

BORDÓN

Revista de Pedagogía



Volumen 72
Número, 3
2020

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PEDAGOGÍA

UNA SEMANA SIN *SMARTPHONE*: USOS, ABUSO Y DEPENDENCIA DEL TELÉFONO MÓVIL EN JÓVENES¹

A week without a smartphone: uses, abuse and dependence on mobile phone among young people

EUGENIA GONZÁLEZ-CORTÉS, ALBA CÓRDOBA-CABÚS Y MARISOL GÓMEZ
Universidad de Málaga (España)

DOI: 10.13042/Bordon.2020.79296

Fecha de recepción: 16/04/2020 • Fecha de aceptación: 09/09/2020

Autora de contacto / Corresponding author: Alba Córdoba Cabús. E-mail: albacordoba@uma.es

Fecha de publicación *online*: 05/10/2020

INTRODUCCIÓN. El 98% de la población española posee un teléfono móvil, siendo los jóvenes los que mejor se desenvuelven en este entorno. La tecnología ha transformado sus comunicaciones y las redes sociales son su canal preferente de información. La presente investigación examina: a) la percepción que los jóvenes tienen de su uso del teléfono móvil, b) el consumo que realizan del *smartphone* y c) su grado de dependencia del móvil a partir de una experiencia de desconexión digital. **MÉTODO.** El método planteado consta de técnicas cuantitativas y cualitativas. Primero se diseñó y aplicó un cuestionario para analizar la percepción que los jóvenes tienen de su empleo del teléfono móvil. El cuestionario se distribuyó entre jóvenes andaluces de 15 a 24 años (n=1068). De acuerdo con los resultados obtenidos, se procedió a la realización de un experimento de campo y un grupo de discusión para comprobar la dependencia real del dispositivo. En él participaron once estudiantes de la Universidad de Málaga, cuyos teléfonos móviles fueron monitorizados durante tres semanas. La desconexión durante una semana permitió observar las consecuencias sociales, informacionales y emocionales que provoca en este segmento poblacional una dieta digital de estas características. **RESULTADOS.** Los resultados evidencian que los jóvenes no pueden vivir sin su teléfono, y ponen de manifiesto cómo hacen un uso intensivo (4h/día) e irrefrenable del *smartphone*, principalmente para el seguimiento de redes sociales. Durante la desconexión, se han detectado sensaciones encontradas que irían desde la incomodidad, la desinformación y la dependencia hasta la liberación. **DISCUSIÓN.** Se concluye que tras la semana de privación los estudiantes, aun reconociendo el dominio que el móvil ejerce en su vida y la libertad que experimentaron de las aplicaciones, se sienten incapaces de controlar y rebajar de manera voluntaria su tiempo de consumo.

Palabras clave: *Smartphone, Teléfono móvil, Jóvenes, Redes sociales, Dependencia.*

Introducción

Es difícil concebir un mundo sin telefonía móvil en pleno siglo XXI. Lo es en el caso de todos los segmentos poblacionales y, especialmente, en el de los adolescentes. Los jóvenes apenas utilizan su dispositivo para realizar llamadas o comunicarse por mensajes de texto, un uso que ha sido relegado a favor de la mensajería instantánea y de las redes sociales. También es frecuente el uso del dispositivo para la reproducción de música en *streaming* a través de plataformas como Spotify; para estar informado de la actualidad; o, en definitiva, para realizar cualquiera de las actividades o tareas de su rutina diaria.

Uso del teléfono móvil, consumo de información y jóvenes

El empleo de las tecnologías de la información y de la comunicación se ha incrementado en los últimos tiempos, provocando cambios en la sociedad y modificando, principalmente, los canales de comunicación. Los jóvenes son los que mejor se desenvuelven, ya que son la primera generación que ha crecido con la tecnología y están considerados como los mayores consumidores de las TIC (Prensky, 2011; Casero-Ripollés, 2012; Cruces, Guil, Sánchez y Pereira, 2016; Garrote-Rojas, Jiménez-Fernández y Gómez-Barrento, 2018).

El *smartphone* es el aparato preferido en España (91,90%), seguido de los ordenadores (62,90%) y las tabletas (29,70%) (Telefónica, 2019). Según el Centro de Investigación Pew (2019), el 98% de la población española posee un dispositivo móvil —el 80% son *smartphones*—, alcanzando la cifra más alta la franja de edad comprendida entre los 18 y los 34 años (95%). Estos datos explicarían los cambios producidos en las formas de comunicación y socialización, en la búsqueda y localización de información e, incluso, en las actividades desarrolladas durante el tiempo libre (Brennan y Dempsey, 2018).

Estamos insertos en una sociedad cada vez más móvil en la que sobre todo los jóvenes tienden a trasladar sus comunicaciones a las aplicaciones descargadas en su dispositivo (Devine y Lloyd, 2012). Tanto es así que se les llega a calificar como la generación *mute* (Telefónica, 2019), caracterizada por hablar poco y utilizar como canal principal de comunicación las herramientas de mensajería instantánea. Una de las actividades más comunes realizadas por la gente joven en Internet es la monitorización de redes sociales (Gray, 2018; Bärtl, 2018), estando ya consideradas desde 2012 como el medio de información preferente para este grupo de personas (Devine y Lloyd, 2012; Catalina, García y Montes, 2015; García-Jiménez, Tur-Viñes y Pastor-Ruiz, 2018).

La llegada de Internet y la posterior aparición de las redes sociales originaron un cambio en los hábitos de consumo de noticias (Shenton y Dixon, 2003; Martínez-Costa, Serrano-Puche, Portilla y Sánchez-Blanco, 2019). La literatura existente evidencia esta transformación, donde la búsqueda directa de información a través de motores convencionales no se identifica como una actividad preferente (Condeza, Bachmann y Mujica, 2014; Flamingo, Reuters y Oxford University, 2019). El *smartphone* permite la constante exploración de noticias, convirtiéndose en un acto casi instintivo (Martínez-Costa, Serrano-Puche, Portilla y Sánchez-Blanco, 2019).

La relevancia de las redes sociales como canal informativo para los jóvenes se confirma en diversos artículos, en los que se refieren a ellas como el sustituto de los medios tradicionales (Casero-Ripollés, 2012; Cunningham y Craig, 2017). Los datos del *Digital news report* del Reuters Institute (2019) corroboran esta postura y especifican que el 38% de los jóvenes españoles de entre 18 y 24 años escogen como fuente principal de información las redes sociales. Facebook es la red social preferida para informarse en España (47%), seguida de WhatsApp (36%) y YouTube (26%).

Efectos del móvil: abusos, usos desadaptativos o problemáticos

Una revisión de la literatura científica evidencia la existencia de una preocupación por los efectos nocivos del uso y/o abuso del móvil en adolescentes y jóvenes, considerados como grupos de riesgo (Sánchez-Carbonell, Beranuy, Castellana, Chamarro y Oberst, 2008). Los primeros estudios apuntaban que el teléfono móvil podía llegar a generar “modificaciones del estado de ánimo”, ansiedad, depresión, pérdida del contacto familiar, miedo a salir sin él, nerviosismo, inseguridad e incapacidad productiva cuando no se tiene, así como dependencia psicológica (Kamibepu y Sugiura, 2005; Muñoz-Rivas, Navarro y Ortega, 2003; Srivastava, 2005). Además, ponían ya de manifiesto los riesgos asociados a un uso indebido (García y Monferrer, 2009) y la alteración de las relaciones sociales, primando las telefónicas en detrimento de las personales, circunstancia acentuada en la generación *mute*, conformada por los *millennials* de entre 14 y 24 años.

Este y otros efectos asociados a un malestar psicológico importante pueden derivarse, a tenor de las investigaciones realizadas, del uso intensivo y/o problemático del teléfono móvil y de las redes sociales. Se trata este de un tema ampliamente discutido en los medios de comunicación y en la literatura científica, dando lugar a un nuevo campo de estudio, el de las “adicciones tecnológicas”, como las acuñó Griffiths (1995). En España, entre 2002 y 2011 se publicaron doce artículos empíricos sobre adicción a las TIC: cinco sobre adicción a Internet, cinco sobre adicción a las TIC y al teléfono móvil y dos sobre adicción al móvil en exclusiva; todos tomando como población de estudio a alumnos de secundaria y/o universidad. Carbonell, Fuster, Chamarro y Oberst (2012), en una revisión de estos, concluyeron que no era conveniente utilizar el término “adicción”, aunque sí se establecía una relación entre malestar psicológico y uso problemático que, a su parecer, podría reducirse tras un periodo de adaptación a estas nuevas tecnologías.

Uno de los riesgos del uso excesivo del móvil que ha acaparado la atención académica es el fenómeno de *fear of missing out* (FoMO), entendido como el temor de perderse experiencias o actividades agradables o la fobia a sentirse excluidos (Elhai, Levine, Dvorak y Hall, 2016; Hetz, Dawson y Cullen, 2015; Santana-Vega, Gómez-Muñoz y Feliciano-García, 2018; Wolniewicz, Tiamiyu, Weeks y Elhai, 2018). Przybylski, Murayama, DeHaan y Gladwell (2013) realizaron la primera investigación científica para operacionalizar el concepto de FoMO y lo definieron como “la percepción generalizada de que otros puedan estar viviendo experiencias gratificantes de las cuales uno está ausente” (Santana-Vega, Gómez-Muñoz y Feliciano-García, 2018: 40). El FoMO puede ocurrir con o sin móvil, pero se ha asociado a él dadas las posibilidades que nos ofrece para estar conectados ilimitadamente. Gil, Del Valle, Oberst y Chamarro (2015) hallaron que tanto la conducta adictiva en torno al móvil como el FoMO son importantes predictores de síntomas psicopatológicos, especialmente de la ansiedad.

Es indudable que el móvil tiene una serie de atributos que lo hacen singularmente atractivo para los adolescentes: “autonomía respecto de los padres, optimización de la comunicación con las amistades o ampliación y mantenimiento de las relaciones interpersonales”, entre otras (Chóliz, Villanueva y Chóliz, 2009: 74). No obstante, en el ámbito nacional se detecta un menor número de estudios centrados en la utilidad práctica del uso del móvil que evalúen sus usos académicos, sociales e informativos (Gallardo, Marqués y Bullen, 2014; Humanante-Ramos, García-Peñalvo y Conde-González, 2016; Ortega, González y Pérez, 2015; Gómez, Roses y Farias, 2012). Según Cantillo, Roura y Sánchez (2012: 2), el uso de los dispositivos móviles es fundamental, ya que “incrementa las posibilidades de interactuar con los miembros del grupo; se mejora la comunicación. Por lo tanto, se difumina la barrera que separa a docentes y discentes”.

En un estudio reciente de dieta digital, Doval-Avendaño, Domínguez y Dans (2018) pidieron a 150 estudiantes de titulaciones de Comunicación que no utilizaran pantallas de uso individual durante 24 horas. Los autores detectaron un uso “ritual”, más ligado al hábito inconsciente que instrumental. Mientras, los participantes manifestaron la falta de libertad ante la presencia omnipresente de las herramientas tecnológicas y mostraron una intención de cambio que no se manifestó posteriormente.

En esta investigación se examinan las percepciones de los jóvenes andaluces respecto a su relación con el teléfono móvil y se amplía la experiencia de dieta digital de Doval-Avendaño, Domínguez y Dans (2018) de 24 horas a una semana de duración, un periodo más dilatado de tiempo que posibilitará clarificar el nivel de dependencia real del dispositivo, así como observar repercusiones en el consumo futuro.

El objetivo principal de este trabajo es analizar la percepción que los jóvenes tienen del uso del teléfono móvil, el consumo que realizan del *smartphone* y su grado de dependencia del móvil a partir de una experiencia de desconexión digital. Se detallan los siguientes objetivos específicos:

- O1: analizar la percepción que los jóvenes tienen de su consumo de teléfono móvil.
- O2: conocer cuáles son sus hábitos de consumo y sus preferencias de uso respecto a las redes sociales.
- O3: estudiar las consecuencias que provoca una desconexión digital —de duración determinada— en este segmento de población.
- O4: investigar cómo afecta el uso o no del móvil a la percepción de información o desinformación de la actualidad.
- O5: observar las sensaciones experimentadas por los jóvenes cuando no disponen de un teléfono inteligente.
- O6: comprobar si la desconexión digital tiene repercusiones en el consumo del dispositivo móvil inmediatamente posterior.

Método

Para analizar la percepción que los jóvenes tienen de su empleo del teléfono móvil, en primer lugar, se realizó un estudio de encuesta y, en segundo lugar, se procedió a la realización de un experimento de campo y de un grupo de discusión para analizar la dependencia real del móvil.

Estudio de encuesta

A través de esta herramienta se pretende analizar la percepción que los jóvenes andaluces tienen de su empleo del teléfono móvil y ofrecer una visión general de su relación con las redes sociales y el consumo informativo que realizan en ellas.

Participantes

El universo está conformado por la población residente en Andalucía de entre 15 y 24 años, fijado en 891.218 personas según las últimas estadísticas oficiales publicadas (INE, 2018). De la revisión de la literatura se desprende que esta franja de edad es la más adaptada al entorno digital y la que tiende a trasladar sus comunicaciones al teléfono móvil.

Se parte de un muestreo proporcional a los valores teóricos del universo, pero al no ser posible alcanzar cuotas proporcionales por sexo, edad y provincia se aplican los coeficientes de ponderación estimados. Para un nivel de confianza del 95%, la muestra se fijó en 1.066 encuestas (se consiguieron 1.068, por lo que la muestra se cubrió en un 100,1%) y el margen de error obtenido es del +/-3%.

Instrumento

Se diseñó un cuestionario específico para la investigación que incluía tanto escalas tipo Likert (de frecuencia, cantidad, grado de acuerdo, etc.) como preguntas de respuesta

múltiple. Las cuestiones están relacionadas, entre otros temas, con los hábitos de consumo y rutinas diarias, así como con el nivel de dependencia.

Procedimiento

El estudio de encuesta, realizado con el apoyo de una empresa demoscópica, se llevó a cabo de manera *online* mediante un sistema de distribución aleatorio entre personas pertenecientes a un panel de investigación. Sus perfiles estaban definidos de antemano y se conocían sus características básicas antes de contactar con ellos. Se enviaron 2.090 invitaciones a participar y colaboraron 1.068 (51,1% de participación). El trabajo de campo se realizó entre el 30 de mayo y el 4 de junio de 2019.

Análisis de datos

A partir de las respuestas obtenidas se generó una matriz de datos en SPSS, programa con el que se depuraron las cifras y se realizaron los análisis descriptivos e inferenciales que permitiesen la extrapolación y la comprobación de las relaciones con el sexo y la edad. Primero, se calculó el estadístico de contraste chi-cuadrado (X^2), con la corrección de continuidad de Yates (X^2_y) en caso de tener un grado de libertad, para decidir si existía independencia. Posteriormente, se analizaron los residuos tipificados corregidos para indicar la dirección de la relación. Por último, se evaluó el tamaño del efecto (TE), teniendo en cuenta el nivel de medida de las variables para la selección del estadístico adecuado: coeficiente Phi, coeficiente de contingencia, V de Cramer o *Eta*.

Experimento de campo

A fin de clarificar el grado de dependencia real del dispositivo y conocer los efectos que provoca la desconexión digital, se procedió a la realización de un experimento de campo.

Participantes

Se presentaron como voluntarios 20 alumnos, sin embargo, no todos fueron aptos porque algunas razones, principalmente de tipo laboral, imposibilitaban una desconexión digital del teléfono móvil como la que se proponía. Finalmente los participantes fueron once, seis hombres y cinco mujeres de entre 19 y 21 años sin formación universitaria previa, todos ellos estudiantes de segundo y tercer curso del Grado de Periodismo de la Universidad de Málaga —se firmó un consentimiento informado y un documento de compromiso—. Se trató de una muestra no probabilística, voluntaria y estratégica que reunió a individuos que compartían la tenencia de un dispositivo con el sistema operativo iOS.

Técnica

El iPhone dispone de la aplicación Tiempo de Uso que permite acceder, en tiempo real, a informes sobre el uso del dispositivo. Esta aplicación, inicialmente concebida para hacer seguimiento y administrar el uso del teléfono, brinda información relacionada con el tiempo total de utilización del dispositivo (por día y semana), las acciones realizadas con las aplicaciones —contabilizando el tiempo transcurrido en cada una de ellas—, las notificaciones y las consultas al teléfono.

Procedimiento

Los teléfonos móviles se monitorizaron durante tres semanas, con la inclusión de un periodo de abstención del uso según la siguiente secuencia temporal:

- Primera semana: registro de la actividad y consumo habitual, sin restricciones.
- Segunda semana: registro de un consumo limitado. Los voluntarios pudieron usar su teléfono para realizar llamadas, pero sin acceder a aplicaciones —se hizo una excepción con la aplicación Reloj, que permite su uso a modo de despertador—.

- Tercera semana: registro de un consumo libre con el fin de detectar posibles variaciones.

Análisis de datos

Los datos de consumo móvil se recopilaron semanalmente en una reunión grupal —las fechas estaban fijadas antes del comienzo del experimento—. Las autoras, ante la presencia de los voluntarios, extrajeron de manera manual toda la información que proporcionaba la aplicación Tiempo de Uso. Durante la semana de desconexión digital, de forma individual, los participantes escribieron un diario de campo con las incidencias y las sensaciones experimentadas. Con los tiempos de consumo y las anotaciones de los diarios de campo se generó una matriz de datos en SPSS, programa con el que se realizaron los análisis estadísticos pertinentes —descriptivos e inferenciales— para la consecución de los objetivos.

Grupo de discusión

Con la intención de extraer más información cualitativa, los voluntarios participaron en un grupo de discusión. Esta técnica permitió provocar la discusión conjunta sobre cuestiones varias: 1) hábitos de consumo del móvil; 2) uso instrumental vs. inconsciente; 3) dependencia del dispositivo; 4) sensaciones vividas (libertad, ansiedad, exclusión social, etcétera). Las sesiones se grabaron para su posterior transcripción, codificación y análisis. Al igual que en el experimento, la información se procesó bajo lo establecido en el Régimen General de Protección de Datos.

Resultados

Percepciones de los jóvenes sobre el uso del teléfono móvil

El dispositivo preferido para comunicarse es el teléfono móvil (91,34%), seguido a gran distancia del ordenador (65,56%) y las tabletas

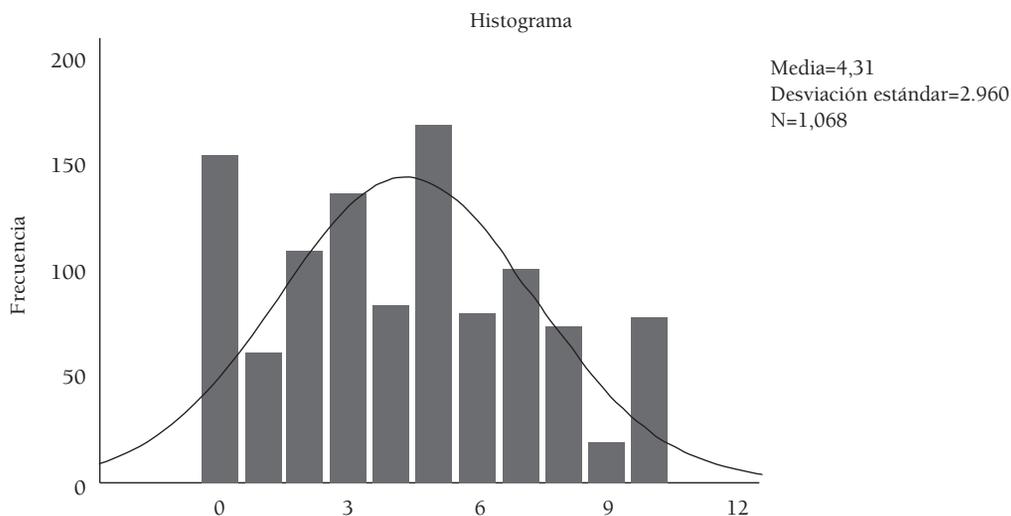
(14,29%). Existe una relación estadísticamente significativa entre el sexo y el dispositivo preferido [$X^2(2, n=1063)=13.85, p<0.05$]. Las mujeres tienden a utilizar más el móvil, mientras que los hombres usan más el ordenador (TE=0.113, efecto bajo).

Pese al elevado uso de las redes sociales por parte de este segmento poblacional, resulta llamativo que el 88,20% las considere como una “mala influencia”. En este punto, se detecta una asociación significativa leve (TE=0.016) con la edad [$X^2(2, n=1068)=3.201, p<0.05$]. Los jóvenes de entre 15 y 20 años tienden a considerarlas una buena influencia, mientras que la franja de edad comprendida entre los 20 y los 24 años se inclina por calificarlas de mala influencia. Por tanto, al aumentar la edad crece la percepción negativa hacia las redes sociales.

La relevancia de las redes sociales como canal preferente de información se pone de manifiesto con estos resultados: el 49,67% de los jóvenes andaluces prefiere Facebook para mantenerse informado a través de Internet, seguido de Twitter (39,79%), Instagram (19,47%), YouTube (11,75%), WhatsApp (9,59%) y “otras” (5,17%). Informarse a través de Facebook está estadísticamente asociado tanto al sexo (TE=0.177, efecto bajo) como a la edad (TE=0.092, efecto bajo), siendo las mujeres de entre 20 y 24 años las que más emplean esta aplicación. Con Twitter ocurre algo similar, se acepta la hipótesis de dependencia con el sexo (TE=0.159, efecto bajo) y la edad (TE=0.084, efecto bajo) y, en esta ocasión, son los hombres de entre 15 y 20 años los que más se decantan por esta red social para mantenerse informado. En el caso de YouTube, existe relación con el sexo del encuestado (TE=0.123, efecto bajo), ya que son los hombres los que más emplean esta aplicación. En el resto de redes sociales no se detectan asociaciones con el sexo y la edad.

La gran mayoría de los encuestados no puede vivir sin su teléfono móvil (figura 1). El 67,04%

FIGURA 1. Respuestas a la pregunta “¿crees que podrías vivir sin tu teléfono móvil?”



“¿Crees que podrías vivir sin tu teléfono móvil?": utiliza una escala de 0 a 10, donde 0 es “no podría vivir sin mi teléfono móvil” y 10 “podría vivir sin mi teléfono móvil”.

de los participantes se encuentra entre los valores comprendidos del 0 al 5 en una escala del 0 al 10, siendo 0 “no podría vivir sin mi teléfono móvil” y 10 “podría vivir sin mi teléfono móvil”. En este punto, la edad y el sexo no son estadísticamente significativos, por lo que se acepta la hipótesis de independencia.

La dependencia del teléfono móvil se percibe cuando se les pregunta si el *smartphone* es algo que les ata o que, por el contrario, les otorga libertad. El 64,32% de los participantes se encuentra entre los valores comprendidos del 0 al 5 en una escala de 0 al 10, siendo 0 “le ata” y 10 “le da libertad”. Aquí, las variables sexo y edad no presentan asociación. En este sentido, el 63,20% de los encuestados reconoce que en alguna ocasión ha intentado limitar el uso del teléfono móvil, detectándose asociación tanto con el sexo (TE=0.106, efecto bajo) como con la edad (TE=0.083). Las mujeres de entre 15 y 20 años son las que más han tratado de limitar este uso.

Hábitos de uso del móvil y repercusiones en el consumo tras una desconexión digital

La semana previa a la desconexión digital se observó una media de consumo diario levemente superior a las 4 horas, sumando un total cercano a las 30 horas semanales de uso —se localizó un valor extremo con más de 60 horas semanales—. En este apartado no se detectan diferencias reseñables en función del sexo y la edad, por lo que se desglosan los resultados de forma generalizada.

La herramienta Tiempo de Uso de iPhone divide las aplicaciones del *smartphone* en categorías. Durante la primera semana la combinación de categorías más repetida fue: “redes sociales” y “entretenimiento”. El tiempo medio dedicado semanalmente a las redes sociales fue cercano a las 18 horas. En la sección destinada al entretenimiento —iPhone engloba aquí aplicaciones como Spotify, YouTube o Netflix— se contabilizó una media que supera las cuatro horas de uso semanales (4,15 horas).

A lo largo de la segunda semana —con el consumo restringido— el uso se redujo drásticamente a una media diaria por debajo de los 30 minutos. En este tiempo se observó un incremento del uso de “contactos”, “teléfono” o “alarmas”, lo único permitido.

Al ser preguntados sobre las posibles repercusiones del experimento en su consumo posterior, todos los sujetos apuntaron a un uso más responsable. Las opiniones giraron en torno a las siguientes afirmaciones: “El experimento me ha hecho valorar más el tiempo”, “Me ha servido para ver cuánto tiempo pierdo con las redes sociales”, “Lo utilizaré menos porque me he dado cuenta de que es algo de lo que puedo prescindir” o “Utilizaré menos el teléfono móvil para intentar frenar esta adicción”. No obstante, se observó un descenso solo en seis de los once voluntarios —se detectaron casos en los que se redujo su uso inicial hasta en un 20%—. El resto de los participantes lo empleó de una manera muy similar o lo intensificó —con un incremento de hasta el 45% en el caso de un sujeto experimental— (figura 2). Los principales motivos, según comentaron, son: la automatización del empleo de aplicaciones como WhatsApp o Instagram, la necesidad de estar

hiperconectados y el aburrimiento. Durante esta semana la media de consumo diario superó ligeramente las 4 horas (cerca de 30 horas semanales).

Al igual que en la primera fase, la combinación de categorías más repetida durante la tercera semana fue: “redes sociales” y “entretenimiento”. El tiempo medio dedicado semanalmente a las redes sociales alcanzó las 19 horas —se observa un aumento después de la desconexión—. La categoría “entretenimiento” registró un consumo prácticamente similar al de la primera etapa, una media que rondó las cuatro horas de uso (3,5 horas).

Las redes sociales copan las pantallas de los voluntarios. La suma total del tiempo dedicado a estas superó las 190 horas en la primera fase y las 200 horas durante la tercera fase. Instagram fue la aplicación más frecuentada durante ambas etapas por delante de WhatsApp, Twitter o Facebook —las cuatro más seguidas— (figura 3). El tiempo empleado en Instagram fue similar en ambos periodos —una media semanal de 7 horas—, en cambio sí se aprecia una diferencia notable en el manejo de WhatsApp y Twitter. Tras la semana sin *smartphone* se intensificó

FIGURA 2. Consumo móvil durante el experimento

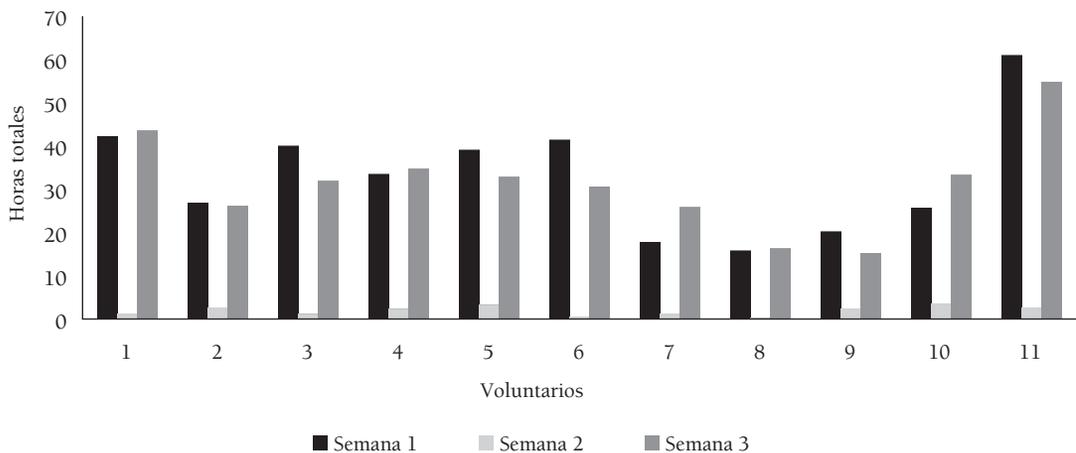
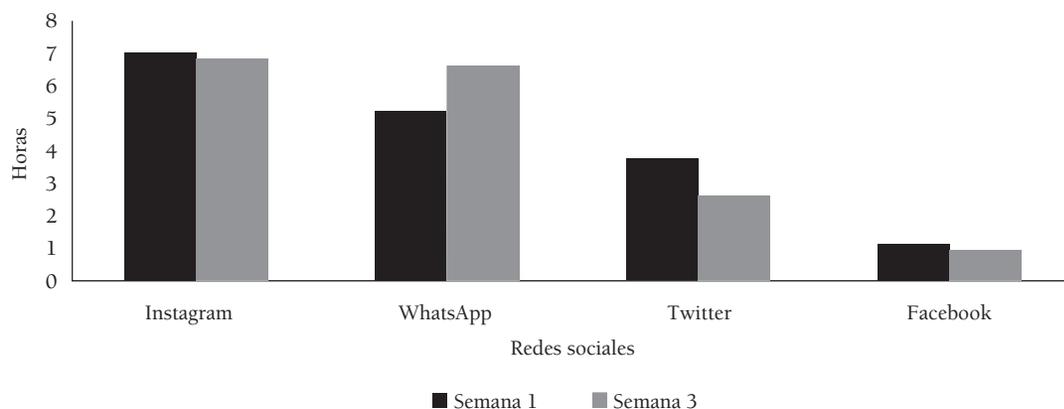


FIGURA 3. Tiempo medio semanal dedicado a las redes sociales



la presencia de la aplicación de mensajería instantánea (1,4 horas más) en detrimento de la de *microblogging* (1,1 hora menos). Estos datos casan con las respuestas dadas por los estudiantes al ser preguntados por las aplicaciones que consideraban más necesarias o por las que sentían más dependencia.

Cómo afecta no usar el móvil a la percepción de información o desinformación

El término “desinformación” apareció con mucha frecuencia durante la discusión de grupo. La mayoría de los participantes, un total de nueve, declararon sentirse más desinformados durante la segunda semana, tanto por la cuestión de inmediatez como por la imposibilidad de seguir a través de Twitter u otras redes a sus periodistas de confianza. Tan solo uno de los once estudiantes compró un ejemplar de periódico y manifestó su descontento: “Para matar el tiempo en el autobús compré prensa, aunque no terminó de convencerme esta alternativa porque resultaba bastante limitada” (alumno de segundo). Todos combinaron la prensa en papel u *online* (a través del ordenador), la televisión y la radio como fuentes de información alternativas, sin que se detecten preferencias claras por

una u otra fuente; sí se evidencia una intensificación del consumo de todas ellas, e incluso una búsqueda de información en terceras personas dada la imposibilidad de usar el móvil como dispositivo de acceso a la actualidad.

Consecuencias de la desconexión digital

La semana de “privación” tuvo inexorablemente consecuencias de distinta naturaleza en todos los participantes. Una de las más acusadas se produjo en sus relaciones sociales. Mientras la comunicación con la familia se mantuvo o incluso se intensificó, en el caso de los amigos el cambio que provocó su ausencia en redes sociales, principalmente WhatsApp, se tradujo siempre en una pérdida significativa de contacto. En ambas relaciones el uso de la mensajería instantánea fue sustituido por las llamadas, que no se realizaron a menos que hubiera bastante “confianza”, a la que aluden en sus declaraciones. Así lo expresaba una alumna: “A algunos no los avisé [del experimento] y pensaron que me había enfadado con ellos y los había bloqueado. Con los cercanos no hubo problemas porque nos llamábamos, pero con amigos no tan cercanos no me he comunicado porque no hay una confianza como para llamar”.

A la hora de valorar los aspectos positivos de controlar el uso del teléfono móvil existe unanimidad al mencionar una gestión más productiva del tiempo, que se distribuye en actividades antes relegadas: hacer deporte, leer, centrarse en las tareas académicas o una mayor interacción directa con el entorno, entre las principales. Un alumno de tercer curso lo manifestaba así: “He tenido más tiempo libre para realizar mis obligaciones como alumno, para hacer ejercicio e interactuar en persona”.

Destacan también las alusiones a una mayor concentración, de atención sostenida, y es que esta capacidad se resiente con tantas aplicaciones del *smartphone* que reclaman su atención. Así lo resume una alumna de segundo curso: “Más relajada y tranquila, más concentrada y con más tiempo. Las horas cunden más, por lo que se hacen más productivas. Cuando estás con la gente de tu entorno estás más presente”. Contrasta con el hecho de que prácticamente todos los participantes destacaran la necesidad del teléfono móvil en sus vidas para ser más eficientes y productivos. Un estudiante de segundo lo narraba de esta forma: “El móvil me ayuda a organizarme y a no fallar en ninguna entrega. Lo utilizo de agenda y me sirve para recordar todo lo que tengo que hacer”.

Sensaciones experimentadas durante la desconexión

Aburrimiento, incomodidad, soledad, aislamiento, exclusión social, dependencia, etc., son términos que aparecen, con diferentes grados de frecuencia, en los discursos de todos los sujetos experimentales al mencionar los aspectos negativos. Por un lado, experimentan una sensación de libertad de las redes sociales; por otro, sienten mayor dependencia de otras personas para realizar actividades sencillas, pero que se tornan difíciles con la ausencia de este artificio: llegar a un destino sin usar Google Maps, avisar de que llegas tarde a una cita o realizar trabajos grupales sin participar en el chat de compañeros de clase,

por ejemplo. Estos dos testimonios plasman las sensaciones mencionadas: “Desinformación, exclusión social, incomodidad, ansiedad y dependencia de otros dispositivos para hacer cualquier actividad que con el móvil es más rápida” y “Me sentía incomunicada, dependía de mis compañeros para las tareas de la universidad y me dio la sensación de resultar pesada”.

En algunas ocasiones se llega a hablar de “ansiedad” por separación del teléfono móvil como consecuencia de un enganche o dependencia tecnológica (figura 4). Pero también hay quienes experimentaron lo contrario. Así lo expresaba una alumna de tercer curso: “Yo pensaba que iba a ser como la droga, que iba a estar con ansiedad por no usar el teléfono y realmente ha sido como una liberación. Había veces que incluso lo dejaba en el coche y me olvidaba de él completamente”. No se halla consenso en este sentido y tampoco puede hablarse de un estado de estrés generalizado.

FIGURA 4. Nube de palabras de las sensaciones narradas en el grupo de discusión



La siguiente declaración es representativa de las repercusiones más generalizadas, donde la ausencia del dispositivo móvil desemboca en sensaciones más próximas a la incomodidad: “Ha sido aburrido cuando tenía que esperar en algún sitio y no llevaba libros o música para

poder entretenerme. No podía comunicarme ya que no todos contestan al móvil y, además, es frustrante no poder conseguir información rápidamente”.

Consideraciones en torno al experimento

En las sesiones previas a la semana sin *smartphone* todos confesaron ser dependientes y no imaginarse su vida actual sin él. Algunos declararon estar ansiosos por empezar el experimento para despreocuparse del teléfono (n=3). Pese a que, según comentaron, las personas de su entorno no los veían capaces de mantener el compromiso (n=7), e incluso había momentos en los que les incitaban a su incumplimiento (n=4), todos los jóvenes siguieron las normas de la dieta digital propuesta.

La mayoría de los participantes reconocieron que prescindir del móvil fue menos duro de lo que imaginaban (n=10) porque eran conscientes de que tenía una duración determinada. No coincidieron en señalar cuándo había sido más costoso mantenerse desconectado. Cinco de ellos defendieron que durante la semana había sido más difícil, principalmente por la falta de comunicación con los compañeros de clase; sin embargo, el resto mantuvo que la tenencia de tiempo libre durante el fin de semana provocó un deseo mayor de uso.

La valoración general del experimento fue positiva, sobre todo porque les hizo adquirir plena consciencia del tiempo invertido en aplicaciones en las que se entra únicamente “por inercia”. Todos manifestaron que repetirían esta experiencia, no obstante, la opinión varió cuando se les propuso ampliar la dieta digital: coinciden en que no es el momento adecuado.

Discusión y conclusiones

Este estudio pone de manifiesto que el *smartphone* ha pasado a dominar la vida de las personas y a modificar las conductas de interacción,

comunicación e información, fundamentalmente entre la población más joven. A la luz de los datos obtenidos, observamos cómo los jóvenes hacen un uso intensivo del teléfono móvil y que se caracteriza por ser inconsciente, instintivo e irrefrenable, coincidiendo con Doval-Avedano, Domínguez y Dans (2018). Ante la privación durante una semana del teléfono inteligente nos encontramos con una paradoja en los resultados y sensaciones mostradas por los jóvenes. Por un lado, se entremezclan el aburrimiento, la soledad, la ansiedad, la exclusión social y la dependencia. Mientras que, por otro, la sensación de libertad se abre paso para vivir más despacio, más relajados y retomar actividades relegadas y relaciones sociales directas. Aun así, no se llega a materializar una intención real de disminución del tiempo de consumo, con lo que podemos hablar incluso de una relación “amor-odio” entre los jóvenes y su *smartphone*.

- O1: la encuesta andaluza refleja un dominio del teléfono móvil como dispositivo preferente para acceder a Internet, similar al que mostraba el informe *Sociedad digital en España* (Telefónica, 2019). La relevancia de las redes sociales como principal canal informativo que mencionaban Devine y Lloyd (2012), Casero-Ripollés (2012), Catalina, García y Montes (2015), Cunningham y Craig (2017) y García-Jiménez, Tur-Viñes y Pastor-Ruiz (2018) se constata, coincidiendo con que sea Facebook el principal medio empleado por los jóvenes andaluces para mantenerse informados a través de Internet, por delante de Twitter, YouTube o WhatsApp. Estos resultados concuerdan con lo plasmado en el informe del Reuters Institute (2019), en el que se identificaba a Facebook como la red social preferida por los españoles para informarse. Asimismo, se evidencia una fuerte dependencia del dispositivo móvil hasta el punto de no poder vivir sin él.
- O2: el uso y consumo medio del teléfono móvil en los jóvenes se sitúa en 4 horas

- diarias, llegando a un total cercano a las 30 horas semanales. Dentro de las herramientas o aplicaciones más utilizadas se encuentran, en primer lugar, las redes sociales (unas 18 horas a la semana), donde destacan Instagram, WhatsApp, Twitter y Facebook. Le siguen, aunque a bastante distancia, aquellas destinadas al entretenimiento como Spotify, YouTube o Netflix. Devine y Lloyd (2012), Gray (2018) y Bärtl (2018) ya destacaban esta misma tendencia en el uso de Internet para la monitorización de redes sociales.
- O3 y O4: entre las consecuencias de la semana de privación del *smartphone*, la mayoría de los participantes destaca la percepción de desinformación como una de las más importantes. Acostumbrados a la conexión y la actualización permanentes reconocen que les resulta muy difícil concebir su día a día sin la inmediatez de la información, llegando incluso a no identificarse con las alternativas informativas tradicionales para conocer y seguir la actualidad. También se señalan como consecuencias de la dieta *detox* un uso más productivo del tiempo, recuperando actividades relegadas por el uso intenso del móvil (leer, hacer deporte, etc.); mayor concentración y productividad en la realización de actividades académicas; y una mayor presencia real y efectiva en las reuniones de amigos y familiares, al no contar con aplicaciones que les distraigan y les resten atención.
 - O5: en cuanto a las sensaciones experimentadas durante la semana de desconexión, encontramos sentimientos encontrados que van desde la dependencia, el aburrimiento, la incomodidad, la soledad, la ansiedad y la exclusión social hasta la tranquilidad y la libertad. Aquí se refleja lo que Kamibeppu y Suguiura (2005), Muñoz-Rivas, Navarro y Ortega (2003) y Srivastava (2005) calificaron como “modificaciones del estado de ánimo” provocados por la tenencia o ausencia del teléfono móvil.
 - O6: una vez concluida la semana de privación del uso del teléfono inteligente, manifestaron haber tomado consciencia del tiempo invertido en el dispositivo, un tiempo que consideraban excesivo y al que mostraron su intención de poner freno. Pero este no disminuyó en todos los participantes, sino que se vio incrementado tras la semana de desconexión en algunos voluntarios, como ocurrió en la investigación de Doval-Avendaño, Domínguez y Dans (2018). Fundamentalmente, el mayor aumento se produjo en el uso y consumo de las redes sociales, de nuevo con Instagram y WhatsApp a la cabeza, aplicaciones por las que sienten más dependencia. Pese a ser la desinformación una de las sensaciones más destacadas durante la semana de desconexión, Facebook, la red social preferida para informarse (Reuters Institute, 2019), sigue siendo una de las aplicaciones menos utilizada. Por tanto, habría que plantearse si estas preferencias informativas difieren en función de la formación del sujeto.

Como limitaciones de la investigación cabe destacar el reducido número de la muestra del experimento que, aunque suficiente para una primera aproximación y un mejor manejo y monitorización de los sujetos de estudio, se hace necesario ampliar en futuras investigaciones. El perfil de estudiantes de Periodismo puede presentar un sesgo en el uso de redes sociales por su necesidad de estar informados, pero para esta investigación se consideró necesario contar con ellos para descubrir a qué canales trasladaban el consumo informativo y conocer la percepción de información o desinformación durante la semana de desconexión digital. Se propone seguir indagando esta cuestión aumentando la muestra al alumnado del resto de grados de universidades andaluzas para constatar de manera más profunda

y comprensiva estos resultados. En este sentido, con una muestra más dilatada y que abarque la totalidad de los cursos universitarios,

se podría examinar cómo influyen la edad, el sexo y el nivel formativo de los sujetos en estas cuestiones.

Nota

¹ Este trabajo ha contado con el apoyo del Grupo de Estudios sobre Periodismo y Comunicación (SEJ-067) del Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI) y se ha realizado en el marco del proyecto nacional “El uso informativo de las redes sociales por parte de los jóvenes españoles: condicionantes tecnológicos, credibilidad de las noticias y consumo incidental de contenidos” (Ref. PID2019-106932RB-I00).

Referencias bibliográficas

- Bärtl, M. (2018). YouTube channels, uploads and views. *Convergence*, 24(1), 16-32. doi: <https://doi.org/10.1177%2F1354856517736979>
- Brennan, A. y Dempsey, M. (2018). The student voice: the students own views on smartphone usage and impact on their academic performance. En 12th International Technology, Education and Development Conference, 5-7 de marzo, 2018, Valencia. doi: <https://doi.org/10.21125/inted.2018.1836>
- Cantillo, C., Roura, M. y Sánchez, A. (2012). Tendencias actuales en el uso de dispositivos móviles en educación. *La Educación Digital Magazine*, 147, 1-21. Recuperado de <https://bit.ly/2PF02yk>
- Carbonell, X., Fúster, H., Chamarro, A. y Oberst, U. (2012). Adicción a Internet y móvil: una revisión de estudios empíricos españoles. *Papeles del Psicólogo*, 33(2), 82-89. Recuperado de <https://bit.ly/2PF5ykG>
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Comunicar*, 20(39), 151-158. doi: <https://doi.org/10.3916/c39-2012-03-05>
- Catalina, B., García, A. y Montes, M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 601-619. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51402
- Chóliz, M., Villanueva, V. y Chóliz, M. C. (2009). Ellas, ellos y su móvil: uso, abuso (¿y dependencia?) del teléfono móvil. *Revista Española de Drogodependencias*, 34(1), 74-88. Recuperado de <https://bit.ly/35KWH6o>
- Condeza, R., Bachmann, I. y Mujica, C. (2014). El consumo de noticias de los adolescentes chilenos: intereses, motivaciones y percepciones sobre la agenda informativa. *Comunicar*, 22(43), 55-64. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-05>
- Cruces, S. J., Guil, R., Sánchez, N. y Pereira, J. A. (2016). Consumo de nuevas tecnologías y factores de personalidad en estudiantes universitarios. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 5(2), 203-228. Recuperado de <https://bit.ly/34I3ooB>
- Cunningham, S. y Craig, D. (2017). Being ‘really real’ on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment. *Media International Australia*, 164(1), 71-81. doi: <https://doi.org/10.1177%2F1329878X17709098>
- Devine, P. y Lloyd, K. (2012). Internet use and psychological well-being among 10-year-old and 11-year-old children. *Child Care in Practice*, 18(1), 5-22. doi: <https://doi.org/10.1080/13575279.2011.621888>

- Doval-Avendaño, M., Domínguez, S. y Dans, I. (2018). El uso ritual de las pantallas entre jóvenes universitarios. Una experiencia de dieta digital. *Prisma Social*, 21, 480-499. Recuperado de <https://bit.ly/2SbefEX>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D. y Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behaviour*, 63, 509-516. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Flamingo, Reuters y Oxford University (2019). *How young people consume news*. Recuperado de <https://bit.ly/38Z2ckb>
- Gallardo, E. E., Marqués, L. y Bullen, M. (2014). Usos académicos y sociales de las tecnologías digitales del estudiante universitario de primer año. *Tendencias Pedagógicas*, 23, 191-204. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052017000300007>
- García, M. C. y Monferrer, J. (2009). Propuesta de análisis teórico sobre el uso del teléfono móvil en adolescentes. *Comunicar*, 16(33), 83-92. doi: <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-008>
- García-Jiménez, A., Tur-Viñes, V. y Pastor Ruiz, Y. (2018). Consumo mediático de adolescentes y jóvenes. *Icono 14*, 16(1), 22-46. doi: <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1101>
- Garrote-Rojas, D., Jiménez-Fernández, S. y Gómez-Barrento, I. (2018). Problemas derivados del uso de Internet y el teléfono móvil en estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, 11(2), 99-108. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000200099>
- Gil, F., Del Valle, G., Oberst, U. y Chamarro, A. (2015). Nuevas tecnologías - ¿Nuevas patologías? El *smartphone* y el *fear of missing out*. *Aloma*, 33(2), 77-83. Recuperado de <https://bit.ly/34Fjq2G>
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 38(19), 131-138. doi: <https://doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>
- Gray, L. (2018). Exploring how and why young people use social networking sites. *Educational Psychology in Practice*, 34(2), 175-194. doi: <https://doi.org/10.1080/02667363.2018.1425829>
- Griffiths, M. D. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76, 14-19.
- Hetz, P. R., Dawson, C. L. y Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259-272. doi: <https://doi.org/10.1080/15391523.2015.1080585>
- Humanante-Ramos, P. R., García-Peñalvo, F. y Conde-González, M. A. (2016). PLEs en contextos móviles: nuevas formas para personalizar el aprendizaje. *VAEP-RITA*, 4(1), 33-39. Recuperado de <https://bit.ly/2s8dTnP>
- Kamibeppu, K. y Sugiura, H. (2005). Impact of the mobile phone on junior high-school students' friends hips in the Tokyo metropolitan area. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(2), 121-130. doi: <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.121>
- Martínez-Costa, M., Serrano-Puche, J., Portilla, I. y Sánchez-Blanco, C. (2019). La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad *online*. *Comunicar*, 27(59), 19-28. doi: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-02>
- Muñoz-Rivas, M. J., Navarro, M. E. y Ortega, N. (2003). Patrones de uso de Internet en población universitaria española. *Adicciones*, 15(2), 137-144. Recuperado de <https://bit.ly/2rUjxtT>
- Ortega, F., González, B. y Pérez, M. E. (2015). Audiencias en revolución, usos y consumos de las aplicaciones de los medios de comunicación en tabletas y teléfonos inteligentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70(6), 627-651. doi: <https://doi.org/10.4185/rllcs-2015-1063>
- Pew Research Center (2019). *Smartphone ownership is growing rapidly around the world, but not always equally*. Recuperado de <https://pewrsr.ch/2MfCtKr>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6. doi: <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. y Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computer in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Reuters Institute (2019). *Digital news report*. Recuperado de <https://bit.ly/2Sevg10>
- 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(2), 149-159. Recuperado de <https://bit.ly/2Mglhod>
- Santana-Vega, L. E., Gómez-Muñoz, A. M. y Feliciano-García, L. (2018). Uso problemático del móvil, fobia a sentirse excluido y comunicación familiar de los adolescentes. *Comunicar*, 27(59), 39-47. doi: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-04>
- Shenton, A. y Dixon, P. (2003). Youngsters' use of other people as an information-seeking method. *Journal of Librarianship and Information Science*, 35(4), 219-233. doi: <https://doi.org/10.1177/0961000603035004002>
- Srivastava, L. (2005). Mobile phones and the evolution of social behaviour. *Behaviour & Information Technology*, 24(2), 111-129. doi: <https://doi.org/10.1080/01449290512331321910>
- Telefónica (2019). *Sociedad digital en España 2018*. Recuperado de <https://bit.ly/36YJiIl>
- Wolniewicz, C. A., Tiamiyu, M. F., Weeks, J. W. y Elhai, J. D. (2018). Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618-623. doi: <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>

Abstract

A week without a smartphone: uses, abuse and dependence on mobile phones among young people

INTRODUCTION. 98% of the Spanish population owns a mobile phone and young people are the best performers in this environment. Technology has transformed their communications and social networks are their preferred channel for information. The present research examines a) the perception that young people have of their mobile phone usage, b) the consumption of the smartphone by the young population and c) their degree of dependence based on an experience of digital disconnection. **METHOD.** The method proposed consists of quantitative and qualitative techniques. First, a survey was designed and applied to analyze the perception that young people have of their usage of the mobile phones. The questionnaire was distributed among young Andalusians between the ages of 15 and 24 (n=1068). Based on the results obtained, an experiment and a discussion group were carried out to check the real dependence of the device. Furthermore, eleven students from the University of Malaga—whose mobile phones were monitored for three weeks—also took part in the experiment. The disconnection in their devices for one week allowed us to observe the social, informational and emotional consequences that a digital diet of these characteristics causes in this population segment. **RESULTS.** The results show that adolescents cannot live without their mobile phones and it reveals how young adults make an intensive use of their smartphones (4h/day), mainly for monitoring social networks. During the week of disconnection, mixed feelings that range from discomfort, misinformation and dependence to liberation have been experienced by the participants. **DISCUSSION.** It is concluded that after the week of deprivation, the students, even recognizing the strong influence the mobile phone has on their lives and the freedom that some of them felt without the use of the different applications, they feel unable to control and reduce voluntarily their overall time of consumption.

Keywords: *Smartphone, Mobile phone, Adolescents, Social networks, Addictive behaviours.*

Résumé

Une semaine sans smartphone: utilisation du téléphone portable, abus et dépendance chez les jeunes

INTRODUCTION. 98 % de la population espagnole possède un téléphone portable, et ce sont les jeunes qui s'en sortent le mieux dans cet environnement. La technologie a transformé leur communication, et les réseaux sociaux sont leur canal d'information préféré. Cette recherche examine a) la perception que les jeunes ont de leur utilisation du téléphone portable, b) leur consommation du smartphone et c) leur degré de dépendance au téléphone portable sur la base d'une expérience de déconnexion numérique. **MÉTHODE.** La méthode proposée se repose sur des techniques quantitatives et qualitatives. Tout d'abord, un questionnaire a été conçu et employé pour analyser la perception que les jeunes ont de leur utilisation des téléphones portables. Le questionnaire a été distribué à des jeunes andalous âgés de 15 à 24 ans (n=1068). Sur la base des résultats obtenus, une expérience de terrain et un groupe de discussion ont été réalisés afin de vérifier leur réelle dépendance à l'égard de l'appareil. Onze étudiants de l'université de Malaga ont participé à l'expérience et leurs téléphones portables ont été surveillés pendant trois semaines. La déconnexion pendant une semaine a permis d'observer les conséquences sociales, informationnelles et émotionnelles qu'une expérience de déconnexion numérique dans ce genre provoque dans ce segment de la population. **RÉSULTATS.** Les résultats montrent que les jeunes ne peuvent pas vivre sans leur téléphone, et qu'ils en font un usage intensif (4h/jour) et irrésistible, principalement pour suivre les réseaux sociaux. Lors de la déconnexion, des sensations mitigées ont été détectées, allant de l'inconfort, de la désinformation et de la dépendance à la libération. **DISCUSSION.** Il a été conclu qu'après la semaine de privation, malgré la liberté qu'ils ont ressentie pendant cette expérience, les étudiants se sentent incapables de contrôler la domination que le téléphone portable exerce dans leur vie et de réduire volontairement leur temps de consommation.

Mots-clés: *Smartphone, Téléphone mobile, Jeunesse, Réseaux sociaux, dépendance.*

Perfil profesional de las autoras

Eugenia González Cortés

Profesora titular del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga en el año 2000 y con el título de doctora desde 2005. Tiene una experiencia de dos sexenios en investigación y cuenta con más de 50 publicaciones científicas entre artículos, libros, capítulos de libros y contribuciones en actas de congreso. Ha publicado en revistas científicas indexadas con índice de calidad relativo, como *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* o *Revista Latina de Comunicación Social*.

Correo electrónico de contacto: eugenia@uma.es

Alba Córdoba Cabús (autora de contacto)

Personal investigador en formación del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. Graduada en Periodismo (2016) y Máster en Investigación (2017), ambos con Premio Extraordinario. Desde el año 2018 forma parte del Departamento de Periodismo de la UMA con un contrato FPU concedido por el ministerio, y es integrante del Grupo de Estudios sobre Periodismo y Comunicación (SEJ-067).

Cuenta con publicaciones en Estudios sobre el Mensaje Periodístico, El Profesional de la Información y RISTI, en editoriales como Pirámide y con más de 20 participaciones en congresos internacionales. Correo electrónico de contacto: albacordoba@uma.es

Dirección para la correspondencia: Universidad de Málaga. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Departamento de Periodismo. Campus de Teatinos, s/n. 29071 Málaga (España).

Marisol Gómez

Profesora titular del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga. Coordinadora del *Informe anual de la profesión periodística* (2005-2011) e investigadora del proyecto de investigación del Plan Nacional CSO2008-05125. Ha publicado artículos en revistas indexadas, entre los cuales destaca “El uso académico de las redes sociales en universitarios”, en *Comunicar*, con más de 300 citas. Además, destaca la publicación de 11 capítulos de libros, la mayoría en editoriales SPI.

Correo electrónico de contacto: marisol@uma.es