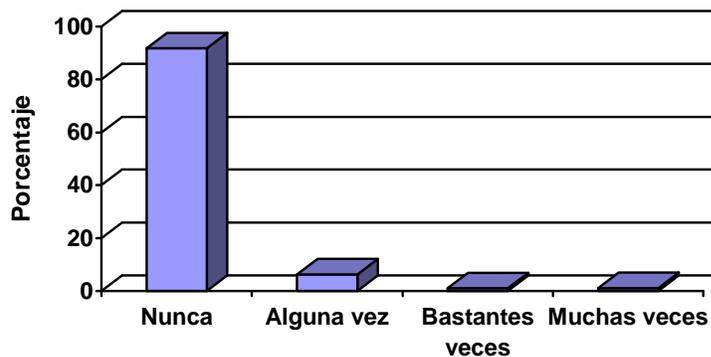
**Gráfico 59**



Como se observa con claridad en la representación gráfica, el porcentaje de víctimas de agresiones que son grabadas en móvil es muy bajo, dato esperado teniendo en cuenta la gravedad de supone este tipo de conductas. El 96,6% de los alumnos no han sufrido nunca este tipo de ciberbullying. Sin embargo, hay que señalar que un 3,2% de los menores aseguran que sí han sido víctimas en alguna ocasión esporádica. Este dato, aunque resulta un porcentaje relativamente pequeño, es importante tenerlo en cuenta, ya que demuestra que la grabación de agresiones en una práctica poco habitual pero que ha afectado en alguna ocasión de forma esporádica a un número importante de menores. En este caso, no se puede hablar en sí de bullying, ya que la definición de este término conlleva que la agresión se produzca de forma continuada, pero sí es necesario llamar la atención sobre el hecho de que el fenómeno de la grabación de víctimas se produce con una frecuencia pequeña pero importante.

En esta misma línea, también se preguntó a los alumnos si eran o habían sido en alguna ocasión autores de la grabación a través del teléfono móvil de algún tipo de agresión a otro compañero, ya sean burlas, amenazas o agresiones físicas. En este caso, los resultados varían ligeramente respecto a la pregunta anterior, como puede observarse en la figura.

**Gráfico 60**



Al igual que en la pregunta anterior, al menos 9 de cada 10 chicos no han participado en este tipo de agresión grabando una escena con sus teléfonos móviles, en concreto el 91,7%. Sin embargo, un 6,2% afirman haber realizado grabaciones de este tipo en alguna ocasión; este porcentaje resulta elevado, ya que estamos hablando del hecho de que dicho porcentaje de menores están participando a través de la grabación en el teléfono móvil de una agresión, convirtiéndose de este modo en cómplices del agresor y, en cierta medida, también en agresores, ya que dicha grabación puede aumentar el daño hecho a la víctima.

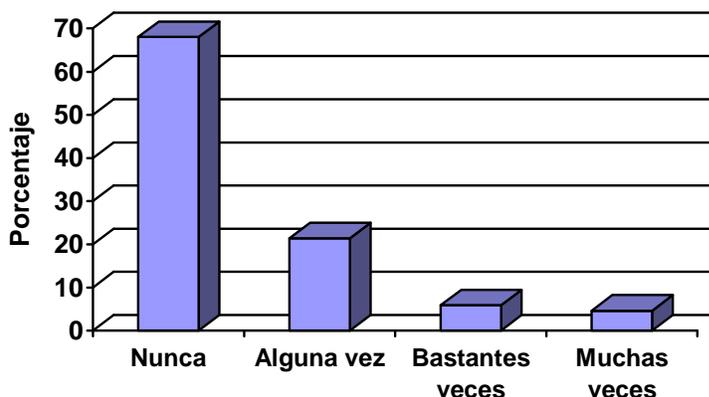
También es destacable que un 2,1% de los menores han realizado esta práctica de grabar con el móvil una agresión bastantes o muchas veces, convirtiéndose en una acción reiterada.

En este sentido, queda demostrado que el mal uso del móvil, con fines que pueden resultar nocivos a otros menores, aunque minoritario, es lo suficientemente elevado como para ser tenido en cuenta.

En una línea menos dramática, también se preguntó a los adolescentes por otro uso de las grabaciones en el teléfono móvil, concretamente aquellas que suponen la grabación de acciones, propias o de otros compañeros, que suponen una acción arriesgada, ya sea por suponer un riesgo para la integridad física, un riesgo de un castigo o amonestación por parte de algún adulto, o, en general, una acción socialmente indeseable.

Las respuestas a esta pregunta se recogen en la siguiente figura.

**Gráfico 61**



Las respuestas de los adolescentes muestran que un 68% nunca han realizado este tipo de usos con su teléfono móvil; sin embargo, el 32% de cada muestra –uno de cada tres menores– sí lo han utilizado para grabar o grabarse en acciones arriesgadas. Hay que tener en cuenta que lo que los alumnos/as pueden considerar acciones arriesgadas supone un espectro de acciones muy amplio, desde acciones “graciosas” que pueden no suponer prácticamente un daño, hasta acciones que realmente son peligrosas para los jóvenes.

Entre los adolescentes que han grabado en alguna ocasión este tipo de acciones con su teléfono móvil, la mayoría, el 21,4% de la muestra total, lo han hecho de manera esporádica, alguna vez; sin embargo, en el 10,5% de los jóvenes esta conducta realizada con el móvil es reiterada. Aunque estos resultados deben interpretarse con cautela, ya que dependiendo del tipo de acciones grabadas se podrían considerar acciones de mayor o menor gravedad – aspecto ya no explorado en este trabajo por superar los objetivos que se plantea- pero, sin embargo, se puede considerar que supone un uso que conlleva unos riesgos claros para los adolescentes y que supone una acción relativamente frecuente.

#### Autovaloración del uso del teléfono móvil

Este último bloque de resultados describe las respuestas dadas por los adolescentes a un conjunto de preguntas referidas a cómo se perciben ellos mismos en el uso de esta tecnología, y qué sensación de control tienen, tanto por ellos mismos como por parte de sus progenitores.

Respecto al control percibido que tienen sus padres sobre su uso del teléfono móvil, se les preguntó si consideraban que sus padres controlaban su uso de dicha tecnología y, en caso afirmativo, en qué consistía dicho control.

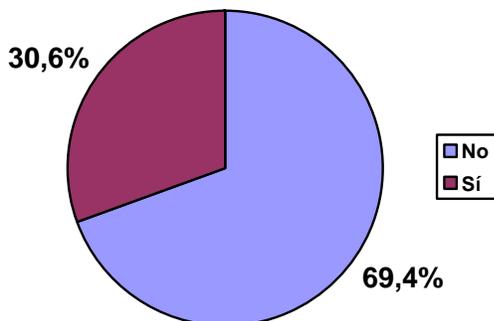
Es preciso tener en cuenta que esta pregunta se está formulando a los propios adolescentes, por lo que no se trata de una pregunta para conocer el control “real” que ejercen los padres sobre el uso que hacen sus hijos del teléfono móvil, sino más bien se trata de conocer el control “percibido”, es decir, qué sensación tienen los jóvenes de que sus padres les controlan en el uso del móvil. Esta pregunta puede ser más relevante que la de un control real, ya que, independientemente del control que ejerzan los progenitores, es importante conocer qué percepción tienen los menores ya que dicha percepción va a influir directamente en el tipo de uso que realicen de sus teléfonos móviles.

Las siguientes figuras recogen los datos referentes a este control percibido por los adolescentes.

Como se puede observar en la figura gráfica, solamente uno de cada 3 alumnos/as, concretamente el 30,6% consideran que sus padres controlan el uso de su teléfono móvil. Eso supone que la gran mayoría de adolescentes consideran que son “libres” en el uso de esta tecnología y no son controlados de ninguna manera por sus progenitores.

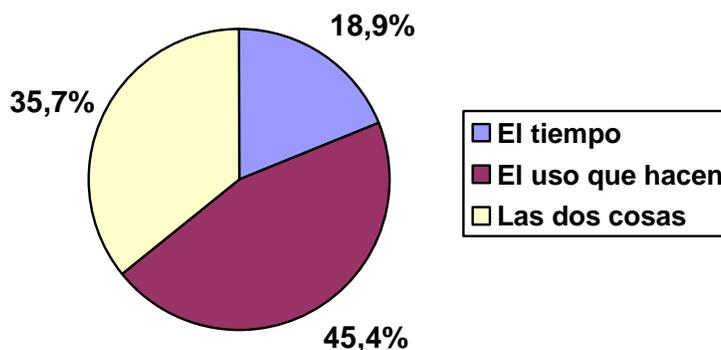
**Porcentaje de menores que consideran que sus padres controlan el uso que hacen del teléfono móvil**

**Gráfico 62**



**En caso afirmativo, tipo de control que ejercen los progenitores.**

**Gráfico 63**



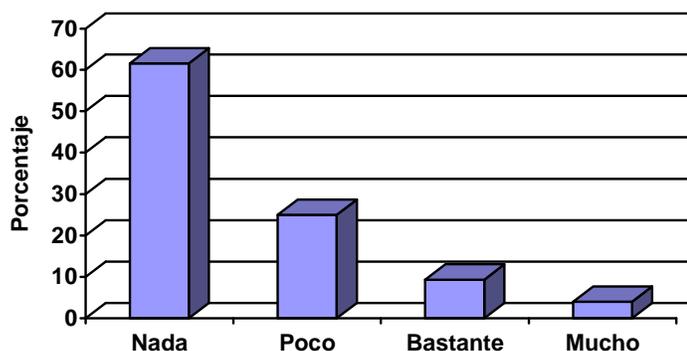
Dentro de ese 30,6% de adolescentes que sienten un control paterno en su uso del teléfono móvil, el 81,1% de los que componen este grupo sienten que, lo que se los controla, es el uso que hacen del teléfono móvil. Por el contrario, únicamente un 18,9% tienen la percepción de que lo único que se les controla es el tiempo que están utilizando el móvil. Este último control, obviamente, es menos efectivo que el anterior.

En resumen, estos datos de falta de control por parte de los progenitores van en consonancia con los resultados descritos en el apartado anterior sobre usos "poco adecuados" del teléfono móvil.

Al margen del control externo por parte de los progenitores, se pidió a los adolescentes, a través de un grupo de preguntas, que valoraran el uso que hacen de su propio teléfono desde un punto de vista de la dependencia que pueden tener de esta tecnología.

Ante la pregunta directa de si están “enganchados” al teléfono móvil, los porcentajes de respuesta de los adolescentes encuestados se encuentran representados de forma gráfica en la figura 9.

**Gráfico 64**

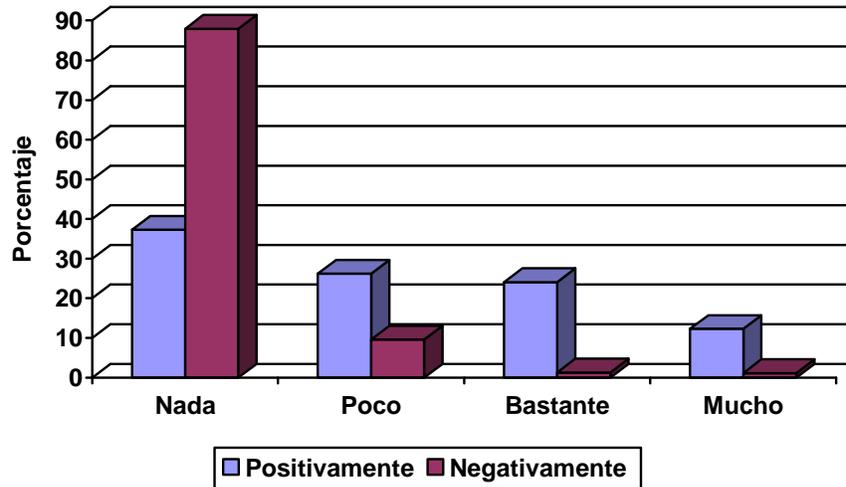


Los datos muestran que la mayoría de adolescentes (61,6%) no están nada “enganchados” con el teléfono móvil. Hay que tener en cuenta que no se proporcionó a los encuestados ninguna definición de “enganche”, por lo que hay que interpretar este término en su sentido más coloquial. Uno de cada cuatro menores reconoció estar un poco enganchados al teléfono móvil. De los restantes, un 9,3% consideró que estaba bastante enganchado y un 4% muy enganchado.

Estos porcentajes muestran que hay un porcentaje importante de menores que se autovaloran como “enganchados” al teléfono móvil. Sin embargo, en comparación a otras tecnologías (CONFIAS, en prensa) el teléfono móvil es una de las tecnologías a la que los adolescentes se sienten menos “enganchados”.

Por último, para ahondar en esta autovaloración que hacían los adolescentes de su uso del teléfono móvil, se preguntó sobre aspectos positivos y negativos del teléfono móvil en sus relaciones personales, concretamente sobre si influye positiva o negativamente en sus relaciones con los demás. La figura 10 recoge esta doble perspectiva.

**Gráfico 65**



Entre las respuestas dadas sobre si el móvil influye negativamente en sus relaciones personales, la respuesta es bastante común en toda la muestra, ya que el 87,9% de la muestra considera que no les influye negativamente y sólo un 9,6% señala que influye negativamente "un poco".

En cambio, en el aspecto positivo que podría tener el móvil en las relaciones personales, la respuesta de los alumnos es poco precisa, encontrándose un amplio abanico de respuestas que indican que no hay una opinión unánime entre los adolescentes a este respecto. Las respuestas no influye positivamente (37,3%), influye positivamente un poco (26,2%) e influye bastante positivamente (24,1%) aparecen en porcentajes estadísticamente similares, lo que demuestra que los adolescentes no tienen nada claro que el teléfono móvil beneficie sus relaciones personales, a pesar de tratarse de un medio de comunicación.

### 3.2. Uso del teléfono móvil según edad y sexo

En primer lugar, se ha analizado a qué edad comienzan los adolescentes a utilizar el teléfono móvil. Los resultados de este estudio muestran diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas en la edad de comienzo de uso de esta tecnología. Los porcentajes de cada franja de edad se detallan en la tabla siguiente.

**Tabla 63**

		Sexo		Total
		Chico	Chica	
No tengo ni he tenido teléfono móvil	n	49	28	77
	% de Sexo	6,3%	3,9%	5,2%
Desde los 9 años o menos	n	112	83	195
	% de Sexo	14,5%	11,6%	13,1%
Desde los 10-11 años	n	239	277	516
	% de Sexo	30,9%	38,6%	34,6%
Desde los 12-13 años	n	308	291	599
	% de Sexo	39,8%	40,5%	40,2%
Desde los 14-15 años	n	65	39	104
	% de Sexo	8,4%	5,4%	7,0%
<b>Total</b>	<b>n</b>	<b>773</b>	<b>718</b>	<b>1.491</b>

Las diferencias entre ambos sexos, atendiendo a los residuos tipificados de cada opción de respuesta, muestran que, aunque el número de adolescentes que no tiene teléfono móvil es muy bajo (5,2%) hay una proporción significativamente mayor de chicos que no tienen móvil en la adolescencia, en comparación con las chicas.

Respecto a la edad de comienzo de uso la mayoría comienzan a los 10-11 años, siendo notablemente más numerosas las chicas que los chicos en esta franja de edad, y a los 12-13 años, sin que se encuentren diferencias notables entre la proporción de chicos y chicas que tienen su primer móvil a esta edad.

En cambio, entre los adolescentes más "tardíos" en tener teléfono móvil (7,0% del total de la muestra, se encuentra una proporción significativamente mayor de varones que de mujeres.

Estos resultados parecen indicar una mayor precocidad de las niñas en tener teléfono móvil, siendo más numerosas entre los 10-11 años, mientras que encontramos más varones que mujeres sin teléfono móvil o que lo tienen ya mayores (14-15 años).

Aunque el teléfono móvil es una herramienta utilizada principalmente para la comunicación interpersonal, los teléfonos móviles actuales incluyen multitud de aplicaciones y prestaciones utilizadas por los adolescentes.

Las aplicaciones menos utilizadas por los adolescentes – el chat e Internet a través del móvil- no presentan diferencias estadísticamente significativas en su uso entre chicos y chicas adolescentes. En cambio, la mayoría de servicios y

aplicaciones más habituales, sí son utilizados con frecuencia distinta por chicos y chicas. La tabla siguiente resume la proporción de uso de cada tipo de servicio o aplicación del teléfono móvil atendiendo al género de los adolescentes.

**Tabla 64**

		Sexo	
		Chicos	Chicas
Llamadas	Nº casos	370	438
	Porcentaje	62,4%	74,7%
Mensajes	Nº casos	342	465
	Porcentaje	57,7%	79,4%
Chat	Nº casos	14	15
	Porcentaje	2,4%	2,6%
Internet	Nº casos	45	30
	Porcentaje	7,6%	5,1%
Juegos	Nº casos	176	104
	Porcentaje	29,7%	17,7%
Bluetooth	Nº casos	232	259
	Porcentaje	39,3%	44,2%

Los dos servicios más utilizados comúnmente en el uso del teléfono móvil –las llamadas y los mensajes– presentan diferencias estadísticamente significativas en función del género de los adolescentes, siendo más utilizados por las chicas que por los chicos. En ese sentido, parece que las chicas utilizan más que los varones el teléfono móvil para la comunicación interpersonal.

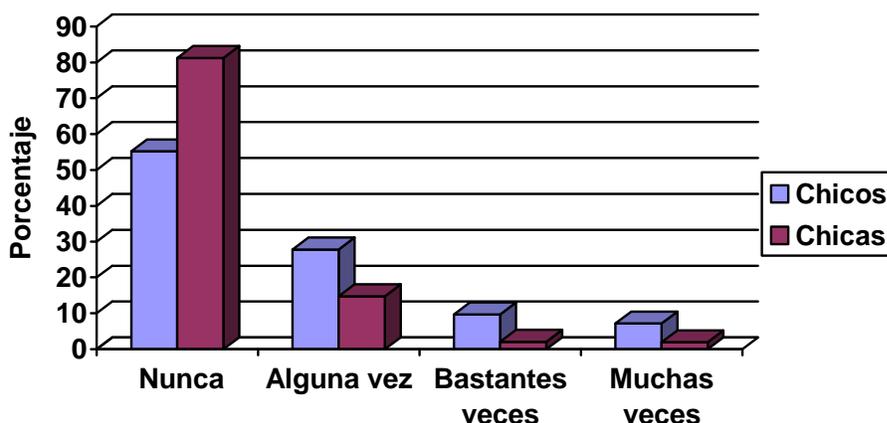
El dispositivo bluetooth, ampliamente utilizado por los adolescentes para el intercambio de archivos, es utilizado por los adolescentes de ambos géneros sin que se aprecien diferencias estadísticamente significativas. En cambio, otra aplicación del teléfono móvil, los juegos, difieren significativamente en su uso según el; en concreto, hay una mayor proporción de chicos que utilizan los juegos del teléfono móvil, en a las chicas.

Hoy en día, casi todos los móviles utilizados por los adolescentes incluyen cámara de fotos y grabadora de vídeo. Esta herramienta ha dado lugar a la aparición de usos del teléfono que pueden tener consecuencias negativas para los adolescentes, tanto para el usuario del teléfono móvil como para sus compañeros.

En este sentido se ha preguntado a los adolescentes sobre el uso que realizan de esta prestación del teléfono móvil para grabar/grabarse durante la realización de acciones de riesgo, así como para grabar acciones que conllevan violencia hacia algún compañero. En este caso, aunque no se puede hablar de bullying, al no tener la certeza de que se trata de acciones continuadas (requisito fundamental para hablar de bullying, como ha sido ampliamente señalado en la literatura), son notables las consecuencias psicológicamente negativas que pueden tener este tipo de acciones, sobre todo teniendo en cuenta que la principal razón de estas grabaciones es la difusión de la imagen, generalmente en Internet.

Respecto a la grabación de acciones que conllevan un riesgo físico, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas en este tipo de acciones. La siguiente figura refleja gráficamente los porcentajes de respuesta.

**Gráfico 66**

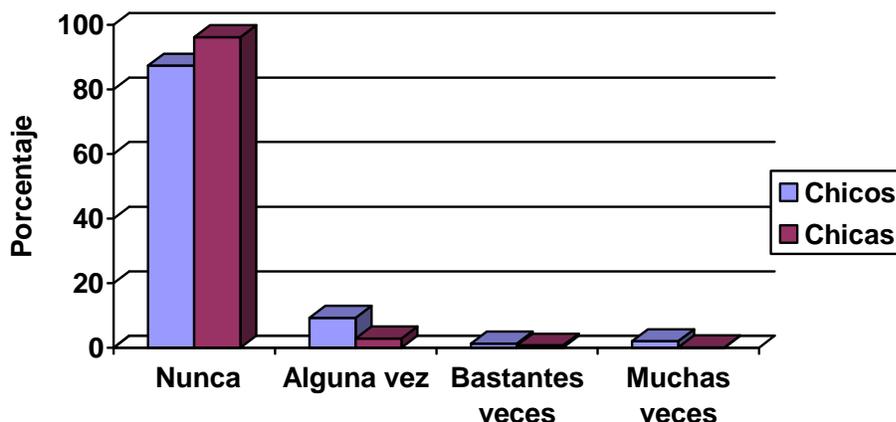


El análisis de los resultados teniendo en cuenta los residuos tipificados indica que son más chicos que chicas los que declaran haber sido grabados o haberse grabado ellos mismos "alguna vez" mientras hacían cosas arriesgadas. Las chicas, por el contrario, manifiestan en un porcentaje significativamente mayor que los chicos no haberlo hecho "nunca". En las restantes categorías, aunque los porcentajes de respuesta son ligeramente superiores en los varones que en las mujeres, las diferencias no llegan a resultar estadísticamente significativas.

Respecto al uso del teléfono móvil para grabar acciones que supongan burlas, amenazas o agresiones a compañeros, se preguntó a los adolescentes una triple cuestión: en primer lugar si habían sido testigos de este tipo de acciones; en segundo lugar, si ellos mismos, como víctimas de agresiones, habían sido grabados por sus compañeros; y, en tercer lugar, si habían utilizado ellos mismos su teléfono móvil para grabar este tipo de violencia. En el caso del adolescente como víctima de este tipo de agresión –que él mismo ha sido grabado por sus compañeros mientras era agredido- no se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre ambos géneros. En cambio, en el primer caso –el alumno como testigo de grabación de agresiones- y en el tercero –el alumno como agresor, grabando este tipo de acciones- se han hallado diferencias estadísticamente significativas en las respuestas de chicos y chicas.

En el caso de los alumnos/as como testigos, el análisis de los residuos tipificados indica que hay una proporción significativamente mayor de chicos que de chicas que han sido testigos "alguna vez" de agresiones grabadas en móvil por otros compañeros; en cambio, son más chicas las que manifiestan no haber sido testigos "nunca".

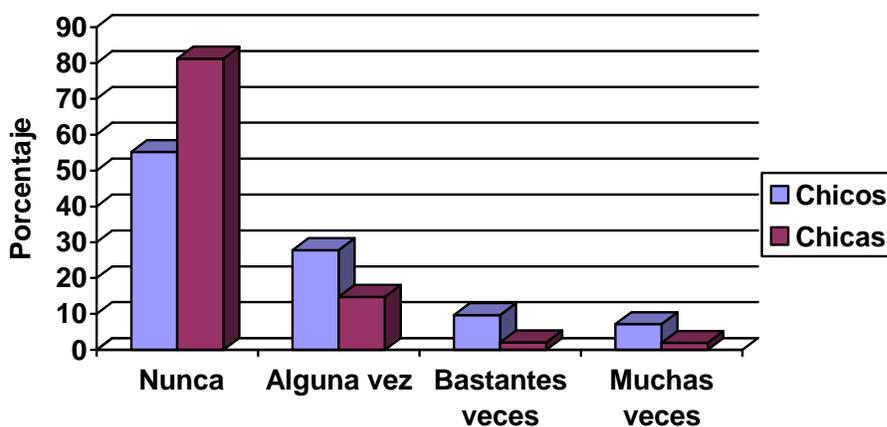
**Gráfico 67**



Como se puede observar en la figura, las diferencias entre géneros afectan a las opciones que indican menor frecuencia de este tipo de actos; las opciones de mayor frecuencia –“bastantes veces” y “muchas veces”- son escasamente señaladas tanto por chicos como por chicas.

Al preguntarles si ellos mismos habían utilizado su teléfono móvil para grabar a otros compañeros mientras eran agredidos, también encontramos diferencias de género con significación estadística en sus respuestas. La siguiente figura recoge los porcentajes de respuesta en función del género del encuestado.

**Gráfico 68**



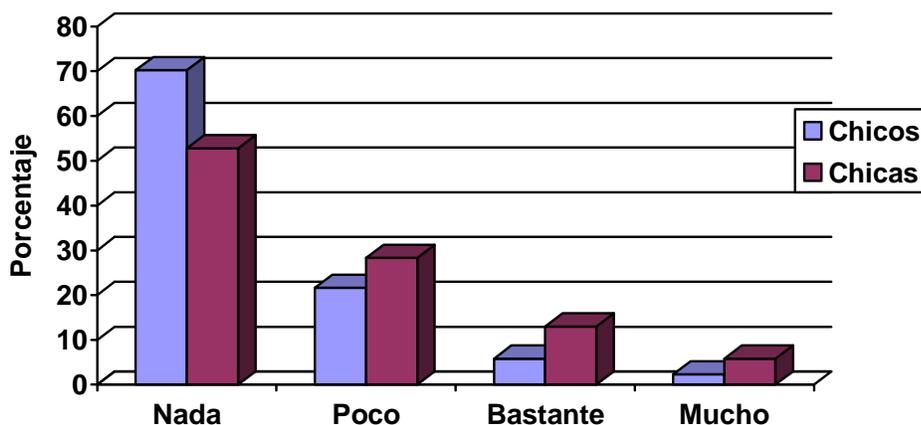
Los resultados muestran que son significativamente más chicos que chicas los que han grabado ellos mismos “alguna vez” mientras algún compañero era agredido. Las chicas, por el contrario, manifiestan en mayor medida que los chicos no haberlo hecho “nunca”. Al igual que en la pregunta anterior, las dos opciones de respuesta que indican mayor frecuencia de este tipo de acciones no presentan diferencias estadísticas entre ambos géneros, aunque hay que señalar que los porcentajes, especialmente en los varones, son elevados, superiores al 7% en ambas opciones de respuesta, lo que indica que es una práctica que algunos alumnos realizan con bastante frecuencia, pudiendo causar un daño psicológico de gran envergadura en otros alumnos.

Un tercer bloque de resultados incluye preguntas realizadas directamente a los alumnos y alumnas sobre cómo se perciben ellos/as en relación a su uso del teléfono móvil según el género de los adolescentes.

En primer lugar, se preguntó a los adolescentes si percibían el uso del teléfono móvil como positivo o negativo. Los resultados de estas preguntas no indicaron diferencias estadísticamente significativas entre chicos y chicas.

En cambio, al preguntarles si estaban “enganchados” al teléfono móvil, las respuestas presentaron diferencias con significación estadística en función del género de los adolescentes. La siguiente figura recoge los porcentajes de respuesta de cada opción en chicos y chicas.

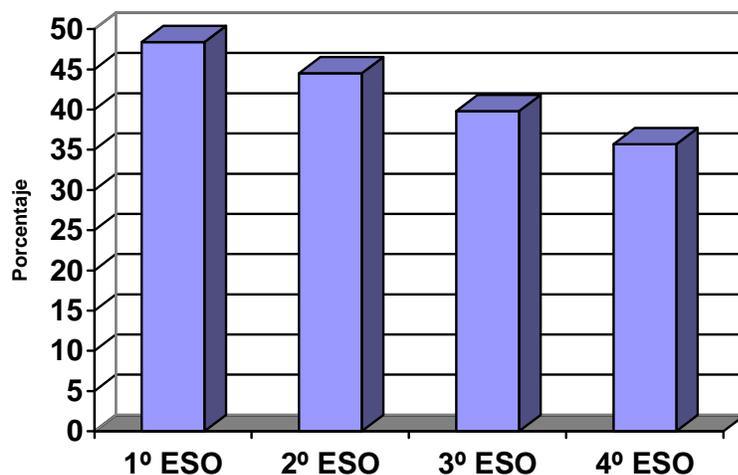
**Gráfico 69**



El análisis detallado indica que las chicas manifiestan estar más enganchadas que los chicos. Este dato se aprecia en el hecho de que los chicos señalan en una proporción significativamente superior la categoría “nunca”, mientras que las chicas manifiestan en porcentaje estadísticamente superior al de los chicos que están enganchadas en todos sus grados (“poco”, “bastante” y “mucho”).

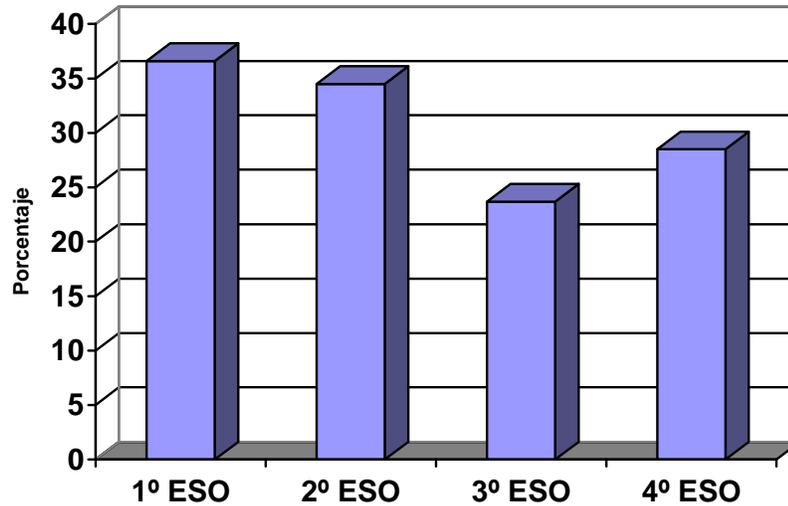
Los chicos/as, independientemente de su edad, utilizan los mismos servicios de móvil, excepto los juegos, que varían según el nivel educativo; Concretamente se aprecia un descenso significativo en el uso de juegos a medida que aumenta la edad de los alumnos.

**Gráfico 70**



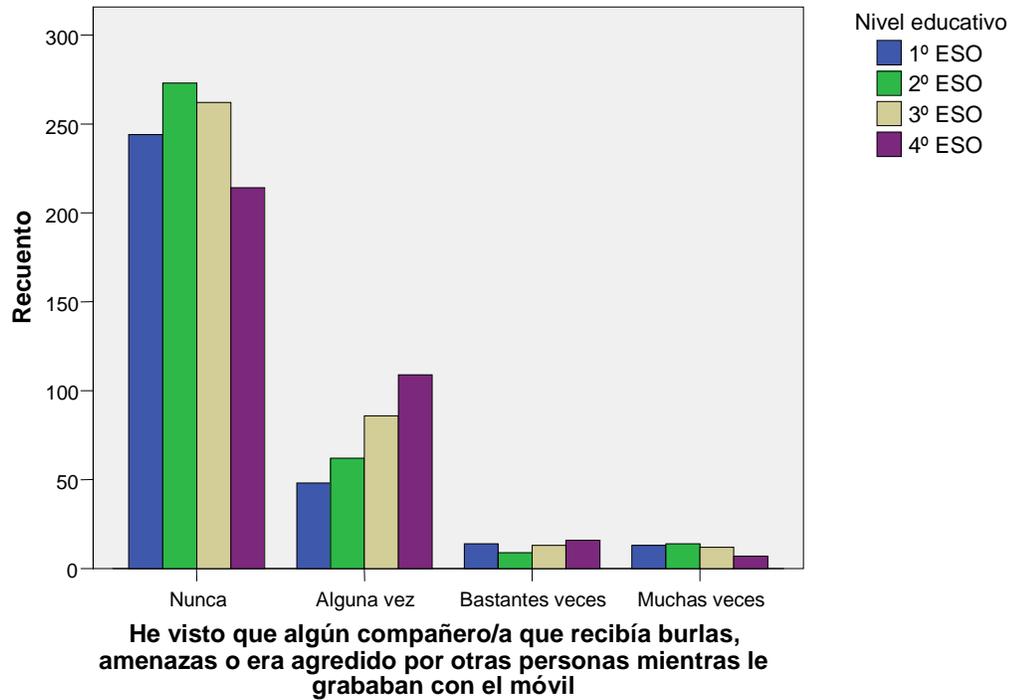
Respecto al control que los padres ejercen sobre el móvil de sus hijos, el porcentaje de alumnos que afirma que se produce ese control disminuye según se incrementan los niveles educativos hasta 3º de ESO; los dos últimos cursos de secundaria obligatoria el porcentaje se mantiene estable.

**Gráfico 71**



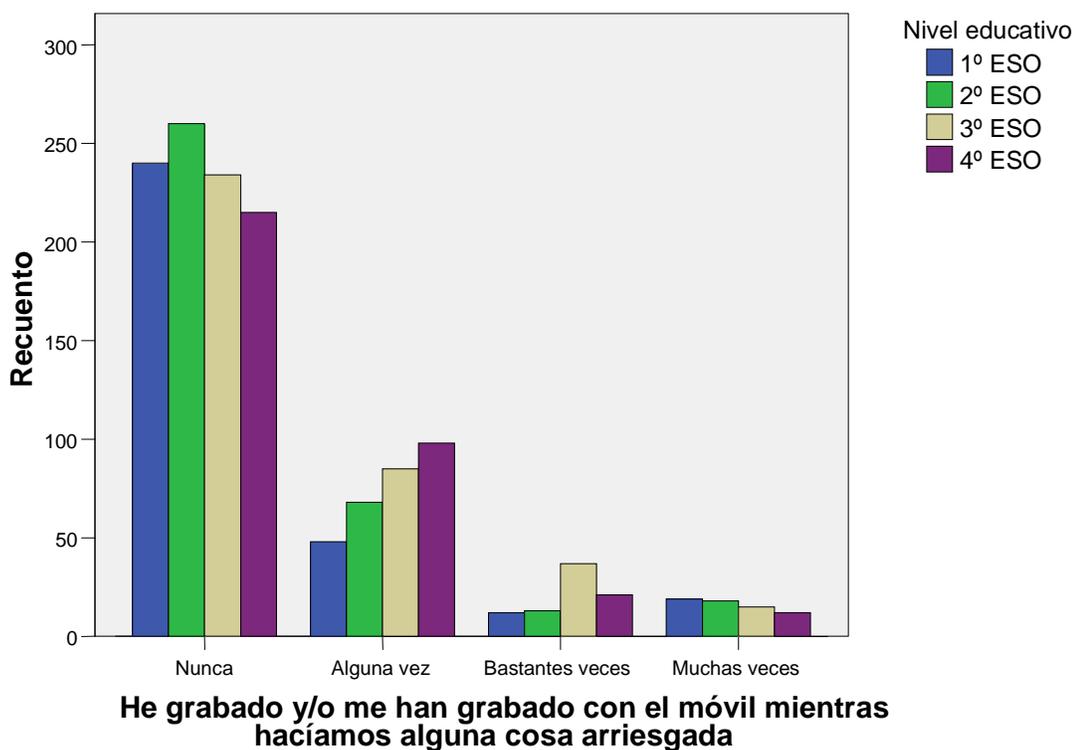
En lo que se refiere al uso del teléfono móvil para grabar acciones, el porcentaje de testigos que afirman haber visto a algún compañero/a grabar a otro mientras recibía burlas, amenazas o era agredido varía significativamente según la edad. En concreto, la proporción de alumnos que no lo ha visto NUNCA disminuye con los cursos, especialmente en 3º y 4º de ESO; en sentido inverso, los que han sido testigos ALGUNA VEZ aumentan a medida que se incrementa la edad.

**Gráfico 72**



En la misma dirección se encuentran los resultados cuando se les pregunta si se han grabado o han sido grabados mientras realizaban alguna conducta arriesgada. El porcentaje de chicos/as que afirman haberlo hecho **ALGUNA VEZ** aumenta con la edad, mientras que la proporción de alumnos que **NUNCA** lo han hecho disminuye según aumentan los cursos; destaca también un porcentaje mayor en 3º curso que en los restantes de alumnos que lo han hecho **BASTANTES VECES**, aunque el porcentaje sigue siendo pequeño.

**Gráfico 73**



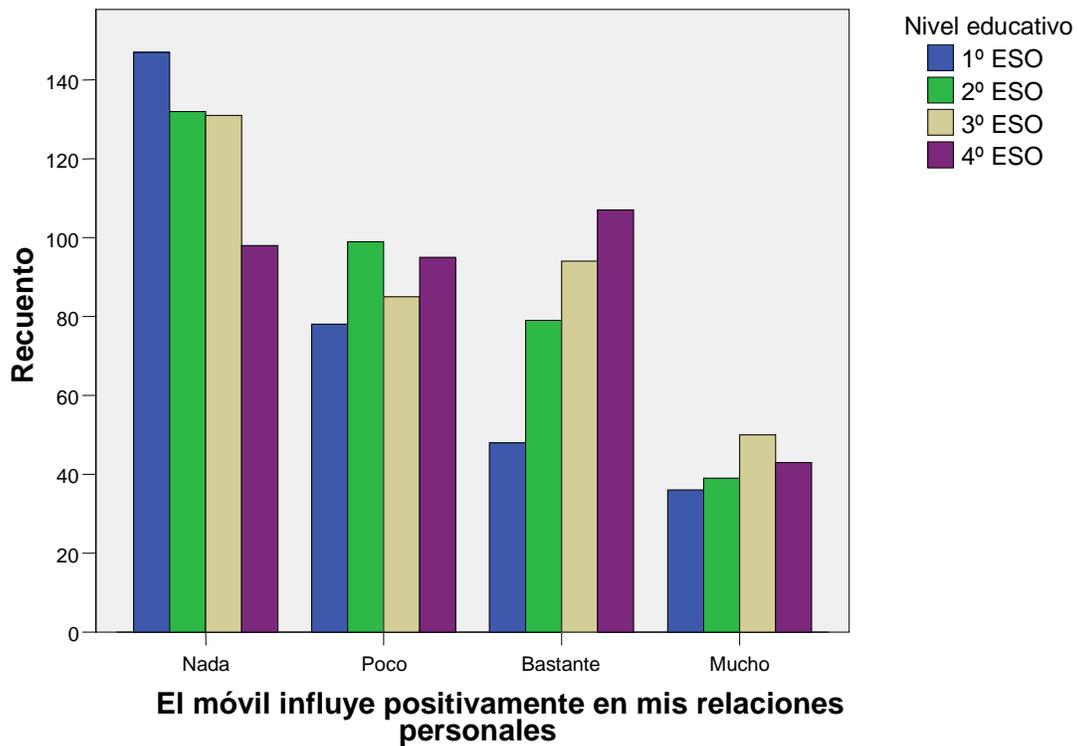
Hay diferencias estadísticamente significativas según la edad en las situaciones en las que apagan el móvil. Según aumenta el nivel educativo disminuye el número de alumnos que apagan el móvil en clase, en el cine, cuando están estudiando. Por el contrario, aumenta con la edad el porcentaje de alumnos que afirman que siempre lo tienen encendido. Al ir a dormir, no aparecen diferencias por edad.

**Tabla 65**

		Nivel educativo				Total
		1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Cuando estoy en clase	Nº casos	214	226	186	130	<b>756</b>
	% de Nivel educativo	66,9%	63,3%	50,0%	37,2%	<b>54,1%</b>
Cuando estoy en el cine	Nº casos	157	122	122	106	<b>507</b>
	% de Nivel educativo	49,1%	34,2%	32,8%	30,4%	<b>36,3%</b>
Cuando estoy estudiando	Nº casos	92	74	65	54	<b>285</b>
	% de Nivel educativo	28,8%	20,7%	17,5%	15,5%	<b>20,4%</b>
Cuando me voy a dormir	Nº casos	110	117	128	103	<b>458</b>
	% de Nivel educativo	34,4%	32,8%	34,4%	29,5%	<b>32,8%</b>
Siempre lo tengo encendido	Nº casos	69	104	130	162	<b>465</b>
	% de Nivel educativo	21,6%	29,1%	34,9%	46,4%	<b>33,3%</b>

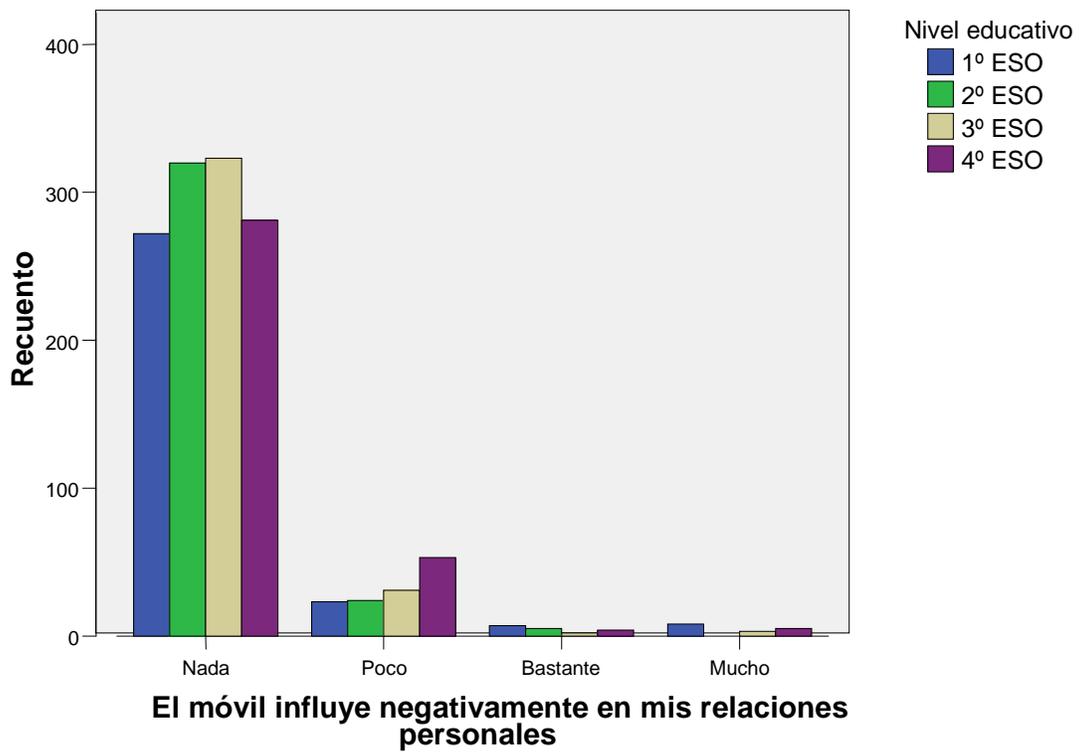
La percepción de que el móvil afecta positivamente a sus relaciones personales varía significativamente con el nivel educativo; el porcentaje de alumnos que señalan que afecta BASTANTE se incrementa según aumenta la edad, al mismo tiempo que disminuye la percepción de que NO afecta nada.

**Gráfico 74**



Respecto a si afecta negativamente a las relaciones personales hay un incremento significativo de que afecta UN POCO según aumenta la edad de los chicos.

**Gráfico 75**



### 3.3. Perfiles de uso del teléfono móvil

#### **CLUSTER 2- Grupo de uso bajo, tardío y tradicional (n=340).**

Tienen teléfono móvil desde los 12-13 años o más tarde; utilizan pocos servicios diariamente, y los que más utilizan son llamadas y mensajes. Apagan el móvil en diversas situaciones: en clase, en el cine y al ir a dormir. No usan el móvil para realizar grabaciones.

#### **CLUSTER 5- Grupo de uso medio, no transgresor<sup>2</sup> (n=325).**

Tienen teléfono móvil desde edades bastante tempranas. El uso que realizan del móvil es un uso tradicional (llamadas y mensajes). Apagan el teléfono móvil cuando están en clase y en el cine, y no realizan grabaciones ni de agresiones ni de acciones arriesgadas.

#### **CLUSTER 1- Grupo de uso medio, ligeramente transgresor (n=85).**

Tienen teléfono móvil desde los 10-13 años; a diario, suelen efectuar llamadas y enviar mensajes. Tienen poco control paterno, y suelen tener el móvil siempre encendido o sólo lo apagan cuando están en clase. Con frecuencia usan el móvil para grabar, pero no señalan haber grabado agresiones a compañeros.

#### **CLUSTER 3- Grupo de uso alto, no transgresor (n=339).**

Las edades de comienzo de uso del teléfono móvil varían en este grupo desde los 10 a los 13 años. Utilizan el móvil con bastante frecuencia, a diario para mensajes y llamadas. Siempre lo tienen encendido, pero no lo usan para realizar grabaciones.

#### **CLUSTER 4- Grupo de uso alto, transgresor (n=51).**

Tienen teléfono móvil desde edades muy tempranas. Utilizan muchos servicios a diario, especialmente llamadas, mensajes y bluetooth., aunque otros servicios los utilizan más habitualmente que el resto de los grupos. Más de la mitad de los chicos/as lo tiene siempre encendido, y un elevado porcentaje lo usa para grabar agresiones o acciones de riesgo.

---

<sup>2</sup> Se utiliza el término transgresor para referirse al uso del móvil para grabar acciones. Quizá no sea el término más adecuado, habría que sustituirlo por otro, pero no se me ocurre ninguna otra forma de definir el perfil.

FRECUENCIAS (porcentajes) DE USO DEL TELÉFONO MÓVIL EN CADA GRUPO

**Tabla 66**

		Cluster 2	Cluster 5	Cluster 1	Cluster 3	Cluster 4
Edad	No tengo					
	Desde 9 años		23,7		14,5	72,5
	Desde 10-11a.		76,3	42,4	40,4	27,5
	Desde 12-13a.	83,2		49,4	42,2	
	Desde 14-15a.	16,8		8,2	2,9	
Servicios a diario	Llamadas	59,1	70,5	69,4	74,6	82,4
	Mensajes	56,5	64,6	68,2	83,5	80,4
	Chat	2,4	2,8	1,2	1,8	9,8
	Internet	6,8	7,1	3,5	5,3	7,8
	Juegos	24,4	24,6	27,1	19,2	31,4
	Bluetooth	33,2	43,7	42,4	46,9	60,8
Control padres	Sí	37,6	30,2	29,4	24,5	15,7
He grabado mientras otro era agredido	Nunca	96,8	98,2	83,5	92,6	29,4
	Alguna vez	2,9	1,5	12,9	6,8	41,2
	Bastantes veces	,3	,3	3,5	,3	13,7
	Muchas veces				,3	15,7
He grabado mientras cosas arriesgadas	Nunca	79,1	77,8		67,6	2,0
	Alguna vez	20,9	22,2		32,4	19,6
	Bastantes veces			62,4		39,2
	Muchas veces			37,6		39,2
Apagar movil	Clase	77,9	82,8	35,3	0	29,4
	Cine	54,7	51,1	27,1	0	15,7
	Estudiando	26,5	25,2	12,9	0	5,9
	Dormir	45,9	47,4	27,1	0	23,5
	Siempre encendido	3,8	0	47,1	100,0	54,9

### 3.4. Características de los perfiles de uso del teléfono móvil

En el uso del teléfono móvil se encuentran diferencias estadísticamente significativas por sexo en los perfiles de frecuencia de uso.

**Tabla 67**

		Sexo		Total	Sig.
		Chico	Chica		
Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Recuento	174	164	<b>338</b>	n.s.
	Porcentaje	51,5%	48,5%	<b>100,0%</b>	
Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Recuento	155	169	<b>324</b>	n.s.
	Porcentaje	47,8%	52,2%	<b>100,0%</b>	
Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Recuento	65	20	<b>85</b>	p < .001
	Porcentaje	76,5%	23,5%	<b>100,0%</b>	
Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Recuento	130	207	<b>337</b>	p < .001
	Porcentaje	38,6%	61,4%	<b>100,0%</b>	
Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Recuento	43	8	<b>51</b>	p < .001
	Porcentaje	84,3%	15,7%	<b>100,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>	<b>567</b>	<b>568</b>	<b>1135</b>	
	<b>Porcentaje</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>100,0%</b>	

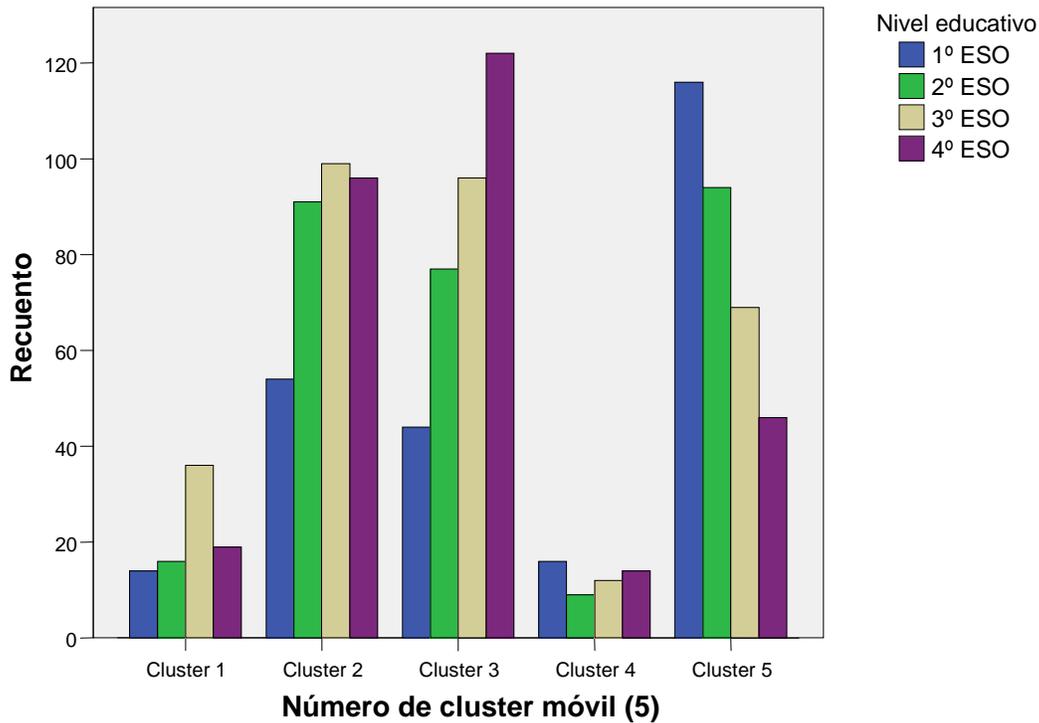
Como se observa en la tabla, los perfiles de menor frecuencia de uso del teléfono móvil no presentan diferencias estadísticamente significativas por sexo, lo que indica que dichos perfiles aparecen por igual en chicos y chicas. El uso de frecuencia media y ligeramente transgresora (cluster 1) se encuentra significativamente más asociado a los chicos. Los dos perfiles de frecuencia de uso alto se dan, cada uno de ellos, en mayor frecuencia en un sexo; en concreto, el uso no transgresor (cluster 3) es significativamente más frecuente en chicas que en chicos, mientras que el uso transgresor (cluster 4) es más frecuente en varones, ya que el 84% de los casos con este perfil son chicos.

En la distribución de perfiles de uso del teléfono móvil en función del nivel educativo, se encuentran diferencias estadísticamente significativas que indican que determinados perfiles están más asociados a algunos niveles educativos que a otros.

**Tabla 68**

		Nivel educativo				Total	Sig.
		1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO		
Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Recuento	54	91	99	96	<b>340</b>	p < .001
	Porcentaje	15,9%	26,8%	29,1%	28,2%	<b>100,0%</b>	
Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Recuento	116	94	69	46	<b>325</b>	p < .001
	Porcentaje	35,7%	28,9%	21,2%	14,2%	<b>100,0%</b>	
Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Recuento	14	16	36	19	<b>85</b>	n.s.
	Porcentaje	16,5%	18,8%	42,4%	22,4%	<b>100,0%</b>	
Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Recuento	44	77	96	122	<b>339</b>	p < .001
	Porcentaje	13,0%	22,7%	28,3%	36,0%	<b>100,0%</b>	
Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Recuento	16	9	12	14	<b>51</b>	n.s.
	Porcentaje	31,4%	17,6%	23,5%	27,5%	<b>100,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>	<b>244</b>	<b>287</b>	<b>312</b>	<b>297</b>	<b>1140</b>	
	<b>Porcentaje</b>	<b>21,4%</b>	<b>25,2%</b>	<b>27,4%</b>	<b>26,1%</b>	<b>100,0%</b>	

**Gráfico 76**



En un análisis más detallado de cada perfil de uso del teléfono móvil, aparece que el perfil de uso bajo, tardío y tradicional (cluster 2) es más frecuente a partir de segundo curso de ESO que en primer curso; este resultado es lógico, ya que los alumnos que comienzan a tener móvil en 1º de ESO no se puede considerar que sea un uso tardío y, por lo tanto, no quedan enmarcados en este perfil.

El perfil de frecuencia de uso media y no transgresora (cluster 5) se da asociada en mayor medida a los alumnos de primer curso de ESO que a los de los siguientes cursos. Por el contrario, un perfil de uso, también no transgresor pero de frecuencia alta (cluster 3) aparece más asociado a los chicos/as de 4º curso de ESO que a los de 1º. En resumen, cuando se trata de perfiles de uso denominados como "no transgresores", la edad aparece asociada a un uso más frecuente del teléfono móvil.

Los perfiles de uso transgresor del teléfono móvil, ya sea con una frecuencia de uso medio o alta (clusters 1 y 4), no resultan estadísticamente significativos según el nivel educativo, lo que indica que se dan por igual en toda la Educación Secundaria Obligatoria.

## **Aspectos psicosociales y generales asociados a los perfiles de uso del teléfono móvil**

**Cluster 2. Grupo de uso bajo, tardío y tradicional.** Son el grupo que afirma en mayor proporción que nunca gasta su dinero en bebidas alcohólicas, entradas a locales y discotecas y en transporte; lo gasta a veces en juegos y a menudo en libros y revistas. Un porcentaje más alto de chicos/as que otros perfiles estudian y leen libros a diario, y una o dos veces al mes salen con amigos.

**Cluster 5. Grupo de uso medio, no transgresor.** Igual que el perfil anterior, la mayoría del grupo señala que nunca gastan dinero en bebidas con alcohol, entradas a locales o discotecas y en transporte, a menudo lo gastan en libros o revistas. En un porcentaje más alto que otros chicos/as estudian diariamente. No destacan en otros aspectos.

**Cluster 1. Grupo de uso medio, ligeramente transgresor.** El porcentaje de chicos/as que afirma que gastan su dinero en copas/bebidas con alcohol a menudo o siempre es más alto que el de los perfiles anteriores. Asimismo, es más alto el porcentaje de alumnos que gastan "siempre" en juegos, en libros o revistas, teléfono móvil y transporte. También gastan su dinero a menudo en entradas a locales o discotecas. Son un perfil con un elevado porcentaje de chicos/as que han suspendido alguna asignatura. Señalan que nunca o casi nunca leen libros y con mucha frecuencia practican deporte o salen con amigos. También en este grupo hay un porcentaje más alto que en otros perfiles de alumnos que todos los días dejan pasar el tiempo sin hacer nada. Tienen un porcentaje elevado de consumo de tabaco, alcohol y porros, tanto en el último año como habitualmente.

**Cluster 3. Grupo de uso alto, no transgresor.** Este grupo afirma en un porcentaje más elevado que otros perfiles que gasta "a veces" su dinero en bebidas alcohólicas, a menudo en entradas a locales o discotecas, nunca lo gastan en juegos y mucho en el teléfono móvil. Es el perfil con más alto porcentaje de suspensos. El porcentaje de chicos que nunca o muy esporádicamente estudian, leen o practican deporte es mayor que el de otros perfiles; por el contrario, es más elevado el número de alumnos que salen a diario con sus amigos o dejan pasar el tiempo sin hacer nada. Tienen un consumo elevado de tabaco, alcohol y porros en el último año y habitualmente.

**Cluster 4. Grupo de uso alto, transgresor.** Son el perfil que afirma gastar más dinero en copas y bebidas con alcohol, juegos, teléfono móvil, entradas a discotecas o locales, y menos en libros y revistas. En un elevado porcentaje en comparación con los otros perfiles señalan que nunca o casi nunca estudian o leen libros, y a diario practican deporte, salen con amigos o dejan pasar el tiempo sin hacer nada. Como los dos perfiles anteriores, destacan por el consumo de sustancias.

**En qué gastan el dinero, en función del perfil de uso del teléfono móvil.**

**Tabla 69**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Total
Bebidas sin alcohol	Nunca	33,4%	30,0%	17,5%	25,1%	25,0%	28,5%
	A veces	40,1%	37,2%	40,0%	42,1%	31,3%	39,5%
	A menudo	19,1%	25,9%	33,8%	27,2%	33,3%	25,2%
	Siempre	7,3%	6,9%	8,8%	5,6%	10,4%	6,9%
Copas / bebidas alcohólicas	Nunca	77,4%	76,2%	41,0%	46,0%	27,1%	62,9%
	A veces	18,7%	16,9%	32,1%	37,4%	35,4%	25,4%
	A menudo	2,4%	6,0%	17,9%	13,2%	25,0%	8,7%
	Siempre	1,5%	,9%	9,0%	3,4%	12,5%	2,9%
Comida (hamburguesas, sándwich, chucherías...)	Nunca	8,3%	9,6%	3,8%	6,0%	12,5%	7,9%
	A veces	54,8%	51,2%	38,8%	50,6%	50,0%	51,2%
	A menudo	27,1%	28,0%	38,8%	34,7%	20,8%	30,2%
	Siempre	9,8%	11,2%	18,8%	8,7%	16,7%	10,8%
Juegos	Nunca	38,6%	37,4%	31,3%	54,1%	32,7%	42,1%
	A veces	44,0%	39,3%	40,0%	30,6%	36,7%	38,0%
	A menudo	14,5%	17,6%	18,8%	11,1%	14,3%	14,7%
	Siempre	3,0%	5,7%	10,0%	4,2%	16,3%	5,2%
Ropa	Nunca	12,8%	11,3%	10,3%	6,9%	10,4%	10,3%
	A veces	31,8%	31,0%	26,9%	20,1%	20,8%	27,3%
	A menudo	36,0%	36,4%	39,7%	43,7%	43,8%	39,0%
	Siempre	19,3%	21,3%	23,1%	29,3%	25,0%	23,4%

Libros, revistas, cómics	Nunca	27,8%	31,2%	39,2%	39,5%	61,2%	34,5%
	A veces	44,5%	39,6%	39,2%	42,2%	28,6%	41,3%
	A menudo	21,8%	21,2%	7,6%	12,9%	10,2%	17,4%
	Siempre	6,0%	8,1%	13,9%	5,4%	,0%	6,7%
Teléfono móvil	Nunca	26,0%	26,1%	18,5%	16,3%	24,5%	22,5%
	A veces	32,8%	27,6%	29,6%	27,4%	24,5%	29,1%
	A menudo	29,6%	32,0%	28,4%	32,8%	26,5%	31,0%
	Siempre	11,6%	14,3%	23,5%	23,5%	24,5%	17,3%
CDs y DVDs	Nunca	41,4%	35,7%	50,0%	45,8%	51,0%	42,2%
	A veces	43,8%	46,1%	29,3%	38,3%	30,6%	41,2%
	A menudo	11,5%	15,0%	12,2%	13,2%	12,2%	13,1%
	Siempre	3,3%	3,1%	8,5%	2,7%	6,1%	3,6%
Cine	Nunca	15,0%	17,1%	12,3%	21,6%	16,3%	17,4%
	A veces	58,4%	54,7%	64,2%	53,5%	53,1%	56,0%
	A menudo	22,5%	24,5%	14,8%	22,5%	22,4%	22,5%
	Siempre	4,2%	3,7%	8,6%	2,4%	8,2%	4,0%
Entradas a espectáculos/ discotecas/locales	Nunca	44,5%	47,8%	29,6%	24,9%	21,3%	37,5%
	A veces	41,8%	38,7%	38,3%	46,7%	40,4%	42,1%
	A menudo	9,4%	11,0%	22,2%	22,2%	21,3%	15,1%
	Siempre	4,2%	2,5%	9,9%	6,3%	17,0%	5,3%
Transportes	Nunca	34,9%	35,5%	22,0%	21,0%	28,6%	29,7%
	A veces	33,1%	42,1%	40,2%	43,7%	36,7%	39,5%
	A menudo	24,6%	16,5%	23,2%	24,3%	26,5%	22,2%
	Siempre	7,4%	5,9%	14,6%	11,1%	8,2%	8,6%

**Porcentaje de suspensos y repetición de curso, en función del perfil de uso del teléfono móvil.**

**Tabla 70**

	Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Total
Suspendieron alguna asignatura	64,4%	66,4%	75,3%	77,4%	70,8%	69,9%
Han repetido curso	24,6%	15,5%	28,2%	32,0%	32,7%	24,8%

**Tiempo dedicado a las siguientes actividades, en función del perfil de uso del teléfono móvil.**

**Tabla 71**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Total
Estudiar	Nunca o casi nunca	2,4%	5,0%	11,8%	10,1%	22,0%	7,0%
	Una o dos veces al mes	8,1%	8,1%	10,6%	14,8%	12,0%	10,5%
	Varias veces a la semana	54,8%	49,8%	50,6%	49,0%	58,0%	51,5%
	Todos los días	34,7%	37,1%	27,1%	26,1%	8,0%	31,1%
Leer libros	Nunca o casi nunca	22,4%	24,0%	45,2%	36,4%	50,0%	30,0%
	Una o dos veces al mes	31,4%	34,0%	22,6%	34,0%	28,0%	32,1%
	Varias veces a la semana	27,8%	27,1%	20,2%	20,7%	12,0%	24,2%
	Todos los días	18,4%	15,0%	11,9%	8,9%	10,0%	13,7%

Practicar deporte	Nunca o casi nunca	11,4%	9,7%	8,3%	16,9%	,0%	11,9%
	Una o dos veces al mes	15,1%	12,5%	11,9%	14,8%	16,3%	14,1%
	Varias veces a la semana	50,3%	51,3%	40,5%	49,9%	30,6%	48,8%
	Todos los días	23,2%	26,6%	39,3%	18,4%	53,1%	25,2%
Salir con amigos	Nunca o casi nunca	4,8%	4,7%	1,2%	1,8%	,0%	3,4%
	Una o dos veces al mes	18,7%	16,2%	8,3%	10,7%	8,0%	14,3%
	Varias veces a la semana	67,7%	70,1%	63,1%	65,3%	48,0%	66,4%
	Todos los días	8,8%	9,0%	27,4%	22,3%	44,0%	15,9%
Estar con la familia	Nunca o casi nunca	,9%	1,9%	3,7%	2,7%	4,0%	2,1%
	Una o dos veces al mes	9,6%	3,5%	12,2%	7,1%	14,0%	7,5%
	Varias veces a la semana	18,4%	21,1%	24,4%	22,3%	36,0%	21,6%
	Todos los días	71,1%	73,5%	59,8%	67,9%	46,0%	68,8%
Dejar pasar el tiempo	Nunca o casi nunca	53,5%	52,6%	40,5%	46,1%	36,0%	49,3%
	Una o dos veces al mes	23,9%	22,4%	20,2%	18,8%	12,0%	21,1%
	Varias veces a la semana	14,5%	15,9%	16,7%	22,9%	24,0%	18,0%
	Todos los días	8,2%	9,0%	22,6%	12,2%	28,0%	11,6%

### Consumo de sustancias, en función del perfil de uso del teléfono móvil.

**Tabla 72**

Consumo en el último año	Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Total
Tabaco	20,0%	22,7%	53,6%	52,1%	56,3%	34,5%
Alcohol	34,0%	35,4%	76,2%	68,8%	79,2%	50,0%
Porros	9,3%	7,9%	35,7%	28,0%	43,8%	17,9%
Pastillas	,3%	,9%	4,8%	,9%	2,1%	1,1%
Cocaína	,3%	,9%	2,4%	2,1%	2,1%	1,3%

**Tabla 73**

Consumo habitual	Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Total
Tabaco	6,8%	9,2%	32,1%	30,7%	29,2%	17,5%
Alcohol	7,7%	11,1%	44,0%	26,8%	52,1%	19,0%
Porros	2,4%	1,9%	14,3%	10,1%	16,7%	6,1%
Pastillas	,0%	,3%	1,2%	,0%	,0%	,2%
Cocaína	,0%	,3%	,0%	,3%	,0%	,2%

**Aspectos psicológicos, en función del perfil de uso del teléfono móvil.**

**Tabla 74**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	Total
Me siento triste	Nunca	23,6%	28,1%	31,0%	22,0%	30,6%	25,3%
	A veces	60,9%	57,7%	56,0%	63,1%	55,1%	60,0%
	A menudo	12,5%	9,9%	9,5%	12,5%	10,2%	11,4%
	Siempre/Muchas veces	3,0%	4,3%	3,6%	2,4%	4,1%	3,3%
Me siento solo	Nunca	55,3%	57,9%	59,5%	55,4%	61,2%	56,6%
	A veces	35,4%	34,1%	33,3%	33,3%	32,7%	34,1%
	A menudo	5,7%	5,0%	3,6%	8,0%	2,0%	5,9%
	Siempre/Muchas veces	3,6%	3,1%	3,6%	3,3%	4,1%	3,4%
Me siento tenso o nervioso	Nunca	18,6%	21,4%	22,9%	17,9%	16,3%	19,4%
	A veces	55,1%	54,3%	56,6%	52,7%	46,9%	53,9%
	A menudo	21,9%	18,0%	15,7%	23,5%	26,5%	21,0%
	Siempre/Muchas veces	4,5%	6,2%	4,8%	6,0%	10,2%	5,7%
Me siento inseguro	Nunca	26,3%	35,0%	30,1%	29,6%	50,0%	31,1%
	A veces	53,5%	49,2%	50,6%	50,7%	37,5%	50,5%
	A menudo	14,5%	9,3%	12,0%	12,5%	4,2%	11,8%
	Siempre/Muchas veces	5,7%	6,5%	7,2%	7,2%	8,3%	6,6%

Me gusta cómo soy	Nunca	3,6%	4,7%	2,4%	3,6%	6,1%	3,9%
	A veces	17,2%	14,3%	14,5%	17,7%	18,4%	16,4%
	A menudo	29,8%	30,8%	26,5%	34,7%	20,4%	30,9%
	Siempre/Muchas veces	49,4%	50,2%	56,6%	44,0%	55,1%	48,8%
Me gustaría tener mejores amigos	Nunca	40,5%	41,3%	44,0%	40,3%	33,3%	40,6%
	A veces	25,7%	29,5%	27,4%	24,5%	35,4%	27,0%
	A menudo	13,9%	13,0%	9,5%	11,8%	10,4%	12,6%
	Siempre/Muchas veces	19,9%	16,1%	19,0%	23,3%	20,8%	19,8%
Me siento valorado por los demás	Nunca	3,3%	4,3%	4,8%	3,9%	2,1%	3,8%
	A veces	30,8%	28,3%	25,0%	27,7%	27,1%	28,5%
	A menudo	42,0%	44,7%	38,1%	39,9%	43,8%	41,9%
	Siempre/Muchas veces	23,9%	22,7%	32,1%	28,6%	27,1%	25,7%

### 3.5. Adicción al teléfono móvil

**He dejado de usar el móvil, sin problemas, cada vez que he querido**

**Tabla 75**

N	Válidos	1.352
	Perdidos	67
Media		5,3528
Desv. típ.		2,15854
Percentiles	25	4,0000
	50	7,0000
	75	7,0000

**Tabla 76**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	147	10,9
Bastante falso	89	6,6
Ligeramente falso	74	5,5
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	82	6,1
Ligeramente cierto	83	6,1
Bastante cierto	192	14,2
Totalmente cierto	685	50,7
<b>Total</b>	<b>1.352</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	67	4,7

## No puedo dejar de usar el móvil por más que lo intente

**Tabla 77**

N	Válidos	1.356
	Perdidos	63
Media		1,8761
Desv. típ.		1,54995
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 78**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	886	65,3
Bastante falso	188	13,9
Ligeramente falso	83	6,1
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	81	6,0
Ligeramente cierto	43	3,2
Bastante cierto	31	2,3
Totalmente cierto	44	3,2
<b>Total</b>	<b>1.356</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	63	4,4

**Puedo resistir las ganas de usar el móvil todo el tiempo que quiera**

**Tabla 79**

N	Válidos	1.351
	Perdidos	68
Media		5,0888
Desv. típ.		2,21198
Percentiles	25	3,0000
	50	6,0000
	75	7,0000

**Tabla 80**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	173	12,8
Bastante falso	89	6,6
Ligeramente falso	100	7,4
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	94	7,0
Ligeramente cierto	112	8,3
Bastante cierto	193	14,3
Totalmente cierto	590	43,7
<b>Total</b>	<b>1.351</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	68	4,8

## Necesito usar el móvil cada vez con más frecuencia

**Tabla 81**

N	Válidos	1.360
	Perdidos	59
Media		2,4316
Desv. típ.		1,92800
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	4,0000

**Tabla 82**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	720	52,9
Bastante falso	183	13,5
Ligeramente falso	95	7,0
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	101	7,4
Ligeramente cierto	108	7,9
Bastante cierto	79	5,8
Totalmente cierto	74	5,4
<b>Total</b>	<b>1.360</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	59	4,2

### Usar el móvil me relaja y/o me tranquiliza

**Tabla 83**

N	Válidos	1.360
	Perdidos	59
Media		2,4846
Desv. típ.		1,84253
Percentiles	25	1,0000
	50	2,0000
	75	4,0000

**Tabla 84**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	670	49,3
Bastante falso	186	13,7
Ligeramente falso	84	6,2
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	191	14,0
Ligeramente cierto	114	8,4
Bastante cierto	54	4,0
Totalmente cierto	61	4,5
<b>Total</b>	<b>1.360</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	59	4,2

## He notado que necesito usar el móvil en más cantidad que antes

**Tabla 85**

N	Válidos	1.358
	Perdidos	61
Media		2,7445
Desv. típ.		2,10245
Percentiles	25	1,0000
	50	2,0000
	75	5,0000

**Tabla 86**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	645	47,5
Bastante falso	179	13,2
Ligeramente falso	79	5,8
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	110	8,1
Ligeramente cierto	137	10,1
Bastante cierto	94	6,9
Totalmente cierto	114	8,4
<b>Total</b>	<b>1.358</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	61	4,3

**Si me vienen las ganas de usar el móvil tengo que hacerlo inmediatamente**

**Tabla 87**

N	Válidos	1.359
	Perdidos	60
Media		2,3127
Desv. típ.		1,81145
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	3,0000

**Tabla 88**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	710	52,2
Bastante falso	224	16,5
Ligeramente falso	119	8,8
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	93	6,8
Ligeramente cierto	89	6,5
Bastante cierto	57	4,2
Totalmente cierto	67	4,9
<b>Total</b>	<b>1.359</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	60	4,2

**Una vez que he empezado a usar el móvil, no puedo parar de hacerlo hasta que algo exterior me lo impide**

**Tabla 89**

N	Válidos	1.364
	Perdidos	55
Media		1,8043
Desv. típ.		1,47931
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 90**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	914	67,0
Bastante falso	193	14,1
Ligeramente falso	75	5,5
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	75	5,5
Ligeramente cierto	44	3,2
Bastante cierto	25	1,8
Totalmente cierto	38	2,8
<b>Total</b>	<b>1.364</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	55	3,9

## Cuando estoy un tiempo sin usar el móvil siento inquietud o nerviosismo

**Tabla 91**

N	Válidos	1.357
	Perdidos	62
Media		2,0730
Desv. típ.		1,68932
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 92**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	812	59,8
Bastante falso	215	15,8
Ligeramente falso	63	4,6
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	92	6,8
Ligeramente cierto	79	5,8
Bastante cierto	53	3,9
Totalmente cierto	43	3,2
<b>Total</b>	<b>1.357</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	62	4,4

**Si algo me impide usar el móvil no siento ninguna molestia y noto tranquilidad**

**Tabla 93**

N	Válidos	1.348
	Perdidos	71
Media		4,5927
Desv. típ.		2,21780
Percentiles	25	3,0000
	50	5,0000
	75	7,0000

**Tabla 94**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	195	14,5
Bastante falso	126	9,3
Ligeramente falso	129	9,6
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	171	12,7
Ligeramente cierto	124	9,2
Bastante cierto	168	12,5
Totalmente cierto	435	32,3
<b>Total</b>	<b>1.348</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	71	5,0

### Siento placer al usar el móvil

**Tabla 95**

N	Válidos	1.361
	Perdidos	58
Media		2,5599
Desv. típ.		1,85769
Percentiles	25	1,0000
	50	2,0000
	75	4,0000

**Tabla 96**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	634	46,6
Bastante falso	193	14,2
Ligeramente falso	94	6,9
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	212	15,6
Ligeramente cierto	101	7,4
Bastante cierto	60	4,4
Totalmente cierto	67	4,9
<b>Total</b>	<b>1.361</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	58	4,1

En la escala de adicción al teléfono móvil, se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre los cinco perfiles de uso.

**Tabla 97**

Número de cluster movil (5)	Media	Desv. típ.	N
Cluster 2. Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	25,00	11,71	308
Cluster 5. Grupo de uso medio, no transgresor	25,13	11,97	297
Cluster 1. Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	29,68	16,00	77
Cluster 3. Grupo de uso alto, no transgresor	31,38	14,85	320
Cluster 4. Grupo de uso alto, transgresor	36,91	16,02	45
Total	27,84	13,77	1.047

En concreto, los dos primeros clusters, referidos a un uso bajo, tardío y tradicional del móvil (cluster 2) y a un uso medio no transgresor (cluster 5) obtienen puntuaciones en la escala de adicción significativamente más bajas que los perfiles de uso alto del teléfono móvil, ya sea transgresor o no transgresor (clusters 3 y 4).

Por escalas, no se detecta interacción estadísticamente significativa entre las subescalas y los perfiles. Ello implica que todos los perfiles obtienen puntuaciones significativamente más altas en la subescala de "enganche" que en las restantes (ya que tiene más ítems). Las diferencias entre unos perfiles y otros son las mismas que en la escala general.

**Tabla 98**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	<b>Total</b>
Movil enganche	Media	10,65	10,90	11,97	12,39	14,51	<b>11,52</b>
	Desv. típ.	5,04	5,30	5,91	5,46	5,72	<b>5,42</b>
	N	308	297	77	320	45	<b>1.047</b>
Movil tolerancia	Media	4,61	4,63	5,86	6,41	7,53	<b>5,38</b>
	Desv. típ.	3,38	3,30	4,12	4,07	4,45	<b>3,80</b>
	N	308	297	77	320	45	<b>1.047</b>
Movil abstinencia	Media	4,27	4,44	5,25	5,41	6,40	<b>4,83</b>
	Desv. típ.	2,91	3,04	3,55	3,47	3,62	<b>3,26</b>
	N	308	297	77	320	45	<b>1.047</b>
Movil carencia control	Media	5,47	5,17	6,60	7,16	8,47	<b>6,11</b>
	Desv. típ.	3,45	3,36	4,51	4,51	4,94	<b>4,05</b>
	N	308	297	77	320	45	<b>1.047</b>

Punto de corte: 46

**Tabla 99**

		Adicción móvil dicotómica (90%-10%)		<b>Total</b>
		Baja puntuación adicción	Alta puntuación adicción	
Cluster 2. Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Recuento %	289 93,8%	19 6,2%	<b>308</b> <b>100,0%</b>
Cluster 5. Grupo de uso medio, no transgresor	Recuento %	274 92,3%	23 7,7%	<b>297</b> <b>100,0%</b>
Cluster 1. Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Recuento %	66 85,7%	11 14,3%	<b>77</b> <b>100,0%</b>
Cluster 3. Grupo de uso alto, no transgresor	Recuento %	260 81,3%	60 18,8%	<b>320</b> <b>100,0%</b>
Cluster 4. Grupo de uso alto, transgresor	Recuento %	32 71,1%	13 28,9%	<b>45</b> <b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>Recuento</b> <b>%</b>	<b>921</b> <b>88,0%</b>	<b>126</b> <b>12,0%</b>	<b>1.047</b> <b>100,0%</b>

### **3.6. Valores y uso del teléfono móvil**

En los perfiles de uso del teléfono móvil se encuentra una interacción estadísticamente significativa entre la importancia otorgada a los distintos subgrupos de valores instrumentales y dichos perfiles.

**Tabla 100**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	<b>Total</b>
Cooperación social	Media	4,34	4,32	4,15	4,29	3,97	<b>4,29</b>
	Desv. típ.	,54	,52	,62	,59	,68	<b>,57</b>
	N	325	305	78	313	46	<b>1.067</b>
Motivación y espíritu de logro	Media	4,03	4,07	4,12	4,06	3,86	<b>4,05</b>
	Desv. típ.	,54	,52	,61	,54	,68	<b>,55</b>
	N	325	305	78	313	46	<b>1.067</b>
Capacidades interiores	Media	3,65	3,63	3,76	3,63	3,49	<b>3,64</b>
	Desv. típ.	,77	,87	,89	,86	1,00	<b>,85</b>
	N	325	305	78	313	46	<b>1067</b>
Acomodación exterior	Media	3,46	3,68	3,78	3,61	3,80	<b>3,60</b>
	Desv. típ.	,79	,74	,86	,76	,87	<b>,78</b>
	N	325	305	78	313	46	<b>1.067</b>
Fe y disciplina	Media	3,26	3,21	2,81	3,05	2,58	<b>3,12</b>
	Desv. típ.	,93	,95	1,04	,91	,99	<b>,96</b>
	N	325	305	78	313	46	<b>1.067</b>

Se han realizado análisis de varianza separadamente para cada grupo de valores y los resultados indican que los individuos con distintos perfiles de uso del teléfono móvil difieren significativamente entre sí en la importancia de otorgan a valores de cooperación social, de acomodación al exterior y de fe y disciplina. En cambio, la importancia que dan a la motivación y espíritu de logro, así como a las capacidades interiores, es similar en todos los perfiles de uso del móvil.

Los chicos/as con perfiles de uso del teléfono móvil calificado como transgresor –ya sea uso medio ligeramente transgresor (cluster 1) o uso alto transgresor (cluster 4) otorgan un valor significativamente menor a la cooperación social que el resto de alumnos con otros perfiles, aunque su frecuencia de uso varíe.

En los valores relacionados con la acomodación exterior, el perfil de uso bajo tardío y tradicional es aquél que presenta una puntuación más baja en esta escala en comparación con el resto de perfiles, es decir, dan menos importancia a las metas que supongan una acomodación a los valores impuestos por los demás.

En la importancia otorgada a la fe y disciplina también se encuentran diferencias estadísticamente significativas entre perfiles. Siguiendo un modelo similar al de cooperación social, los perfiles con características transgresoras en el uso del teléfono móvil (clusters 1 y 4) presentan puntuaciones más bajas en la importancia dada a la fe y disciplina que el resto de los perfiles. Por lo tanto, parece que la valoración de estas cualidades va más asociada al uso transgresor de esta tecnología que a la frecuencia de uso de la misma.

### **Valores finales**

En la relación entre los perfiles de uso del teléfono móvil y la importancia dada a los valores u objetivos finales en la vida, los análisis muestran diferencias estadísticamente significativas en la valoración que se realiza de dichos valores dependiendo del perfil de uso del teléfono móvil en que se encuentren los individuos. Las puntuaciones medias de cada perfil de uso del móvil en cada subgrupo de valores se recoge en la tabla siguiente.

**Tabla 101**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	<b>Total</b>
Valores sociales de integración	Media	4,37	4,34	4,19	4,30	4,12	<b>4,31</b>
	Desv. típ.	,51	,55	,67	,54	,67	<b>,55</b>
	N	307	306	82	327	48	<b>1.070</b>
Compromiso y trascendencia	Media	2,68	2,41	2,26	2,45	2,19	<b>2,48</b>
	Desv. típ.	,84	,86	,85	,82	,86	<b>,85</b>
	N	307	306	82	327	48	<b>1.070</b>
Orden moral y disciplina	Media	4,18	4,19	3,65	4,04	3,47	<b>4,07</b>
	Desv. típ.	,75	,71	,92	,82	,92	<b>,81</b>
	N	307	306	82	327	48	<b>1.070</b>
Disfrute y libertad	Media	3,67	3,75	4,24	4,06	4,25	<b>3,88</b>
	Desv. típ.	,94	,93	,80	,85	,79	<b>,92</b>
	N	307	306	82	327	48	<b>1.070</b>
Sociabilidad	Media	4,21	4,35	4,38	4,31	4,46	<b>4,30</b>
	Desv. típ.	,82	,85	,96	,83	,77	<b>,84</b>
	N	307	306	82	327	48	<b>1.070</b>

Las metas u objetivos incluidas en el grupo de valores sociales de integración son igual valoradas por todos los perfiles; lo mismo ocurre con la sociabilidad, que todos los perfiles le otorgan una importancia similar; en cambio, hay diferencias significativas en la importancia que se da a metas relacionadas con el compromiso y trascendencia social, el orden moral y el disfrute y la libertad.

Respecto a la valoración de metas finales relacionadas con el compromiso social, los chicos/as pertenecientes al perfil de uso bajo, tardío y tradicional del teléfono móvil dan una importancia significativamente mayor a estas metas que el resto de perfiles.

Las metas referentes al orden moral y disciplina son significativamente menos valoradas por los alumnos/as con perfiles de uso transgresor del teléfono móvil – independientemente de que éste se use con una frecuencia media (cluster 1) o alta (cluster 4)- en comparación con el resto de perfiles de uso no transgresor del móvil (clusters 2, 5 y 3).

En el caso de la valoración realizada de las metas relacionadas con el disfrute y la libertad en la vida, las puntuaciones también presentan grandes oscilaciones entre unos perfiles u otros; concretamente, los grupos de individuos con un perfil de uso del teléfono móvil de baja frecuencia, uso tradicional y tardío (cluster 2) y con un perfil de uso medio no transgresor (cluster 5) otorgan una importancia significativamente menor que el resto de los grupos a las metas que tienen que ver con el disfrute de la vida y la libertad; los perfiles de uso medio transgresor (cluster 1) y de uso alto (clusters 3 y 4) no difieren entre sí en la importancia dada a estas metas vitales.

### **Conductas admisibles**

En el tercer grupo de valores estudiados, la admisibilidad de conductas, en relación con el uso del teléfono móvil, también encontramos diferencias estadísticamente significativas dependiendo de los perfiles en los que se encuadren los chicos/as.

**Tabla 102**

		Cluster 2 Grupo de uso bajo, tardío y tradicional	Cluster 5 Grupo de uso medio, no transgresor	Cluster 1 Grupo de uso medio, ligeramente transgresor	Cluster 3 Grupo de uso alto, no transgresor	Cluster 4 Grupo de uso alto, transgresor	<b>Total</b>
Trampas y transgresiones	Media	2,07	2,06	3,05	2,53	3,20	<b>2,33</b>
	Desv. típ.	,87	,92	1,12	1,06	1,10	<b>1,03</b>
	N	319	316	82	322	45	<b>1.084</b>
Infracción violenta del orden	Media	1,58	1,56	2,16	1,75	2,36	<b>1,70</b>
	Desv. típ.	,63	,64	1,02	,77	,97	<b>,75</b>
	N	319	316	82	322	45	<b>1084</b>
Rigor y dureza social	Media	2,18	2,25	2,43	2,38	2,74	<b>2,30</b>
	Desv. típ.	,94	,96	1,02	1,06	,99	<b>1,00</b>
	N	319	316	82	322	45	<b>1.084</b>

En este caso, las diferencias entre los perfiles de uso del móvil se sitúan en dos grupos de conductas: las trampas y transgresiones y las infracciones violentas del orden ciudadano. En cambio, en el rigor y dureza social no hay diferencias significativas entre los perfiles, y, por lo tanto, ese grupo de conductas no es válido para caracterizar a ninguno de ellos.

En lo que se refiere a las conductas que incluyen trampas y transgresiones, hay diferencias estadísticamente significativas entre varios perfiles de uso del teléfono móvil. Los dos perfiles que incluyen un uso transgresor del teléfono –con frecuencia de uso media (cluster 1) o alta (cluster 4)- consideran más admisibles las trampas y transgresiones que el resto de chicos/as incluidos en otros perfiles de uso no transgresor (clusters 2, 3 y 5). Entre estos últimos también hay diferencias significativas en el grado de admisibilidad; concretamente, los alumnos que pertenecen al perfil de frecuencia de uso alta del móvil, no transgresora (cluster 3) consideran más admisible las trampas y transgresiones que los individuos con perfiles de uso bajo (cluster 2) y medio no transgresor (cluster 5), aunque en niveles inferiores a los perfiles transgresores mencionados anteriormente.

En la admisibilidad de conductas que tienen que ver con infracciones violentas, el patrón de admisibilidad es prácticamente idéntico al anterior. Los perfiles que se caracterizan por un uso transgresor del teléfono móvil –con una frecuencia de uso media (cluster 1) o alta (cluster 4)- consideran más admisibles las infracciones violentas que los restantes grupos de alumnos. Además, los usuarios de teléfono móvil con una alta frecuencia pero no transgresores (cluster 3) puntúan más alto en admisibilidad de este tipo de conductas que los grupos de perfiles de uso bajo tradicional (cluster 2) y medio no transgresor (cluster 5).

Por lo tanto, se puede concluir que en la relación entre perfiles de uso del móvil y admisibilidad de conductas influye tanto el uso transgresor o no transgresor del teléfono móvil como la frecuencia de uso del mismo.

Las correlaciones entre valores instrumentales y las puntuaciones en la escala de adicción al teléfono móvil se exponen a continuación:

**Tabla 103**

		Adicción móvil
Cooperación social	<b>r</b>	<b>-,144</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1278
Motivación y espíritu de logro	<b>r</b>	<b>-,094</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1281
Capacidades interiores	<b>r</b>	<b>-,030</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1250
Acomodación exterior	<b>r</b>	<b>,141</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1253
Fe y disciplina	<b>r</b>	<b>-,095</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1256

El segundo conjunto de valores, los valores finales, también presentan correlaciones claras con la escala de adicción:

**Tabla 104**

		Adicción móvil
Integración social	<b>r</b>	<b>-,108</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1279
Compromiso y trascendencia	<b>r</b>	<b>-,082</b>
	Sig. (bilateral)	p <,01
	N	1275
Orden moral	<b>r</b>	<b>-,142</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1260
Disfrute y libertad	<b>r</b>	<b>,109</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1246
Sociabilidad	<b>r</b>	<b>,030</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1270

El tercer grupo de valores se refieren a la admisibilidad de conductas de dudosa aceptación social. Las puntuaciones otorgadas a la admisibilidad de estos grupos de comportamientos también correlacionan de manera estadísticamente significativa, en muchos casos, con las puntuaciones en las escalas de adicción.

En concreto, los resultados se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla 105**

		Adicción móvil
Trampas y transgresiones	<b>r</b>	,225
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1246
Infracción violenta del orden	<b>r</b>	,130
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1270
Rigor	<b>r</b>	,092
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1255

En el caso de la escala de adicción al teléfono móvil se ha realizado también el mismo tipo de análisis que en los casos anteriores. En concreto, en este análisis de regresión con el método stepwise se incluyó la puntuación de cada individuo en la escala de adicción al teléfono móvil como variable dependiente y los trece grupos de valores como variables independientes.

Los resultados son semejantes a los encontrados en los análisis estadísticos llevados a cabo con anterioridad. El coeficiente de determinación es muy similar al de la escala de adicción a Internet y a los videojuegos, en este caso,  $r^2 = 0,081$ . Por lo tanto, en este caso podemos afirmar que el 8,1% de la variabilidad de las puntuaciones en la escala de adicción al teléfono móvil se debe a los valores estudiados, siendo esta relación directa, y sin contemplar la relación indirecta que podrían tener los valores a través de otros elementos que inciden directamente sobre los síntomas de adicción al teléfono móvil.

Como en los casos anteriormente descritos, se muestran los valores que presentan un mayor peso como explicativos de las puntuaciones de adicción al teléfono móvil:

**Tabla 106**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz.	t	Sig. Error
		B	Error típ.	Beta	B	típ.
3	(Constante)	23,822	3,836		6,209	,000
	Trampas y transgresiones	2,621	,376	,208	6,980	,000
	Acomodación exterior	1,617	,492	,096	3,289	,001
	Cooperación social	-2,124	,720	-,087	-2,951	,003

En este caso, se pueden destacar tres tipos de valores que parecen influir con más fuerza sobre las puntuaciones en la escala de adicción. Concretamente, hay dos valores instrumentales (la cooperación social y la acomodación con el exterior) y un tipo de admisibilidad de conductas (las trampas y transgresiones). Los valores instrumentales presentan, cada uno de ellos, una relación distinta con las puntuaciones de adicción, ya que las puntuaciones en cooperación social se relacionan de manera inversa con las puntuaciones de la escala de adicción mientras que las de acomodación al exterior se relacionan de manera directa con las de adicción al teléfono móvil (puntuaciones altas de acomodación se relacionan con puntuaciones altas en la escala de adicción y viceversa).

Llama la atención que, en este caso, los valores finales no están representados, ya que su peso sobre la adicción al teléfono móvil no es estadísticamente significativo, a diferencia de lo que ocurría en los casos de Internet y videojuegos. Esta diferencia puede deberse a las características diferenciales de esta tecnología con las anteriores, diferencias que ya se recogieron en informes anteriores en lo que respecta al uso y características del teléfono móvil. Sin embargo, la admisibilidad de conductas, concretamente las de carácter más leve, vuelven a tener un peso importante sobre las puntuaciones de adicción al teléfono móvil, corroborando la relación entre este tipo de valores y la mayor o menor tendencia adictiva a una tecnología.

Respecto al modelo generado para el caso del teléfono móvil, hay que tener en cuenta que en el cuestionario creado por CONFIAS el número de preguntas relativas al uso de esta tecnología era menor que en los casos anteriores.

El modelo de regresión generado en este caso tenía como variable dependiente las puntuaciones en la escala de adicción al teléfono móvil y, como variables independientes, las preguntas del cuestionario referidas al tiempo de uso de esta tecnología y al modo de utilización.

Los resultados del modelo de regresión indican, en este caso, un coeficiente de determinación de  $r^2 = 0,153$ . En este caso, se puede afirmar que el 15,3% de la variabilidad de las puntuaciones de adicción al teléfono móvil se deben a algunas variables de uso de esta tecnología. En concreto, las variables incluidas en el modelo son las siguientes:

**Tabla 107**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta	B	Error típ.
8	(Constante)	5,170	4,383		1,179	,239
	¿Qué servicios del móvil utilizas todos los días? Mensajes	6,778	,923	,227	7,345	,000
	¿Qué servicios del móvil utilizas todos los días? Bluetooth	1,866	,844	,067	2,211	,027
	¿Qué servicios del móvil utilizas todos los días? Chat	5,996	2,496	,069	2,402	,016
	¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? Cuando estoy en el cine	-2,338	1,020	-,080	-2,291	,022
	¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? Siempre lo tengo encendido	2,547	1,009	,090	2,523	,012
	¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? Cuando estoy estudiando	-3,331	1,148	-,090	-2,901	,004
	He grabado con el móvil a algún compañero mientras recibía burlas, amenazas o era agredido	2,774	1,012	,080	2,742	,006
	Tus padres, ¿te controlan el uso que haces del móvil?	2,195	,868	,073	2,529	,012

Los factores incluidos en este modelo se pueden dividir en cuatro grupos. El primero de ellos se refiere a los servicios utilizados diariamente por los adolescentes, en concreto a los servicios de mensajes a través del móvil, el Bluetooth y el chat. El segundo grupo de factores se refiere a las situaciones en las que se apaga el teléfono móvil, en concreto al hecho de apagarlo cuando están estudiando, cuando se encuentran en el cine o tenerlo siempre encendido. El tercer bloque se refiere a un uso inadecuado del teléfono móvil, concretamente a la grabación de hechos de violencia escolar. Y, por último, al control paterno en el uso del teléfono móvil.

Todos estos factores influyen directamente sobre las puntuaciones de adicción al teléfono móvil.

## **4. USO Y ABUSO DE VIDEOJUEGOS Y JUEGOS DE ORDENADOR**

## 4.1. Características generales del uso de Videojuegos

### Frecuencia de uso de videojuegos y juegos de ordenador

**Tabla 108**

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca o casi nunca, no suelo jugar con videojuegos o con el ordenador	470	31,6
Varias veces al mes	410	27,6
Varias veces por semana	395	26,6
Todos los días	211	14,2
<b>Total</b>	<b>1486</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	23	1,5

### Compañía para jugar a videojuegos o juegos de ordenador

Se incluyen los alumnos/as que juegan a videojuegos o con el ordenador varias veces al mes o con una mayor frecuencia. Se excluyen los alumnos/as que nunca o casi nunca suelen jugar a videojuegos o con el ordenador.

**Tabla 109**

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	412	46,3
Con amigos/as, novio/a, on line o presencial	264	29,7
Con desconocidos on line	45	5,1
Con mis hermanos/as	151	17,0
Con mi padre o mi madre	17	1,9
<b>Total</b>	<b>889</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	127	12,5

### Tiempo reducido a otras actividades desde que juega a videojuegos o juegos de ordenador

Se incluyen los alumnos/as que juegan a videojuegos o con el ordenador varias veces al mes o con una mayor frecuencia. Se excluyen los alumnos/as que nunca o casi nunca suelen jugar a videojuegos o con el ordenador.

#### A la familia

**Tabla 110**

	Frecuencia	Porcentaje
No	626	64,0
Poco tiempo	268	27,4
Bastante tiempo	58	5,9
Mucho tiempo	26	2,7
<b>Total</b>	<b>978</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	38	3,7

#### A amigos, novio/a

**Tabla 111**

	Frecuencia	Porcentaje
No	786	80,0
Poco tiempo	145	14,8
Bastante tiempo	34	3,5
Mucho tiempo	17	1,7
<b>Total</b>	<b>982</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	34	3,3

#### A estudiar

**Tabla 112**

	Frecuencia	Porcentaje
No	458	46,7
Poco tiempo	304	31,0
Bastante tiempo	126	12,9
Mucho tiempo	92	9,4
<b>Total</b>	<b>980</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	36	3,5

**A ver la televisión**

**Tabla 113**

	Frecuencia	Porcentaje
No	486	49,5
Poco tiempo	284	29,0
Bastante tiempo	150	15,3
Mucho tiempo	61	6,2
<b>Total</b>	<b>981</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	35	3,4

**A hacer deporte**

**Tabla 114**

	Frecuencia	Porcentaje
No	696	71,2
Poco tiempo	176	18,0
Bastante tiempo	62	6,3
Mucho tiempo	44	4,5
<b>Total</b>	<b>978</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	38	3,7

**A dormir**

**Tabla 115**

	Frecuencia	Porcentaje
No	719	73,3
Poco tiempo	153	15,6
Bastante tiempo	72	7,3
Mucho tiempo	37	3,8
<b>Total</b>	<b>981</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	35	3,4

### Juegos para mayores de 18 años

Se incluyen los alumnos/as que juegan a videojuegos o con el ordenador varias veces al mes o con una mayor frecuencia. Se excluyen los alumnos/as que nunca o casi nunca suelen jugar a videojuegos o con el ordenador.

**Tabla 116**

	Frecuencia	Porcentaje
No	397	40,7
Sí	579	59,3
<b>Total</b>	<b>976</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	40	3,9

### Control paterno del uso de videojuegos o juegos de ordenador

Se incluyen los alumnos/as que juegan a videojuegos o con el ordenador varias veces al mes o con una mayor frecuencia. Se excluyen los alumnos/as que nunca o casi nunca suelen jugar a videojuegos o con el ordenador.

**Tabla 117**

	Frecuencia	Porcentaje
No	480	47,9
Sí	523	52,1
<b>Total</b>	<b>1.003</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	13	1,3

### En caso afirmativo, aspectos qué controlan

**Tabla 118**

	Frecuencia	Porcentaje
El tiempo que estoy jugando	295	56,6
El tipo de juego	27	5,2
Las dos cosas	199	38,2
<b>Total</b>	<b>521</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	495	48,7

### Valoración del uso que se hace de videojuegos o juegos de ordenador.

Se incluyen los alumnos/as que juegan a videojuegos o con el ordenador varias veces al mes o con una mayor frecuencia. Se excluyen los alumnos/as que nunca o casi nunca suelen jugar a videojuegos o con el ordenador.

#### Enganche a algún juego

**Tabla 119**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	404	41,3
Poco	262	26,8
Bastante	178	18,2
Mucho	134	13,7
<b>Total</b>	<b>978</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	38	3,7

#### Influencia positiva en relaciones personales

**Tabla 120**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	672	68,2
Poco	202	20,5
Bastante	77	7,8
Mucho	35	3,5
<b>Total</b>	<b>986</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	30	3,0

#### Influencia negativa en relaciones personales

**Tabla 121**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	812	82,0
Poco	123	12,4
Bastante	38	3,8
Mucho	17	1,7
<b>Total</b>	<b>990</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	26	2,6

**Vía de escape de problemas**

**Tabla 122**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	628	63,4
Poco	209	21,1
Bastante	102	10,3
Mucho	51	5,2
<b>Total</b>	<b>990</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	26	2,6

**Conexión unos minutos que en realidad son horas**

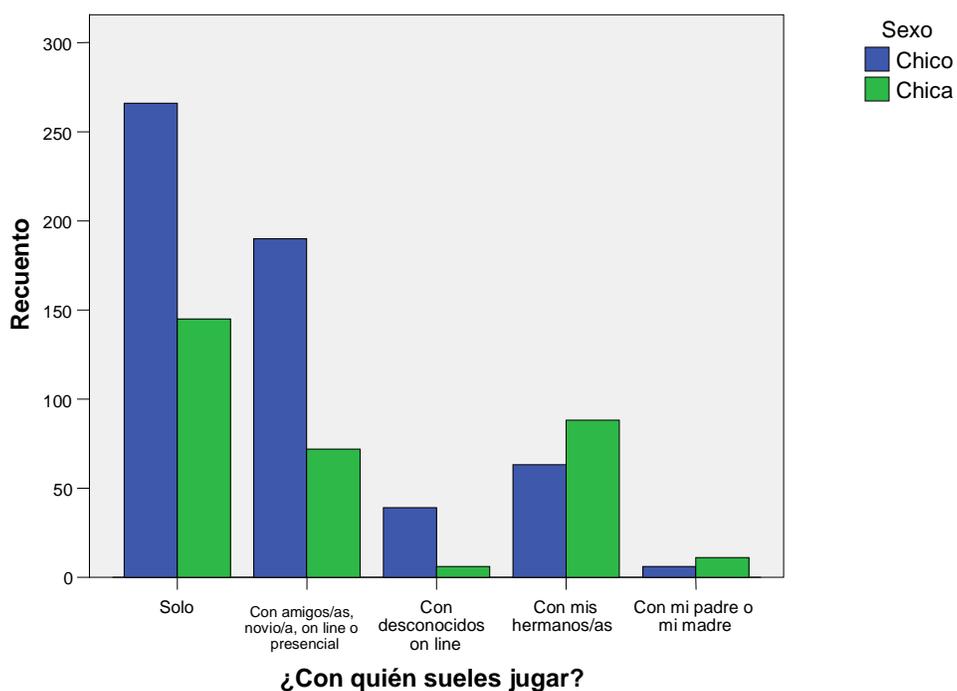
**Tabla 123**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	409	41,5
Poco	282	28,6
Bastante	176	17,9
Mucho	118	12,0
<b>Total</b>	<b>985</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	31	3,1

## 4.2. Uso de videojuegos según edad y sexo

Hay diferencias significativas en las personas con las que juegan a videojuegos. Los chicos manifiestan jugar más con amigos (presencial y online), así como con desconocidos online, mientras que las chicas juegan más con hermanos/as o padres/madres.

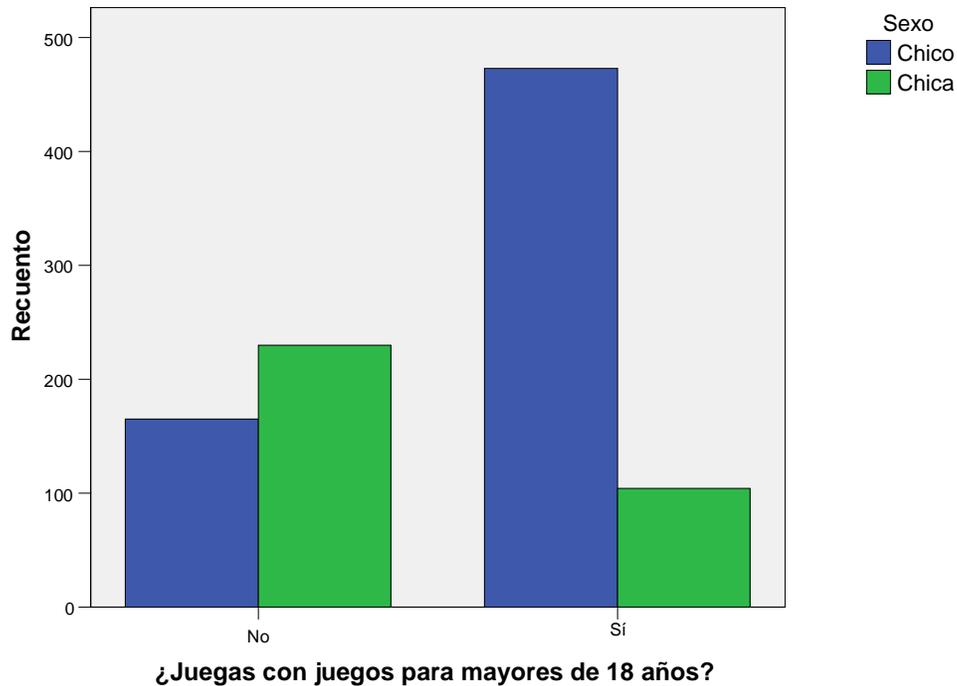
**Gráfico 77**



Respecto a las actividades a las que han quitado tiempo, las chicas manifiestan que **NO** han quitado tiempo a estudiar, mientras que los chicos dicen que han quitado al estudio **BASTANTE TIEMPO** por jugar a videojuegos. Este mismo patrón sucede con el tiempo que han dejado de ver la televisión por jugar a videojuegos.

Hay diferencias estadísticamente significativas en jugar con juegos para mayores de edad. Los chicos juegan a estos juegos en mayor proporción que las chicas.

**Gráfico 78**



Cuando se les pregunta si están enganchados a algún juego, hay más chicas que chicos que manifiestan que NO; sin embargo, son más los chicos que dicen estar enganchados BASTANTE o MUCHO

**Tabla 124**

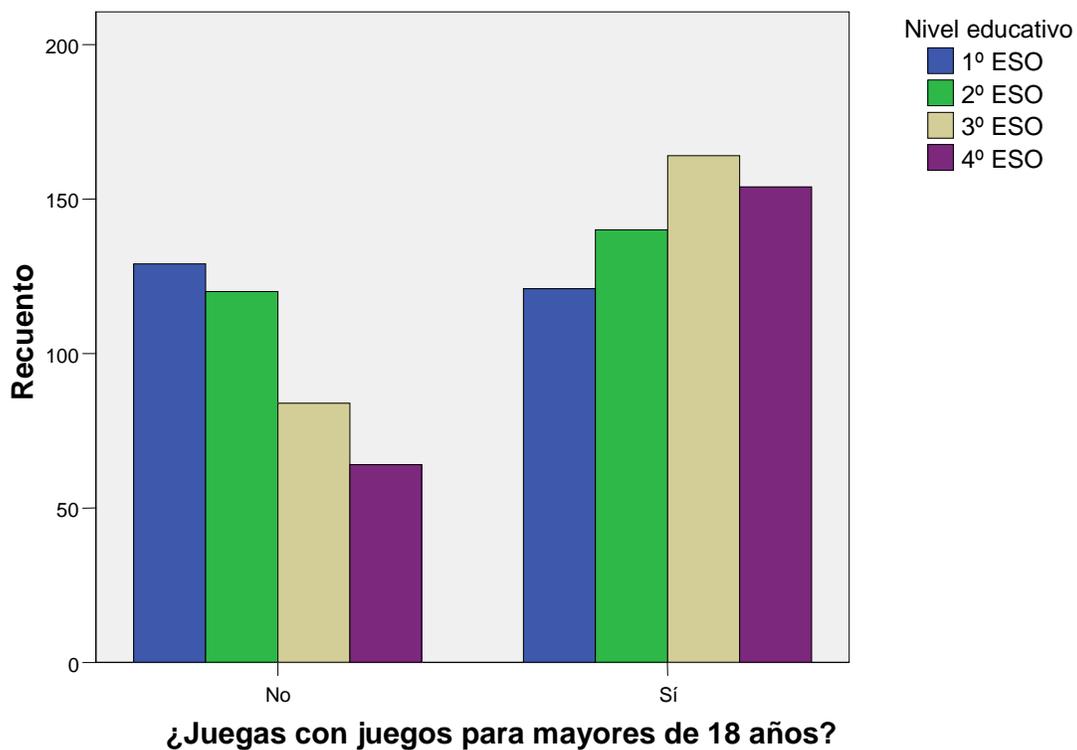
		Chico	Chica	Total
Nada	Recuento	209	193	<b>402</b>
	% de Sexo	32,9%	56,9%	<b>41,3%</b>
Poco	Recuento	174	86	<b>260</b>
	% de Sexo	27,4%	25,4%	<b>26,7%</b>
Bastante	Recuento	142	36	<b>178</b>
	% de Sexo	22,4%	10,6%	<b>18,3%</b>
Mucho	Recuento	110	24	<b>134</b>
	% de Sexo	17,3%	7,1%	<b>13,8%</b>
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>	<b>635</b>	<b>339</b>	<b>974</b>
	<b>% de Sexo</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Hay una proporción significativamente mayor de chicos que de chicas que señalan que los videojuegos les sirven MUCHO para escapar de sus problemas.

La frecuencia con la que juegan a videojuegos es similar en todas las edades estudiadas.

El uso de juegos para mayores de 18 años varía significativamente en función la edad, incrementándose paulatinamente según aumenta el nivel educativo.

**Gráfico 79**



No hay ninguna otra diferencia por edad en las restantes características del uso de los videojuegos, lo que supone que su modo de uso es igual en todas las edades estudiadas.

### **4.3. Perfiles de uso de videojuegos**

#### **CLUSTER 4- Grupo de uso esporádico, social (n=121).**

Juegan con videojuegos esporádicamente y, cuando lo hacen, es principalmente con sus hermanos/as. No han quitado tiempo a otras actividades por jugar a videojuegos y éstos no suelen ser para mayores de edad.

#### **CLUSTER 2- Grupo de uso medio-bajo, individual (n=434).**

Juegan a videojuegos con una frecuencia relativa, la mayoría juega varias veces al mes o, en algunos casos, varias veces a la semana. Juegan solos, sin compañía. No consideran que hayan quitado tiempo a ninguna actividad por el uso de videojuegos. Aproximadamente la mitad de los casos juegan con videojuegos para mayores de 18 años y son el grupo con menor control paterno.

#### **CLUSTER 1- Grupo de uso medio, social (n=84).**

Juegan a videojuegos todas las semanas, ya sea varias veces o diariamente; generalmente juegan acompañados de sus hermanos/as. Reconocen que, por jugar con videojuegos, han quitado un poco de tiempo a estudiar y a ver la televisión. La mayoría juega con videojuegos para mayores de edad y reciben control paterno.

#### **CLUSTER 3- Grupo de uso alto, individual (n=216).**

Juegan con los videojuegos a diario, normalmente solos. No reconocen haber quitado tiempo a otras actividades, en todo caso, señalan haber quitado un poco de tiempo al estudio. Juegan con videojuegos para mayores de 18 años.

### FRECUENCIAS (porcentajes) DE USO DE VIDEOJUEGOS EN CADA GRUPO

Tabla 125

		Cluster 4	Cluster 2	Cluster 1	Cluster 3
Frecuencia	Nunca/casi nunca				
	Varia veces mes	81,0	58,8		
	Varias veces semana	19,0	41,2	57,1	33,8
	Todos los días			42,9	66,2
Con quién	Solo		61,5		59,7
	Amigos		38,5		40,3
	Desconocidos online	7,4		41,7	
	Hermanos	79,3		57,1	
	Padres	13,2		1,2	
Tiempo a familia	No	78,5	65,0	51,2	50,0
	Poco tiempo	13,2	25,8	31,0	33,3
	Bastante tiempo	4,1	5,1	8,3	9,3
	Mucho tiempo	1,7	1,2	6,0	5,1
Amigos	No	81,8	81,3	65,5	73,6
	Poco tiempo	12,4	12,2	20,2	18,5
	Bastante tiempo	,8	2,5	7,1	4,6
	Mucho tiempo	1,7	1,4	3,6	1,9
Estudiar	No	58,7	52,3	27,4	30,6
	Poco tiempo	27,3	29,7	33,3	29,2
	Bastante tiempo	6,6	9,9	25,0	19,0
	Mucho tiempo	5,0	5,3	10,7	19,4
TV	No	63,6	53,0	28,6	35,6
	Poco tiempo	22,3	29,3	35,7	26,4
	Bastante tiempo	9,1	11,5	22,6	25,0
	Mucho tiempo	3,3	3,7	9,5	11,1

**Cont.**

		Cluster 4	Cluster 2	Cluster 1	Cluster 3
Deporte	No	67,8	72,6	60,7	59,3
	Poco tiempo	17,4	15,9	21,4	23,1
	Bastante tiempo	9,1	4,6	8,3	7,9
	Mucho tiempo	3,3	3,9	4,8	7,4
Dormir	No	84,3	74,9	63,1	59,7
	Poco tiempo	8,3	13,8	14,3	20,4
	Bastante tiempo	2,5	5,8	11,9	12,5
	Mucho tiempo	2,5	2,8	7,1	5,6
Juegos >18años	Sí	33,9	50,7	70,2	83,3
Control padres	Sí	54,5	44,5	69,0	61,1

#### 4.4. Características de los perfiles de uso de videojuegos

En los perfiles de frecuencia de uso de videojuegos o juegos de ordenador, hay unas asociaciones muy claras –estadísticamente significativas- entre los perfiles y el sexo del alumnado.

**Tabla 126**

		Sexo		Total	Sig.
		Chico	Chica		
Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Recuento	40	81	<b>121</b>	p < .001
	Porcentaje	33,1%	66,9%	<b>100,0%</b>	
Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Recuento	256	177	<b>433</b>	p < .001
	Porcentaje	59,1%	40,9%	<b>100,0%</b>	
Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Recuento	64	20	<b>84</b>	p < .001
	Porcentaje	76,2%	23,8%	<b>100,0%</b>	
Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Recuento	185	29	<b>214</b>	p < .001
	Porcentaje	86,4%	13,6%	<b>100,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>	<b>545</b>	<b>307</b>	<b>852</b>	
	<b>Porcentaje</b>	<b>64,0%</b>	<b>36,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Analizando separadamente cada uno de los perfiles, encontramos dos más esperados en chicas y dos más frecuentes en varones. El perfil de uso esporádico y social de los videojuegos (cluster 4) aparece significativamente más asociado a las chicas; asimismo, la frecuencia de uso medio-baja, individual (cluster 2) también se da en chicas más de lo esperado (nótese que, aunque en la muestra total de personas que usan videojuegos sólo hay un 36% de mujeres – ya que se han excluido de estos análisis los casos en los que no usan videojuegos o juegos de ordenador, habiendo más chicas que chicos que no los utilizan-, el porcentaje de chicas en el cluster 2 es del 41%, lo que se interpreta como un perfil más asociado a mujeres).

Por el contrario, los perfiles de mayor frecuencia de uso –uso medio, social (cluster 1) y uso alto individual (cluster 3) –son significativamente más frecuentes en varones; concretamente, del alumnado con este último perfil, más del 86% son chicos.

## Perfiles en función del nivel educativo

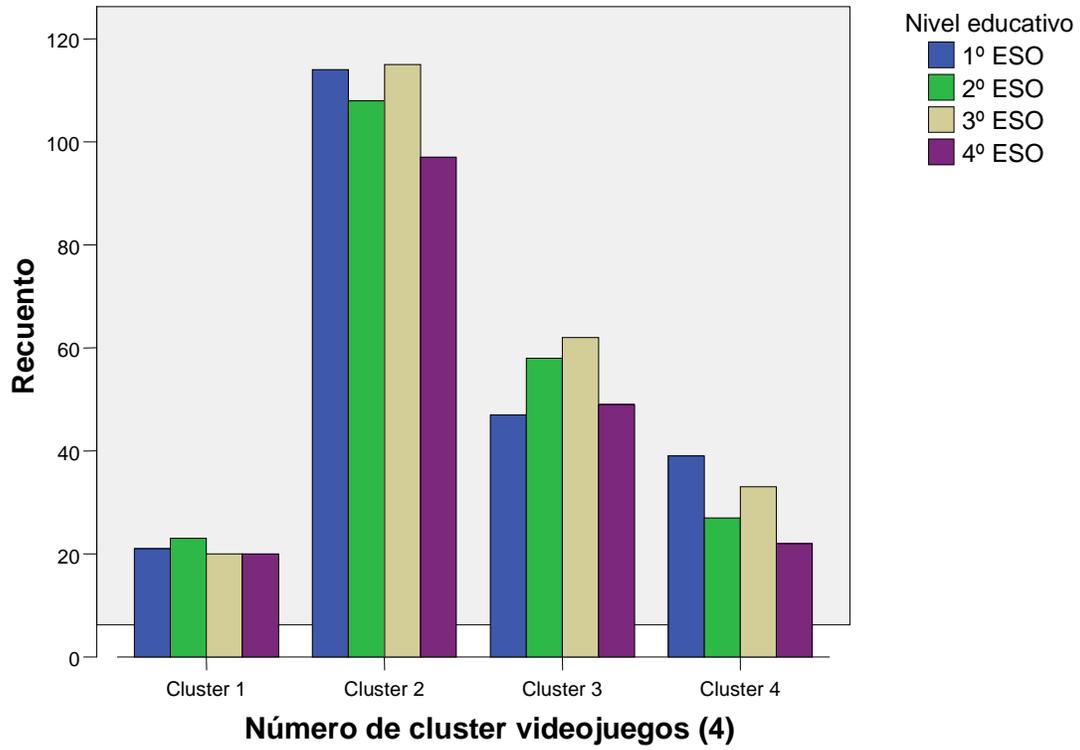
En lo que se refiere a la distribución por niveles educativos de los perfiles de uso de videojuegos, no se han encontrado diferencias estadísticamente significativas en la distribución de estas dos variables. Esto indica que cada uno de los perfiles se da en la misma medida en todos los cursos, no existiendo asociación clara de algún perfil a una edad determinada.

Como se puede observar en la siguiente tabla, los porcentajes en los que aparece cada perfil en cada nivel educativo son muy similares.

**Tabla 127**

		Nivel educativo				Total	Sig.
		1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO		
Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Recuento	39	27	33	22	<b>121</b>	n.s.
	Porcentaje	32,2%	22,3%	27,3%	18,2%	<b>100,0%</b>	
Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Recuento	114	108	115	97	<b>434</b>	n.s.
	Porcentaje	26,3%	24,9%	26,5%	22,4%	<b>100,0%</b>	
Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Recuento	21	23	20	20	<b>84</b>	n.s.
	Porcentaje	25,0%	27,4%	23,8%	23,8%	<b>100,0%</b>	
Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Recuento	47	58	62	49	<b>216</b>	n.s.
	Porcentaje	21,8%	26,9%	28,7%	22,7%	<b>100,0%</b>	
<b>Total</b>	<b>Recuento</b>	<b>221</b>	<b>216</b>	<b>230</b>	<b>188</b>	<b>855</b>	
	<b>Porcentaje</b>	<b>25,8%</b>	<b>25,3%</b>	<b>26,9%</b>	<b>22,0%</b>	<b>100,0%</b>	

**Gráfico 80**



## **Aspectos psicosociales y generales asociados a los perfiles de uso de videojuegos**

**Cluster 4. Grupo de uso esporádico, social de los videojuegos.** En este grupo encontramos el porcentaje más elevado, en comparación con el resto de perfiles, de chicos/as que nunca gastan su dinero en comprar juegos. No destacan por su porcentaje de suspensos o cursos repetidos. Un porcentaje elevado estudia y lee a diario, y salen con amigos esporádicamente en mayor medida que los chicos/as de otros perfiles. No destacan por consumo de sustancias ni en otros aspectos analizados.

**Cluster 2. Grupo de uso medio-bajo, individual de los videojuegos.** Los chicos/as de este perfil gastan “a veces” su dinero en comprar juegos. Leen libros una o dos veces la mes y salen con amigos varias veces a la semana en un elevado porcentaje en comparación con otros perfiles.

**Cluster 1. Grupo de uso medio, social de los videojuegos.** Este grupo tiene un consumo medio en todos los aspectos analizados, no destaca respecto al resto de perfiles. Un porcentaje elevado en comparación con los chicos/as de los perfiles anteriores afirman que no estudian nunca o casi nunca.

**Cluster 3. Grupo de uso alto, individual de los videojuegos.** Son el grupo que gasta dinero en videojuegos en mayor medida, con una frecuencia de “a menudo” o “siempre”. Tienen el porcentaje de suspensos más alto, como el perfil anterior; tiene una elevada proporción de chicos/as que afirman que no estudian nunca o casi nunca; igual ocurre con leer libros. Además, son el grupo con un porcentaje más elevado de alumnos que salen a diario con amigos.

### En qué gastan el dinero, en función del perfil de uso de videojuegos.

**Tabla 128**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Total
Bebidas sin alcohol	Nunca	39,8%	28,0%	37,3%	36,4%	32,7%
	A veces	40,7%	39,5%	38,6%	30,6%	37,3%
	A menudo	17,8%	27,0%	18,1%	26,8%	24,7%
	Siempre	1,7%	5,5%	6,0%	6,2%	5,2%
Copas / bebidas alcohólicas	Nunca	76,9%	72,4%	73,4%	69,1%	72,3%
	A veces	19,7%	19,9%	17,7%	17,9%	19,1%
	A menudo	2,6%	5,8%	7,6%	10,6%	6,7%
	Siempre	,9%	1,9%	1,3%	2,4%	1,8%
Comida (hamburguesas, sándwich, bocadillos, chucherías...)	Nunca	6,8%	7,3%	10,8%	13,3%	9,1%
	A veces	57,6%	55,2%	51,8%	42,4%	52,0%
	A menudo	28,0%	30,0%	26,5%	30,5%	29,5%
	Siempre	7,6%	7,5%	10,8%	13,8%	9,4%
Juegos	Nunca	39,0%	31,7%	32,5%	17,0%	29,1%
	A veces	40,7%	49,1%	42,2%	41,0%	45,2%
	A menudo	14,4%	15,0%	19,3%	28,8%	18,8%
	Siempre	5,9%	4,2%	6,0%	13,2%	6,9%
Ropa	Nunca	16,8%	14,3%	14,6%	16,6%	15,3%
	A veces	33,6%	31,5%	39,0%	34,6%	33,3%
	A menudo	30,3%	38,3%	34,1%	31,3%	35,0%
	Siempre	19,3%	16,0%	12,2%	17,5%	16,5%
Libros, revistas, cómics	Nunca	22,9%	32,2%	36,1%	40,0%	33,2%
	A veces	48,3%	41,1%	37,3%	39,0%	41,2%
	A menudo	20,3%	21,1%	16,9%	12,4%	18,4%
	Siempre	8,5%	5,6%	9,6%	8,6%	7,2%

Teléfono móvil	Nunca	36,4%	26,1%	41,0%	30,5%	30,1%
	A veces	26,3%	30,3%	27,7%	30,5%	29,5%
	A menudo	23,7%	33,3%	20,5%	22,9%	28,1%
	Siempre	13,6%	10,3%	10,8%	16,2%	12,3%
CDs y DVDs	Nunca	45,4%	39,5%	50,0%	41,0%	41,8%
	A veces	40,3%	45,6%	36,6%	35,4%	41,4%
	A menudo	11,8%	12,2%	11,0%	19,3%	13,8%
	Siempre	2,5%	2,6%	2,4%	4,2%	3,0%
Cine	Nunca	26,5%	16,6%	17,1%	20,0%	18,9%
	A veces	51,3%	59,0%	50,0%	50,5%	54,9%
	A menudo	21,4%	21,8%	25,6%	23,3%	22,5%
	Siempre	,9%	2,6%	7,3%	6,2%	3,7%
Entradas a espectáculos/discotecas/locales	Nunca	55,9%	42,6%	51,2%	42,5%	45,3%
	A veces	27,1%	41,6%	34,1%	37,7%	37,9%
	A menudo	13,6%	11,3%	9,8%	14,2%	12,2%
	Siempre	3,4%	4,5%	4,9%	5,7%	4,7%
Transportes	Nunca	41,2%	33,6%	28,9%	35,8%	34,8%
	A veces	37,8%	41,8%	41,0%	32,5%	38,8%
	A menudo	15,1%	17,8%	20,5%	24,1%	19,3%
	Siempre	5,9%	6,8%	9,6%	7,5%	7,1%

**Porcentaje de suspensos y repetición de curso, en función del perfil de uso de videojuegos.**

**Tabla 129**

	Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Total
Suspendieron alguna asignatura	62,7%	60,6%	73,5%	75,2%	65,9%
Han repetido curso	20,2%	18,2%	17,9%	28,3%	21,0%

**Tiempo dedicado a las siguientes actividades, en función del perfil de uso de videojuegos.**

**Tabla 130**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Total
Estudiar	Nunca o casi nunca	5,0%	3,1%	9,6%	9,4%	5,6%
	Una o dos veces al mes	6,7%	10,8%	12,0%	13,1%	11,0%
	Varias veces a la semana	42,0%	52,9%	50,6%	53,1%	51,2%
	Todos los días	46,2%	33,2%	27,7%	24,4%	32,3%
Leer libros	Nunca o casi nunca	23,5%	22,4%	34,9%	39,4%	28,1%
	Una o dos veces al mes	24,4%	33,7%	19,3%	31,5%	30,4%
	Varias veces a la semana	30,3%	27,4%	31,3%	18,8%	26,0%
	Todos los días	21,8%	16,5%	14,5%	10,3%	15,5%
Practicar deporte	Nunca o casi nunca	8,4%	8,9%	7,4%	10,4%	9,1%
	Una o dos veces al mes	11,8%	11,8%	13,6%	11,3%	11,8%
	Varias veces a la semana	58,0%	54,6%	44,4%	41,0%	50,7%
	Todos los días	21,8%	24,7%	34,6%	37,3%	28,4%
Salir con amigos	Nunca o casi nunca	9,3%	4,9%	6,2%	4,7%	5,6%
	Una o dos veces al mes	28,8%	16,9%	19,8%	14,1%	18,1%
	Varias veces a la semana	53,4%	67,4%	65,4%	59,6%	63,2%
	Todos los días	8,5%	10,8%	8,6%	21,6%	13,0%
Estar con la familia	Nunca o casi nunca	2,5%	1,4%	1,2%	3,3%	2,0%
	Una o dos veces al mes	1,7%	9,9%	6,1%	10,9%	8,6%
	Varias veces a la semana	16,8%	21,3%	22,0%	25,6%	21,8%
	Todos los días	79,0%	67,4%	70,7%	60,2%	67,5%
Dejar pasar el tiempo	Nunca o casi nunca	56,3%	47,1%	60,2%	45,3%	49,2%
	Una o dos veces al mes	22,7%	26,6%	18,1%	16,0%	22,5%
	Varias veces a la semana	13,4%	17,4%	12,0%	23,6%	17,9%
	Todos los días	7,6%	8,9%	9,6%	15,1%	10,4%

**Consumo de sustancias, en función del perfil de uso de videojuegos.**

**Tabla 131**

<b>Consumo en el último año</b>	Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Total
Tabaco	17,2%	27,4%	32,1%	33,3%	28,0%
Alcohol	30,8%	39,1%	44,4%	50,7%	41,4%
Porros	6,8%	13,8%	18,5%	20,2%	14,9%
Pastillas	,0%	,7%	,0%	1,9%	,8%
Cocaína	,0%	1,4%	,0%	1,9%	1,2%

**Tabla 132**

<b>Consumo habitual</b>	Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Total
Tabaco	6,0%	12,4%	14,8%	15,5%	12,5%
Alcohol	4,3%	14,5%	13,6%	19,2%	14,2%
Porros	,9%	4,2%	6,2%	7,0%	4,6%
Pastillas	0%	0%	0%	0%	0%
Cocaína	,0%	,2%	,0%	,0%	,1%

**Tabla 133 Aspectos psicológicos, en función del perfil de uso de videojuegos.**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	Total
Me siento triste	Nunca	22,9%	25,1%	34,9%	34,7%	28,2%
	A veces	66,1%	63,7%	53,0%	57,7%	61,5%
	A menudo	10,2%	8,0%	10,8%	5,6%	8,0%
	Siempre/Muchas veces	,8%	3,3%	1,2%	1,9%	2,4%
Me siento solo	Nunca	60,7%	57,4%	63,9%	60,6%	59,3%
	A veces	31,6%	33,9%	31,3%	31,5%	32,7%
	A menudo	6,0%	5,4%	2,4%	6,1%	5,4%
	Siempre/Muchas veces	1,7%	3,3%	2,4%	1,9%	2,6%
Me siento tenso o nervioso	Nunca	18,6%	17,2%	30,1%	25,8%	20,9%
	A veces	61,9%	59,2%	49,4%	47,9%	55,7%
	A menudo	12,7%	17,2%	18,1%	20,2%	17,4%
	Siempre/Muchas veces	6,8%	6,4%	2,4%	6,1%	6,0%
Me siento inseguro	Nunca	24,6%	31,4%	37,3%	37,1%	32,5%
	A veces	58,5%	54,0%	47,0%	50,2%	53,0%
	A menudo	11,9%	9,2%	14,5%	8,0%	9,8%
	Siempre/Muchas veces	5,1%	5,4%	1,2%	4,7%	4,8%
Me gusta cómo soy	Nunca	4,3%	3,3%	2,4%	2,8%	3,2%
	A veces	11,1%	15,6%	14,5%	11,3%	13,8%
	A menudo	26,5%	34,9%	34,9%	36,3%	34,1%
	Siempre/Muchas veces	58,1%	46,2%	48,2%	49,5%	48,9%
Me gustaría tener mejores amigos	Nunca	40,7%	44,8%	37,8%	39,3%	42,1%
	A veces	22,9%	27,0%	31,7%	28,4%	27,3%
	A menudo	13,6%	12,8%	17,1%	11,8%	13,1%
	Siempre/Muchas veces	22,9%	15,4%	13,4%	20,4%	17,5%
Me siento valorado por los demás	Nunca	3,4%	4,0%	3,6%	6,1%	4,4%
	A veces	30,8%	28,2%	34,9%	28,6%	29,4%
	A menudo	43,6%	45,2%	38,6%	39,0%	42,7%
	Siempre/Muchas veces	22,2%	22,6%	22,9%	26,3%	23,5%

## 4.5. Adicción a los videojuegos

En primer lugar, se describen las puntuaciones de cada ítem y, en segundo lugar, se hace un análisis comparativo de los cuatro grupos encontrados.

### He dejado de jugar a videojuegos, sin problemas, cada vez que he querido

**Tabla 134**

N	Válidos	960
	Perdidos	56
Media		5,3406
Desv. típ.		2,08165
Percentiles	25	4,0000
	50	6,0000
	75	7,0000

**Tabla 135**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	94	9,8
Bastante falso	52	5,4
Ligeramente falso	68	7,1
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	63	6,6
Ligeramente cierto	76	7,9
Bastante cierto	156	16,3
Totalmente cierto	451	47,0
<b>Total</b>	<b>960</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	56	5,5

## No puedo dejar de jugar a videojuegos por más que lo intente

**Tabla 136**

N	Válidos	953
	Perdidos	63
Media		1,8499
Desv. típ.		1,47797
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 137**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	615	64,5
Bastante falso	141	14,8
Ligeramente falso	66	6,9
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	51	5,4
Ligeramente cierto	40	4,2
Bastante cierto	16	1,7
Totalmente cierto	24	2,5
<b>Total</b>	<b>953</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	63	6,2

**Puedo resistir las ganas de jugar a videojuegos todo el tiempo que quiera**

**Tabla 138**

N	Válidos	953
	Perdidos	63
Media		4,9129
Desv. típ.		2,22235
Percentiles	25	3,0000
	50	6,0000
	75	7,0000

**Tabla 139**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	126	13,2
Bastante falso	67	7,0
Ligeramente falso	90	9,4
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	81	8,5
Ligeramente cierto	89	9,3
Bastante cierto	117	12,3
Totalmente cierto	383	40,2
<b>Total</b>	<b>953</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	63	6,2

## Necesito jugar a videojuegos cada vez con más frecuencia

**Tabla 140**

N	Válidos	959
	Perdidos	57
Media		2,2732
Desv. típ.		1,77209
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	3,0000

**Tabla 141**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	517	53,9
Bastante falso	146	15,2
Ligeramente falso	73	7,6
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	75	7,8
Ligeramente cierto	73	7,6
Bastante cierto	38	4,0
Totalmente cierto	37	3,9
<b>Total</b>	<b>959</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	57	5,6

## Jugar a videojuegos me relaja y/o me tranquiliza

**Tabla 142**

N	Válidos	961
	Perdidos	55
Media		3,0999
Desv. típ.		2,09076
Percentiles	25	1,0000
	50	2,0000
	75	5,0000

**Tabla 143**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	353	36,7
Bastante falso	130	13,5
Ligeramente falso	79	8,2
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	114	11,9
Ligeramente cierto	122	12,7
Bastante cierto	78	8,1
Totalmente cierto	85	8,8
<b>Total</b>	<b>961</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	55	5,4

**He notado que necesito jugar a videojuegos en más cantidad que antes**

**Tabla 144**

N	Válidos	963
	Perdidos	53
Media		1,9605
Desv. típ.		1,56046
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 145**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	592	61,5
Bastante falso	150	15,6
Ligeramente falso	58	6,0
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	64	6,6
Ligeramente cierto	53	5,5
Bastante cierto	21	2,2
Totalmente cierto	25	2,6
<b>Total</b>	<b>963</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	53	5,2

**Si me vienen las ganas de jugar a videojuegos tengo que hacerlo inmediatamente**

**Tabla 146**

N	Válidos	963
	Perdidos	53
Media		2,1059
Desv. típ.		1,61245
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	3,0000

**Tabla 147**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	530	55,0
Bastante falso	171	17,8
Ligeramente falso	81	8,4
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	79	8,2
Ligeramente cierto	44	4,6
Bastante cierto	29	3,0
Totalmente cierto	29	3,0
<b>Total</b>	<b>963</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	53	5,2

**Una vez que he empezado a jugar a videojuegos, no puedo parar de hacerlo hasta que algo exterior me lo impide**

**Tabla 148**

N	Válidos	964
	Perdidos	52
Media		2,3185
Desv. típ.		1,78642
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	3,0000

**Tabla 149**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	507	52,6
Bastante falso	143	14,8
Ligeramente falso	86	8,9
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	73	7,6
Ligeramente cierto	74	7,7
Bastante cierto	45	4,7
Totalmente cierto	36	3,7
<b>Total</b>	<b>964</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	52	5,1

**Cuando estoy un tiempo sin jugar a videojuegos siento inquietud o nerviosismo**

**Tabla 150**

N	Válidos	958
	Perdidos	58
Media		1,9165
Desv. típ.		1,46834
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 151**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	590	61,6
Bastante falso	146	15,2
Ligeramente falso	66	6,9
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	73	7,6
Ligeramente cierto	50	5,2
Bastante cierto	17	1,8
Totalmente cierto	16	1,7
<b>Total</b>	<b>958</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	58	5,7

**Si algo me impide jugar a videojuegos no siento ninguna molestia y noto tranquilidad**

**Tabla 152**

N	Válidos	957
	Perdidos	59
Media		4,7346
Desv. típ.		2,15425
Percentiles	25	3,0000
	50	5,0000
	75	7,0000

**Tabla 153**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	126	13,2
Bastante falso	69	7,2
Ligeramente falso	93	9,7
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	124	13,0
Ligeramente cierto	80	8,4
Bastante cierto	163	17,0
Totalmente cierto	302	31,6
<b>Total</b>	<b>957</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	59	5,8

### Siento placer al jugar a videojuegos

**Tabla 154**

N	Válidos	979
	Perdidos	37
Media		3,0970
Desv. típ.		2,12584
Percentiles	25	1,0000
	50	3,0000
	75	5,0000

**Tabla 155**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	389	39,7
Bastante falso	98	10,0
Ligeramente falso	67	6,8
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	143	14,6
Ligeramente cierto	110	11,2
Bastante cierto	80	8,2
Totalmente cierto	92	9,4
<b>Total</b>	<b>979</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	37	3,6

En la escala de adicción a videojuegos, encontramos diferencias estadísticamente significativas entre los cuatro perfiles de uso de videojuegos.

**Tabla 156**

Número de cluster videojuegos (4)	Media	Desv. típ.	N
Cluster 4. Grupo de uso esporádico, social	23,33	10,88	114
Cluster 2. Grupo de uso medio-bajo, individual	25,60	10,98	394
Cluster 1. Grupo de uso medio, social	32,27	12,28	78
Cluster 3. Grupo de uso alto, individual	32,10	13,53	189
<b>Total</b>	<b>27,52</b>	<b>12,24</b>	<b>775</b>

Las comparaciones post hoc indican que las puntuaciones en adicción son significativamente más bajas en los perfiles de uso esporádico, social y de uso medio bajo, individual (clusters 4 y 2) que en los de uso medio, social y uso alto, individual (clusters 1 y 3).

Por subescalas, encontramos diferencias entre perfiles que afecta a las cuatro subescalas.

En las subescalas de “enganche”, “abstinencia” y “control” se encuentra el mismo patrón; las puntuaciones en estas subescalas son significativamente más bajas en los perfiles de uso esporádico, social y de uso medio bajo, individual (clusters 4 y 2) que en los de uso medio, social y uso alto, individual (clusters 1 y 3).

En la subescala de tolerancia, se detectan diferencias menos acentuadas, aunque también se aprecia un incremento en las puntuaciones entre los dos primeros perfiles y los dos siguientes.

**Tabla 157**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	<b>Total</b>
Videojuegos enganche	Media	10,55	11,75	14,21	14,48	<b>12,49</b>
	Desv. típ.	5,02	5,29	4,82	5,30	<b>5,39</b>
	N	114	394	78	189	<b>775</b>
Videojuegos tolerancia	Media	3,75	3,95	5,00	4,86	<b>4,25</b>
	Desv. típ.	2,37	2,49	3,28	3,31	<b>2,82</b>
	N	114	394	78	189	<b>775</b>
Videojuegos abstinencia	Media	3,80	4,25	5,72	5,12	<b>4,54</b>
	Desv. típ.	2,58	2,76	3,21	3,13	<b>2,93</b>
	N	114	394	78	189	<b>775</b>
Videojuegos carencia control	Media	5,24	5,65	7,35	7,65	<b>6,25</b>
	Desv. típ.	3,38	3,41	4,51	5,04	<b>4,09</b>
	N	114	394	78	189	<b>775</b>

Punto de corte: 43

**Tabla 158**

		Adicción videojuegos dicotómica (90%-10%)		<b>Total</b>
		Baja puntuación adicción	Alta puntuación adicción	
Cluster 4. Grupo de uso esporádico, social	Recuento %	105 92,1%	9 7,9%	<b>114</b> <b>100,0%</b>
Cluster 2. Grupo de uso medio-bajo, individual	Recuento %	360 91,4%	34 8,6%	<b>394</b> <b>100,0%</b>
Cluster 1. Grupo de uso medio, social	Recuento %	61 78,2%	17 21,8%	<b>78</b> <b>100,0%</b>
Cluster 3. Grupo de uso alto, individual	Recuento %	156 82,5%	33 17,5%	<b>189</b> <b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>Recuento</b> <b>%</b>	<b>682</b> <b>88,0%</b>	<b>93</b> <b>12,0%</b>	<b>775</b> <b>100,0%</b>

## **4.6. Valores y uso de videojuegos**

### **Valores instrumentales**

Respecto a los perfiles de uso de videojuegos se ha seguido el mismo esquema que en el caso del análisis referente a Internet. En este caso, encontramos que en las puntuaciones de los valores instrumentales no hay diferencias estadísticamente significativas según en perfil de uso de videojuegos, pero sí un efecto estadísticamente significativo de los subgrupos de valores instrumentales. Esto indica que todos los perfiles puntúan diferente unos valores instrumentales y otros, pero sin que existen diferencias entre los perfiles.

**Tabla 159**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	<b>Total</b>
Cooperación social	Media	4,42	4,29	4,15	4,16	<b>4,26</b>
	Desv. típ.	,45	,58	,62	,62	<b>,58</b>
	N	115	407	77	197	<b>796</b>
Motivación y espíritu de logro	Media	4,05	4,02	3,97	3,99	<b>4,01</b>
	Desv. típ.	,46	,58	,62	,55	<b>,56</b>
	N	115	407	77	197	<b>796</b>
Capacidades interiores	Media	3,60	3,61	3,59	3,61	<b>3,60</b>
	Desv. típ.	,77	,82	,93	,86	<b>,83</b>
	N	115	407	77	197	<b>796</b>
Acomodación exterior	Media	3,54	3,52	3,47	3,57	<b>3,53</b>
	Desv. típ.	,76	,75	,77	,91	<b>,79</b>
	N	115	407	77	197	<b>796</b>
Fe y disciplina	Media	3,40	3,15	3,08	2,96	<b>3,14</b>
	Desv. típ.	,82	,94	1,06	,97	<b>,95</b>
	N	115	407	77	197	<b>796</b>

Como se observa en la tabla anterior, los valores de cooperación social y de motivación y espíritu de logro son considerados más importantes por todos los individuos, independientemente del perfil de uso de videojuegos al que pertenezcan.

### **Valores finales**

En los valores finales, se encuentran diferencias estadísticamente significativas según el perfil de uso de videojuegos o juegos de ordenador.

**Tabla 160**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	<b>Total</b>
Valores sociales de integración	Media	4,38	4,29	4,29	4,29	<b>4,30</b>
	Desv. típ.	,49	,57	,61	,58	<b>,57</b>
	N	113	403	80	205	<b>801</b>
Compromiso y trascendencia	Media	2,61	2,54	2,55	2,38	<b>2,51</b>
	Desv. típ.	,77	,81	,95	,85	<b>,83</b>
	N	113	403	80	205	<b>801</b>
Orden moral y disciplina	Media	4,26	4,03	3,96	3,98	<b>4,04</b>
	Desv. típ.	,69	,81	,94	,83	<b>,82</b>
	N	113	403	80	205	<b>801</b>
Disfrute y libertad	Media	3,50	3,83	3,94	4,00	<b>3,84</b>
	Desv. típ.	,95	,89	,96	,88	<b>,91</b>
	N	113	403	80	205	<b>801</b>
Sociabilidad	Media	4,25	4,27	4,31	4,36	<b>4,29</b>
	Desv. típ.	,92	,87	,84	,86	<b>,87</b>
	N	113	403	80	205	<b>801</b>

Los análisis de cada subgrupo de estos valores indican que las diferencias entre perfiles se refieren a los valores de disfrute y libertad, mientras que al resto de valores todos los perfiles les otorgan la misma importancia.

En el caso de la valoración que se hace de metas de disfrute y libertad en la vida, los alumnos que pertenecen al perfil de uso esporádico y social de los videojuegos dan menos importancia a esos valores que el resto de chicos/as que pertenecen a otros perfiles.

### **Conductas admisibles**

En el análisis de las conductas admisibles en relación con los perfiles de uso de videojuegos, no aparecen diferencias estadísticamente significativas según el perfil de pertenencia, es decir, ambas variables no aparecen asociadas. Sin embargo, es destacable que no todos los subgrupos de conductas son igual de admitidas por todos los chicos. Concretamente, las trampas y transgresiones son consideradas más admisibles que las infracciones violentas del orden social.

**Tabla 161**

		Cluster 4 Grupo de uso esporádico, social	Cluster 2 Grupo de uso medio-bajo, individual	Cluster 1 Grupo de uso medio, social	Cluster 3 Grupo de uso alto, individual	<b>Total</b>
Trampas y transgresiones	Media	2,00	2,22	2,31	2,44	<b>2,25</b>
	Desv. típ.	,88	1,00	1,16	1,11	<b>1,04</b>
	N	114	409	80	202	<b>805</b>
Infracción violenta del orden	Media	1,46	1,62	1,77	1,76	<b>1,65</b>
	Desv. típ.	,66	,67	,90	,77	<b>,73</b>
	N	114	409	80	202	<b>805</b>
Rigor y dureza social	Media	2,11	2,22	2,29	2,32	<b>2,24</b>
	Desv. típ.	,79	,97	1,07	1,04	<b>,98</b>
	N	114	409	80	202	<b>805</b>

Para analizar la relación entre las puntuaciones en la escala de adicción y los valores de los adolescentes, se ha realizado un análisis de correlaciones entre los valores señalados y las puntuaciones de adicción en la escala referida a videojuegos. Es necesario precisar que la puntuación de adicción se refiere a la puntuación en la escala total, sin diferenciar entre las distintas subescalas que la componen.

Las correlaciones entre valores instrumentales y las puntuaciones en la escala de adicción de cada una de las tecnologías se exponen a continuación:

**Tabla 162**

		Adicción videoj.
Cooperación social	<b>r</b>	<b>-,212</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1021
Motivación y espíritu de logro	<b>r</b>	<b>-,142</b>
	Sig. (bilateral)	p <,001
	N	1022
Capacidades interiores	<b>r</b>	<b>-,015</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1001
Acomodación exterior	<b>r</b>	<b>,060</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	1001
Fe y disciplina	<b>r</b>	<b>-,086</b>
	Sig. (bilateral)	n.s.
	N	993

El segundo conjunto de valores, los valores finales, también presentan correlaciones claras con la escala de adicción a videojuegos:

**Tabla 163**

		Adicción videoj.
Integración social	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>-,092</b> p <,01 1018
Compromiso y trascendencia	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>-,081</b> p <,01 1016
Orden moral	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>-,172</b> p <,001 1004
Disfrute y libertad	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>,146</b> p <,001 993
Sociabilidad	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>,004</b> n.s. 1010

### Conductas admisibles y adicción

El tercer grupo de valores se refieren a la admisibilidad de conductas de dudosa aceptación social. Las puntuaciones otorgadas a la admisibilidad de estos grupos de comportamientos también correlacionan de manera estadísticamente significativa con las puntuaciones en las escalas de adicción.

En concreto, los resultados se detallan en la siguiente tabla:

**Tabla 164**

		Adicción videoj.
Trampas y transgresiones	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>,180</b> p <,001 996
Infracción violenta del orden	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>,155</b> p <,001 1014
Rigor	<b>r</b> Sig. (bilateral) N	<b>,121</b> p <,001 1002

## Peso de los valores sobre las puntuaciones de adicción a los videojuegos

En segundo lugar, se han realizado análisis de regresión considerando como variables independientes los diferentes conjuntos de valores y, como variable independiente, las puntuaciones de los adolescentes en la escala de adicción referida al uso de videojuegos. Con ello, se pretende conocer qué valores tienen un mayor peso sobre el riesgo de adicción en esta tecnología.

Los resultados, aplicando el método de regresión stepwise, muestran en este caso un coeficiente de determinación de  $r^2 = 0,093$ . Aunque es más bajo que en el caso anterior, está indicando que un 9,3% de la variabilidad de las puntuaciones entre sujetos en la escala de adicción a videojuegos depende directamente de los valores. Sin ser una cantidad excesivamente elevada, demuestra que el peso de los valores en esta escala y en la anterior es constante e importante.

Los valores con mayor peso en este análisis estadístico se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 165**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz.	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta	B	Error típ.
3 (Constante)	33,330	3,514		9,484	,000
Cooperación social	-3,939	,701	-,191	-5,617	,000
Disfrute y libertad	2,054	,436	,157	4,715	,000
Infracción violenta del orden	1,246	,531	,081	2,347	,019

A diferencia del caso anterior, en las puntuaciones en la escala de videojuegos el peso fundamental recae sobre tres valores: un valor instrumental (cooperación social), un valor final (disfrute y libertad) y un tipo de admisibilidad de conductas (la infracción violenta del orden). El primero de estos tres valores influye positivamente favoreciendo puntuaciones bajas en la escala de adicción; en cambio, los otros dos valores correlacionan puntuaciones altas en los mismos con puntuaciones altas en la escala de adicción a los videojuegos.

Llama la atención que, en este caso, los valores relevantes no son los mismos que en el caso de la adicción a Internet. Ello puede deberse a las características peculiares de los videojuegos. En concreto, hay que destacar la importancia que cobra aquí una de los valores, la admisibilidad de infracciones violentas del orden, que se refiere a transgresiones graves del orden ciudadano, como factor relacionado con las puntuaciones de adicción a los videojuegos; la relación entre ambos elementos podría estar en consonancia con el uso de videojuegos con una importante carga de violencia en su contenido, provocando una mayor admisibilidad de este tipo de conductas en la vida real.

Se ha realizado también un análisis de regresión incluyendo las puntuaciones en la escala de adicción como variable dependiente y los distintos factores incluidos en el cuestionario CONFIAS relativos al uso de los videojuegos como variables independientes.

En este caso, el modelo stepwise presenta un coeficiente de determinación algo más bajo, en concreto su valor es  $r^2 = 0,137$ . En este caso, los factores de uso de la tecnología parece que tienen un peso menor que en el caso de Internet, aunque un 13,7% de la variabilidad de las puntuaciones de adicción se relaciona con estos factores de uso de los videojuegos.

La aplicación de este modelo muestra dos elementos relevantes:

**Tabla 166**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz.	t	Sig. Error
		B	Error típ.	Beta	B	típ.
2	(Constante)	10,532	1,415		7,443	,000
	¿Con qué frecuencia sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?	4,041	,403	,305	10,029	,000
	¿Juegas con juegos para mayores de 18 años?	3,686	,736	,152	5,007	,000

Estas dos variables relevantes en relación a la adicción a los videojuegos tienen que ver con la frecuencia de uso de dichos videojuegos y con el uso de juegos catalogados para mayores de 18 años. Ambas variables recogen la influencia más relevante del uso de videojuegos sobre las puntuaciones de adicción a esta tecnología.

## **5. USO Y ABUSO DE LA TELEVISIÓN**

## 5.1. Características generales del uso de la televisión

### Televisión en su habitación

Tabla 167

	Frecuencia	Porcentaje
No	784	52,7
Sí	703	47,3
<b>Total</b>	<b>1.487</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	22	1,5

### Tiempo diario de ver la televisión

#### Los días de colegio/instituto

Tabla 168

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	91	6,6
1 hora o menos	330	24,0
Entre 1 y 2 horas	397	28,9
Entre 2 y 3 horas	342	24,9
Entre 3 y 5 horas	149	10,8
Más de 5 horas	67	4,9
<b>Total</b>	<b>1.376</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	133	8,8

#### Fines de semana

Tabla 169

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	41	3,1
1 hora o menos	168	12,7
Entre 1 y 2 horas	253	19,2
Entre 2 y 3 horas	362	27,4
Entre 3 y 5 horas	302	22,9
Más de 5 horas	194	14,7
<b>Total</b>	<b>1.320</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	189	12,5

### Presencia de otras personas cuando ven la televisión

**Tabla 170**

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	344	26,8
Con un amigo/a, novio/a	61	4,8
Con mis hermanos/as	427	33,3
Con mi padre o mi madre	360	28,0
Con hermanos y padres	92	7,2
<b>Total</b>	<b>1.284</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	225	14,9

### Tiempo reducido a otras actividades por ver la televisión

#### A la familia

**Tabla 171**

	Frecuencia	Porcentaje
No	949	64,7
Poco tiempo	407	27,7
Bastante tiempo	82	5,6
Mucho tiempo	29	2,0
<b>Total</b>	<b>1.467</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	42	2,8

#### A amigos, novio/a

**Tabla 172**

	Frecuencia	Porcentaje
No	1163	79,6
Poco tiempo	231	15,8
Bastante tiempo	37	2,5
Mucho tiempo	30	2,1
<b>Total</b>	<b>1.461</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	48	3,2

### A estudiar

Tabla 173

	Frecuencia	Porcentaje
No	559	38,2
Poco tiempo	531	36,3
Bastante tiempo	260	17,8
Mucho tiempo	112	7,7
<b>Total</b>	<b>1.462</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	47	3,1

### A hacer deporte

Tabla 174

	Frecuencia	Porcentaje
No	972	66,6
Poco tiempo	295	20,2
Bastante tiempo	97	6,6
Mucho tiempo	96	6,6
<b>Total</b>	<b>1.460</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	49	3,2

### A dormir

Tabla 175

	Frecuencia	Porcentaje
No	723	49,5
Poco tiempo	441	30,2
Bastante tiempo	225	15,4
Mucho tiempo	72	4,9
<b>Total</b>	<b>1.461</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	48	3,2

### Control paterno de la televisión

**Tabla 176**

	Frecuencia	Porcentaje
No	799	54,0
Sí	682	46,0
<b>Total</b>	<b>1.481</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	28	1,9

### En caso afirmativo, aspectos que controlan

**Tabla 177**

	Frecuencia	Porcentaje
El tiempo que estoy viendo la televisión	254	37,4
Los programas que veo en la televisión	79	11,6
Las dos cosas	346	51,0
<b>Total</b>	<b>679</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	830	55,0

### Programas de televisión favoritos

Se preguntó a los alumnos/as por sus series de televisión favoritas, sin embargo, sus respuestas se refieren a todo tipo de programas. Se incluye a continuación el listado de todos los programas mencionados y su frecuencia de respuesta, aunque hay que tener en cuenta la confusión creada entre series y programas.

**Tabla 178**

	Frecuencia	Porcentaje
Fama	53	3,8
Sé lo que hicisteis...	53	3,8
Entre fantasmas	48	3,5
El hormiguero	95	6,9
Cuenta atrás	5	,4
Brainiac	2	,1
Los hombres de Paco	381	27,6
El internado	514	37,2
H2O	16	1,2
Yo soy Bea	34	2,5
Zoey 101	26	1,9

	Frecuencia	Porcentaje
Los Simpson	351	25,4
Cuéntame	8	,6
MQC (más que coches)	1	,1
Carreras de Fórmula 1	1	,1
Escenas de matrimonio	61	4,4
Aida	227	16,4
El síndrome de Ulises	97	7,0
House	221	16,0
Padre de familia	191	13,8
Dragon Ball	21	1,5
Pasapalabra	9	,7
Hospital Central	57	4,1
Tú sí que vales	11	,8
La familia Mata	82	5,9
Camera Cafe	42	3,0
Los serrano	49	3,6
Prison Break	62	4,5
Física o química	94	6,8
La que se avecina	68	4,9
Al pie de la letra	17	1,2
CSI	84	6,1
Shark	3	,2
Bones	10	,7
Aquí no hay quien viva	23	1,7
OT	54	3,9
Scrubs	2	,1
One tree Hill	13	,9
Friends	71	5,1
Embrujadas	5	,4
Humor amarillo	2	,1
Locos por la ciencia	14	1,0
Mujeres desesperadas	22	1,6
Smallville	18	1,3
Las tontas no van al cielo	34	2,5
Médico de familia	1	,1
Nuevos cómicos	3	,2
Motivos personales	1	,1
Kyle XY	4	,3
Buffy cazavampiros	8	,6
Kenshin	1	,1
Hellsin	1	,1
OC	7	,5
Los Soprano	1	,1
Los hermanos Donelly	1	,1
Perdidos	12	,9
Crímenes imperfectos	2	,1

	Frecuencia	Porcentaje
Cuestión de sexo	31	2,2
Siete vidas	2	,1
Sin tetas no hay paraíso	45	3,3
Supermodelo	33	2,4
La señora	8	,6
Cómo conocí a vuestra madre	1	,1
Casi Ángeles	3	,2
Lo que me gusta de tí	2	,1
Drake y Josh	7	,5
Anatomía de Grey	33	2,4
Chiquitas	2	,1
Hotel dulce hotel	9	,7
Callejeros	14	1,0
Shin Chan	16	1,2
Floricienta	2	,1
Monster Garage	5	,4
Muchachada Nui	4	,3
El coche fantástico	1	,1
Raven	10	,7
Pura sangre	17	1,2
Malcom	2	,1
JAG Alerta Roja	1	,1
¿Quién quiere ser millonario?	2	,1
Reaper	2	,1
Cinco hermanos	1	,1
Amar en tiempos revueltos	4	,3
Héroes	6	,4
CQC	3	,2
Allá tú	1	,1
Bleach	3	,2
Hanna Montana	13	,9
El intermedio	9	,7
NAVY, Investigación Criminal	2	,1
Marina	21	1,5
No te lo pongas	1	,1
Monk	3	,2
Me llamo Earl	5	,4
Lizzie McGuire	1	,1
Britain's got	1	,1
Everwood	1	,1
Patito feo	1	,1
Rebelde	9	,7
Viviendo con Derek	1	,1
Rebelde	2	,1

	Frecuencia	Porcentaje
Dave el bárbaro	1	,1
El comisario	3	,2
Así se hace	2	,1
Pokemon	3	,2
Southpark	2	,1
Made iquiero cambiar!	1	,1
Buenafuente	5	,4
Miami ink	2	,1
La zona D	1	,1
Mentes criminales	5	,4
The unit	1	,1
Todos a 100	3	,2
The simple life	1	,1
Caso abierto	1	,1
Pasión de gavilanes	4	,3
Cuarto milenio	7	,5
Futurama	19	1,4
Herederos	2	,1
Las Vegas	1	,1
La ruleta de la suerte	1	,1
American Choopers	3	,2
El último superviviente	1	,1
Érase una vez	3	,2
Zatch Bell	1	,1
Padre made in USA	1	,1
Angel	2	,1
Overmaullin	1	,1
Silvan	1	,1
Gantz	1	,1
Bobobo	2	,1
Texhnolyze	1	,1
Diario de un adolescente	1	,1
Money money	1	,1
Hollywood on set	1	,1
Star Gate	2	,1
Manual de supervivencia	1	,1
Documentos TV	1	,1
Sin rastro	1	,1
Smackdown	3	,2
Dexter	7	,5
Sexo en Nueva York	3	,2
Guerra en casa	1	,1
El zorro	1	,1
La tira	3	,2
Vaya semanita	1	,1
Dirt	1	,1

	Frecuencia	Porcentaje
El encantador de perros	1	,1
Madrileños por el mundo	1	,1
Medicina insólita	1	,1
Esta casa era una ruina	1	,1
Dame chocolate	2	,1
Rex	1	,1
Está pasando	1	,1
One piece	1	,1
UPA dance	3	,2
El diario de Patricia	3	,2
Cari en la Casa Blanca	1	,1
Guasanga	1	,1
Dark Angel	2	,1
Desafío extremo	1	,1
La banda del patio	1	,1
Walker	1	,1
El alzamiento del 2 de mayo	2	,1
Los magos de Beverly Place	1	,1
Mr Been	1	,1
Acorralada	1	,1
Cómo conocí a vuestra madre	1	,1
Lex	1	,1
Instant star	1	,1
Gran hermano	3	,2
Psych	2	,1
Pretty cure	1	,1
Amarte así Frijolito	1	,1
Tienes talento	1	,1
Código Lioko	2	,1
NCIS	1	,1
The Closer	1	,1
Roma	1	,1
Ponte a prueba	1	,1
<b>Total</b>	<b>1.379</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	130	8,6

## Aspectos atractivos de las series de televisión

### Identificación con las relaciones personales de los protagonistas

**Tabla 179**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	420	28,7
Poco	516	35,3
Bastante	349	23,9
Mucho	177	12,1
<b>Total</b>	<b>1.462</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	47	3,1

### Identificación con lo que les sucede a los protagonistas

**Tabla 180**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	494	33,7
Poco	517	35,3
Bastante	312	21,3
Mucho	141	9,6
<b>Total</b>	<b>1.464</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	45	3,0

### Reflejo de problemas sociales o sucesos reales pero lejanos

**Tabla 181**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	288	19,7
Poco	353	24,1
Bastante	550	37,6
Mucho	271	18,5
<b>Total</b>	<b>1.462</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	47	3,1

### Reflejo de problemas que preocupan a los jóvenes aunque no les sucedan

**Tabla 182**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	275	18,8
Poco	373	25,6
Bastante	537	36,8
Mucho	274	18,8
<b>Total</b>	<b>1.459</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	50	3,3

### Humor

**Tabla 183**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	52	3,6
Poco	138	9,5
Bastante	424	29,1
Mucho	844	57,9
<b>Total</b>	<b>1.458</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	51	3,4

### Sucesos que no ocurren en la vida real, inverosímiles

**Tabla 184**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	286	19,7
Poco	553	38,1
Bastante	392	27,0
Mucho	221	15,2
<b>Total</b>	<b>1.452</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	57	3,8

### Adecuación a la edad

**Tabla 185**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	501	34,5
Poco	500	34,4
Bastante	306	21,1
Mucho	146	10,0
<b>Total</b>	<b>1.453</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	56	3,7

### Ajenos a su vida y a lo que les sucede

**Tabla 186**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	436	30,0
Poco	611	42,1
Bastante	265	18,2
Mucho	141	9,7
<b>Total</b>	<b>1.453</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	56	3,7

### Gusto por los actores

**Tabla 187**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	234	16,1
Poco	333	22,9
Bastante	485	33,3
Mucho	405	27,8
<b>Total</b>	<b>1.457</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	52	3,4

### Dramatismo

**Tabla 188**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	618	42,5
Poco	539	37,0
Bastante	209	14,4
Mucho	89	6,1
<b>Total</b>	<b>1.455</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	54	3,6

### Reflejo de la realidad de otra época

**Tabla 189**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	552	38,0
Poco	501	34,5
Bastante	253	17,4
Mucho	148	10,2
<b>Total</b>	<b>1.454</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	55	3,6

### Valoración del uso que se hace de la televisión

#### Enganche a la televisión

**Tabla 190**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	768	51,8
Poco	532	35,9
Bastante	137	9,2
Mucho	45	3,0
<b>Total</b>	<b>1482</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	27	1,8

#### Vía de escape de problemas

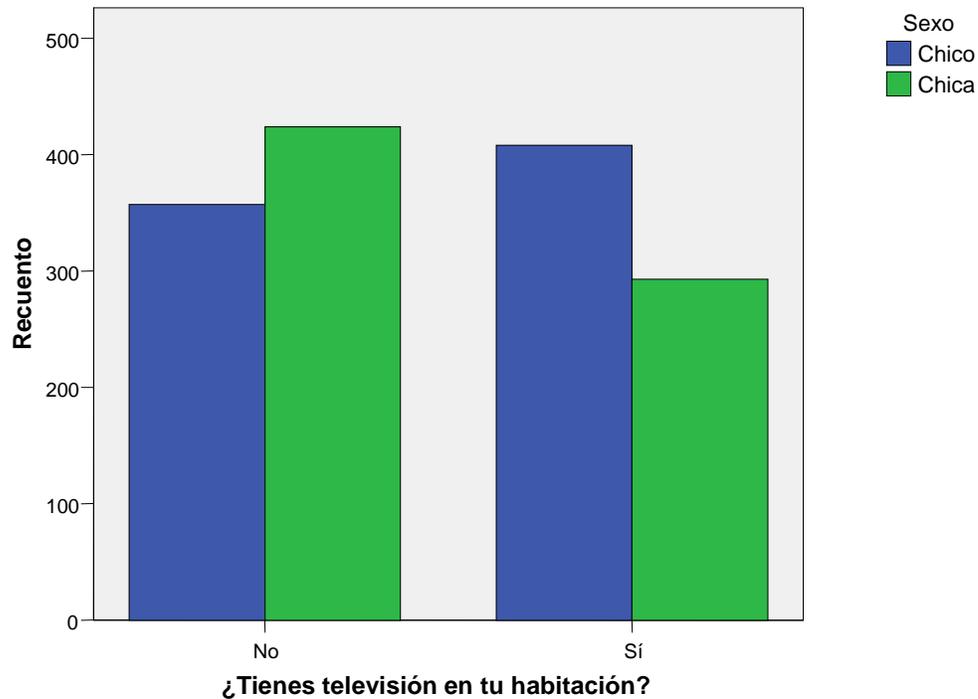
**Tabla 191**

	Frecuencia	Porcentaje
Nada	896	60,4
Poco	389	26,2
Bastante	139	9,4
Mucho	59	4,0
<b>Total</b>	<b>1483</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	26	1,7

## 5.2. Uso de la televisión según edad y sexo

El primer dato destacable es que hay una proporción significativamente mayor de chicos que de chicas que tienen televisión en su habitación.

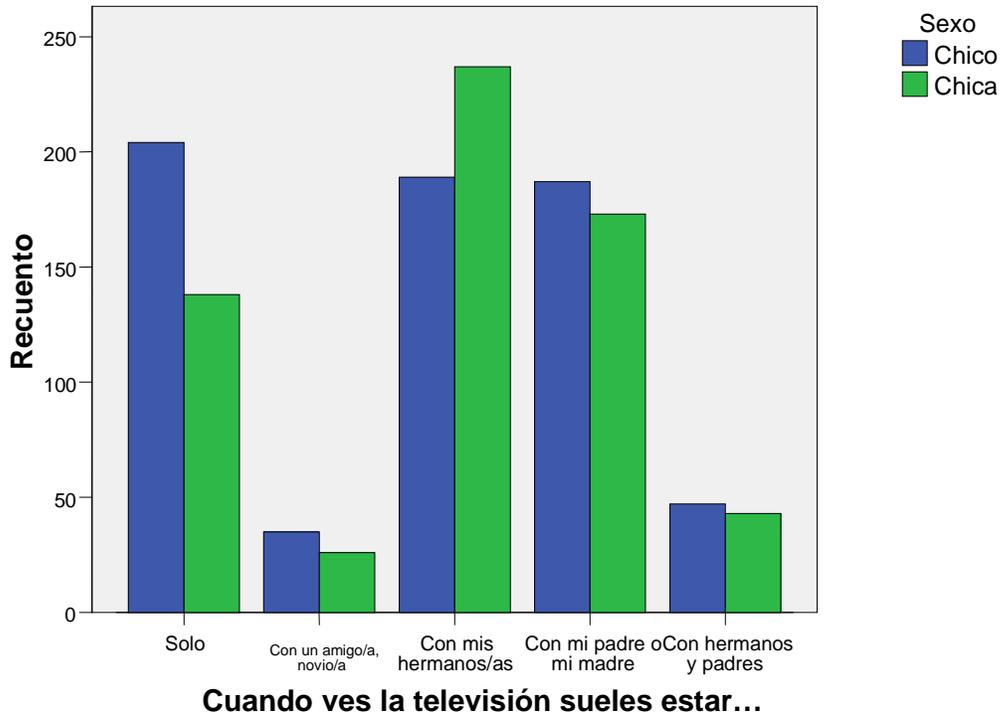
**Gráfico 81**



El tiempo que dedican a ver la televisión es el mismo en chicos y chicas, tanto los días de diario como los fines de semana.

Respecto a con quien se encuentran cuando ven la televisión, los chicos manifiestan en mayor medida que las chicas estar solos, en cambio, las chicas declaran en mayor medida que los varones estar con hermanos/as.

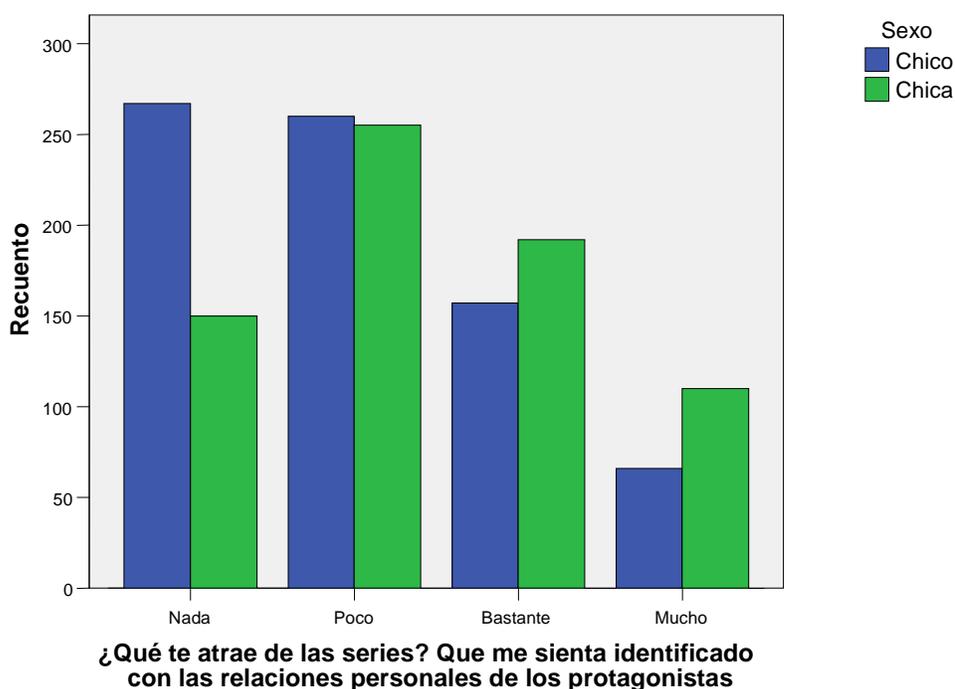
**Gráfico 82**



En referencia a las características que les atraen de las series televisivas, hay grandes diferencias estadísticamente significativas dependiendo del sexo. Se especifican a continuación.

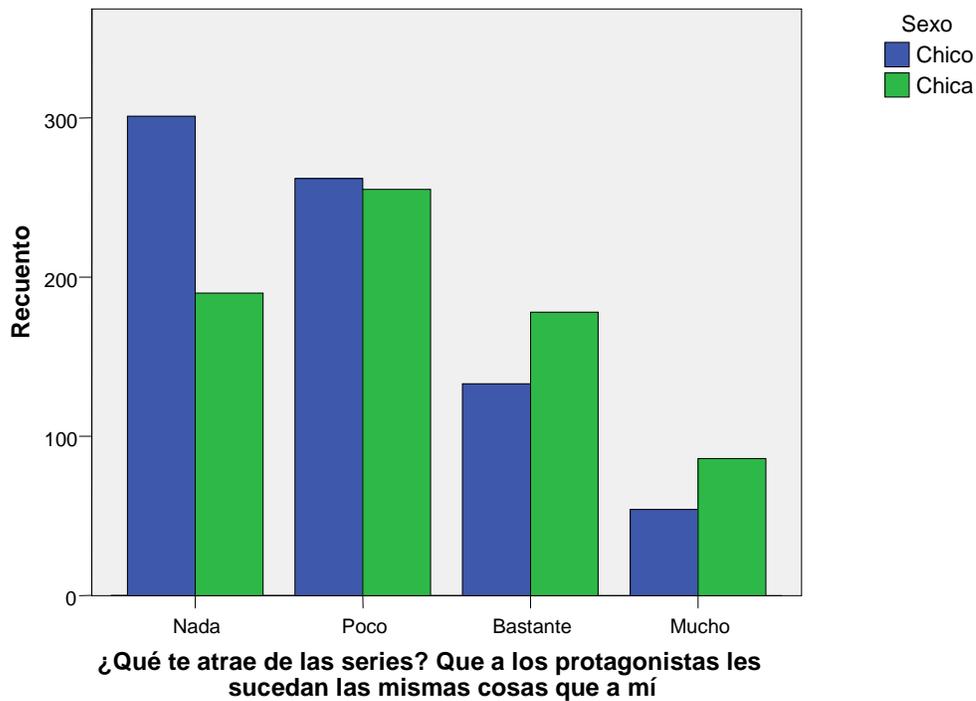
El hecho de sentirse identificados con las 'relaciones personales de los protagonistas' es una característica que no atrae NADA a más chicos que chicas, en cambio, las chicas manifiestan en mayor medida que esta característica les atrae BASTANTE o MUCHO.

**Gráfico 83**

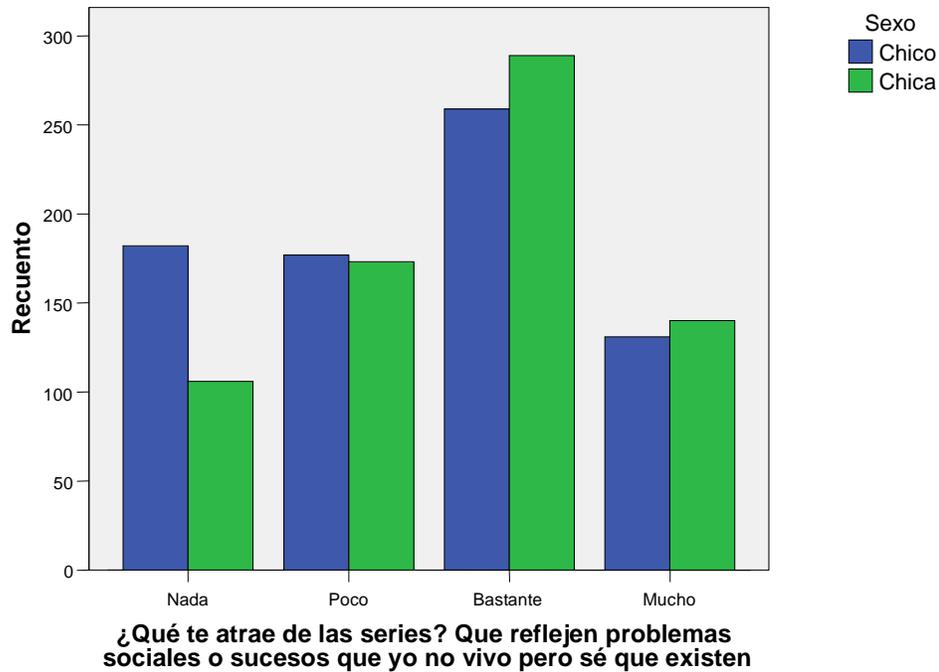


Igual sucede cuando consideran que 'a los protagonistas de las series les ocurre lo mismo que a ellos/as', es una característica que atrae en mayor medida a las chicas, así como el hecho de que las series 'reflejen problemas sociales o sucesos que saben que existen aunque ellos no los vivan'.

**Gráfico 84**

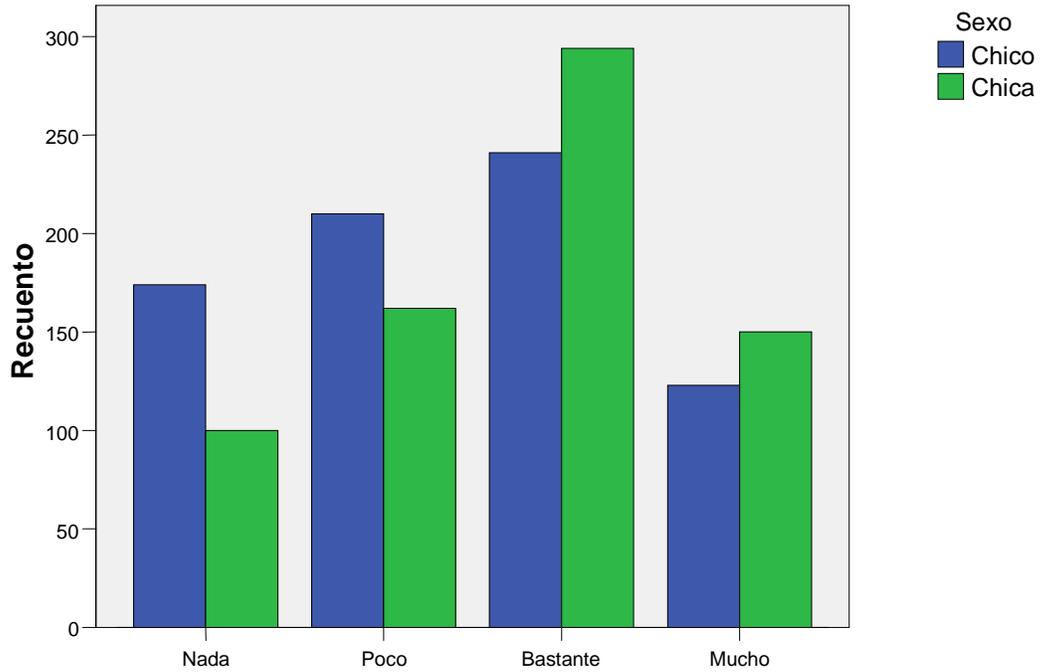


**Gráfico 85**



Cuando se trata de series que 'reflejan problemas que preocupan a los jóvenes aunque a ellos no les pase' también atrae en mayor grado a las chicas que a los chicos; los varones señalan en mayor proporción la categoría NADA mientras que las chicas son mayoría en la categoría BASTANTE.

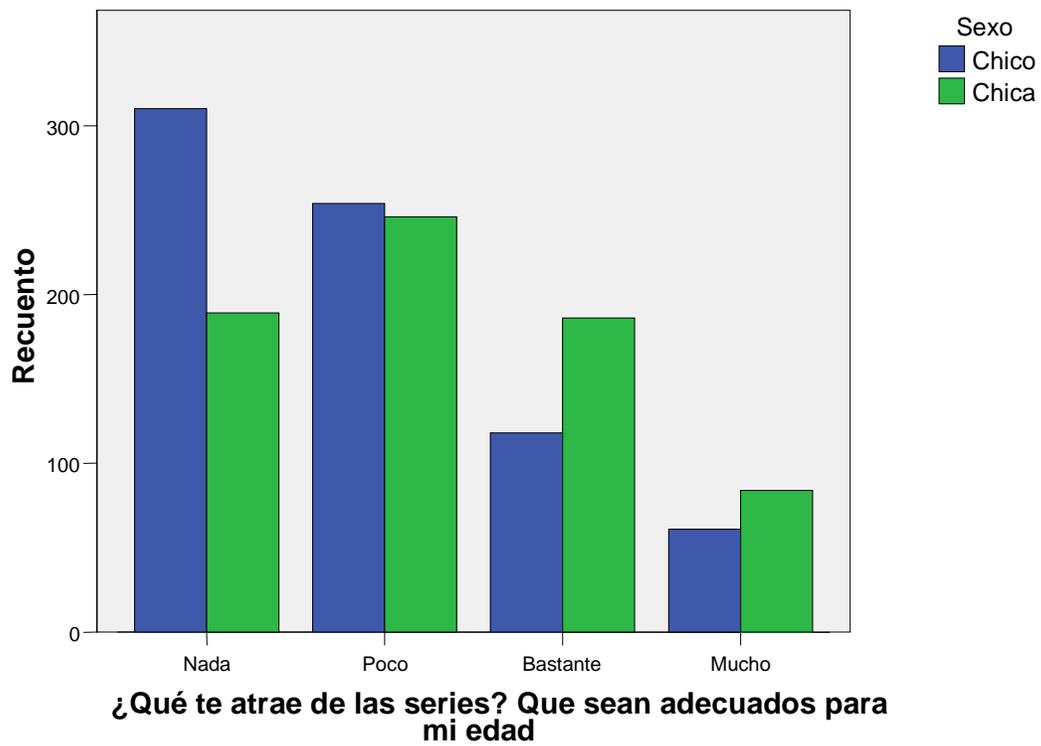
**Gráfico 86**



**¿Qué te atrae de las series? Que reflejen problemas que preocupan a los jóvenes, aunque a mí no me pasen**

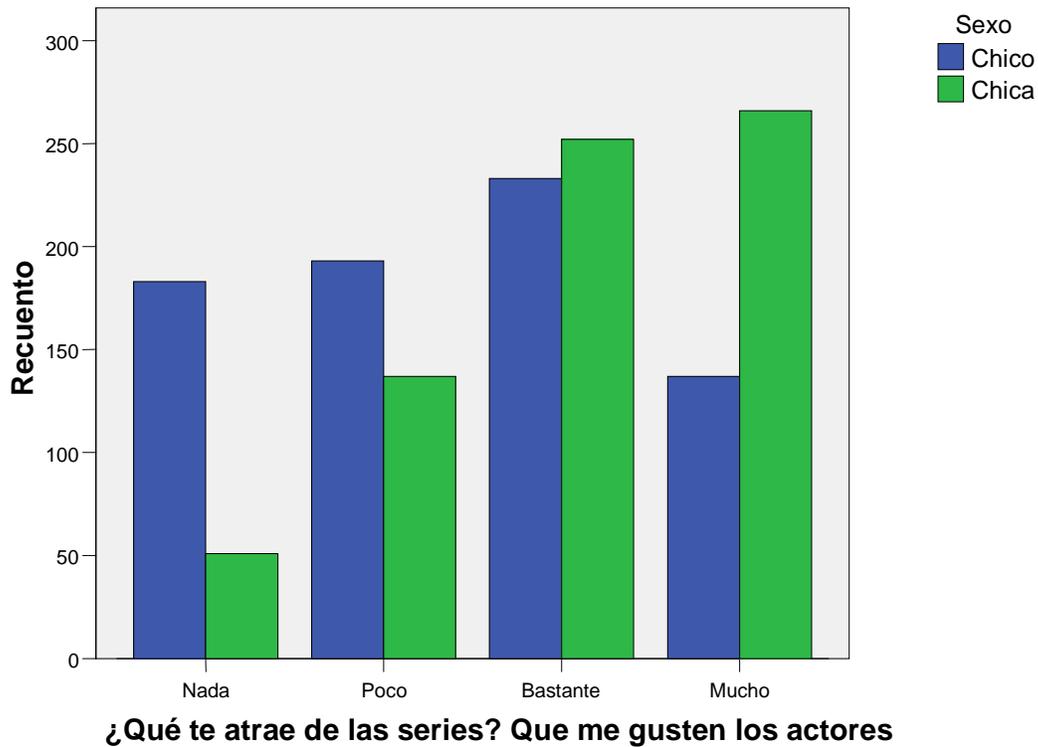
El mismo patrón de respuesta aparece cuando manifiestan que se sienten atraídos por series 'adecuadas para su edad'.

**Gráfico 87**



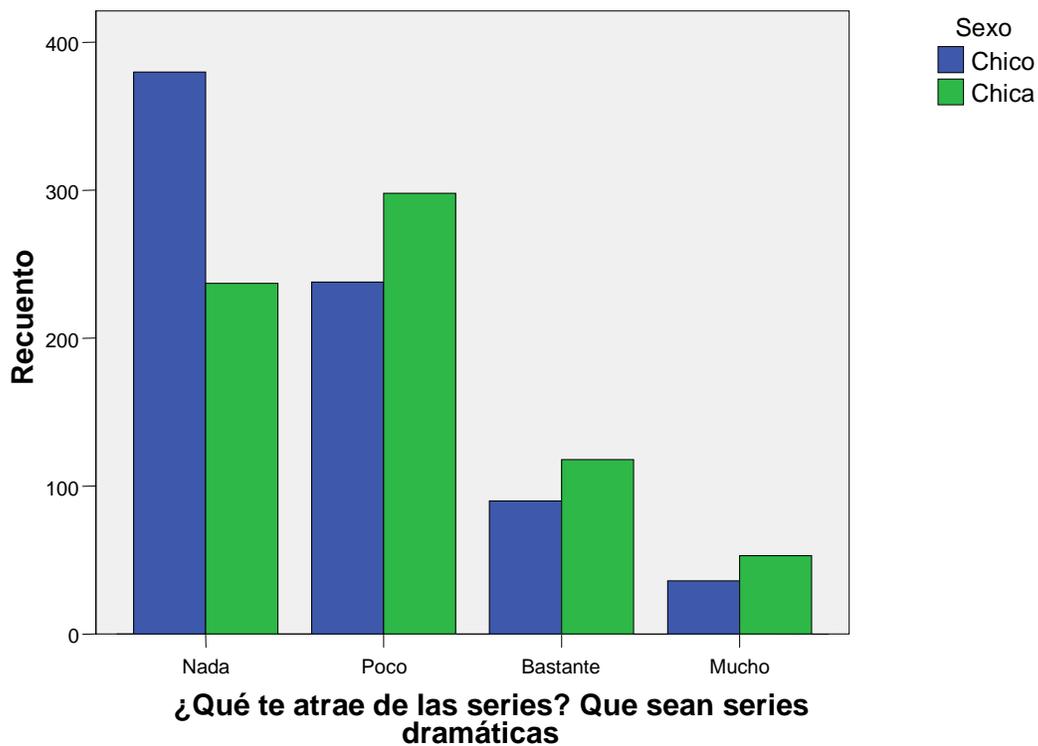
De igual manera se definen cuando lo que les atrae es el 'gusto por los actores'. Los chicos señalan en mayor proporción que las chicas que esa característica les atrae NADA o POCO. En cambio, las chicas señalan en una proporción significativamente mayor que les atrae MUCHO.

**Gráfico 88**



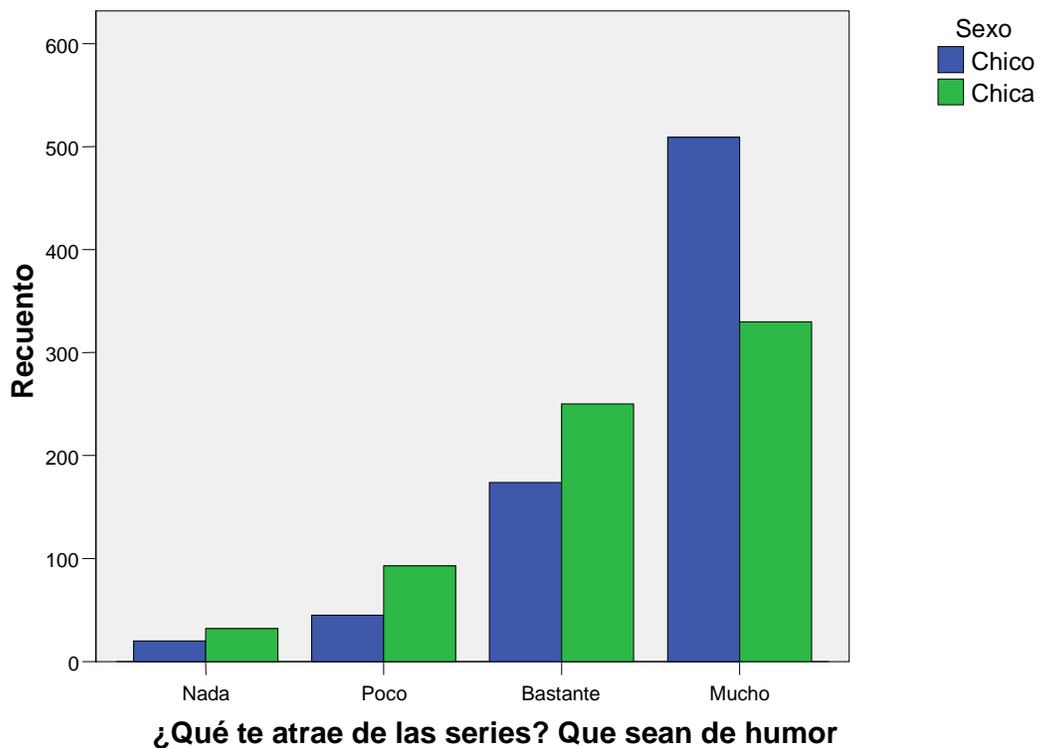
El hecho de que las series 'sean dramáticas' no es una de las cualidades que más atrae; sin embargo, las chicas muestran una preferencia algo mayor por ella – a través de las categoría POCO y BASTANTE- que los chicos, que en mayor proporción señalan que no les atrae NADA.

**Gráfico 89**



Los chicos solamente destacan en una categoría respecto a las chicas, concretamente en las series 'que sean de humor'. Aquí, los varones señalan mayoritariamente la categoría MUCHO, mientras que las chicas se inclinan por un menor grado, POCO o BASTANTE.

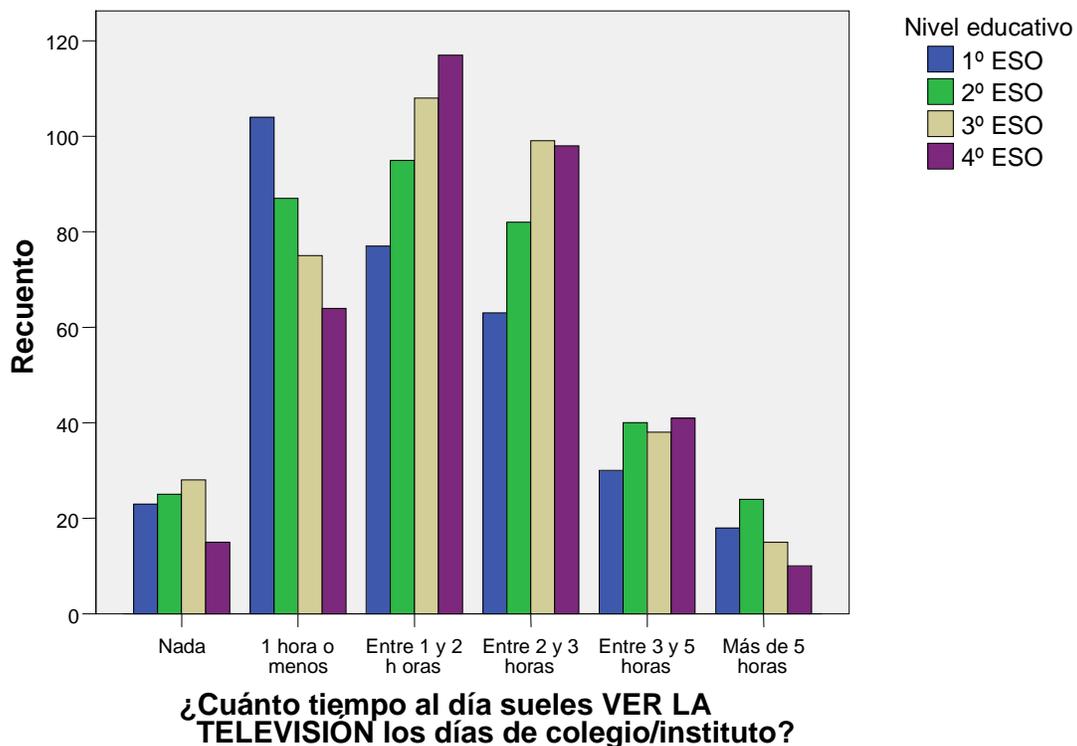
**Gráfico 90**



No hay diferencias por sexo en el control paterno. Tampoco se aprecian diferencias en la sensación que tienen ambos sexos por estar 'enganchados' a la televisión.

Hay diferencias estadísticamente significativas según la edad de los alumnos en el tiempo que ven la televisión los días de diario. El porcentaje de chicos/as que ven la televisión UNA HORA O MENOS tiende a disminuir significativamente a medida que aumenta la edad; por el contrario, el porcentaje de los que la ven ENTRE UNA Y DOS HORAS y ENTRE DOS Y TRES HORAS aumenta con la edad. Esto significa que según son más mayores tienden a ver más tiempo la televisión.

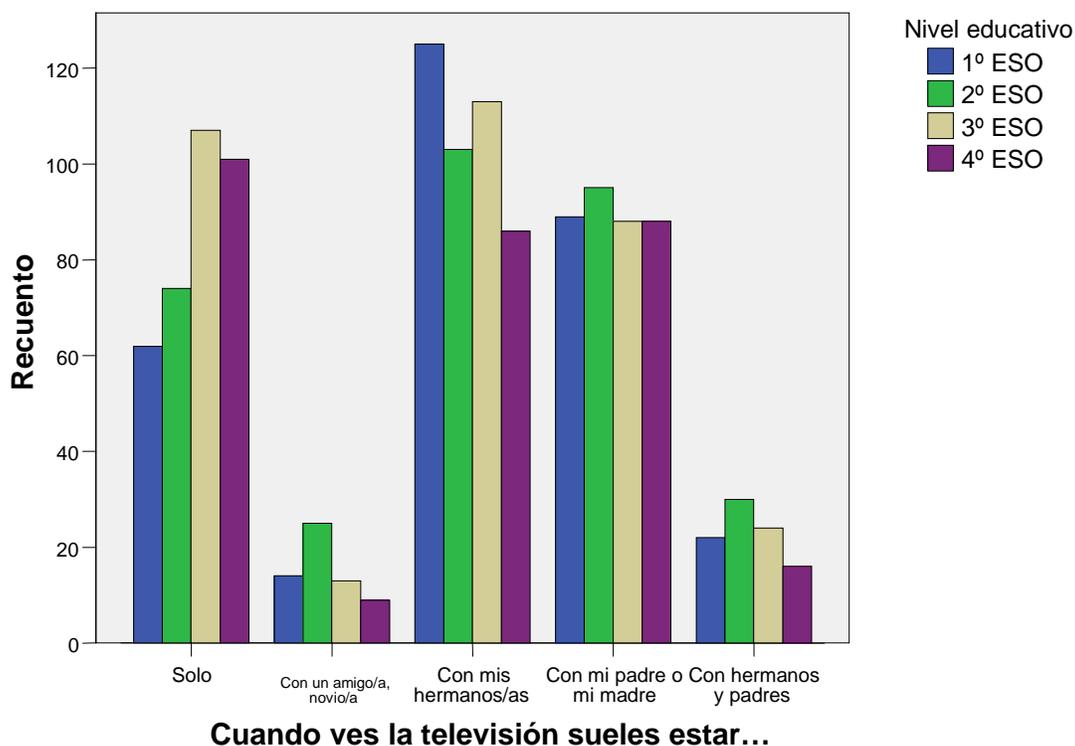
**Gráfico 91**



En el tiempo de ver la televisión los fines de semana, no hay diferencias según el curso, lo que implica que todos los chicos/as, independientemente de su edad, ven el mismo tiempo la televisión los fines de semana.

En relación a las personas con las que suelen estar cuando ven la televisión, el resultado más destacable se centra en el hecho de que la proporción de chicos/as que suelen estar solos viendo la televisión se incrementa significativamente según van siendo más mayores; en sentido contrario, disminuye paulatinamente con la edad el número de chicos/as que ven la televisión con sus hermanos. Por otra parte, también llama la atención el hecho de que los alumnos de 2º curso de ESO son los que más suelen ver la televisión con amigos/as o novio/a, en comparación con los otros tres cursos de Educación Secundaria.

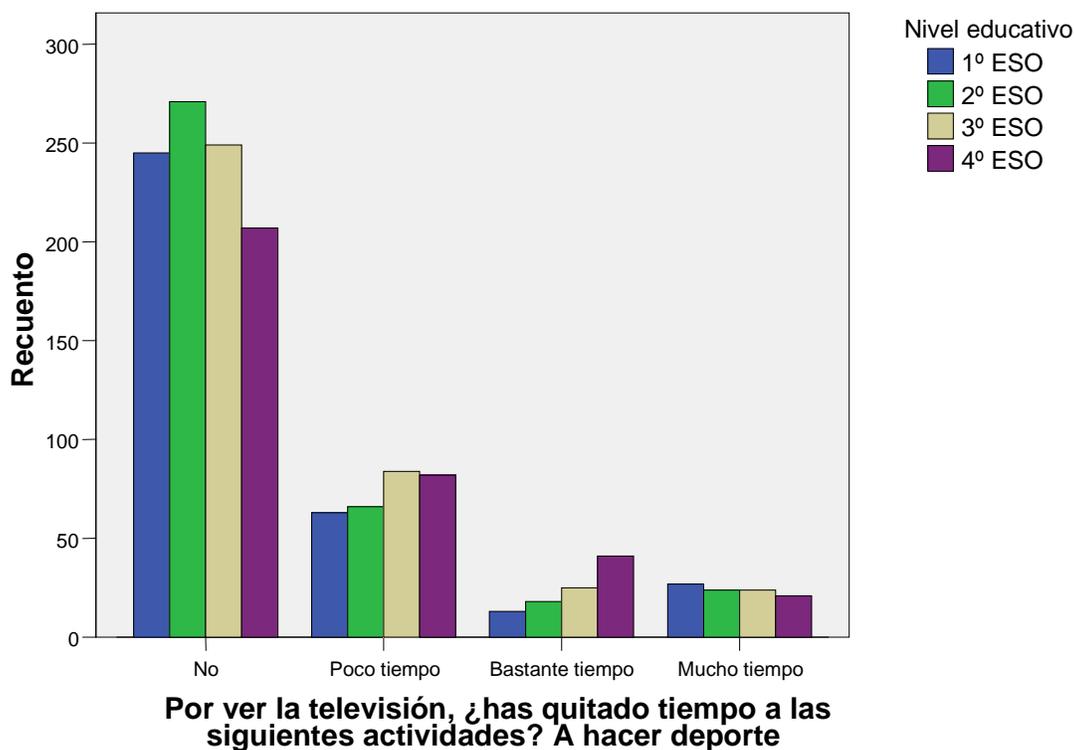
**Gráfico 92**



Al preguntar a los chicos sobre si quitan tiempo a alguna actividad por ver la televisión, las respuestas son homogéneas en casi todas las actividades –estar con la familia, estar con amigos, estudiar, dormir-, sin apreciarse diferencias significativas respecto a la edad; esto no implica que no hayan quitado tiempo a estas actividades (ver descriptivos para una información más amplia) sino que el tiempo quitado es similar a todas las edades.

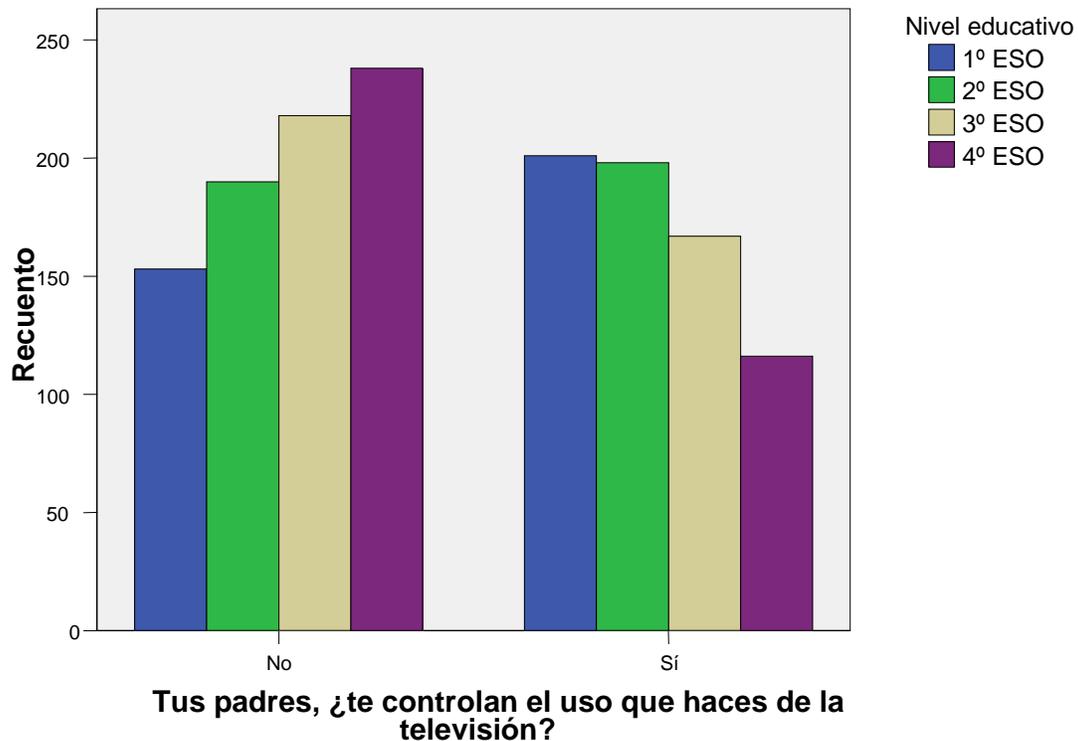
Solamente en el tiempo quitado a hacer deporte por ver la televisión hay diferencias significativas según la edad de los chicos/as. La proporción de alumnos que declaran que NO han quitado tiempo a hacer deporte por ver la televisión es elevada en los tres primeros cursos de ESO y desciende en 4º curso. Por el contrario, el número de chicos que afirma haber quitado BASTANTE TIEMPO al deporte aumenta con la edad, especialmente en el último curso de ESO.

**Gráfico 93**



Respecto al control paterno que reciben sobre la televisión hay un claro descenso de dicho control a medida que son más mayores o, al menos, es así como los chicos/as lo perciben y lo manifiestan.

**Gráfico 94**



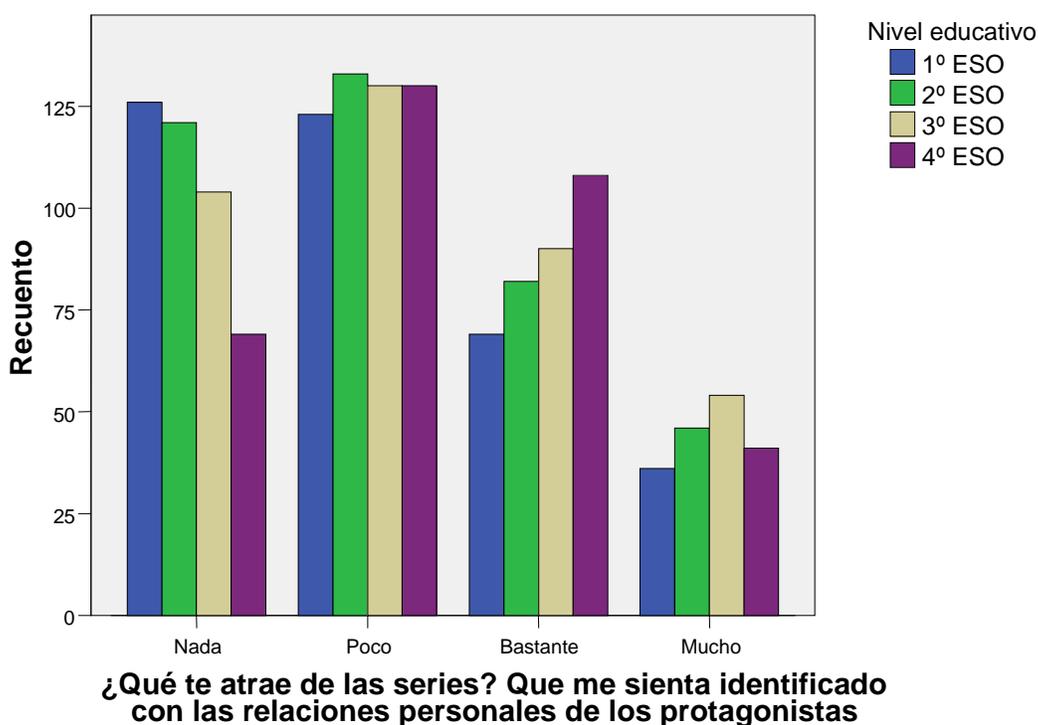
En referencia a lo que les controlan de la televisión –el tiempo o los programas que ven- no se aprecian diferencias estadísticamente significativas entre unas edades y otras.

Otro aspecto importante desde el punto de vista evolutivo se refiere a las características que les resultan atractivas de las series. En muchas de ellas, hay importantes diferencias según la edad de los chicos.

En concreto:

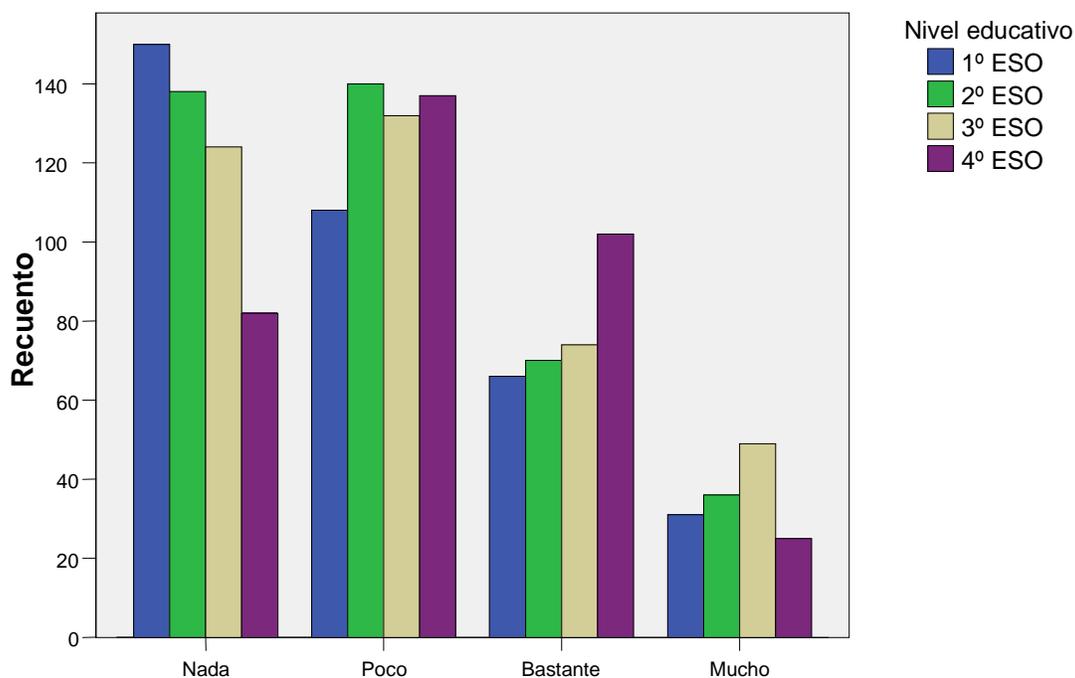
Según van siendo más mayores, les atrae más el hecho de sentirse identificados con las relaciones personales de los protagonistas. La proporción de chicos que señalan que esta característica no les atrae NADA disminuye significativamente a medida que pertenecen a cursos superiores; en cambio, la proporción de chicos que señalan que esto les atrae BASTANTE aumenta con la edad.

**Gráfico 95**



El mismo patrón de respuesta se encuentra respecto a la característica de que a los protagonistas les sucedan las mismas cosas que a ellos. A medida que perteneces a cursos superiores, disminuye la proporción de chicos/as a los que no les atrae NADA esta característica de las series. En sentido inverso, la proporción de chicos que señalan que esto les atrae BASTANTE en una serie aumenta con la edad, especialmente en 4º de ESO respecto a los otros tres cursos anteriores.

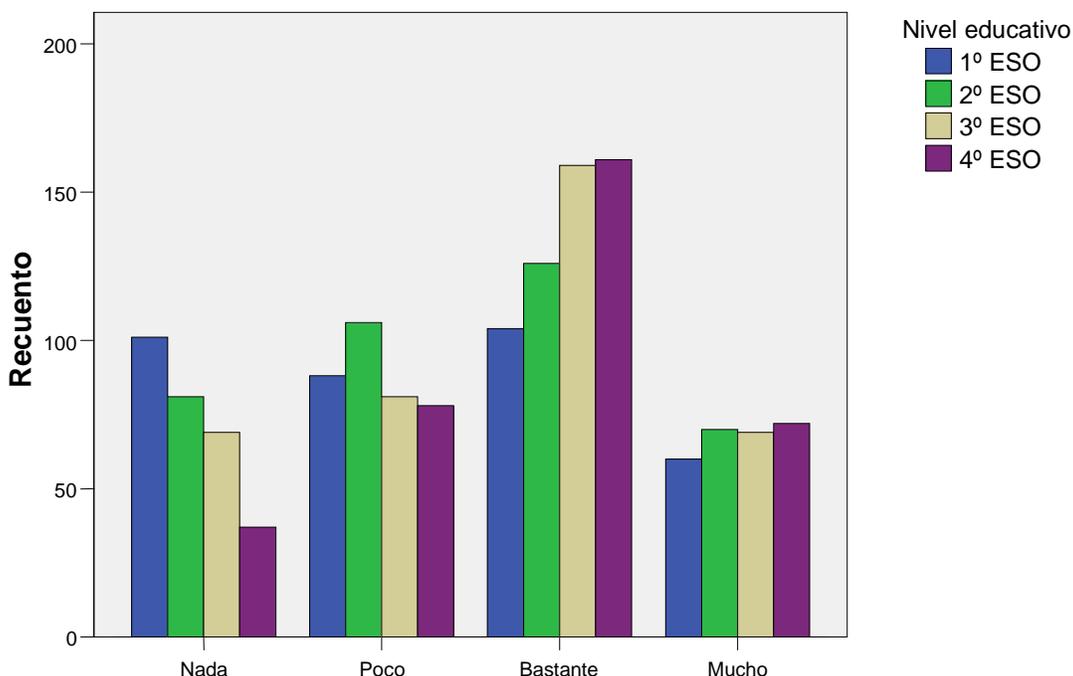
**Gráfico 96**



**¿Qué te atrae de las series? Que a los protagonistas les sucedan las mismas cosas que a mí**

Cuando se trata de series que reflejan problemas sociales o sucesos que ellos mismos no viven pero que saben que existen, también aparecen diferencias estadísticamente significativas según la edad. Esta característica atrae **BASTANTE** según van siendo más mayores. En cambio, el porcentaje de chicos/as que afirman que esto no les atrae **NADA** en una serie disminuye según avanza el nivel educativo.

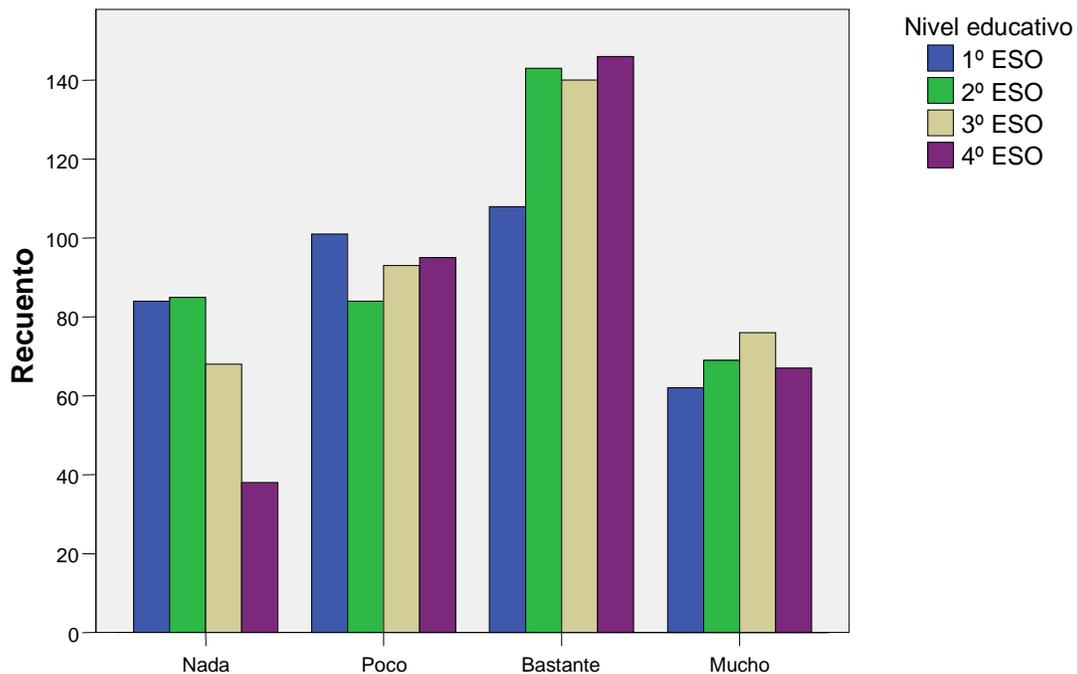
**Gráfico 97**



**¿Qué te atrae de las series? Que reflejen problemas sociales o sucesos que yo no vivo pero sé que existen**

Las series que reflejan problemas que preocupan a los jóvenes aunque a ellos no les pasen atraen **BASTANTE** según van siendo más mayores; en cambio, esta característica no atrae **NADA** a un mayor número de alumnos más jóvenes, en comparación a los más mayores.

**Gráfico 98**



**¿Qué te atrae de las series? Que reflejen problemas que preocupan a los jóvenes, aunque a mí no me pasen**

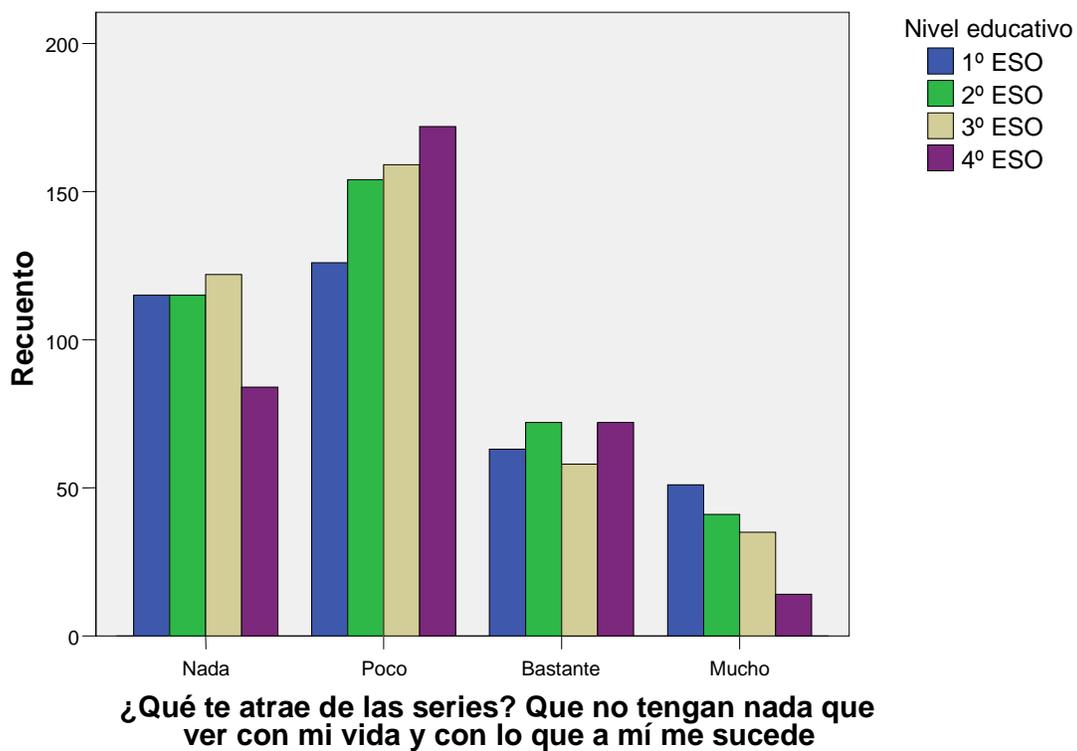
El hecho de que una serie sea adecuada para su edad resulta menos atractivo según van siendo más mayores, una elevada proporción de alumnos de 3º y 4º de ESO no les atrae NADA; por el contrario, es una característica que señalan un mayor número de chicos de los primeros cursos, en comparación con los últimos, que atrae BASTANTE.

**Tabla 192**

		Nivel educativo				Total
		1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Nada	Recuento	96	128	145	132	<b>501</b>
	% de Nivel educativo	27,3%	33,9%	38,4%	38,3%	<b>34,5%</b>
Poco	Recuento	104	125	148	123	<b>500</b>
	% de Nivel educativo	29,5%	33,1%	39,2%	35,7%	<b>34,4%</b>
Bastante	Recuento	105	78	52	71	<b>306</b>
	% de Nivel educativo	29,8%	20,6%	13,8%	20,6%	<b>21,1%</b>
Mucho	Recuento	47	47	33	19	<b>146</b>
	% de Nivel educativo	13,4%	12,4%	8,7%	5,5%	<b>10,0%</b>

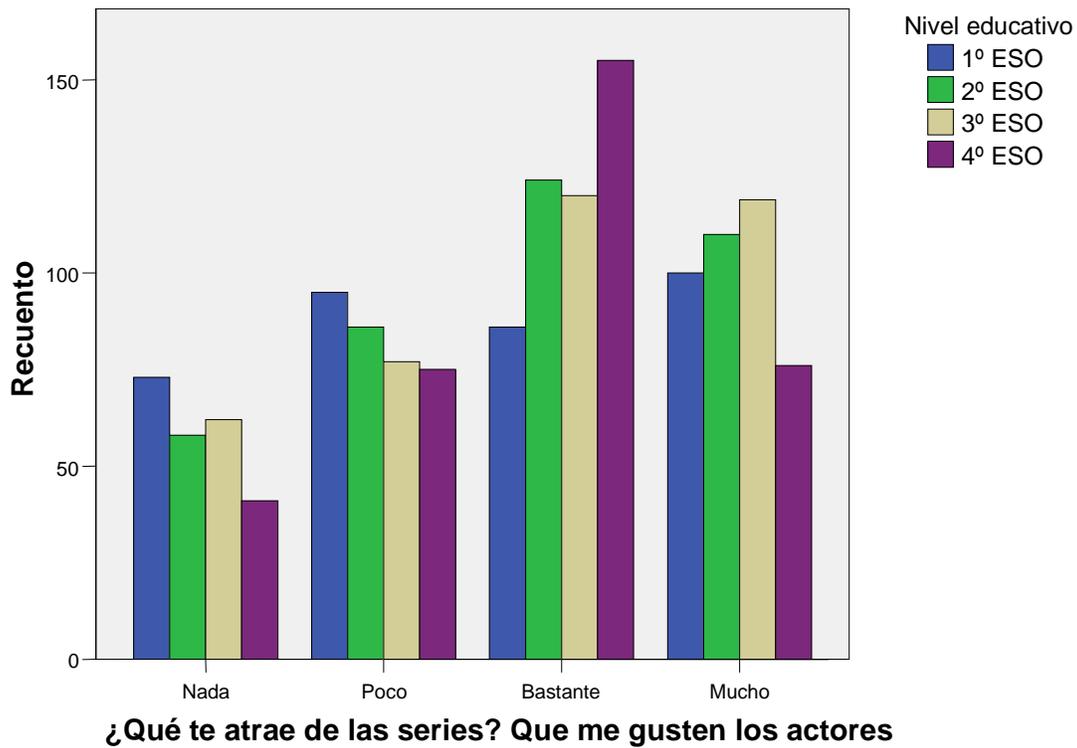
Las series que no tienen nada que ver con la vida de los alumnos y con lo que a ellos les sucede atraen de manera desigual dependiendo de la edad. Se aprecia que la proporción de alumnos a los que esta característica les atrae UN POCO se incrementa a medida que aumenta el nivel educativo. Por el contrario, esta característica atrae MUCHO a un mayor número de chicos de los primeros cursos, en comparación con los de 4º de ESO.

**Gráfico 99**



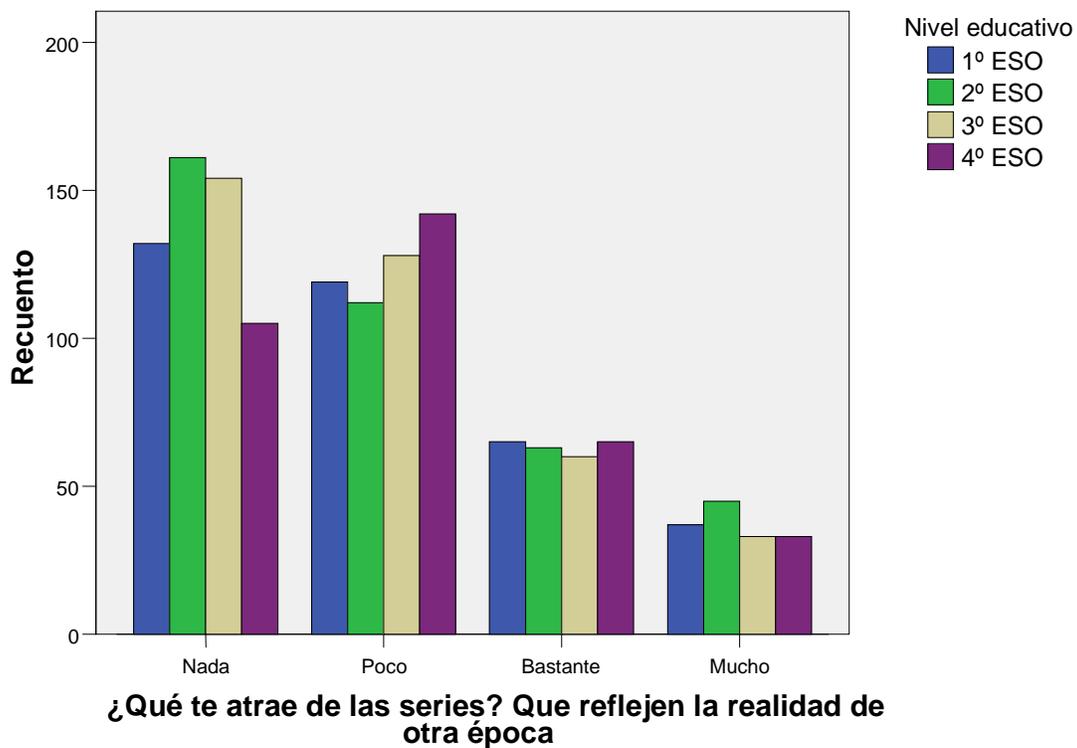
El gusto por las series según los actores que intervengan en ella es una característica que atrae BASTANTE a los alumnos de 4º de ESO, mientras que en los otros niveles educativos las opiniones se encuentran bastante repartidas.

**Gráfico 100**



Las series que reflejan la realidad de otra época atraen algo más a los alumnos de 4º curso que a los de los otros tres niveles educativos. Concretamente, la proporción de alumnos mayores que manifiestan que no les atraen NADA es menor que el porcentaje de alumnos de los otros cursos; además, el porcentaje de chicos/as de 4º que afirman que les atraen UN POCO es más elevado que el de los chicos/as de 1º, 2º y 3º de ESO.

**Gráfico 101**



Otras características de las series, como el hecho de que sean de humor, que sucedan cosas inverosímiles que no ocurren en la vida real, o que reflejen la realidad de otra época, no son características que definan de modo diferente según la edad.

Finalmente, no se aprecian diferencias significativas en función del curso en el enganche a la televisión de los chicos/as (ver descriptivos).

### 5.3. Perfiles de uso de la televisión

#### **CLUSTER 4- Frecuencia de uso bajo, atracción baja (n=236).**

El 47 % de este grupo tiene televisión en su habitación. La ven una hora o menos los días lectivos y entre una y tres horas los fines de semana. Consideran que no hay quitado tiempo a otras actividades por ver la televisión. En general no se sienten atraídos por las serie, solamente por las de humor.

#### **CLUSTER 2- Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa (n=300).**

No suelen tener televisión en su habitación; la ven dos horas o menos tiempo los días lectivos y entre una y tres horas los fines de semana o festivos. Suelen estar acompañados de sus padres o hermanos cuando ven la televisión. No consideran que hayan quitado tiempo a ninguna actividad por ver la televisión. Son el grupo con mayor control paterno. Prefieren las series de humor, aunque hay otras características que les atraen bastante como los actores, las series adecuadas para su edad o con problemas sociales o juveniles.

#### **CLUSTER 1- Frecuencia de uso alto, atracción media (n=265).**

La mayoría tienen televisión en su habitación; la ven entre 2 y 3 horas los días de colegio o instituto y más de tres horas los fines de semana. Suelen estar acompañados por sus hermanos. Consideran que no han quitado tiempo a otras actividades por ver la televisión, solamente un poco de tiempo a estudiar. Es el grupo que tiene menos control paterno. Es el grupo que más se siente atraído por las series de humor. Reconocen que les atraen bastante o mucho las series que tienen a sus actores preferidos, así como las series que reflejan problemas sociales o de los jóvenes. No muestran atracción por las series adecuadas para su edad, dramáticas o que reflejan realidades de otra época.

#### **CLUSTER 3- Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos (n=261).**

Casi la mitad del grupo tiene televisión en su habitación. La suelen ver entre una y tres horas los días de colegio/instituto y entre dos y cinco horas los fines de semana. La mayoría está solo mientras ven la televisión. Consideran que han quitado un poco de tiempo a estudiar a dormir y a estar con la familia por ver la televisión. Les atraen mucho las series de humor, que reflejan problemas sociales o juveniles y con actores que les gusten. Otras características también les atraen pero en menor grado.

FRECUENCIAS (porcentajes) DE USO DE LA TELEVISIÓN EN CADA GRUPO

**Tabla 193**

		Cluster 4	Cluster 2	Cluster 1	Cluster 3
TV habitación	Sí	47,0	33,0	58,5	47,5
Frecuencia diario	Nada	14,8	7,3		1,1
	1 hora o menos	40,3	39,3	,4	17,6
	Entre 1 y 2 horas	31,8	41,3	10,9	36,8
	Entre 2 y 3 horas	12,3	10,3	44,9	34,1
	Entre 3 y 5 horas	,8	1,7	29,1	8,4
	Más de 5 horas			14,7	1,9
Frecuencia fin de semana	Nada	6,8	2,3		,8
	1 hora o menos	25,4	18,3		5,7
	Entre 1 y 2 horas	28,0	28,7	,4	18,0
	Entre 2 y 3 horas	35,2	35,7	9,1	33,7
	Entre 3 y 5 horas	4,2	14,0	43,4	33,7
	Más de 5 horas	,4	1,0	47,2	8,0
Sueles estar	Solo	44,1	,3	30,6	41,8
	Amigo/a, novio/a	5,5	,3	3,4	6,5
	Hermano o hermana	34,7	34,3	35,8	33,3
	Padre o madre	14,0	47,0	24,2	16,9
	Padres y hermanos	1,7	18,0	6,0	1,5
Tiempo a familia	No	74,6	68,0	58,5	49,8
	Poco tiempo	20,8	29,7	27,5	37,2
	Bastante tiempo	3,0	1,7	8,3	8,4
	Mucho tiempo	,8		3,0	2,3
Amigos	No	84,7	83,0	71,7	75,1
	Poco tiempo	12,3	14,7	19,2	18,8
	Bastante tiempo	1,3	,7	3,4	2,3
	Mucho tiempo	,8	,3	2,3	1,5

		Cluster 4	Cluster 2	Cluster 1	Cluster 3
Estudiar	No	47,9	45,3	26,8	26,1
	Poco tiempo	35,6	38,7	32,1	38,7
	Bastante tiempo	11,0	13,7	23,0	23,8
	Mucho tiempo	5,1	1,3	15,1	8,8
Deporte	No	81,4	68,3	56,6	57,5
	Poco tiempo	12,3	24,7	19,2	23,4
	Bastante tiempo	3,0	4,3	9,1	10,3
	Mucho tiempo	2,5	2,0	12,1	6,5
Dormir	No	57,6	51,7	43,8	36,0
	Poco tiempo	26,7	32,7	29,1	35,2
	Bastante tiempo	11,9	13,0	19,6	18,4
	Mucho tiempo	3,0	2,0	4,5	8,0
Control padres	Sí	44,5	54,7	36,6	49,4
Identificado protagonistas	No	60,2	15,7	36,2	1,9
	Poco	33,9	44,0	47,2	18,8
	Bastante	4,7	35,3	14,0	42,1
	Mucho	1,3	5,0	2,6	37,2
Les pasan las mismas cosas que a mí	No	65,3	22,3	43,0	1,5
	Poco	29,2	48,0	43,4	24,5
	Bastante	5,1	25,0	10,6	46,7
	Mucho	,4	4,7	3,0	27,2
Probl. Sociales	No	41,1	12,0	22,6	2,3
	Poco	28,8	28,3	25,7	10,7
	Bastante	24,6	45,7	38,5	44,8
	Mucho	5,5	14,0	13,2	42,1
Probl. que preocupan a jóvenes	No	47,0	8,0	19,6	,4
	Poco	28,8	31,0	32,1	8,4
	Bastante	20,3	48,7	38,1	41,8
	Mucho	3,8	12,3	10,2	49,4

		Cluster 4	Cluster 2	Cluster 1	Cluster 3
Humor	No	5,5	1,3	1,5	2,7
	Poco	16,1	6,7	9,1	8,0
	Bastante	28,0	35,7	23,4	28,0
	Mucho	50,4	56,3	66,0	61,3
Inverosímiles	No	30,9	13,7	12,1	20,3
	Poco	37,7	39,3	36,6	42,5
	Bastante	21,2	34,0	30,9	22,6
	Mucho	10,2	13,0	20,4	14,6
Adecuados a edad	No	49,6	17,3	38,9	33,3
	Poco	31,8	36,7	38,5	38,3
	Bastante	13,1	34,7	15,1	18,4
	Mucho	5,5	11,3	7,5	10,0
Nada que ver conmigo	No	49,2	20,7	25,7	25,3
	Poco	30,1	48,0	45,7	49,8
	Bastante	14,0	24,7	18,5	14,6
	Mucho	6,8	6,7	10,2	10,3
Actores	No	34,7	13,0	10,6	6,1
	Poco	29,7	25,7	24,5	14,9
	Bastante	22,5	43,7	32,8	36,0
	Mucho	13,1	17,7	32,1	42,9
Dramáticas	No	64,0	38,7	41,9	22,6
	Poco	25,8	46,3	40,0	48,3
	Bastante	8,1	11,3	12,8	19,9
	Mucho	2,1	3,7	5,3	9,2
Otra realidad	No	56,4	27,7	41,1	31,4
	Poco	27,5	40,3	34,7	34,1
	Bastante	13,1	23,3	18,1	20,3
	Mucho	3,0	8,7	6,0	14,2

## 5.4. Características de los perfiles de uso de la televisión

En el consumo de la televisión, los perfiles hallados presentan diferencias estadísticamente significativas en su distribución por sexo, estando algunos de ellos más asociados a chicos o a chicas.

**Tabla 194**

		Sexo		Total	Sig
		Chico	Chica		
Cluster 4 <b>Frecuencia de uso bajo, atracción baja</b>	Recuento	156	78	234	p < .001
	Porcentaje	66,7%	33,3%	100,0%	
Cluster 2 <b>Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa</b>	Recuento	154	146	300	n.s.
	Porcentaje	51,3%	48,7%	100,0%	
Cluster 1 <b>Frecuencia de uso alto, atracción media</b>	Recuento	134	130	264	n.s.
	Porcentaje	50,8%	49,2%	100,0%	
Cluster 3 <b>Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos</b>	Recuento	102	158	260	p < .001
	Porcentaje	39,2%	60,8%	100,0%	
Total	Recuento	546	512	1058	
	Porcentaje	51,6%	48,4%	100,0%	

Al analizar separadamente cada uno de los perfiles de uso, se encuentra que el perfil de bajo consumo de televisión porque no resulta especialmente atractiva (cluster 4) es más frecuente en chicos que en chicas. Por el contrario, el perfil de frecuencia de uso alta, con alta atracción por todo tipo de programas sin discriminación (cluster 3) aparece significativamente más asociado a las chicas. Los perfiles que se caracterizan por una atracción media por la televisión –ya sea con una frecuencia de consumo media-baja (cluster 2) o alta (cluster 1)– no van asociadas a ninguno de los dos sexos en particular.

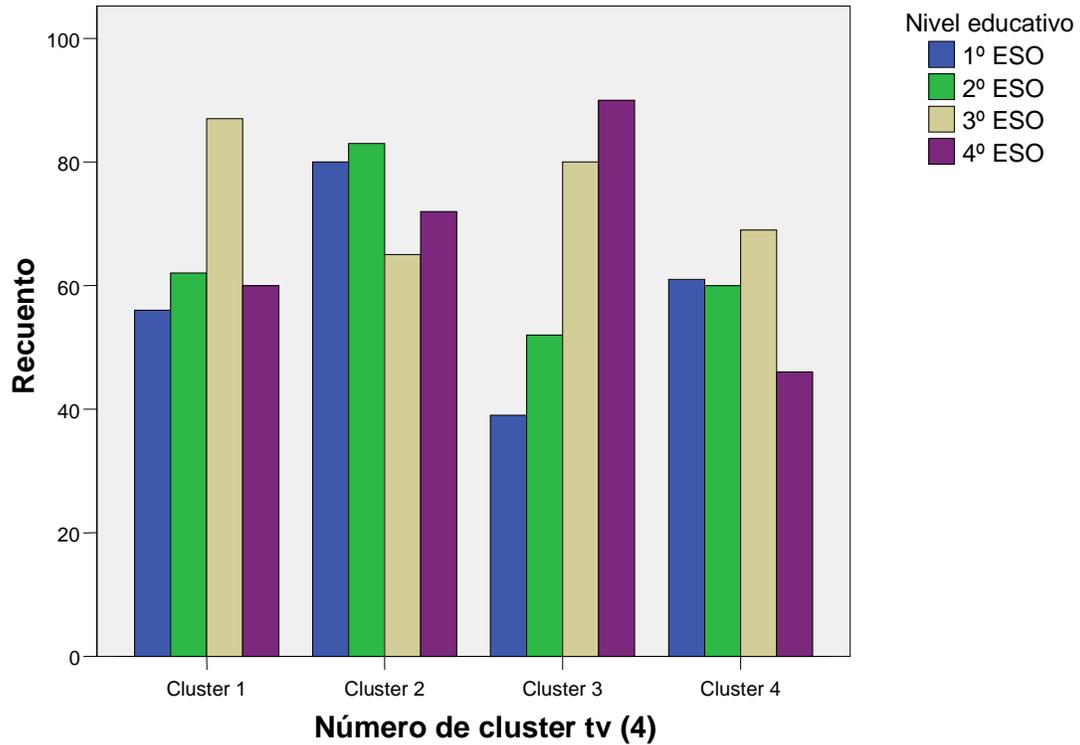
### Perfiles en función del nivel educativo

Con respecto a estos perfiles de consumo de la televisión en función del nivel educativo, también aparecen diferencias estadísticamente significativas, indicando que algunos perfiles se encuentran más relacionados con determinadas edades.

**Tabla 195**

		Nivel educativo				Total	Sig.
		1º ESO	2º ESO	3º ESO	4º ESO		
Cluster 4 <b>Frecuencia de uso bajo, atracción baja</b>	Recuento	61	60	69	46	236	n.s.
	Porcentaje	25,8%	25,4%	29,2%	19,5%	100,0%	
Cluster 2 <b>Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa</b>	Recuento	80	83	65	72	300	n.s.
	Porcentaje	26,7%	27,7%	21,7%	24,0%	100,0%	
Cluster 1 <b>Frecuencia de uso alto, atracción media</b>	Recuento	56	62	87	60	265	n.s.
	Porcentaje	21,1%	23,4%	32,8%	22,6%	100,0%	
Cluster 3 <b>Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos</b>	Recuento	39	52	80	90	261	p < .001
	Porcentaje	14,9%	19,9%	30,7%	34,5%	100,0%	
Total	Recuento	236	257	301	268	1062	
	Porcentaje	22,2%	24,2%	28,3%	25,2%	100,0%	

**Gráfico 102**



Como indica la tabla adjunta, no aparecen diferencias estadísticamente significativas en los tres primeros perfiles, es decir, no están asociados a ningún nivel educativo en concreto, dándose por igual en todos los cursos. Sin embargo, el último perfil, de frecuencia de consumo de televisión alta, con alta atracción por la televisión sin discriminación por programas (cluster 3), aparece con mayor frecuencia en los alumnos más mayores (3º y 4º de ESO), estando menos asociado a los más pequeños.

**Cluster 4. Frecuencia de uso bajo, atracción baja.** Es el perfil que señala en mayor proporción que nunca gasta su dinero en bebidas, ya sea con o sin alcohol, ni en ropa, ni teléfono móvil ni entradas para locales o discotecas. Son el grupo que más señala estar con la familia varias veces a la semana. Afirman en un porcentaje más elevado que nunca se sienten solos o inseguros.

**Cluster 2. Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa.** Son el grupo que más afirma que nunca gasta el dinero en copas, y a veces lo hace en ropa. Un porcentaje muy elevado afirma que a diario pasa tiempo con su familia.

**Cluster 1. Frecuencia de uso alto, atracción media.** Es el perfil en el que más chicos/as señalan que 2ª veces" gastan su dinero en el consumo de bebidas con alcohol. Igual que el perfil anterior, la mayoría pasa tiempo con su familia a diario.

**Cluster 3. Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos.** Gastan su dinero a menudo o siempre en bebidas con o sin alcohol, ropa, teléfono móvil y entradas para locales o discotecas, en mayor porcentaje que el resto de perfiles. Han consumido más que otros alumnos tabaco, alcohol, porros y pastillas en el último año, y tabaco habitualmente. Afirman sentirse solos, nerviosos e inseguros muchas veces en mayor porcentaje que los chicos/as de los restantes perfiles.

**En qué gastan el dinero, en función del perfil del consumo de la televisión.**

**Tabla 196**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Total
Bebidas sin alcohol	Nunca	40,7%	31,2%	30,9%	20,2%	30,5%
	A veces	37,2%	36,3%	41,4%	39,5%	38,6%
	A menudo	19,0%	26,8%	24,2%	32,9%	26,0%
	Siempre	3,0%	5,8%	3,5%	7,4%	5,0%
Copas / bebidas alcohólicas	Nunca	71,2%	76,1%	64,3%	57,2%	67,4%
	A veces	21,8%	17,4%	28,6%	25,7%	23,2%
	A menudo	6,1%	4,8%	5,5%	13,6%	7,4%
	Siempre	,9%	1,7%	1,6%	3,5%	1,9%
Comida (hamburguesas, sándwich, chucherías...)	Nunca	10,3%	10,5%	8,0%	5,9%	8,7%
	A veces	58,6%	54,7%	48,5%	45,3%	51,7%
	A menudo	25,0%	28,4%	31,7%	35,5%	30,2%
	Siempre	6,0%	6,4%	11,8%	13,3%	9,4%
Juegos	Nunca	42,9%	40,7%	35,0%	43,8%	40,5%
	A veces	36,4%	42,4%	44,2%	39,8%	40,9%
	A menudo	16,9%	11,9%	15,8%	11,3%	13,8%
	Siempre	3,9%	5,1%	5,0%	5,1%	4,8%
Ropa	Nunca	19,7%	15,3%	12,6%	7,8%	13,8%
	A veces	36,1%	34,2%	28,7%	19,8%	29,7%
	A menudo	34,3%	33,6%	34,9%	43,4%	36,5%
	Siempre	9,9%	16,9%	23,8%	29,1%	20,1%

Libros, revistas, cómics	Nunca	41,8%	27,3%	35,6%	29,5%	33,1%
	A veces	35,3%	46,1%	39,1%	43,4%	41,3%
	A menudo	17,2%	20,9%	18,8%	18,6%	19,0%
	Siempre	5,6%	5,7%	6,5%	8,5%	6,6%
Teléfono móvil	Nunca	38,3%	28,3%	26,3%	19,3%	27,8%
	A veces	33,5%	29,3%	30,9%	25,5%	29,7%
	A menudo	21,7%	31,3%	31,3%	32,0%	29,4%
	Siempre	6,5%	11,1%	11,5%	23,2%	13,2%
CDs y DVDs	Nunca	51,3%	44,8%	41,6%	43,2%	45,0%
	A veces	35,1%	39,4%	43,9%	41,6%	40,1%
	A menudo	12,7%	14,5%	12,2%	13,6%	13,3%
	Siempre	,9%	1,3%	2,3%	1,6%	1,5%
Cine	Nunca	23,3%	15,2%	16,4%	14,7%	17,2%
	A veces	59,1%	61,1%	56,9%	54,8%	58,1%
	A menudo	15,5%	22,3%	22,9%	26,6%	22,0%
	Siempre	2,2%	1,4%	3,8%	3,9%	2,8%
Entradas a espectáculos/ discotecas/locales	Nunca	51,3%	46,3%	41,6%	29,8%	42,2%
	A veces	34,9%	43,6%	40,8%	47,8%	42,0%
	A menudo	9,9%	8,8%	14,1%	15,7%	12,1%
	Siempre	3,9%	1,4%	3,4%	6,7%	3,7%
Transportes	Nunca	33,9%	35,8%	31,4%	26,3%	31,9%
	A veces	36,5%	42,6%	43,9%	40,9%	41,2%
	A menudo	23,2%	15,5%	17,4%	23,9%	19,8%
	Siempre	6,4%	6,1%	7,2%	8,9%	7,1%

**Porcentaje de suspensos y repetición de curso, en función del perfil de uso de la televisión.**

**Tabla 197**

	Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Total
Suspendieron alguna asignatura	65,9%	61,9%	67,3%	63,2%	64,4%
Han repetido curso	23,5%	15,5%	23,8%	17,9%	19,9%

**Tiempo dedicado a las siguientes actividades, en función del perfil de uso de la televisión.**

**Tabla 198**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Total
Estudiar	Nunca o casi nunca	7,8%	,7%	6,1%	5,0%	4,6%
	Una o dos veces al mes	9,5%	9,0%	11,0%	12,4%	10,4%
	Varias veces a la semana	51,3%	50,2%	55,7%	50,2%	51,8%
	Todos los días	31,5%	40,1%	27,3%	32,4%	33,1%
Leer libros	Nunca o casi nunca	27,6%	18,7%	33,3%	26,4%	26,2%
	Una o dos veces al mes	31,0%	34,4%	29,5%	31,8%	31,8%
	Varias veces a la semana	25,4%	28,8%	23,1%	22,9%	25,2%
	Todos los días	15,9%	18,1%	14,0%	19,0%	16,8%

Practicar deporte	Nunca o casi nunca	6,9%	8,4%	16,0%	12,8%	11,0%
	Una o dos veces al mes	13,0%	13,4%	12,2%	15,9%	13,6%
	Varias veces a la semana	52,8%	54,2%	49,6%	50,0%	51,7%
	Todos los días	27,3%	24,1%	22,1%	21,3%	23,6%
Salir con amigos	Nunca o casi nunca	4,8%	4,0%	6,1%	3,5%	4,6%
	Una o dos veces al mes	20,3%	20,7%	19,1%	13,7%	18,5%
	Varias veces a la semana	63,2%	68,2%	61,5%	67,8%	65,3%
	Todos los días	11,7%	7,0%	13,4%	14,9%	11,6%
Estar con la familia	Nunca o casi nunca	1,7%	1,0%	2,3%	3,1%	2,0%
	Una o dos veces al mes	7,8%	6,0%	8,5%	10,0%	8,0%
	Varias veces a la semana	28,1%	13,4%	17,8%	23,2%	20,2%
	Todos los días	62,3%	79,5%	71,4%	63,7%	69,8%
Dejar pasar el tiempo	Nunca o casi nunca	51,9%	56,0%	44,9%	45,1%	49,7%
	Una o dos veces al mes	18,2%	23,5%	20,5%	22,6%	21,4%
	Varias veces a la semana	18,6%	14,4%	21,7%	18,3%	18,1%
	Todos los días	11,3%	6,0%	12,9%	14,0%	10,9%

### Consumo de sustancias, en función del perfil de uso de la televisión.

**Tabla 199**

Consumo en el último año	Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Total
Tabaco	30,0%	23,2%	31,8%	43,2%	31,8%
Alcohol	45,2%	39,1%	48,3%	56,0%	46,9%
Porros	18,7%	10,1%	13,4%	25,1%	16,5%
Pastillas	,4%	,3%	,0%	3,1%	1,0%
Cocaína	1,7%	,3%	,4%	2,3%	1,1%

**Tabla 200**

Consumo habitual	Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Total
Tabaco	13,5%	10,8%	13,0%	23,6%	15,1%
Alcohol	16,5%	11,8%	15,7%	20,8%	16,0%
Porros	5,7%	2,7%	3,1%	8,9%	5,0%
Pastillas	0%	0%	0%	0%	0%
Cocaína	,4%	,0%	,0%	,0%	,1%

### Aspectos psicológicos, en función del perfil de uso de la televisión.

**Tabla 201**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Total
Me siento triste	Nunca	26,0%	25,4%	27,8%	16,9%	24,0%
	A veces	60,2%	65,6%	63,1%	63,5%	63,2%
	A menudo	11,3%	6,4%	7,6%	14,2%	9,7%
	Siempre/Muchas veces	2,6%	2,7%	1,5%	5,4%	3,0%
Me siento solo	Nunca	60,6%	61,7%	60,3%	46,2%	57,3%
	A veces	31,6%	33,6%	34,4%	39,6%	34,8%
	A menudo	6,1%	3,0%	3,4%	8,8%	5,2%
	Siempre/Muchas veces	1,7%	1,7%	1,9%	5,4%	2,7%
Me siento tenso o nervioso	Nunca	28,3%	18,1%	21,1%	10,8%	19,2%
	A veces	47,0%	59,9%	57,9%	53,8%	55,0%
	A menudo	20,9%	17,7%	16,1%	27,3%	20,4%
	Siempre/Muchas veces	3,9%	4,3%	5,0%	8,1%	5,3%
Me siento inseguro	Nunca	38,4%	30,4%	33,2%	18,1%	29,8%
	A veces	48,9%	54,5%	49,6%	57,9%	52,9%
	A menudo	8,3%	10,0%	13,0%	14,3%	11,4%
	Siempre/Muchas veces	4,4%	5,0%	4,2%	9,7%	5,8%
Me gusta cómo soy	Nunca	2,6%	2,7%	5,0%	4,2%	3,6%
	A veces	17,5%	15,9%	12,6%	18,9%	16,2%
	A menudo	33,6%	29,5%	33,6%	34,7%	32,7%
	Siempre/Muchas veces	46,3%	51,9%	48,9%	42,1%	47,5%

Me gustaría tener mejores amigos	Nunca	42,5%	39,1%	41,5%	38,0%	40,2%
	A veces	31,4%	32,7%	24,6%	27,5%	29,1%
	A menudo	12,8%	14,8%	13,8%	14,3%	14,0%
	Siempre/Muchas veces	13,3%	13,5%	20,0%	20,2%	16,7%
Me siento valorado por los demás	Nunca	3,0%	2,0%	3,8%	3,5%	3,0%
	A veces	34,8%	26,2%	28,9%	25,4%	28,5%
	A menudo	38,7%	48,0%	39,5%	48,5%	44,0%
	Siempre/Muchas veces	23,5%	23,8%	27,8%	22,7%	24,5%

## 5.5. Adicción a la televisión

**He dejado de ver la televisión, sin problemas, cada vez que he querido**

**Tabla 202**

N	Válidos	1.436
	Perdidos	73
Media		5,5766
Desv. típ.		1,86076
Percentiles	25	5,0000
	50	6,0000
	75	7,0000

**Tabla 203**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	92	6,4
Bastante falso	56	3,9
Ligeramente falso	83	5,8
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	113	7,9
Ligeramente cierto	140	9,7
Bastante cierto	261	18,2
Totalmente cierto	691	48,1
<b>Total</b>	<b>1.436</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	73	4,8

## No puedo dejar de ver la televisión por más que lo intente

**Tabla 204**

N	Válidos	1.437
	Perdidos	72
Media		1,7648
Desv. típ.		1,42757
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 205**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	961	66,9
Bastante falso	217	15,1
Ligeramente falso	102	7,1
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	51	3,5
Ligeramente cierto	44	3,1
Bastante cierto	23	1,6
Totalmente cierto	39	2,7
<b>Total</b>	<b>1.437</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	72	4,8

**Puedo resistir las ganas de ver la televisión todo el tiempo que quiera**

**Tabla 206**

N	Válidos	1.438
	Perdidos	71
Media		5,1446
Desv. típ.		2,11630
Percentiles	25	3,0000
	50	6,0000
	75	7,0000

**Tabla 207**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	150	10,4
Bastante falso	91	6,3
Ligeramente falso	121	8,4
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	120	8,3
Ligeramente cierto	113	7,9
Bastante cierto	243	16,9
Totalmente cierto	600	41,7
<b>Total</b>	<b>1.438</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	71	4,7

## Necesito ver la televisión cada vez con más frecuencia

**Tabla 208**

N	Válidos	1.434
	Perdidos	75
Media		1,8717
Desv. típ.		1,41776
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 209**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	885	61,7
Bastante falso	226	15,8
Ligeramente falso	121	8,4
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	106	7,4
Ligeramente cierto	41	2,9
Bastante cierto	30	2,1
Totalmente cierto	25	1,7
<b>Total</b>	<b>1.434</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	75	5,0

## Ver la televisión me relaja y/o me tranquiliza

**Tabla 210**

N	Válidos	1.442
	Perdidos	67
Media		3,7802
Desv. típ.		2,02368
Percentiles	25	2,0000
	50	4,0000
	75	5,0000

**Tabla 211**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	334	23,2
Bastante falso	133	9,2
Ligeramente falso	107	7,4
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	290	20,1
Ligeramente cierto	252	17,5
Bastante cierto	172	11,9
Totalmente cierto	154	10,7
<b>Total</b>	<b>1442</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	67	4,4

**He notado que necesito ver la televisión en más cantidad que antes**

**Tabla 212**

N	Válidos	1.445
	Perdidos	64
Media		1,8768
Desv. típ.		1,42399
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 213**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	872	60,3
Bastante falso	263	18,2
Ligeramente falso	115	8,0
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	95	6,6
Ligeramente cierto	41	2,8
Bastante cierto	29	2,0
Totalmente cierto	30	2,1
<b>Total</b>	<b>1.445</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	64	4,2

**Si me vienen las ganas de ver la televisión tengo que hacerlo inmediatamente**

**Tabla 214**

N	Válidos	1.446
	Perdidos	63
Media		2,1003
Desv. típ.		1,57631
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	3,0000

**Tabla 215**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	788	54,5
Bastante falso	252	17,4
Ligeramente falso	137	9,5
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	125	8,6
Ligeramente cierto	73	5,0
Bastante cierto	28	1,9
Totalmente cierto	43	3,0
<b>Total</b>	<b>1.446</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	63	4,2

**Una vez que he empezado a ver la televisión, no puedo parar de hacerlo hasta que algo exterior me lo impide**

**Tabla 216**

N	Válidos	1.446
	Perdidos	63
Media		2,1155
Desv. típ.		1,6876 7
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	3,0000

**Tabla 217**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	826	57,1
Bastante falso	240	16,6
Ligeramente falso	105	7,3
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	89	6,2
Ligeramente cierto	89	6,2
Bastante cierto	42	2,9
Totalmente cierto	55	3,8
<b>Total</b>	<b>1.446</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	63	4,2

**Cuando estoy un tiempo sin ver la televisión siento inquietud o nerviosismo**

**Tabla 218**

N	Válidos	1.445
	Perdidos	64
Media		1,7626
Desv. típ.		1,3933 9
Percentiles	25	1,0000
	50	1,0000
	75	2,0000

**Tabla 219**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	964	66,7
Bastante falso	218	15,1
Ligeramente falso	86	6,0
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	77	5,3
Ligeramente cierto	49	3,4
Bastante cierto	21	1,5
Totalmente cierto	30	2,1
<b>Total</b>	<b>1.445</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	64	4,2

**Si algo me impide ver la televisión no siento ninguna molestia y noto tranquilidad**

**Tabla 220**

N	Válidos	1.442
	Perdidos	67
Media		4,8121
Desv. típ.		2,09690
Percentiles	25	3,0000
	50	5,0000
	75	7,0000

**Tabla 221**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	174	12,1
Bastante falso	96	6,7
Ligeramente falso	114	7,9
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	212	14,7
Ligeramente cierto	152	10,5
Bastante cierto	235	16,3
Totalmente cierto	459	31,8
<b>Total</b>	<b>1442</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	67	4,4

### Siento placer al ver la televisión

**Tabla 222**

N	Válidos	1430
	Perdidos	79
Media		3,2986
Desv. típ.		2,00236
Percentiles	25	1,0000
	50	4,0000
	75	5,0000

**Tabla 223**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente falso	437	30,6
Bastante falso	170	11,9
Ligeramente falso	102	7,1
Ni lo uno ni lo otro o los dos a la vez	328	22,9
Ligeramente cierto	163	11,4
Bastante cierto	103	7,2
Totalmente cierto	127	8,9
<b>Total</b>	<b>1430</b>	<b>100,0</b>
Perdidos	79	5,2

En lo que se refiere a la escala de adicción a la televisión, los análisis indican diferencias estadísticamente significativas entre los perfiles en las puntuaciones generales en la escala.

**Tabla 224**

Número de cluster tv (4)	Media	Desv. típ.	N
Cluster 4. Frecuencia de uso bajo, atracción baja	23,74	9,93	215
Cluster 2. Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	24,49	9,42	283
Cluster 1. Frecuencia de uso alto, atracción media	29,65	13,20	242
Cluster 3. Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	28,18	12,12	248
<b>Total</b>	<b>26,52</b>	<b>11,49</b>	<b>988</b>

Las comparaciones post hoc indican que los dos clusters de uso menor de la televisión (clusters 4 y 2) obtienen puntuaciones de adicción significativamente más bajas que los perfiles de uso alto de la televisión (clusters 1 y 3).

Respecto a las subescalas, no se detecta interacción entre las mismas y los perfiles de uso de la televisión. En este caso, como en el del teléfono móvil, la escala "enganche" tiene puntuaciones significativamente más altas en todos los perfiles que el resto de subescalas ya que está compuesta por más ítems. Las diferencias en cada una de las subescalas entre los perfiles es igual que en la escala general de adicción

**Tabla 225**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	<b>Total</b>
TV enganche	Media	11,98	12,24	13,76	13,80	<b>12,95</b>
	Desv. típ.	5,34	4,81	5,65	5,06	<b>5,26</b>
	N	215	283	242	248	<b>988</b>
TV tolerancia	Media	2,95	3,16	4,52	4,11	<b>3,69</b>
	Desv. típ.	1,81	1,79	3,18	3,03	<b>2,61</b>
	N	215	283	242	248	<b>988</b>
TV abstinencia	Media	3,67	3,68	4,63	4,04	<b>4,00</b>
	Desv. típ.	2,40	2,10	2,96	2,65	<b>2,56</b>
	N	215	283	242	248	<b>988</b>
TV carencia control	Media	5,13	5,41	6,74	6,22	<b>5,88</b>
	Desv. típ.	3,26	3,06	4,18	4,00	<b>3,69</b>
	N	215	283	242	248	<b>988</b>

Punto de corte: 43

**Tabla 226**

		Adicción televisión dicotómica (90%-10%)		<b>Total</b>
		Baja puntuación adicción	Alta puntuación adicción	
Cluster 4. Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Recuento %	204 94,9%	11 5,1%	<b>215</b> <b>100,0%</b>
Cluster 2. Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Recuento %	266 94,0%	17 6,0%	<b>283</b> <b>100,0%</b>
Cluster 1. Frecuencia de uso alto, atracción media	Recuento %	201 83,1%	41 16,9%	<b>242</b> <b>100,0%</b>
Cluster 3. Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	Recuento %	214 86,3%	34 13,7%	<b>248</b> <b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>Recuento</b> <b>%</b>	<b>885</b> <b>89,6%</b>	<b>103</b> <b>10,4%</b>	<b>988</b> <b>100,0%</b>

## **5.6. Valores y uso de la televisión**

En la relación entre el consumo de la televisión y los valores instrumentales o cualidades valoradas por los propios chicos/as, hay diferencias estadísticamente significativas en función del perfil de consumo de televisión en el que se encuadren los alumnos/as.

**Tabla 227**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	<b>Total</b>
Cooperación social	Media	4,14	4,38	4,26	4,39	<b>4,30</b>
	Desv. típ.	,61	,45	,54	,53	<b>,54</b>
	N	217	290	251	252	<b>1010</b>
Motivación y espíritu de logro	Media	3,93	4,06	4,02	4,16	<b>4,05</b>
	Desv. típ.	,57	,48	,54	,49	<b>,53</b>
	N	217	290	251	252	<b>1010</b>
Capacidades interiores	Media	3,44	3,69	3,59	3,70	<b>3,61</b>
	Desv. típ.	,89	,80	,77	,85	<b>,83</b>
	N	217	290	251	252	<b>1010</b>
Acomodación exterior	Media	3,48	3,52	3,60	3,62	<b>3,55</b>
	Desv. típ.	,85	,75	,77	,75	<b>,78</b>
	N	217	290	251	252	<b>1010</b>
Fe y disciplina	Media	3,14	3,36	3,05	3,11	<b>3,17</b>
	Desv. típ.	1,04	,89	,96	,94	<b>,96</b>
	N	217	290	251	252	<b>1010</b>

Estas diferencias significativas según el perfil de uso de la televisión aparecen en los valores de cooperación social, de motivación y espíritu de logro, de valoración de las capacidades interiores y de la fe y disciplina. En cambio, no aparecen diferencias estadísticamente significativas entre los perfiles en la importancia que otorgan a la acomodación al exterior, siendo la importancia de estos valores similar en todos los perfiles analizados de consumo de la televisión.

Los resultados relativos a las diferencias entre perfiles muestran que tanto en valores relacionados con la cooperación social, con la motivación y espíritu de logro y con las capacidades interiores, los individuos encuadrados en un perfil de bajo consumo de la televisión, sintiéndose poco atraídos por ella, dan menos importancia a estos valores que el resto de los perfiles. (Quizá sea un poco aventurado buscar una explicación a este resultado, ¿se podría deber a ser un grupo más "apático"?).

En lo que se refiere a valores de fe y disciplina, los individuos del perfil de consumo de la televisión medio-bajo, con una atracción relativa por este medio de comunicación (cluster 2) otorgan más importancia a este grupo de valores que el resto de perfiles, especialmente que los de consumo alto (clusters 1 y 3).

### **Valores finales**

En los valores finales también se ha encontrado una interacción estadísticamente significativa entre la importancia dada a dichos valores y metas finales y el perfil al que pertenecen los individuos en el consumo de la televisión.

**Tabla 228**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio- bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	<b>Total</b>
Valores sociales de integración	Media	4,20	4,39	4,30	4,39	<b>4,33</b>
	Desv. típ.	,60	,46	,57	,48	<b>,53</b>
	N	217	284	255	253	<b>1009</b>
Compromiso y trascendencia	Media	2,50	2,65	2,32	2,56	<b>2,51</b>
	Desv. típ.	,87	,87	,82	,81	<b>,85</b>
	N	217	284	255	253	<b>1009</b>
Orden moral y disciplina	Media	3,92	4,23	4,05	4,08	<b>4,08</b>
	Desv. típ.	,87	,69	,82	,77	<b>,79</b>
	N	217	284	255	253	<b>1009</b>
Disfrute y libertad	Media	3,77	3,64	3,89	4,04	<b>3,83</b>
	Desv. típ.	,96	,92	,93	,82	<b>,92</b>
	N	217	284	255	253	<b>1009</b>
Sociabilidad	Media	4,15	4,32	4,22	4,34	<b>4,26</b>
	Desv. típ.	,90	,76	,91	,83	<b>,85</b>
	N	217	284	255	253	<b>1009</b>

Las diferencias entre perfiles afectan a varios subgrupos de metas finales en la vida: los valores de integración en la sociedad, el compromiso y la trascendencia, el orden moral y el disfrute y la libertad. En cambio, la importancia que dan a la sociabilidad es similar en todos los perfiles de consumo de la televisión.

Los valores de integración en la sociedad tienen menos importancia para los chicos/as que pertenecen al perfil de consumo bajo de la televisión (cluster 4) que para el resto de perfiles.

En el caso de la importancia dada a metas de compromiso social, el perfil de consumo medio de televisión con atracción media por ella (cluster 1) otorga menos importancia a estas metas que los otros perfiles. El orden moral y la disciplina es especialmente valorado por los sujetos con un perfil de consumo medio-bajo de la televisión (cluster 2) en comparación con los restantes perfiles). Y por último, las metas de disfrute y libertad son significativamente más importantes para los individuos que ven la televisión en una frecuencia alta y con poca discriminación entre programas (cluster 3).

Por lo tanto, parece que en este caso cada perfil se identifica en mayor o menor medida con un tipo de metas vitales concretas.

### **Conductas admisibles**

Respecto a la relación entre los perfiles de consumo de la televisión y la admisibilidad de conductas no se ha encontrado un efecto conjunto de ambas variables, lo que implica que no hay diferencias entre los perfiles en la admisibilidad. Sin embargo, sí existen diferencias significativas en el grado de admisibilidad que todos los individuos otorgan a las distintas conductas. Como se puede apreciar en los totales de la tabla, las trampas y transgresiones son significativamente más admitidas que las infracciones violentas del orden; además, todos los individuos de la muestra presentan puntuaciones elevadas en rigor y dureza social.

**Tabla 229**

		Cluster 4 Frecuencia de uso bajo, atracción baja	Cluster 2 Frecuencia de uso medio-bajo, atracción relativa	Cluster 1 Frecuencia de uso alto, atracción media	Cluster 3 Frecuencia de uso alta, con poca discriminación de gustos	<b>Total</b>
Trampas y transgresiones	Media	2,20	2,15	2,30	2,52	<b>2,29</b>
	Desv. típ.	1,02	,87	1,06	1,06	<b>1,01</b>
	N	222	293	257	250	<b>1022</b>
Infracción violenta del orden	Media	1,69	1,54	1,70	1,77	<b>1,67</b>
	Desv. típ.	,77	,60	,76	,81	<b>,73</b>
	N	222	293	257	250	<b>1022</b>
Rigor y dureza social	Media	2,18	2,15	2,31	2,36	<b>2,25</b>
	Desv. típ.	,96	,95	1,00	,92	<b>,96</b>
	N	222	293	257	250	<b>1022</b>

Por último, se abordan los análisis que se han realizado en relación con la escala de adicción a la televisión. Hay que recordar que, en todos los análisis realizados hasta el momento, los que se refieren al consumo de televisión son los que presentaban unas características más diferenciales en comparación con los otros tres tipos de tecnologías estudiados.

El análisis de regresión stepwise realizado en este caso incluía como variables independientes los diferentes tipos de valores instrumentales, finales y admisibilidad de conductas, y como variable dependiente las puntuaciones en la escala de adicción a la televisión.

Los resultados en este caso nos indican que el peso de los valores sobre la adicción a la televisión es notablemente más bajo que los casos precedentes; en concreto, el coeficiente de determinación del modelo es  $r^2 = 0,042$ ; esto indica que el 4,2% de la variabilidad de las puntuaciones de adicción a la televisión se debe a los valores.

A diferencia de las otras tecnologías esto indica que el peso directo de los valores sobre la conducta adictiva relacionada con la televisión es menor que en otras tecnologías, corroborando las diferencias en el uso de esta tecnología en comparación con las otras estudiadas, que ya se evidenciaron en análisis estadísticos anteriores.

En este caso, hay tres tipos de valores que presentan un mayor peso sobre las puntuaciones de adicción a la televisión, como se muestra a continuación:

**Tabla 230**

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. estandariz.	t	Sig. Error
		B	Error típ.	Beta	B	típ.
3	(Constante)	34,184	2,928		11,674	,000
	Cooperación social	-3,133	,628	-,152	-4,985	,000
	Trampas y transgresiones	,993	,316	,092	3,138	,002
	Capacidades interiores	,975	,400	,073	2,435	,015

En esta tecnología vuelve a aparecer como valor relevante la cooperación social, dentro de los valores instrumentales, así como las capacidades interiores. Llama la atención que este valor, a priori, presentaba una correlación nula, no significativa, con las puntuaciones de adicción a la televisión; sin embargo, al introducirla dentro del modelo global, aumenta su fuerza, siendo relevante para explicar las puntuaciones de adicción a la televisión.

Por último, aparece uno de los valores de admisibilidad de conductas que ya había estado presente en otras tecnologías: las trampas y transgresiones.

A modo de resumen, es preciso comentar que de los cuatro modelos realizados el peso directo de los valores morales es constante en tres de ellos: los que se refieren a la adicción a Internet, a los videojuegos y al teléfono móvil. En estos tres casos, este peso de los valores llega casi al 10%, cifra que, sin ser elevada, muestra que los valores tienen un papel importante a la hora de explicar las puntuaciones de adicción a estas tres tecnologías.

Hay que tener en cuenta que en la adicción o enganche a las tecnologías hay múltiples factores que pueden estar determinando directamente la existencia de altas o bajas puntuaciones de adicción, por ejemplo el tiempo de uso, el modo de utilización de la tecnología, el grado en el que se realizan acciones no adecuadas socialmente, etc. A pesar de todas estas variables relevantes, hay que destacar que los valores que tienen los adolescentes, en sí mismos, influyen directamente sobre estas puntuaciones en las escalas de adicción.

Desde un punto de vista educativo, esto toma gran importancia para poder planificar programas preventivos de adicción a las tecnologías.

En lo que respecta a la televisión, una vez más encontramos datos que indican que es una tecnología que, para los adolescentes, tiene unas características diferentes al resto. En ella, los valores tienen una menor importancia directa, al menos aquellos que han sido incluidos en esta investigación.



Fundación para una infancia y adolescencia saludables

[www.fundacionconfias.org](http://www.fundacionconfias.org)