



## El impacto de las Redes Sociales en adolescentes gallegos/as: análisis cualitativo

### The impact of Social Networks on Galician adolescents: qualitative analysis

Patricia Ruido, Yolanda Castro, María Fernández  
Universidad de Vigo

#### Resumen

El objetivo de esta investigación es evaluar la gestión y percepciones de las Redes Sociales (R.S.) en un grupo de adolescentes de la Provincia de Ourense a través de grupos de discusión. En esta investigación participan 222 estudiantes de Institutos de Educación Secundaria. El análisis del discurso, evidencia que la unanimidad de los/as estudiantes utilizan diariamente las R.S., incluso en algunos casos afirman que de no poder conectarse durante un día sentirían ansiedad. Conjuntamente, se consideran responsables en el uso y gestión que hacen de sus perfiles, a pesar de que afirman tener contacto con personas desconocidas.

*Palabras clave:* adolescentes, Redes Sociales, responsabilidad, peligros, educación.

#### Abstract

The objective of this research is to evaluate the management and perceptions of Social Networks in a group of adolescents from the Province of Ourense through discussion groups. 222 students from Secondary Education Institutes participate in this research. The analysis of the speech, shows that unanimity of the students use the Social Networks daily, even in some cases affirm that if they could not connect for a day they would feel anxiety. Together they are considered responsible in the use and management that they make of their profiles although they claim to have contact with unknown people.

*Keywords:* Adolescents, Social Networks, responsibility, dangers, education.

La revolución digital ha sido generada por el impacto de los medios tecnológicos y espacios virtuales en la sociedad. Realidad que se ha traducido en un acceso y uso generalizado a Internet, especialmente entre los/as más jóvenes (Rial, Gómez, Braña, & Varela, 2014). No obstante, si Internet y los medios digitales han supuesto una auténtica revolución, las Redes Sociales no se quedan atrás. Desde que hace más de una década aterrizaran en las dinámicas sociales, han supuesto un verdadero fenómeno tecnológico y social que ha impactado de lleno en la sociedad (Caldevilla, 2010). Actualmente, suponen un escenario que se encuentra en el limbo entre lo real y lo virtual, formando parte tanto de la “vida online” como de la “vida offline” (Livingston, Kirwill, Ponte, & Staksrud, 2013).

Si hacemos un análisis del interés social en nuestro país, observamos el interés sobre las Redes Sociales de los y las internautas españoles se ha multiplicado exponencialmente, siendo uno de los principales

intereses de los y las españoles/as (Google Trends, 2016). Pero, ¿por qué este desmesurado de interés en torno las Redes Sociales? Por la cantidad de ventajas que ofrecen a la comunicación, al ocio y la socialización a todas las personas con acceso a la Red.

En este sentido, Boyd y Ellison (2007) conceptualizaban las Redes Sociales como aquellos espacios web que permiten construir perfiles online, en los que los y las usuarios/as seleccionan su privacidad y articulan sus conexiones con otros/as usuarios/as.. En la misma línea, Del Moral (2005) conceptualizaba las tipologías de Redes Sociales. Sostiene que hay Redes Sociales que sirven para establecer amistades o mantenerlas, otras que sirven como forma de entreteniendo y luego están aquellas que sirven como gestión interna de las empresas. Por lo que en realidad, el auge de estos espacios virtuales surge de la necesidad humana de socialización y de contacto social.

Esta realidad de omnipresencia de las Redes Sociales, se pone de manifiesto al observar los datos de los últimos informes e investigaciones (IAB, 2016; INE, 2016; Rial et al., 2014), que revelan cifras muy elevadas en cuanto a la tenencia y uso de las Redes Sociales por parte de la población española, tanto adultos/as como adolescentes. En este sentido, tal y como muestra el Instituto Nacional de Estadística (2016), en nuestro país son los y las estudiantes y los/as jóvenes de entre los 16 y los 24 años los/as que más participan de las Redes Sociales, alcanzando prevalencias del 90.7% y del 91.1% respectivamente para ambos grupos de edad (INE, 2016). Siendo WhatsApp y Facebook las más populares (IAB, 2016).

Más recientemente el trabajo de Rial et al. (2014) sobre el uso de Internet en el colectivo de adolescentes de Galicia, apunta que el 85% afirma conectarse a internet para utilizar las Redes Sociales. De hecho, informan que el 39.6% de los y las adolescentes está registrado en dos Redes Sociales; redes que admiten utilizar para hablar con amistades y familiares, ver fotos, chatear, y cotillear entre otros motivos.

Esta situación se ha traducido en numerosos estudios que a lo largo de la última década, han evaluado la tenencia y usos de los medios tecnológicos y espacios virtuales por parte de los/as jóvenes; no obstante, pocas de estas investigaciones parten de una perspectiva cualitativa. El objetivo de esta investigación es evaluar la gestión y las percepciones en torno a las Redes Sociales

en un grupo de adolescentes de la Provincia de Ourense a través de grupos de discusión.

### Método

#### Participantes

Se seleccionaron los centros de Educación Secundaria Obligatoria de la Provincia de Ourense y dentro de los mismos se eligieron las aulas relativas al segundo ciclo de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato. La muestra quedó formada por 222 adolescentes con un rango de edad de los 15 a los 18 años, de los cuales 120 son chicas y 102 chicos.

La participación en los grupos de discusión fue voluntaria y se contó con la autorización de los responsables académicos de los centros educativos y/o de los progenitores de los y las participantes en el estudio.

#### Instrumentos

El diseño de la investigación se basa en una metodología cualitativa. Se utilizaron los grupos de discusión, fundamentalmente por su utilidad para investigar no solo lo que piensan los y las adolescentes, sino también porque piensan así (Morgan, 1998, 2001).

Para la consecución del objetivo planteado se creó *ad hoc*, un guion de preguntas. Así, se les preguntaba sobre si utilizaban las Redes Sociales y cuáles, cuando se conectaban más y si se imaginan estar un día sin conectarse. Conjuntamente también se cuestionaba sobre si se consideraban responsables en el uso y gestión de sus perfiles en Redes Sociales, y la gente de su edad, y si contactan con personas desconocidas a través de ellas.

#### Procedimiento

Para realizar los grupos de discusión, los y las informantes se organizaron en pequeños grupos procurando la representación equilibrada de ambos géneros. Las sesiones fueron grabadas a través de un dispositivo de recogida de voz por las investigadoras. Se desarrollaron en los propios centros académicos, dentro del horario lectivo. Cada una de las sesiones tuvo una duración aproximada de 40-50 minutos.

#### Análisis de la información

Para el análisis de la información obtenida en los diferentes grupos de discusión, en primer lugar la información fue grabada y transcrita de forma literal. Posteriormente se procedió a la lectura de toda la información recabada de los grupos de discusión, para introducirla en el programa informático ATLAS.ti v.7 y proceder a su análisis. El uso de este recurso, para analizar la información plasmada en este trabajo, resulta una herramienta que “garantiza la comprensión de la realidad socioeducativa, y por este hecho, las construcciones teóricas de los resultados de una investigación, adquieren una incuestionable validez” (San-Martín, 2014, p. 118).

Así, el programa ATLAS.ti v. 7 es un programa informático de gestión de datos cualitativos, que permite trabajar con grandes cuerpos de datos y cuyo uso incrementa la transparencia, la coherencia y el rigor

científico en el proceso de análisis (Richards & Richards, 1994; Seale, 1999; Weitzman, 2000).

Es necesario mencionar que a lo largo de la exposición de los resultados los fragmentos ilustrativos han sido identificados de forma que a cada participante le fue asignado un código: G (grupo zona urbana) o R (grupo zona rural/semi-rural); seguido del género, número determinado por el turno de palabra, 1, 2 o 3 (número de documento primario), y por último el número específico de cita codificada en el programa informático.

### Resultados

Del análisis de sus discursos se destaca que prácticamente la unanimidad de los/as estudiantes utilizan diariamente las Redes Sociales, no obstante este uso tiene un perfil urbano y feminizado. Las redes sociales más populares entre nuestros/as informantes son Instagram y Facebook. Contrariamente son Ask, Scrath o Tuenti las menos nombradas. Además, detectamos que entre las chicas de contexto urbano las Redes Sociales más nombradas son Twitter e Instagram; mientras que en el ámbito rural/semi-rural son: Facebook, Instagram y Twitter. Por su parte, los chicos de localización urbana afirman utilizar más Facebook e Instagram; y los de zona rural/semi-rural WhatsApp y Facebook. Paralelamente muchos/as afirman tener perfiles en dos o más redes sociales.

*Todas, Tuenti, Facebook, WhatsApp, Instagram... (G7, Chica3, 2:1789).*

Además, los y las adolescentes consideran la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp una red social. Siendo utilizada por la mayoría de los chicos y chicas del estudio.

*Si socializas con la gente pues es una red social (G6, Chica2, 2:1777).*

Los/as jóvenes afirman conectarse a las Redes Sociales a cualquier hora del día, pero especialmente después de su jornada escolar en la franja de tarde-noche.

*Después del horario escolar (G10, Chica4, 2:2159).*

*De día, después de comer (R2, Chico1, 2:2183).*

No obstante, más de un tercio de las chicas, tanto de localización urbano como rural/semi-rural, afirman conectarse durante la noche. En menor medida, un total de 21 chicos también afirman que se conectan más durante la noche.

*A partir de las 21:00 (G2, Chica2, 2:2098).*

*Si creo que a la noche más (R1, Chica9, 2:2171).*

*Si pudiera elegir un horario, más tarde noche (G6, Chico1, 2:2121).*

Otro grupo de adolescentes, en su mayoría de localización urbana, admite conectarse a lo largo del día en cualquier momento, incluso durante las clases.

*Todo menos dormir, comer, cenar a veces sí y salir de fiesta. Cuando no puedes utilizar el móvil en la mano, lo demás sí (G4, Chica 3, 2:2102).*

*Yo a todas horas (G7, Chico6, 2:2129).*

*Desde que me levanto hasta que me acuesto (R1, Chico1, 2:2180).*

*Todo el día (R2, Chica7, 2:2194).*

Otro grupo de participantes expresa que se conectan especialmente los fines de semana e incluso que depende de las circunstancias.

*Más los fines de semana* (G8, Chica4, 2:2132).

*Cuando me dejen el móvil* (G10, Chica7, 2:2162).

Cuando se indaga en si se imaginan un día sin conectarse, encontramos que más la mitad de los/as adolescentes aluden que no pasaría nada porque ya han vivido esas situaciones, por castigos, porque ahora son menos dependientes o por no tener cobertura.

*A lo mejor antes me importaría más ahora no me importa tanto. Antes estaba pegada al móvil pero hubo un cierto tiempo que estuve castigada sin él, entonces como que me acostumbre más a estar sin el móvil* (G3, Chica2, 2:2256).

*Yo he pasado una semana sin internet así que por un día...* (G9, Chico2, 2:2315).

*Yo creo que igual...podría seguir haciendo mi vida sin tener el móvil al lado* (R7, Chica3, 2:2398).

*Bien no pasaría nada* (R5, Chico1, 2:2377).

En esta dirección cuatro adolescentes de ámbito rural/semi-rural incluso afirman que sería para ellos un "alivio" y que dejarían de molestarlos.

*Alivio...porque hay cientos de mensajes* (R3, Chico5, 2:2359).

*Hombre estarías bastante tiempo sin que te toquen las pelotas, eso es una buena razón* (G9, Chico5, 2:2313).

Algunos afirman también que tendrían más tiempo libre: *Tienes más tempo libre* (R1, Chico2, 2:2342).

Un pequeño grupo incluso dice que depende, ya que entre semana no necesitan acceder tanto que durante los fines de semana.

*Por la semana me daría igual estar sin el móvil pero el fin de semana no* (G3, Chico5, 2:2258).

Contrariamente que otros/as expresan que no se imaginan un día sin conectarse porque se aburrirían, tendrían curiosidad y les costaría porque es un hábito.

*Me aburriría un día sin estar con el móvil* (G3, Chica4, 2:2259).

*Para mí es rutina, porque puede ser un WhatsApp importante* (R2, Chico4, 2:2355).

*Curiosidad* (R7, Chica1, 2:2396).

Algunos/as informantes, especialmente chicas, afirman que tendrían ansiedad, se sentirían aislados/as, extraños/as, solos/as, vacíos/as e incluso afirman que se "morirían" al no poder conectarse.

*Te sientes muy autista* (G3, Chica1, 2:2248).

*Me da ansiedad no poder estar con el móvil, no sé* (G3, Chica3, 2:226).

*Sin tener WhatsApp pues me sentiría solo, estar en casa sin hablar con nadie* (G7, Chico2, 2:2288).

*Yo me sentiría como vacío cuando me lo quitan, pues siento una sensación rara* (G7, Chico2, 2:2291).

*A mí me da un ataque* (R1, Chica3, 2:2338)

*Yo me vuelvo loca* (R1, Chica6, 2:2346).

*Me muero* (R1, Chico1, 2:2337).

En general, los/as informantes se consideran responsables respecto del uso que hacen de las Redes Sociales. Sin embargo en algunos casos expresan que son responsables *Casi siempre* (R2, Chica8, 1:950) o que: *Yo pienso que debería ser más* (R6, Chico5, 1:990).

No obstante, son las chicas, tanto de zona urbana como de zona rural/semi-rural, las que refieren una mayor responsabilidad frente a sus compañeros. De hecho ellas explican que medidas adoptan para protegerse en las redes.

*Sí, soy responsable...Conocer a todas las personas que tienes agregadas, tener los perfiles bloqueados, y tener cuidado con que hablas, y a quien conoces Usarlo de una forma responsable* (R1, Chica7, 1:934-935).

Por su parte los chicos que refieren que sí son responsables aluden que se piensan las cosas antes de hacerlas y que solo cuelgan lo que les interesa,

*Yo por ejemplo pienso en las cosas antes de enviarlas si mando algún video lo pienso antes y a lo mejor te puede perjudicar* (G5, Chico2, 1:896).

Aquellas y aquellos adolescentes que se describen como no responsables en el uso de las Redes Sociales, aluden que el hecho de tener Redes Sociales es, en sí mismo, irresponsable. Además, admiten que mienten y transgreden la edad mínima de las distintas Redes Sociales para crearse un perfil.

*Responsable sí, pero partimos del hecho para registrarnos en una red social ya estamos incumpliendo la reglas es para mayores de 16 el Whatsapp y ningún de los de aquí lo tenemos y todos hablamos por Whatsapp. Facebook la mitad se lo hizo antes de los 14. Responsables en el uso si pero en eso nos pasa responsabilidad* (G1, Chico5, 1:865).

Asimismo otros admiten que son irresponsables porque sus perfiles en las Redes Sociales son públicos o porque abusan de ellas o agregan a personas desconocidas.

*Yo tampoco [lo tengo privado] Es una rayada porque todo el rato tienes que estar dándole a aceptar* (G2, Chica3, 1:869).

En otros casos relatan que son irresponsables porque de forma inconsciente cuelgan fotos y porque no tienen información sobre las Redes Sociales.

*Porque no sabemos toda la información sobre las Redes Sociales* (R4, Chica1, 1:970).

En cuanto a la percepción de la realidad entre la gente de su edad, encontramos que mayoritariamente aluden que la gente de su edad no es responsable con el uso de las Redes Sociales.

*Yo me considero responsable, pero sí que conozco a mucha gente que no lo es* (R7, Chica1, 1:1014).

Finalmente se encuentra que algunos/as adolescentes manifiestan que son los progenitores los que deben ejercer el control sobre sus hijos e hijas, y por tanto son ellos/as los/as aluden a la responsabilidad de sus progenitores, respecto de este tipo de conductas. Aluden que los y las progenitores deben supervisar para que no se expongan a riesgos a través de las Redes Sociales.

*Si pero los padres también deben controlar* (G1, Chico4, 1:864).

En relación al contacto con personas desconocidas a través de las Redes Sociales supone una minoría los/as adolescentes que no se relacionan en el mundo online con personas desconocidas. E incluso justifican el hecho de tener a personas desconocidas agregadas explicando en

algunas Redes Sociales no pueden controlar quien los/as "sigue", llegando a expresar que les resulta "inevitable".

*Sí, es que es inevitable. Porque te encuentran y te siguen* (G4, Chica 3, 1:441).

*En Twitter no, en el resto sí...a muchos desconocidos, claro* (G10, Chica2, 1:489).

Hemos encontrado que más de un cuarto de los y las adolescentes admiten hablar con personas desconocidas a través de las Redes Sociales y en menor medida quedar con ellas. Especialmente los/as de ámbito urbano y las chicas.

*Yo es que estoy todos los días hablando con gente de Madrid, Uruguay, Argentina, de Barcelona* (G11, Chica4, 1:737).

Refieren que es por conocer a gente o relacionarse y otros dos adolescentes mencionan que sí que hablan con personas desconocidas pero que si no les interesa luego las borran o bloquean.

Con respecto a quedar con personas desconocidas, el discurso de los/as adolescentes demuestra que es una conducta menos frecuente. No obstante son las chicas las que en mayor medida así lo admiten. Aluden fundamentalmente que quedan con desconocidos/as con los que tienen un nexo de unión, ya sea que practican su mismo deporte o que son seguidoras/es de los mismos grupos de música.

*En un concierto de un grupo conocido pues se hacen quedadas de gente desconocida y quedamos* (G6, Chica1, 1:687).

Conjuntamente varias de las chicas aluden que lo han hecho con personas de su círculo, porque viven en una ciudad pequeña y se conocen todos.

*Si es del círculo de amistad si amigos de amigos* (G3, Chica1, 1:639).

*Si, por lo menos cuando teníamos Tuenti, por lo menos yo, cuando tenía Tuenti, con el Tuenti antes todos locos. Por ahí hablabas con amigos de amigos, que no conocías en persona, pues sí que hablabas con ellos* (R1, Chica6, 1:757).

No obstante algunos/as de estos/as adolescentes expresan que dependiendo de ciertos factores quedar o no con desconocidos/as sí lo harían, tales como ser amigos de vista o hablar previamente con ellas/os.

*Yo creo que si una persona tiene amigos en común o que lo conoces de vista creo que sí pero si no lo conoces de nada no creo* (G1, Chica5, 1:616).

### Discusión

A través del análisis de los discursos recogidos en los grupos de discusión se evidencia que las Redes Sociales suponen un medio importante y naturalizado en sus vidas, para estar en contacto con otras personas, socializarse y comunicarse. Hemos detectado que el uso de las Redes Sociales tiene un perfil urbano y feminizado, es decir, son los/as adolescentes de ámbito urbano y las chicas las que más las usan, siendo Facebook una de las más utilizadas entre los/as participantes, popularidad que se confirma dentro y fuera de nuestras fronteras (Almansa, Fonseca, & Castillo, 2013; Kopecký, 2016). Además acceden a ellas a cualquier hora del día, pero especialmente durante la tarde-noche, conclusión en la

línea a la expuesta en la investigación de Rial et al. (2014).

Además, a pesar de que no ha sido la tendencia más frecuente en el discurso de los y las adolescentes, encontramos que en algunas situaciones los/as informantes expresan que si no pudieran conectarse durante un día sentirían ansiedad, aislamiento e incluso afirman que "se morirían". Es necesario tener en cuenta estas afirmaciones porque tal y como señala Gandasegui (2011), la relevancia de estas redes ha provocado que, en ocasiones, pertenecer o no pertenecer a una red social deje de ser una opción para convertirse en una obligación, una necesidad para poder estar en contacto con los/as conocidos/as y estar al día de lo que sucede en el contexto virtual. Fundamentalmente debido a que gran parte de la vida social ya no sucede por completo en un escenario offline, revelándose la importancia del entorno virtual para los/as adolescentes.

En este sentido, los y las jóvenes consideran que en las Redes Sociales se dan espacios "seguros" para intercambiar experiencias, conocer a gente y especialmente, para expresar sus sentimientos o deseos sexuales (Colás, Ramírez, & Pons, 2013; Tabernero, Aranda, & Sánchez, 2010), siendo las chicas las que afirman que se sienten más cómodas para hablar de sus sentimientos y frustraciones a través de las Redes Sociales, por lo que se exponen de una manera más íntima en la red (Estébanez & Vázquez, 2013). Este argumento puede dar respuesta al perfil feminizado de las Redes Sociales.

Conjuntamente, en algunos casos están en contacto a través de estos espacios virtuales con personas desconocidas, en la línea del estudio realizado por Almansa et al. (2013). Los estudios confirman la peligrosa conducta de los/as adolescentes que usan las plataformas virtuales para interactuar con personas conocidas y desconocidas por igual (Subrahmanyam, Greenfield, & Michikyan, 2015). Y aunque el ponerse en contacto con personas desconocidas a través de la Red es un tema de preocupación para los y las adolescentes (Reolid, 2016), no parece inhibir esta peligrosa conducta incluso entre algunos/as de los y las más jóvenes (Fernández-Montalvo, Peñalva, & Irazábal, 2015). Posiblemente debido a que se creen capacitados/as para detectar y evitar las situaciones de riesgo (García, García, & Vozmediano, 2015). O incluso porque consideran que un mayor número de seguidores/as los hará más populares. De hecho, algunos trabajos muestran que la necesidad de popularidad podría ser el mejor predictor del uso de las Redes Sociales (Utz, Tanis, & Vermeulen, 2012),

Los argumentos de los y las informantes de este estudio han sido importantes para comprender que, en la actualidad, las Redes Sociales constituyen un grupo dinámico y uno de los principales escenarios de ocio y comunicación para los/as adolescentes, que han encontrado en estos medios lugares en los que informarse relacionarse. En definitiva, es necesario empoderar a los y las más jóvenes a través de formación específica sobre el uso seguro de los medios tecnológicos y los espacios virtuales. Porque solo dándoles las herramientas educativas adecuadas podrán disfrutar de una gestión

tecnológica y una vida online sana y segura, evitando que los peligros virtuales provoquen consecuencias negativas en su vida online y offline.

### Referencias

- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes: uso de Face book en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 40(1), 1-17. doi: 10.3916/C40-2013-03-03
- Boyd, D. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Colás, M. P., Ramírez, T., & Pons, J. D. (2013). Young people and social networks: motivations and preferred uses. *Comunicar*, 20(40), 15-23. doi: 10.3916/C40-2013-02-01
- Del Moral, J. A., (2005). *Redes Sociales ¿Moda o nuevo paradigma?* Madrid: Asociación de usuarios de Internet.
- Estébanez, I. & Vázquez, N. (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales*. Bilbao, España: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- Fernández-Montalvo, J., Peñalva, M. A., & Irazabal, I. (2015). Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 22(44), 113-121. doi: 10.3916/C44-2015-12
- Gandasegui, V. D. (2011). Mitos y realidades de las redes sociales. *Prisma Social: revista de ciencias sociales*, 6, 340-366.
- García, A., García, B. C., & Vozmediano, M. (2015). Una aproximación a la educación mediática para el contacto con desconocidos en Internet. *Revista Interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 11, 101-114.
- Google Trends (2016). *Redes Sociales*. Recuperado de <https://goo.gl/cErZdH>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2016. (Menores)*. Recuperado de <https://goo.gl/hrKQOH>
- Interactive Advertising Bureau (IAB) (2016). *Estudio Anual de Redes Sociales*. Recuperado de <https://goo.gl/8d63i1>
- Kopecký, K. (2016). Czech Children and Facebook—A quantitative survey. *Telematics and Informatics*, 33(4), 950-958. doi: 10.1016/j.tele.2016.02.008
- Livingston, S., Kirwill, L., Ponte, C., & Staksrud, E. (2013). *In their own words: what bothers children online? With the EU Kids Online Network*. Recuperado de [goo.gl/KPnrac](https://goo.gl/KPnrac)
- Morgan, D. L. (1998). *The Focus Group Guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Morgan, D. L. (2001). Focus Group Interviewing. En J. F. Gubrium & J. A. Holsstein (Eds.), *Handbook of Interview Research. Context and Method* (pp. 140-158). London: Sage.
- Reolid, R. E., Flores, M., López, M., Alcantud, P., Ayuso, M. C., & Escobar, F. (2016). Frecuencia y características de uso de Internet por adolescentes españoles: Un estudio transversal. *Archivos argentinos de pediatría*, 114(1), 6-13. doi: 10.5546/aap.2016.6
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T., & Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre adolescentes de la comunidad gallega (España). *Anales de Psicología*, 30(2), 642-655. doi: 10.6018/analesps.30.2.159111
- Richards, T. & Richards, L. (1994). Using computers in qualitative research. En N. Denzin & Y. Lincoln, (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 445-462). Londres: Sage.
- San-Martín, D. (2014). Teoría fundamentada y Atlas. ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista electrónica de investigación educativa*, 16(1), 104-122.
- Seale, C. (1999). Quality in qualitative research. *Qualitative inquiry*, 5(4), 465-478. doi: 10.1177/107780049900500402
- Weitzman, E. A. (2000). Software and qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2, 803-820.
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P. M., & Michikyan, M. (2015). Comunicación electrónica y relaciones adolescentes: Una actualización de las investigaciones existentes. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, 9, 115-130.
- Taberner, C., Aranda, D., & Sánchez, J. (2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de estudios de juventud*, 88, 77-96.
- Utz, S., Tanis, M., & Vermeulen, I. (2012). It Is All About Being Popular: The Effects of Need for Popularity on Social Network Site Use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(1), 37-42. doi: 10.1089/cyber.2010.0651
- Weitzman, E. A. (2000). Software and qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2, 803-820.