



USO DE TELEFONÍA, REDES SOCIALES Y MENSAJERÍA ENTRE ADOLESCENTES GRANADINOS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA

*Use of mobile phones, social networks and texting among teenagers from
Granada of Secondary Education*

Helena Chacón-López

helenachacon@ugr.es

Yolanda Aragón-Carretero

yaragon@ugr.es

Juan Francisco Romero-Barriga

jfromer@ugr.es

María Jesús Caurcel-Cara

caurcel@ugr.es

Universidad de Granada (España)

Recibido: 14/10/2015

Aceptado: 15/11/2015

207

Resumen

El presente estudio de tipo descriptivo, cuantitativo, no experimental, aborda el uso del teléfono móvil, la mensajería, la frecuencia con la que lo hacen, los mensajes que envían, las redes sociales a las que acceden, las más usadas, etc.; en el que participaron 335 estudiantes granadinos de E.S.O. (179 chicos y 156 chicas) de 12 a 16 años; con el propósito de orientar a padres y docentes. Los resultados muestran que casi la totalidad de los participantes poseen móvil propio (o pueden acceder al de sus allegados), con los que intercambian imágenes o videos más del 90%; asimismo, se constata la gran actividad de interacción que mantienen a través de la mensajería instantánea tanto chicos como chicas, llegando a enviar más de 80 mensajes diarios (utilizando

preferentemente WhatsApp), por encima del 30% de la muestra. Dado que son prácticas similares en ambos sexos, se considera necesario hacer una llamada de atención acerca de la conveniencia de formarles e informarles en el uso responsable y adecuado de estos instrumentos, evitando los riesgos que ocasionalmente conllevan al sobreexponerse innecesariamente.

Palabras clave: Telefonía móvil, redes sociales, mensajería instantánea, Adolescentes.

Abstract

The present descriptive study, quantitative, non-experimental, discusses the use of the mobile, texting, the frequency with which they are using them, the messages they send, the social networks that are being accessed, the most commonly used, etc., in which 335 E.S.O. students, from 12 to 16 years old, have participated (179 boys and 156 girls); with the purpose of informing parents and teachers. The results show that almost all of the participants have their own mobile (or can gain access to the their relatives), with which they can exchange images or videos more than 90%; as well, the results confirm the great activity of interaction that teenagers maintained through texting, sending more than 80 texts per day (preferably using WhatsApp), above the 30% of the sample. Since there are similar practices in both sexes (confirmed by the statistical analysis carried out), it was considered necessary to make a call for attention to parents and teachers about the desirability of educate and inform them in the proper and responsible use of these instruments, avoiding the risks that occasionally lead to an unnecessary overexposure.

208

Keywords: Mobile phones, Social Networks, Texting, Teenagers.

1. Introducción

En el momento presente el uso del teléfono móvil, las redes sociales y la mensajería web entre adolescentes se han convertido en prácticas habituales y herramientas casi imprescindibles en su vida, en los intercambios de información (incluyendo imágenes) y en las relaciones que establecen con sus

iguales. En el año 2006, los datos del Eurobarómetro del mes de mayo reflejaban que el 70% de los adolescentes de 12 y 13 años tenían teléfono móvil propio y un 23% de niños de 8 y 9 años también, alertando de los riesgos que puede conllevar para su seguridad la exposición a contenidos nocivos para ellos, como: la distribución de mensajes o fotos inadecuadas, su mayor exposición a episodios de pederastia, el acoso psicológico, o el riesgo a un gasto excesivamente alto en telefonía (García y Monferrer, 2009). Un estudio sobre Seguridad y Privacidad en el uso de los servicios móviles en España, realizado por el Observatorio de seguridad de la información (en colaboración INTECO-Orange), publicado en el año 2010, destaca que 8 de cada 10 adolescentes de 15 y 16 años tiene móvil propio; con el que hacen fotos más del 88%, que envía a otros el 48.2% y que un 20.8% publica en Internet. En la franja de 10 a 16 años, el referido estudio señala que 2 de cada 3 tiene móvil, el 4% se hace a sí mismo fotos o vídeos en postura provocativa, aunque no quiere decir que sean desnudos o fotos eróticas; y el 8.1% declara haber recibido estas fotos de conocidos. Ciertamente, en los últimos años se ha detectado que está en auge entre los menores y jóvenes producir y enviar contenido mediático de corte pornográfico/erótico a través de los teléfonos móviles, las redes sociales y otros medios electrónicos (Chalfen, 2009; Dir, Cyders y Coskunpinar, 2013; Mitchell, Finkelhor, Jones y Wokal, 2011); alertando, incluso, de que algunas de las imágenes que los menores producen pueden ser consideradas pornografía infantil (Mitchell et al., 2011).

Las prácticas referidas y el uso de estas herramientas no dejan indiferentes a padres y docentes, que manifiestan reiteradamente su preocupación por la seguridad de los jóvenes debido a la exposición, a veces peligrosa, a un mundo sobre el que en raras ocasiones puede ejercerse algún control, máxime cuando se ha señalado que estas prácticas se utilizan en determinados casos para ejercer acoso, abuso, etc. Preocupación bien fundamentada si se atiende a los datos de publicaciones como la de Almansa, Fonseca y Castillo (2013), que pone de relieve la sobre-exposición a la que algunos adolescentes de entre 12 y 15 años de edad se someten, por ejemplo al aceptar como amigos en Facebook a personas que no conocen, a pesar de saber que es peligroso; al usar su nombre real un buen número de ellos; al colgar imágenes o fotos sin retocar (más aún las chicas), siendo las imágenes las que dan lugar al comienzo de la conversación; publicar información sobre sí mismos y datos de contacto; si tienen relaciones amorosas, etc. En este mismo estudio se alude a

los nuevos códigos de escritura que utilizan en estos intercambios, en los que no se respetan las reglas gramaticales y ortográficas, lo que al trasladarse a la práctica escolar podría repercutir negativamente en su rendimiento. El estudio de García y Monferrer (2009) añade nuevos riesgos potenciales que conlleva la reciente tecnología 3G (videollamadas, acceso a Internet de banda ancha, MMS u otras) como son: el fomento de conductas adictivas y/o compulsivas y su consiguiente elevado gasto económico, la facilidad de grabación y distribución de imágenes susceptibles de ser empleadas para hacer bullying, el acceso sin restricciones a contenidos audiovisuales no adecuados (pornografía o violencia extrema); el rastreo de menores vía GPS o SBL (sistemas basados en la localización) y el acceso sin autorización a datos del móvil de otras personas mediante códigos maliciosos, lo que a su vez podría dar lugar a responsabilidades jurídicas, civiles y penales. Aún considerando estos posibles efectos negativos y la escasa formación e información acerca de sus consecuencias (Livingstone, 2004), actualmente los móviles son herramientas frecuentemente usadas por los jóvenes, que casi todos poseen (sobre todo porque realizan múltiples funciones); que han propiciado el surgimiento de una cultura juvenil móvil basada en redes peer-to-peer, con su propio lenguaje y valores (Castells, Fernández-Ardèvol, Qiu y Sey, 2006).

Aparte de los inconvenientes que poseen estas herramientas, máxime si no se adoptan medidas de protección, también tienen innumerables ventajas siendo indiscutible que han cambiado la forma de relacionarse de la población adolescente (Varas-Rojas, 2009). Además, no se debe olvidar que esta tecnología puede ayudar considerablemente en el aprendizaje y en el desarrollo de relaciones adecuadas, deseables, incluso pro-sociales. Es más, se ha destacado que el uso de Internet con un propósito de incrementar el conocimiento y la búsqueda de información, predice estilos de vida saludables en adolescentes; a pesar de que la dedicación excesiva en tiempo, el acceso a la barra de Internet, o el uso de éste como descarga emocional, está relacionado con pobres estilos de vida (Wang, Luo, Luo, Gao y Kong, 2012). También se ha investigado el desarrollo de habilidades cognitivas (solución de problemas, toma de decisiones, pensamiento crítico o creativo, entre otras) con aprendizaje móvil (mLearning) en alumnado universitario (Ramos, Herrera y Ramírez, 2010), concluyendo que el uso de los recursos mLearning, bajo la supervisión del profesorado, modifica favorablemente el ambiente de aprendizaje al convertirlo en innovador y colaborativo. Otros estudios se han

centrado en la alfabetización mediática para fomentar la conciencia crítica en su uso y el empoderamiento en los universitarios (Moeller, Powers y Roberts, 2012); o en la dependencia de los jóvenes respecto a sus dispositivos móviles, principalmente a través de las aplicaciones de redes sociales, puesto que cada vez resulta más difícil distinguir las relaciones que existen en la vida presencial de la virtual (Mihailidis, 2014).

En relación con la utilización de las redes sociales se ha analizado la frecuencia con la que se conectan, los usos preferentes y las motivaciones de jóvenes andaluces con edades comprendidas entre 13 y 19 años (Colás, González y de-Pablos, 2013), mostrando que el 90% hacen uso habitual de éstas con el propósito de compartir experiencias con los amigos, conocer lo que dicen de las fotos que cuelgan o para hacer nuevos amigos. Se ha constatado que Facebook es la que utilizan la mayoría de los adolescentes de 12 a 15 años para relacionarse y comunicarse con sus amigos (Almansa et al., 2013), comprobándose que los adolescentes de 11 a 14 años están dispuestos a hacerlo virtualmente de forma adecuada, usando una red social privada (Stornaiulo, DiZio y Hellmich, 2013). Ello permite que éste sea un espacio orientado al logro de una interacción, ofreciendo oportunidades de participación y de intercambios educativos de imágenes, textos y música de forma respetuosa, ética y crítica. También es importante resaltar que gracias a las socializaciones e interacciones que se producen en las redes sociales, se facilita la construcción de identidades (Muros, Aragón y Bustos, 2013), el desarrollo del sentido de pertenencia a un grupo con cultura, objetivos y aprendizajes compartidos (Hampton y Wellman, 2001; Reid, 2011), la satisfacción de intereses individuales a través del espacio común creado (Hayes y Gee, 2009), el desarrollo de la competencia mediática como eje para el crecimiento personal, social y cultural (Aguaded, Ferrés, Cruz, Pérez, Sánchez y Delgado, 2011; Ferrés y Piscitelli, 2012) y la capacidad crítica (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton y Robison, 2009; Tucho, 2005). Razones que justifican la conveniencia de considerar las redes sociales de interés para el aprendizaje escolar (Hutchison y Reinking, 2011), al dar la posibilidad de aprender unos de otros y de sí mismos (Stornaiulo, DiZio y Hellmich, 2013), teniendo un carácter más social y ameno (Shand, Li, Wu y Hou, 2011).

Concebido de este modo los adolescentes deben tener una formación suficiente, que les lleve a utilizar estas vías sin asumir riesgos, adoptando una

postura crítica, de búsqueda de ayuda y de interacciones deseables, evitando los riesgos y la sobreexposición a la que se ha aludido (Almansa et al., 2013).

1.1. Objetivos del estudio

Las conclusiones de las investigaciones referidas ponen de relieve que cada vez es más habitual entre los chicos y chicas de nuestro entorno recurrir al móvil (sobre todo porque lo poseen mayor número de ellos y a una edad más temprana), a las redes sociales y a la mensajería para comunicarse y entablar relaciones sociales, incluso con desconocidos. Sin embargo, no es difícil de entender que dependiendo del uso que se dé a estas herramientas, la frecuencia con la que se utilicen y la formación que posean los usuarios, estas prácticas podrían suponer cierto riesgo a edades tempranas por la sobreexposición que, a veces, conllevan; pero también es posible argumentar que el uso responsable y adecuado de estos instrumentos puede constituir una ayuda de gran valor para el aprendizaje. Aunque existen estudios que aportan datos interesantes en ambos sentidos, centrados sobre todo en el uso de los teléfonos móviles y de las redes sociales, son más escasos los que abordan el uso de la mensajería, la frecuencia con la que lo hacen, los mensajes que envían, las redes sociales a las que acceden, etc., chicos y chicas estudiantes de E.S.O. De ahí que creamos de utilidad indagar en la utilización que hacen de estas herramientas, con el propósito de sugerir algunas recomendaciones a padres y docentes que les oriente en la toma de medidas adecuadas. Por esta razón, los principales objetivos que persigue el estudio son:

- 1.- Conocer el porcentaje actual de adolescentes granadinos (chicos y chicas), estudiantes de E.S.O., que poseen teléfono móvil (y concretar si existen diferencias en función del sexo), desde qué edad lo tienen, si lo utilizan para intercambiar mensajes de texto, imágenes o vídeo; el número de personas con las que intercambian información.
- 2.- Averiguar el porcentaje de la muestra que posee cuenta en alguna red social (Facebook, Tuenti u otros), si existen diferencias entre chicos y chicas, e indagar en cuáles son las empleadas con mayor frecuencia en unos y otras.
- 3.- Determinar el porcentaje de la muestra que hace uso de la mensajería instantánea (WhatsApp, Line, etc.) y cuáles son las más

empleadas. Asimismo, tratamos de investigar si existen diferencias entre chicos y chicas en el uso del móvil para intercambiar imágenes o vídeos.

2. Método

El estudio que se presenta es de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental y no correlacional. Forma parte de una investigación más amplia en la que colaboran los autores.

La muestra que ha participado en el mismo está constituida por 335 adolescentes: 179 chicos (53.4%) y 156 chicas (46.6%), estudiantes de E.S.O. en 7 centros de Granada y provincia, seleccionados al azar. Todos los jóvenes tenían edades comprendidas entre los 12 y los 16 años (M Edad= 14.28; DT= 1.109).

Para recoger los datos que constituyen el motivo del mismo, se recurrió al apartado de variables sociodemográficas de la *Escala de Conductas sobre Sexting* (Dir, 2012) que además de evaluar la frecuencia y prevalencia de conductas como recibir y enviar sext (esto es, mensajes de texto o imágenes con contenido provocativo o sexual) con el teléfono móvil, mide el uso de las redes sociales, para intercambiar o publicar mensajes o imágenes con contenido sugerente, provocativo y sexual (Dir, Cyders y Coskunpinar, 2013). La elección de este instrumento se debe a que no se ha encontrado ningún otro en lengua española o traducido a ésta, que contemple las variables objeto de análisis del estudio. Para su uso los ítems referidos a los datos que iban a conformar el cuestionario fueron traducidos por una de las investigadoras y dos profesionales de Ciencias de la Educación y de la Psicología, expertos en la materia, con un excelente nivel de inglés. Se procuró mantener la estructura original, aunque se realizaron leves modificaciones, con la finalidad de que mostrase mayor claridad en la exposición de los ítems. El contenido de éstos se detalla en la Tabla 1.

Tabla 1. Contenido de los ítems

Ítem	Enunciado
10	¿Tienes teléfono móvil propio?
11	Si tienes teléfono móvil, desde qué edad lo tienes
12	Como no tienes teléfono móvil propio, ¿tienes acceso a alguno habitualmente?
13	En ese caso, ¿de quién es el teléfono móvil que utilizas?
14	En cualquier caso, ¿utilizas el teléfono móvil para intercambiar mensajes de texto, imágenes o vídeos? (Si has contestado “Sí” a la pregunta anterior)
15	Aproximadamente, ¿cuántos mensajes, imágenes o vídeos intercambias al día? (Si has contestado “Sí” a la pregunta anterior)
16	Aproximadamente, ¿con cuántas personas intercambias mensajes, imágenes o vídeos al día? (Si has contestado “Ninguno” en la pregunta anterior, no contestes esta pregunta)
17	¿Tienes cuenta en alguna red social (Facebook, Tuenti, Twitter, Instagram, etc.)?
18	Marca todas las Redes Sociales en las que tienes cuenta
19	¿Utilizas algún sistema de mensajería como WhatsApp, Line u otros?
20	¿Qué sistema o sistemas de mensajería usas?

2.1. Procedimiento

Como se ha comentado, para recoger los datos sociodemográficos objeto de estudio se recurrió a la *Escala de Conductas sobre Sexting* (Dir, 2012), una vez tomada la decisión acerca de la idoneidad del instrumento. Éste se rellenaba online, de forma individual, utilizando un enlace web creado por los investigadores para cumplimentarlo. La recogida de información se hizo a través de la versión electrónica del instrumento mediante la aplicación online “LimeSurvey” (v. 2.00+). En un primer momento se contactó por teléfono y/o correo electrónico con los directores de distintos centros de E.S.O. de Granada y su provincia, para explicar el objetivo de la investigación y solicitar su permiso para participar. De estos centros se seleccionaron al azar 7 de ellos, que tras su aceptación, recibieron (vía correo electrónico) la autorización para que los padres o tutores de los menores permitieran que participaran. Una vez aceptada la participación de éstos, los centros optaron por dos cauces para pasar la escala: mientras que en unos casos (5) fueron los propios investigadores los encargados de realizar la pasación online; en otros (2), fueron docentes del centro los que la realizaron. Siempre se utilizó el aula de informática de los centros, donde se siguió el mismo protocolo para su cumplimentación. Éste consistía en presentar el cuestionario, explicar y dar instrucciones al alumnado (dividido en varias tandas, de acuerdo con la edad y

el curso) acerca de cómo rellenarlo. En todo momento se les aseguró la confidencialidad y anonimato de las respuestas, para que lo hicieran con total sinceridad.

3. Resultados

En este apartado se presentan los resultados organizados en tres bloques, para responder a los objetivos planteados.

3.1. Resultados en el uso de telefonía móvil

En el caso de los chicos se encuentra que el 95.5% (171) poseen móvil propio, mientras que un 1.7% (3) usan el de los padres o hermanos y el 2.8 (5) no tienen acceso a ninguno. En la Tabla 2 puede observarse la edad desde la que lo tienen, destacando que el 19.6% (35) desde los 12 años y el 13,4% (24) desde los 10 años. Las cifras son similares en las chicas, ya que posee móvil propio el 94.9% (148), mientras el 3.2% (5) no, pero usan el de los padres o hermanos; únicamente 1.9 (3) no tienen acceso. En relación con la edad desde la que lo tienen (ver Tabla 2), destaca el 25.6% (40) desde los 12 años, seguido del 18,6% (29) desde los 10 años.

Tabla 2. Edad desde la que tienen móvil chicos y chicas

Edad	Chicos		Chicas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
8	4	2.2	3	1.9
9	7	3.9	10	6.4
10	24	13.4	29	18.6
11	17	9.5	18	11.5
12	35	19.6	40	25.6
13	20	11.2	20	12.8
14	15	8.4	10	6.4
15	38	21.2	18	11.5
16	11	6.1	-	-
Total	171	95.5	148	94.9

Con el fin de determinar diferencias entre chicos y chicas en cuanto a si poseen móvil propio, se realizó una prueba no paramétrica (U de Mann-Whitney), no hallando diferencias entre ambos grupos (U = 13870; $p = .778$).

3.2. Resultados en el uso de las redes sociales (Facebook, Tuenti u otros).

Al preguntar a los chicos se observa que el 92.2% (165) posee cuenta en alguna red social, siendo 7.8% (14) los que no tienen cuenta. En la Tabla 3 se detallan las redes sociales usadas y la frecuencia.

Tabla 3. Frecuencia y porcentaje de uso de las redes sociales usadas por chicos y chicas

	Chicos		Chicas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	107	73.2	83	53.2
Tuenti	131	59.8	110	70.5
Twitter	125	69.8	126	80.8
Instagram	47	26.3	67	42.9
MySpace	24	2.2	-	-
Ask	7	3.9	10	6.4

Datos parecidos se hallan en las chicas, pues refiere el 94.2% (147) que tiene red social (Facebook) y el 5.8% (9) que no. En la Tabla 3 se detallan las redes sociales usadas y la frecuencia.

De nuevo, para determinar posibles diferencias entre chicos y chicas en relación a si poseen cuenta en alguna red social se llevó a cabo la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney, no hallando diferencias entre ambos grupos ($U = 13675.500$; $p = .459$). Sin embargo, al comparar distintas redes sociales usadas con mayor frecuencia se hallaron diferencias en la red Twiter ($U = 12435$; $p = .021$), e Instagram ($U = 11635.500$; $p = .001$), ambas más usadas por las chicas.

3.3. Resultados en el uso de la mensajería instantánea

El 91.1% (163) de los chicos refieren que la utilizan, mientras el 8.9% (16) no. Al preguntarles si usan el móvil para intercambiar imágenes o vídeos 94.4% (169) afirman que sí, mientras el 5.6% (10) no lo hacen. A continuación (ver Tabla 4) se detalla, distribuido por intervalos, el número de mensajes, imágenes o vídeos intercambiados por día.

Tabla 4. Frecuencia y porcentaje de mensajes, imágenes o vídeos que chicos y chicas intercambian al día

	Chicos		Chicas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	3	1.7	8	5.1
1-10	53	29.6	42	26.9
11-25	12	6.7	17	10.9
26-40	36	20.1	15	9.6
41-60	9	5.0	7	4.5
61-80	11	6.1	14	9.0
Más de 80	55	30.7	53	34.0

Al preguntarles con cuántas personas intercambian por día, se obtienen los siguientes resultados (ver Tabla 5):

Tabla 5. Frecuencia y porcentaje de personas con las que chicos y chicas intercambian mensajes diariamente

	Chicos		Chicas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1-2 personas	65	36.3	70	44.9
3-5	97	54.2	68	43.6
6-10	7	3.9	13	8.3
Más de 10	10	5.6	5	3.2

En relación con las chicas se encontró que el 98.1% (153) usa mensajería, 1.9% (3) no lo usan; intercambian imágenes o vídeos el 92.3% (144), mientras que el 7.7% (12) no lo hacen. En la Tabla 4 se detalla, distribuido por intervalos, el número de mensajes, imágenes o vídeos intercambiados por día, observándose que los porcentajes más altos se hallan en puntuaciones extremas: el 34% (53) envían más de 80 mensajes y el 26.9 (42) envían entre 1 y 10. En la Tabla 5 puede apreciarse el número de personas con las que intercambian mensajes diariamente, obteniendo el porcentaje más alto el intercambio con 1 ó 2 personas 44.9% (70).

De nuevo, para determinar diferencias entre chicos y chicas acerca de si usan el móvil para intercambiar imágenes o vídeos se llevó a cabo la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney, sin hallar diferencias entre ambos grupos ($U = 13144$; $p = .335$).

El último apartado motivo de análisis se refiere al porcentaje de los chicos y chicas participantes que hacen uso de la mensajería instantánea (WhatsApp y otras) y cuáles son las empleadas con mayor frecuencia, encontrando que tanto los chicos (91.1%) como las chicas (96.2%) prefieren WhatsApp en primer lugar. En la Tabla 6 pueden observarse los resultados en cuanto a preferencia de uso:

Tabla 6. Uso de mensajería instantánea.

	Chicos		Chicas	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
WhatsApp	163	91.1	150	96.2
Line	19	10.6	19	12.2
Viber	4	2.2	5	3.2
Chaton	3	1.7	-	-
KitMessenger	3	1.7	5	3.2
Spotbros	2	1.1	-	-

4. Conclusiones

De acuerdo con el análisis efectuado en el estudio que se presenta se constata que, respecto a otros anteriores (García y Monferrer, 2009; INTECO-Orange, 2010), se ha producido un incremento en el número de chicos y chicas de entre 12 y 16 años que poseen móvil propio, o que pueden acceder a él. Son datos coincidentes con los hallados en otras investigaciones (Almansa et al., 2013; Stornaiulo et al., 2013) que reflejan el nivel de comunicación que realizan estos adolescentes a través del móvil, indicativo del cambio que se ha producido en su forma de relacionarse (Varas-Rojas, 2009). Si se comparan los datos del Eurobarómetro extraídos en el año 2006, con los el Observatorio de Seguridad de la Información (en colaboración INTECO-Orange), publicado en el año 2010, y los datos de nuestro estudio se comprueba que ha aumentado considerablemente el número de adolescentes que poseen móvil; si bien en el año 2010 se indicaba que 2 de cada 3 chicos y chicas de 10 a 16 años lo tenían, en el momento actual encontramos un porcentaje en torno al 95% de aquellos con edades entre los 12 y 16 años, pudiendo acceder al móvil casi el 100%. Cifras parecidas en ambos sexos, como se deriva del análisis efectuado. Atendiendo a los datos obtenidos en el uso de redes sociales, los resultados muestran una incidencia similar entre chicos y chicas, pero destacando que el

92.2% de los primeros y el 94.2% de las segundas las utiliza. Aunque las cifras están próximas, lo que explica la ausencia de diferencias significativas en la prueba no paramétrica efectuada, no obstante, se detectan preferencias distintas puesto que los chicos usan Facebook en primer lugar (73.2%), seguido de Twitter (69.8%) y de Tuenti (59.8). Mientras que las chicas señalan Twitter (80.8%) en primer lugar, seguida de Tuenti (70.5%) y Facebook (53.2%). El dato de la frecuencia de Facebook entre los chicos coincide con el obtenido por Almansa et al. (2013) y con el estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2014, pero difiere de éstos en el caso de las chicas, las cuales se inclinan más por usar Twitter e Instagram, preferencias que llegan a resultar estadísticamente significativas.

Los resultados en relación al uso de mensajería instantánea muestran que las chicas hacen mayor uso de ésta (98.1%) que los chicos (91.1%), pero las diferencias se acortan cuando intercambian imágenes o vídeos, siendo algo más alta la frecuencia entre los chicos (94.4%) que entre las chicas (92.3%). En cambio las cifras son similares en el número de mensajes enviados por día, llamando la atención que obtienen mayor puntuación intervalos extremos: esto es, tanto chicos como chicas concentran mayor frecuencia de uso en el envío de más de 80 mensajes diarios (30.7% los primeros y 34% las segundas), seguido del intervalo comprendido entre 1 y 10 mensajes diarios (29.6% los primeros y 26.9% las segundas). En cuanto al número de personas con las que intercambian por día, la mayor frecuencia entre los chicos se presenta con 3 y 5 personas (54.2%); mientras en las chicas se da con 1 ó 2 personas (44.9%), si bien está muy cercana a la 3ª opción: entre 3 a 5 personas (43.6%).

Las cifras a las que se ha hecho alusión ponen de relieve que casi la totalidad de los participantes en el estudio poseen móvil propio (o pueden acceder fácilmente al de sus allegados), con los que intercambian imágenes o vídeos más del 90%, dato acorde con el destacado por el Observatorio de Seguridad de la Información publicado en el año 2010. Asimismo, se constata la gran actividad de interacción que mantienen chicos y chicas adolescentes españoles de entre 12 y 16 años a través de la mensajería instantánea, de hecho no existen diferencias significativas entre ambos sexos (utilizando preferentemente WhatsApp para este cometido); resultando especialmente llamativo que más de 30% de los chicos envía 80 mensajes o más diariamente, casi 30% envía entre 1 y 10; mientras que por encima de 20% envía entre 26 y 40 mensajes. Cifras

similares se presentan entre las chicas, puesto que por encima de 30% de ellas envía 80 mensajes o más diariamente y casi el 27% envía entre 1 y 10. Son datos que dejan entrever las preferencias de adolescentes de estas edades por la mensajería instantánea, frente a la interacción telefónica o con presencia física del interlocutor, tal como apuntaba Schwarz (2011).

Ante el incremento de adolescentes que poseen móvil, que lo tienen a una edad temprana (el mayor porcentaje entre las chicas se da en los 12 años, seguido de los 10), la frecuencia de uso de éste y de las redes sociales, o el intercambio de vídeos o imágenes que realizan diariamente; se considera necesario hacer una llamada de atención a padres y docentes acerca de la importancia que tiene su formación e información en el uso responsable, ético, crítico, respetuoso y adecuado de estos instrumentos. Ello permitirá que adopten medidas de protección y sepan aprovechar sus beneficios educativos, personales y sociales, evitando los riesgos que en muchas ocasiones conllevan estas prácticas al sobreexponerse innecesariamente por falta de formación, o por exceso de confianza. Finalmente, debemos señalar que estamos seguros de que, si se utilizan correctamente, los instrumentos aludidos pueden suponer una ayuda útil en el desarrollo global y en las relaciones que establecen chicos y chicas de estas edades, punto de vista acorde al defendido por Colás et al. (2013).

Si bien queremos destacar que el estudio se ha llevado a cabo en una muestra (elegida al azar) de estudiantes granadinos de ESO, no obstante, creemos que los resultados son interesantes al aportar datos novedosos que completan, en parte, los de otras investigaciones realizadas.

Referencias bibliográficas

- Aguaded, J.I., Ferrés, J., Cruz, M.R., Pérez, M.A., Sánchez, J., y Delgado, A. (2011). *Informe de investigación: el grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones/Grupo de Investigación Ágora de la Universidad de Huelva.
- Almansa, A., Fonseca, O., y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 40, 127-135. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>).

- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J.L., y Sey, A. (2006). *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge (USA): MIT Press
- Chalfen, R. (2009). "It's only a picture": sexting, "smutty" snapshots and felony charges. *Visual Studies*, 24(3), 258-268. (DOI: 10.1080/14725860903309203).
- Colás, P., González, T., y De Pablos, J. (2013). Young People and Social Networks: Motivations and Preferred Uses. *Comunicar*, 40, 15-23. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>).
- Dir, A.L. (2012). Understanding sexting behaviors, sexting expectancies, and the role of sensation seeking in sexting behavior (Unpublished master's thesis). Indiana University Purdue University-Indianapolis, Indiana, U.S.A.
- Dir, A.L., Cyders, M.A., y Coskunpinar, A. (2013). From the bar to the bed via mobile phone: A first test of the role of problematic alcohol use, sexting, and impulsivity-related traits in sexual hookups. *Computers in Human Behavior*, 29, 1664-1670. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.039>).
- Ferrés J., y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75-82. (DOI <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-08>).
- García, M.C., y Monferrer, J. (2009). Propuesta de análisis teórico sobre el uso del teléfono móvil en adolescentes. *Comunicar*, 33, 83-92. (DOI: 10.3916/C33.2009.02.008).
- Hampton, K., y Wellman, B. (2001). Long Distance Community in the Network Society. Contact and support beyond Netville. *American Behavioral Scientist*, 45, 476-495. (DOI: 10.1177/00027 640121957303).
- Hayes, E., y Gee, J. (2009). Public Pedagogy through Video games: Design, Resources and Affinity Spaces. En J.A. Sandlin, B.D. Schultz, y J. Burdick (Eds.), *Handbook of Public Pedagogy: Education and Learning beyond schooling* (pp. 185-193). New York: Routledge.
- Hutchison, A., y Reinking, D. (2011). Teachers' perceptions of integrating information and communication technologies into literacy instruction: A national survey in the United States. *Reading Research Quarterly*, 46(4), 312-333. (DOI: 10.1002/RRQ.002).
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2014). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares* (<http://ine.es>). Consultado el 15-12-2014.

- Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y Orange. (2010). *Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles* (http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios_e_Informes/Estudios_e_Informes_1/Estudio_moviles_menores). Consultado el 02-12-2014.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., y Robison, A.J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Massachusetts: MIT Press.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Mihailidis, P. (2014). A Tethered Generation: Exploring the Role of Mobile Phones in the Daily Life of Young People. *Mobile Media & Communication*, 2, 58-72. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/205-0157913505558>).
- Mitchell, K.J., Finkelhor, D., Jones L.M., y Wokal, J. (2011). Prevalence and characteristics of youth sexting: A national study, *Pediatrics*, 129(1), 12-21. (DOI: 10.1542/peds.2011-1730).
- Moeller, S., Powers, E., y Roberts, J. (2012). “El mundo desconectado” y “24 horas sin medios”: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes. *Comunicar*, 39, 45-52. (DOI: 10.3916/C39-2012-02-04).
- Muros, B., Aragón, Y., y Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar*, 40, 31-39. (DOI: 10.3916/C40-2013-02-03).
- Ramos, A.I., Herrera, J.A., y Ramírez, M.S. (2010). Desarrollo de habilidades cognitivas con aprendizaje móvil: un estudio de casos. *Comunicar*, 34, 201-209. (DOI: 10.3916/C34-2010-03-20).
- Reid, A. (2011). Social Media, Public Pedagogy and the End of Private Learning. *Handbook of Public Pedagogy*, 22, 194-199. London: Routledge.
- Ruiz, F.J., y Belmonte, A.M. (2014). Los jóvenes como usuarios de aplicaciones de marca en dispositivos móviles. *Comunicar*, 43, 73-81. (DOI: 10.3916/C43-2014-07).
- Shand, S.S., Li, E.Y., Wu, Y.L., y Hou, O.C. (2011). Understanding Web 2.0 service models: a knowledge-creating perspective. *Information & Management*, 48, 178-184. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2011.01.005>).

- Schwarz, O. (2011). Who Moved my Conversation? Instant Messaging. Intertextuality ang. New Regimes of Intimacy and Truth. *Media Culture Society*, 33(1), 71-87. (DOI:10.1177/01634437.10385501).
- Stornaiuolo, A., DiZio, J.K., y Hellmich, E.A. (2013). Desarrollando la comunidad: jóvenes, redes sociales y escuelas. *Comunicar*, 40, 79-88. (DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40.2013.02.08>).
- Tucho, F. (2005). La educación en comunicación como eje de una educación para la ciudadanía. *Comunicar* 26, 83-88.
- Varas-Rojas, L.E. (2009). Imaginarios sociales que van naciendo en comunidades virtuales: Facebook, crisis analógica, futuro digital. *IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*, noviembre, 12-29. (www.cibersociedad.net/congres2009/actes/html/-com_imaginarios-sociales-que-van-naciendo-en-comunidades-virtuales-facebook_709.html)
- Varnali, K., y Toker, A. (2010). Mobile Marketing Research: The-state-of-the-art. *International Journal of Information Management*, 30(2), 144-151. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomg-t.2009.08.009>).
- Wang, L., Luo, J., Luo, J., Gao, W., y Kong, J. (2012). The effect of Internet use on adolescents' lifestyles: A national survey. *Computers in Human Behavior*, 28, 2007-2013. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.04.007>).