

Ellas, ellos y su móvil: Uso, abuso (¿y dependencia?) del teléfono móvil en la adolescencia*

Mariano Chóliz¹, Verónica Villanueva¹ y Mari Carmen Chóliz²

¹Dpto de Psicología Básica. Universidad de Valencia. Avda. Blasco Ibáñez, 21. 46010-Valencia

²I.E.S. "Reyes Católicos". Carretera de Erla, s/n. 50200. Ejea de los Caballeros

Resumen

El móvil tiene una serie de atributos que lo hacen singularmente atractivo a los adolescentes: autonomía respecto de los padres, optimización de la comunicación con las amistades, o ampliación y mantenimiento de las relaciones interpersonales. Como teléfono no solamente es un instrumento para hablar en la distancia, que es lo que etimológicamente significa, sino que dispone de un amplio elenco de funciones relacionadas con las innovaciones tecnológicas que son extraordinariamente atractivas para los jóvenes. Esta multifuncionalidad, añadido al hecho de la significación que adquiere para los adolescentes puede explicar no sólo la fascinación que provoca en ellos, sino el hecho de que chicas y chicos utilicen el móvil de distinta manera, y puede que con diferente frecuencia.

Se realizó una encuesta con 2.486 adolescentes, entre 12 y 18 años, en la que se analizaron los principales parámetros de uso del móvil. Los objetivos principales fueron tanto la descripción del patrón de uso habitual del móvil por parte de los adolescentes, como el análisis de las diferencias de género en algunos aspectos esenciales, tales como el consumo, actitudes hacia el móvil, o funciones que se llevan a cabo, obteniéndose diferencias estadísticamente significativas entre mujeres y hombres en los principales parámetros del uso del móvil, funciones y actitudes hacia el mismo. Se comentan los resultados y se discuten las implicaciones.

Palabras Clave

Adicción; Dependencia, Teléfono móvil; Adolescencia; Género.

* Este trabajo ha sido posible por el proyecto de investigación: *Uso y abuso del teléfono móvil en la adolescencia en la Comunidad Valenciana*, financiado por la Fundación para el Estudio, Prevención y Asistencia a las Drogodependencias (FEPAD)

— Correspondencia a: _____
Mariano.Choliz@uv.es



Summary

Mobile has many characteristics than do it very attractive to the teens. It means autonomy in respect of parents, which as he is very important in this age. It favours the communication with friends, as well as the enlargement and the maintenance of interpersonal relationships. But the telephone only is not an instrument to talk in distance, that what etymologically it means is. The mobile has many others functions that they are related to the technological innovations, and that they are very attractive for teens. This multi-functionality, in addition to the fact that the mobile has a considerable psychological significance in teens it can explain not only the fascination that it provokes in teens, but the girls and boys utilize the mobile of different form, and it might than with different frequency.

An opinion poll was accomplished with 2,388 teens (12-18 years). Principal parameters of use of the mobile were analyzed. The principal objectives of this work were: 1) the teens' description of the pattern of use of the mobile, and 2) the analysis of gender. Differences were obtained among boys and girls in some essential aspects, such like consumption, attitudes toward the mobile, and functions that take effect. Results and implications were discussed.

Key Words

Addiction; Dependence; Mobile phone; Adolescence, Gender.

INTRODUCCIÓN

En tan sólo una década el móvil ha pasado de ser un objeto exclusivo de profesionales con elevados ingresos económicos, a extenderse a prácticamente toda la población. Tampoco se trata únicamente de un teléfono para hablar en cualquier lugar; sino que las múltiples funciones que dispone, gracias al desarrollo electrónico y digital, le han convertido en uno de los bienes de consumo más avanzados tecnológicamente.

En el caso especial de los adolescentes, el móvil es uno de los productos más apreciados. Su elección no obedece únicamente

a las posibilidades de comunicación (que indudablemente tiene); ni siquiera a las múltiples aplicaciones tecnológicas, ni a la relación calidad/precio que se supone que gobierna el consumo. Para ellos, el móvil es algo más que un teléfono tecnológicamente muy avanzado.

Entre las principales características de este aparato que lo hacen especialmente atractivo para los **adolescentes** podemos destacar las siguientes (Chóliz, 2008):

o Autonomía. El móvil es un instrumento que permite definir el propio espacio personal (Oksman y Turtiainen, 2004) y que les provee de autonomía respecto de padres o familiares



(Fortunati y Magnanelli, 2002). No obstante, al mismo tiempo que preserva la intimidad y favorece una esfera de autonomía, crea otra dimensión de control paternal, ya que para los padres el móvil es una fórmula de control de los hijos; una auténtica "correa digital" (Ling, 1997) que les permite conectar con ellos en cualquier momento o lugar.

o Identidad y prestigio. Más que la propia posesión de móvil, la marca o el tipo de aparato significan estatus, estilos de conducta, o actitudes; en definitiva, moda (Katz y Sugiyama, 2006). Para muchos adolescentes el móvil se convierte en un objeto personalizable y personalizado, que refleja actitudes y valores; un auténtico símbolo de identidad o prestigio (Lobel-Maris, 2003).

o Aplicaciones tecnológicas. Las innovaciones tecnológicas asociadas con la computación y electrónica ejercen una fascinación especial en los adolescentes, quienes no sólo están más dispuestos a dedicar tiempo y esfuerzo en aprender a utilizar las numerosas funciones que les brindan los desarrollos tecnológicos, sino que también suelen adquirir las destrezas implicadas en dichas aplicaciones con mayor rapidez que los adultos.

o Actividad de ocio. Las innovaciones tecnológicas del móvil no sólo están al servicio de la optimización del proceso de comunicación, sino que en muchos casos son esencialmente una forma de disfrutar del tiempo libre, convirtiéndose una fuente de ocio especialmente atractiva para los adolescentes (Rodríguez, 2002), ya que poseen las características esenciales de las conductas motivadas intrínsecamente, tales como reto óptimo o autodeterminación (Deci y Ryan, 1980).

o Fomento y establecimiento de relaciones interpersonales. Las diferentes aplicaciones del

móvil favorecen el establecimiento y mantenimiento de las relaciones interpersonales. Entre otras funciones, las llamadas perdidas sirven para manifestar a otra persona que nos acordamos de ella (Donner, 2007), mientras que los mensajes cortos mantienen activos los vínculos afectivos o de amistad (Ellwood-Clayton, 2003; Taylor y Harper, 2003). El móvil permite que la comunicación se realice de forma rápida, concisa, eficaz y discreta (Rivière, 2002). No obstante, la multiplicidad de funciones que pueden tener las llamadas perdidas o los sms, así como las evidentes diferencias sociales y culturales de quienes pueden utilizarlas, obligan a un análisis contextual de las mismas (Harper, Palen y Taylor, 2005).

En lo que hace referencia al **género**, estudios realizados con el teléfono fijo ya pusieron de manifiesto que las mujeres lo utilizaban más para mantener las relaciones familiares y sociales que por cuestiones laborales o de búsqueda de servicios (Rakow, 1988). En este caso el teléfono se convertía en un instrumento útil en el fortalecimiento de vínculos familiares y que contribuiría a dar seguridad y promover su propia autoestima (Moyal, 1989).

Como hemos destacado, el móvil sirve para muchas otras funciones además del diálogo verbal entre dos personas. Es un instrumento con el que pueden llevarse a cabo numerosas actividades, tanto de comunicación interpersonal, como tecnológicas o de ocio, funciones en las que hombres y mujeres manifiestan diferencias y que pueden explicar el patrón de distinto que ellas y ellos hacen del móvil.

Durante la primera etapa de la adolescencia las mujeres y varones se diferencian en algunos de los aspectos más significativos que definen las relaciones de amistad y el motivo de intimidad. Mientras que las chicas se caracterizan por la comunicación emocional y la



confianza, los chicos se centran en compartir actividades y divertirse juntos (Feiring, 1999; Navarro, 2004).

Respecto al uso de las nuevas tecnologías, el género ya se ha demostrado que es una variable muy relevante para explicar las diferencias entre hombres y mujeres en el uso de las mismas (Venkatesh y Morris, 2000), que llegan a constituir una auténtica barrera que impide a mujeres el acceso a profesiones del área de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) (Ahuja, 2002). Trasladado al campo laboral, en la Unión Europea, las mujeres representan solamente el 25% de la fuerza laboral en el campo de las TIC's, concentrándose, además en niveles bajo y medios, infrarrepresentadas en niveles superiores de la jerarquía y con sueldo inferior (Candela, 2007). De hecho la utilización de la tecnología la entienden algunos autores no sólo como una forma de consumo o acceso al conocimiento, sino también como una forma de dominación de género (Cockburn, 1992).

Teniendo en cuenta estos aspectos, es previsible que se constaten diferencias sexuales entre adolescentes en el uso del móvil y, de hecho, algunos estudios previos indican que el uso que hacen las chicas del móvil diferiría del de los chicos, en cuanto que ellas se servirían más como un instrumento de pre-socialización y como mantenedoras de la red social (Ling e Yttri, 2002), mientras que ellos utilizarían en mayor medida otras funciones, como los juegos (Mante y Piris, 2002). Eso explicaría que las mujeres usaran más los mensajes de texto que los hombres para extender la red social (Igarashi, Takai y Yoshida, 2005). Algún estudio no ha evidenciado diferencias notables entre mujeres y varones, ni en el uso que le dan al móvil, ni en las actitudes hacia este instrumento (Lemish y Cohen, 2005), aunque había que

valorar las características socioculturales de la muestra por si ello pudiera explicarlo.

El trabajo que presentamos pretende analizar en profundidad el patrón de uso del móvil por parte de los adolescentes, así como estudiar si existen diferencias entre chicas y chicos en las variables analizadas. El principal objetivo será el conocer en qué medida se producen conductas de abuso y cuáles son las principales variables que están implicadas en un posible proceso de dependencia, al igual que ocurre en el resto de adicciones tecnológicas (Griffiths, 1995).

MÉTODO

Participantes

Participaron en la investigación 2.486 estudiantes de enseñanza secundaria obligatoria y bachillerato, de edades comprendidas entre 12 y 18 años. Se seleccionaron aleatoriamente 40 centros educativos a los que se les ofreció participar en la investigación. Finalmente colaboraron en este trabajo trece de ellos. La encuesta se pasó a todos los grupos de cada centro, excepto en uno de ellos, en el que se seleccionaron aleatoriamente los grupos debido al elevado número de alumnos. Se llevó a cabo un primer estudio piloto con una muestra de 542 estudiantes en el que se obtuvieron resultados previos y sirvieron para depurar los instrumentos con los que posteriormente se llevó a cabo la investigación principal, con 1.944 adolescentes (51,4% mujeres y 48,6% varones).

Procedimiento

Se desarrolló una encuesta de aplicación colectiva en pequeños grupos que se respon-



dió principalmente en horario de tutorías. Se dieron instrucciones respecto a la forma de responder a las cuestiones que se planteaban, así como garantías sobre la confidencialidad de las respuestas y la validez de las mismas. Por ello se insistió en la sinceridad en la contestación. Los encuestadores y los tutores permanecían en el aula hasta la finalización de la cumplimentación para solventar cualquier duda que pudiera surgir.

Instrumentos

La encuesta estaba formada por cinco apartados:

a. *Datos sociodemográficos y escolares.* Se analizaron diferentes variables, tales como sexo, edad, curso actual, cursos repetidos, número de hermanos o asignación económica semanal, entre otros.

b. *Parámetros básicos del uso del teléfono móvil.* Analizamos descriptivos básicos como número de llamadas, mensajes, llamadas perdidas, gasto mensual, modalidad de tarjeta, etcétera

c. *Escala sobre funciones del móvil.* Se evaluaron tres factores relacionados con la función del móvil: a) factor I: comunicación, compuesto por ítems como: hacer llamadas, enviar mensajes o enviar llamadas perdidas; b) factor II: uso de herramientas tecnológicas aplicadas al entretenimiento, tales como jugar con juegos del móvil, utilización de Internet, descargas de archivos, tonos, etc. y c) factor III: uso de herramientas tecnológicas relacionadas con la dimensión afectiva y social, tales como realizar fotografías, grabar videos, escuchar música, etc. Para la obtención de dichos factores llevamos a cabo análisis factorial, utilizando el método de componentes principales para la extracción de los factores, así como rotación Varimax.

La escala inicial de 31 ítems se redujo a 15. El alfa de Cronbach del conjunto de la escala es de 0,85.

d. *Imagen del móvil.* Con la finalidad de analizar si existe algún tipo de relación entre el patrón de consumo del uso del teléfono móvil y la imagen hacia el mismo se elaboró una escala con 11 afirmaciones que reflejan una serie de creencias y opiniones relacionados con el uso del teléfono móvil. Se preguntó por el grado de acuerdo o desacuerdo, a través de una escala tipo Likert que oscila entre 1 (totalmente en desacuerdo) y 7 (totalmente de acuerdo) acerca de las 11 afirmaciones relacionadas el uso de teléfono móvil. Se analizó la estructura de la escala mediante análisis factorial, utilizando como procedimiento de extracción de los factores el método de componentes principales y rotación Varimax. Mediante esta técnica se obtuvieron tres factores: a) imagen positiva, b) imagen negativa y c) prejuicios hacia el teléfono móvil.

e. *Problemas derivados del gasto.* Se midió a través de una escala compuesta de 12 ítems a través de una escala tipo likert que oscila de 0 (nunca) a 4 (muchas veces) que principalmente hacen referencia a discusiones con padres y problemas económicos derivados del gasto que les acarrea el uso del móvil. La escala tiene una elevada consistencia interna (alfa de Cronbach=0,91).

Análisis

El estudio tiene dos objetivos principales: 1) describir el patrón de uso del móvil en la adolescencia y 2) analizar las diferencias en función del sexo. Se llevaron a cabo diferentes tipos de análisis de las principales variables relacionadas con el uso del móvil. En una primera fase se analizaron los resultados globales,



con el objetivo de tener una idea de cuál es el patrón de uso del teléfono móvil por parte de los adolescentes, así como los problemas más característicos que pueden aparecer. Posteriormente se analizaron los resultados en función del sexo, que es uno de los objetivos del presente trabajo.

RESULTADOS

I. Patrón de uso del teléfono móvil

Posesión de móvil

El 95% de los participantes en el estudio indican que poseen teléfono móvil. Dicho porcentaje oscila entre el 92% de los adolescentes entre 12 y 14 años y el 99% de los adolescentes entre 17 y 18 años.

Número de móviles

La mayoría de ellos ha tenido varios teléfonos. Los más jóvenes (entre 12 y 14 años) han tenido una media de tres móviles, mientras que los que tienen entre 17 y 18 años han tenido cinco móviles por término medio.

Tiempo que hace que disponen de móvil

La edad media a la que suelen tener el primer móvil es a los 10 años. A los 12 años ya lo tiene el 85,2% de los menores.

Forma de adquisición

Solamente el 6,4% de los encuestados se compró su primer móvil. Al resto de participantes se lo regalaron, principalmente los padres o familiares. En el 54,1% de los casos los niños o adolescentes lo consiguieron

después de insistir bastante para que se lo compraran, pero en un porcentaje más que significativo (29%) lo obtuvieron sin ni siquiera haberlo pedido.

Modalidad de tarjeta

El primer teléfono suele ser de modalidad de tarjeta, en el 70% de los casos. No obstante, se sustituye progresivamente a la modalidad de contrato. En el grupo de 17 a 18 años, el 51% de los adolescentes ya disfrutaban de la modalidad de contrato.

Gasto mensual

El gasto medio de móvil es de 18 euros al mes, que oscila entre 15€ (grupo de edad entre 12 y 14 años) y 21€ en el caso de adolescentes entre 17 y 18 años. Teniendo en cuenta la modalidad de tarjeta, quienes tienen la modalidad de prepago gastan menos que los de contrato (13,8€ frente a 22,8€), siendo las diferencias estadísticamente significativas ($F_{1,1588} = 119,7; p < 0,01$). Como comentaremos posteriormente, éste es uno de los resultados más relevantes de los que hemos obtenido en este trabajo.

Uso del móvil

Los adolescentes realizan diariamente en torno a tres llamadas de voz, envían más de cuatro mensajes de texto, 10 llamadas perdidas y dedican 26,6 minutos aproximadamente al uso del móvil. El uso se incrementa los fines de semana respecto a entre semana, lo cual parece indicar que los adolescentes lo utilizan principalmente como fórmula social o de relación interpersonal. El 62,9% de los menores lo tienen siempre conectado, incluso por la noche.



Tabla I. Uso diario del teléfono móvil

	Llamadas		Mensajes		Perdidas	
	Entre semana	Fin de semana	Entre semana	Fin de semana	Entre semana	Fin de semana
\bar{X} Diaria	2,78	4,03%	3,96%	5,04%	9,68%	11,20%
De 0 a 2	56,7%	36,2%	52,2%	40,1%	28,8%	22,8%
De 3 a 5	30,9%	40,7%	26,6%	32,2%	20,7%	22,6%
De 6 a 8	6,9%	13,1%	8,3%	12,2%	10,4%	10,5%
De 9 a 11	2,8%	5,9%	5,5 %	6,8%	14,1%	12%
De 12 a 14	1,1%	1,3%	1,9%	1,6%	2,9%	2,9%
≥ 15	1,6%	2,8%	5,5%	7,1%	23,1%	29,2%

Disponibilidad

La mayoría de adolescentes tienen siempre encendido el móvil. Solamente un pequeño porcentaje lo tienen apagado y lo encienden solamente para realizar llamadas o cuando pueden comunicarse con un teléfono fijo. Uno de los resultados más significativos es que el 80% de los adolescentes no lo apaga para dormir.

Problemas con el uso del móvil

Los adolescentes suelen tener problemas con los padres por el gasto que ocasiona el móvil, evaluado mediante la escala que hemos descrito en el apartado correspondiente a la descripción de los instrumentos. No obstante, los problemas son significativamente mayores cuando el gasto lo sufragan los padres, que

si el consumo del teléfono lo paga el propio adolescente ($F_{1,1591} = 13,53; p < 0,01$)

II. Diferencias en función del sexo

Patrón de uso del móvil

En la Tabla 3 aparecen las puntuaciones medias de mujeres y varones respecto a los parámetros básicos. En relación con el uso diario del móvil para funciones de comunicación, las chicas enviaban más mensajes de texto ($F_{1,1134} = 4,23; p < 0,05$), realizaban más llamadas perdidas ($F_{1,974} = 7,23; p < 0,01$) y dedicaban más tiempo al uso del móvil ($F_{1,926} = 36,03; p < 0,01$) que los chicos. Por el contrario, no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas en el número de llamadas de voz.



Respecto al gasto, a pesar de que las mujeres contaban con menos dinero de asignación semanal que los varones ($F_{1,1414} = 6,14$; $p < 0,01$), gastaban más en el móvil que ellos ($F_{1,1290} = 16,80$; $p < 0,01$). En lo que respecta a quién se hace cargo del gasto, en este caso los padres pagaban a las chicas el

gasto mensual de móvil en mayor medida que en de los varones ($F_{1,1231} = 4,56$; $p < 0,05$). No se encontraron diferencias significativas respecto a la modalidad de tarjeta, es decir, el porcentaje de contratos o tarjetas prepago era prácticamente el mismo en hombres que en mujeres.

Tabla 2. Disponibilidad del teléfono móvil

Siempre conectado. A veces en modo silencio, pero siempre encendido	62%
Normalmente conectado. Apagado en los lugares prohibidos o durante la noche	35%
Normalmente apagado. Conectado sólo cuando es necesario realizar llamadas	3%

Tabla 3. Uso del teléfono móvil. Diferencias en función del sexo

Sexo	Llamadas diarias	Mensajes diarios	Llamadas perdidas	Tiempo diario	Asignación semanal	Gasto mensual
Mujeres	3,3	4,9	11,4	38'	14,4 €	18,9 €
Hombres	3,5	4,1	9,5	23,2'	16,6 €	15,6 €

Funciones del móvil

Las chicas y los chicos no sólo se distinguen en los parámetros básicos del uso del móvil, sino también en las funciones para las cuales se utiliza. Las adolescentes utilizan más que ellos para establecer una comunicación ($F_1 = 52,08$; $p < 0,001$) y las funciones tecnológicas del móvil de uso más frecuente ($F_1 = 4,98$; $p < 0,05$), mientras que los chicos usan más que ellas las herramientas tecnológicas de uso más infrecuente ($F_1 = 6,01$; $p < 0,01$).

Imagen del móvil

Respecto a las respuestas al cuestionario de imagen del móvil, no encontramos diferencias entre hombres y mujeres en la imagen negativa hacia el móvil ($F_1 = 0,38$; $p = n.s.$), pero sí en la positiva ($F_1 = 25,10$; $p < 0,001$), en el sentido de que las mujeres apreciaban más ventajas en el uso del móvil que los hombres, en tanto que no diferían de ellos en la consideración de los eventuales inconvenientes que acarrea. Sin embargo, se da una realidad paradójica, ya



que también hemos encontrado diferencias estadísticamente significativas en el grado de prejuicios hacia el móvil ($F_1=7,20$; $p<0,01$). Las mujeres opinan en mayor medida que “el teléfono móvil es un gasto inútil”, “el móvil es un auténtico incordio, al estar localizable en todo momento” y “un invento para seguir timando a la gente”. Asimismo, también opinan que el teléfono móvil no aumenta la posibilidad de estar en contacto con la gente.

En la Tabla 4 se muestran las correlaciones entre el uso del teléfono móvil en la función de comunicación (cantidad diaria de llamadas,

mensajes, llamadas perdidas o “toques” y el tiempo diario invertido entre llamadas y mensajes) y la imagen negativa, positiva, prejuicios y el total de la escala hacia el teléfono móvil. Cabe mencionar que para hallar el total de la escala se ha procedido invirtiendo los ítems negativos. Es por ello que una puntuación elevada en el conjunto de la escala indicará una imagen más favorable hacia el uso del teléfono móvil. Según los resultados encontrados existe correlación positiva y estadísticamente significativa entre una imagen positiva hacia el teléfono móvil y un mayor uso del mismo.

Tabla 4. Correlaciones entre el uso del móvil e imagen hacia éste.

Imagen hacia el móvil	Llamadas diarias	Mensajes diarios	Perdidas diarias	Tiempo diario
Negativa	-0,185**	-0,179**	-0,140**	-0,166**
Positiva	0,227**	0,274**	0,225**	0,260**
Prejuicios	-0,059**	-0,076**	-0,095**	-0,082**
Total (positiva)	0,276**	0,313**	0,292**	0,328**

** La correlación es significativa al nivel 0,01.

Problemas con los padres relacionados con el gasto del móvil

Las mujeres indicaron tener más problemas con sus familiares a causa del gasto del móvil que los varones, tanto si se lo pagaban ellas ($F_{1,517}=25,97$; $p<0,01$), como si se lo pagaban sus padres ($F_{1,1216}=43,03$; $p<0,01$).

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El móvil es un objeto deseable en la adolescencia y, de hecho, prácticamente todos los

adolescentes disponen de uno. En concreto, el 95% de los adolescentes sobre los que se ha realizado el estudio tienen móvil, cifra que asciende al 99% en los de 17 y 18 años. La mayoría de ellos lo tiene continuamente encendido, también durante la noche, lo cual favorece (y hasta induce) no sólo a llamar; sino también a recibir llamadas o mensajes, modificando no sólo el patrón de comunicación social, sino la disponibilidad y hasta la propia privacidad personal. Se trata, además, de un objeto con una elevada obsolescencia, ya que continuamente se están incorporando



innovaciones tecnológicas que hacen que se sustituyan los modelos, a pesar de que todavía sean funcionalmente operativos. Por término medio han tenido cuatro móviles, pero con un rango tan elevado que puede llegar incluso a la decena en algunos casos. A continuación destacamos algunas de las conclusiones más relevantes que pueden deducirse del trabajo que hemos llevado a cabo.

El primer móvil suele ser un regalo de los padres, principalmente con el objetivo de tener algún tipo de control sobre sus hijos, o por cuestiones de organización laboral y doméstica. De hecho, para casi a una tercera parte de los menores el móvil ha sido un regalo de padres o familiares, pese a que ni siquiera lo hubieran pedido. Este resultado no deja de ser significativo en términos educativos, ya que los menores disponen de productos y bienes de consumo, en algunos casos incluso antes de solicitarlo. Esto es reflejo de una sociedad en la que los ciudadanos son, ante todo, consumidores. Pero ya se sabe que si no se desarrollan estrategias apropiadas, el consumo excesivo es precursor del abuso y éste de la dependencia.

La mayoría obtienen su primer teléfono todavía en la infancia y a los doce años de edad ya lo tienen el 88% de los niños. La extensión del concepto de familia a otras fórmulas, como las monoparentales, así como la dedicación laboral que exige horarios de difícil compatibilidad con la vida familiar y doméstica, hace que para los padres el móvil sea lo que Oksman y Rautiainen (2003) denominan una "línea de seguridad" para la familia. Para los adolescentes, por el contrario, el móvil es un elemento en su progresivo curso hacia la autonomía personal, al disponer de un instrumento con el que establecer procesos de comunicación con otras personas que nada tienen que ver con

los padres. A pesar de ello, no se produce una independencia real entre padres e hijos, ya que están supeditados al dinero que reciben de sus progenitores, que en un 75% de los casos son los que sufragan los gastos del móvil de sus hijos. Esto facilita el que los padres ejerzan un control, tanto del gasto como incluso del flujo de llamadas, lo que se conoce como "intimidación paradójica" (Castelain-Meunier, 2002). Sin embargo (o precisamente debido a ello), los adolescentes a los que sus padres les costean el gasto del teléfono son los que tienen más problemas y conflictos por el uso del móvil, que los menores que se lo sufragan ellos mismos.

En una sociedad de libre mercado, en la que uno de sus pilares fundamentales es el consumo individual, la presión para que se produzca el gasto es muy elevada. Y en el caso del móvil es evidente el interés porque así sea. Aparecen fórmulas atractivas basadas en contratos comerciales que facilitan la realización de llamadas o envío de mensajes, sin tener que estar pendiente del dinero que se gasta, ni del que se dispone en ese momento. De hecho, en los adolescentes se observa un progresivo desplazamiento de la modalidad de tarjeta prepago al contrato conforme va aumentando la edad, hasta el punto de que la mitad de las tarjetas de los adolescentes de 17 y 18 años lo son en modalidad de contrato. A este respecto, es preciso indicar que uno de los resultados más incontestables de nuestro trabajo es que el consumo es siempre mayor cuando se dispone de contrato, en cualquiera de las condiciones analizadas, con independencia del sexo o de la edad.

Así pues, nos encontramos que cada vez son más los adolescentes que tienen contrato, una fórmula que facilita el que se realice más gasto y cuyo titular, por ley, debe ser mayor



de edad, por lo que suelen ser los padres quienes ostentan dicha titularidad. Además, se da la circunstancia de que en un porcentaje tan alto como el 75% de los casos, son los padres quienes pagan efectivamente el gasto que supone el consumo del móvil. Si tenemos en cuenta que ésta es una de las variables que suele estar relacionada con los conflictos paterno-filiales por el gasto excesivo en móvil, parece obvio que las condiciones ambientales y educativas no son las más apropiadas para favorecer un patrón de uso adaptativo.

Respecto a las **diferencias de género**, los resultados obtenidos nos permiten una serie de reflexiones que consideramos de interés.

En general, las chicas de nuestro estudio tienen una actitud más favorable hacia el móvil que los chicos. Consideran en mayor medida que ellos que *“el teléfono móvil aumenta la posibilidad de estar en contacto con la gente”*, o que *“tener teléfono móvil es imprescindible en la actualidad”*. Dicha actitud se relaciona con su comportamiento respecto al móvil, ya que hacen más uso de él: dedican más tiempo globalmente, envían más mensajes y realizan más llamadas perdidas, si bien no se diferencian respecto a la cantidad de llamadas de voz que envían, lo cual podría explicarse por una cuestión de ahorro económico, ya que el móvil permite fórmulas de comunicación mucho más baratas que las llamadas de voz y los adolescentes aprenden a utilizarlas rápidamente. La importancia relativa del móvil en las adolescentes todavía se hace más evidente si tenemos en cuenta que las chicas disponen de menos dinero semanal que los chicos, lo cual no deja de ser muy significativo para un análisis desde la perspectiva de género.

Pero las diferencias no son sólo de cantidad, sino también en las funciones para las que lo utilizan. Por lo general, las chicas utilizan más

el móvil como un instrumento de comunicación interpersonal, así como una herramienta psicológica que sirve para enfrentarse a estados de ánimo displacenteros. Algunos de las respuestas en las que ellas respondieron con puntuaciones significativamente más elevadas fueron que el móvil lo utilizan frecuentemente *“para permanecer en contacto con mis amigos o seres queridos”*, *“porque me siento sola”*, *“para enviar o recibir mensajes divertidos”*, o *“para pasar el tiempo cuando me aburro”*, lo cual indica que probablemente las chicas utilizan más a menudo el móvil que los chicos para superar el aburrimiento, manejar la ansiedad, o en momentos en los que se encuentran solas o tristes. Igualmente, están más afectadas que ellos cuando no reciben llamadas o mensajes de otras personas.

Los chicos, sin embargo, utilizan más que las chicas algunas de las funciones o herramientas tecnológicas del móvil, principalmente aquéllas que tienen que ver con ocio o entretenimiento, tales como juegos, descargas de Internet, y utilización de dispositivos electrónicos. Las herramientas tecnológicas que utilizan en mayor medida las chicas de nuestro estudio son fotografía y vídeo, lo cual puede ser congruente con los resultados obtenidos, puesto que se trata de una aplicación tecnológica que está al servicio de las relaciones interpersonales, ya que suelen compartirse con los demás, mientras que otras como los juegos, son propiamente individuales. Algunas de las respuestas más significativas en el caso de los chicos son que lo utilizan *“porque me gusta explorar las características técnicas del aparato”*, *“para jugar”*, para *“utilizar Internet (correo electrónico, Messenger, visitar páginas web, blogs...)”*, *“descargar juegos, música, tonos, archivos, etc.”*, o *“jugar con los juegos que tengo en el móvil”*.



Estos resultados son especialmente relevantes en el ámbito de las adicciones. Cualquier conducta adictiva se inicia por el placer o deseo que provoca, es decir, para obtener unos resultados apetecibles, que en el caso del móvil son favorecer la comunicación, mantener relaciones interpersonales, aumentar la disponibilidad, utilizar tecnologías especialmente atractivas, etcétera. Pero lo verdaderamente relevante y singular de las adicciones es que finalmente aparecen procesos de dependencia, es decir, que ya no se pueden conseguir los objetivos mencionados anteriormente, nada más que con la conducta adictiva (utilización del móvil) y, dando un paso más adelante, que la privación de la misma provoca un elevado malestar que sólo se supera volviendo a consumir. Así pues, y a pesar de que podamos encontrar diferencias respecto a otras adicciones tecnológicas, como Internet (Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamorro y Oberst, 2008) o videojuegos, ello no debe ocultar que en algunos casos pueden aparecer las características más relevantes de los procesos adictivos, tales como: disforia o ansiedad cuando no puede usarse el móvil; interferencia con actividades cotidianas; manejo del mismo cuando no es apropiado o peligroso; consumo cada vez mayor; o la utilización del móvil como forma de resolver problemas afectivos. Se trata de procesos similares a los de los demás trastornos adictivos

Resumiendo, las propias funciones para las que se utiliza el móvil pueden explicar el que las chicas utilicen más el móvil que ellos. No obstante, el hecho de que lo usen como herramienta psicológica (establecimiento y mantenimiento de relaciones interpersonales, superación de estados afectivos como el aburrimiento o la disforia) conviene tenerlo en cuenta para que no se conviertan

en factores que predispongan o faciliten la dependencia, ya que todas las adicciones se caracterizan porque la conducta adictiva se utiliza finalmente para superar situaciones personales desagradables. De hecho, una de las características más relevantes del factor principal de la adicción al móvil evaluadas con el *Test de Abuso y Dependencia al Teléfono Móvil (TADTeMo)* (Chóliz, Villanueva y Tejero, 2008) es precisamente la utilización del móvil como estrategia para solucionar problemas afectivos.

Somos conscientes de las limitaciones de la muestra a la hora de generalizar los resultados a población general. Por otro lado, la ausencia de otros instrumentos ya validados con los que comparar los resultados obtenidos, así como el que se trata de una cuestión sobre la que todavía se debate teóricamente su naturaleza como adicción, hace que no podamos ofrecer datos sobre la validez de constructo (convergente, discriminante y nomológica). En este sentido, es preciso resaltar que se trata de un estudio exploratorio, cuya finalidad principal ha sido el de profundizar en el conocimiento de una de las conductas más características de la adolescencia en la actualidad, como es el uso del móvil, tanto en lo que se refiere a los aspectos puramente topográficos y cuantitativos, como en las funciones y utilidades que tiene en esta población. Las condiciones ambientales ejercen una extraordinaria importancia en la adquisición y mantenimiento de las conductas adictivas (Chóliz, 2006), por lo cual es fundamental llevar a cabo estudios exploratorios en las nuevas formas de adicción para conocer cuál es su topografía, de forma que puedan desarrollarse adecuadamente las intervenciones necesarias.

Las diferencias constatadas en este estudio entre las diversas fórmulas comerciales



(tarjetas prepago vs. contrato), la multiplicidad de funciones que tiene el móvil en la adolescencia, o las diferencias entre chicos y chicas en los principales parámetros (imagen del móvil, funciones del mismo, etc.) deben servir de fundamento para la implementación de programas de prevención de conductas desadaptativas (quizá incluso adictivas) de una de las tecnologías más novedosas y útiles con las que contamos en la actualidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahuja, M.K. (2002). Women in the information technology profession: A literature review, synthesis and research agenda. *European Journal of Information Systems*, 11, 20-34.
- Candela, C. (2007). *Motivaciones y expectativas profesionales: análisis desde la perspectiva de género*. Universidad de Valencia: tesis doctoral no publicada.
- Castelain-Meunier, C. (2002). Le telephone portable des étudiants. Un outil d'intimité paradoxale. *Réseaux*, 6, 229-255.
- Cockburn, I. (1992). The circuit of technology: Gender, identity, and power. En R. Silverstone y E. Hirsch (Eds.), *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces* (pp. 32-37). Londres: Routledge.
- Chóliz, M. (2006). Adicción al juego: sesgos y heurísticos implicados en el juego de azar. *Revista Española de Drogodependencias*, 31, 173-184.
- Chóliz, M. (2008). Uso y abuso del teléfono móvil en la adolescencia en la Comunidad Valenciana. Proyecto de Investigación no publicado financiado por la Fundación para el Estudio, Prevención y Asistencia a las Drogodependencias (FEPAD).
- Chóliz, M., Villanueva, V. y Tejero (2008). Abuse and dependence test on mobile phone. *XXIX International Congress of Psychology*. Berlín, 20-25 de Julio de 2008.
- Deci, E.L. y Ryan, R.M. (1980). Self-determination theory: When mind mediates behaviour. *Journal of Mind and Behavior*, 1, 33-43.
- Donner, J. (2007). The rules of beeping: Exchanging messages via intentional "missed calls" on mobile phones. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), artículo 1.
- Ellwood-Clayton, B. (2003). Virtual strangers: Young love and texting in the Filipino archipelago of cyberspace. In K. Nyíri (Ed.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self, and Politics* (pp. 225-239). Vienna, Austria: Passagen Verlag.
- Feiring, C. (1999). Other-sex friendship networks and the development of romantic relationships in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 28, 495-512.
- Fortunati, L. y Magnanelli, A.M. (2002). El teléfono móvil de los jóvenes. *Estudios de Juventud*, 57, 59-78.
- Griffiths, M.D. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- Harper, R., Palen, L., y Taylor, A. (eds.) (2005). *The inside text: Social, cultural and design perspectives on SMS*. Dordrecht: Springer.
- Igarashi, T.; Takai, J. y Yoshida, T. (2005). Gender differences in social network development via mobile phone text messages: A longitudinal study. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22, 691-713.
- Katz, J.E. y Sugiyama, S. (2006). Mobile phones as fashion statements: The co-creation of mobile communication's public meaning. En R.S. Ling y P.E. Pedersen (eds.), *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere* (pp. 63-81). Kent: Springer-Verlag.



Lemish, D. y Cohen, A. (2005). On the gendered nature of mobile phone culture in Israel. *Sex Roles*, 52, 511-521.

Ling, R. (1997) "One can talk about Common Manners!" The Use of Mobile Telephones in Inappropriate Situations', in Haddon, L. (ed.) *Communications on the Move: The Experience of Mobile Telephony in the 1990s*, COST248 Report, Telia, Farsta.

Ling, R. e Yttri, B. (2002). Nobody sits at home and waits for the telephone to ring. En J. Katz y M. Aakhus (eds.), *Perpetual contacts: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lobet-Maris, C. (2003). Mobile phone tribes: Youth and social identity. En L. Fortunati, J.E. Katz y R. Riccini (eds.), *Mediating the human body: Technology, communication and fashion*. New York: Lawrence Erlbaum (pp. 93-102).

Mante, E.A. y Piris, D. (2002). El uso de la mensajería móvil por los jóvenes en Holanda. *Estudios de Juventud*, 57, 47-58.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007). Panel de Hogares: XVIII Oleada (octubre a diciembre de 2007). <http://observatorio.red.es/medial/2008-06/11213180833687.pdf>

Moyal, A. (1989). The femine culture of the telephone. *Prometheus*, 7, 5-31.

Navarro, E. (2004). Género y relaciones personales íntimas. En E. Barberá e I. Martínez (eds.), *Psicología y género*. Madrid: Pearson.

Oksman, V. y Rautiainen, P. (2003). Extension of the hand: children's and teeneage's relationships with the mobile phone in Finland. En L. Fortunati, J.E. Katz y R. Riccini (eds.), *Mediating the human body: Technology, communication and fashion*. New York: Lawrence Erlbaum (pp. 103-112).

Oksman, V. y Turtiainen, J. (2004). Mobile Communication as a Social Stage. The Meanings of Mobile Communication among Teenagers in Finland. *New Media & Society*, 6, 319-339

Rakow, L. (1988). Women and the telephone: The gendering of a communications technology. En C. Kramarae (Ed.), *Technology and women's voices* (pp. 207-228). New York: Routledge.

Rivière C. (2002). La pratique du mini-mensaje, une double stratégie d'extériorisation et de retrait de l'intimité dans les interactions quotidiennes, *Réseaux*, 20, 139-168

Rodríguez, E. (2002): *Jóvenes y videojuegos: espacio, significación y conflictos*. Madrid: INJUVE.

Sánchez-Carbonell, X.; Beranuy, M.; Castellana, M.; Chamarro, A. y Oberst, U. (2008). La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?. *Adicciones*, 20, 149-160.

Taylor, A. S., y Harper, R. (2003). The gift of the gab? A design oriented sociology of young people's use of mobiles. *Journal of Computer Supported Cooperative Work*, 12, 267-296.

Venkatesh, V. y Morris, M.G. (2000). Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behaviour. *MIS Quarterly*, 24, 115-139.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido financiado por la Fundación para el Estudio, Prevención y Atención a las Drogodependencias de la Comunidad Valenciana (FEPAD). Se ha podido llevar a cabo gracias a dicha financiación, a la inestimable (pero muy apreciada por nosotros) colabo-



ración de los profesores y orientadores de los centros de enseñanza en los que pasamos los instrumentos y, muy especialmente, a los más de dos mil adolescentes que han colaborado indicándonos, informándonos y explicándonos qué es el móvil para ellos.

Relación de centros de enseñanza en los que se han pasado las encuestas:

Colegio Hermes (Valencia)

Colegio San Juan Bosco (Valencia)

IES "Abastos" (Valencia)

IES "Consellería" (Valencia)

IES "Els Evols"

IES "Isabel de Villena" (Valencia)

IES "Ramón Llull" (Valencia)

IES "Reyes Católicos" de Ejea de los Caballeros (Zaragoza)

IES Ciudad del Aprendiz (Valencia)

IES de L'Eliana

IES de La Pobla de Vallbona

IES de La Vall de Segó

IFPS "Faitanar" de Quart de Poblet