



**universidad  
de león**  
Facultad de Ciencias  
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso 2019/2020

**Nuevas tecnologías: ¿dónde está el límite?**

New technologies: where is the limit?

Realizado por la Alumna Alba García Córdoba

Tutelado por D<sup>a</sup>. María Aránzazu Sulé Alonso

León, julio de 2020

## AGRADECIMIENTOS

*Después de cuatro años de esfuerzo y dedicación, escribo estos agradecimientos para finalizar mi Trabajo de Fin de Grado. Ha sido un período de intenso aprendizaje, tanto en el ámbito académico como en el personal.*

*En primer lugar, mi más sincero agradecimiento **a mis padres, a mi hermano y a toda mi familia**, gracias a ellos soy quien soy. Hacia ellos solo puedo expresar palabras de agradecimiento por acompañarme y apoyarme en todas las decisiones que he tomado, incluso cuando estas no eran las más acertadas.*

*A mis grandes amigas, **Laura, Andrea y Nayara**, quienes han recorrido este camino conmigo y con las que he compartido todos los buenos recuerdos que me llevo de mi etapa universitaria.*

*A mi tutora, **M<sup>a</sup> Aránzazu Sulé**, por acompañarme y guiarme en el desarrollo de este trabajo, por estar siempre disponible y por su saber hacer.*

*En último lugar, me gustaría agradecer a todas esas personas que han colaborado en este trabajo. La ayuda que me habéis brindado ha sido fundamental para el desarrollo de esta investigación.*

ALBA GARCÍA CÓRDOBA



# Innovation or addiction?

**NUEVAS TECNOLOGÍAS: ¿DÓNDE ESTÁ EL LÍMITE?**

INCLUSO CUANDO TE TOMAS UNAS VACACIONES DE LA TECNOLOGÍA, LA  
TECNOLOGÍA NO SE TOMA UN DESCANSO DE TI

DOUGLAS COUPLAND

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	11
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	11
<b>4. MARKETING SOCIAL</b> .....	12
4.1. TRUTH ABOUT TECH.....	13
4.2. TIME WELL SPENT .....	14
4.3. NINTENDO LABO.....	15
<b>5.- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS</b> .....	16
5.1.- LOS JÓVENES Y LA TECNOLOGÍA.....	16
5.2. LOS SMARTPHONES. ....	18
5.3.- REDES SOCIALES E INTERNET .....	19
<b>6. COVID Y NUEVAS TECNOLOGÍAS</b> .....	24
6.1. HOTSUITE, TENDENCIAS EN REDES SOCIALES 2020 .....	25
6.2. COVID-19 BAROMETER: CONSUMER ATTITUDES, MEDIA HABITS AND EXPECTATIONS .....	26
6.3. HOW IS CORONAVIRUS IMPACTING HOW CONSUMERS SEARCH? ...	27
6.4. IMPACTO DEL CORONAVIRUS EN EL USO DEL MÓVIL. ....	31
<b>7. ADICCIÓN: CONTEXTO Y TIPOS</b> .....	36
7.1. ADICCIONES COMPORTAMENTALES .....	37
7.1.1. Adicciones comportamentales VS adicciones a sustancias.....	37
7.2. LA ADICCIÓN A LA TECNOLOGÍA .....	38
7.3. ADICTOS AL MÓVIL. ....	39
7.4. ADICTOS A REDES SOCIALES .....	42
<b>8. FACTORES DE RIESGO</b> .....	47
<b>9. SEÑALES DE ALARMA</b> .....	48
<b>10. ¿CÓMO PREVENIR?</b> .....	49

<b>11. USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS E INTERNET.....</b>	<b>51</b>
11.1. PERFIL DE LA MUESTRA .....	51
11.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS .....	51
<b>12. CONCLUSIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>67</b>
<i>ANEXO I: INFORME DE LA ENTREVISTA .....</i>	<i>68</i>
<i>ANEXO II: GUIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA.....</i>	<i>71</i>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Ilustración.4.1: Video promocional Truth About Tech</i> .....	13
<i>Ilustración 4.2: Video This Panda is Dancing</i> .....	14
<i>Ilustración 4.3: Propuestas Nintendo Labo</i> .....	15
<i>Ilustración 5.1: Jóvenes y nuevas tecnologías</i> .....	17
<i>Ilustración 5.2: Usuarios con teléfono móvil por país</i> .....	18
<i>Ilustración 5.3: Evolución de la presencia del Smartphone</i> .....	19
<i>Ilustración 5.4: Digital Around the World in 2020</i> .....	20
<i>Ilustración 5.5: Redes Sociales más usadas en el mundo</i> .....	21
<i>Ilustración 5.6: Redes Sociales más usadas en función del dispositivo</i> .....	23
<i>Ilustración 6.1: Informe Hootsuite</i> .....	25
<i>Ilustración 6.2: Informe Kantar</i> .....	26
<i>Ilustración 6.3: Impacto del coronavirus en las búsquedas online</i> .....	28
<i>Ilustración 6.4: On consumer's minds</i> .....	29
<i>Ilustración 6.5: Through the lens of the consumer</i> .....	30
<i>Ilustración 6.6: Tiempo de uso dedicado al Smartphone</i> .....	31
<i>Ilustración 6.7: Impacto tecnológico global</i> .....	32
<i>Ilustración 6.8: Variación de uso en las apps de comunicación</i> .....	33
<i>Ilustración 6.9: Variación de uso en las apps de TV y cine</i> .....	34
<i>Ilustración 6.10: Prensa online y Covid-19</i> .....	35
<i>Ilustración 6.11: Apps transporte</i> .....	35
<i>Ilustración 6.12: Apps de moda</i> .....	36
<i>Ilustración 7.1: Edades a las que se adquiere el primer móvil en España</i> .....	40
<i>Ilustración 7.2: Clasificación de las Redes Sociales</i> .....	42
<i>Ilustración 7.3: Redes sociales más usadas en función de la edad de los usuarios</i> .....	45
<i>Ilustración 8.1: Niveles de prevención</i> .....	50
<i>Ilustración 10.1: Variables demográficas</i> .....	51
<i>Ilustración 10.2: ¿Cuánto tiempo dedica al día a la tecnología?</i> .....	52
<i>Ilustración 10.3: ¿Dedica más tiempo del que cree que debería a estar conectado? ...</i>	53
<i>Ilustración 10.4: Dificultad para permanecer sin internet</i> .....	53
<i>Ilustración 10.5: Dificultad para permanecer sin teléfono móvil</i> .....	54
<i>Ilustración 10.6: Red social usada con mayor frecuencia</i> .....	55

<i>Ilustración 10.7: ¿Le han comentado que usa demasiado el móvil? .....</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 10.8: ¿Ha intentado reducir el uso del móvil? .....</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 10.9: Tecnología como método de evasión.....</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 10.10: Uso de la tecnología durante la crisis del Covid-19.....</i>	<i>59</i>

## RESUMEN

Vivimos en la era tecnológica. La tecnología forma parte de nuestras vidas; recurrimos a ella para todo; trabajo, estudios, comunicación o entretenimiento. No nos podemos ni imaginar una vida en la que no tuviésemos acceso a internet, al ordenador o al Smartphone.

Los avances tecnológicos nos permiten estar conectados las 24 horas, acceder a infinidad de información con un simple ‘click’ o estar al día de las últimas noticias. Pero ¿sabemos realmente dónde está el límite en ese uso que hacemos de las nuevas tecnologías? ¿En qué momento deja de ser una ayuda para convertirse en un problema?

En los últimos años hemos sido testigos de la gran revolución experimentada en este campo, del desarrollo de plataformas como las famosas redes sociales o de la evolución que han experimentado los teléfonos móviles, ahora más conocidos como Smartphones. Existe una delgada línea entre el uso que hacemos de todos estos medios y el desarrollo de una dependencia, que puede traer consigo graves problemas en el futuro.

A medida que crece la tecnología, lo hacen también los problemas que ésta causa en los individuos, problemas tales como la adicción o la dependencia.

A lo largo de esta investigación se pretende profundizar en la relación que los individuos tenemos con la tecnología, así como los efectos que tiene sobre nosotros.

**Palabras clave:** Adicción, nuevas tecnologías, Smartphone, Redes Sociales, Internet.

## **ABSTRACT**

We live in a technological era. It is used for everything from work to studying, communication, or even entertainment. It is impossible to even imagine a life in which we do not have internet access or in which we cannot use a laptop or a Smartphone.

The technological resources enable us to be available 24 hours a day. It allows us to be connected all day, we have plenty of information just one click away and we can be up to date with the latest news. However, do we know where is the limit in the use of these technologies? In which moment a well-known help as technology turns into a problem?

All over the last years, we have witnessed some new advances in these fields such as the development of the new platforms which are known as social networks or the evolution that mobile phones have experimented, nowadays known as Smartphones.

There is a fine line between the daily use that we do of this technology and the creation of dependency towards it. This last idea could be the seed for some serious problems in the future.

As technology keeps growing, problems related to it do it too. Problems such as addiction or dependency are firmly attached to new technologies.

Throughout this research, it is going to be deeply analyzed the link that we humans and technology have, as well as the effects that technology has on us.

**Keywords:** Addiction, new technologies, Smartphone, Social Networks, Internet.

## 1. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente el concepto de adicción se ha venido relacionando con una enfermedad que causa en las personas una dependencia psicológica o incluso fisiológica sobre determinadas sustancias químicas nocivas para su salud. La adicción genera en las personas que la sufren la necesidad de consumir dichas sustancias de manera que si no lo hacen, aparecen sensaciones de malestar físico y emocional, ira, agresividad, irritabilidad, ansiedad o paranoia.

Pero el término adicción va mucho más allá de lo que generalmente interpretamos, la adicción no siempre tiene que ver con el consumo de sustancias químicas, también puede hacer referencia al abuso de determinadas conductas impulsivas.

La **Organización Mundial de la Salud** define el término adicción como:

*Una enfermedad física y psicoemocional que crea una dependencia o necesidad hacia una sustancia, actividad o relación. (OMS, 1994)*

La **American Society of Addiction Medicine** define la adicción de la siguiente manera:

*La adicción es una enfermedad médica crónica tratable que involucra interacciones complejas entre los circuitos cerebrales, la genética, el medio ambiente y las experiencias de vida de un individuo. Las personas con adicción usan sustancias o participan en comportamientos que se vuelven compulsivos y a menudo continúan a pesar de las consecuencias nocivas. (ASAM, 2019)*

Es decir, cuando hablamos de la adicción no solo hacemos referencia a la dependencia hacia una sustancia tóxica, sino también a un hábito, a una conducta o actividad que realizan las personas y sobre las que en ocasiones pueden llegar a perder el control.

En este trabajo nos centraremos en una adicción en concreto, una adicción que nada tiene que ver con sustancias tóxicas, la **adicción a la tecnología**.

Hoy en día la tecnología es fundamental para nuestras vidas, recurrimos a ella en el trabajo, en los colegios, institutos y universidades, e incluso en nuestras casas.

La tecnología nos ayuda a trabajar, aprender y a divertirnos, el problema llega cuando se empieza a usar más tiempo del que se tenía previsto en un comienzo o se pierde la noción del tiempo durante su uso.

Si a esto le sumamos la existencia de internet y la gran accesibilidad que tienen la mayoría de personas hoy en día a la tecnología, nos encontramos con un problema real, difícil de identificar y complicado de solucionar.

Este trabajo investiga la creciente adicción a la tecnología que se está experimentando en la población a nivel mundial.

## 2. OBJETIVOS

Con la realización de esta investigación se pretende la consecución de los siguientes objetivos:

- Profundizar en el concepto de adicción, así como sus causas y consecuencias.
- Obtener una visión completa sobre cómo afecta la tecnología a nuestras vidas y la dependencia que experimentamos hacia ella.
- Comprobar el nivel de concienciación que tenemos las personas sobre este problema.
- Analizar las distintas campañas de marketing social que pretenden hacer frente a este problema.

## 3. METODOLOGÍA

La presente investigación comienza con un **análisis teórico** sobre las **nuevas tecnologías y los problemas de dependencia que están generando en las personas**. Para esta parte de la investigación se ha acudido a numerosos libros, artículos, periódicos, entrevistas y páginas webs, todos ellos mencionados en la bibliografía siguiendo las pautas de la séptima edición APA, publicada en octubre de 2019.

Para la obtención de **información primaria** se realizó una **entrevista en profundidad** a una psicóloga, logopeda y orientadora escolar (Véase Anexo I) que dio su opinión sobre el tema desde un punto de vista profesional y basándose en su experiencia como psicóloga y orientadora escolar.

También se ha realizado una **encuesta a nivel internacional** sobre el uso que se hace de la tecnología y la concienciación a cerca de los problemas que ésta genera en algunas personas. Este cuestionario contaba con un total de doce preguntas (Véase el Anexo II) relativas a las nuevas tecnologías, internet y las redes sociales, así como al uso que los participantes hacían de dichas herramientas. La encuesta fue realizada a un total de **162 personas**, que accedieron a través de redes sociales como Instagram o Twitter.

Por lo tanto, esta investigación se ha realizado sobre una base de datos extraídos de fuentes tanto **secundarias como primarias**. En la primera parte de este trabajo se aborda el tema desde un punto meramente teórico, apoyándose en estudios, noticias y libros ya existentes. Es en la parte más práctica de esta investigación, en la que se realiza una entrevista en profundidad a una profesional y un cuestionario en primera persona a una muestra de individuos de diferentes nacionalidades.

#### 4. MARKETING SOCIAL

El marketing social es una forma de marketing que, mediante el uso de conocimientos sobre el mercado, busca promover o crear acciones que ayuden a conseguir el bienestar de una parte de la sociedad. El marketing social no busca dar a conocer una marca ni un producto determinado, lo que intenta es promocionar una **idea** o un **hábito** para intentar solucionar un problema social.

Esta investigación se centra en la **adicción a la tecnología**, que se ha convertido en un problema que afecta a parte de la población de todo el mundo, sin importar su edad o su sexo.

En relación a este problema, en los últimos años han surgido diferentes movimientos y campañas de marketing social, nacidos con el único objetivo de concienciar al conjunto de la sociedad sobre el mal uso que se hace de las nuevas tecnologías y de internet.

Tal vez, dos de los más relevantes sean el movimiento *Time Well Spent* y la campaña *Truth About Tech* llevada a cabo en 2018 por ex empleados de Silicon Valley.

#### 4.1. TRUTH ABOUT TECH.

En 2018 ex empleados de Silicon Valley, concretamente de las compañías Facebook y Google, decidieron crear una campaña para abordar los problemas de la adicción a la tecnología, surge así una nueva organización llamada **Center for Humane Technology**. El Center for Humane Technology fue creado por Tristan Harris, quien fue especialista en diseño de Google y trabajó para la compañía hasta 2016. Harris se ha convertido en un referente que anima a las compañías a crear una tecnología que mejore el mundo.

*Ilustración.4.1: Video promocional Truth About Tech*



Fuente: Common Sense

Otros personajes de renombre forman parte de la institución, como es el caso de Dave Morin cofundador de la red social Path y ex gerente de Facebook o de Justin Rosenstein, conocido por ser participe en la creación del botón 'me gusta' de Facebook.

Posteriormente, de la asociación del Center for Humane Technology con **Common Sense**, una organización sin ánimo de lucro que ofrece enseñanza y amparo a las familias para fomentar una tecnología y unos medios seguros para los más pequeños, se crea **Truth About Tech**.

Esta campaña nace con el fin de informar a los consumidores sobre las desventajas y los efectos nocivos que la tecnología actual puede tener sobre las personas. Esta información llega al conjunto de la población mediante una campaña publicitaria cuyo destinatario último son los usuarios de la tecnología. La campaña llega a los más pequeños a través de los colegios, ya que mas de 50.000 colegios participaron en esta iniciativa en Norteamérica.

James P. Steyer, cofundador y Ceo de Common Sense, defiende que tanto la campaña como los que forman parte de ella no son anti tecnología, de hecho, todo lo contrario.

*“Estamos a favor del uso apropiado y equilibrado de la tecnología. Estamos haciendo una llamada de atención a la industria por sus excesos y sus efectos intencionales para manipular y causar adicción”* (Stenyer, 2018)

Con Truth About Tech se busca promover un uso **adecuado** y **prudente** de la tecnología, así como realizar una llamada de atención de la industria tecnológica para que cese con sus abusos y manipulaciones.

#### 4.2. TIME WELL SPENT

En 2013 Tristan Harris, especialista en diseño de Google, mencionado anteriormente, creó un movimiento llamado **Time Well Spent**. Lo que busca este movimiento es una tecnología que se preocupe por cómo las personas pasamos nuestro tiempo frente a la pantalla y no busque, por el contrario, la manera de atraerlas el mayor tiempo posible. Todo esto no significa que Time Well Spent pretenda decir a las personas cómo deben pasar su tiempo, ni promueve que todo el tiempo que dedicamos a la tecnología sea malo o que todos los aparatos deberían de estar apagados, tampoco menciona que aplicaciones tecnológicas o redes sociales son perjudiciales y cuáles no.

Lo que sí defienden los participantes de este movimiento es que la manera en la que se usa actualmente la tecnología es tan exagerada que incluso reduce el interés de las personas por su vida real.

*Ilustración 4.2: Vídeo This Panda is Dancing*



*Fuente: Vídeo This Panda is Dancing*

En 2016, Max Stossel, un poeta experto en estrategias y amigo cercano de Tristan Harris, presentó un poema en formato vídeo titulado **“This Panda is Dancing”**, que ahonda en

el movimiento del que es participe y defiende que la tecnología tiene que mejorar nuestras relaciones sociales, no sustituirlas.

El movimiento Time Well Spent, como ya se ha mencionado, fue creado en 2013 pero no fue hasta 2016 cuando comenzó a tener fuerza.

### 4.3. NINTENDO LABO

En Abril de 2017, la multinacional Nintendo lanzó una campaña en la que defendía que los más pequeños debían separar un poco los juegos, de la tecnología. Fue entonces cuando llegó a Europa **Nintendo Labo**, formada por una serie de kits de cartón que se arman manualmente y que interactuaban con la consola Nintendo Switch. Con esta iniciativa la compañía pretende, mediante la combinación de la consola con los productos físicos, combatir o al menos reducir la grave adicción a la tecnología que sufren los niños hoy en día. Entre las propuestas de Nintendo nos encontramos algunos objetos como una caña de pescar, una casa, una moto o un piano.

*Ilustración 4.3: Propuestas Nintendo Labo*



*Fuente: Nintendo Labo ES*

Satoru Shibata, presidente de Nintendo of Europe, declaró:

*“Nuestro objetivo es dibujar sonrisas en las caras de quien se acerque a Nintendo, Nintendo Labo invita a las mentes creativas y a los amantes de los juegos a crear, jugar*

*y descubrir nuevas maneras de jugar con Nintendo Switch. Personalmente, me gustaría ver a mucha gente disfrutar creando los kits con su familia y con una gran sonrisa en la cara.”*

En definitiva, Nintendo Labo ofrece una alternativa a los usuarios para que disfruten de su Nintendo Switch de una manera más sana e interactiva que no suponga únicamente estar pegado a la pantalla de la consola.

## **5.- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Al hablar de tecnología lo primero que nos viene a la mente son los ordenadores y los Smartphones, pero este concepto es mucho más amplio. Cuando hacemos referencia a la adicción a tecnología no solo hablamos de los aparatos electrónicos, ordenadores o teléfonos móviles; hay muchas páginas webs, juegos, apps y redes sociales a las que se accede a través de móviles y ordenadores que son los principales responsables de las adicciones.

Estas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) tienen como finalidad facilitarnos la vida cotidiana, su desarrollo ha sido considerablemente rápido en los últimos tiempos, así como su integración en nuestras vidas. Como ya hemos comentado en puntos anteriores, estas pueden traernos serios problemas si desarrollamos una adicción o dependencia sobre ellas. Aunque todos estamos en continuo contacto con la tecnología en nuestro día a día, quizá el grupo más afectado por este problema sea el de los jóvenes ya que son los que, de algún modo, más expuestos están a la tecnología.

En este apartado hablaremos de todos esos aparatos y plataformas que causan problemas de adicción en las personas.

### **5.1.- LOS JÓVENES Y LA TECNOLOGÍA**

Los jóvenes forman el que sería el mayor grupo de riesgo a la hora de desarrollar una adicción a la tecnología. Esto se debe a su gran interacción con las redes sociales y al haber nacido nativos digitales.

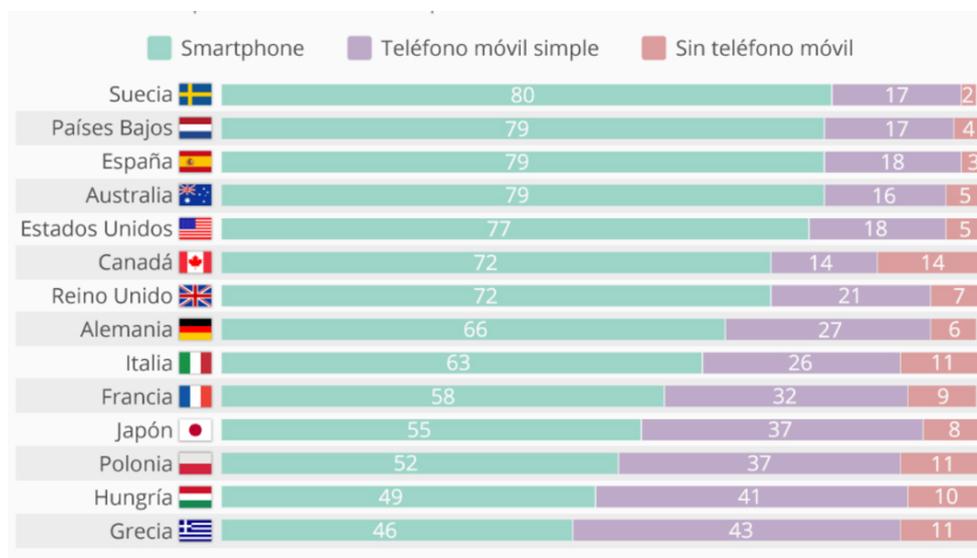


## 5.2. LOS SMARTPHONES.

En pleno siglo XXI es bastante complicado encontrar a alguna persona mayor de 15 años que no posea un Smartphone o un ordenador con conexión a internet. Los usamos para todo, para trabajar, socializar, consultar las noticias, el tiempo, etc.

En los últimos años, ha crecido considerablemente el número de usuarios que cuentan con un móvil personal. En el siguiente gráfico obtenido de la página web Statista se muestra el porcentaje de personas que cuentan con un teléfono móvil en diferentes países del mundo.

*Ilustración 5.2: Usuarios con teléfono móvil por país*

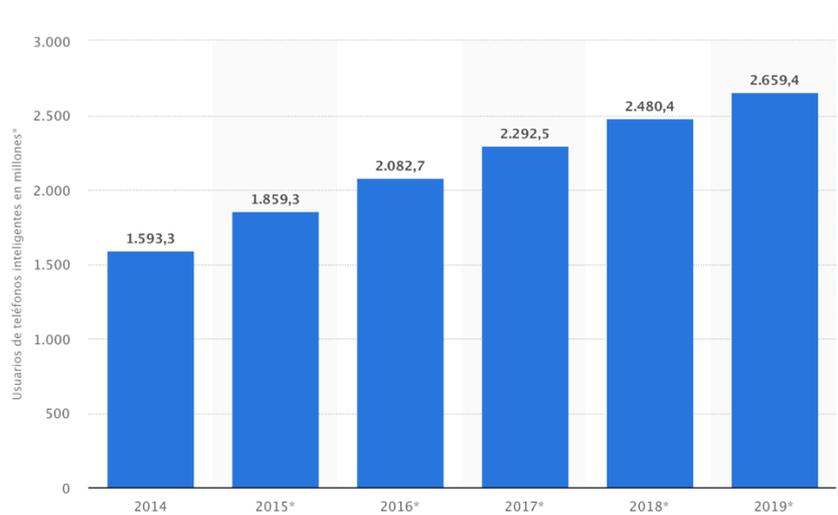


Fuente: Statista

En la gráfica observamos que el país del mundo con mayor porcentaje de Smartphones (80%) es Suecia, seguido muy de cerca por Países Bajos (79) y por España. Nuestro país cuenta con un porcentaje del 79% de personas con Smartphone, el cual es un porcentaje bastante alto si lo comparamos, por ejemplo, con nuestros vecinos franceses, que cuentan con un porcentaje del 58%.

Por otra parte, para comprender el creciente aumento de casos de personas que desarrollan una dependencia o adicción a la tecnología en los últimos años, es importante hacer una observación al crecimiento que se ha producido en el número de personas que cuentan con un teléfono móvil de 2014 a 2019, en millones de personas:

Ilustración 5.3: Evolución de la presencia del Smartphone



Fuente: Statista

En el gráfico obtenido de la plataforma Statista, se puede observar que el número de personas en el mundo que cuenta con un Smartphone personal no ha parado de crecer en los últimos seis años. En 2014, 1.598,3 millones de personas contaban con un teléfono móvil, esta cifra ha ido creciendo hasta los 2.659,4 millones de personas en el año 2019. Este aumento constante en los últimos años, muestra cómo cada vez más nos servimos de los móviles en nuestra vida diaria siendo cada vez más indispensables para nosotros, lo cual en algunos casos puede terminar ocasionando una dependencia o adicción hacia estos.

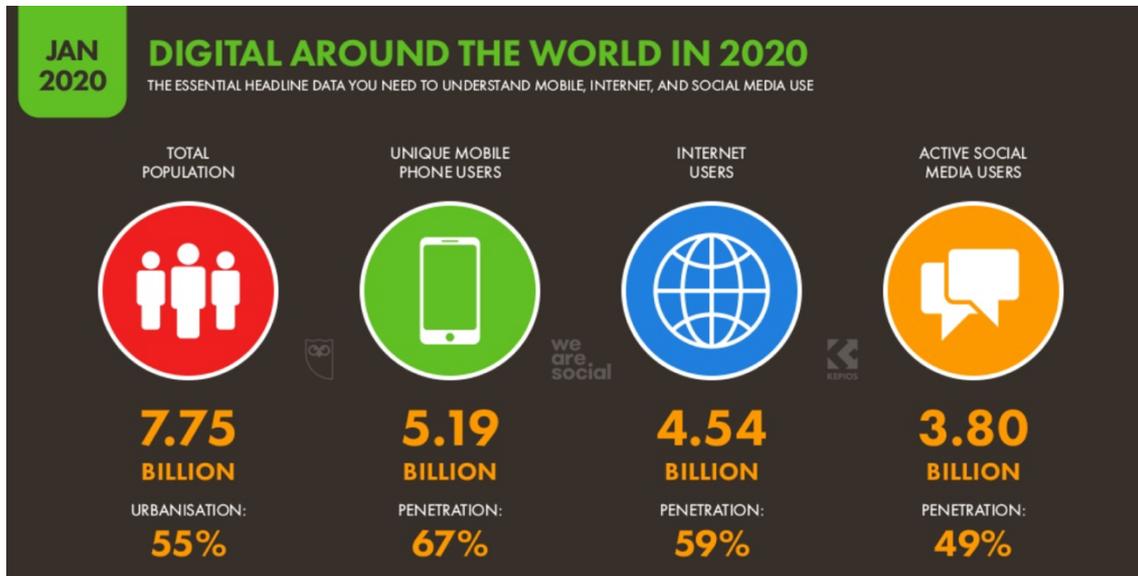
Pero, ¿son los Smartphone por sí solos los que crean adicción o hay otros factores? Pues bien, hay personas que desarrollan una dependencia sobre el teléfono móvil en sí, se sienten más tranquilos al tener uno en su poder, y no por las redes sociales, juegos o demás plataformas a las que pueden acceder con él. Estas personas simplemente necesitan un teléfono para sentirse más felices.

### 5.3.- REDES SOCIALES E INTERNET

Aunque cada vez lo hace a menor velocidad, el número de adeptos a internet no deja de crecer año tras año. En el informe que lleva a cabo **Hootsuite** junto con **We Are Social** desde hace años, en el que nos informan de las estadísticas sobre el uso de internet alrededor del mundo, podemos apreciar el aumento que se ha experimentado en 2020, en

comparación con el año anterior. Según este informe, en 2019, internet contaba con 4,38 billones de usuarios alrededor del mundo y en 2020, con 4,54 billones, lo que supone un aumento de 0,16 billones en un año.

Ilustración 5.4: Digital Around the World in 2020



Fuente: Hootsuite

En la imagen podemos observar lo mencionado anteriormente, los usuarios de internet en 2020 ascienden a 4,54 billones, en otras palabras, un **59% de la población mundial está conectada a internet.**

Una vez conectados a internet hay cantidad de páginas webs y apps a las que se puede acceder, pero sin ninguna duda el primer puesto se lo llevan las redes sociales. En la imagen del estudio de Hootsuite, también podemos observar que las redes sociales tienen una penetración del 49%, contando con 3,80 billones de usuarios en línea. Hoy en día, es raro encontrar a una persona que no cuente con al menos un perfil en alguna red social. Pero ¿qué son las redes sociales?

Las **Redes Sociales** son, según la RAE, “*un servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o videos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo*” (RAE, s.f.)

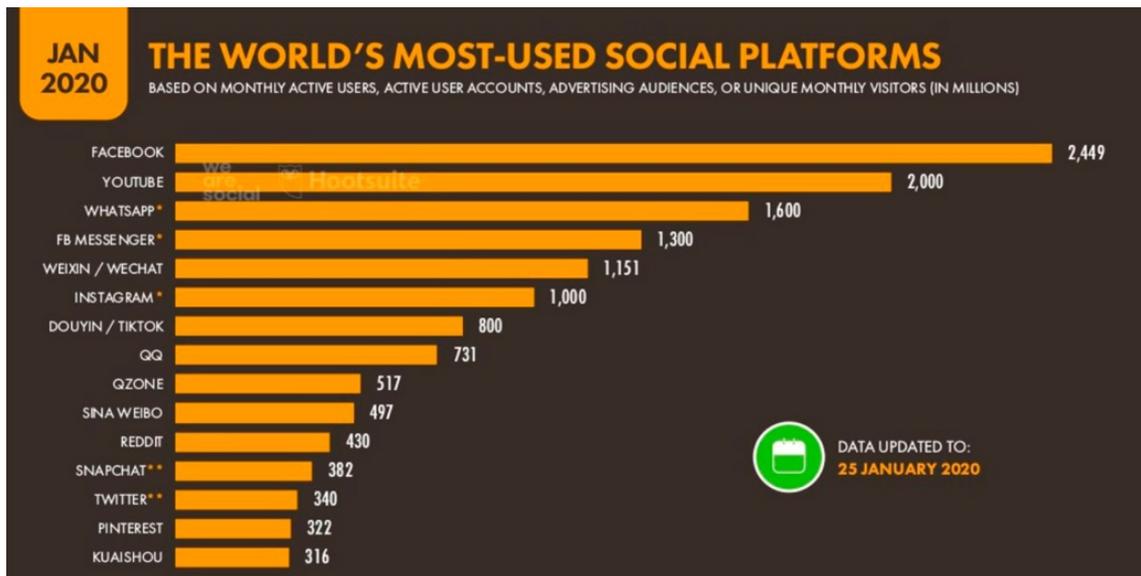
Actualmente, las redes sociales son el instrumento por excelencia que las personas usamos para estar enterados de las últimas noticias, conocer personas, interactuar con nuestros conocidos o compartir nuestras fotos, viajes, etc.

Para muchas personas, las redes sociales son el escaparate donde mostrar su vida y su día a día, así como sus logros personales. El problema llega cuando todo lo anterior se convierte en algo vital para los individuos y el estar conectado a la red, les impide realizar otras actividades.

Las redes sociales por excelencia, en este momento, son: Instagram, Facebook, YouTube y Whatsapp.

A continuación, se mostrará un gráfico extraído de la plataforma web canadiense Hootsuite en el que veremos las redes sociales **más usadas** en el mundo. Los datos de este gráfico son de enero de 2020 y en él se encuentran, entre otras, las redes sociales mencionadas anteriormente.

*Ilustración 5.5: Redes Sociales más usadas en el mundo*



Fuente: Hootsuite

En la ilustración 5.5. se muestra, en millones de personas, el número de usuarios de cada red social en enero de 2020. La red social que cuenta con un mayor número de usuarios en línea es Facebook (2.449 millones de usuarios), seguida muy de cerca por YouTube (2.000 millones de usuarios) o Whatsapp (1.600 millones) y en sexto lugar, se encuentra Instagram con 1.000 millones. A continuación, profundizaremos más en cada una de estas redes sociales.

En primer lugar, nos encontramos a **Facebook**, es la red social más popular, la red social más antigua de todas las que trataremos en esta investigación. Fue creada en 2004, inicialmente fue concebida como una red social únicamente para los estudiantes de Harvard. Con el paso del tiempo, fue adquiriendo fama y comenzó a permitir que usuarios que no fuesen de Harvard entrasen en la red mediante una invitación de otro usuario. Más tarde, adquirió relevancia en otros países como la India, hasta que llamó la atención de Microsoft a la que le vendió una parte por 240 millones de dólares. Finalmente, se convirtió en la red social que hoy en día conocemos. Facebook nos permite estar conectados con las personas que conocemos a través de su plataforma, así como compartir fotos, vídeos, noticias y mensajes entre sus participantes.

La segunda red social con mayor número de adeptos es **YouTube**, en sus inicios (2005) fue creada con la idea de convertirse en una web de citas donde los usuarios pudiesen colgar sus vídeos. Posteriormente, la gente comenzó a colgar multitud de vídeos y YouTube se convirtió en una plataforma de comunicación en la que los usuarios suben todo tipo de vídeos, videoclips musicales, tutoriales de belleza, recetas de cocina, etc. Muchas personas “*youtubers*” se han hecho famosas en esta red social por los contenidos que ofrecen en sus vídeos.

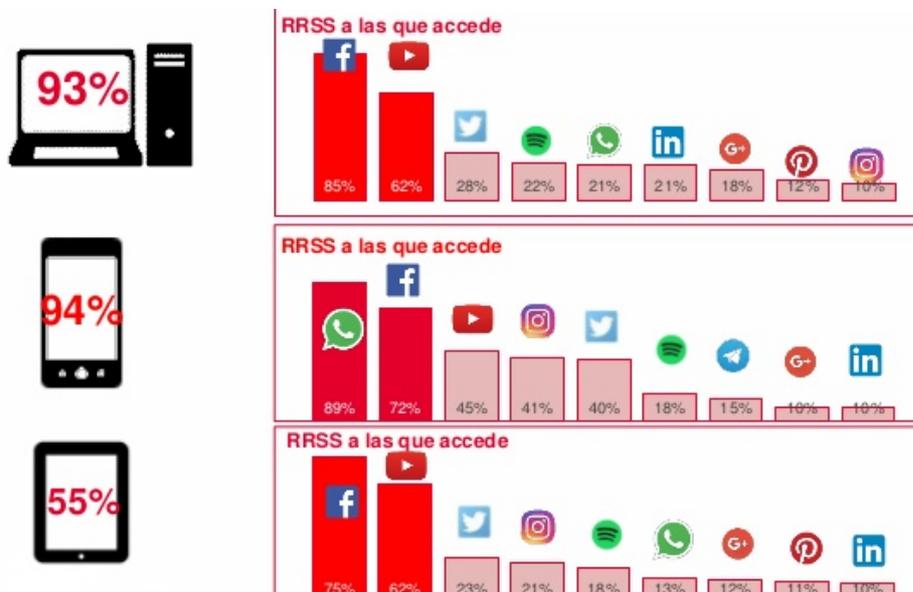
Por otro lado, **WhatsApp** fue creada en 2009, su nombre procede de la expresión ‘What’s up’ muy usada en aquel momento. Inicialmente se creó para los usuarios de iPhone, la idea era una aplicación de mensajería que pesase poco y que tuviese un reducido coste. Poco a poco, WhatsApp fue ganando adeptos y consiguiendo inversores hasta llegar a estar disponible también para el sistema operativo Android. En 2011, se añadió la opción de poder compartir contenidos multimedia hasta que finalmente se convirtió en la aplicación que todos nosotros disfrutamos en nuestros teléfonos móviles.

En último lugar, nos encontramos a **Instagram**. Posiblemente una de las redes sociales por excelencia en estos últimos años. Instagram fue creada en 2010 y desde su lanzamiento no ha parado de crecer, tanto en número como en popularidad. Los usuarios de Instagram pueden compartir fotos y vídeos en sus perfiles, así como en lo que se conoce como ‘*historias*’ que vienen a ser fotos que solo permanecen en el perfil durante 24 horas, luego desaparecen. Instagram es una plataforma de alcance global y cuenta con usuarios de todas las edades, razas y culturas. En los últimos años, esta red social ha aumentado su popularidad tanto para los usuarios como para las empresas, las cuales han visto en Instagram una gran oportunidad para promocionar su negocio y sus productos. Este contexto descrito, ha llevado a la aparición de los conocidos como *influencers*,

personas que cuentan con mucha popularidad en la red, y con la confianza de sus seguidores, lo que les convierte en grandes prescriptores para las empresas.

Todas las redes sociales a las que hemos aludido, son algunas de las culpables de la adicción que las personas experimentan y desarrollan, no solo a los SmartPhone, si no también a otros dispositivos como los ordenadores o las tablets. A continuación, se muestra una imagen obtenida del *Estudio Anual Sobre Redes Sociales* que lleva a cabo todos los años **Iab España**, en la que podemos observar las redes sociales más utilizadas según el dispositivo desde el que se accede.

Ilustración 5.6: Redes Sociales más usadas en función del dispositivo



Fuente: IAB (2018)

Este estudio reveló que la red social más usada desde el ordenador era Facebook, con un porcentaje del 85%, seguida de YouTube, con un 62%. Por el contrario, a través del teléfono móvil, la red social más usada es WhatsApp con un 89%, seguida de Facebook, con un 72 % y por último, a través de las tablets, la red social preferida es Facebook, con un 75%, seguida muy de cerca por YouTube con un 62%. En términos generales la red social más usada en todos los dispositivos es Facebook, coincidiendo con el gráfico que hemos comentado anteriormente.

Muchos son los estudios que se centran en las redes sociales como principal causa de adicción en el siglo XXI, como se expondrá en los siguientes apartados de esta investigación.

## **6. COVID Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Durante la realización de esta investigación, nos hemos encontrado ante una situación inimaginable, una pandemia de **Covid-19** ha puesto en jaque a todo el mundo y nos ha obligado a confinarnos en nuestras casas y a modificar nuestra vida. La propagación del coronavirus ha hecho que, de un día para otro, tengamos que renunciar a las reuniones con amigos, las visitas a nuestras familias y a cosas que nos parecían tan normales como tomar un café en el bar del barrio o dar un paseo por el centro de la ciudad. Esta situación no solo ha hecho que tengamos que cambiar nuestra vida y rutinas diarias, sino que también ha cambiado nuestra manera de comunicarnos, de realizar la compra, de estar al día de las últimas noticias e incluso nuestra manera de trabajar o estudiar. La tecnología ha sido fundamental y nos ha permitido continuar desarrollando dichas actividades durante esta crisis.

Por todo lo anterior, las nuevas tecnologías han adquirido un papel en nuestras vidas aún más importante del que ya tenían anteriormente, ya que acciones como la comunicación con nuestros seres queridos, han sido una de nuestras prioridades durante este tiempo.

Aplicaciones como WhatsApp o Messenger han sido las más utilizadas para estar en contacto con otras personas, nos permiten mandar mensajes fotos y vídeos, así como la opción de realizar llamadas gratuitas dentro de la App.

Twitter, YouTube o Instagram han sido fundamentales a la hora del entretenimiento y la búsqueda de información.

Pero sin ninguna duda, el papel protagonista lo han tenido las aplicaciones de vídeollamadas, como Zoom o Skype.

Sin embargo, la tecnología no solo nos ha facilitado la comunicación con otras personas, también nos ha permitido realizar compras, entretenernos con multitud de juegos disponibles para Smartphone, ordenador y Tablet o permanecer al día de las últimas noticias a través de los portales de noticias online.

Muchas son las plataformas que han realizado informes sobre esta situación y los comportamientos de las personas en relación a la tecnología, redes sociales e internet durante este tiempo. Algunas de estas plataformas son, la canadiense **Hootsuite**, experta en redes sociales, **Kantar Group**, empresa de datos y consultoría de Reino Unido,

**Smartme Analytics**, empresa líder en tecnología observacional o **Captify**, compañía de búsqueda inteligente.

En este punto analizaremos los datos que se han extraído de las investigaciones llevadas a cabo por las plataformas mencionadas anteriormente e intentaremos llegar a una conclusión sobre la relación que existe entre el uso de internet y nuevas tecnologías y la situación en la que no encontramos debido al Covid-19.

## 6.1. HOTSUITE, TENDENCIAS EN REDES SOCIALES 2020

*Ilustración 6.1: Informe Hootsuite*

La plataforma  **Hootsuite** ha realizado un informe sobre el comportamiento de los usuarios de redes sociales durante la crisis del Covid-19, obteniendo los siguientes resultados:

- El uso de aplicaciones de mensajería instantánea, chats o mensajes de texto como WhatsApp, ha aumentado en un 34 %
- Los contenidos de vídeo y el uso general de redes sociales han aumentado durante este tiempo en un 33%
- El uso de Apps de noticias en directo se ha incrementado en un 43%
- Los usuarios indican que dedican un 42% más de tiempo a ver películas o series en plataformas través e internet
- La lectura de noticias en Internet se ha incrementado en un 40%, por el contrario la lectura de noticias en prensa se ha reducido un 32%
- Los usuarios indican que se dedican a leer por interés personal un 27% más que antes de la crisis, y a los videojuegos un 22% más.
- El tiempo dedicado a trabajar ha disminuido un 34% • Las compras online a supermercados han aumentado un 23%
- Las llamadas a través de Facebook han aumentado un 70%
- Las vídeo llamadas y los mensajes de voz de WhatsApp han aumentado en un 100%
- La aplicación de entretenimiento Tik Tok se ha descargado un 96% más, siendo la app más descargada en el mes de Marzo
- Ha aumentado el uso de plataformas como YouTube debido al consumo de vídeos de meditación o de rutinas de ejercicio para hacer en casa, alcanzando máximos históricos.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de Hootsuite (2020)

De los datos extraídos del informe llevado a cabo por la plataforma Hootsuite podemos sacar una serie de conclusiones; en primer lugar, el uso de internet ha aumentado considerablemente, sobre todo en lo que a redes sociales se refiere (WhatsApp, Facebook), también ha aumentado el consumo de periódicos online y la actividad en plataformas de entretenimiento, como es el caso de YouTube.

Esto evidencia la relación directa que existe entre el confinamiento y el uso de nuevas tecnologías, el tener que estar encerrados en casa y sin posibilidad de reunirnos, ni de tener una vida social como acostumbrábamos antes de esta crisis, ha hecho que aumente nuestro consumo de internet para acercarnos en la medida de lo posible a la vida cotidiana que llevábamos antes de esta situación. (Hootsuite, 2020)

## 6.2. COVID-19 BAROMETER: CONSUMER ATTITUDES, MEDIA HABITS AND EXPECTATIONS

### *Ilustración 6.2: Informe Kantar*

La plataforma **KANTAR**, líder mundial en estudios de mercado e investigación, realizó un informe global en el que participaron más de 25.000 individuos. El estudio sobre las actitudes y los hábitos de los consumidores durante la pandemia del Covid-19 proporcionó los siguientes datos:

- La navegación por Internet aumenta en un 70% durante la crisis del coronavirus, seguida por un aumento del 63% en el consumo de TV tradicional
- La participación en social media experimenta un aumento del 61% sobre las tasas de uso normales
- WhatsApp es la aplicación que está experimentando un mayor aumento de uso durante esta situación. Uno de los aumentos mas significativos es el de España, que experimenta un aumento del 76% en el tiempo dedicado a WhatsApp
- El uso de redes sociales ha sido mayor en personas con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años WhatsApp, Facebook e Instagram han experimentado un aumento de más del 40% en el uso de personas menores de 35 años
- También encontramos que hay una crisis de confianza. Los canales de noticias tradicionales a nivel nacional (periódicos) son la fuente de información más confiable, el 52% de las personas los identificaron como una fuente "fiable"
- Los sitios web de las agencias gubernamentales son considerados fiables por solo el 48% de las personas, lo que sugiere que las medidas gubernamentales no brindan garantías y seguridad a los ciudadanos de todo el mundo
- Las redes sociales son consideradas una fuente de información fiable solo por el 11% de las personas

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de Kantar (2020)

De este estudio, realizado sobre una muestra de 25.000 individuos, se obtienen unas conclusiones similares a las obtenidas del informe de Hootsuite. El confinamiento obligado debido a la situación de crisis que vive el mundo en estos momentos, ha hecho que aumente considerablemente el uso tanto de la tecnología como de internet. De esta forma se ha incrementado la demanda de todo tipo de plataformas online, redes sociales y portales de noticias. Lo más reseñable de este estudio, es la importancia y la necesidad de los individuos por tener noticias actualizadas, así como de asegurarse que los portales que visitan son fiables. Durante estos meses se ha prestado especial atención a las conocidas como "Fake News" es decir, noticias falsas. Se trata de una serie de noticias falseadas que son creadas y compartidas con la intención de desinformar, engañar o manipular a las masas. Estas noticias se difunden con rapidez por redes sociales como Twitter o WhatsApp, pero también pueden aparecer en las plataformas online de algunos portales de noticias, periódicos o revistas. Las Fake News no son algo nuevo, de hecho existen desde hace tiempo, si bien han adquirido importancia estos meses ya que, han sido muchos los bulos compartidos en redes sobre temas relacionados con el coronavirus.

En esta situación, la rápida difusión de estas noticias, en mayor medida por redes sociales, ha supuesto un importante problema. Desde remedios caseros contra el Covid-19, hasta teorías sobre donde se originó el virus han provocado mucha incertidumbre y miedo sobre esta pandemia.

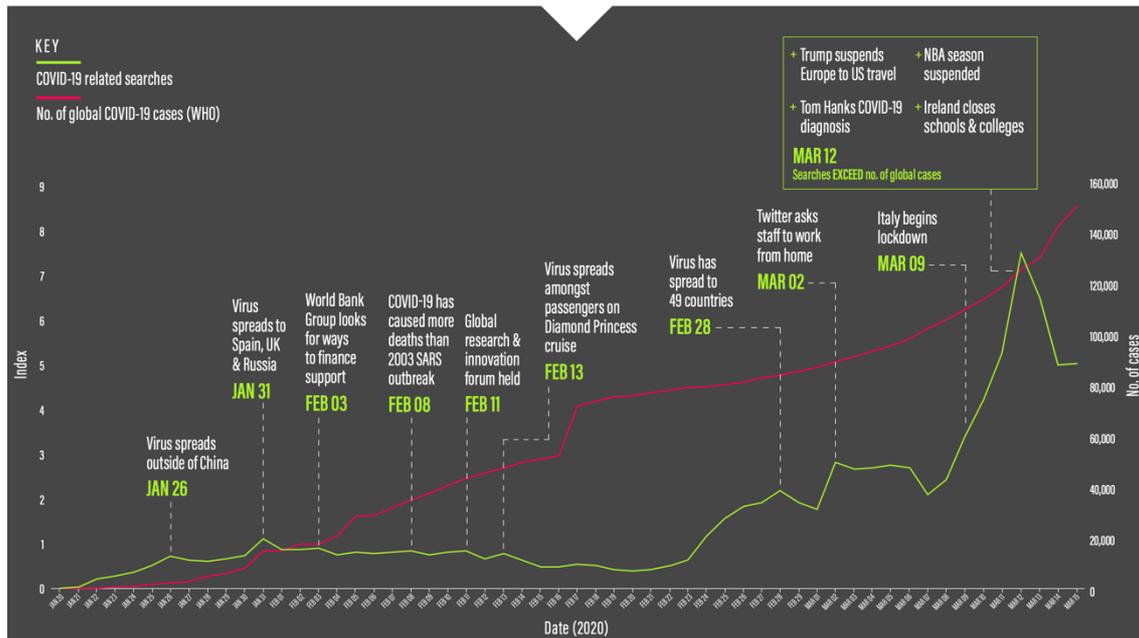
El estudio de Kantar ha revelado la concienciación de las personas en cuanto a lo que a las Fake News se refiere, y la importancia que estas dan al acceso a una información fiable y de calidad. (Kantar, 2020)

### **6.3. HOW IS CORONAVIRUS IMPACTING HOW CONSUMERS SEARCH?**

La compañía **Captify** ha realizado un estudio tomando una muestra de más de 100,6 millones de búsquedas en internet relacionadas con el coronavirus, para analizar cómo ha cambiado el comportamiento de los consumidores de internet, a la hora de realizar sus búsquedas.

En primer lugar, los datos de búsqueda de Captify muestran cómo cambian los intereses de búsqueda de los consumidores a medida que el Covid-19 se propaga a nivel mundial, con las oleadas de búsquedas de noticias que esta propagación trae consigo.

Ilustración 6.3: Impacto del coronavirus en las búsquedas online



Fuente: Captify (2020)

El gráfico anterior nos muestra los cambios que se han producido en las búsquedas por internet entre enero de 2020, cuando el coronavirus se propaga por primera vez fuera de China y, marzo de 2020, cuando los países empiezan a confinarse.

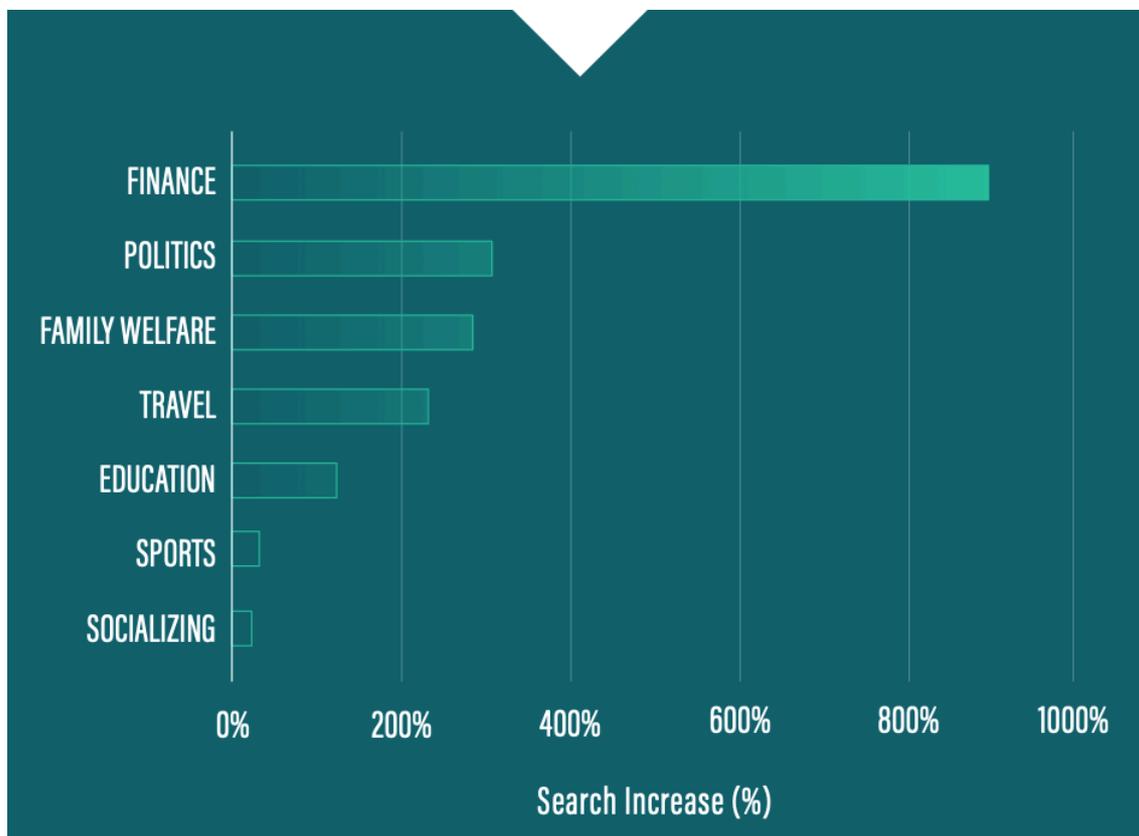
La línea roja muestra el número de casos, a nivel global, de Covid-19. Mientras que la línea verde muestra las búsquedas en internet relacionadas con el Covid-19.

El número de casos ha estado en un constante aumento desde enero de 2020, pero las búsquedas en internet han ido oscilando, se han producido picos en el número de búsquedas, como se indica en el gráfico, con los acontecimientos más significativos durante esta crisis. El primer pico se produce el **26 de enero de 2020**, cuando el virus se propaga por primera vez fuera de China. Seguido de cerca por un pico el **31 de ese mismo mes**, cuando el coronavirus comienza a propagarse por países como España, Reino Unido o Rusia. **A partir de febrero**, se siguen produciendo pequeños picos que coinciden con sucesos como el contagio de los pasajeros del crucero Diamond Princess o cuando la red social Twitter pidió a sus empleados que trabajasen desde casa para ayudar a frenar la expansión del virus. Finalmente, las búsquedas comenzaron a aumentar de manera muy significativa a partir del **8 de marzo** cuando la situación en algunos países empezaba a ser crítica e Italia decidió imponer el confinamiento obligado de todos sus ciudadanos. El último pico, tiene lugar el **12 de marzo**, cuando las búsquedas sobrepasan al número de

casos mundiales, coincidiendo con sucesos como la suspensión por parte del presidente Trump de los viajes entre Estados Unidos y Europa, la suspensión de la temporada por parte de la NBA, el contagio del actor Tom Hanks o la noticia de que Irlanda procedía al cierre de sus colegios y universidades para evitar la propagación del Covid-19. (Captify, Impacto del coronavirus en las búsquedas online)

En la siguiente imagen, obtenida también del informe de Captify, se muestran en un gráfico las búsquedas en internet que han generado un mayor interés entre las personas a nivel mundial.

Ilustración 6.4: On consumer's minds



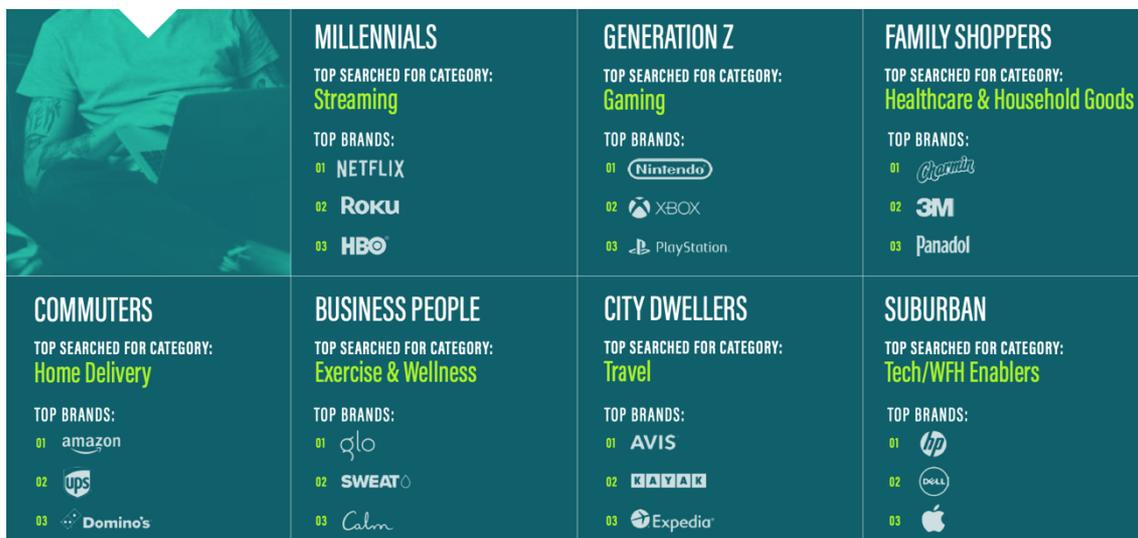
Fuente: Captify (2020)

Este gráfico revela que el tema más buscado entre los usuarios a nivel mundial es el de las **finanzas**, que han experimentado un aumento en las búsquedas de más del 800%. La **política** es otro de los temas del momento, con un aumento de algo más del 300%. En tercer lugar, se encuentran las búsquedas relacionadas con el **bienestar familiar**, incrementando las búsquedas en algo más del 200%. Estas son las tres búsquedas que han

generado un mayor aumento durante esta crisis, seguidas por otras como los viajes que han sido una gran preocupación para muchas personas que tenían los tenían programados para estos meses de crisis, la educación, que ha supuesto un reto para millones de estudiantes y docentes o, los deportes. (Captify, On consumers' mind)

Por último, el informe de Captify analiza cómo están reaccionando los usuarios frente al coronavirus a la hora de consumir diferentes marcas a través del uso de internet y de las tecnologías.

Ilustración 6.5: Through the lens of the consumer



Fuente: Captify (2020)

Desde la generación Millennial, hasta los Family Shoppers, el estudio de Captify analiza cómo reaccionan cada uno de estos ante la situación del Covid-19, con la intención de llegar a comprender sus patrones de comportamiento en la red.

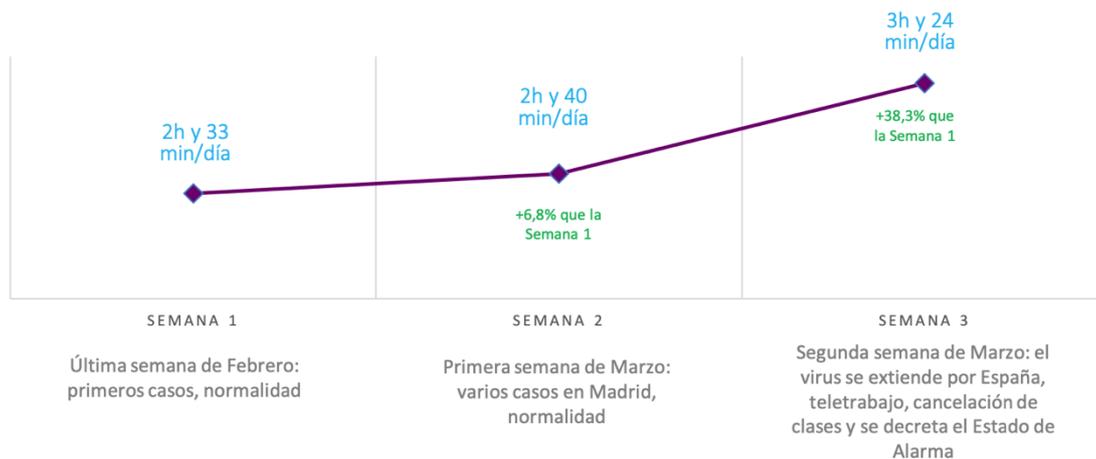
De la imagen, podemos extraer información sobre los temas más buscados en función del grupo de usuarios. Los Millennials, que son la generación comprendida entre 1981 y 1996, centran sus búsquedas en internet en las plataformas de Streaming, para acceder a contenido audiovisual, Netflix se lleva el título de plataforma más buscada. La generación Z, que es la cohorte demográfica que sigue a la Millennial, la forman los individuos nacidos entre 1997 y 2010 y en éstos. las búsquedas online y el uso de la tecnología se centran los videojuegos y las consolas (Nintendo, Xbox y Play Station).

En otros grupos, como el de las familias, priman las búsquedas relacionadas con el cuidado de la salud y el hogar y, en de las personas de negocios, las relacionadas con ejercicio y bienestar. (Captify, THROUGH THE LENS OF THE CONSUMER)

#### 6.4. IMPACTO DEL CORONAVIRUS EN EL USO DEL MÓVIL.

Los estudios que hemos visto anteriormente, se han realizado a nivel global, con muestras de todo el mundo. Por el contrario, Smartme Analytics ha llevado a cabo un estudio para intentar comprender cómo ha afectado la crisis del coronavirus al uso que hacemos los españoles de los teléfonos móviles. Para ello se ha **monitorizado a más de 8.000 españoles** y se han registrado sus búsquedas de manera anónima para así poder extraer información que nos ayude a entender el impacto que el Covid-19 está teniendo en el uso del teléfono móvil.

Ilustración 6.6: Tiempo de uso dedicado al Smartphone



Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

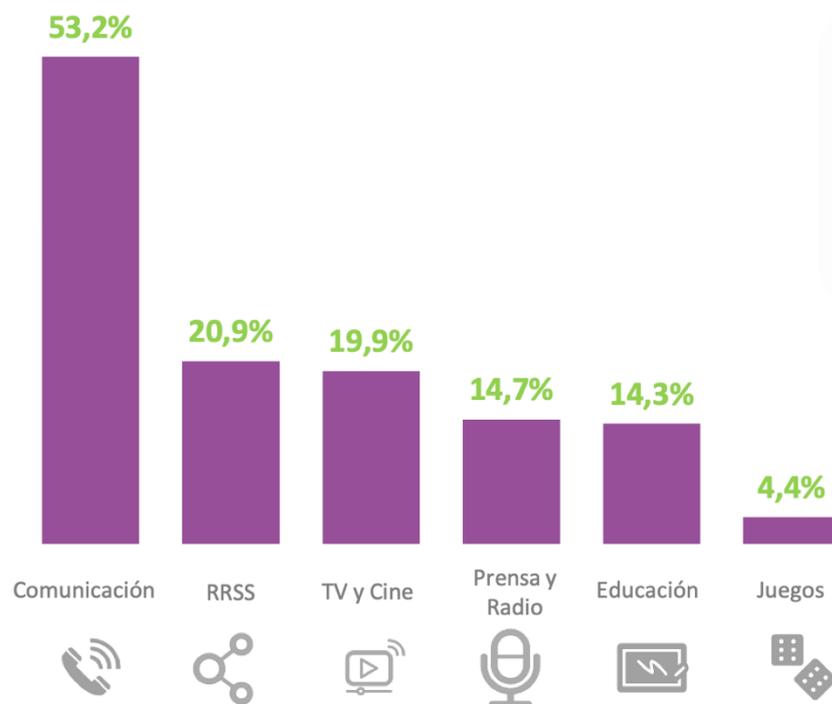
Este gráfico muestra el incremento en el uso del teléfono móvil desde la última semana de febrero, en la que comenzaban a aparecer casos de coronavirus en España pero vivíamos una situación de normalidad, hasta la segunda de marzo cuando se decretó el Estado de Alarma y ya nos encontrábamos confinados en nuestras casas.

El uso medio de los teléfonos móviles ha aumentado casi en una hora entre la primera y la tercera semana estudiada, pasando de 2 horas y 33 minutos al día, a 3 horas y 24 minutos. Esto supone un aumento de hasta el 38,3% en el uso de los Smartphone, provocado por la necesidad que tenemos de comunicarnos con nuestros seres queridos,

amigos y familiares, así como de mantenernos entretenidos e informados. Todo lo anterior es posible gracias a las nuevas tecnologías que tenemos a nuestro alcance, así como multitud de aplicaciones que nos lo permiten aun teniendo que estar aislados. (SmartmeAnalytics, Tiempo de uso dedicado al Smartphone)

Si una cosa está clara es que, con la llegada del coronavirus, el uso de las nuevas tecnologías no ha dejado de aumentar. Si bien es verdad que no todos demandamos estas tecnologías para las mismas actividades, en este gráfico se muestra cuáles son las que han experimentado un mayor aumento en su demanda.

Ilustración 6.7: Impacto tecnológico global

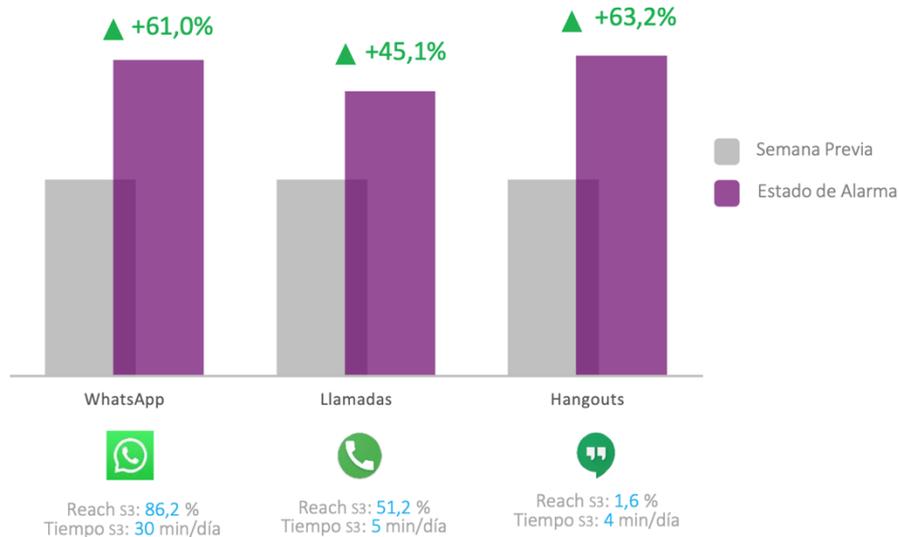


Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

El sector de la comunicación, ha sido sin ninguna duda el gran beneficiario de esta crisis. A partir de que se decretase el Estado de Alarma por el Gobierno, el uso de las aplicaciones de comunicación no ha dejado de aumentar. Este crecimiento en el uso de aplicaciones de comunicación, viene dado, no solo por el hecho de que nos permiten estar en contacto con nuestros seres queridos, si no por la decisión de muchas empresas, que han optado por el teletrabajo de sus empleados, así como las clases online de alumnos de colegios, institutos y universidades. En segundo lugar, están las redes sociales seguidas

muy de cerca por la TV y el cine, en las próximas páginas profundizaremos más en cada una de ellas y en las causas que han provocado su aumento, durante las primeras semanas de esta crisis. (SmartmeAnalytics, Impacto tecnológico global)

Ilustración 6.8: Variación de uso en las apps de comunicación



Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

WhatsApp o Hangouts de Google, son dos de las apps que más han aumentado desde el comienzo de esta crisis, 61% y 63.2%, respectivamente. El gran incremento en el uso de Hangouts, se debe a que es una de las aplicaciones más utilizadas tanto para el teletrabajo como para realizar vídeo llamadas con amigos y familiares. El 86,2% de los usuarios del total de la muestra afirmó usar WhatsApp para comunicarse, con un tiempo medio de uso al día de 30 minutos y el 51,2% de los usuarios afirmaron hacer uso de las llamadas telefónicas. (SmartmeAnalytics, Variación de uso en las apps de Comunicación)

Otras de las protagonistas de esta situación son las famosas Redes Sociales, estas han experimentado un aumento del 20,9% durante las tres primeras semanas. Las más beneficiadas han sido Twitter, Facebook e Instagram, las dos primeras han sido utilizadas en mayor medida como fuente de información, Instagram se ha convertido en una fuente

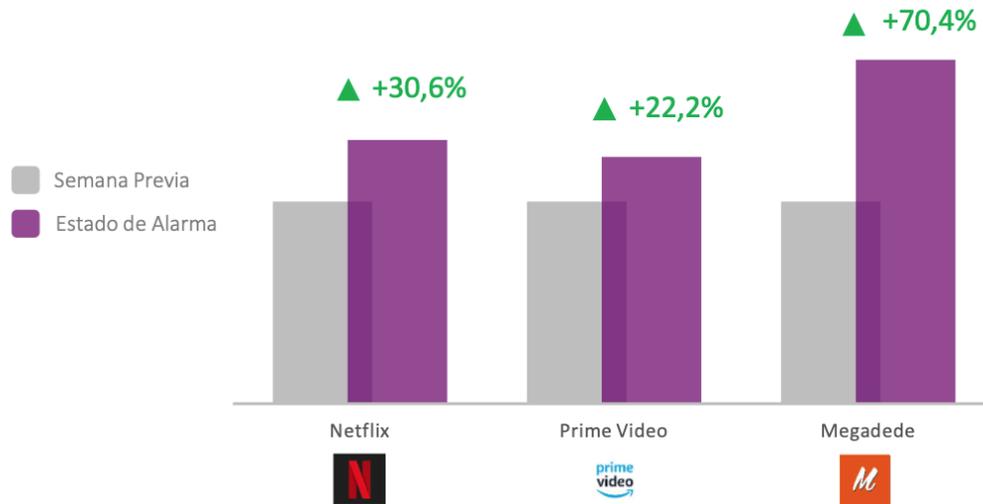


cultural, ya que muchos artistas y museos han mostrado su contenido en la app para entretener al público que permanecía encerrado en sus casas.

Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

En tercer lugar, nos encontramos con la TV y el cine, sin ninguna duda una de las mejores maneras de entretenerse, su crecimiento de casi el 21%, así lo demuestra.

Ilustración 6.9: Variación de uso en las apps de TV y cine



Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

Plataformas como Netflix o Prime Video han registrado un aumento de más del 20%, mientras que la página web Megadede, ha aumentado en un 70,4%. (SmartmeAnalytics, Variación de uso en las apps de TV y cine)

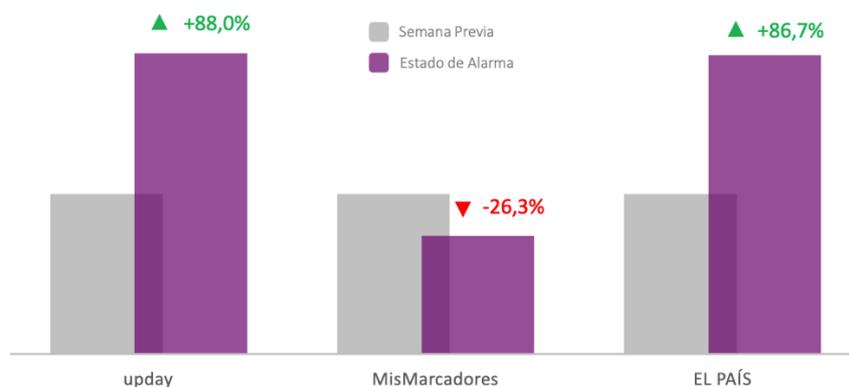


Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

Por otra parte, se encuentran los juegos, que son el divertimento de grandes y pequeños y que también han experimentado un gran incremento en las últimas semanas. Son los favoritos para mantener entretenidos a los más pequeños de la casa, pero también son un buen método de evasión para los adultos. En el sector, son tres los juegos que destacan por encima de los demás, el Parchís, Township y Clash of Clans. Todos ellos han crecido más del 50%. (SmartmeAnalytics, Entretenimiento)

El último sector que ha experimentado un aumento, según este estudio de Smartme Analytics, es el de la prensa. La incertidumbre que rodea a todo lo relacionado con el coronavirus y su evolución se ve reflejado el aumento que han sufrido los agregadores de noticias o las plataformas online de los periódicos tradicionales. La prensa deportiva ha sido la gran perdedora de este sector, debido al parón de todas las competiciones deportivas. (SmartmeAnalytics, Prensa y Covid-19)

Ilustración 6.10: Prensa online y Covid-19



Fuente: SmartmeAnalytics (2020)

Por último, cabe destacar que no todas las aplicaciones y las nuevas tecnologías han experimentado un aumento durante las primeras semanas de esta crisis. Sectores relacionados con el turismo o las oficinas bancarias, han visto como el uso de sus aplicaciones móviles han ido descendiendo cada vez más.

Ilustración 6.11: Apps transporte

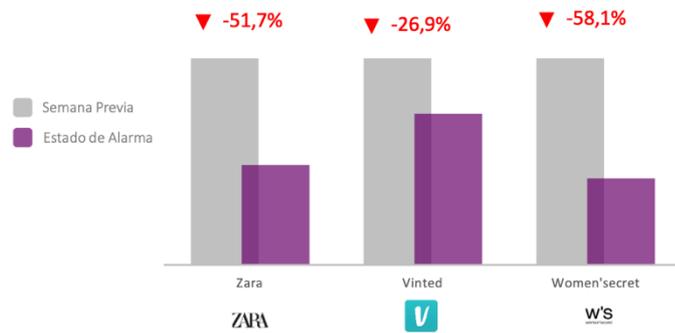


Aplicaciones relacionadas con el transporte público o la movilidad entre las diferentes provincias, también se han visto afectadas debido a las restricciones de movilidad impuestas por el

Gobierno. La disminución en el uso de apps como Cabify o Renfe son un ejemplo del menor uso de este sector.

Ilustración 6.12: Apps de moda

El cierre de tiendas y restaurantes ha supuesto también la caída del uso de la mayoría de las apps relacionadas con la moda y la restauración. En la imagen se puede observar el gran descenso que han sufrido marcas



como Zara o Woman´s Secret o apps de venta de ropa como Vinted.

(SmartmeAnalytics, Apps de moda)

Todos estos estudios demuestran que la llegada del coronavirus a nuestras vidas y el confinamiento obligatorio que se nos ha impuesto para intentar frenar su propagación, han hecho que aumentemos considerablemente el tiempo que le dedicamos a la tecnología, al uso del teléfono móvil y también hemos cambiado nuestras preferencias a la hora de consumir Internet. Las Redes Sociales, también han ganado aún mayor importancia de la que ya venían teniendo y el estar en constante contacto con nuestros seres queridos, ha primado por encima de todo los demás.

En definitiva, esta crisis que estamos viviendo debido al Covid-19 ha hecho que tanto el uso como la dependencia que tenemos de las nuevas tecnologías sea mayor, lo que demuestra la importancia que tienen en nuestras vidas.

## 7. ADICCIÓN: CONTEXTO Y TIPOS

Tradicionalmente, el concepto de adicción se viene relacionando con el consumo de sustancias nocivas para la salud, pero, como ya se ha mencionado en este trabajo, puede darse un problema de adicción sin que sea necesario que interfieran las sustancias tóxicas. Bien es verdad que el conjunto de la sociedad está más informado a cerca de las adicciones a sustancias ya que, en cierto modo, son más comunes y conocidas que las comportamentales. Este punto lo dedicaremos a profundizar en el concepto de las **adicciones a comportamientos**, en concreto las adicciones a las nuevas tecnologías.

## **7.1. ADICCIONES COMPORTAMENTALES**

Prácticamente todas las adicciones comportamentales se han estudiado tomando como punto de referencia las adicciones a sustancias. Muchos son los autores que han considerado la existencia de un paralelismo entre las adicciones a sustancias y las adicciones comportamentales (Holden, 2001).

Cuando hablamos de adicciones psicológicas o comportamentales, hacemos referencia a aquellas adicciones que tienen lugar cuando un comportamiento o hábito cotidiano y normalizado (trabajar o navegar por internet) pierde su sentido original y pasa a ser una forma de evasión de la realidad, o un comportamiento compulsivo que interfiere en otras áreas de la vida (Antonio Soto, 2018).

Dentro de estas adicciones comportamentales o psicológicas, nos podemos encontrar diferentes tipos. En primer lugar, está el juego patológico, también la adicción al sexo, al ejercicio o a la comida y por último, las adicciones tecnológicas, dentro de las cuales están la adicción a internet, a las redes sociales, al móvil... (Carbonell-Sánchez, 2014)

### **7.1.1. Adicciones comportamentales VS adicciones a sustancias**

Existen varios puntos clave que diferencian las adicciones comportamentales y las adicciones a sustancias, el primero y probablemente el más claro, es el relacionado con las sustancias tóxicas, inexistentes en el primer tipo de adicción y presentes en el segundo.

Otro punto en el que ambas adicciones se diferencian es el momento de inicio de la adicción, en las adicciones a sustancias está claro, es el primer momento en el que se consume la sustancia, pero el caso de las adicciones comportamentales resulta mucho más complicado ya que hay saber diferenciar cuándo los problemas son causados por la adicción y no por otros temas como pueden ser la personalidad del sujeto o posibles problemas psicológicos.

Finalmente, dichas adicciones se diferencian en el síndrome de abstinencia que cada una provoca, es cierto que los síntomas pueden ser similares en ambos casos, pero en el caso de los adictos a sustancias tóxicas, el síndrome desaparece en el momento en el que se consume la sustancia. Mientras, en el caso de las adicciones comportamentales la desaparición del síndrome requiere de más tiempo y comportamientos. (Echeburúa, 2010)

## 7.2. LA ADICCIÓN A LA TECNOLOGÍA

Las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs) están llamadas a facilitarnos la vida, pero también pueden complicárnosla. En algunas circunstancias, que afectan sobre todo a adolescentes, Internet y los recursos tecnológicos pueden convertirse en un **fin** y no en un **medio**. Si hay una obsesión enfermiza por adquirir la última novedad tecnológica (por ejemplo, en móviles o en soportes de música) o las TIC se transforman en el instrumento prioritario de placer, el ansia por estar a la última puede enmascarar necesidades más poderosas. Asimismo, las redes sociales pueden *atrapar* en algunos casos a un adolescente porque el mundo virtual contribuye a crear en él una falsa identidad y a distanciarle (pérdida de contacto personal) o a distorsionar el mundo *real* (Becoña, 2006)

Cualquier predilección por una actividad de manera desproporcionada puede acabar convirtiéndose en una adicción sin necesidad de que exista una sustancia química. Esta adicción genera en el individuo una dependencia que le acaba afectando a sus relaciones sociales, así como a su trabajo o estudios.

“Lo que caracteriza a una adicción es la **pérdida de control** y la **dependencia**. Todas las conductas adictivas están controladas inicialmente por reforzadores positivos -el aspecto placentero de la conducta en sí-, pero terminan por ser controladas por reforzadores negativos -el alivio de la tensión emocional, especialmente-. Es decir, una persona normal puede hablar por el móvil o conectarse a Internet por la utilidad o el placer de la conducta en sí misma; una persona adicta, por el contrario, lo hace buscando el alivio del malestar emocional (aburrimiento, soledad, ira, nerviosismo, etcétera)” (Enrique Echeburúa)

Los individuos que generan una adicción a la tecnología se comportan de manera similar a los adictos, por ejemplo, a sustancias tóxicas. Es decir, ellos no se consideran adictos, creen que tienen el control de la situación, por lo que es normal que los que se percaten del problema sean las personas de su entorno (familiares, amigos, ...). Esta adicción afecta de manera muy negativa en el día a día de los que la sufren, en el caso de los niños prefieren quedarse en casa con el ordenador antes que ir al parque, los jóvenes hacen más caso a las redes sociales y a los Smartphone que a sus amigos o a su novia, e incluso no

llegan a rendir en sus estudios por prestar demasiada atención a sus aparatos electrónicos (móvil, Tablet u ordenador)

Al igual que les ocurre a los adictos a sustancias tóxicas, como las drogas, los adictos a la tecnología desarrollan también un síndrome de abstinencia cuando no pueden acceder a esta. El **síndrome de abstinencia** se caracteriza por síntomas como el malestar general, irritabilidad, ansiedad o insomnio entre otros.

Mientras que la adicción al alcohol o a las drogas se encuentran dentro de las denominadas adicciones a sustancia, la adicción a la tecnología forma parte de las mencionadas anteriormente adicciones comportamentales.

### **7.3. ADICTOS AL MÓVIL.**

El teléfono móvil o Smartphone está muy presente en la vida de prácticamente todas las personas de la sociedad actual, lo utilizamos continuamente y es algo normal ir andando por la calle y escuchar melodías de teléfonos móviles, notificaciones procedentes de las redes sociales, o simplemente ver a la gente pegada continuamente a su teléfono, en el autobús, en el metro o en los bares.

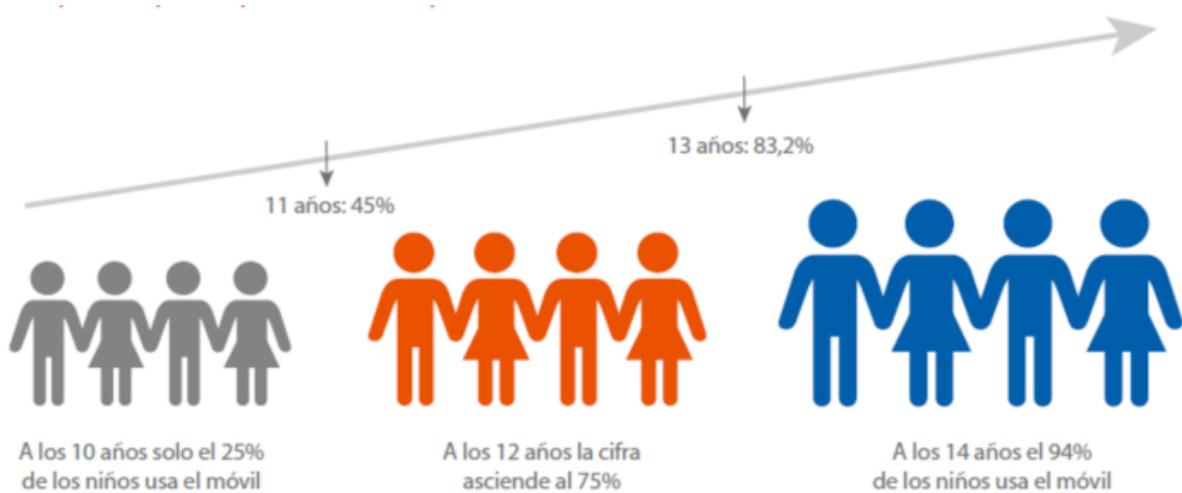
Lo cierto es que los teléfonos móviles nos facilitan mucho la vida, nos permiten estar en continuo contacto con las personas de nuestro entorno y también nos proporcionan cierta tranquilidad, ya que podemos saber en todo momento si las personas que nos importan se encuentran bien o si necesitan algo. Además, gracias a internet a través de nuestro Smartphone podemos estar al día de todas las noticias y sucesos que ocurren a nuestro alrededor.

Hasta aquí, todo lo relacionado con el teléfono móvil parecen ventajas, pero al igual que ocurre, con las sustancias tóxicas, el uso de éste se convierte en adicción cuando empieza a ser una conducta repetitiva, que produce placer en el individuo y que si no se lleva a cabo puede llegar a producir una sensación de malestar o ansiedad. La adicción al móvil forma parte de las denominadas adicciones sin drogas, las adicciones psicológicas o comportamentales.

En comparación con otras adicciones la adicción al móvil se presenta cada vez en edades más tempranas, ya que, a diferencia de adicciones como el alcohol o las drogas, esta no requiere de una sustancia para causar problemas.

En la siguiente imagen, obtenida de la página ditrendia, se observa las edades a las que se adquiere el primer teléfono móvil en España.

*Ilustración 7.1: Edades a las que se adquiere el primer móvil en España*



Fuente: Dintrendia (2018)

En la imagen podemos observar como ya a los 10 años de edad, el 25% de los niños usan el teléfono móvil, lo que al principio puede parecer un porcentaje pequeño o no muy elevado, es en realidad un problema. A los 11 años, el 45% de los niños cuentan con un móvil y la cifra va aumentando considerablemente hasta llegar al 94%, en los 14 años. Cada vez es más fácil adquirir un teléfono móvil, incluso existen teléfonos móviles para niños mucho más pequeños, móviles que cuentan con música, dibujos o que simplemente tienen la función de llamar, algunos padres adquieren estos móviles para sentirse más tranquilos al saber que sus hijos podrán contactar con ellos en cualquier momento.

La adicción a los Smartphone es un problema que afecta tanto a hombres como a mujeres de todas las edades, pero como hemos comentado en puntos anteriores de este trabajo el grupo más vulnerable son los jóvenes o adolescentes.

Son muchos los estudios que han arrojado datos sobre los problemas de dependencia o adicción a los teléfonos móviles, así como de las diferencias que existen en función al sexo del sujeto. A continuación, hablaremos de algunos de ellos.

- En **2005**, un estudio de Bianchi y Phillips reveló que las mujeres hacían un mayor uso del móvil, especialmente en lo relacionado a la vida social, llamadas y mensajes, aunque se observó que gran parte de esas llamadas estaban relacionadas con los negocios. (Eduardo J. Pedrero, 2012)
- En **2006**, un estudio realizado en Suiza, desveló que las mujeres eran más activas en lo que la móvil se refiere, mandaban mensajes con mayor frecuencia mientras que los hombres recurrían más a las llamadas de audio. También, se observó que las mujeres daban más importancia a lo relacionado con la seguridad, así como, a la utilidad del móvil para asegurarla. Por último, el estudio revela que muchas más mujeres que hombres han convertido al teléfono móvil en algo fundamental en su vida, ya sea por cómo se adapta a su estilo de vida o por haber desarrollado una dependencia hacia este, que hace que una vida sin móvil sea imposible. (Eduardo J. Pedrero, Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. Mobile phone abuse or addiction. A review of the literature., 2012)
- Grellhels (**2010**) realizó un estudio sobre los diferentes niveles de gratificación que a hombres y mujeres les proporcionaba el uso del teléfono móvil. Entre ellos se encontraba la relajación, la facilidad de localización de otros, escape y diversión, coordinación y accesibilidad. Las mujeres obtuvieron puntuaciones superiores a las de los hombres en todas ellas, por lo que la autora llegó a la conclusión de que el móvil es más importante para las mujeres que para los hombres. (Eduardo J. Pedrero, Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. Mobile phone abuse or addiction. A review of the literature, 2012)
- Un trabajo llevado a cabo por la empresa estadounidense (TeleNav, **2014**) reveló que los participantes preferían estar una semana sin tomar café o alcohol antes que estar sin teléfono móvil.
- La consultora americana Harris Interactive realizó otro estudio en **2014** en el que se mostró que el 72% de los participantes no se alejaba del móvil más de 1,5 minutos al día, 3 de cada 4, miraban el móvil nada más despertarse y el 40%, lo miraba antes de que pasasen 10 minutos. (Interactive, 2014)

- En Estados Unidos, el 55% de las personas miran el móvil mientras conducen, el 35% lo usa mientras está en el cine y el 33% lo usa en la mesa mientras come.

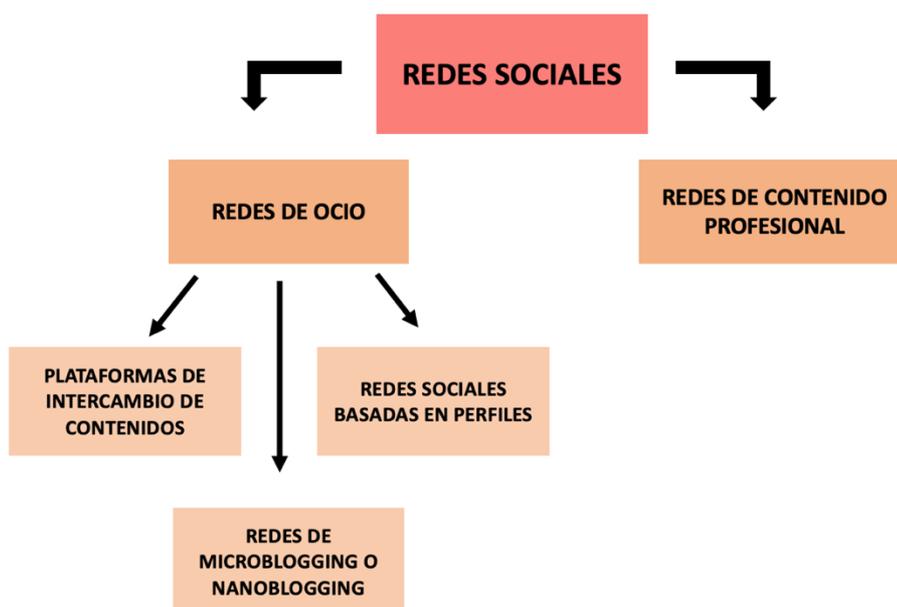
#### 7.4. ADICTOS A REDES SOCIALES

En esta investigación hemos definido qué son las redes sociales, según la (RAE, Real Academia Española, 2020); *‘servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o videos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo’*

También hemos comentado, las redes sociales más usadas a día de hoy, por lo que este apartado, lo dedicaremos a tratar cuando el uso de éstas se convierte en un grave problema, es decir, cuando las personas generan una dependencia tal, hacia ellas, que interfiere de alguna manera en su vida cotidiana.

Las redes sociales, en los últimos años han sufrido un gran crecimiento y han ido surgiendo diferentes tipos. A continuación, mostraremos una clasificación de las redes sociales.

Ilustración 7.2: Clasificación de las Redes Sociales



Fuente: Elaboración propia a partir de Espinar y González (2009)

Como observamos en la imagen, las redes sociales pueden clasificarse en dos grandes grupos en función de los servicios que ofrecen a los usuarios: redes de ocio (también denominadas generalistas), o redes de contenido profesional. A continuación explicaremos cada una de ellas.

✚ **Redes de ocio**: Su finalidad es facilitar a las personas que la componen sus relaciones sociales, así como su comunicación e interacción.

- **Plataformas de intercambio de contenidos**: Ofrecen a los usuarios todos los mecanismos necesarios para el intercambio de fotos, vídeos y demás contenidos. Ejemplo: YouTube.
- **Redes de microblogging o nanoblogging**: Permiten a los usuarios compartir mensajes, normalmente solo de texto, de entre 120 y 280 caracteres, se caracterizan por su inmediatez. Ejemplo: Twitter.
- **Redes sociales basadas en perfiles**: Son las más características dentro de las redes sociales de ocio o generalistas. Permiten a los usuarios crearse su propio perfil, compartir contenidos e interactuar con personas de su entorno. Ejemplo: Facebook.

✚ **Redes de contenido profesional**: Fueron creadas para ofrecer a los usuarios la oportunidad de ponerse en contacto con personas o entidades de su interés. Ejemplo: LinkedIn.

En el esquema podemos observar, que las redes sociales que han sufrido un mayor crecimiento o desarrollo son las redes de ocio o generalistas, en otras palabras, las redes sociales más propensas a causar problemas de adicción.

En términos generales, los tipos de personalidad que se han estudiado en relación a los usuarios más proclives a desarrollar un problema con las redes sociales, se pueden resumir en los siguientes:

- Personas con sentimiento de soledad o de aburrimiento (Leung, 2008)
- Personas extrovertidas que usan las redes sociales para mejorar sus relaciones sociales (Kuss & Griffiths, 2011)
- Personas introvertidas usan las redes sociales para compensar sus relaciones sociales (Kuss & Griffiths, 2011)
- Personas narcisistas (La Barbera, La Paglia, & Valsavoia, 2009)

Para tratar este tema de la adicción a las redes sociales iremos de lo general a lo particular, empezaremos por un análisis global del impacto de las redes sociales en la vida de las personas y después comentaremos las diferencias que existen a la hora del uso de redes sociales en función de la edad y sexo de los individuos.

Según González y Vilca, la adicción a las redes sociales es una dependencia psicológica que a su vez muestra síntomas conductuales, afectivos y de pensamiento, siendo caracterizado principalmente por la falta de control en su uso. (Gonzales & Vilca Quiro, 2013). Tsitsika añade que es un patrón de conducta caracterizado por la falta de autocontrol. (Tsitsika, Tzavela, & Foteini Mavromati, 2013) La persona adicta se centra en los beneficios obtenidos inmediatamente, sin tener en cuenta las consecuencias negativas a largo plazo como pueden ser aislamiento y descuido del relacionamiento personal, de los deberes académicos e inclusive del descuido de la salud e higiene personal entre otros (de Corral & Echebura, 2010)

Como ya hemos visto en el punto dedicado a las redes sociales, están al alcance de todos y las más relevantes a día de hoy probablemente son Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp y Twitter, entre otras. En todas ellas nos encontramos usuarios de todas las edades, desde menores de 16 años hasta mayores de 60, así como de ambos sexos, pero se podría decir que todos estos grupos tienen sus preferencias.

Aunque en un principio pueda parecer que la adicción a las redes sociales es un problema que solo afecta a los más jóvenes, no es así, se trata de un problema que no entiende de edades. Lo que sí podemos observar, es que en función de la edad de la persona que lo sufre nos encontramos diferentes redes sociales como causantes del problema.

En el siguiente gráfico, obtenido del estudio que realiza todos los años **Iab España** sobre las redes sociales, se muestran las redes más usadas en España según la edad de sus usuarios. Este estudio abarca a personas de entre los 16 y los 65 años de edad.

Ilustración 7.3: Redes sociales más usadas en función de la edad de los usuarios



Fuente: Iab España (2018)

En el gráfico podemos observar que los jóvenes son los que hacen un mayor uso de las redes sociales, abarcando prácticamente todas ellas (YouTube, Instagram, Twitter...).

Las personas con edades comprendidas entre los 31 y los 45 años, utilizan sobretodo, Facebook, seguido muy de cerca por WhatsApp.

Por último, entre los mayores de 46 años, la red social por excelencia es el Facebook.

Todo esto demuestra que no importa la edad que tengamos, las redes sociales son usadas por personas de todas las edades, y todas ellas, pueden verse ante un problema de adicción. Si bien, todos podemos desarrollar una adicción a las redes, los más afectados por este problema, sin lugar a duda, son los adolescentes.

Muchos son los estudios que tratan los problemas de adicción de los jóvenes a internet y a las redes sociales.

Como se muestra en un estudio que realizó en 2011 **EDUCAUSE**, una organización de Estados Unidos sin ánimo de lucro cuya misión es ``avanzar en la educación superior mediante el uso de la tecnología de la información'', mostró que el 90% de los universitarios de Estados Unidos, contaban con un perfil en alguna red social. En España, representa el 73,84% de los alumnos que cursan estudios universitarios (Tuñez & Sixto, 2012).

El estudio realizado por Bernal y Angulo arrojó datos que reflejaban que el inicio de los jóvenes en las redes sociales es muy temprano, como ya hemos constatado anteriormente, lo que resulta inquietante y hace que nos planteemos hasta donde llega la dependencia de los más jóvenes sobre las redes sociales y sus problemas de adicción a éstas, que son cada vez más frecuentes. (Bernal Bravo & Angulo Rasco, 2013)

En relación al sexo, también existen diferencias notables en cuanto al abuso de las redes sociales, si bien es cierto que el gran crecimiento de las redes sociales en los últimos años, su novedad y la aparición de nuevas redes sociales hacen realmente compleja la búsqueda de datos sobre la diferencia entre hombres y mujeres a la hora de usar las redes sociales, son muchos los estudios que arrojan datos al respecto. A continuación, hablaremos de algunos de ellos.

En 2005, se realizó un estudio sobre 132 jóvenes de entre 18 y 23 años y observaron que, en comparación, las mujeres eran mucho más activas en redes sociales que los hombres, enviaban más mensajes e incrementaban su red de contactos que, además, era más estable que la de los hombres. (Igarashi, Takai, & Yoshida, 2005)

Hoy y Colbs, llevaron a cabo una investigación en la que se reveló que, aunque las mujeres compartían más contenido y eran más activas en redes sociales mostraban una mayor preocupación por el uso, que hacia la red social (Facebook en este caso) sobre su información privada. (Duran Segura & Mejias Peligro, 2010)

A modo de conclusión, se podría decir que la adicción o dependencia a las redes sociales puede aparecer a cualquier edad, si bien es cierto que el grupo más propenso a desarrollarlas son los jóvenes y adolescentes. En lo que a las diferencias de género se refiere, aunque no se puede confirmar que sean las mujeres las que son más propensas al uso de las redes sociales, así como a poder acabar generando un problema de adicción a

estas, varios son los estudios que indican que las mujeres abusan en mayor medida de las redes sociales que los hombres.

## 8. FACTORES DE RIESGO

En términos generales, y como hemos visto en el punto anterior, las personas jóvenes constituyen el principal grupo de riesgo en relación a las adicciones a la tecnología. Los jóvenes y adolescentes son el grupo que más familiarizado está con las nuevas tecnologías y todo lo que estas traen consigo, a los 14 años ya el 94% de los jóvenes, cuentan con un dispositivo móvil lo que hace que la dependencia hacia estos comience a un edad temprana.

No obstante, como ocurre con el resto de adicciones, tanto las que llevan implícito el consumo de sustancias tóxicas como las que no, hay individuos que son más propensos o vulnerables a desarrollar una dependencia hacia una sustancia o comportamiento. En algunos casos pueden existir diferentes rasgos de la personalidad que hacen que una persona sea más vulnerable, en concreto:

- ✚ **Personas tímidas** que buscan una escapatoria de su vida real en la que les cuesta interactuar con otras personas o les resulta difícil establecer vínculos emocionales en su entorno.
- ✚ Personas con una **baja autoestima** o que no se sienten cómodos con su aspecto corporal, tienen múltiples complejos y tras la pantalla encuentran la seguridad que necesitan para interactuar con otras personas.
- ✚ Personas **con problemas psicológicos** anteriores que pueden desembocar en una adicción a la tecnología o a internet, algunos de estos problemas pueden ser, la depresión, el trastorno por déficit de atención e hiperactividad o trastornos de ansiedad social.

Sin embargo, en algunas ocasiones no depende tanto de la personalidad o los problemas psicológicos que tengan las personas, si no de su entorno familiar y social, personas que sienten un gran descontento con su vida, o que carecen de afecto y cariño en sus vidas e intentan llenar ese vacío con las drogas, el alcohol, o con conductas nocivas llegando a desarrollar una dependencia, en este caso, de la tecnología.

En conclusión, una persona que tenga problemas de personalidad, una baja autoestima, o que carezca de un buen entorno familiar o de unas buenas relaciones sociales, corre un riesgo considerable de desarrollar una dependencia hacia la tecnología, el internet o a las redes sociales, buscando en ellas un refugio a sus problemas.

## **9. SEÑALES DE ALARMA**

Las señales de alarma que principalmente evidencian una dependencia de las nuevas tecnologías, el internet o las redes sociales y que son motivo de preocupación ya que pueden derivar en un problema de adicción sobre estos son las que se mencionan a continuación (Young, 1998) :

- ❖ Dedicar un tiempo excesivo a estar conectado a la red llegando incluso a preferir perder horas de sueño para permanecer conectado, dormir una media de menos de 5 horas al día.
- ❖ Dejar de lado actividades que son más importantes, como las relaciones con amigos y familia, los estudios o el cuidado de su propia salud.
- ❖ Comenzar a recibir quejas constantes de su entorno , familia y amigos
- ❖ Estar constantemente pensando en la red, aunque en ese momento no se encuentre conectado e, irritarse con facilidad si internet falla
- ❖ Intentar limitar el tiempo de conexión, pero sin conseguirlo, y perder la noción del tiempo.
- ❖ Mentir a su entorno a cerca del tiempo que permanece conectado realmente a internet.
- ❖ Comenzar a aislarse de la sociedad, así como a estar muy irritable y a bajar considerablemente su rendimiento en los estudios.
- ❖ Sentir una euforia y activación anómalas cuando se está delante del ordenador.

Resumiendo lo que dice Young, el hecho de que mirar el móvil sea lo primero que hacemos al levantarnos y lo último que hacemos al irnos a dormir, determinan el perfil de un adicto a internet. No se trata solo del tiempo que pasamos al día conectados a la red a lo largo del día, si no más bien de la interferencia que el internet y la tecnología tienen en la vida cotidiana de las personas. (Davis, 2001)

Se puede decir que la dependencia o adicción a internet o a la tecnología existe cuando la persona empieza a experimentar un síndrome de abstinencia al dejar de lado a estos al igual que ocurre con las adicciones a las sustancias tóxicas, este síndrome se caracteriza por síntomas como la ansiedad, la irritabilidad o los temblores, así como un gran deseo de volver llevar a cabo dicho comportamiento. (Echeburúa & Corral, 2010)

## 10. ¿CÓMO PREVENIR?

A la hora de prevenir una adicción, ya sea comportamental o a sustancias, lo primero que debemos decidir es a quién queremos dirigir la estrategia de prevención. Como ya hemos comentado a lo largo de esta investigación, los más afectados por los problemas de adicción a la tecnología son los más jóvenes, por ello es muy importante que los jóvenes adquieran capacidades de comunicación.

Los padres y los profesores deben ayudar a los jóvenes a desarrollar la capacidad de comunicación cara a cara, esta supone (Ramón-Cortés, 2010) :

- Limitar el uso de los aparatos electrónicos y de Internet
- Establecer un horario claro sobre el tiempo de uso, tanto de los dispositivos móviles como de Internet.
- Fomentar otras habilidades, como la lectura o el cine.
- Estimular el deporte.
- Potenciar la comunicación, así como las relaciones con otras personas.
- Estimular el diálogo dentro de la propia familia.

(Echeburúa & Corral, 2010)

Por otra parte, existen diferentes niveles de prevención en función de a quién nos queremos dirigir; **prevención universal**, dirigida a toda la población (esté o no en riesgo); **prevención selectiva**, dirigida a la parte de la población que está en riesgo; **prevención indicada**, dirigida a personas que se encuentran en un alto grado de riesgo o que ya presentan comportamientos cuestionables (Gordon Jr, 1987).

El esquema de Gordon, es de los más utilizados a la hora de estudiar las diferentes estrategias de prevención. En el cuadro que se muestra a continuación, podemos observar

un resumen más detallado a cerca de lo que supone cada una de estas estrategias de prevención.

*Ilustración 8.1: Niveles de prevención*

<b>Prevención Universal</b>	<p>De todas las actuaciones que integran una política de prevención, llamamos <b>prevención universal</b> a la que se dirige al conjunto de la población, sin hacer distinciones en función del riesgo. Parte de una presunción razonable, ya que muchas personas en algún momento se enfrentaran a dicho problema y es mejor que lo hagan de una manera inteligente. En lo referido a esta investigación, esta prevención tendría el objetivo de marcar ciertas pautas para el uso de las nuevas tecnologías, tanto en niños como en adultos. Aunque no son los contenidos centrales, también se abordarán temas relacionados con el mal uso de estas, como puede ser el caso del cyberbullying o el grooming.</p> <p>La prevención universal, trabaja sobre tres objetivos fundamentales:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sensibilizar a las familias sobre la importancia de estar presentes y acompañar a sus seres queridos, a sus hijos en especial, a la hora de iniciarse en el uso de internet y de dispositivos móviles.</li> <li>2) Concienciar de la necesidad y la importancia de establecer normas y límites claros en el uso de la tecnología</li> <li>3) Ofrecer estrategias de comunicación que permitan ser mas competentes a la hora de abordar conflictos</li> </ol>
<b>Prevención Selectiva</b>	<p>Se entiende por programas de <b>prevención selectiva</b> de las adicciones aquellos que se dirigen a grupos o colectivos de personas que, por sus características o circunstancias personales, sociales o ambientales, están en situación de especial riesgo de consumo de drogas o de otros comportamientos adictivos. La situación de riesgo se puede establecer en función de sus características individuales (por ejemplo, menores con problemas de salud mental, con falta de habilidades sociales, con elevada búsqueda de sensaciones, etc.), comportamentales (por ejemplo, la práctica del botellón, jóvenes infractores, etc.), de su situación escolar (fracaso escolar, absentismo o abandono escolar, falta de integración escolar, etc.) o de su entorno familiar o social (falta de recursos, riesgo de exclusión, residencia en barrios o zonas desfavorecidas, menores en situación de riesgo de desamparo y/o en conflicto social residentes o no en centros de protección o reforma, menores con entornos familiares de riesgo, etc.)</p>
<b>Prevención Indicada</b>	<p>Se entiende por programas de <b>prevención indicada</b> de las adicciones aquellos dirigidos a individuos con factores específicos de vulnerabilidad, que experimentan los primeros síntomas de abuso de sustancias, de otros comportamientos adictivos o que tienen otros problemas de conducta relacionados. Entre ellos pueden incluirse hijos de personas con adicción al alcohol u otras drogas, menores que reciben sanciones administrativas por tenencia o consumo de drogas ilegales, menores que son identificados por problemas derivados del consumo abusivo de alcohol, etc.</p> <p>Para aumentar la efectividad de los programas de intervención selectiva e indicada, es deseable la realización de programas amplios y multicomponente. Se consideran prioritarios los programas que se dirijan preferentemente a adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años, aunque pueden incluirse personas jóvenes de mayor edad en función de las características del proyecto.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de R S Gordon, Jr

## 11. USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS E INTERNET

Con el fin de obtener **información primaria** sobre el uso que hacen las personas de las nuevas tecnologías, se ha realizado un cuestionario a **162 individuos**, como ya se mencionó en el apartado de metodología de este mismo trabajo. En este apartado analizaremos en profundidad los resultados.

### 11.1. PERFIL DE LA MUESTRA

*Ilustración 10.1: Variables demográficas*

DATO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
MUJERES	76	47.1%	
HOMBRES	86	52.9%	
PAÍS DE ORIGEN			
España	Portugal	Italia	Hungría
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
15-25 años	78	48.1%	
26-35 años	41	25.3%	
36-50 años	27	16.7%	
>50 años	16	9.9%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

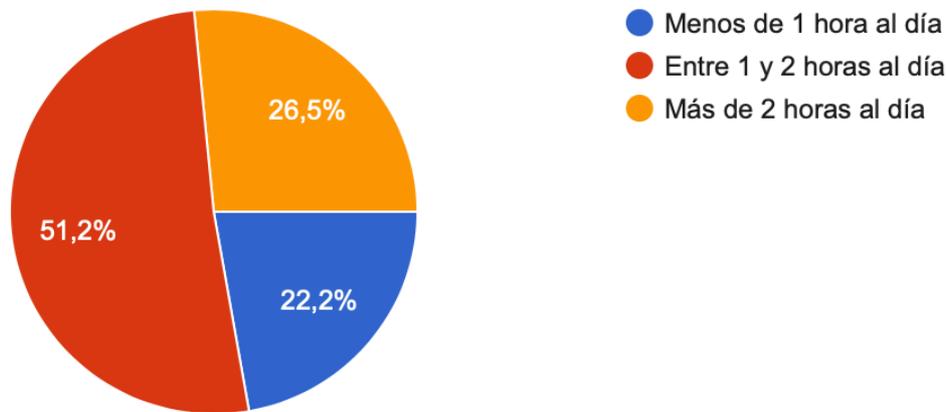
La muestra está representada por diferentes variables sociodemográficas, como el sexo, la edad o el país de origen.

### 11.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS

En primer lugar, se preguntó a los individuos cuánto **tiempo dedicaban a estar conectados durante el día**.

Ilustración 10.2: ¿Cuánto tiempo dedica al día a la tecnología?

## ¿Cuánto tiempo dedica al día a la tecnología?



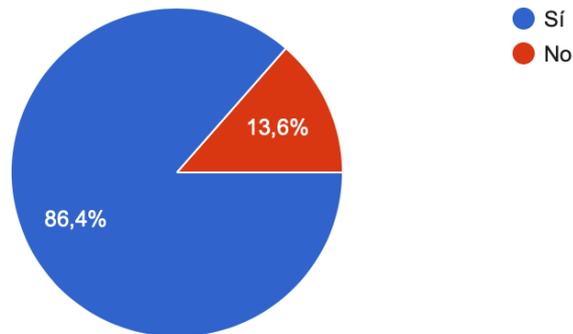
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Como se observa en el gráfico anterior, la mayor parte de los individuos (franja roja) en concreto, el 51,2%, reconoce que dedica a la tecnología entre 1 y 2 horas al día. Por otro lado, el 26,5%, reconoce dedicar más de 2 horas al día, es decir en función de lo que hemos visto en esta investigación es un dato que resulta preocupante, ya que anteriormente se ha mencionado que un uso que supere las 2 horas puede ser problemático.

En relación a la pregunta anterior se les preguntó si, en su opinión, **pasaban más tiempo del que deberían a estar conectados.**

Ilustración 10.3: ¿Dedica más tiempo del que cree que debería a estar conectado?

¿Dedica más tiempo del que cree que debería a estar conectado?



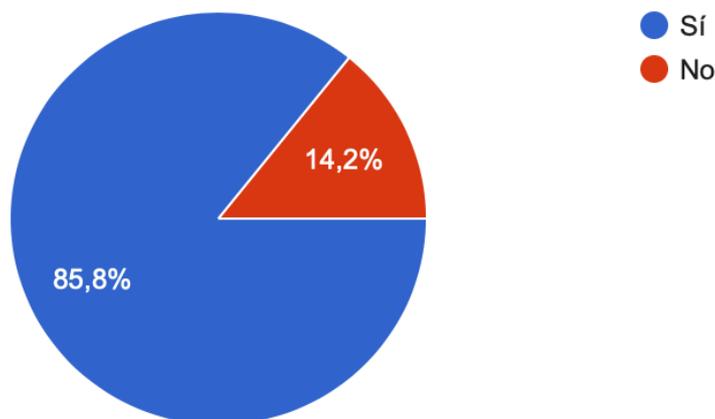
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

El 86,4% de los individuos contestó que sí, lo que demuestra que muchos de ellos, son conscientes del abuso que hacen de las tecnologías.

En relación a las siguientes cuestiones de la encuesta, las respuestas fueron bastante preocupantes. Se preguntó a los encuestados si les **costaba trabajo permanecer sin estar conectados a internet**.

Ilustración 10.4: Dificultad para permanecer sin internet

¿Le cuesta trabajo permanecer más de un día sin estar conectado?



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Como se muestra en el gráfico 10.3, la gran mayoría de los encuestados reconoció que le costaría trabajo permanecer sin conectarse a internet. 139 de los 162 encuestados, es decir un 58,8%, respondió con un sí a esta pregunta, lo que confirma que hoy en día las personas somos cada vez más dependientes de las nuevas tecnologías.

Las siguientes preguntas de la encuesta fueron más concretas, orientadas exclusivamente hacia el uso del Smartphone y las Redes Sociales.

En primer lugar, se les preguntó si se **sentían incómodos cuando no tienen el teléfono móvil**.

*Ilustración 10.5: Dificultad para permanecer sin teléfono móvil*



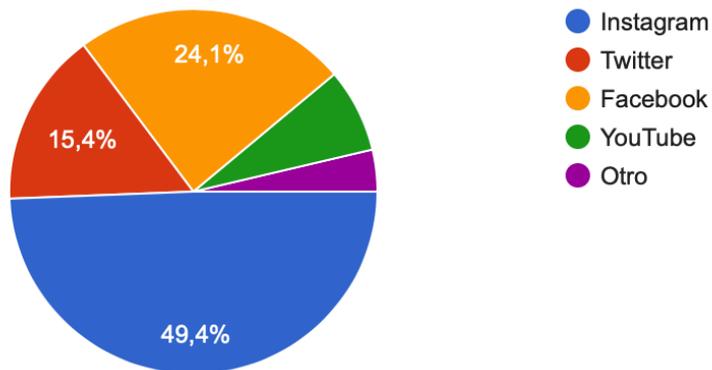
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Como podemos observar en el gráfico, el 69,8% reconoció que el hecho de estar sin el teléfono móvil le hacía sentir incómodo, lo que refuerza el hecho de que cada vez somos más dependientes de éste.

A continuación, se preguntó **qué Red Social utilizaban con mayor frecuencia**, las opciones fueron las redes sociales que se han comentado previamente en esta investigación.

*Ilustración 10.6: Red social usada con mayor frecuencia*

**¿Qué Red Social o Sitio Web utiliza con mayor frecuencia?**



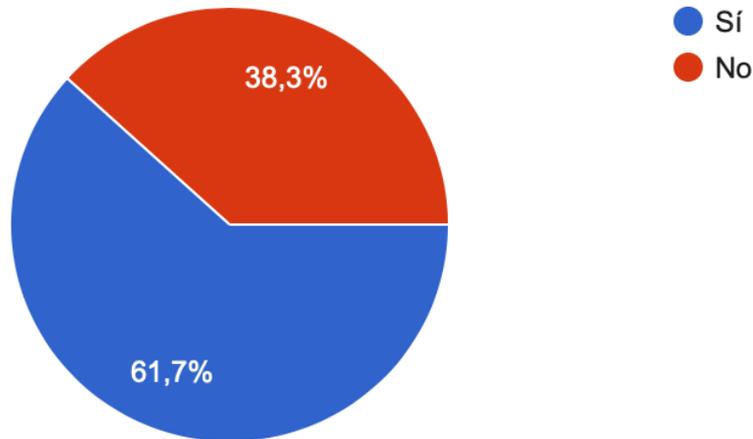
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Los resultados de esta pregunta concuerdan con lo mencionado anteriormente en este trabajo, pues Instagram es la Red Social con más presencia actualmente, seguida por Facebook.

Posteriormente, se les preguntó si alguna vez alguien de su entorno **les había comentado que dedicaban demasiado tiempo con el teléfono móvil**.

Ilustración 10.7: ¿Le han comentado que usa demasiado el móvil?

¿Le han comentado alguna vez personas de su entorno que utiliza demasiado el móvil?



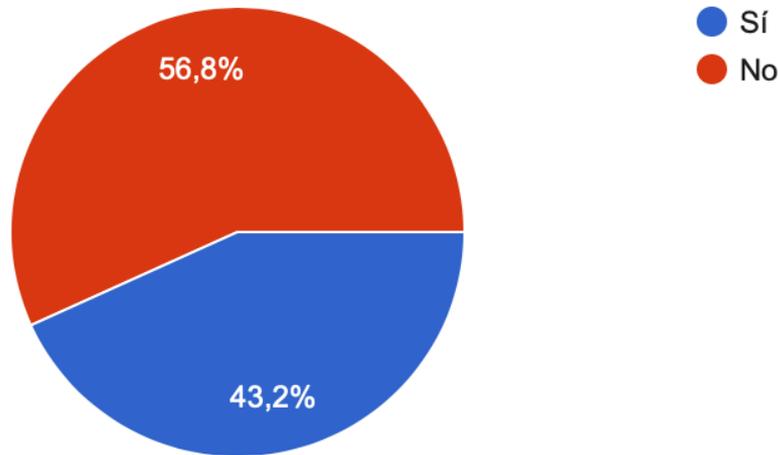
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Como muestra este gráfico, el 61,7% de los individuos reconoce que en alguna ocasión han sido recriminados por hacer un uso excesivo del teléfono móvil. Los resultados de esta pregunta también corroboran lo mencionado en los estudios expuestos a lo largo de esta investigación, y es que cada vez estamos más enganchados al Smartphone.

En el siguiente gráfico, se muestran los resultados obtenidos de preguntar a los individuos si en **alguna ocasión habían intentado reducir el uso del teléfono móvil sin éxito**.

Ilustración 10.8: ¿Ha intentado reducir el uso del móvil?

¿Ha intentado en alguna ocasión reducir sin éxito el tiempo que dedica al teléfono móvil?



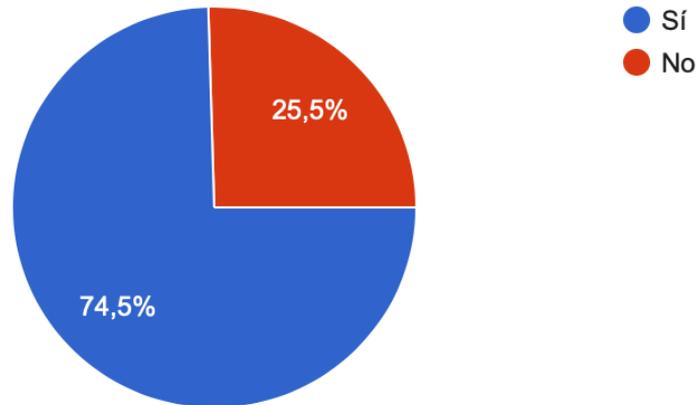
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Las respuestas a esta pregunta siguen en la línea de las anteriores, resulta preocupante que casi la mitad de la muestra haya intentado reducir el tiempo de uso del teléfono móvil sin conseguirlo. Como ocurre con las preguntas anteriores, esta también evidencia la dependencia que tenemos las personas del teléfono móvil.

A continuación, se preguntó a los individuos si **utilizaban la tecnología como método de evasión** cuando se sentían tristes o agobiados.

Ilustración 10.9: Tecnología como método de evasión

¿Utiliza la tecnología como medio para evadirse cuando se encuentra triste o agobiado?



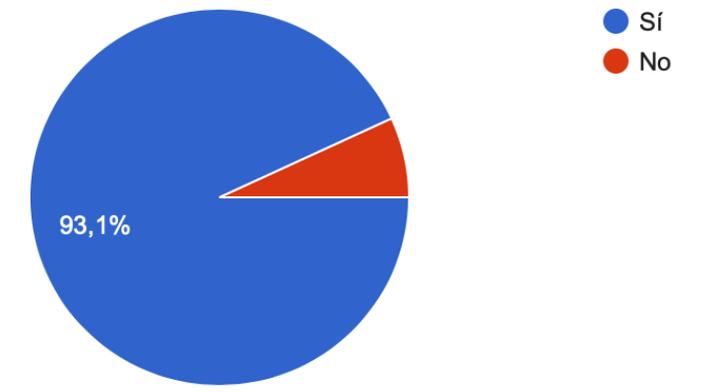
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

Los resultados de esta pregunta muestran como la tecnología es un medio de evasión para muchas personas, el 74,5% de la muestra.

Finalmente, la última pregunta del cuestionario iba enfocada hacia la situación provocada por el Covid-19, sobre la que también se habla en esta investigación. Se preguntó a los usuarios si habían **incrementado el uso de la tecnología y el internet debido a la situación provocada por el coronavirus.**

Ilustración 10.10: Uso de la tecnología durante la crisis del Covid-19

¿Diría que ha aumentado el uso del Internet y la tecnología debido a la situación provocada por el CoVid-19?



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta

En esta pregunta casi se obtiene una unanimidad de respuestas, pues el 93,1% de los usuarios confirmaron que habían aumentado el uso de la tecnología y el internet durante estos meses. Solo 11, de los 162 encuestados respondió que no a esta pregunta. Estos resultados confirman lo comentado en el punto 6 de este trabajo, pues el Covid-19 ha hecho que aumentemos considerablemente el uso de la tecnología y el internet, al ser considerados fundamentales para permanecer comunicados con nuestros seres queridos.

## 12. CONCLUSIONES

La investigación que se ha llevado a cabo en las páginas anteriores muestra cómo, si bien la tecnología es necesaria para el conjunto de la sociedad, en muchas de las actividades que llevan a cabo en su vida cotidiana y beneficiosa para el desarrollo social de los individuos, es más que evidente que puede enmascarar problemas mucho más serios.

En primer lugar, observamos cómo es un problema que afecta a **multitud de individuos**, sin discriminación de edad o de sexo. Pese a esto, hemos podido observar que los **jóvenes y adolescentes** son los más susceptibles a desarrollar un problema de adicción o de dependencia sobre la tecnología, ya que se encuentran en una etapa vital en la que el estatus social frente a sus compañeros importa en exceso, así como el tener una gran vida social. También, aunque no hay evidencias claras, hemos citado múltiples estudios que revelan que son las **mujeres** las que presentan una mayor dependencia de la tecnología, en este caso del teléfono móvil, si bien es verdad que prestan más atención al tratamiento que se hace de sus datos y se preocupan más por su privacidad.

Por otra parte, es evidente que nos enfrentamos a un **gran problema** que, en muchas ocasiones, es **difícil de identificar**. A esto se le suma el hecho de que cada vez es menor la edad a la que se consigue el primer teléfono móvil, lo que hace que este problema vaya apareciendo a **edades más tempranas**.

Así mismo, es importante tener presente que la mejor manera de combatir este problema es mediante **prevención y formación**, como ya se ha mencionado en esta investigación y en lo que ha hecho especial hincapié, la experta entrevistada.

Otro punto importante de este trabajo, ha sido el análisis realizado de cómo ha afectado la crisis del **coronavirus** a la relación que las personas tenemos con la tecnología. Hemos podido observar que, como era de esperar, existe una **relación directa** entre esta crisis y el uso de la tecnología. A esto le añadimos también los resultados obtenidos en la encuesta, que muestran que, casi con unanimidad, los participantes aseguraron que habían **aumentado su uso** durante estos meses. La entrevista en profundidad realizada, avala también, la importancia que ha tenido la tecnología durante este tiempo, ya que nos ha

permitido seguir trabajando y estudiando, así como, estar en contacto con nuestros seres queridos.

Como se constata en la última parte de la investigación, la mayor parte de los encuestados, afirman tener un **cierto grado de dependencia sobre la tecnología**. Muchos de ellos dicen sentirse incómodos o como si les faltase algo muy importante cuando no tienen cerca un teléfono móvil, aun así, la mayoría asegura que no ha intentado reducir el uso que hacen de los Smartphone. Esta situación descrita, manifiesta que con los grandes avances tecnológicos que se están dando en estos tiempos, ha de ser una **tarea educativa** la que prevenga y forme a los individuos desde edades tempranas, para evitar que esto se convierta en un problema aún mayor.

Para concluir, las nuevas tecnologías han llegado para quedarse, vivimos en la era tecnológica donde todas estas herramientas son muy importantes y es fundamental, que aprendamos a utilizarlas de la mejor manera posible, aprovechar su potencial para sacarlas el mayor rendimiento y no acabar desarrollando problemas en un futuro.

Descubrir que **las nuevas tecnologías tienen un límite**, es esencial. En ocasiones, es difícil de detectar, pero que si se traspasa puede acarrear graves consecuencias.

## REFERENCIAS

- Antonio Soto, N. d. (2018). *Papeles del Psicólogo*. Obtenido de Papeles del Psicólogo: <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/2867.pdf>
- ASAM. (2019). *American Society of Addiction Medicine*. Obtenido de <https://www.asam.org>
- Becoña. (2006). *Adicción a las nuevas tecnologías*. Vigo: Nova Galicia.
- Bernal Bravo, C., & Angulo Rasco, F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales Interactions of young Andalusian people inside social networks. *Comunicar, Media Education Research Journal*.
- Captify. (s.f.). Impacto del coronavirus en las búsquedas online. *How is coronavirus impacting how consumers search?* Captify.
- Captify. (s.f.). On consumers' mind. *How is coronavirus impacting how consumers search?* Captify.
- Captify. (s.f.). THROUGH THE LENS OF THE CONSUMER. *HOW IS CORONAVIRUS IMPACTING HOW CONSUMERS SEARCH?* Captify.
- Carbonell-Sánchez. (2014). *Adicciones Tecnológicas: Qué son y cómo tratarlas*. Síntesis.
- Davis, R. (2001). A cognitive - behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 187-195.
- de Corral, P., & Echebura, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge. *Adicciones, revista version online*.
- Duran Segura, M., & Mejias Peligro, J. (2010). Conocimientos y comportamientos de los usuarios de la red social Facebook relacionados con la privacidad. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*.

Echeburúa. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*.

Echeburúa, E., & Corral, P. d. (2010). En *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge* (págs. 91-96). San Sebastián.

Echeburúa, E., & Corral, P. d. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto *Addiction to new technologies and to online social networking in young people: A new challenge*. San Sebastián: Editorial.

Echeburúa, E., & Corral, P. d. (s.f.). *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*. San Sebastián: Editorial.

Eduardo J. Pedrero, M. T. (2012). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Mobile phone abuse or addiction. A review of the literature*. En M. T. Eduardo J. Pedrero. Madrid.

Eduardo J. Pedrero, M. T. (2012). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Mobile phone abuse or addiction. A review of the literature*. Madrid.

Eduardo J. Pedrero, M. T. (2012). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Mobile phone abuse or addiction. A review of the literature*. Madrid.

Eduardo J. Pedrero, M. T. (2012). Adicción o abuso del teléfono móvil. Revisión de la literatura. *Mobile phone abuse or addiction. A review of the literature*. . Madrid.

Enrique Echeburúa, P. d. (s.f.). *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto*. San Sebastián: Editorial.

Geser, H. (2006). *Are girls (even) more addicted? Some gender patterns of cell phone usage*. Obtenido de *Sociology in Switzerland*: [http://socio.ch/mobile/index\\_mobile.htm](http://socio.ch/mobile/index_mobile.htm)

Gonzales, A., & Vilca Quiro, L. (2013). *Repositorio de Tesis*. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/615>

Gordon Jr, R. (1987). *US National Library of Medicine National Institutes of Health*.  
Obtenido de An operational classification of disease prevention.:  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1424415/>

Holden. (2001). *Behavioral Addictions: Do they exist?*

Hootsuite. (Abril de 2020). *Hootsuite*. Obtenido de Hootsuite: <https://hootsuite.com/es/>

Igarashi, T., Takai, J., & Yoshida, T. (1 de Octubre de 2005). Gender differences in social network development via mobile phone text messages: A longitudinal study.

Interactive, H. (4 de Febrero de 2014). *Puro Marketing*. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/12/19173/nuevas-adicciones-cada-usuarios-confiesa-adicto-redes.html>

Kantar. (3 de Abril de 2020). *Kantar*. Obtenido de COVID-19 Barometer: Consumer attitudes, media habits and expectations: <https://www.kantar.com/Inspiration/Coronavirus/COVID-19-Barometer-Consumer-attitudes-media-habits-and-expectations>

Kuss, D., & Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.

Kuss, D., & Griffiths, M. (2011). Online Social Networking and Addiction—A Review of the Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.

La Barbera, D., La Paglia, F., & Valsavoia, R. (2009). Social Network and Addiction. *Studies in health technology and informatics*.

Leung, L. (Julio de 2008). Linking psychological attributes to addiction and improper use of the mobile phone among adolescents in Hong Kong. *Journal of Children and Media*.

Marks, P. F. (1990; 2006; 2001).

OMS. (1994). *Glosario de términos de alcohol y drogas*. Obtenido de [https://www.who.int/substance\\_abuse/terminology/lexicon\\_alcohol\\_drugs\\_spanish.pdf](https://www.who.int/substance_abuse/terminology/lexicon_alcohol_drugs_spanish.pdf)

RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dej.rae.es/lema/red-social>

RAE. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dej.rae.es/lema/red-social>

Ramón-Cortés, F. (3 de Enero de 2010). ¿Internet amenaza el contacto real? *El País*.

Salud, O. M. (1994). Obtenido de [https://www.who.int/substance\\_abuse/terminology/lexicon\\_alcohol\\_drugs\\_spanish.pdf](https://www.who.int/substance_abuse/terminology/lexicon_alcohol_drugs_spanish.pdf)

SmartmeAnalytics. (s.f.a). SmartmeAnalytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.b). Apps de moda. *Estudio del impacto del coronavirus en el uso del SmartPhone*. Smartme Analytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.c). Entretenimiento. *Estudio del impacto del coronavirus en el uso del SmartPhone*. Smartme Analytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.d). Impacto tecnológico global. *Estudio le impacto del coronavirus en el uso de Smartphone*. Smartme Analytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.e). Prensa y Covid-19. *Estudio sobre el impacto del coronavirus en el uso del SmartPhone*. Smartme Analytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.f). Tiempo de uso dedicado al Smartphone. *Estudio del impacto del coronavirus en el uso del móvil*. Smartme Analytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.g). Variación de uso en las apps de Comunicación. *Estudio del impacto del coronavirus en el uso del SmartPhone*. Smartme Analytics.

SmartmeAnalytics. (s.f.h). Variación de uso en las apps de TV y cine. *Estudio sobre el impacto del coronavirus en el uso del SmartPhone*. Smartme Analytics.

- Stenyer, J. (7 de Febrero de 2018). *Former Silicon Valley insiders warn about tech addiction*. Obtenido de Expansión: <https://expansion.mx/tecnologia/2018/02/06/exempleados-de-silicon-valley-atacan-adiccion-tecnologica>
- TeleNav. (4 de Febrero de 2014). *Puro Marketing*. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/12/19173/nuevas-adicciones-cada-usuarios-confiesa-adicto-redes.html>
- Tsitsika, A., Tzavela, E., & Foteini Mavromati, F. (2013). *Investigación sobre conductas adictivas a internet entre los adolescentes Europeos*. Funded by the European Union.
- Tuñez, M., & Sixto, J. (2012). Obtenido de Research Gate: [https://www.researchgate.net/publication/261268990\\_Las\\_redes\\_sociales\\_como\\_entorno\\_docente\\_analisis\\_del\\_uso\\_de\\_Facebook\\_en\\_la\\_docencia\\_universitaria](https://www.researchgate.net/publication/261268990_Las_redes_sociales_como_entorno_docente_analisis_del_uso_de_Facebook_en_la_docencia_universitaria)
- Young, K. (1998). Internet Addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 237-244.

# ANEXOS

## ANEXO I: INFORME DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

### ENTREVISTA PERSONAL A UNA EXPERTA

- Psicóloga clínica
- Orientadora escolar
- Logopeda

El objetivo de esta entrevista en profundidad era conocer la opinión de una experta en el campo de nuestra investigación, obteniendo así un punto de vista profesional.

Debido a la situación en la que nos encontramos esta entrevista se tuvo que realizar a través del teléfono móvil. Durante la llamada, la doctora comentó muchos temas interesantes para esta investigación.

En primer lugar, recalca el hecho de que los jóvenes han nacido en la era de la tecnología y que esto es **muy positivo** y considera que el uso que se hace de esta hace de esta debe de ser **responsable**. También señala que es importante que los propios adultos eduquen a sus hijos en un uso responsable de la tecnología, ya que un padre que dedique un gran tiempo a estar conectado no puede después intentar que su hijo no lo esté. Es importante predicar con el ejemplo.

Como psicóloga y orientadora escolar se ha encontrado con una gran cantidad de jóvenes que presentan problemas de adicción y dependencia de la tecnología, el internet y las redes sociales. Recalca el hecho de que, si bien es verdad que los más jóvenes son los más afectados por este problema, muchos adultos también presentan una adicción a la tecnología. En su opinión, a muchos adultos se les ha quedado grande las nuevas tecnologías y ha terminado enganchándoseles.

Por otro lado, comenta que este problema llega a los más pequeños de la familia a través de las consolas y los juegos de ordenador. La doctora defiende que hay que utilizar la tecnología, pero de una manera moderada. El problema aparece con algunos de estos juegos cuyas partidas pueden llegar a durar 4 ó 5 horas que mantienen a los niños un tiempo excesivo pegado a la pantalla y hacen que el día se le acabe quedando corto.

Preocupa también el hecho de que muchos niños prefieran quedarse en casa con el ordenador en vez de salir a jugar fuera.

La doctora comenta también que cada vez es más habitual encontrarse a personas que presentan problemas de ludopatía. A través del ordenador se puede acceder a multitud de páginas web en las que se puede jugar con dinero, lo que es bastante peligroso y en ocasiones puede ser la **ruina** para las personas.

En el caso de los adolescentes, el mayor problema son las Redes Sociales comenta. Muchos de estos están conectados hasta altas horas de la madrugada, lo que provoca que no rindan en clase o que, en ocasiones, prefieran quedarse durmiendo antes que asistir a estas. Desde su propia experiencia, cuenta que son muchas las adolescentes de entre 13 y 17 años a las que ha tratado debido a problemas de sexting con gente mayor. El término sexting hace referencia al envío de mensajes de carácter erótico a través de los teléfonos móviles. Recalca que estos problemas se dan debido al mal uso que hacen muchos adolescentes de las redes sociales.

Pregunté cuáles eran los principales problemas que se derivaban de la adicción a las tecnologías y me enumeró los siguientes: ansiedad, agresividad, insomnio, dejadez de funciones, irritabilidad, dificultad de convivencia y fatiga.

A pesar de todo lo anterior la doctora insiste en que la tecnología es algo **muy positivo** para todos y que la clave está en hacer un buen uso de esta y sobre todo en **LA PREVENCIÓN Y LA FORMACIÓN**, dos palabras que repitió infinidad de veces a lo largo de la entrevista.

Por último, hablamos de la situación en la que nos hemos encontrado estos últimos meses a causa del Covid-19 y la doctora recalca que la tecnología ha tenido un papel **muy positivo** durante este tiempo. Redes sociales como Skype o WhatsApp nos han permitido acercarnos a nuestra familia y amigos. Desde su propia experiencia comenta que a ella esta crisis la sorprendió en Gijón, ya que trabaja allí gran parte de la semana, y que las nuevas tecnologías la han permitido estar en continuo contacto con sus seres queridos, así como seguir trabajando por videoconferencia y atendiendo a pacientes que, aunque no pudiesen ir a consulta, necesitaban seguir recibiendo terapia.

En definitiva, la tecnología es algo muy positivo y nos ayuda en infinidad de cosas hoy en día, pero es importante no hacer un uso tóxico de esta. Tenemos que aprender a sacarla el mayor partido sin derivar en problemas de dependencia. La doctora finaliza la entrevista con las palabras que más ha repetido durante la conversación ***“La clave es la prevención y la formación”***

## ANEXO II: GUIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA



### Uso de tecnología e internet

**\*Obligatorio**

¿Cuánto tiempo dedica al día a la tecnología? \*

Menos de 1 hora al día

Entre 1 y 2 horas al día

Más de 2 horas al día

¿Dedica más tiempo del que cree que debería a estar conectado? \*

Si

No

¿Le cuesta trabajo permanecer más de un día sin estar conectado? \*

Si

No

Si algún día no tiene teléfono móvil ¿Se siente incómodo o como si le faltase algo?

- Si
- No

¿Qué Red Social o Sitio Web utiliza con mayor frecuencia?

- Instagram
- Twitter
- Facebook
- YouTube
- Otro

¿Le han comentado alguna vez personas de su entorno que utiliza demasiado el móvil?

- Si
- No

¿Ha intentado en alguna ocasión reducir sin éxito el tiempo que dedica al teléfono móvil?

- Si
- No

¿Utiliza la tecnología como método para evadirse cuando se encuentra triste o agobiado?

- Si
- No

¿Diría que ha aumentado el uso de Internet y la tecnología debido a la situación provocada por el Covid-19?

- Si
- No

¿Cuál es su edad?

- 15 - 25 años
- 26 - 35 años
- 36 - 50 años
- Más de 50 años

¿Cuál es su sexo?

- Hombre
- Mujer

Indique su país de origen

Tu respuesta

