

LOS JÓVENES Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

José Ignacio Urquijo Valdivielso

Sociólogo

urkival@telefonica.net

Nacido en Laudio – Llodio (Álava, el 2 de agosto de 1960) Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca. Diplomado en Teología y con estudios de Derecho por la Universidad de Deusto. Es profesor de Enseñanzas Medias en el IES Hernández Pacheco de Cáceres. Vicepresidente de la Asociación de Ciencias Sociales de Extremadura (ACISE) y director de su revista “Almenara”. Profesor de Antropología Filosófica, y de Pedagogía y Didáctica en el Instituto Superior de Ciencias Religiosas Santa María de Guadalupe (UPSA). Realizados los Cursos de Doctorado en Psicología y Sociología de la Educación en la Uex en el bienio 96/98. Ha ejercido como Profesor – Tutor de Sociología en la UNED en el Centro Asociado de Plasencia, ha llevado a cabo diversas investigaciones en el campo sociológico y varias ponencias sobre el mundo educativo, sobre la inmigración en Cáceres y sobre la cooperación al desarrollo de los países del sur. Fue miembro del primer Consejo Asesor para la Cooperación con el Tercer Mundo de la Junta de Extremadura, así como del Consejo Asesor para la Cooperación con el Tercer Mundo del Ayuntamiento de Cáceres. Fruto de su labor con las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo fue su libro sobre cooperación internacional desde Extremadura: “Un nuevo Milenio, dos viejos mundos”, editado en el año 2000, en Cáceres, por la Asociación de Derechos Humanos de Extremadura y la Consejería de Bienestar Social.

Resumen:

El objetivo de este artículo es explorar la forma en que nuestros jóvenes extremeños utilizan las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC). Para ello se han pasado encuestas y entrevistado alumnos de Enseñanza Medias en varios IES de la ciudad de Cáceres. El perfil del uso juvenil de las TIC que nos da el estudio es equilibrado y, en general, de un uso creciente pero responsable.

Palabras Clave:

Jóvenes extremeños, Cáceres, Tecnología de la Información y Comunicación, Enseñanzas Medias, Internet, Teléfonos móviles.

Abstract:

The aim of this paper is to explore how our young Extremadura using new technologies of information and communication technologies (ICTs). This has been past surveys and interviewed high school students in several HEIs in the city of Caceres. The profile of juvenile use of ICT gives us the study is balanced and, in general, but increasing use responsibly.

Keywords:

Young Extremadura, Cáceres, Information Technology and Communication, Secondary Education, Internet, Mobile Phones.

INTRODUCCIÓN

Un perfil inicial de los jóvenes extremeños según el estudio realizado por el Consejo de la Juventud de Extremadura (CSJEx) ³⁵ en colaboración con el Instituto de Consumo es: los jóvenes extremeños son ahorradores, puesto que ocho de cada diez aseguran que reservan una parte de su asignación para poder comprar algo más caro; conformistas, ya que no reclaman si no les satisface la compra, y abusan del teléfono móvil -más del 80% lo usa a diario y es la primera prioridad del gasto para la mayoría-

El 90% de los niños y adolescentes españoles que acude a la red lo hace con el fin de comunicarse con amigos de su entorno de manera ágil e instantánea, según un estudio realizado a jóvenes de edades comprendidas entre los 12 y los 17 años de edad, por Nielsen/NetRatings, compañía especializada en la medición de audiencias en Internet. Además otro estudio reciente de Nielsen nos dice que los jóvenes españoles prefieren Internet a la televisión.³⁶

Un significativo grupo de jóvenes ha abandonado la televisión por Internet, lo que ha repercutido en la expansión de las redes sociales. Tuenti es la red que ha experimentado un mayor crecimiento exponencial en España, por encima de Facebook hasta la fecha de este estudio, aunque la potencia de Facebook hace prever su rápido crecimiento y consolidación también en España. Las dos redes sociales, Tuenti y Facebook, sirven a fin de cuentas para lo mismo: interactuar con otros sujetos. La diferencia es que Tuenti ha conseguido el éxito con otro tipo de ingredientes: aglutina un público más joven (adolescente) que Facebook, es de utilización muy simple, sus perfiles no aparecen en buscadores y hay una apuesta por el fenómeno local, de hecho la empresa se define como una tecnológica española, mientras que Facebook se dirige a un usuario más maduro y nacido en los USA está prácticamente en todos los países del mundo.

Nosotros nos centraremos en dos aspectos fundamentales: teléfono móvil e internet, y para averiguar cómo utilizan nuestros jóvenes extremeños las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) hemos procedido a hacer una investigación en dos centros de Enseñanza Secundaria y Bachillerato de Cáceres: IES Norba Caesarina e IES Profesor Hernández Pacheco. Se realizaron 150 encuestas y 15 entrevistas en los niveles de 4º de ESO (15 años), 1º de Bachillerato (16 años) y 2º de bachillerato (17 – 18 años). Consideramos que se trata de una muestra suficiente para los fines explorativos de este trabajo, esto es: obtener algunos indicios de cómo los jóvenes extremeños consideran y utilizan la tecnología de la información y la comunicación actual.

El trabajo de campo se realizó en los meses de enero y febrero de 2010. Los cursos a los que se encuestó y los jóvenes a quienes se entrevistó fueron escogidos aleatoriamente.

La encuesta consta de 5 apartados:

Sobre el teléfono móvil.

El teléfono móvil y las relaciones sociales.

El teléfono móvil como accesorio de moda.

³⁵ Estudio presentado por el Consejo de la Juventud de Extremadura (CSJEx) en colaboración con el Instituto de Consumo en febrero de 2009. <http://www.juventudextremadura.com/>

³⁶ Datos ofrecidos por Nielsen Online: <http://www.nielsen-online.com/intl.jsp?country=es>

Internet y la actividad académica.

Cambios sociales e internet.

Iremos poniendo el perfil que nos da la encuesta (apoyados por las entrevistas) en cada sección y al final las preguntas realizadas y los porcentajes de las respuestas.

I. SOBRE EL TELÉFONO MÓVIL

Perfil de los jóvenes y el teléfono móvil:

En esta sección los jóvenes nos contestan –de forma mayoritaria: 78'5%- que tener un móvil es indispensable en la actualidad, y además que debe estar encendido en todo momento (47'7%), aunque son casi tantos los que opinan que no debe estar siempre encendido (44'8%).

Esa misma división de opinión se nos muestra en la pregunta sobre si pueden salir de casa sin su teléfono: aunque son mayoría los que pueden salir sin el móvil (49'2%) son casi tantos los que si pueden (47'5%)

Claramente responden que no pueden estar sin móvil durante un largo periodo de tiempo y que no lo usan sólo para comunicarse sino –como nos dicen en las entrevistas- para escuchar música y radio, ver videos y fotos, jugar, hacer fotografías, bajarse imágenes, consultar la hora, etc.

El móvil no es garantía de intimidad en su casa (56%), de lo que se deduce que gozan de intimidad y espacio propio en casa habitualmente; aunque hay un grupo importante (31'5%) que sí opina que es su única garantía de intimidad.

Por último nuestros jóvenes piensan mayoritariamente que el móvil no debe prohibirse en ningún sitio (71'1%)

Aunque en las entrevistas matizan esto último diciendo que en determinados momentos y lugares hay que poner el móvil en modo de “silencio”.

Es una rotunda mayoría la que piensa que el tener móvil y usarlo sin apenas restricciones es un derecho inalienable (confirmado en las entrevistas)

A continuación ponemos las preguntas y los resultados de esta primera sección:

1. Tener un móvil es indispensable en la actualidad:

Muy de acuerdo: 25% / De acuerdo: 53'5% / No sé: 6'5% / En desacuerdo: 13'5% / En total desacuerdo: 1'5%

Total acuerdo: 7'65%

Total desacuerdo: 15%

2. El móvil debe estar encendido en todo momento:

Muy de acuerdo: 9% / De acuerdo: 35'8% / No sé: 7'5% / En desacuerdo: 39'4% / En total desacuerdo: 8'3%

Total acuerdo: 44'8%

Total desacuerdo: 47'7%

3. No puedo salir de casa si no tengo el móvil:

Muy de acuerdo: 10'8% / De acuerdo: 36'7% / No sé: 3'3% / En desacuerdo: 36'7% / En total desacuerdo: 12'5%

Total acuerdo: 47'5%

Total desacuerdo: 49'2%

4. Puedo estar sin usar el móvil un largo período de tiempo:

Muy de acuerdo: 25% / De acuerdo: 31'5% / No sé: 14% / En desacuerdo: 21'5% / En total desacuerdo: 8%

Total acuerdo: 56%

Total desacuerdo: 29'5%

5. Uso el teléfono móvil únicamente para comunicarme:

Muy de acuerdo: 13'2% / De acuerdo: 28'5% / No sé: 2'5% / En desacuerdo: 42'6% / En total desacuerdo: 13'2%

Total acuerdo: 41'7%

Total desacuerdo: 55'8%

6. Hago uso del móvil incluso cuando estoy en casa, porque es mi única garantía de intimidad:

Muy de acuerdo: 6'5% / De acuerdo: 25% / No sé: 12'5% / En desacuerdo: 32'5% / En total desacuerdo: 23'5%

Total acuerdo: 31'5%

Total desacuerdo: 56%

7. El teléfono móvil debería prohibirse en espacios públicos, tales como restaurantes, conciertos, salas de exposición, salas de conferencias, museos, etc. Muy de acuerdo: 4'4% / De acuerdo: 14% / No sé: 10'5% / En desacuerdo: 28'9% / En total desacuerdo: 42'2%

Total acuerdo: 18'4%

Total desacuerdo: 71'1%

II. TELÉFONO MÓVIL Y RELACIONES SOCIALES

Perfil de los jóvenes: su móvil y sus relaciones sociales:

Aunque pareciera que nuestros jóvenes se pasan el día mandando SMS la realidad no es esa. Para ellos es mucho más importante la convivencia familiar, estando en casa, que la relación con amigos mediante los mensajes de móvil (85'9%)

La mayoría (55%) envía sólo uno o dos mensajes al día, incluso hay un respetable 10% que no envía ninguno diariamente. Sí hay un porcentaje importante: el 30 % que envía 3 o 4, y otro grupo de 10% que mandan al día de 5 a 10 mensajes. Como vemos hay un grupo grande que sí manda SMS abundantes pero bastante por debajo de la mayoría que hace un uso más austero del envío de mensajes.

Ese envío moderado de mensajes de la mayoría sube mucho en los fines de semana –momento en que acrecientan sus salidas y encuentros con los amigos y conocidos- siendo un 72% de los jóvenes que envían entre 4 y 10 SMS en el fin de semana. Y es que la mayoría (64%) están de acuerdo que disponer de un teléfono móvil le facilita las relaciones con al gente de su edad. En las entrevistas nos comentaban

cómo tener el móvil a punto el fin de semana les ayudaba a saber el cambio de planes de los amigos, el retraso al quedar, distinto punto de reunión a última hora o cualquier otro suceso imprevisto.

Sin embargo no está tan claro que el móvil les sirva como medio para acceder a personas con las que difícilmente se relacionarían cara a cara, ya que un 45% dicen que no pero seguidos muy de cerca por los que responden sí a la pregunta (un 42%). Siendo un grupo muy numeroso (12'5%) el que duda y no sabe si les facilita o no. Tal vez la división de opiniones provenga de la timidez o extroversión de los consultados...

A continuación ponemos las preguntas y los resultados de esta segunda sección:

8.a) Dedico más tiempo al envío de SMS y otros usos del teléfono móvil que a la convivencia familiar

Muy de acuerdo: 1'6% / De acuerdo: 5'2% / No sé: 7'3% / En desacuerdo: 37'4% / En total desacuerdo: 48'5%

Total acuerdo: 6'8%

Total desacuerdo: 85'9%

8.b) ¿Cuántos SMS envías diariamente?

0: 10% 1 o 2: 55% 3 o 4: 30% Más de 5 hasta 10: 5%

8.c) ¿Cuántos SMS envías los fines de semana? 0: 0'5%, 1 o 2: 37% 3 o 4: 38% Más de 5 hasta 10: 24'5%

9. Disponer de un teléfono móvil me facilita las relaciones con gente de mi edad

Muy de acuerdo: 18'3% / De acuerdo: 45'9% / No sé: 10% / En desacuerdo: 17'5% / En total desacuerdo: 8'3%

Total acuerdo: 64'2%

Total desacuerdo: 25'8%

10. El teléfono móvil es una forma de acceder a otras personas con las que difícilmente me relacionaría cara a cara.

Muy de acuerdo: 12'5% / De acuerdo: 30% / No sé: 12'5% / En desacuerdo: 27'5% / En total desacuerdo: 17'5%

Total acuerdo: 42%

Total desacuerdo: 45%

III. EL TELÉFONO MÓVIL COMO ACCESORIO DE MODA

Perfil de los jóvenes y la moda del móvil:

Los jóvenes consultados opinan que el teléfono móvil no es un símbolo de estatus social (64'26%), aunque es numeroso el grupo (16'85%) que no lo sabe con certeza.

Respecto a la pregunta de si el móvil es un accesorio de moda hay un empate, pues son un 44'8 los que responden que sí y el mismo porcentaje los que responden que no. Prácticamente la misma división se dio respecto a esta pregunta en las entrevistas realizadas.

Son mayoría (57'57%) los que piensan que no tener móvil no es ser una persona anticuada, aunque en las entrevistas dejaron claro que no conciben la vida actual sin tener y utilizar el móvil.

Tampoco ven necesario (el 54'76%) tener lo más avanzado en tecnología en su móvil, pero mediante las entrevistas pudimos comprobar cómo la mayoría lo deseaba y, si podía, tenía y utilizaba las últimas innovaciones tecnológicas para teléfonos móviles.

Los jóvenes están rotundamente de acuerdo (73'75%) en que el teléfono móvil no forma parte de su imagen, sólo un 10'47% opinan que sí. Su imagen es, según las entrevistas realizadas, algo más inherente a su personalidad y a su forma de ver la vida, tienen las cosas claras: el móvil es para ellos un instrumento muy importante pero no forma parte de su imagen.

A continuación ponemos las preguntas y los resultados de esta tercera sección:

11. El teléfono móvil es un símbolo de estatus social

Muy de acuerdo: 1% / De acuerdo: 17'89%/ No sé: 16'85%/ En desacuerdo: 43'18% / En total desacuerdo: 21'08%

Total acuerdo: 18'89%

Total desacuerdo: 64'26%

12. El teléfono móvil es un accesorio de moda

Muy de acuerdo: 11'45% / De acuerdo: 33'35% / No sé: 10'40 / En desacuerdo: 31'25% / En total desacuerdo: 13'55%

Total acuerdo: 44'8%

Total desacuerdo: 44'79%

13. Si no se tiene un teléfono móvil eres una persona anticuada:

Muy de acuerdo: 2'12% / De acuerdo: 27'65% / No sé: 10'66 / En desacuerdo: 37'23% / En total desacuerdo: 22'34%

Total acuerdo: 29'77%

Total desacuerdo: 59'57%

14. El teléfono móvil que poseo debe tener lo más avanzado en tecnología, como acceso a Internet, cámara fotográfica o música:

Muy de acuerdo: 11'57% / De acuerdo: 23'15% / No sé: 10'52% / En desacuerdo: 36'87% / En total desacuerdo: 17'89%

Total acuerdo: 34'72%

Total desacuerdo: 54'76%

15. El teléfono móvil es parte de mi imagen

Muy de acuerdo: 1% / De acuerdo: 9'47% / No sé: 15'78 / En desacuerdo: 39% / En total desacuerdo: 34'75%

Total acuerdo: 10'47%

Total desacuerdo: 73'75%

IV. INTERNET Y LA ACTIVIDAD ACADÉMICA

Perfil de los jóvenes y su uso de internet para la actividad académica:

Parece que internet es la principal y primera fuente de ayuda, consulta e información de los jóvenes ya que a la mayoría (63%) le resulta difícil resolver una tarea escolar sin internet; pero al menos verifican la

información consultada con otras fuentes (63%), leen la información por completo antes de usarla (74%) y sacan sus propias conclusiones (71%)

Pese a este uso de internet para sus tareas escolares no están nada seguros de si un trabajo hecho con información obtenida de internet es igual o mejor que el realizado utilizando otras fuentes de información, pues un tercio se decanta por el sí, otro tercio por el no y casi otro tercio no sabe a qué atenerse, están bastante inseguros en esta opinión, aunque eso no evita que utilicen la red con profusión.

Respecto a ello lo hacen por que valoran –según los entrevistados- la rapidez, facilidad y amplitud de resultados en la búsqueda por internet. Y eso es así a pesar de que la mayoría (57%) no considera fiable internet como medio de búsqueda de información académica.

Es un contrasentido que se acentúa cuando los jóvenes nos responden que son muy conscientes (83%) de que internet fomenta la piratería y la copia fraudulenta de trabajos escolares.

Sin embargo a la hora de leer libros y revistas la cosa cambia pues la mayoría (60%) prefiere el papel impreso.

A continuación ponemos las preguntas y los resultados de esta cuarta sección:

16. Me es difícil resolver una tarea si no tengo Internet

Muy de acuerdo: 3'4% / De acuerdo: 24% / No sé: 9'6% / En desacuerdo: 53'8% / En total desacuerdo: 9'2%

Total acuerdo: 27'4%

Total desacuerdo: 63%

17. Al hacer una investigación en Internet compruebo la veracidad de la información obtenida consultando otras fuentes

Muy de acuerdo: 9'2% / De acuerdo: 53'8% / No sé: 9'2% / En desacuerdo: 21'5% / En total desacuerdo: 6'3%

Total acuerdo: 63%

Total desacuerdo: 27'8%

18. Al hacer una tarea usando información de Internet siempre leo el documento completo antes de utilizar dicha información

Muy de acuerdo: 15'6% / De acuerdo: 58'4% / No sé: 9% / En desacuerdo: 17% / En total desacuerdo 0

Total acuerdo: 74%

Total desacuerdo: 17%

19. Siempre que hago una tarea en Internet leo el documento y después saco mis propias conclusiones sobre el mismo.

Muy de acuerdo: 13'3% / De acuerdo: 57'7% / No sé: 7'6% / En desacuerdo: 18'4% / En total desacuerdo: 3%

Total acuerdo: 71%

Total desacuerdo: 21'4%

20. Internet es la primera fuente de información que consulto al hacer una investigación académica

Muy de acuerdo: 32'5% / De acuerdo: 36'9% / No sé: 3% / En desacuerdo: 24'6% / En total desacuerdo: 3%

Total acuerdo: 69'4%

Total desacuerdo: 27'6%

21. La calidad de un trabajo hecho con información obtenida de Internet es igual o mejor que la de un trabajo hecho con otros medios de información

Muy de acuerdo: 8'3% / De acuerdo: 27'1% / No sé: 29'3% / En desacuerdo: 23'8% / En total desacuerdo: 11'5%

Total acuerdo: 35'4%

Total desacuerdo: 35'3%

22. Es más interesante leer artículos en Internet que en medios impresos como libros o revistas

Muy de acuerdo: 0 / De acuerdo: 20% / No sé: 20% / En desacuerdo: 38'5% / En total desacuerdo: 21'5%

Total acuerdo: 20%

Total desacuerdo: 60%

23. Internet es un medio de información altamente fiable

Muy de acuerdo: 3% / De acuerdo: 23% / No sé: 17% / En desacuerdo: 46% / En total desacuerdo 11%

Total acuerdo: 26%

Total desacuerdo: 57%

24. El uso de Internet fomenta la piratería y la copia fraudulenta de trabajos.

Muy de acuerdo: 44'61% / De acuerdo: 38'4% / No sé: 9'4% / En desacuerdo: 4'6% / En total desacuerdo: 3%

Total acuerdo: 83%

Total desacuerdo: 7'6%

V. CAMBIOS SOCIALES E INTERNET

Antes de ver el perfil de los jóvenes en este apartado es conveniente que hagamos una breve introducción a las redes sociales virtuales en internet.

El fenómeno de las redes sociales en internet es enorme, en crecimiento constante y de reciente aparición. Su éxito es debido a la posibilidad inmediata de formar parte de un grupo con quien compartir (con palabra e imagen) intereses, ocio, preocupaciones y necesidades, y esto de manera global, sin distancias ni esperas en el tiempo, rompiendo el aislamiento y reforzando la pertenencia a un grupo concreto.

De las muchas redes sociales virtuales existentes vamos a hacer una reseña de las tres que consideramos más importantes en España, dos son de alcance mundial: Facebook y Fotolog y otra nacional: Tuenti. También lo haremos de Youtube, en este caso como complemento a las redes sociales, ya que tiene suficiente entidad e importancia por si mismo.

Facebook: fue creada en USA (Harvard) en el 2003 por Mark Zuckerberg (nacido en 1984) que es su actual jefe ejecutivo. Lidera el mundo de las redes sociales y tiene ya quinientos millones de usuarios. Hasta el 2008 estaba solo en USA, Canadá y Gran Bretaña, pero a partir de ese año entró en una mayor expansión al hacerse en español, alemán y francés. En España el número de usuarios es de 5 millones de personas y el perfil de sus usuarios es de mayores de 30 años, predominando universitarios.

Tuenti: creada en el 2006 en España (Madrid) por Zary Dentzel (universitario de USA que llegó a España mediante un intercambio que le llevó a Cabeza del Buey, Badajoz) y junto a los españoles Félix Ruiz,

Joaquín Ayuso, Adeyemi y Kenny Brendley. Tuenti está cercana a los 5 millones de usuarios en España. Sus usuarios son mayoritariamente jóvenes escolares y universitarios. Su partner es el famoso Youtube.

Youtube: web que permite compartir vídeos digitales y que fue fundada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim (California, USA), es ahora propiedad de Google. Según la consultora especializada en mediciones de tráfico en la red "Nielsen" 37, Youtube superó en febrero de 2010 los catorce millones de usuarios en España. Casi el 50 % de los vídeos que circulan por la red en todo el mundo se ven en Youtube. En YouTube se suben y se reproducen diariamente dos mil millones de vídeos. 38

Fotolog: Fotolog.com fue creado también en USA por Scott Heifernan y Adam Seifer, en 2002, tiene casi 32 millones de usuarios en el mundo (mayoritariamente adolescentes y jóvenes). Es el mayor blog fotográfico, de los muchos existentes, donde los usuarios comparten fotos (910 millones de fotos) y comentarios con sus amigos.39

Perfil de los jóvenes en su uso social de internet:

Aunque la mayoría (50'3%) no considera que conectarse a internet sea primordial en su vida diaria, un amplio y numeroso grupo del 42'8% si lo cree así. Esta tendencia puede que vaya en aumento siguiendo las líneas generales de nuestra sociedad donde crece, día a día, el uso de internet para multitud de cuestiones de la vida diaria: desde consultar la meteorología o la cuenta bancaria hasta una búsqueda de teléfonos o un restaurante donde cenar...

Pese al incremento del uso de internet las relaciones sociales cara a cara no son sustituidas por la comunicación por chat o foros, porque la mayoría de los jóvenes de nuestra encuesta (80'3%) prefiere salir con sus amigos. Eso es lo que les hace más amigos, más sociables y no la comunicación por internet que es consecuencia de esa amistad.

De ahí que no se pasen el día chateando, y el 66% se conecta para ello menos de una hora o hasta una hora como máximo.

Siguiendo el aumento global de participación en redes sociales nuestros jóvenes tienen perfil en Tuenti de manera abrumadora (88%) y entran en Tuenti –tengan o no perfil. En un porcentaje del 84%.

A eso lo supera el uso de Youtube que consigue un 87'7% de jóvenes usuarios de nuestro estudio, aunque son mayoría los que sólo ven vídeos porque únicamente un 23% sube vídeos a Youtube .

Facebook es claramente identificado como una red más adulta y solamente un 10% entra en esta red, siendo la inmensa mayoría del 90 % que no entra. Respecto del uso de Fotolog es también reducido siendo sólo un 22% de los jóvenes encuestados el que lo utiliza.

En la última pregunta de la encuesta se les pide clasificar según el orden de importancia las tareas que realizas en Internet:

Contestan con muchas variaciones pero agrupando respuestas nos da que:

El primer lugar en importancia lo comparten el chat/foro -Tuenti por abrumadora mayoría- y realizar trabajos de clase.

37 <http://es.nielsen.com/site/index.shtml>

38 http://www.youtube.com/t/fact_sheet

39 Todos los datos referidos a las webs de redes sociales son de noviembre de 2010

Siguen, muy de cerca, las descargas de música y películas.

Y por último la lectura de prensa y revistas.

A continuación ponemos las preguntas y los resultados de esta quinta sección:

25. Conectarme a Internet es una actividad primordial en mi vida diaria

Muy de acuerdo: 16'8% / De acuerdo: 26% / No sé: 6'9% / En desacuerdo: 36'9% / En total desacuerdo: 13'4%

Total acuerdo: 42'8%

Total desacuerdo: 50'3%

26. El uso de la Internet me ayuda a ser más sociable. Pienso que chatear con amigos es más interesante que hablar con ellos en persona.

Muy de acuerdo 1'6% / De acuerdo: 7'6% / No sé: 10'5% / En desacuerdo: 49% / En total desacuerdo: 31'3%

Total acuerdo: 9'2%

Total desacuerdo: 80'3%

27. Frecuencia con que te conectas diariamente a Internet para chatear

Menos de una hora: 33% 1 hora: 33% de 2 a 4 horas: 33'2% de 5 a 6 horas 0'8%

Total menos de 1 hora y hasta 1 hora: 66% Total de 2 a 6 horas: 34%

28. Tienes perfil en Tuenti?:

Si: 88% No: 12%

29. Tengas o no perfil en Tuenti: ¿entras en las redes sociales de Tuenti habitualmente?

Si: 84% No: 16%

30. ¿Entras en YouTube?

Si: 87'7% No: 12'3%

¿Subes videos o archivos a YouTube?

Si: 23% No: 77%

31. ¿Entras o estás en Facebook?

Si: 10% No: 90%

32. ¿Entras o estas en Fotolog?

Si: 22% No: 78%

33. Clasifica según el orden de importancia las tareas que realizas en Internet:

Realizar trabajos para clase; Chat; lectura de prensa y revistas; Descargas de música y películas; participar en Foros; búsquedas de Información (añade otras si lo deseas)

Hay muchas variaciones pero agrupando respuestas nos da que el primer lugar en importancia lo comparten el chat/foro (Tuenti) y realizar trabajos de clase, le siguen, muy de cerca, las descargas de música y películas, y por último la lectura de prensa y revistas.

VI CONCLUSIÓN:

EL PERFIL GENERAL DE NUESTROS JÓVENES RESPECTO A LAS TIC, SEGÚN NUESTRO ESTUDIO, ES:

Tener un móvil es indispensable en la actualidad, además debe estar encendido en todo momento, y el móvil no debe prohibirse en ningún sitio aunque admiten ponerlo en modo silencio. No lo usan sólo para comunicarse sino para escuchar música, radio, ver fotos, videos, etc.

Para ellos es mucho más importante la convivencia familiar, estando en casa, que la relación con amigos mediante los mensajes de móvil.

La mayoría envía sólo uno o dos mensajes al día, ese envío moderado de mensajes de la mayoría sube mucho en los fines de semana (de 4 a 10 sms)

Disponer de un teléfono móvil les facilita las relaciones con la gente de su edad pero no sustituye la relación cara a cara.

Los jóvenes consultados opinan que el teléfono móvil no es un símbolo de estatus social y no forma parte de su imagen, sobre si el móvil es un accesorio de moda los jóvenes están divididos al 50%.

Respecto al ámbito escolar parece que internet es la principal y primera fuente de ayuda, consulta e información auxiliar/académica de los jóvenes, ya que a la mayoría le resulta difícil resolver una tarea escolar sin internet. Se da el contrasentido de que la mayoría opina que esa información extraída de internet no es muy fiable.

El orden de importancia de las tareas que realizan en internet es:

El primer lugar en importancia lo comparten el chat/foro y Tuenti por abrumadora mayoría, junto con su uso para realizar trabajos de clase. Siguen, muy de cerca, las descargas de música y películas. Y por último la lectura de prensa y revistas (prefieren leerlas en papel impreso).

Pese al incremento del uso de internet, las relaciones sociales cara a cara no son sustituidas por la comunicación por chat o foros porque, la mayoría de los jóvenes de nuestra encuesta, prefiere salir con sus amigos.

Nuestros jóvenes tienen perfil en Tuenti de manera abrumadora, solo superado por el uso de Youtube que consigue una amplísima mayoría de jóvenes usuarios.