

# El uso y consumo de TIC en el alumnado autóctono y extranjero de Educación Secundaria Obligatoria de la Región de Murcia.

## The Use and Consumption of ICTs in Native and Foreign Students of Secondary Compulsory Education in the Region of Murcia

Javier Ballesta Pagán  
Universidad de Murcia  
pagan@um.es

Josefina Lozano Martínez  
Universidad de Murcia  
lozanoma@um.es

M<sup>a</sup> Carmen Cerezo Maiquez  
Universidad de Murcia  
mcarmen.cerezo@um.es

### Resumen

En este artículo se muestran los resultados de una investigación sobre el uso y la interacción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el alumnado de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) de la Región de Murcia<sup>1</sup>; con la finalidad de conocer el equipamiento tecnológico de los hogares de los jóvenes, así como el uso que éstos hacen de Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión, en sus ámbitos de estudio, ocio y relación personal. Todo ello, con el objetivo de favorecer una educación orientada hacia el buen uso y consumo de medios digitales; y estudiar los posibles tipos de brechas digitales existentes. En la investigación participaron 2734 alumnos de 3º y 4º de ESO de 15 centros educativos, de los cuales 528 son de origen extranjero, a través de un cuestionario de 73 ítems que analizaba las dimensiones de estudio anteriormente expuestas. En las conclusiones finales se discuten los distintos perfiles de consumo, en función de las variables origen y procedencia del alumnado, obteniendo datos que nos llevan a reflexiones significativas referidas a las posibilidades que nos dan los medios digitales de relacionarnos con nuestros iguales, favoreciendo así los principios de equidad e igualdad de oportunidades en el acceso a la información y al conocimiento.

### Palabras clave

Medios digitales, Internet, redes sociales, consola de videojuegos, televisión y teléfono móvil.

### Abstract

This article aims to show the results of a piece of research about the use and the interaction of ICTs on the part of Compulsory Secondary Education students in the Region of Murcia<sup>2</sup>. It aims to know which technological equipment students have at home and how they use the Internet, Social Networks, mobile phones, videogame consoles, and TV during their study and free time and in their personal relationships. Their main point in all this is to foster a form of education oriented at a safe and healthy use and consumption of digital media; and to study the possible types of digital data breach that may occur. A total of 2734 Compulsory Secondary Education students from

---

<sup>1</sup>Proyecto de investigación "El uso y la interacción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el alumnado de Educación Secundaria Obligatoria de la Región de Murcia" (Ref. 15252/PPC/10). Ayudas a la investigación del Programa Fundación Séneca, Agencia de Ciencia y Tecnología

15 schools (3rd and 4th years) took part in this piece of research. 528 were of a foreign origin and they responded to a 73 item questionnaire which analyzed the above-mentioned dimensions. In the conclusions the different consumption profiles are discussed in relation to student origin and social background. The results obtained lead to significant reflections such as the possibilities that digital media give people to interact with each other, which enforces the principles of equity and equality of opportunity in the access to information and knowledge.

**Keywords**

Digital media, Internet, Social Networks, Game Console, Television and Mobile Phone.

**Introducción**

La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en nuestra vida tiene un valor indiscutible, no solo por su potencialidad instrumental, también por las posibles influencias y efectos en el consumo de que realizamos de estos medios digitales (Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos, televisión, etc.) y cómo desarrollamos una nueva interacción comunicativa individual y grupal.

Por ello, desde el ámbito educativo, se hace necesario conocer los referentes e indicadores que valoren el consumo de nuestros jóvenes, usuarios de la denominada generación interactiva, en la medida que es importante conocer el equipamiento, acceso y uso que tienen y hacen cuando interaccionan con estos medios digitales; y de esta forma poder valorar cómo acceden a la información, cómo abordan sus contenidos y cómo se desarrolla la elección de sus formatos para poder llegar a comunicarse. En este sentido, consideramos de gran importancia conocer, desde la percepción de los adolescentes, las características de este consumo fuera de la escuela, con el fin de saber el grado de acceso, de uso de estas tecnologías y la interacción comunicativa que se desarrolla como punto de encuentro y de diagnóstico con el objetivo de plantearnos, desde el ámbito educativo formal, metodologías que nos ayuden a favorecer una educación en y para el consumo de medios digitales.

Con el uso y consumo de cada uno de los medios digitales, llevamos de forma implícita unos entornos interactivos que nos trasladan a espacios de comunicación, donde se produce el conocimiento informal entre iguales; es aquí donde los jóvenes de esta generación interactiva establecen un nuevo espacio de comunicación y aprendizaje. Al mismo tiempo, en dicho espacio podemos encontrar diferencias entre iguales, de modo tal que se puede ver si existe la llamada brecha o fractura digital (digital divide). Cuando abordamos cuestiones relativas a la brecha digital nos viene a la mente la expresión nativo digital, término acuñado por Prensky (2001) para definir a los que han crecido con la tecnología y, por lo tanto, tienen una habilidad innata en el lenguaje y el entorno digital, prefieren el universo gráfico al textual, eligen el acceso aleatorio e hipertextual a la información en vez del lineal propio de la secuencialidad, el libro y la era analógica, etc. frente a los llamados inmigrantes digitales que son aquellos que se han adaptado a la tecnología. De ahí que surjan barreras, separaciones, que aborda el concepto ampliado de brecha digital, más allá de la económica, referido a las diferencias que hay entre grupos de ciudadanos, sin olvidar la brecha endógena, referida a la relación establecida entre el uso y la competencia manifiesta para utilizar las TIC de forma eficaz, en función de distintos niveles de alfabetización y capacidad tecnológica. Al mismo tiempo, nos interesa ver si esa brecha digital, además es también social y cultural, y se pone de manifiesto en las diferentes características de los perfiles de

alumnado en función del origen (extranjero-autóctono) que conforman la realidad educativa que conforman nuestras aulas en Educación Secundaria Obligatoria.

En diversas investigaciones en esta línea (Ballesta, Gómez, Guardiola, Lozano & Serrano, 2003; Ballesta & Lozano, 2007; Ballesta, 2009; Rubio, 2009; Sánchez & Fernández, 2010) se comprobó cómo el acceso a la información es posible que no esté al alcance de todos por igual, debido a la existencia de diferencias entre alumnado según su origen de procedencia, la cultura y la identidad familiar, alertando de la posible exclusión social que puede llegar a producirse ante tal situación (Lozano & Ballesta, 2004, 2005; Lozano, Ballesta, Alcaraz & González, 2012; Ballesta, Lozano, Alcaraz & Cerezo, 2012a,b; Lozano, Ballesta, Alcaraz & Cerezo, 2013). En este sentido, en su día comprobamos (Ballesta et al., 2003) que la dotación de equipamiento y acceso a medios tecnológicos, aun siendo más que aceptable, su distribución es desigual entre los diferentes medios, segmentando a los hogares en dos tipos: unos dotados para el consumo de contenidos mediáticos dirigidos fundamentalmente al ocio, y otros que realmente utilizan, manejan y se sirven de la información. Al mismo tiempo se evidencia que el valor de los medios, introducidos en cualquier hogar, favorece usos similares por parte de los jóvenes, independientemente del origen y procedencia del alumnado. En este sentido, consideramos fundamental conocer el acceso y uso de medios digitales por parte de los jóvenes, más allá de las aulas, en el hogar y en relación con el contexto familiar y sociocultural, con la finalidad de favorecer una educación en y para el uso y consumo de medios digitales, (Buckingham, 2008; Ballesta & Cerezo, 2011; Sánchez & Fernández, 2010). De hecho, los medios digitales pueden ser vistos como una posibilidad para hacer efectivos los principios de equidad e igualdad de oportunidades en el acceso a la información, al conocimiento y en la posibilidad de interrelacionarse con sus iguales.

## **Método**

### **Objetivos**

- 1) Analizar el acceso, uso y consumo de medios digitales (Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión) del alumnado de segundo ciclo de Educación Secundaria Obligatoria de los centros de la Región de Murcia.
- 2) Identificar diferencias de consumo, en función de la variable procedencia del alumnado.

### **Participantes**

En esta investigación han participado 2734 alumnos escolarizados, durante el curso 2011-12, en 3º y 4º de ESO en 15 centros docentes públicos y concertados de la Región de Murcia. Del total de alumnos, 528 son de origen extranjero y 2206 de origen autóctono.

El criterio seguido para la estratificación de la muestra ha sido de tipo al azar bietápica, atendiendo a la localidad según la ratio de inmigración escolarizada en sus centros. Las localidades de la región quedaron divididas en aquellas que poseían una ratio inmigrante

superior a la media regional (14%), cercanas o igual a ésta, y finalmente, inferior a la misma. Una vez estratificado el universo por este criterio se seleccionaron tanto las localidades como el centro o centros de la misma por azar. Tras el análisis del nivel de confianza se obtuvieron unos resultados del 97% de confianza y un  $\pm 2,89$  de error muestral.

### **Instrumento**

Para la recogida de información se utilizó un cuestionario conformado por 73 ítems con cuatro opciones de respuesta y estructurados en seis dimensiones: datos de identificación, Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión.

A través de los datos de identificación pretendíamos recoger información sociodemográfica de interés sobre el alumnado participante y su familia. En relación a las dimensiones Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión tratamos de recabar información acerca de la frecuencia de uso, hábitos de consumo, valoraciones personales sobre su competencia, actitudes hacia el medio y formación en el uso de cada una de estas dimensiones.

El coeficiente de consistencia interna (Alpha de Cronbach's) del cuestionario ofrece un valor de 0,879, indicando así la fiabilidad del cuestionario.

### **Procedimiento**

Tras el proceso de selección de centros y alumnado, el equipo investigador se puso en contacto con los departamentos de orientación de los centros seleccionados, mediante reuniones con el orientador, para incardinar la administración del instrumento de recogida de información al proceso de acción tutorial y recibir apoyo en su fase de aplicación.

Una vez recogidos los datos fueron analizados con el paquete estadístico *SPSS for Windows 19.0*, utilizando estadísticos descriptivos (frecuencias, medias y desviación típica) y estadísticos inferenciales (chi-cuadrado y análisis de residuos ajustados mediante el procedimiento de Tabla de contingencia).

### **Resultados**

A continuación se realiza una exposición general de los resultados obtenidos destacando aquellas diferencias significativas que hemos encontrado entre ambos grupos de alumnos. La finalidad es exponer aquellos aspectos generales en el acceso a los medios digitales, para interpretar aquellas cuestiones que hemos recogido sobre Internet, redes sociales, móvil, consola de videojuegos y televisión. En cada uno de los medios nos hemos centrado en las tres dimensiones referidas al equipamiento y acceso, uso y consumo y formación.

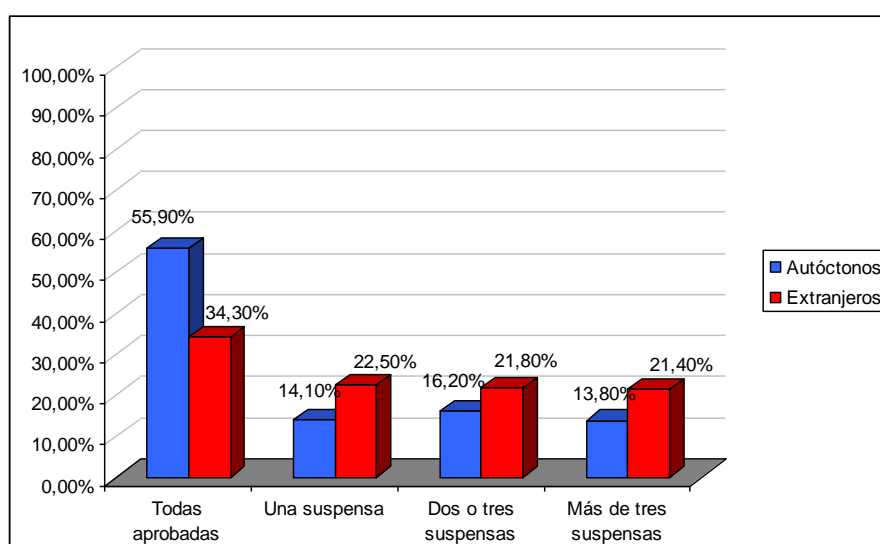
#### **1.- Acceso a los medios digitales: aspectos generales**

La gran mayoría de alumnos, tanto autóctonos como extranjeros, declaran utilizar el ordenador antes que otros medios, siendo un poco superior en el caso de los autóctonos (53,8%) frente a los extranjeros (47,1%). En el caso del móvil, no existe apenas

diferencia en su uso en función del origen del alumnado, ya que es utilizado por un 22,7% de autóctonos y un 22,5% de extranjeros. Sin embargo, a la vista de los resultados, la televisión es el medio claramente más utilizado por los extranjeros (26,3%) en comparación con los autóctonos (17,9%). Finalmente, el medio que utilizan menos ambos alumnos es la consola de videojuegos, siendo un 5,5% por parte de autóctonos y un 4,1% con respecto a extranjeros. En cuanto al medio que utilizan en mayor medida los alumnos (el ordenador), se obtienen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2 = 19,933$ ;  $p=,000$ ).

### 1.1. Dimensión formativa

El 45,7% de alumnos autóctonos suelen leer principalmente libros impresos, a diferencia de los alumnos extranjeros (36,4%). Los alumnos extranjeros (43,6%) suelen leer principalmente lecturas obligatorias, siendo un poco inferior en el caso de los alumnos autóctonos (41,5%). Un pequeño porcentaje de alumnos autóctonos (6%) y extranjeros (7,2%) realiza sus lecturas a través de libros digitales. El 6,8% de alumnos autóctonos y casi el doble de extranjeros (12,8%) reconocen no realizar ningún tipo de lectura. En cuanto a las lecturas que suelen realizar los alumnos, se obtienen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 28,272$ ;  $p=,000$ ) aunque, tanto autóctonos como extranjeros, prefieren leer libros impresos y lecturas obligatorias que les mandan en el Instituto. El 55,9% del alumnado autóctono aprobó todas sus asignaturas, por su parte, el 14,1% suspendió una asignatura, el 16,2% suspendió dos o tres asignaturas y el 13,8% suspendió más de tres asignaturas. Los resultados cambian si nos centramos en el alumnado extranjero, ya que tan solo un tercio de los encuestados (34,3%) aprobó todas sus asignaturas. Los resultados de los alumnos extranjeros que han suspendido alguna asignatura son mayores que los del alumnado autóctono, con un 22,5% que suspendió una asignatura, un 21,8% que suspendió dos o tres asignaturas y un 21,4% suspendió más de tres asignaturas. Nos encontramos con un alumnado que, en relación al rendimiento académico ofrece también diferencias significativas ( $\chi^2= 80,238$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 1. Asignaturas aprobadas en Junio**

## 1.2. Ocio y tiempo libre

### - ¿Qué prefieren hacer en casa durante su tiempo libre?

El porcentaje es un poco superior en el caso de los alumnos autóctonos, con un 80,8% frente a un 70,3% de extranjeros. Por el contrario, el 15,3% de alumnos extranjeros prefiere ver la televisión con su familia y un 8,3% prefiere estar o hablar con su familia, siendo inferior en los alumnos autóctonos, de los cuales un 9,4% prefiere ver la televisión con su familia y un 4,5% estar o hablar con ella. Por último, un 5,2% de autóctonos y un 6,2% de extranjeros prefieren leer mientras están en casa en su tiempo libre. La mayoría de alumnos prefieren estar solos en su habitación cuando están en casa, pero se obtienen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 31,568$ ;  $p=,000$ ).

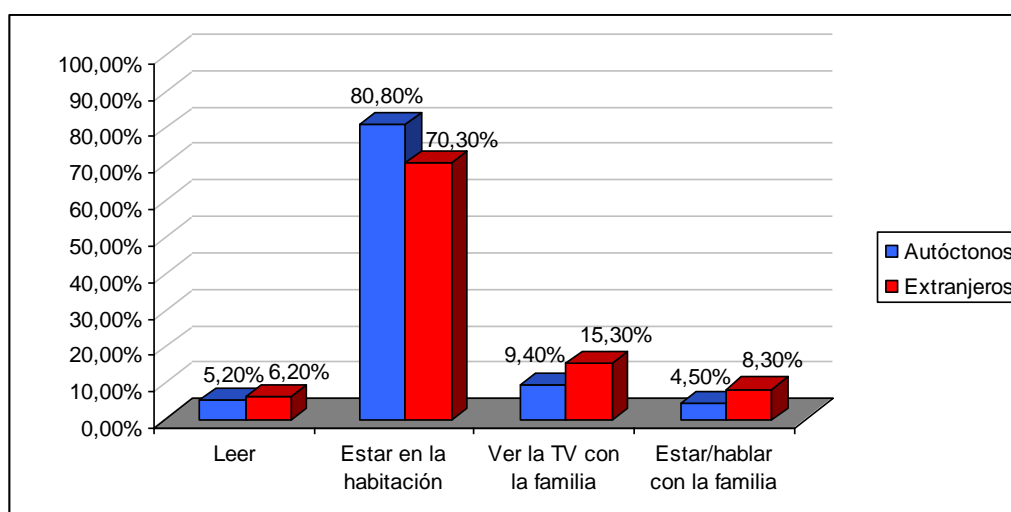


Gráfico 2. Preferencias en el tiempo libre

## 2.- Internet

### 2.1.- Equipamiento y acceso a Internet.

- Ordenador con acceso a Internet en casa.

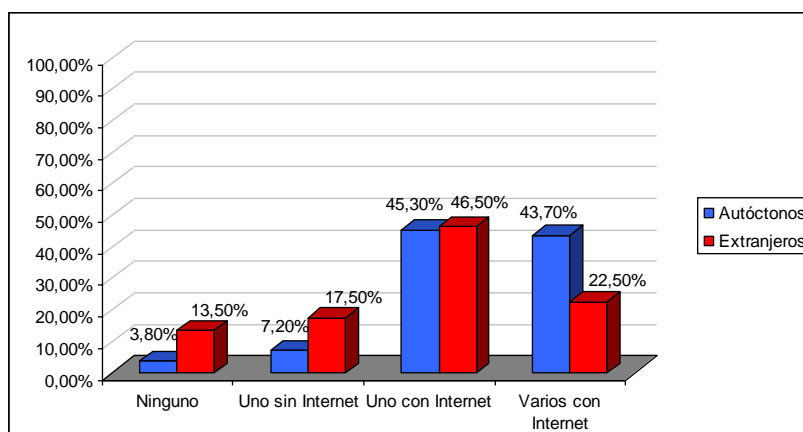


Gráfico 3. Equipamiento de ordenador

A la vista de los datos obtenidos, la mayoría de los alumnos autóctonos disponen de un ordenador (45,3%) o varios ordenadores (43,7%) con conexión a Internet. A diferencia de los alumnos autóctonos, un 22,5% de los alumnos extranjeros dispone de más de un ordenador con Internet en casa, siendo el porcentaje de los que tienen uno similar al de los autóctonos, con un 46,5%. Si nos centramos en los alumnos que no tienen ordenador en casa o lo tienen sin acceso a Internet, podemos comprobar que los resultados son superiores en los alumnos extranjeros, siendo un 13,5% los que no tienen ordenador y un 17,5% los que tienen uno sin acceso a Internet. En el caso de los alumnos autóctonos, tan solo un 3,8% no tiene ningún ordenador en casa y un 7,2% lo tiene sin acceso a Internet. Con estos resultados podemos ver que existe una diferencia significativa en cuanto a tener ordenador o no con conexión a Internet en casa en función del origen del alumnado ( $\chi^2= 168,321$ ;  $p=,000$ ).

## **2.2.- Uso y consumo de Internet.**

### **-Qué haces cuando accedes a Internet.**

En cuanto a las preferencias cuando acceden a Internet, la mayoría de alumnos autóctonos (40,1%) visita Webs, blogs, etc. lo cual es un poco inferior en los alumnos extranjeros (34,6%). El 38,7% de alumnos extranjeros se decanta principal Tan solo un 10,8% de autóctonos y un 6,7% de extranjeros prefieren acceder a Internet para jugar online, mientras que un 16,5% de autóctonos y un 20% de extranjeros lo hacen para enviar correos electrónicos. Con estos resultados se aprecia una diferencia significativa en función del origen, en cuanto a las preferencias de los alumnos cuando acceden a Internet ( $\chi^2= 17,693$ ;  $p=,001$ ).

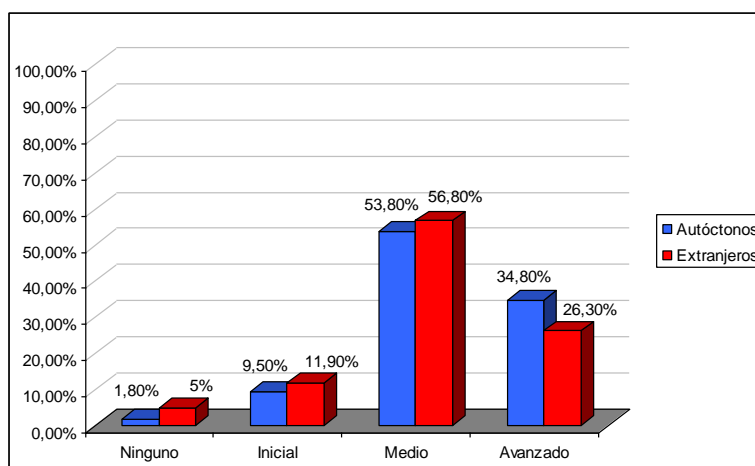
### **-Horas diarias destinadas a Internet los sábados y domingos.**

Tan solo un 9,1% de autóctonos declara que no utiliza Internet ninguna hora, siendo un 19,6% de extranjeros los que afirman lo mismo. El 21,1% de extranjeros y el 19,3% de autóctonos se conectan a la red menos de una hora durante el fin de semana. Las cifras se diferencian más cuando subimos las horas de conexión, suponiendo un 40,3% de autóctonos y un 33,8% de extranjeros los que se conectan entre una y tres horas durante el fin de semana y un 31,4% de autóctonos y 25,5% de extranjeros los que dedican más de tres horas durante el fin de semana al acceso a Internet. Se obtienen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado en cuanto a las horas diarias destinadas a Internet los fines de semana con una significatividad ( $\chi^2= 52,556$ ;  $p=,000$ ).

### **-Nivel de uso de Internet.**

El 34,8% de los alumnos autóctonos consideran que tienen un nivel de manejo de Internet avanzado, a diferencia de los alumnos extranjeros que es de un 26,3%. Por el contrario, el 56,8% de los extranjeros piensan que tienen un manejo de Internet medio, siendo similar, aunque un poco inferior, el de los alumnos autóctonos en un 53,8% de los casos. Si observamos los datos del nivel inicial, observamos que el 11,9% de los alumnos extranjeros considera que tiene ese nivel, al contrario de los alumnos autóctonos en un 9,5% de los casos. Finalmente existe un 5% de los alumnos extranjeros que declaran no tener nivel de uso de Internet, siendo superior al de los

alumnos de origen autóctono (1,8%). Con estos datos podemos ver que existen unas diferencias significativas ( $\chi^2= 29,665$ ;  $p=,000$ ), dónde claramente la mayor parte del alumnado de origen autóctono tiene un nivel de manejo de Internet medio y alto, diferenciándose de los de origen extranjero, en los cuales está más dividido, habiendo unos porcentajes mayores en el nivel inicial y ningún nivel de manejo de Internet.



**Gráfico 4. Nivel de uso de Internet**

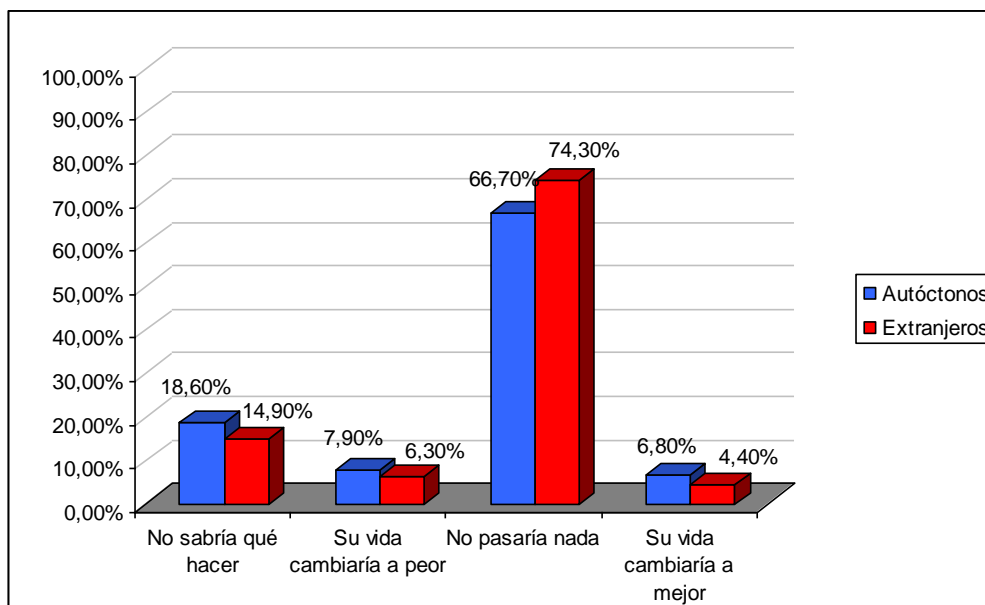
#### **-Cómo describen sus búsquedas en Internet.**

El 59,9% de alumnos autóctonos y 56% de extranjeros manifiestan que normalmente encuentran lo que buscan cuando navegan por Internet. Además, el 28,9% de autóctonos y el 25,4% de extranjeros declaran encontrar siempre lo que busca. Con esto podemos ver que casi un 90% de los alumnos autóctonos y poco más del 80% de extranjeros suelen encontrar lo que buscan. Las diferencias las encontramos con los alumnos que no siempre encuentran lo que buscan, siendo superior en los alumnos extranjeros (17,6%) a los alumnos autóctonos (10,1%). Tan solo el 1,2% de autóctonos y el 1% de extranjeros declaran no encontrar frecuentemente lo que buscan en la red. Ante la pregunta de cómo describen sus búsquedas en Internet, se obtienen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 23,900$ ;  $p=,000$ ).

#### **-Supuesto de quedarse dos semanas sin Internet.**

Ante el supuesto de quedarse dos semanas sin Internet, el 66,7% de alumnos autóctonos y el 74,3% de extranjeros responden que no pasaría nada. Incluso un 6,8% de autóctonos y 4,4% de extranjeros piensan que su vida cambiaría a mejor. Por el contrario, el 7,9% de autóctonos y el 6,3% de extranjeros piensan que su vida cambiaría a peor. Un porcentaje destacable, 18,6% de autóctonos y 14,9% de extranjeros piensan que no sabrían que hacer ante esa situación.





**Gráfico 5. Supuesto de quedarse dos semanas sin Internet**

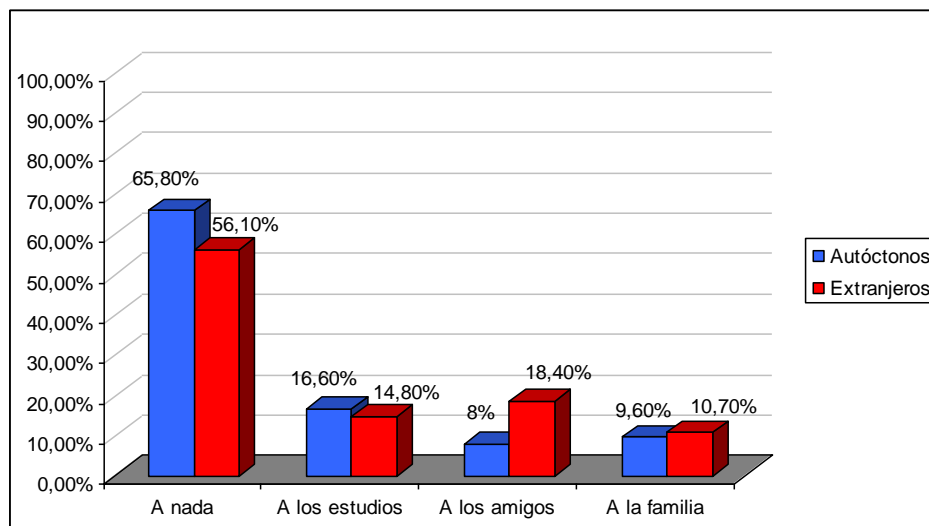
#### **-Discusiones con la familia por usar Internet.**

Es superior el porcentaje de alumnos extranjeros que nunca han tenido discusiones con su familia por utilizar Internet, siendo un 44% de extranjeros y un 35% de autóctonos. Las cifras cambian en los que casi nunca han discutido, suponiendo un 41,4% de autóctonos y un 36,9% de extranjeros. Por otro lado, el 18,5% de autóctonos y el 15,5% de extranjeros responden que casi siempre tienen discusiones con su familia por el uso de Internet. Un 5,1% de autóctonos y un 3,6% de extranjeros responden que siempre tienen discusiones por el uso de Internet. Existen diferencias significativas entre alumnos autóctonos y extranjeros en función de las discusiones con su familia por el uso de Internet ( $\chi^2= 15,182$ ;  $p=,002$ ).

### **2.3.- Dimensión formativa del uso de Internet.**

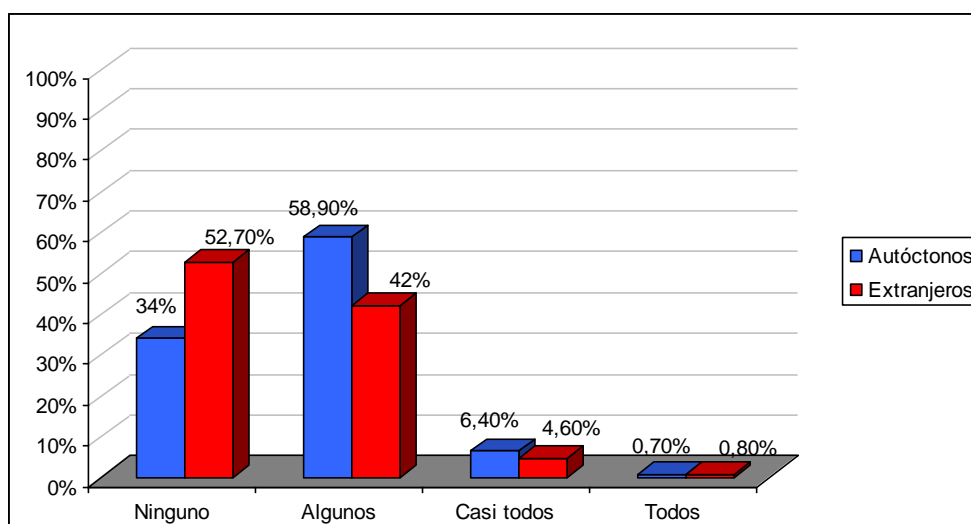
#### **-A qué le quitan tiempo para navegar por Internet.**

El 65,8% de autóctonos y el 56,1% de extranjeros piensan que no le quitan tiempo a nada para navegar por Internet. Sin embargo, un 18,4% de alumnos extranjeros y un 8% de autóctonos creen que le quitan tiempo a sus amigos por conectarse a Internet. Un 16,6% de alumnos autóctonos y un 14,8% de alumnos extranjeros piensan que le quitan tiempo a sus estudios y la realización de tareas escolares por estar conectados a Internet. El 9,6% de autóctonos y el 10,7% de extranjeros piensan que le dedican menos tiempo a sus familias por conectarse a Internet. Con ello, podemos ver que existen diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 53,528$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 6. A qué le quitan tiempo para navegar por Internet**

#### - Uso de Internet por los profesores en sus asignaturas.



**Gráfico 7. Uso de Internet por los profesores**

El 34% de los alumnos autóctonos reconoce que ninguno de sus profesores se conecta a Internet en el aula, dato que se incrementa en los alumnos extranjeros, donde más de la mitad (52,7%) declara que sus profesores no se conectan a Internet en clase. El 58,9% de los alumnos autóctonos responde que alguno de sus profesores sí se conecta en clase, siendo menor el porcentaje de alumnos extranjeros que piensan lo mismo (42%). Hay unos porcentajes muy bajos respecto de los alumnos autóctonos y extranjeros que afirman que casi todos sus profesores se conectan a Internet en clase, siendo de un 6,4% y 4,6% respectivamente. Finalmente, existe un 0,7% de alumnos autóctonos y 0,8% de alumnos extranjeros que afirma que todos sus profesores se conectan a Internet en el aula. Si analizamos los resultados podemos observar unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 62,894$ ;  $p=,000$ ).

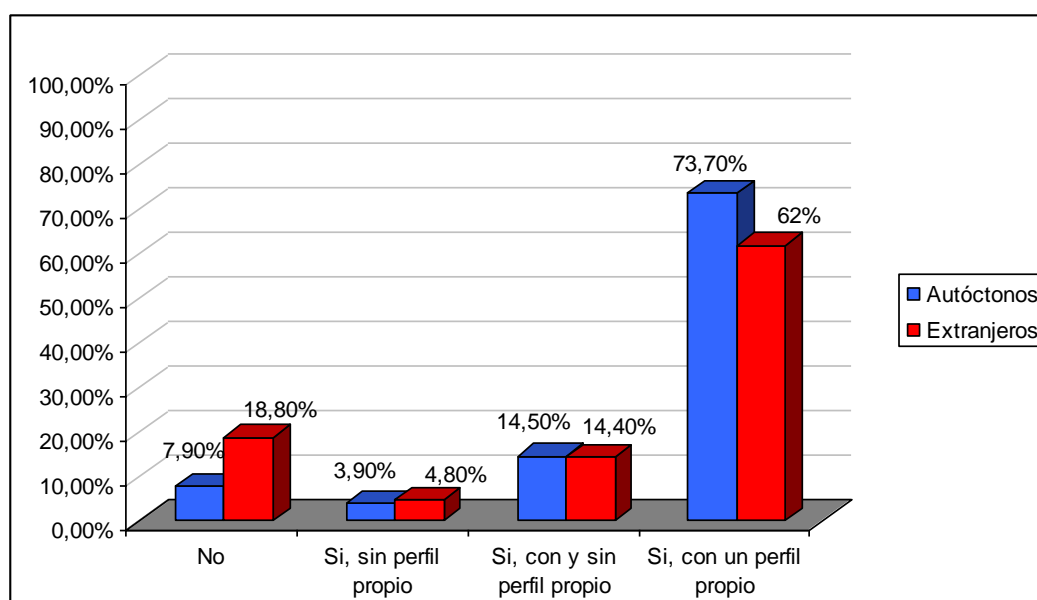
### **-Beneficios del uso de Internet para los estudios.**

Para la mayoría de los alumnos, tanto autóctonos como extranjeros, el uso de Internet es beneficioso para sus estudios en un 50,9% de los autóctonos y 47% de extranjeros. El 18% de los alumnos autóctonos y el 17,6% de extranjeros, datos casi similares, piensa que no es solo beneficioso, sino muy beneficioso para sus estudios. Por su parte, el 26,9% de autóctonos y el 27,7% de extranjeros opina que el uso de Internet tiene pocos beneficios para sus estudios, mientras que un 4,1% y 7,6% de alumnos autóctonos y extranjeros respectivamente, piensan que Internet no tienen ningún beneficio para sus tareas escolares. Existen unas diferencias significativas ( $\chi^2= 16,465$ ;  $p=,002$ ) en la percepción que los alumnos autóctonos y extranjeros tienen de los beneficios de Internet para sus estudios.

## **3.- Redes sociales**

### **3.1.- Equipamiento y acceso a redes sociales.**

#### **-Participación en alguna red social.**



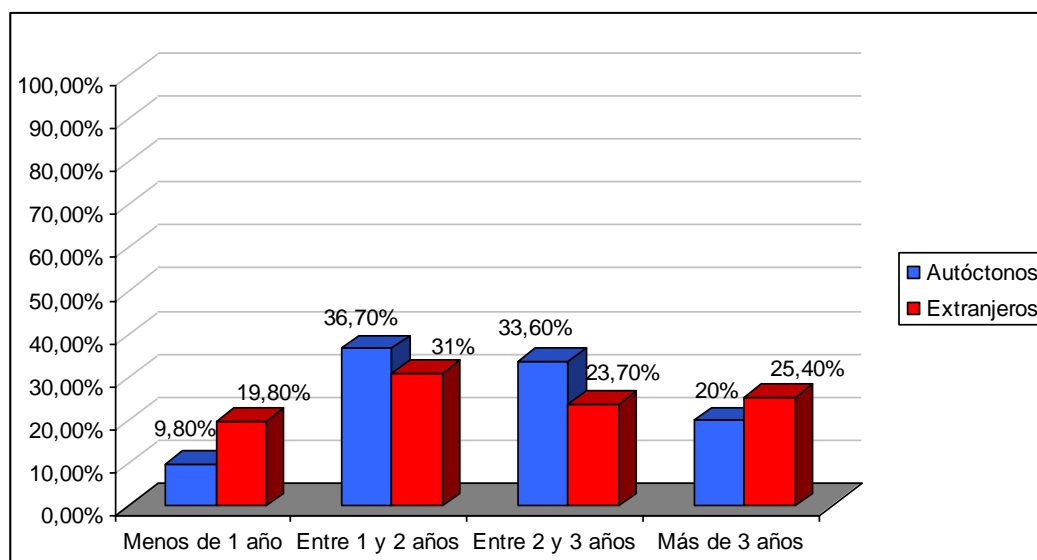
**Gráfico 8. Participación en redes sociales**

El 73,7% de los alumnos autóctonos declaran acceder con un perfil propio, a diferencia del 62% de extranjeros que lo hace de esta forma. Una parte de los adolescentes manifiesta acceder a las redes sociales con perfil propio y sin el mismo, siendo los datos similares entre autóctonos y extranjeros, con un 14,5% y 14,4% respectivamente. Una pequeña parte de alumnos acceden a las redes sociales sin tener un perfil propio, siendo superior en el caso de los alumnos extranjeros (4,8%) frente a los autóctonos (3,9%). Existe una parte que reconoce no participar en las redes sociales, siendo superior en los alumnos extranjeros con un 18,8% de los casos, frente al 7,9% de los alumnos de origen autóctono. Existe una diferencia significativa en la participación en redes sociales entre alumnos autóctonos y extranjeros ( $\chi^2= 59,458$ ;  $p=,000$ ).

La red social preferida por la mayoría de alumnos es Tuenti, habiendo una diferencia significativa según el origen, ya que el 91,3% de alumnos autóctonos prefieren esta red social frente al 66,3% de alumnos de origen extranjero. Existe una diferencia significativa en cuanto al uso de la red social Facebook, ya que tan solo el 4% de alumnos autóctonos declaran que es la que más les gusta, frente al 27,3% de alumnos extranjeros. Con estos resultados podemos ver que los alumnos de origen autóctono se decantan principalmente por el uso de redes sociales nacionales como Tuenti, mientras que un alto porcentaje de alumnos extranjeros prefieren redes sociales que permiten una comunicación más internacional como Facebook. Un escaso porcentaje de alumnos autóctonos (2,1%) y extranjeros (1,6%) dicen tener Twitter como su red social preferida. Finalmente el 2,6% de autóctonos y el 4,8% de extranjeros declaran tener otras redes sociales como preferidas. También existen diferencias significativas en función de las redes sociales preferidas por los alumnos ( $\chi^2= 301,239$ ;  $p=,000$ ).

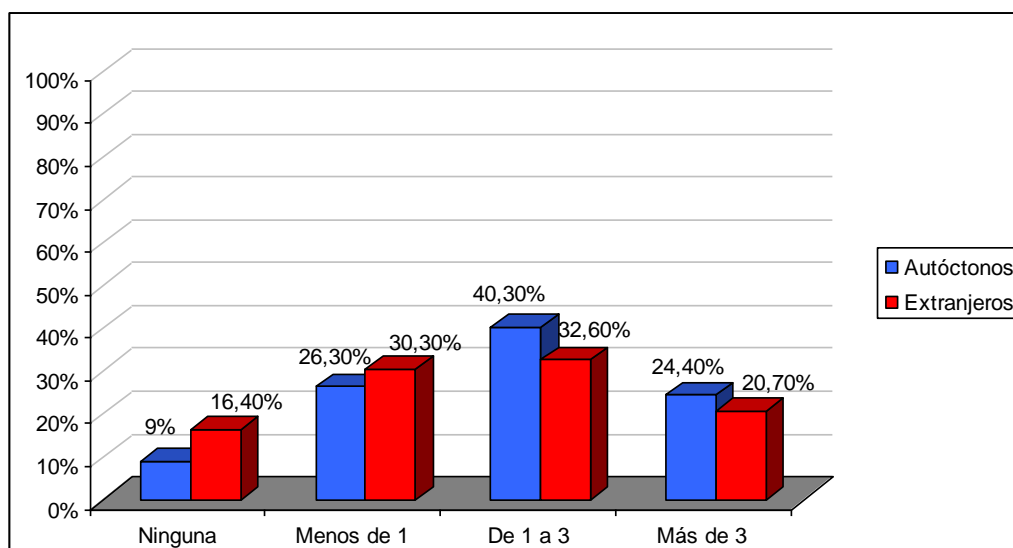
### **3.2.- Uso y consumo de redes sociales.**

#### **-Tiempo participando en las redes sociales.**



**Gráfico 9. Tiempo participando en las redes sociales**

En cuanto al tiempo que llevan participando en las redes sociales, es mayor el porcentaje de alumnos extranjeros (25,4%) que de alumnos autóctonos (20%) que llevan participando más de tres años en las redes sociales, lo que puede deberse a su necesidad de mantener el contacto con su país de origen. Al contrario ocurre con los que llevan participando desde hace dos o tres años, siendo un 33,6% de autóctonos y un 23,7% de extranjeros. Por otro lado, el 36,7% de autóctonos y el 31% de extranjeros llevan participando en las redes sociales entre un año y dos años. Por su parte, un porcentaje superior de extranjeros (19,8%) que de autóctonos (9,8%) llevan participando en las redes sociales desde hace menos de un año. Analizando los resultados podemos comprobar que hay diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 57,645$ ;  $p=,000$ ) en el tiempo que llevan participando en las redes sociales.

**-Horas diarias destinadas a las redes sociales los sábados y domingos.****Gráfico 10. Horas diarias destinadas a las redes sociales los fines de semana**

Los fines de semana los porcentajes de horas dedicadas a las redes sociales se incrementan, siendo un 24,4% de autóctonos y un 20,7% de extranjeros los que dedican más de tres horas al acceso a las redes sociales y un 40,3% de autóctonos y 32,6% de extranjeros los que dedican entre 1 y 3 horas. El 26,3% de autóctonos y el 30,3% de extranjeros dedican menos de una hora a acceder a las redes sociales los fines de semana y un 9% de autóctonos y 16,9% de extranjeros los que no dedican ninguna hora. Con ello comprobamos que existen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2= 33,804$ ;  $p=,000$ ), dónde los alumnos autóctonos dedican más tiempo a las redes sociales durante los fines de semana.

**-Mensajes enviados y número de contactos en las redes sociales**

Centrándonos en el número de mensajes que han enviado durante la última semana en las redes sociales, el 43,7% de autóctonos y el 44,2% de extranjeros han enviado entre 1 y 10 mensajes. El 17,8% de autóctonos y el 12,4% de extranjeros han enviado de 10 a 20 mensajes, y el 23,5% de autóctonos y 20,3% de extranjeros han enviado más de 20 mensajes. Un porcentaje considerable, 14,9% de autóctonos y 23,1% de extranjeros no han enviado ningún mensaje durante la última semana en las redes sociales. Podemos comprobar que existen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 25,946$ ;  $p=,000$ ).

La mayoría de alumnos, tanto autóctonos (63,7%) como extranjeros (48,5%), tienen más de 200 contactos en las redes sociales. Un porcentaje casi idéntico, 19,8% de autóctonos y 19,9% de extranjeros tiene entre 100 y 200 contactos. Es superior el porcentaje de alumnos que tienen entre 1 y 100 contactos en el caso de los alumnos extranjeros con un 26,1% que en los autóctonos con un 14%. Existe un pequeño porcentaje de jóvenes que no tienen ningún contacto en las redes sociales, suponiendo el

2,5% de los autóctonos y el 5,6% de los extranjeros. En cuanto al número de contactos en la red social, también se obtienen diferencias significativas ( $\chi^2= 65,920$ ;  $p=,000$ ).

#### -Para qué utilizan las redes sociales.

El 59,1% de los alumnos autóctonos utilizan las redes sociales para contactar con amigos cercanos, dato superior al de los alumnos extranjeros (40,8%). Sin embargo, un mayor porcentaje de alumnos extranjeros (22,9%) que autóctonos (18,7%) prefieren usar las redes sociales para contactar con gente a la que no ven hace tiempo. Una parte de alumnos extranjeros las usan para conocer gente nueva (19,7%), dato superior al de los alumnos autóctonos (7,9%). Finalmente existen unos resultados similares en el uso para contactar con los compañeros de clase, siendo 14,3% en los alumnos autóctonos y 16,6% en los extranjeros. Con estos resultados obtenemos unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 84,491$ ;  $p=,000$ ).

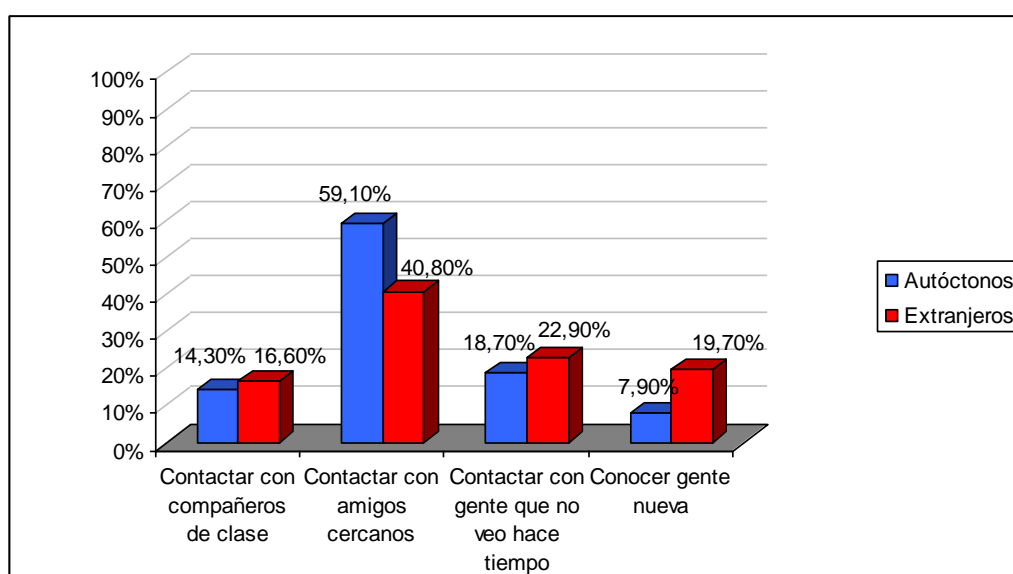
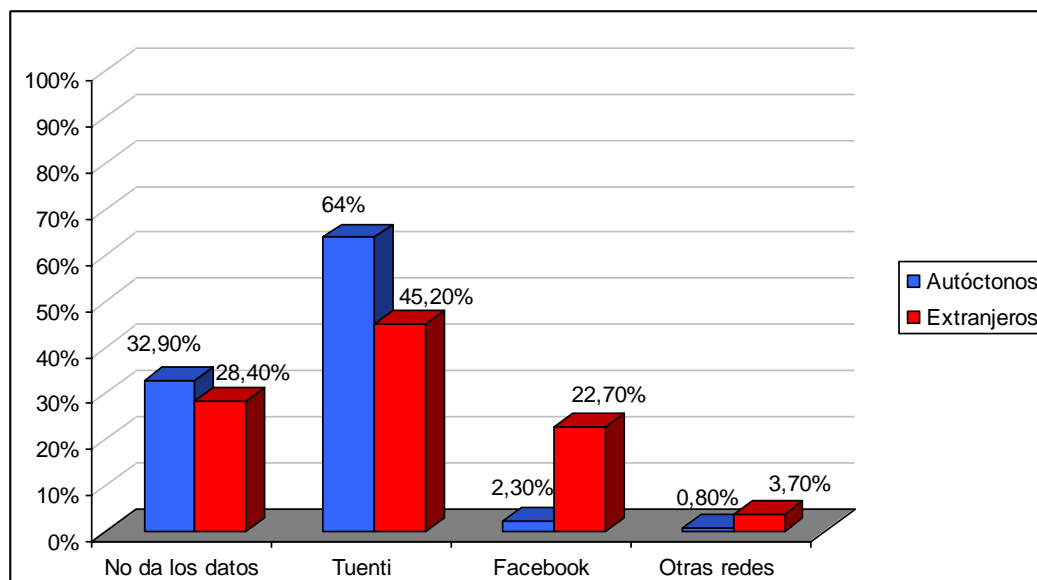


Gráfico 11. Para qué utilizan las redes sociales

#### -Redes sociales en las que aportan los datos personales.

La mayoría de alumnos aportan sus datos personales en la red social Tuenti en un 64% en el caso de los alumnos autóctonos y un 45,2% en los alumnos extranjeros. Un 22,7% de alumnos extranjeros y un 2,3% de alumnos autóctonos aportan sus datos en la red social Facebook. Esta diferencia tan significativa puede estar principalmente relacionada en que Facebook es una red social internacional y Tuenti nacional, lo que hace que los alumnos extranjeros se decanten por Facebook para el contacto con sus familiares y amigos de su país de origen. Un pequeño porcentaje de alumnos, 0,8% de autóctonos y 3,7% de extranjeros aporta sus datos en otras redes sociales, mientras que el 32,9% de alumnos autóctonos y el 28,4% de alumnos extranjeros no aportan sus datos en ninguna red social. Ante la pregunta de en qué redes sociales aportan sus datos personales, se desprenden unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 324,307$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 12. Redes sociales en las que aportan sus datos**

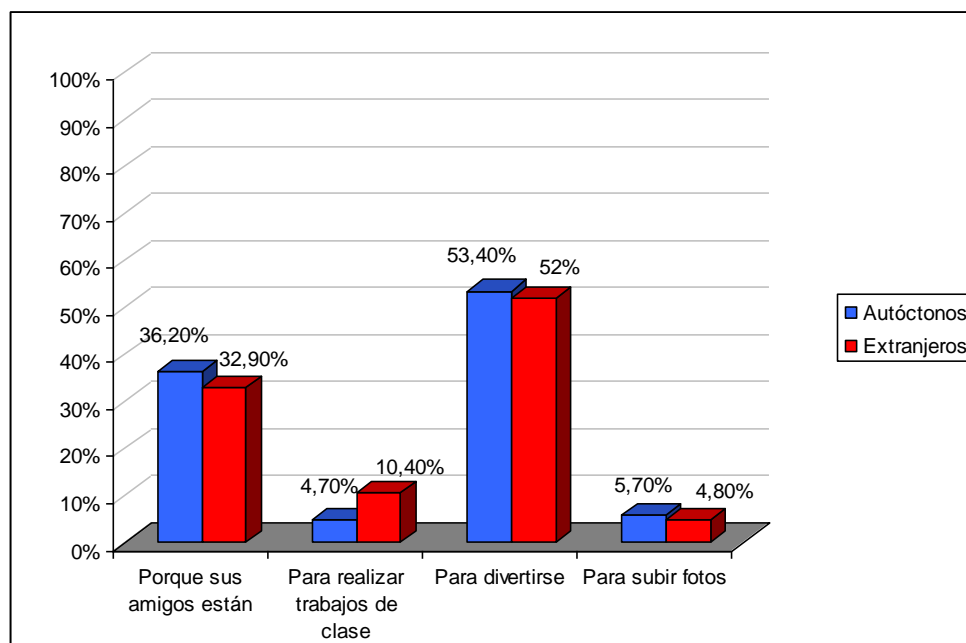
### **3.3.- Dimensión formativa del uso de redes sociales.**

#### **-A qué prefieren quitarle tiempo para acceder a las redes sociales.**

El 69,5% de autóctonos y el 61,9% de extranjeros reconocen no quitarle tiempo a nada para acceder a las redes sociales. Sin embargo, un 15,9% de autóctonos y un 13,6% de extranjeros piensan que le quita tiempo a sus estudios para acceder a las mismas. Un 5,6% de autóctonos y un 14,2% de alumnado extranjero creen que le quitan tiempo a los amigos para su acceso a las redes sociales. Un 9% de autóctonos y 10,3% de extranjeros creen que desatienden a su familia por acceder a las redes sociales. Existen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 47,306$ ;  $p=,000$ ).

#### **-Por qué utilizan las redes sociales.**

La mayoría de los alumnos utilizan las redes sociales principalmente para divertirse en un 53,4% de alumnos autóctonos y 52% de alumnos extranjeros. Otra parte de los alumnos las utilizan porque sus amigos están en ellas, siendo un poco superior en el caso de los autóctonos (36,2%) frente a los extranjeros (32,9%). Existe una parte de alumnos que las utilizan como ayuda o complemento para realizar trabajos, siendo los resultados en este caso superiores en los alumnos extranjeros (10,4%) frente a los autóctonos (4,7%). Por otro lado, una pequeña parte de alumnos dicen utilizar las redes sociales para subir fotos en un 5,7% (autóctonos) y 4,8% (extranjeros). Con estos resultados se obtiene unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2= 24,787$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 13. Por qué utilizan las redes sociales**

#### **-Desatender los deberes por participar en redes sociales.**

Los resultados de los alumnos que dejan de hacer sus deberes por participar en las redes sociales son muy similares, tanto para alumnos autóctonos como extranjeros. El 38,9% de alumnos autóctonos y el 40% dicen no desatender sus tareas nunca para participar en las redes sociales, que unido al 41% de autóctonos y 39,6% de extranjeros que casi nunca lo hacen, sumaría un casi un 80% para ambos grupos. Por su parte, hay un pequeño porcentaje de alumnos autóctonos (15%) y extranjeros (15,7%) que declaran no hacer sus tareas escolares casi siempre por participar en las redes sociales. Por otro lado, un 5,2% de autóctonos y un 4,7% de extranjeros manifiestan desatender sus deberes siempre por participar en las redes sociales.

## **4.- Teléfono móvil**

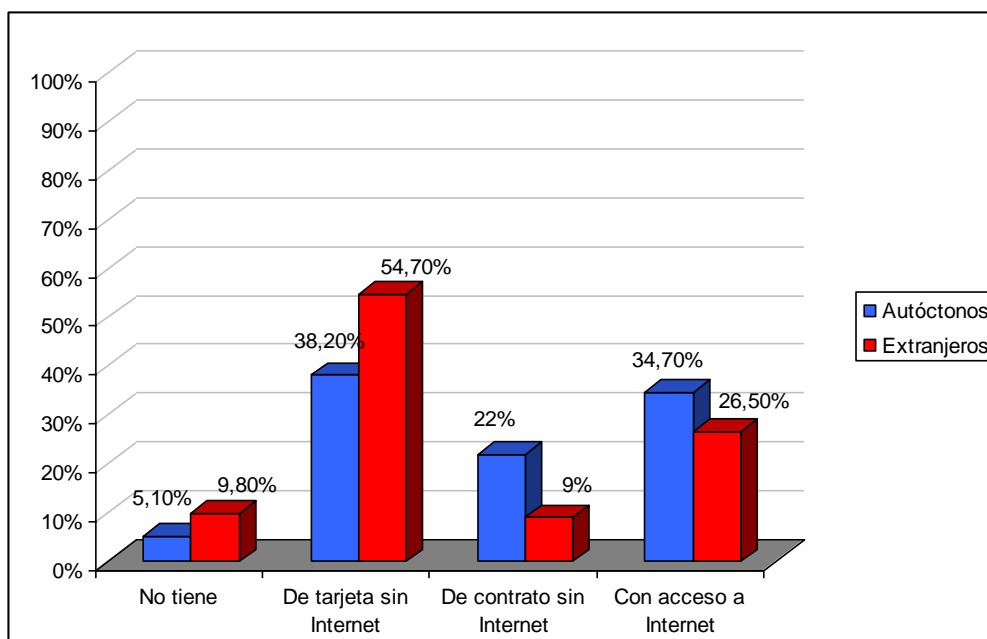
### **4.1.- Equipamiento y acceso de telefonía móvil.**

#### **-Equipamiento de teléfono móvil.**

Si nos centramos en los alumnos que tienen teléfono móvil sin acceso a Internet, la gran mayoría de los alumnos de origen extranjero (54,7%) disponen de un móvil de tarjeta sin Internet, dato que difiere de los alumnos de origen autóctono (38,2%). Por su parte, el 22% de autóctonos y el 9% de extranjeros tienen un teléfono móvil de contrato sin Internet. En cuanto a los jóvenes que tienen un móvil con acceso a Internet, los autóctonos se sitúan por encima de los extranjeros, con un 34,7% frente a un 26,5% respectivamente. Por otro lado existe un pequeño porcentaje, superior en los alumnos extranjeros (9,8%) respecto a los autóctonos (5,1%) de quienes no poseen ningún tipo



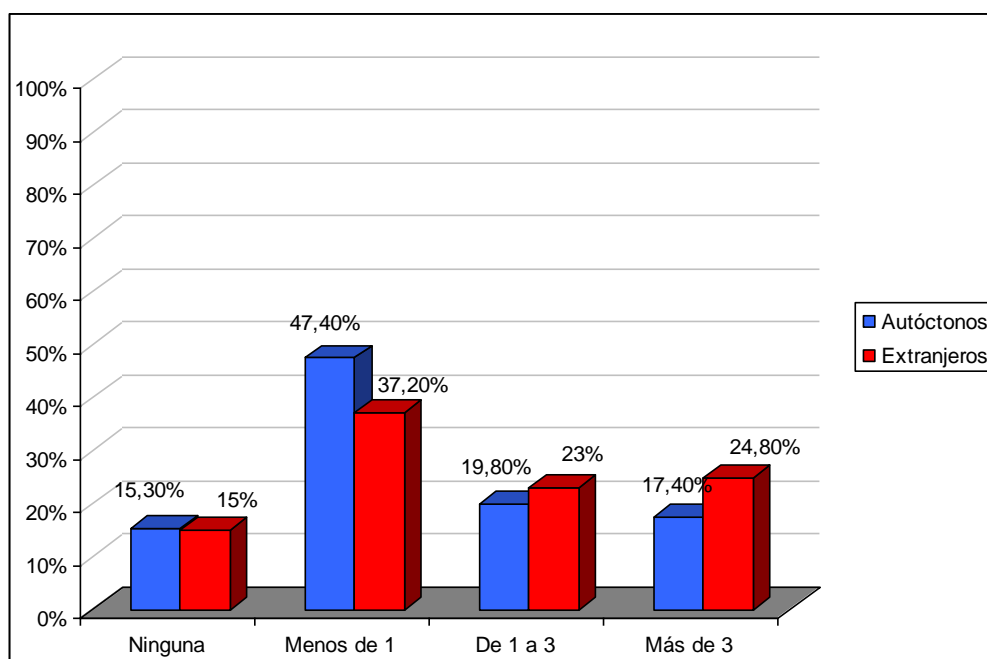
de teléfono. Observando los resultados referentes al tipo de móvil que disponen los alumnos podemos observar claramente una diferencia significativa en función del origen del alumnado ( $\chi^2= 88,123$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 14. Equipamiento de teléfono móvil**

#### **4.2.- Uso y consumo de telefonía móvil.**

**-Horas diarias destinadas al teléfono móvil entre semana.**



**Gráfico 15. Horas diarias destinadas al teléfono móvil entre semana**

El 47,4% de alumnos autóctonos y el 37,2% de alumnos extranjeros dedican menos de una hora al uso del teléfono móvil entre semana. El 19,8% de autóctonos y el 23% de extranjeros dedica entre una y tres horas a la semana y el 17,4% de autóctonos y 24,8% de extranjeros destina más de tres horas. Por el contrario, un 15,3% de autóctonos y un 15% de extranjeros no destinan ninguna hora durante la semana al uso de este medio. Existen unas diferencias significativas en función del origen en las horas dedicadas al teléfono móvil de lunes a viernes ( $\chi^2= 23,889$ ;  $p=,000$ ).

#### **-Horas diarias destinadas al teléfono móvil los sábados y domingos.**

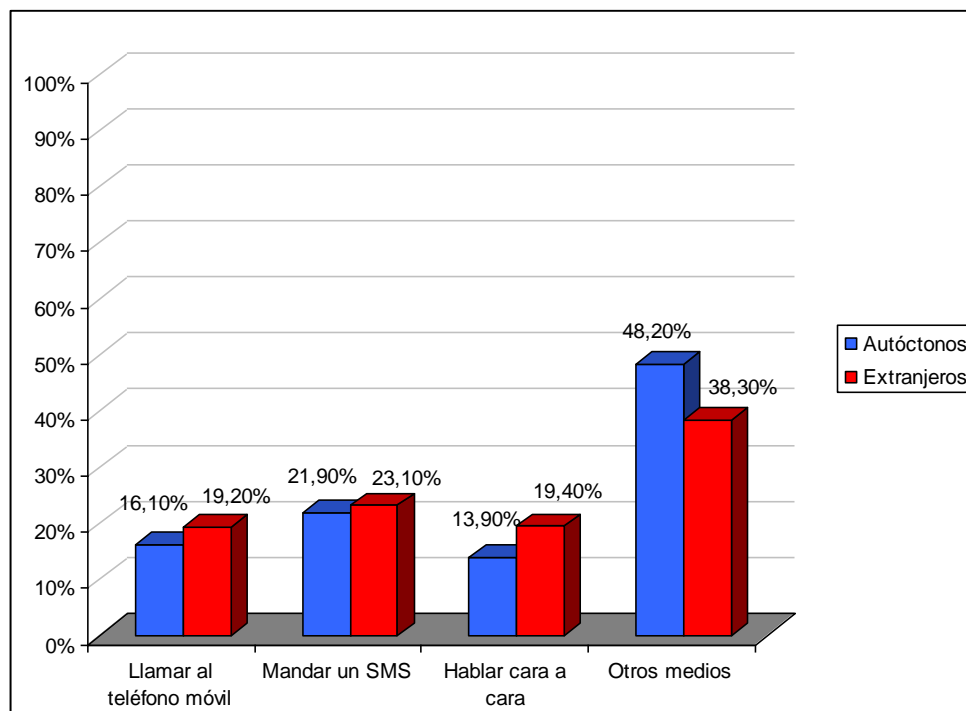
El 41,7% de autóctonos y el 30,7% de extranjeros dedican menos de una hora al uso del teléfono móvil durante los fines de semana. Por otro lado, el 24,6% de autóctonos y el 28% de extranjeros dedican de una a tres horas y el 20,8% de autóctonos y el 25,7% de extranjeros destina más de tres horas durante el fin de semana al uso del teléfono móvil. Un 12,9% de autóctonos y un 15,5% de extranjeros no dedican ninguna hora durante el fin de semana para el uso del teléfono móvil. Al igual que entre semana, los fines de semana también se producen unas diferencias significativas ( $\chi^2= 21,598$ ;  $p=,000$ ).

#### **-Para qué utilizas el teléfono móvil.**

La mayoría de alumnos utilizan el teléfono móvil para hablar con los amigos, suponiendo un 41,7% de los alumnos autóctonos y un 43,7% de los alumnos extranjeros. El 20,1% de los autóctonos y el 26,6% de los extranjeros lo utilizan para hablar con sus familiares. Un 24,2% de los alumnos autóctonos y un 17,4% de los extranjeros utilizan el móvil para enviar y recibir SMS. Por su parte, un 13,9% de autóctonos y un 12,9% de extranjeros lo utilizan para acceder a Internet. De estos datos se obtienen unas diferencias significativas ( $\chi^2= 16,331$ ;  $p=,001$ ).

#### **-Qué hacen para tener una conversación corta con un amigo.**

El 16,1% de autóctonos y el 19,2% de extranjeros llaman al móvil. Por su parte, el 21,9% de autóctonos y el 23,1% de extranjeros prefieren mandar un SMS. El 13,9% de autóctonos y el 19,4% de extranjeros prefieren hablar cara a cara para tener una conversación corta con un amigo, mientras que la mayoría, un 48,2% de alumnos autóctonos y un 38,3% de alumnos extranjeros se decantan por el uso de otros medios para mantener una conversación corta con un amigo. En los resultados de los alumnos que utilizan el móvil para mantener una conversación corta con un amigo se obtienen diferencias significativas ( $\chi^2= 19,925$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 16. Mantener una conversación corta con un amigo**

#### **-Qué hacen para tener una conversación interesante con un amigo.**

La mayoría de alumnos prefieren hablar cara a cara, siendo un 54% de los alumnos autóctonos y un 48,4% de los alumnos extranjeros. El 15,2% de los alumnos autóctonos y el 22,3% de los alumnos extranjeros sin embargo prefieren llamar al teléfono móvil. Un 2,8% de autóctonos y un 4,3% de extranjeros se decantan por mandar un SMS. Por su parte, el 27,9% de autóctonos y el 23,9% de extranjeros prefieren utilizar otros medios para mantener una conversación interesante con un amigo. Al igual que para mantener una conversación corta, para tener una conversación interesante con un amigo se obtienen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2=19,211$ ;  $p=,000$ ).

#### **-Nivel de manejo del teléfono móvil.**

El 56,9% de alumnos autóctonos y el 53,6% de alumnos extranjeros piensan que tienen un nivel avanzado de manejo del teléfono móvil. Además, un 33,7% y un 33,1% de alumnos autóctonos y extranjeros respectivamente creen que su manejo del teléfono móvil es medio. Un 7,6% de alumnos autóctonos y un 8,1% de alumnos extranjeros consideran que su manejo del teléfono móvil es inicial. Un mayor porcentaje de alumnos extranjeros no tiene ningún conocimiento de manejo del teléfono móvil con un 5,2% respecto al 1,8% de autóctonos. Existen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2=21,210$ ;  $p=,000$ ).

### **-Discusiones con la familia por usar el teléfono móvil.**

El 67,7% de alumnos autóctonos y el 61,2% de alumnos extranjeros nunca han tenido discusiones con su familia por usar el teléfono móvil, lo que sumado al 23,3% de autóctonos y el 24,3% de extranjeros que casi nunca han tenido discusiones por usar este medio, se podría decir que las discusiones por el uso de este medio son raras. Aun así, un 6,5% de alumnos autóctonos y un 10,7% de extranjeros piensan que tienen discusiones con sus familiares casi siempre y un 2,4% de autóctonos y un 3,9% de extranjeros piensan que tienen siempre discusiones por usar el teléfono móvil. Existen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2= 15,816$ ;  $p=,001$ ) de los alumnos que tienen discusiones con sus familiares por usar el teléfono móvil.

### **4.3.- Dimensión formativa del uso del teléfono móvil.**

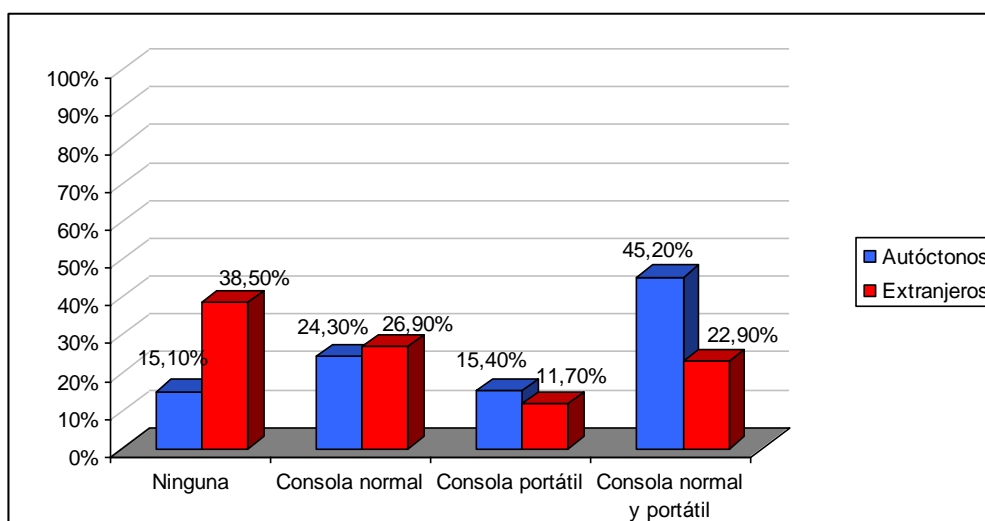
#### **-Cuándo no utilizan el teléfono móvil.**

Un gran número de alumnos, tanto autóctonos (39,5%) como extranjeros (38,5%) afirman no utilizar el teléfono móvil mientras estudia. Por otro lado, un 29,6% de autóctonos y 24% de alumnos extranjeros reconocen dejar de usarlo cuando se acuestan a dormir, seguido de los que no lo utilizan mientras están con la familia en una comida o evento, con unos valores un poco superiores en los extranjeros (21,4%) en comparación con los autóctonos (18,1%). Por su parte, un mayor porcentaje de alumnos extranjeros (16,1%) declara utilizar el móvil en todo momento, siendo del 12,8% en los alumnos de origen autóctono.

### **5.- Consola de videojuegos**

#### **5.1.- Equipamiento y acceso a la consola de videojuegos.**

##### **-Equipamiento de consola de videojuegos.**



**Gráfico 17. Equipamiento de consola de videojuegos**

Atendiendo a los alumnos que no tienen consola de videojuegos, es superior el porcentaje de alumnos extranjeros (38,5%) que el de alumnos autóctonos (15,1%). Al contrario sucede con los alumnos que tienen una consola normal, aunque con una diferencia menos significativa, siendo el 24,3% de alumnos autóctonos y un 26,9% de alumnos extranjeros los que disponen de una de ellas. En cuanto a la consola portátil es superior el número de alumnos autóctonos (15,4%) que disponen de una en comparación con los alumnos extranjeros (11,7%). Con estos resultados se obtienen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2= 170,217$ ;  $p=,000$ ), donde las diferencias son más significativas es en el caso de los que tienen una consola normal y portátil, siendo un 45,2% de los alumnos autóctonos y un 22,9% de los alumnos extranjeros.

#### **-Acceso a Internet de la consola.**

El 49,7% de los alumnos autóctonos y el 60,2% de los alumnos extranjeros no disponen de una consola con acceso a Internet. Además, el 27,6% de los alumnos autóctonos y el 21,1% de los alumnos extranjeros reconocen tener una consola con acceso a Internet pero que no lo utilizan. Un 12,2% de autóctonos y un 87% de extranjeros utilizan el Internet de su consola para jugar online, mientras que un 10,4% de autóctonos y un 10,1% de extranjeros lo utilizan tanto para jugar como para navegar en la red. Existen unas diferencias significativas en función del origen de los alumnos que tienen o no acceso a Internet a través de la consola ( $\chi^2= 19,379$ ;  $p=,000$ ).

### **5.2.- Uso y consumo de la consola de videojuegos.**

#### **-Horas diarias destinadas a jugar a la consola los sábados y domingos.**

El 53,7% de extranjeros y el 44,5% de autóctonos reconocen que no juegan ninguna hora a la consola durante los fines de semana. Por su parte, el 27,7% de autóctonos y el 23,8% de extranjeros lo hace menos de una hora diaria. Un 17,1% de alumnos autóctonos y un 14,6% de alumnos extranjeros juega entre una y tres horas a la consola los fines de semana, y por último, un 10,8% de autóctonos y un 7,8% de extranjeros juega más de tres horas diarias durante estos días. Analizando los resultados, podemos comprobar que existen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 14,713$ ;  $p=,002$ ) de las horas que dedican los alumnos durante los fines de semana al uso de la consola de videojuegos.

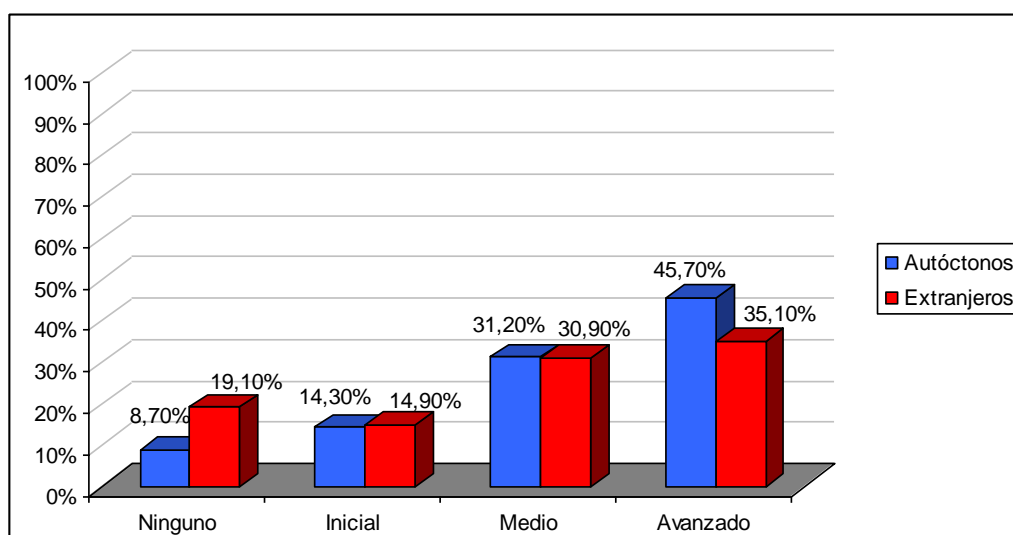
#### **-Tipo de juegos a los que prefieren jugar.**

Los juegos preferidos por los alumnos autóctonos son de deportes y coches en un 28,2% de los casos, de lucha, acción y disparos en un 27,5% y otros juegos como de karaoke o concursos en un 29,5%. Un 14,8% se decanta por juegos de rol, estrategia y simulación. En el caso de los alumnos extranjeros, se decantan principalmente con los juegos de lucha, acción y disparos en un 33% y los de deportes y coches en un 31,9%. El 24,9%

de alumnos extranjeros prefiere otros juegos y el 10,1% prefiere juegos de rol, simulación y estrategia.

#### -Nivel de manejo de la consola de videojuegos.

El nivel de manejo de la consola de videojuegos en general es alto para los alumnos, tanto autóctonos como extranjeros. Aun así, es superior en los alumnos autóctonos, teniendo éstos un nivel avanzado en un 45,7% y un nivel medio en un 31,2%. En el caso de los alumnos extranjeros, el 35,1% tiene un nivel avanzado y el 30,9% un nivel medio. Los alumnos que tienen un nivel inicial son similares en función del origen, siendo un 14,3% de los alumnos autóctonos y un 14,9% de los alumnos extranjeros. El porcentaje de alumnos que no tiene ningún conocimiento del manejo de la consola es superior en los alumnos extranjeros (19,1%) con respecto a los alumnos autóctonos (8,7%). Existen unas diferencias significativas en función del origen del alumnado ( $\chi^2=49,604$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 18. Nivel de manejo de la consola de videojuegos**

#### -Discusiones con la familia por usar la consola de videojuegos.

El 71,2% de los alumnos autóctonos y el 73,9% de los alumnos extranjeros piensa que nunca tiene discusiones con su familia por utilizar la consola de videojuegos. Por otro lado, un 21,3% de alumnos autóctonos y un 15,9% de alumnos extranjeros considera que no discute casi nunca con sus familiares por el uso de la consola. El 5,6% de alumnos autóctonos y el 7,5% de alumnos extranjeros reconoce que casi siempre tiene discusiones con sus familiares por el uso de la consola de videojuegos y un 1,9% de autóctonos y 2,7% de extranjeros piensa que siempre tiene discusiones con su familia por el uso de este medio.

### **5.3.- Dimensión formativa del uso de la consola de videojuegos.**

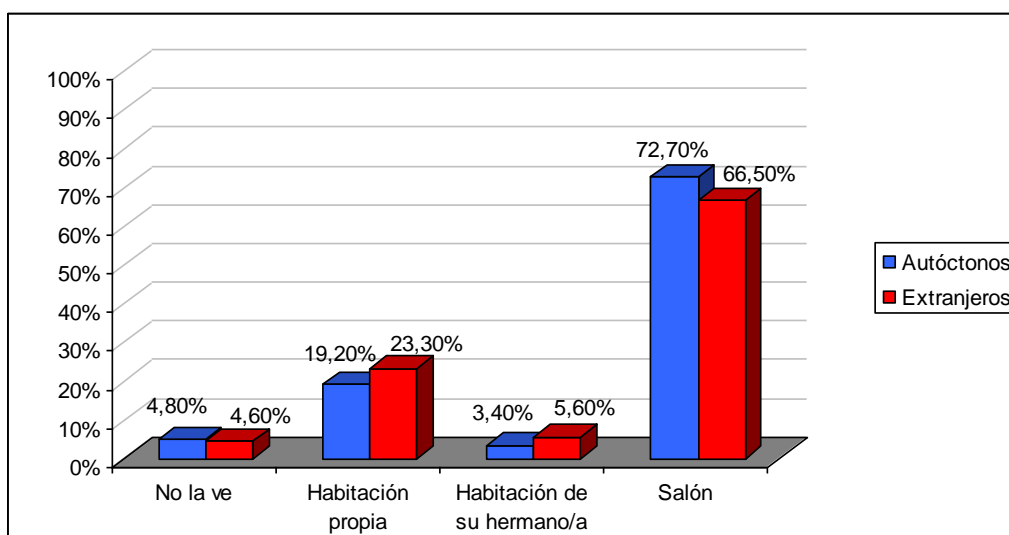
#### **-A qué le quitan tiempo para jugar a la consola.**

Más del 80% de alumnos, tanto autóctonos (83,4%) como extranjeros (81%) reconocen no quitarle tiempo a nada para jugar a la consola. Sin embargo un 9% de alumnos autóctonos consideran que le quitan tiempo a los estudios por jugar a la consola, siendo un poco inferior en los alumnos extranjeros (6,7%). Respecto a quitarles tiempo a los amigos y familiares por jugar a la consola, los valores son ligeramente superiores en el caso de los alumnos extranjeros, donde el 6,9% considera que le quita tiempo a los amigos y el 5,4% a la familia. En el caso de los alumnos autóctonos, tan solo el 3,3% piensa que le quita tiempo a los amigos y el 4,3% que le quita tiempo a la familia por jugar a la consola. Podemos comprobar que existe una significatividad en función del origen de los alumnos ( $\chi^2= 16,757$ ;  $p=,001$ ).

## **6.- Televisión**

### **6.1.- Equipamiento y acceso a la televisión.**

#### **-Dónde suelen ver la televisión.**



**Gráfico 19. Lugar dónde ven la Televisión**

La mayoría de alumnos, tanto autóctonos (72,7%) como extranjeros (66,5%) ven la televisión en el salón de su casa. Por otro lado, un 19,2% de alumnos autóctonos y un 23,3% de alumnos extranjeros prefieren verla en su habitación propia. Un menor porcentaje de alumnos, 3,4% de autóctonos y 5,6% de extranjeros la ven en la habitación de su hermano o hermana. Por su parte un 4,8% de autóctonos y un 4,6% de extranjeros no ven la televisión.

## **6.2.- Uso y consumo de la televisión.**

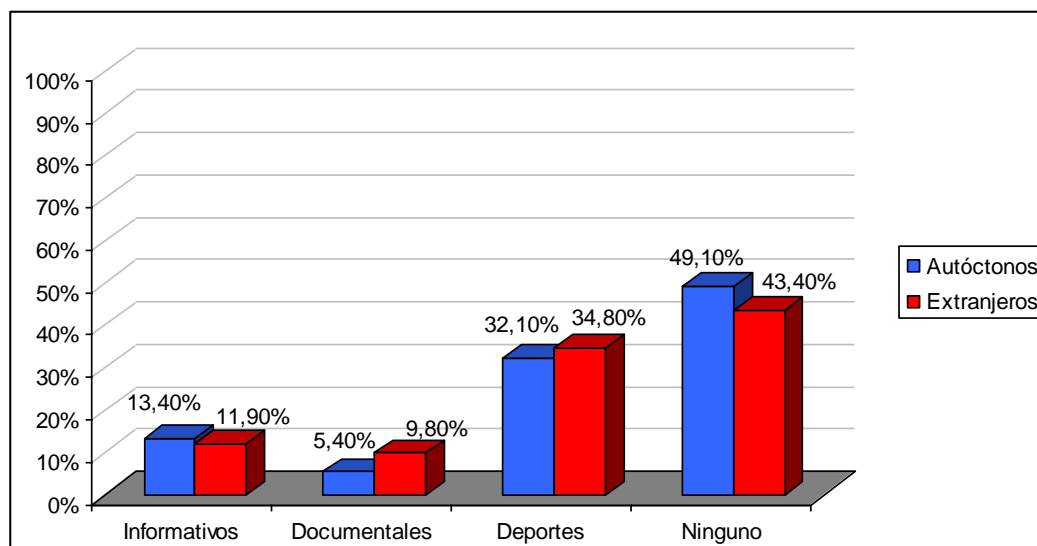
### **-Horas diarias destinadas a ver la televisión entre semana.**

El 45,2% de alumnos autóctonos y el 42,6% de alumnos extranjeros ven la televisión entre una y tres horas al día durante la semana. Además, hay un 22,4% de autóctonos y el 28,8% de extranjeros que reconoce verla más de tres horas diarias los días de semana. Un 29,2% de autóctonos y un 24,6% de extranjeros ven la televisión menos de una hora los días de semana y un 3,2% de autóctonos y 4% de extranjeros no la ve ninguna hora al día.

### **-Horas diarias destinadas a ver la televisión los sábados y domingos.**

El 22,5% tanto de los alumnos autóctonos como de alumnos extranjeros destina menos de una hora diaria a ver la televisión durante los fines de semana. Un mayor número de alumnos autóctonos (41,8%) que de extranjeros (35,1%) considera que ve la televisión entre una y tres horas diarias los fines de semana. Sin embargo, un mayor número de alumnos extranjeros (36,6%) que de alumnos autóctonos (31,2%) ve la televisión más de tres horas diarias durante los fines de semana. Por su parte, un pequeño porcentaje de alumnos, 4,5% de autóctonos y 5,8% de extranjeros no ven la televisión ninguna hora diaria durante los fines de semana.

### **-Programas de televisión que ven con más frecuencia.**

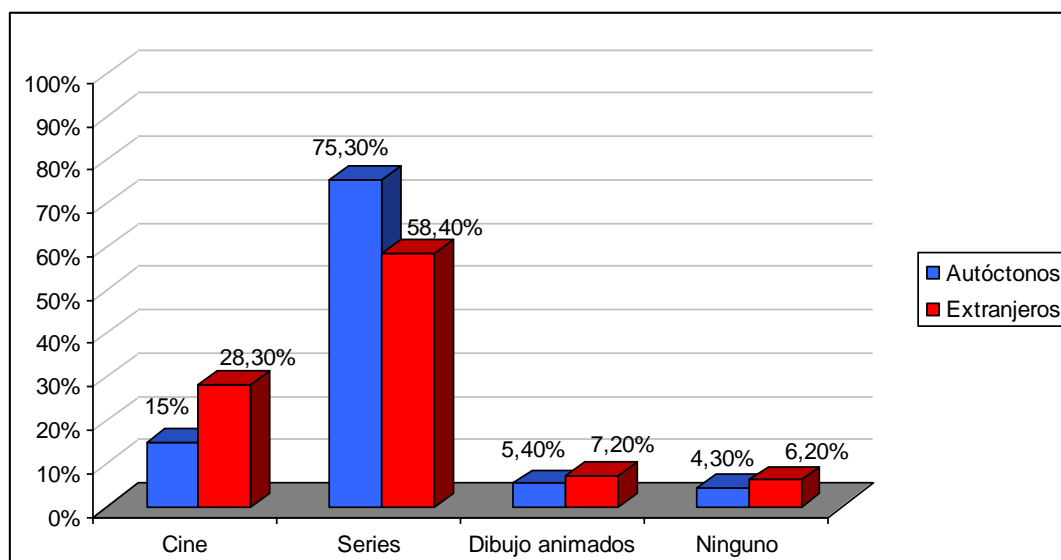


**Gráfico 20. Programas de televisión que ven con más frecuencia 1**

La mayoría de alumnos autóctonos (32,1%) y extranjeros (34,8%), si se tienen que decantar por un programa televisivo, prefieren hacerlo con programas deportivos. Un 13,4% de autóctonos y 11,9% de alumnos extranjeros prefieren ver informativos y un 5,4% de autóctonos y 9,8% de extranjeros prefieren documentales. Aun así, un gran porcentaje de alumnos autóctonos (49,1%) y extranjeros (43,4%) no se decanta por ninguno de estos programas. Existen unas diferencias significativas en función del origen de los alumnos ( $\chi^2= 17,196$ ;  $p=,001$ ).

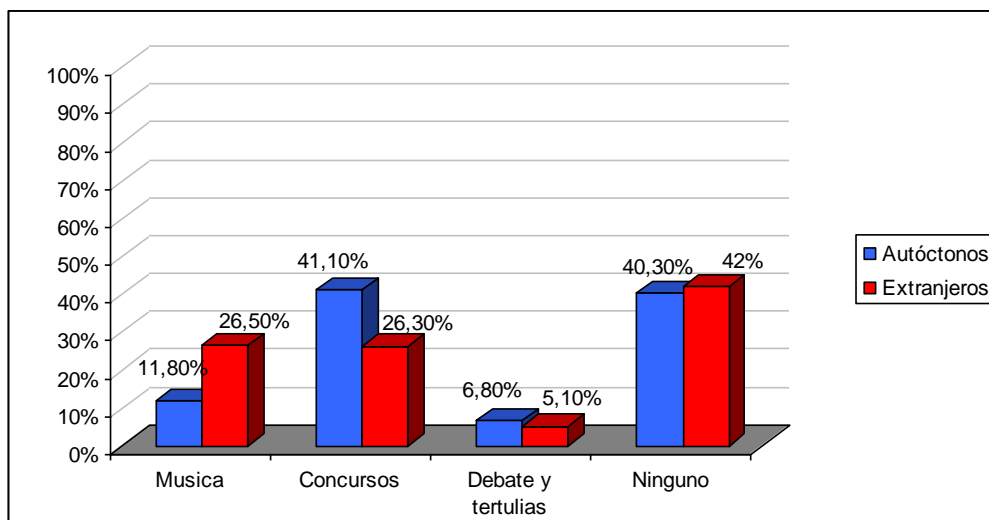


Por otro lado, el 75,3% de alumnos autóctonos y el 58,4% de alumnos extranjeros prefieren ver series de televisión. Sin embargo, los alumnos extranjeros (28,3%) se decantan por ver cine antes que los alumnos autóctonos (15%). Un 5,4% de los alumnos autóctonos y un 7,2% de los alumnos extranjeros ven dibujos animados, y un 4,3% de autóctonos y 6,2% de extranjeros no se decantan por ninguno de estos programas. Al igual que con los otros programas, existen unas diferencias significativas en función del origen de los alumnos ( $\chi^2= 62,222$ ;  $p=,000$ ).



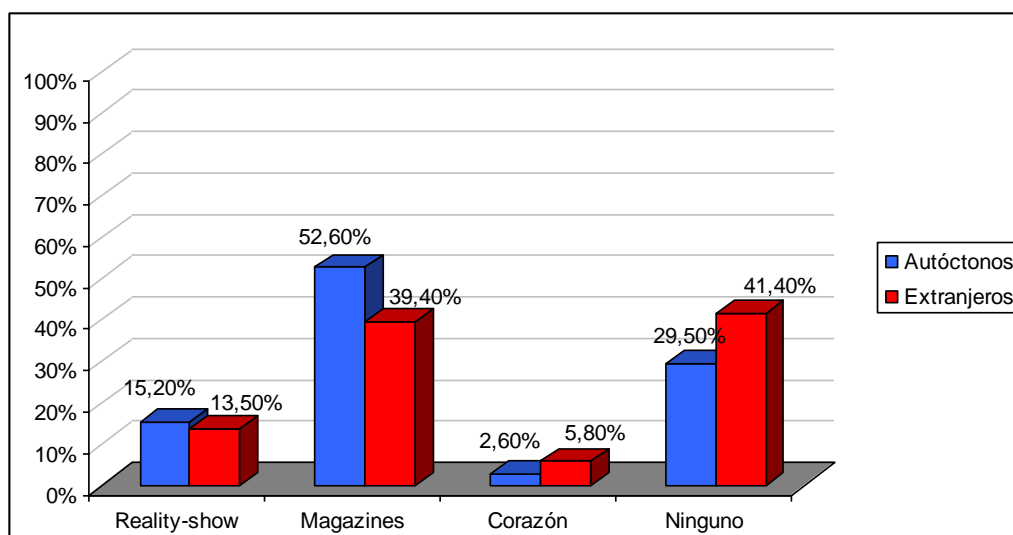
**Gráfico 21. Programas de televisión que ven con más frecuencia 2**

Los alumnos autóctonos se decantan por ver concursos, con un 41,1% frente al 26,3% de alumnos extranjeros. Sin embargo, los alumnos extranjeros se decantan por ver musicales en un 26,5% frente a los autóctonos que lo hacen en un 11,8%. Un pequeño porcentaje de alumnos autóctonos (6,8%) y extranjeros (5,1%) reconocen ver programas de debate y tertulias, mientras que un 40,3% de alumnos autóctonos y 42% de alumnos extranjeros no se decantan por ninguno de estos programas. En este caso también existen diferencias significativas en función del origen de los alumnos ( $\chi^2= 86,407$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 22. Programas de televisión que ven con más frecuencia 3**

A la mayoría de alumnos autóctonos (52,6%) les gusta ver magazines, siendo vistos por un 39,4% de alumnos extranjeros. El 15,2% de alumnos autóctonos y el 13,5% de alumnos extranjeros ven reality-show, y el 2,6% de autóctonos y 5,8% de extranjeros prefieren programas de corazón. Por su parte, un mayor porcentaje de alumnos extranjeros (41,4%) que de alumnos autóctonos (29,5%) no se decantan por ninguno de estos programas. Existen unas diferencias significativas en función del origen de los alumnos ( $\chi^2= 45,608$ ;  $p=,000$ ).



**Gráfico 23. Programas de televisión que ven con más frecuencia 4**

### **-Quién decide el canal que se ven en casa.**

En la mayoría de las familias, tanto autóctonos (42,9%) como extranjeros (48,2%) se decide entre todos lo que ven en la televisión. Aun así, en el 30,3% de las familias autóctonas y el 21,8% de las familias extranjeras el mando lo tiene el padre, en el 8,7% de las familias autóctonas y el 5,8% de las familias extranjeras el mando lo tiene la madre, y en el 18,1% de las familias autóctonas y el 24,2% de las familias extranjeras el mando lo tiene el hijo. Teniendo en cuenta el origen de los alumnos, existen unas diferencias significativas en los resultados ( $\chi^2= 25,020$ ;  $p=,000$ ).

### **-Discusiones con la familia por ver la televisión.**

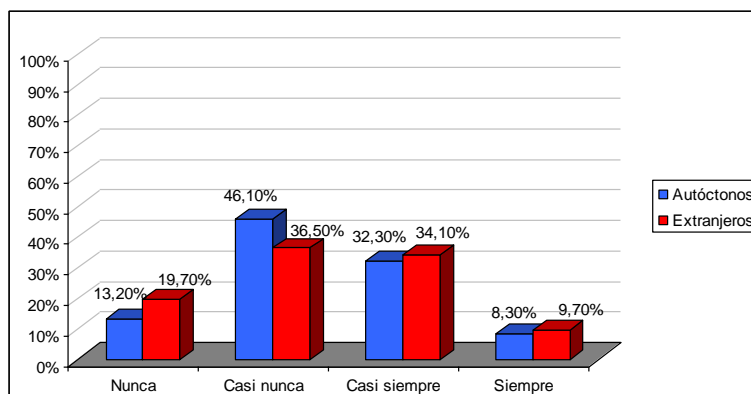
La mayoría de alumnos autóctonos (47,9%) y extranjeros (54,1%) nunca tiene discusiones con su familia por ver la televisión. Además, hay un 35,5% de alumnos autóctonos y un 29% de extranjeros que casi nunca tiene discusiones al respecto. Al contrario sucede con un 13% de autóctonos y un 13,3% de extranjeros que casi siempre tiene discusiones por ver la televisión y un 3,5% de autóctonos y 3,7% de extranjeros que siempre discuten por el uso de este medio.

## **6.3.- Dimensión formativa del uso de la televisión.**

### **-A qué le quitan tiempo para ver la televisión.**

Al igual que con la consola, la mayoría de los alumnos consideran que no le quitan tiempo a nada por ver la televisión, siendo un 78,4% en los alumnos autóctonos y un 71,3% en los extranjeros los que opinan de este modo. Una parte igualada entre autóctonos (11,9%) y extranjeros (10,1%) reconocen quitarle tiempo a los estudios por ver la televisión, siendo un poco superior al caso de la consola. En cuanto a los amigos y familia, al igual que la consola, los extranjeros le quitan más tiempo que los autóctonos, con unos porcentajes de 11,3% a los amigos y 7,3% a la familia. Por el contrario, los autóctonos le quitan tiempo a los amigos por ver la televisión un 3,9% y a la familia un 5,8%. Existen unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 47,745$ ;  $p=,000$ ).

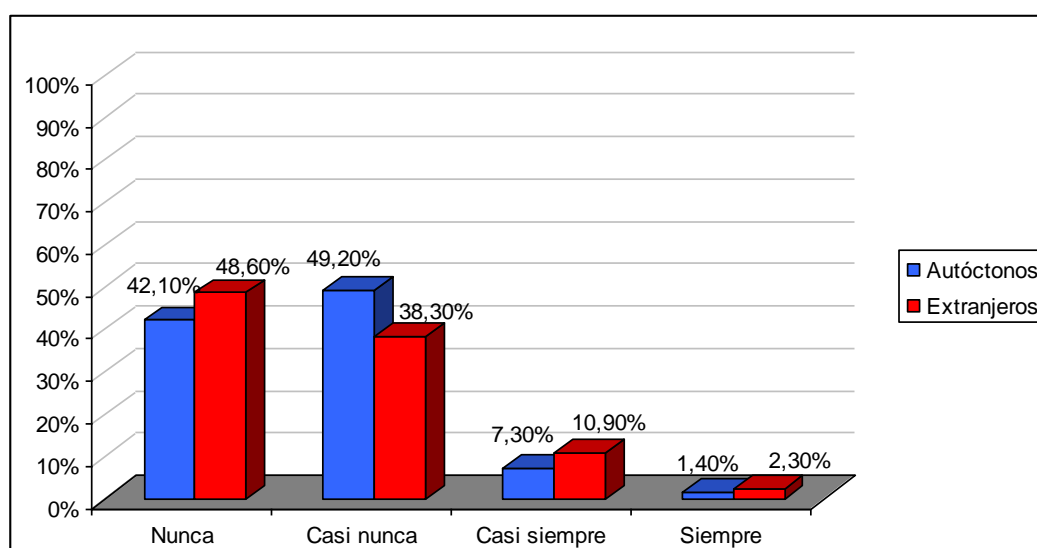
### **- Ayuda de la televisión para aprender.**



**Gráfico 24. Ayuda de la televisión para aprender**

Más de la mitad de los alumnos piensa que la televisión no les ayuda a aprender nunca o casi nunca. Analizando detalladamente, un 13,2% piensa que la televisión nunca les ayuda a aprender y un 46,1% que casi nunca. En el caso de los alumnos extranjeros, los porcentajes cambian, siendo mayor el porcentaje de alumnos que piensa que nunca les ayuda (19,7%) e inferior el de los que casi nunca les ayuda (36,5%). En cuanto a los alumnos que piensan que la televisión sí les ayuda a aprender, los resultados son muy similares en función del origen, habiendo un 32,3% de autóctonos y un 34,1% de extranjeros que piensa que les ayuda casi siempre. Un 8,3% de autóctonos y un 9,7% de extranjeros consideran que la televisión siempre les ayuda en sus aprendizajes. Se pueden apreciar unas diferencias significativas en función del origen ( $\chi^2= 21,177$ ;  $p=,000$ ).

#### -Uso de la televisión por los profesores en sus clases.



**Gráfico 25. Uso de la televisión por los profesores en sus clases**

La respuesta de los alumnos a si sus profesores utilizan la televisión en sus clases es de nunca o casi nunca en la mayoría de los casos. El 42,1% de autóctonos y el 48,6% de extranjeros responden que sus profesores nunca utilizan la televisión para explicar en sus clases. Este resultado unido al 49,2% de autóctonos y 38,3% de extranjeros que responden que casi nunca utilizan la televisión sus profesores, da como resultado que, según más del 80% de los alumnos, sus profesores raramente hacen uso de este medio en clase. Por el contrario, unas cifras muy bajas piensan que sus profesores utilizan la televisión en sus clases siempre o casi siempre, suponiendo el 7,3% de autóctonos y el 10,9% de extranjeros que piensan que la utilizan siempre, y el 1,4% de autóctonos y 2,3% de extranjeros que dicen que la utilizan siempre. Existen diferencias significativas en función del origen de los alumnos ( $\chi^2= 21,921$ ;  $p=,000$ ).

#### Discusión y Conclusiones

De los resultados obtenidos en esta investigación destacamos algunas diferencias y semejanzas que queremos comentar. En primer lugar, en cuanto al equipamiento de medios digitales, hay que destacar que sigue siendo menor en los hogares de alumnos

extranjeros, como se ya comprobó en investigaciones anteriores (Ballesta et al., 2003; Ballesta & Lozano 2007; Lozano & Ballesta, 2004; 2005; 2007). Del mismo modo, en cuanto al equipamiento la diferencia más significativa la encontramos en la consola de videojuegos y sigue afirmándose la preferencia del ordenador sobre los demás medios analizados; si bien, en cuanto al acceso a **Internet** en casa, existe una diferencia importante en la cantidad de equipos siendo menor para el alumnado extranjero. En la dimensión de uso y consumo se observa una semejanza entre todo el alumnado cuando nos referimos a la percepción que ambos grupos tienen sobre el nivel de competencia digital, al reconocer tener una formación autónoma sobre la utilización de Internet, aunque los alumnos autóctonos tienen más ayuda de su familia, en especial de hermanos y amigos y escasa de los docentes.

Al mismo tiempo, la dependencia sobre el consumo de la Red es menor en el alumnado extranjero y, al parecer, no resulta ser motivo de conflicto con la familia, por el tiempo dedicado a su uso. Sin embargo sí son conscientes de que los tiempos dedicados a esta tarea restan dedicación a otras y, muy especial, a los amigos, en comparación con los estudios a la que también le quitan.

En cuanto a las **redes sociales** su consumo se incrementa durante los fines de semana, por lo que llegamos a la conclusión que su finalidad principal está en relacionarse con los amigos. Los alumnos extranjeros participan menos en las redes sociales y cuando lo hacen, mayoritariamente, es en *Facebook*, aunque es mayor el número de contactos que tienen los autóctonos. Al mismo tiempo, más de la mitad de los alumnos consideran que las redes sociales son una ayuda para la mejora de sus relaciones entre los amigos, el alumnado extranjero utiliza la red social de forma diferente interesándole mucho más para conocer gente nueva, para contactar con amigos y compañeros de clase.

El teléfono **móvil** y su uso se ha generalizado a todos los días de la semana, el acceso a Internet desde este dispositivo se ha incrementado por igual pero tienen diferencias entre el alumnado. Los usos del móvil inciden en la comunicación con amigos, aunque más con la familia en el caso de los extranjeros, así como enviar y recibir mensajes.

En cuanto a la **consola**, es el medio menos difundido entre los jóvenes y es superior en el alumnado extranjero, coincidiendo ambos en que es un medio lúdico.

Y merece destacar que el consumo televisivo no ha decrecido y se mantiene en la misma línea de los últimos años; los alumnos ven la **televisión** una media de 1 a 3 horas diarias, aunque se incrementa ligeramente el tiempo dedicado durante los fines de semana y mayor cantidad de alumnos extranjeros la ve entre semana. Respecto al acceso la televisión tiene un carácter familiar, por lo general, ya que la mayoría del alumnado disfruta de este medio en el salón de casa. Las diferencias se constatan en el alumnado extranjero que prefiere ver la televisión en su habitación propia. Esas diferencias también se observan en las preferencias de consumo del alumnado de cada grupo. Sin embargo, sí hay una coincidencia en ambos grupos y es que no es un medio del que esperan que aprendan, a la vez que la mayoría reconocen la escasa o nula utilización que sus profesores hacen de él.

A raíz de estos resultados, nos planteamos que desde el ámbito educativo hay que seguir planteando situaciones integradoras que den respuestas para favorecer un buen uso de estos medios desde una dimensión formativa (Lozano & Ballesta, 2004; Ballesta, 2010).

Los resultados de nuestra investigación evidencian que el acceso, uso y consumo de TIC sigue teniendo, para nuestros adolescentes una finalidad lúdica y está más en función del ocio y el entretenimiento que de la información y el conocimiento (Ballesta, 2012; Ballesta et al., 2012 a,b). Entre las limitaciones de este estudio se encuentra que, solamente, se ha recogido la percepción de los estudiantes en torno a un único instrumento, aunque en otra fase de esta investigación se utilizarán otras técnicas cualitativas para contrastar estos resultados.

En este sentido, consideramos que es urgente que los centros educativos y los docentes favorezcan una mayor implicación del uso formativo de las tecnologías para que se facilite un cambio en la tendencia actual en el consumo que realizan estos jóvenes de los medios digitales (Buckingham & Martínez, 2013). La participación del alumnado junto a las TIC tiene que seguir abordándose reconociendo que la "brecha digital" en el acceso sigue existiendo y dependerá de los contextos sociales y pedagógicos en que esta tecnología se utiliza para repensar el valor del uso y consumo de estos medios (Buckingham, 2007), sin olvidar, al mismo tiempo, la relación escuela-familia-TIC (Lozano et al., 2013; Ballesta & Cerezo, 2011). De este modo, consideramos que es desde la educación formal y con el desarrollo de metodologías activas donde habrá que avanzar para dar una mejor respuesta que facilite conocer, comprender y valorar esta dimensión formativa de los medios que sigue siendo una asignatura pendiente, en nuestro sistema educativo.

Fecha de finalización del artículo: 23 de abril de 2014

Ballesta, J., Lozano, J & Cerezo, M. (2014). El uso y consumo de TIC en el alumnado autóctono y extranjero de Educación Secundaria Obligatoria de la Región de Murcia. *RED, Revista de Educación a Distancia. Número 41. Número monográfico sobre "Interculturalidad en el nuevo paradigma educativo"*. 15 de junio de 2014. Consultado el (dd/mm/aaaa) en <http://www.um.es/ead/red/41>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballesta, J. (Coord.). (2009). *Educar para los medios en una sociedad multicultural*. Barcelona: Davinci.
- Ballesta, J. (2010). Los medios de comunicación y su incidencia en la educación. En I. Cantón, R.E. Valle, A.R. Arias, R. Barcelo y R. Cañón. *Calidad, comunicación e interculturalidad*. Barcelona: Editorial Davinci, pp. 203-213.
- Ballesta, J. & Lozano, J. (2007). Los medios de comunicación, ¿nos igualan o nos diferencian? *Enseñanza*, 25, 45-67.
- Ballesta, J., Gómez, J. A., Guardiola, P., Lozano, J. & Serrano, F. J. (2003). *Los jóvenes y los medios de comunicación. El consumo de medios en jóvenes de secundaria*. Madrid: CCS.

- Ballesta, J., Lozano, J. & Serrano, F. J. (2003). Los jóvenes de Secundaria y el consumo de medios de comunicación en Murcia. *Comunicación y Pedagogía*, 187, 22-36.
- Ballesta, J. & Cerezo, M<sup>a</sup> C (2011). Familia y Escuela ante la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación. *Educación XXI*. 14 (2): 133-156
- Ballesta, J. (Coord.). (2012). *El consumo de medios digitales en el alumnado de Educación Secundaria de la Región de Murcia*. Proyecto de Innovación/Investigación del convenio Universidad de Murcia y Consejería de Educación, Formación y Empleo. Convocatoria P. III. 2009. Informe de investigación.
- Ballesta, J; Lozano, J; Alcaraz, S & Cerezo, M. (2012a). Acceso y uso de pantallas en adolescentes: teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión. En M., Estebanell y F.,García (Eds.) *XX Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa.*( pp. 77-85). Girona: Universitat de Girona.
- Ballesta, J; Lozano, J; Alcaraz, S & Cerezo, M. (2012b). Consumo de Internet y redes sociales en al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. En En M., Estebanell y F.,García (Eds.) *XX Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa.* (pp.69-76). Girona: Universitat de Girona.
- Buckingham, D. & Martínez, J.B. (2013). Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar*, 40, XX, 10-14.
- Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55.
- Buckingham, D. (2008). Digital culture, Media education and the Place of Schooling. Recuperado el 10 de septiembre de 2011 de [www.childrenyouthandmediacentre.co.uk](http://www.childrenyouthandmediacentre.co.uk)
- Lozano, J. & Ballesta, J. (2004). El acceso a la información de los jóvenes inmigrantes de Secundaria en la Región de Murcia. *Boletín de la ANABAD*, 54(1-2), 141-162.
- Lozano, J. & Ballesta, J. (2005). El consumo de medios de comunicación en los jóvenes de educación secundaria obligatoria de la región de Murcia. En J. A. Ortega, *El profesorado ante el reto de las nuevas tecnologías en la sociedad del conocimiento* (pp. 322-342) Granada: Universidad de Granada.
- Lozano, J., Ballesta, J., Alcaraz, S. & González, N. (2012). Uso y consumo de medios digitales del alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, en segundo ciclo de Educación Secundaria. En Contrina, M, y García, M. (Ed.), *Prácticas en Educación Inclusiva: diálogos entre Escuela, Ciudadanía y Universidad* (pp. 1235-1244). Cádiz: Universidad de Cádiz.
- Lozano, J., Ballesta, J., Alcaraz, S, & Cerezo, M. (2013). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la relación familia-escuela. *Revista Fuentes*, 13, 173-192.

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- Rubio, A. (Dir.) (2009). *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*. Madrid: Injuve.
- Sádaba, C. & Bringué, X (2009). *La Generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Ariel-Fundación Telefónica.
- Sánchez, A & Fernández, M<sup>a</sup> P., (2010). *Informe Generación 2.0: Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. Madrid: Universidad Camilo José Cela.