

**LA INFLUENCIA DE LAS TIC EN LA VIDA  
COTIDIANA DE LAS FAMILIAS Y  
LOS VALORES DE LOS ADOLESCENTES**

**OBSERVATORI  
EDUCACIÓ DIGITAL**



# LA INFLUENCIA DE LAS TIC EN LA VIDA COTIDIANA DE LAS FAMILIAS Y LOS VALORES DE LOS ADOLESCENTES



Maria Rosa Buxarrais \* (investigadora principal)  
Elena Noguera\*, Amelia Tey\*, Marta Burguet\*, Fernanda Duprat\* (investigadoras)

**Observatorio de la Educación Digital (OED)**

**Universitat de Barcelona**

**<<http://oed.ub.edu/>>**

**Marzo 2011**

\* Miembro del Grup de Recerca en Educació Moral de la Universitat de Barcelona

## TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	7
Objetivo de la investigación	9
Dimensiones e indicadores para el estudio	10
Muestra y administración del cuestionario	11
Procesamiento de los datos	12
A. ANÁLISIS UNIVARIADO	13
0. DATOS DE BASE	13
1. EQUIPAMIENTOS TIC Y SU USO	16
2. RELACIONES FAMILIARES Y SOCIALES	40
3. USO DEL TIEMPO LIBRE Y PREFERENCIAS	45
4. PROYECCIÓN Y AUTOEVALUACIÓN DE RELACIONES SOCIALES	48
B. ANÁLISIS BIVARIADO	53
1. TABLAS BIVARIADAS	53
2. RELACIÓN ENTRE VARIABLES	54
C. CONCLUSIONES	58
BIBLIOGRAFÍA	60

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Edad

Gráfico 02: Sexo

Gráfico 03: Tipología de escuela

Gráfico 04: Uso de Internet / You Tube

Gráfico 05: Uso de Internet / chatear-charlar

Gráfico 06: Uso de Internet / redes sociales

Gráfico 07: Dificultad de vivir sin Internet

Gráfico 08: Dificultad de vivir sin ordenador

Gráfico 09: Dificultad de vivir sin televisión

Gráfico 10: Horas de uso del televisor en los fines de semana

Gráfico 11: Se divierte al usar

Gráfico 12: Habla sobre Internet con...

Gráfico 13: Valoración de los aspectos de la persona por su amabilidad

Gráfico 14: Valoración de los aspectos de la persona por su simpatía

Gráfico 15: Valoración de los aspectos de la persona por su alegría de vivir

Gráfico 16: Valoración de los aspectos de la persona por su familia

Gráfico 17: Sexo y uso del ordenador

Gráfico 18: Edad y conversación con su padre

## LISTA DE TABLAS

Tabla 01: Dimensiones del estudio

Tabla 02: Idiomas que domina

Tabla 03: Barrio

Tabla 04: Equipamientos que tiene y utiliza

Tabla 05: Frecuencia de uso de las TIC en casa de amigos

Tabla 06: Frecuencia de uso de las TIC en la escuela

Tabla 07: Frecuencia de uso de las TICs en salas o locales equipados

Tabla 08: Uso del ordenador

Tabla 09: Uso de Internet

Tabla 10: Uso del móvil

Tabla 11: Facilidad para vivir sin los siguientes medios audiovisuales

Tabla 12: Horas de uso

Tabla 13: Horas de uso en fin de semana

Tabla 14: Sensaciones que tienes al usar la televisión

Tabla 15: Sensaciones que tienes al usar el ordenador

Tabla 16: Sensaciones que tienes al usar Internet

Tabla 17: Sensaciones que tienes al usar videojuegos

Tabla 18: Sensaciones que tienes al usar la videoconsola

Tabla 19: Preocupación por estar informado en

Tabla 20: Grado de interés por las siguientes tecnologías

Tabla 21: Habla con el padre de...

Tabla 22: Habla con la madre de...

Tabla 23: Habla con los amigos/as de...

Tabla 24: Frecuencia de actividades compartidas con la madre

Tabla 25: Frecuencia de actividades compartidas con el padre

Tabla 26: Frecuencia con que habla con sus padres sobre...

Tabla 27: Frecuencia con la que realiza las siguientes actividades

Tabla 28: Ganas de realizar las siguientes actividades

Tabla 29: Valoración de los aspectos de la persona

Tabla 30: Percepción de las relaciones sociales

## INTRODUCCIÓN

*“Casi nada del currículum tradicional se puede vehicular como antes. El desafío es doble: hace falta aprender cosas nuevas, y habremos de enseñar las cosas viejas de una manera nueva, y siendo ambas tremendamente difíciles de conseguir, puede ser que lo más desafiante sea enseñar lo que es viejo con ojos nuevos”.*

*(Piscitelli, 2009)*

Los adolescentes viven en un mundo profundamente definido por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Casi todas las áreas de su vida, desde la educación hasta la diversión, y casi todas sus relaciones, desde las personales hasta las profesionales, son transversalmente vinculadas con la tecnología.

Con la aparición de Internet, en la década de los sesenta del siglo pasado, se inauguró un modelo de intercambio de información, ideas y contenidos, radicalmente distinto al paradigma de los medios de comunicación convencionales (la prensa, la radio, el cine o la televisión). A lo largo de la evolución que han experimentado las aplicaciones de Internet (el correo electrónico, la mensajería instantánea, la Web 2.0 y las redes sociales que actualmente son las más populares y conocidas), se ha puesto de manifiesto que el proceso de comunicación de las TIC promueve el trabajo colaborativo, es relativamente económico, permite la participación desde dispositivos móviles, pero sobre todo, diluye las nociones de centro/control/autoridad y periferia/descontrol/subordinación.

Todo ello configura un escenario estimulante, pletórico de desafíos y oportunidades para cumplir con la responsabilidad que tienen las familias en el desarrollo moral de los jóvenes. Es muy difícil anticipar las consecuencias que tendrán las TIC en la vida cotidiana de los adolescentes, pero es ampliamente aceptada la suposición de que nos encontramos en el umbral de un período inédito en la historia, comparable a la aparición de la imprenta, en el siglo XV. Y así como el uso del libro produjo enormes transformaciones en la historia de Europa, el uso de las aplicaciones de Internet podría poseer el potencial de impulsar cambios prometedores en las relaciones entre las familias y los adolescentes.

Sin embargo, aún estamos inmersos en un torrente de cambios tecnológicos que impiden tener una interpretación comprensiva y de largo alcance sobre las consecuencias que tendrá la influencia de las TIC en la vida cotidiana y los valores de los jóvenes, pero sí estamos en posición de explorar qué opinión tienen las familias y los propios adolescentes sobre el grado de influencia que se está fraguando al respecto.

Estudios precedentes nos ofrecen datos que permiten tener presentes al considerar la justificación de nuestro objeto de estudio. En esta línea, un estudio de la Fundación Telefónica y la Universidad de Navarra (2008) realizado entre niños, adolescentes y postadolescentes de diversos países de Latinoamérica, pone de relieve los rasgos característicos de esta generación que ya se ha venido a llamar interactiva, donde la multitarea y la movilidad son elementos primordiales.

También el estudio que realiza periódicamente el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO, 2009) pone de manifiesto el nivel de confianza que se genera en los hogares en relación al uso de las TIC, y las medidas de seguridad que se toman al respecto.

Por un lado, estos estudios nos revelan datos de tipo sociológico sobre la población que más a menudo utiliza las TIC, sus rasgos y perfiles, así como las circunstancias que giran alrededor de este sector de población. Por otro lado, el estudio INTECO aporta datos sobre los indicadores de confianza por parte de la población en general al utilizar las nuevas tecnologías, principalmente Internet, y el conocimiento que tienen los adultos sobre las posibles medidas de seguridad, ya sea antivirus, frecuencia de las copias de seguridad, etc.

Un dato a tener presente es que la franja de edad con un incremento del uso de las nuevas tecnologías es la adolescencia. Así mismo, se percibe que la vulnerabilidad de este colectivo ante las TIC es considerable ya que a menudo hacen un uso sin control ni información suficiente. Por ello, es importante conocer el uso que hacen, qué les motiva a usarlas, qué valores subyacentes hay, y la importancia que adquieren en la su vida. También es interesante poder conocer cómo estas tecnologías mediatizan sus relaciones interpersonales con padres y madres, y adultos en general.

Por todo ello entendemos que uno de los retos más importantes de los profesionales de la educación debe centrarse en el estudio de la relación de los adolescentes con

las TIC, ya que estas tecnologías amplían sus posibilidades de relación y comunicación, uno de los grandes afanes en esta etapa evolutiva.

Uno de los aspectos de gran interés, por tanto, entendemos que es poder estudiar cómo influencia el uso de las TIC en las relaciones sociales de los adolescentes con sus padres y madres. En uno de los estudios realizados (Berríos; Buxarrais, 2005) se pone de manifiesto que esta interacción es más frecuente cuando el uso de estas tecnologías se relaciona con las actividades de ocio. En este sentido, el hecho de que los adolescentes tengan más conocimiento de las TIC que sus padres y madres no es un hecho en vano en los contextos familiares. Por otra parte, los jóvenes pueden ser expertos en el interior del hogar, realizando tareas de mantenimiento técnico y orientando a los adultos sobre sus posibilidades; pero por otro lado puede tener un efecto más negativo si los adultos se inhiben de este uso.

Es así como nuestro objeto de estudio se quiso centrar en el ámbito de los valores, ya que es éste también el centro de atención de nuestro grupo de investigación. Fue así como nuestro objetivo era desvelar los valores de fondo que hacen que nuestros jóvenes y adolescentes usen las nuevas tecnologías y cuáles utilizan con más frecuencia bajo qué motivaciones, y a su vez captar qué valores se desarrollan en este creciente uso de las TIC. Esto último permitirá perfilar, a modo de prospectiva de futuro, por dónde puede ir el desarrollo moral en la era de las nuevas tecnologías.

Este estudio tiene por objetivo explorar las opiniones que tienen las familias respecto a la influencia de las TIC en la vida y los valores de los jóvenes, tratando de constatar qué estilos de vida se derivan de este uso.

## **Objetivo de la investigación**

Esta investigación tiene por objetivo explorar la relación que los padres, madres y jóvenes mantienen con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Al mismo tiempo, responde a la necesidad de actualizar algunos datos del estudio titulado “La influencia de las TIC en la vida de los chicos y chicas de 12 a 16 años”, dirigido por Pere Amorós, Maria Rosa Buxarrais y Ferran Casas.

## Dimensiones e indicadores para el estudio

Han sido planteadas cinco dimensiones para abordar la relación que las madres/padres y los jóvenes mantienen con las TIC. En el caso de los padres y madres fueron incorporados el cuidado y las precauciones ante Internet. En este informe no serán presentados los resultados relativos a las encuestas a padres y madres porque no fue posible obtener suficientes respuestas válidas.

Dimensiones para el estudio de la relación entre jóvenes y TIC:

- 0 Datos de base
- 1 Equipamientos TIC y su uso
- 2 Relaciones familiares y sociales
- 3 Uso del tiempo libre y preferencias
- 4 Proyección y autoevaluación de relaciones sociales

Se han seleccionado 33 indicadores de estas dimensiones, distribuidos del siguiente modo:

**TABLA 1: Dimensiones del estudio**

Dimensiones	Indicadores	Cantidad de indicadores por dimensión
0. Datos de base	Edad, sexo, tipología de escuela, idiomas	4 indicadores
1. Equipamientos TIC y su uso	Posesión de equipamientos TIC, frecuencia de uso en casa de amigos, frecuencia de uso en la escuela, frecuencia de uso (5), utilización del ordenador, utilización de Internet, utilización del móvil, importancia de las TIC en su vida, sensaciones que producen las TIC (5), información, grado de interés.	17 indicadores

Dimensiones	Indicadores	Cantidad de indicadores por dimensión
2. Relaciones familiares y sociales	Las TIC como un objeto de conversación (4), actividades compartidas (4), temas de conversación.	9 indicadores
3. Uso del tiempo libre	Actividades que realizan, preferencias en el uso del tiempo libre.	2 indicadores
4. Proyección y autoevaluación de relaciones sociales	Elección de criterios de valoración, apreciación de las relaciones con su entorno.	2 indicadores

## Muestra y administración del cuestionario

Debido a la naturaleza del estudio, se nos planteamos inicialmente una administración online de los cuestionarios (Lime Survey). Decidimos realizar una muestra no probabilística de cien casos en la ciudad y provincia de Barcelona (se han aplicado cuestionarios por Internet a jóvenes de los barrios de Horta-Guinardó, Sagrera y San Martí, en Barcelona, así como alguna localidad de la provincia de Barcelona), que posibilitara una proximidad al estudio de la relación que se establece entre padres, madres e hijos/as sobre ese uso. Con esta finalidad fueron contactadas Asociaciones de Madres y Padres de Cataluña (AMPAs), y escuelas donde fuera posible aplicar los cuestionarios en horas de clase. Las encuestas fueron aplicadas durante el año 2009, tanto por parte de los mismos profesores de las aulas de informática, en lo que hace referencia a los jóvenes, como a través de las AMPAs, en cuanto a madres y padres.

Fueron obtenidas un total de 132 encuestas válidas por parte de los jóvenes. Y se obtuvieron menos de 50 encuestas por parte de padres y madres, lo que pone de relieve el poco interés que despierta este tema en las familias. Por lo anterior se ha tomado la decisión de no tratar los datos resultantes de la parte de madres y padres. En este informe serán presentados únicamente los resultados de las encuestas realizadas a los adolescentes.

## Procesamiento de los datos

Los datos han sido tratados con el programa informático *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

En primera instancia serán presentadas las frecuencias porcentuales de un análisis univariado, respetando en general las mismas categorías que han sido colocadas originalmente en el cuestionario. Se ha confeccionado un reagrupamiento de categorías en algunas tablas y gráficos para que los resultados tengan más visibilidad (y para poder disminuir el margen de error del  $\chi^2$  en el cruce de variables). Por otra parte, se han confeccionado cuadros con más de una variable con la finalidad de que algunos datos puedan ser comparados.

En segunda instancia, se realizaron algunos cruces de variables, análisis divariado con el objetivo de observar su relación a partir del  $\chi^2$ , y demostrar su grado de significación.

## A. ANÁLISIS UNIVARIADO

### 0. DATOS DE BASE

GRÁFICO 1: Edad

---

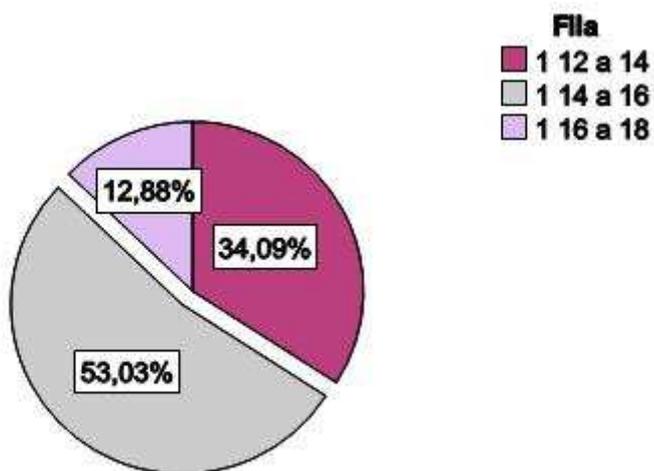
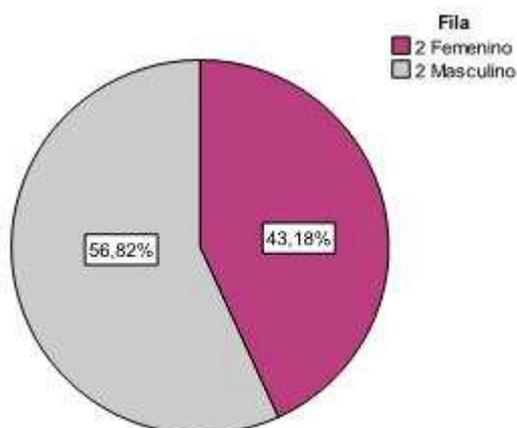
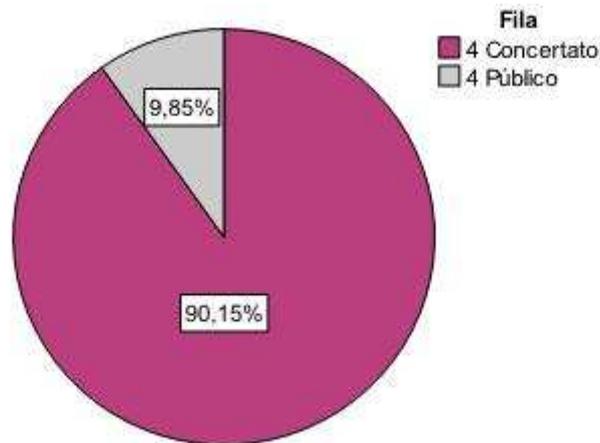


GRÁFICO 2: Sexo

---



**GRÁFICO 3: Tipología de escuela**



La gran mayoría de los encuestados pertenece a escuelas concertadas, y poco más de la mitad tienen entre 14 y 16 años, mientras que la variable sexo es muy equilibrada en número de participantes en las encuestas.

**TABLA 2: Idiomas que domina**

Idiomas que domina		%
Castellano	No	2,3%
	Sí	97,7%
	Total	100,0%
Catalán	No	,8%
	Sí	99,2%
	Total	100,0%
Francés	No	90,2%
	Sí	9,8%
	Total	100,0%
Inglés	No	33,3%
	Sí	66,7%
	Total	100,0%

Idiomas que domina		%
Alemán	No	91,7%
	Sí	8,3%
	Total	100,0%
Portugués	No	97,0%
	Sí	3,0%
	Total	100,0%
Otro		90,2%
	americano	,8%
	inglés sólo un poco	,8%
	árabe	,8%
	vasco	,8%
	código morse	,8%
	gallego	1,5%
	latín y coreano	,8%
	rumano	,8%
	valenciano	,8%
	chino	,8%
	Total	100,0%

TABLA 3: Barrio

Barrio	%
Otros	12,1%
Horta-Guinardó	86,4%
Sagrera	,8%
Sant Martí	,8%

El perfil de los encuestados es mayoritariamente mujer, del barrio de Horta, tienen entre 14 y 16 años, y va a una escuela concertada, domina el catalán y castellano, con predominio de la primera lengua.

## 1. EQUIPAMIENTOS TIC Y SU USO

TABLA 4: Equipamientos que tiene y utiliza

Equipamientos que tiene y que utiliza		%
Televisor	1 Tienes en tu casa	<b>97,7%</b>
	3 No tienes y no lo usas	2,3%
Ordenador	1 Tienes en tu casa	<b>97,7%</b>
	3 No tienes y no lo usas	2,3%
Internet	1 Tienes en tu casa	<b>97,7%</b>
	3 No tienes y no lo usas	2,3%
Videoconsola	1 Tienes en tu casa	<b>91,7%</b>
	2 No tienes en tu casa pero lo usas frecuentemente	1,5%
	3 No tienes y no lo usas	6,8%
Videojuegos por ordenador	1 Tienes en tu casa	<b>81,1%</b>
	2 No tienes en tu casa pero lo usas frecuentemente	2,3%
	3 No tienes y no lo usas	16,7%
Teléfono móvil	1 Tienes en tu casa	<b>90,2%</b>
	2 No tienes en tu casa pero lo usas frecuentemente	2,3%
	3 No tienes y no lo usas	7,6%
Mp3/ Mp4	1 Tienes en tu casa	<b>87,9%</b>
	2 No tienes en tu casa pero lo usas frecuentemente	3,0%
	3 No tienes y no lo usas	9,1%
Iphone	1 Tienes en tu casa	<b>16,7%</b>
	2 No tienes en tu casa pero lo usas frecuentemente	5,3%
	3 No tienes y no lo usas	<b>78,0%</b>

Casi todas las encuestas indican que en casa hay televisor, ordenador, conexión a Internet, videoconsola, teléfono móvil, Mp3/Mp4, pero por el momento no hay Iphone.

**TABLA 5: Frecuencia de uso de las TIC en casa de amigos**

Frecuencia de uso de las TIC en casa de amigos		%
Televisor	1 Siempre	18,2%
	2 Habitualmente	21,2%
	3 A veces	34,8%
	4 Ocasionalmente	22,0%
	5 Nunca	3,8%
Ordenador	1 Siempre	<b>29,5%</b>
	2 Habitualmente	<b>30,3%</b>
	3 A veces	25,0%
	4 Ocasionalmente	12,1%
	5 Nunca	3,0%
Internet	1 Siempre	<b>33,3%</b>
	2 Habitualmente	<b>28,8%</b>
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	12,1%
	5 Nunca	3,0%
Videoconsola	1 Siempre	<b>29,5%</b>
	2 Habitualmente	17,4%
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	15,9%
	5 Nunca	14,4%
Videojuegos por ordenador	1 Siempre	12,1%
	2 Habitualmente	9,1%
	3 A veces	14,4%
	4 Ocasionalmente	29,5%
	5 Nunca	34,8%
Teléfono móvil	1 Siempre	27,3%
	2 Habitualmente	18,9%
	3 A veces	20,5%
	4 Ocasionalmente	14,4%
	5 Nunca	18,9%
Mp3/ Mp4	1 Siempre	6,8%
	2 Habitualmente	15,9%
	3 A veces	26,5%
	4 Ocasionalmente	19,7%
	5 Nunca	31,1%
Iphone	1 Siempre	3,0%
	2 Habitualmente	3,8%
	3 A veces	6,1%
	4 Ocasionalmente	12,9%
	5 Nunca	<b>74,2%</b>

**TABLA 6: Frecuencia de uso de las TIC en la escuela**

Frecuencia de uso de TIC en la escuela		%
Televisor	1 Siempre	2,3%
	3 A veces	7,6%
	4 Ocasionalmente	21,2%
	5 Nunca	68,9%
Ordenador	1 Siempre	4,5%
	2 Habitualmente	19,7%
	3 A veces	50,8%
	4 Ocasionalmente	20,5%
	5 Nunca	4,5%
Internet	1 Siempre	4,5%
	2 Habitualmente	15,9%
	3 A veces	55,3%
	4 Ocasionalmente	19,7%
	5 Nunca	4,5%
Videoconsola	1 Siempre	2,3%
	3 A veces	,8%
	4 Ocasionalmente	,8%
	5 Nunca	96,2%
Videojuegos para ordenador	1 Siempre	2,3%
	3 A veces	1,5%
	4 Ocasionalmente	4,5%
	5 Nunca	91,7%
Teléfono móvil	1 Siempre	5,3%
	2 Habitualmente	5,3%
	3 A veces	6,8%
	4 Ocasionalmente	10,6%
	5 Nunca	72,0%
Mp3/ Mp4	1 Siempre	2,3%
	2 Habitualmente	1,5%
	3 A veces	4,5%
	4 Ocasionalmente	9,1%
	5 Nunca	82,6%
Iphone	1 Siempre	1,5%
	2 Habitualmente	,8%
	3 A veces	,8%
	4 Ocasionalmente	1,5%
	5 Nunca	95,5%

Al hacer la misma pregunta, sobre el uso de estas tecnologías en la escuela, se revela un uso mucho menos frecuente en términos generales. Conviene destacar que casi se corresponde al uso del ordenador y el uso del Internet, en porcentaje. Por lo que se puede decir que se asocia el uso del ordenador a conectarse a Internet. A la vez, es necesario tener presente que algunos de los centros entrevistados formaban parte del proyecto 1x1 de la Generalitat de Cataluña, por lo tanto el uso del ordenador en las aulas es habitual en estos centros.

**TABLA 7: Frecuencia de uso de las TICs en salas o locales equipados**

Frecuencia de uso de TICs en salas o locales equipados		%
Televisor	1 Siempre	6,1%
	2 Habitualmente	12,1%
	3 A veces	16,7%
	4 Ocasionalmente	18,2%
	5 Nunca	<b>47,0%</b>
Ordenador	1 Siempre	9,1%
	2 Habitualmente	8,3%
	3 A veces	11,4%
	4 Ocasionalmente	<b>22,7%</b>
	5 Nunca	<b>48,5%</b>
Internet	1 Siempre	9,1%
	2 Habitualmente	8,3%
	3 A veces	11,4%
	4 Ocasionalmente	22,7%
	5 Nunca	<b>48,5%</b>
Videoconsola	1 Siempre	5,3%
	2 Habitualmente	3,8%
	3 A veces	6,8%
	4 Ocasionalmente	18,9%
	5 Nunca	<b>65,2%</b>
Videojuegos por ordenador	1 Siempre	4,5%
	2 Habitualmente	3,8%
	3 A veces	6,1%
	4 Ocasionalmente	11,4%
	5 Nunca	<b>74,2%</b>
Teléfono móvil	1 Siempre	<b>31,8%</b>
	2 Habitualmente	<b>15,9%</b>
	3 A veces	12,9%
	4 Ocasionalmente	7,6%

Frecuencia de uso de TICs en salas o locales equipados		%
	5 Nunca	31,8%
Mp3/ Mp4	1 Siempre	12,9%
	2 Habitualmente	18,2%
	3 A veces	15,9%
	4 Ocasionalmente	12,1%
	5 Nunca	<b>40,9%</b>
Iphone	1 Siempre	5,3%
	2 Habitualmente	,8%
	3 A veces	1,5%
	4 Ocasionalmente	5,3%
	5 Nunca	<b>87,1%</b>

Destaca el poco uso que se hace las TIC en los espacios habilitados para ese uso, en contraste con el elevado uso que se hace del móvil en ese mismo espacio. Es decir, que por lo que respecta a salas y espacios habilitados para estos usos, donde se entiende que se excluye el propio hogar y la escuela por las preguntas precedentes, el móvil es la tecnología más empleada muy por encima de otras.

**TABLA 8: Uso del ordenador**

Uso del ordenador		%
Escribir (hacer trabajos, etc.)	1 Siempre	<b>6,1%</b>
	2 Habitualmente	33,3%
	3 A veces	43,9%
	4 Ocasionalmente	13,6%
	5 Nunca	3,0%
Dibujar, pintar, diseñar	1 Siempre	1,5%
	2 Habitualmente	3,8%
	3 A veces	14,4%
	4 Ocasionalmente	30,3%
	5 Nunca	50,0%
Escuchar música	1 Siempre	<b>56,1%</b>
	2 Habitualmente	<b>18,2%</b>
	3 A veces	17,4%
	4 Ocasionalmente	4,5%
	5 Nunca	3,8%

Uso del ordenador		%
Editar o componer música	1 Siempre	5,3%
	2 Habitualmente	3,0%
	3 A veces	13,6%
	4 Ocasionalmente	15,9%
	5 Nunca	62,1%
Jugar con videojuegos	1 Siempre	14,4%
	2 Habitualmente	17,4%
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	28,8%
	5 Nunca	16,7%
Mirar películas en DVD	1 Siempre	4,5%
	2 Habitualmente	12,9%
	3 A veces	36,4%
	4 Ocasionalmente	25,0%
	5 Nunca	21,2%
Editar imágenes	1 Siempre	9,1%
	2 Habitualmente	17,4%
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	23,5%
	5 Nunca	27,3%
Otros	1 Siempre	50,0%
	2 Habitualmente	19,7%
	3 A veces	7,6%
	4 Ocasionalmente	3,8%
	5 Nunca	18,9%

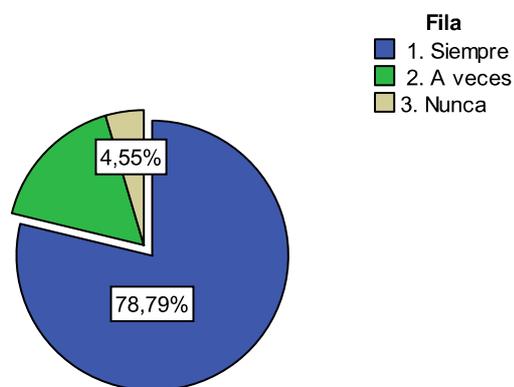
En relación al uso del ordenador, se pone de manifiesto que en un número muy elevado de jóvenes lo utiliza para escuchar música, y en menor grado para jugar. Es importante mencionar que en un porcentaje alto también refiere a distintos usos como, excluyendo escribir, dibujar, pintar, componer música, mirar películas o editar imágenes.

**TABLA 9: Uso de Internet**

<b>Uso de Internet</b>		<b>%</b>
Buscar información concreta	1 Siempre	<b>12,1%</b>
	2 Habitualmente	<b>27,3%</b>
	3 A veces	39,4%
	4 Ocasionalmente	17,4%
	5 Nunca	3,8%
Navegar	1 Siempre	<b>49,2%</b>
	2 Habitualmente	<b>34,1%</b>
	3 A veces	9,1%
	4 Ocasionalmente	4,5%
	5 Nunca	3,0%
Utilizar el correo electrónico	1 Siempre	<b>35,6%</b>
	2 Habitualmente	<b>23,5%</b>
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	12,9%
	5 Nunca	5,3%
Chatear (charlar)	1 Siempre	<b>59,1%</b>
	2 Habitualmente	19,7%
	3 A veces	9,1%
	4 Ocasionalmente	4,5%
	5 Nunca	7,6%
Descargar música/ juegos	1 Siempre	<b>42,4%</b>
	2 Habitualmente	<b>26,5%</b>
	3 A veces	12,1%
	4 Ocasionalmente	9,8%
	5 Nunca	9,1%
YouTube	1 Siempre	<b>47,7%</b>
	2 Habitualmente	<b>31,1%</b>
	3 A veces	16,7%
	4 Ocasionalmente	1,5%
	5 Nunca	3,0%
Redes sociales	1 Siempre	<b>20,5%</b>
	2 Habitualmente	<b>13,6%</b>
	3 A veces	13,6%
	4 Ocasionalmente	18,2%
	5 Nunca	34,1%
Otros	1 Siempre	32,6%
	2 Habitualmente	18,9%
	3 A veces	13,6%
	4 Ocasionalmente	7,6%
	5 Nunca	27,3%

La tabla anterior ha sido detallada también en los gráficos siguientes por la relevancia que tiene para este estudio. Como se puede ver, los jóvenes usan Internet para chatear, navegar, enviar correos electrónicos, descargar música o juegos, entrar a YouTube, con mucha más frecuencia que para las redes sociales o buscar información.

**GRÁFICO 4: Uso de Internet / You Tube**



**GRÁFICO 5: Uso de Internet / chatear-charlar**

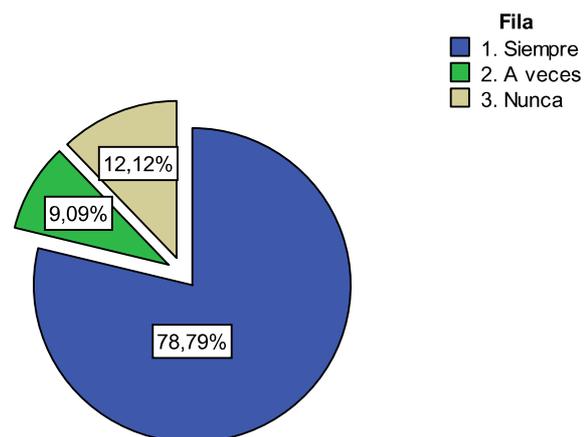


GRÁFICO 6: Uso de Internet / redes sociales

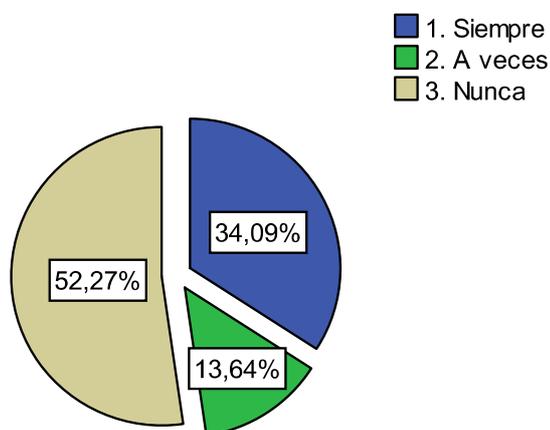


TABLA 10: Uso del móvil

Uso del móvil		%
Tener charlas con amigos	1 Siempre	10,6%
	2 Habitualmente	14,4%
	3 A veces	24,2%
	4 Ocasionalmente	22,0%
	5 Nunca	28,8%
Hablar con los padres	1 Siempre	20,5%
	2 Habitualmente	29,5%
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	14,4%
	5 Nunca	12,9%
Enviar mensajes breves	1 Siempre	<b>31,8%</b>
	2 Habitualmente	<b>28,8%</b>
	3 A veces	19,7%
	4 Ocasionalmente	8,3%
	5 Nunca	11,4%
Conectar a Internet	1 Siempre	3,0%
	2 Habitualmente	2,3%
	3 A veces	6,1%
	4 Ocasionalmente	11,4%
	5 Nunca	<b>77,3%</b>

Uso del móvil		%
Quedar con los amigos	1 Siempre	<b>28,0%</b>
	2 Habitualmente	<b>32,6%</b>
	3 A veces	16,7%
	4 Ocasionalmente	9,8%
	5 Nunca	12,9%
Hacer fotos	1 Siempre	<b>22,0%</b>
	2 Habitualmente	<b>28,8%</b>
	3 A veces	23,5%
	4 Ocasionalmente	11,4%
	5 Nunca	14,4%
Jugar con juegos	1 Siempre	12,1%
	2 Habitualmente	12,9%
	3 A veces	14,4%
	4 Ocasionalmente	<b>29,5%</b>
	5 Nunca	<b>31,1%</b>
Descargar música	1 Siempre	4,5%
	2 Habitualmente	3,0%
	3 A veces	3,0%
	4 Ocasionalmente	12,1%
	5 Nunca	<b>77,3%</b>
Otros	1 Siempre	27,3%
	2 Habitualmente	5,3%
	3 A veces	15,9%
	4 Ocasionalmente	10,6%
	5 Nunca	40,9%

Los jóvenes utilizan el móvil mayoritariamente para quedar con los amigos, hacer fotos o enviar mensajes, y lo utilizan muy poco para jugar, descargar música o para conectarse a Internet.

Entre hablar con sus padres e iniciar una charla con los amigos, aún cuando no presentan porcentajes relevantes en relación a las otras variables que hemos destacado, conviene tener presente que manifiestan hacerlo más para hablar con sus padres que con los amigos.

**TABLA 11: Facilidad para vivir sin los siguientes medios audiovisuales**

Facilidad para vivir sin los siguientes medios audiovisuales		%
Televisor	1 Muy fácil	3,8%
	2 Algo fácil	3,8%
	3 Indiferente	20,5%
	4 Algo difícil	39,4%
	5 Muy difícil	32,6%
Ordenador	1 Muy fácil	2,3%
	2 Algo fácil	3,0%
	3 Indiferente	7,6%
	4 Algo difícil	30,3%
	5 Muy difícil	<b>56,8%</b>
Internet	1 Muy fácil	1,5%
	2 Algo fácil	3,8%
	3 Indiferente	6,1%
	4 Algo difícil	28,0%
	5 Muy difícil	<b>60,6%</b>
Videoconsola	1 Muy fácil	19,7%
	2 Algo fácil	9,8%
	3 Indiferente	25,0%
	4 Algo difícil	21,2%
	5 Muy difícil	24,2%
Videojuegos por ordenador	1 Muy fácil	28,0%
	2 Algo fácil	12,9%
	3 Indiferente	34,8%
	4 Algo difícil	11,4%
	5 Muy difícil	12,9%
Teléfono móvil	1 Muy fácil	12,1%
	2 Algo fácil	6,8%
	3 Indiferente	14,4%
	4 Algo difícil	26,5%
	5 Muy difícil	40,2%
Mp3/ Mp4	1 Muy fácil	15,2%
	2 Algo fácil	10,6%
	3 Indiferente	21,2%
	4 Algo difícil	28,8%
	5 Muy difícil	24,2%
Iphone	1 Muy fácil	65,2%
	2 Algo fácil	5,3%
	3 Indiferente	15,9%
	4 Algo difícil	6,1%
	5 Muy difícil	7,6%

Los jóvenes indican que les sería muy difícil vivir sin ordenador e Internet, incluso más que sin televisión. Estos datos quedan también reflejados en los gráficos siguientes:

GRÁFICO 7: Dificultad de vivir sin Internet

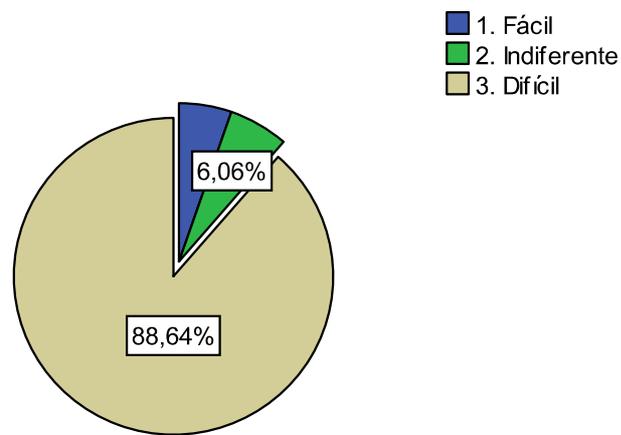


GRÁFICO 8: Dificultad de vivir sin ordenador

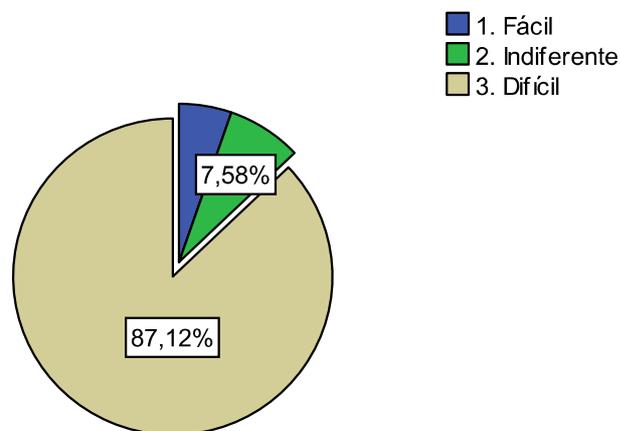


GRÁFICO 9: Dificultad de vivir sin televisión

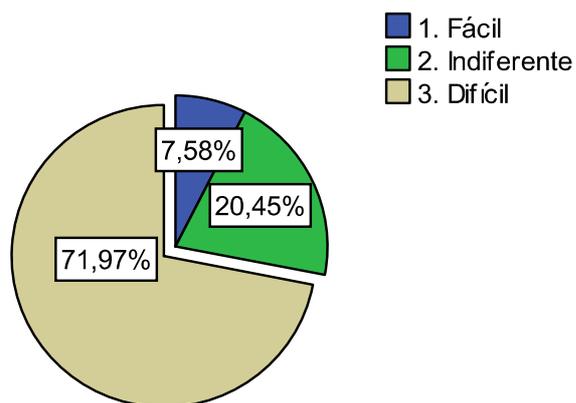


TABLA 12: Horas de uso

	Horas de uso	%
Televisor	,00	25,8%
	1,00	31,1%
	2,00	20,5%
	3,00	12,9%
	4,00	9,8%
Ordenador	,00	4,5%
	1,00	43,2%
	2,00	22,7%
	3,00	12,9%
	4,00	16,7%
Internet	,00	6,8%
	1,00	39,4%
	2,00	23,5%
	3,00	10,6%
	4,00	19,7%
Videoconsola	,00	67,4%
	1,00	15,2%
	2,00	7,6%

Horas de uso		%
	3,00	3,8%
	4,00	6,1%
Videojuegos por ordenador	,00	78,8%
	1,00	10,6%
	2,00	4,5%
	3,00	3,8%
	4,00	2,3%
Teléfono móvil	,00	38,6%
	1,00	29,5%
	2,00	12,1%
	3,00	3,8%
	4,00	15,9%
Mp3/ Mp4	,00	49,2%
	1,00	27,3%
	2,00	11,4%
	3,00	3,0%
	4,00	9,1%
Iphone	,00	90,9%
	1,00	3,8%
	2,00	2,3%
	3,00	1,5%
	4,00	1,5%

Los jóvenes indican que las TIC que más horas utilizan entre semana son el ordenador, entre 2 y 4 horas diarias, e Internet entre 2 y 4 horas diarias durante la semana, lo cual es natural que se corresponda porque el uso de Internet va ligado al ordenador. También se pone de manifiesto que hacen uso del ordenador para conectarse a Internet. Es de destacar el porcentaje muy elevado que hacen durante 4 horas diarias del teléfono móvil. También es conveniente mencionar que el uso de la televisión más elevado se centra entre 1 y 2 horas diarias, pero no va más allá.

**TABLA 13: Horas de uso en fin de semana**

Horas de uso en fin de semana		%
Televisor	,00	3,0%
	1,00	6,8%
	2,00	19,7%

Horas de uso en fin de semana		%
	3,00	22,7%
	4,00	47,7%
Ordenador	,00	1,5%
	1,00	9,8%
	2,00	12,9%
	3,00	17,4%
	4,00	58,3%
Internet	,00	2,3%
	1,00	9,8%
	2,00	14,4%
	3,00	15,2%
	4,00	58,3%
Videoconsola	,00	27,3%
	1,00	19,7%
	2,00	17,4%
	3,00	6,1%
	4,00	29,5%
Videojuegos por ordenador	,00	56,1%
	1,00	13,6%
	2,00	9,1%
	3,00	5,3%
	4,00	15,9%
Teléfono móvil	,00	19,7%
	1,00	22,7%
	2,00	18,9%
	3,00	6,8%
	4,00	31,8%
Mp3/ Mp4	,00	27,3%
	1,00	25,8%
	2,00	15,9%
	3,00	10,6%
	4,00	20,5%
Iphone	,00	86,4%
	1,00	5,3%
	4,00	8,3%

Los fines de semana aumentan las horas de uso de Internet y del ordenador, además aumentan significativamente las horas dedicadas a la televisión.

GRÁFICO 10: Horas de uso del televisor en los fines de semana

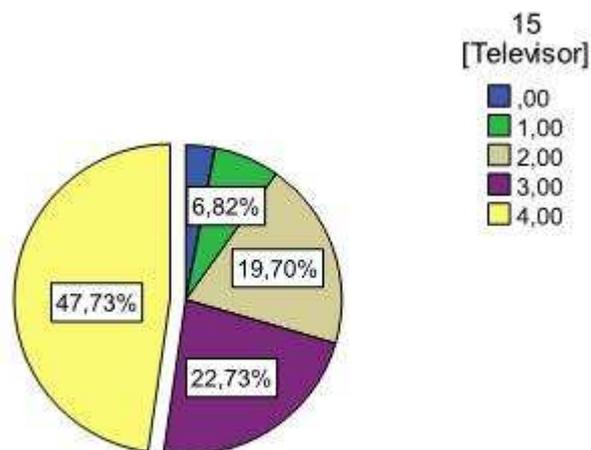


TABLA 14: Sensaciones que tienes al usar la televisión

Sensaciones al usar la televisión		%
Te diviertes	1 Siempre	28,8%
	2 Habitualmente	37,9%
	3 A veces	26,5%
	4 Ocasionalmente	3,8%
	5 Nunca	3,0%
Aprendes	1 Siempre	8,3%
	2 Habitualmente	11,4%
	3 A veces	36,4%
	4 Ocasionalmente	31,8%
	5 Nunca	12,1%
Aprovechas el tiempo	1 Siempre	10,6%
	2 Habitualmente	11,4%
	3 A veces	22,0%
	4 Ocasionalmente	26,5%
	5 Nunca	29,5%
Te sientes activo/a	1 Siempre	8,3%
	2 Habitualmente	12,1%
	3 A veces	18,2%
	4 Ocasionalmente	22,0%
	5 Nunca	39,4%
Te sientes acompañada/a	1 Siempre	11,4%
	2 Habitualmente	13,6%
	3 A veces	22,7%

Sensaciones al usar la televisión		%
	4 Ocasionalmente	22,7%
	5 Nunca	29,5%
Otros	1 Siempre	34,8%
	2 Habitualmente	6,1%
	3 A veces	17,4%
	4 Ocasionalmente	6,1%
	5 Nunca	35,6%

Los jóvenes manifiestan claramente que la televisión les divierte y que no sienten que aprendan o que aprovechen el tiempo con ella.

**TABLA 15: Sensaciones que tienes al usar el ordenador**

Sensaciones al usar el ordenador		%
Te diviertes	1 Siempre	47,7%
	2 Habitualmente	31,1%
	3 A veces	13,6%
	4 Ocasionalmente	3,0%
	5 Nunca	4,5%
Aprendes	1 Siempre	17,4%
	2 Habitualmente	22,0%
	3 A veces	31,8%
	4 Ocasionalmente	16,7%
	5 Nunca	12,1%
Aprovechas el tiempo	1 Siempre	27,3%
	2 Habitualmente	29,5%
	3 A veces	27,3%
	4 Ocasionalmente	6,8%
	5 Nunca	9,1%
Te sientes activo/a	1 Siempre	26,5%
	2 Habitualmente	15,2%
	3 A veces	20,5%
	4 Ocasionalmente	14,4%
	5 Nunca	23,5%
Te sientes acompañado/a	1 Siempre	27,3%
	2 Habitualmente	17,4%
	3 A veces	17,4%
	4 Ocasionalmente	13,6%
	5 Nunca	24,2%

Sensaciones al usar el ordenador		%
Otros	1 Siempre	38,6%
	2 Habitualmente	6,1%
	3 A veces	14,4%
	4 Ocasionalmente	6,1%
	5 Nunca	34,8%

Las sensaciones que prioritariamente manifiestan al usar el ordenador son la diversión, sentirse acompañados, aprovechar el tiempo, sentirse activos y en un número menor aprender.

**TABLA 16: Sensaciones que tienes al usar Internet**

Sensaciones al usar Internet		%
Te diviertes	1 Siempre	55,3%
	2 Habitualmente	26,5%
	3 A veces	8,3%
	4 Ocasionalmente	6,8%
	5 Nunca	3,0%
Aprendes	1 Siempre	27,3%
	2 Habitualmente	25,0%
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	18,9%
	5 Nunca	6,1%
Aprovechas el tiempo	1 Siempre	34,8%
	2 Habitualmente	20,5%
	3 A veces	22,7%
	4 Ocasionalmente	10,6%
	5 Nunca	11,4%
Te sientes activo/a	1 Siempre	29,5%
	2 Habitualmente	11,4%
	3 A veces	22,0%
	4 Ocasionalmente	16,7%
	5 Nunca	20,5%
Te sientes acompañado/a	1 Siempre	26,5%
	2 Habitualmente	18,9%
	3 A veces	15,9%
	4 Ocasionalmente	16,7%
	5 Nunca	22,0%

Sensaciones al usar Internet		%
Otros	1 Siempre	37,9%
	2 Habitualmente	7,6%
	3 A veces	16,7%
	4 Ocasionalmente	6,1%
	5 Nunca	31,8%

Por lo que respecta a la conexión a Internet, manifiestan que las sensaciones percibidas son de diversión en un porcentaje muy elevado, a la vez que aprovechar el tiempo en segundo término. También dicen que se sienten activos, aprenden y se sienten acompañados.

**TABLA 17: Sensaciones que tienes al usar videojuegos**

Sensaciones al usar los videojuegos		%
Te diviertes	1 Siempre	57,6%
	2 Habitualmente	18,2%
	3 A veces	12,1%
	4 Ocasionalmente	4,5%
	5 Nunca	7,6%
Aprendes	1 Siempre	16,7%
	2 Habitualmente	6,1%
	3 A veces	20,5%
	4 Ocasionalmente	29,5%
	5 Nunca	27,3%
Aprovechas el tiempo	1 Siempre	27,3%
	2 Habitualmente	9,1%
	3 A veces	12,9%
	4 Ocasionalmente	22,0%
	5 Nunca	28,8%
Te sientes activo/a	1 Siempre	37,9%
	2 Habitualmente	12,9%
	3 A veces	13,6%
	4 Ocasionalmente	15,2%
	5 Nunca	20,5%
Te sientes acompañado/a	1 Siempre	22,0%
	2 Habitualmente	6,8%
	3 A veces	16,7%
	4 Ocasionalmente	22,0%
	5 Nunca	32,6%

Sensaciones al usar los videojuegos		%
Otros	1 Siempre	33,3%
	2 Habitualmente	4,5%
	3 A veces	11,4%
	4 Ocasionalmente	8,3%
	5 Nunca	42,4%

Los encuestados han manifestado que se divierten al usar los videojuegos, y en menor medida aprenden, aún cuando dicen sentirse activos, aprovechar el tiempo, y en un porcentaje inferior, sentirse acompañados.

**TABLA 18: Sensaciones que tienes al usar la videoconsola**

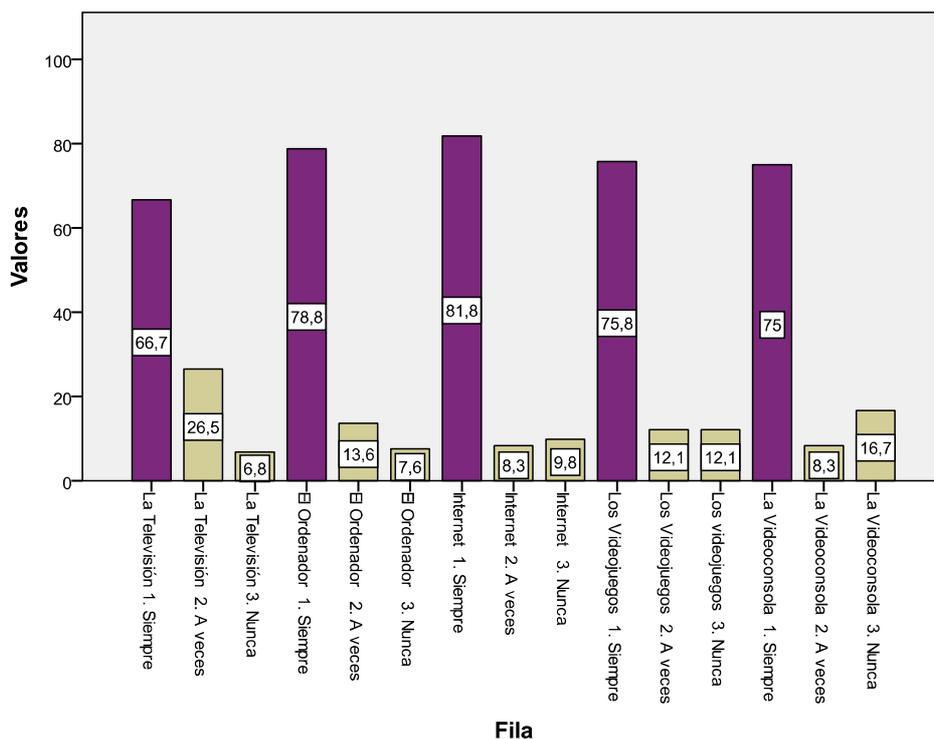
Sensaciones al usar la videoconsola		%
Te diviertes	1 Siempre	<b>59,8%</b>
	2 Habitualmente	<b>15,2%</b>
	3 A veces	8,3%
	4 Ocasionalmente	7,6%
	5 Nunca	9,1%
Aprendes	1 Siempre	18,2%
	2 Habitualmente	4,5%
	3 A veces	20,5%
	4 Ocasionalmente	26,5%
	5 Nunca	30,3%
Aprovechas el tiempo	1 Siempre	<b>28,0%</b>
	2 Habitualmente	9,8%
	3 A veces	15,9%
	4 Ocasionalmente	18,9%
	5 Nunca	27,3%
Te sientes activo/a	1 Siempre	<b>33,3%</b>
	2 Habitualmente	12,9%
	3 A veces	13,6%
	4 Ocasionalmente	15,9%
	5 Nunca	24,2%
Te sientes acompañado/a	1 Siempre	<b>25,0%</b>
	2 Habitualmente	6,8%
	3 A veces	16,7%
	4 Ocasionalmente	18,9%
	5 Nunca	32,6%

Sensaciones al usar la videoconsola		%
Otros	1 Siempre	31,8%
	2 Habitualmente	6,1%
	3 A veces	14,4%
	4 Ocasionalmente	9,1%
	5 Nunca	38,6%

Fundamentalmente, cuando utilizan la videoconsola manifiestan que se divierten casi en el mismo porcentaje que por lo que respecta al uso de los videojuegos. Los porcentajes también se asemejan al uso de los videojuegos por lo que respecta a las sensaciones de actividad, de aprovechar el tiempo y de estar acompañados, en ese orden.

En general, la sensación que más claramente tienen los jóvenes al hacer uso de las TIC es de diversión, tal y como queda reflejado en los siguientes gráficos.

GRÁFICO 11: Se divierte al usar



**TABLA 19: Preocupación por estar informado en**

Preocupación para estar informado en		%
Televisor	1 Muchísimo	9,1%
	2 Mucho	25,0%
	3 Moderadamente	39,4%
	4 Poco	10,6%
	5 Nada	15,9%
Ordenador	1 Muchísimo	<b>20,5%</b>
	2 Mucho	<b>28,0%</b>
	3 Moderadamente	28,0%
	4 Poco	14,4%
	5 Nada	9,1%
Internet	1 Muchísimo	<b>23,5%</b>
	2 Mucho	<b>25,8%</b>
	3 Moderadamente	33,3%
	4 Poco	9,8%
	5 Nada	7,6%
Videoconsola	1 Muchísimo	18,2%
	2 Mucho	11,4%
	3 Moderadamente	25,0%
	4 Poco	21,2%
	5 Nada	24,2%
Videojuegos por ordenador	1 Muchísimo	9,1%
	2 Mucho	9,8%
	3 Moderadamente	21,2%
	4 Poco	25,8%
	5 Nada	34,1%
Teléfono móvil	1 Muchísimo	17,4%
	2 Mucho	18,2%
	3 Moderadamente	30,3%
	4 Poco	18,9%
	5 Nada	15,2%
Mp3/ Mp4	1 Muchísimo	14,4%
	2 Mucho	16,7%
	3 Moderadamente	25,8%
	4 Poco	16,7%
	5 Nada	26,5%
Iphone	1 Muchísimo	9,1%
	2 Mucho	2,3%
	3 Moderadamente	10,6%
	4 Poco	12,9%
	5 Nada	65,2%

No se ve una preocupació muy grande por estar informados en las TIC, aún cuando son claramente Internet y el ordenador, las tecnologías por las que los jóvenes se preocupan más por estar informados.

**TABLA 20: Grado de interés por las siguientes tecnologías**

Grado de interés por las siguientes tecnologías		%
Televisor	1 Muchísimo	18,9%
	2 Mucho	33,3%
	3 Moderadamente	35,6%
	4 Poco	6,1%
	5 Nada	6,1%
Ordenador	1 Muchísimo	<b>33,3%</b>
	2 Mucho	<b>41,7%</b>
	3 Moderadamente	18,9%
	4 Poco	4,5%
	5 Nada	1,5%
Internet	1 Muchísimo	<b>40,2%</b>
	2 Mucho	33,3%
	3 Moderadamente	19,7%
	4 Poco	5,3%
	5 Nada	1,5%
Videoconsola	1 Muchísimo	25,8%
	2 Mucho	16,7%
	3 Moderadamente	18,2%
	4 Poco	22,0%
	5 Nada	17,4%
Videojuegos por ordenador	1 Muchísimo	13,6%
	2 Mucho	12,1%
	3 Moderadamente	16,7%
	4 Poco	22,0%
	5 Nada	35,6%
Teléfono móvil	1 Muchísimo	25,0%
	2 Mucho	25,0%
	3 Moderadamente	25,8%
	4 Poco	16,7%
	5 Nada	7,6%
Mp3/ Mp4	1 Muchísimo	16,7%
	2 Mucho	25,8%
	3 Moderadamente	27,3%
	4 Poco	12,9%

	5 Nada	17,4%
Iphone	1 Muchísimo	10,6%
	2 Mucho	8,3%
	3 Moderadamente	10,6%
	4 Poco	9,8%
	5 Nada	60,6%

Nuevamente aparecen el ordenador e Internet como las tecnologías por las que los jóvenes presenten más interés.

## 2. RELACIONES FAMILIARES Y SOCIALES

Por lo que respecta al apartado anterior, los jóvenes atribuyen mucha importancia a Internet y al ordenador. Ha sido significativo comprobar que los jóvenes hablan poco de estos temas con sus padres y madres, y a la vez hablan mucho sobre ello con sus amigos y amigas.

**TABLA 21: Habla con el padre de...**

Habla con el padre de...		%
Televisor	1. Mucho	<b>25,8%</b>
	2. Moderadamente	36,4%
	3. Nunca	37,9%
Ordenador	1. Mucho	<b>17,4%</b>
	2. Moderadamente	29,5%
	3. Nunca	53,0%
Internet	1. Mucho	<b>15,9%</b>
	2. Moderadamente	29,5%
	3. Nunca	54,5%

**TABLA 22: Habla con la madre de...**

Habla con la madre de...		%
Televisor	1. Mucho	<b>26,5%</b>
	2. Moderadamente	36,4%
	3. Nunca	37,1%
Ordenador	1. Mucho	<b>14,4%</b>
	2. Moderadamente	32,6%
	3. Nunca	53,0%
Internet	1. Mucho	<b>12,1%</b>
	2. Moderadamente	29,5%
	3. Nunca	58,3%

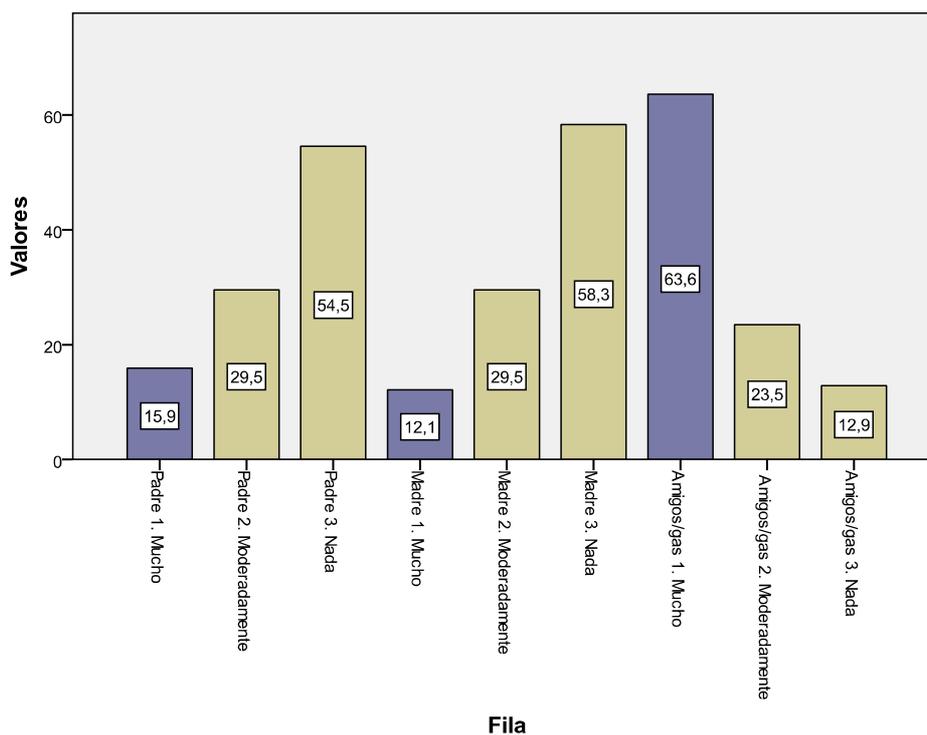
Es interesante ver cómo de lo que hablan más con el padre y la madre es de la televisión, que todavía es un medio de comunicación que frecuentemente se ve en familia en espacios de convivencia compartidos.

**TABLA 23: Habla con los amigos/as de...**

Habla con los amigos/as de ...		%
Televisor	1. Mucho	<b>56,1%</b>
	2. Moderadamente	26,5%
	3. Nunca	17,4%
Ordenador	1. Mucho	<b>62,1%</b>
	2. Moderadamente	22,0%
	3. Nunca	15,9%
Internet	1. Mucho	<b>63,6%</b>
	2. Moderadamente	23,5%
	3. Nunca	12,9%

Las nuevas tecnologías se convierten en tema de conversación considerablemente elevado con los amigos y amigas, y sobre todo en lo concerniente al ordenador y al uso de Internet.

**GRÁFICO 12: Habla sobre Internet con...**



**TABLA 24: Frecuencia de actividades compartidas con la madre**

Frecuencia de actividades compartidas con la madre		%
Comer	1. Siempre	<b>80,3%</b>
	2. A veces	7,6%
	3. Nunca	12,1%
Jugar con videojuegos	1. Siempre	2,3%
	2. A veces	7,6%
	3. Nunca	<b>90,2%</b>
Jugar con otras cosas	1. Siempre	8,3%
	2. A veces	15,9%
	3. Nunca	<b>75,8%</b>
Leer	1. Siempre	22,7%
	2. A veces	18,2%
	3. Nunca	<b>59,1%</b>
Ver la televisión o el vídeo	1. Siempre	<b>50,8%</b>
	2. A veces	33,3%
	3. Nunca	15,9%

**TABLA 25: Frecuencia de actividades compartidas con el padre**

Frecuencia de actividades compartidas con el padre		%
Comer	1. Siempre	<b>60,6%</b>
	2. A veces	15,9%
	3. Nunca	23,5%
Jugar con videojuegos	1. Siempre	15,2%
	2. A veces	15,2%
	3. Nunca	<b>69,7%</b>
Jugar con otras cosas	1. Siempre	8,3%
	2. A veces	14,4%
	3. Nunca	<b>77,3%</b>
Leer	1. Siempre	12,1%
	2. A veces	12,1%
	3. Nunca	<b>75,8%</b>
Ver la televisión o el vídeo	1. Siempre	<b>45,5%</b>
	2. A veces	28,0%

Frecuencia de actividades compartidas con el padre		%
Comer	1. Siempre	<b>60,6%</b>
	2. A veces	15,9%
	3. Nunca	23,5%
Jugar con videojuegos	1. Siempre	15,2%
	2. A veces	15,2%
	3. Nunca	<b>69,7%</b>
Jugar con otras cosas	1. Siempre	8,3%
	2. A veces	14,4%
	3. Nunca	<b>77,3%</b>
Leer	1. Siempre	12,1%
	2. A veces	12,1%
	3. Nunca	<b>75,8%</b>
	1. Siempre	<b>45,5%</b>
	2. A veces	28,0%
	3. Nunca	26,5%

En estas tablas se pone de manifiesto que un hecho cotidiano como comer y ver la televisión sí se comparte con padre y/o madre. Mayoritariamente con la madre el hecho de comer, mientras que jugar, en general, o incluso leer no es una actividad practicada en compañía de los progenitores. Aún así, es más frecuente que jueguen con videojuegos con el padre que con la madre. En este sentido, la tecnología más compartida con los hijos es la televisión.

**TABLA 26: Frecuencia con que habla con sus padres sobre...**

Frecuencia con que habla con sus padres sobre...		%
Sobre el instituto y los aprendizajes	1. Frecuentemente	<b>56,8%</b>
	2. Habla de vez en cuando	29,5%
	3. Habla poco o no habla	12,1%
	4. No lo sabe	1,5%
Sobre la televisión	1. Frecuentemente	<b>27,3%</b>
	2. Habla de vez en cuando	48,5%
	3. Habla poco o no habla	22,7%
	4. No lo sabe	1,5%
Sobre el tiempo libre y sus actividades	1. Frecuentemente	<b>30,3%</b>
	2. Habla de vez en cuando	40,2%
	3. Habla poco o no habla	28,0%

	4. No lo sabe	1,5%
Sobre el futuro	1. Frecuentemente	<b>37,1%</b>
	2. Habla de vez en cuando	28,0%
	3. Habla poco o no habla	28,0%
	4. No lo sabe	6,8%
Sobre ordenadores	1. Frecuentemente	<b>20,5%</b>
	2. Habla de vez en cuando	43,2%
	3. Habla poco o no habla	35,6%
	4. No lo sabe	,8%
Sobre la vida cotidiana	1. Frecuentemente	<b>20,5%</b>
	2. Habla de vez en cuando	34,8%
	3. Habla poco o no habla	41,7%
	4. No lo sabe	3,0%
Sobre videoconsolas y juegos de ordenador	1. Frecuentemente	<b>6,8%</b>
	2. Habla de vez en cuando	14,4%
	3. Habla poco o no habla	75,0%
	4. No lo sabe	3,8%

Es significativamente bajo el porcentaje de jóvenes que hablan con sus padres sobre ordenadores o videojuegos teniendo en cuenta la importancia que tienen para ellos estas tecnologías. Los temas de conversación de los jóvenes con sus padres más frecuentemente son el instituto y sus aprendizajes. También es más relevante el tema del tiempo libre y su futuro, con distancia del entorno escolar.

### 3. USO DEL TIEMPO LIBRE Y PREFERENCIAS

TABLA 27: Frecuencia con la que realiza las siguientes actividades

Frecuencia con la que realiza las siguientes actividades		%
Deportes	1. Siempre	<b>60,6%</b>
	2. A veces	21,2%
	3. Nunca	18,2%
Informática	1. Siempre	<b>62,9%</b>
	2. A veces	25,0%
	3. Nunca	12,1%
Baile, danza, ballet	1. Siempre	17,4%
	2. A veces	9,1%
	3. Nunca	73,5%
Dejar pasar el tiempo	1. Siempre	31,1%
	2. A veces	20,5%
	3. Nunca	48,5%
Hablar con los amigos	1. Siempre	<b>78,0%</b>
	2. A veces	14,4%
	3. Nunca	7,6%
Hablar con la familia	1. Siempre	<b>49,2%</b>
	2. A veces	31,8%
	3. Nunca	18,9%
Leer	1. Siempre	<b>22,7%</b>
	2. A veces	22,0%
	3. Nunca	55,3%
Participar en alguna asociación	1. Siempre	8,3%
	2. A veces	10,6%
	3. Nunca	81,1%
Escuchar la radio, escuchar música	1. Siempre	<b>66,7%</b>
	2. A veces	18,2%
	3. Nunca	15,2%
Hacer trabajos manuales	1. Siempre	12,1%
	2. A veces	25,8%
	3. Nunca	62,1%
Practicar juegos de mesa, cartas	1. Siempre	9,8%
	2. A veces	18,9%
	3. Nunca	71,2%
Ir a ver partidos o competiciones deportivas	1. Siempre	31,1%
	2. A veces	24,2%

	3. Nunca	44,7%
Practicar actividades artísticas, pintar, dibujar	1. Siempre	13,6%
	2. A veces	18,2%
	3. Nunca	68,2%
Ir al cine o al teatro	1. Siempre	25,0%
	2. A veces	32,6%
	3. Nunca	42,4%
Hacer excursiones	1. Siempre	13,6%
	2. A veces	30,3%
	3. Nunca	56,1%
Otros	1. Siempre	42,4%
	2. A veces	24,2%
	3. Nunca	33,3%

Las actividades que los jóvenes declaran realizar con más frecuencia son los deportes, la informática, escuchar música y hablar con los amigos. Es interesante observar que leen muy poco, practican pocos juegos de mesa, excursionismo y la vida social (actividades tradicionalmente más de tipo cultural y de participación ciudadana).

**TABLA 28: Ganas de realizar las siguientes actividades**

Ganas de realizar las siguientes actividades		%
Mirar televisión	1. Mucho	<b>64,4%</b>
	2. Moderadamente	26,5%
	3. Poco o nada	9,1%
Jugar con videojuegos	1. Mucho	49,2%
	2. Moderadamente	20,5%
	3. Poco o nada	30,3%
Estar con amigos	1. Mucho	<b>92,4%</b>
	2. Moderadamente	5,3%
	3. Poco o nada	2,3%
Estar con el padre	1. Mucho	<b>56,8%</b>
	2. Moderadamente	29,5%
	3. Poco o nada	13,6%
Estar con la madre	1. Mucho	<b>60,6%</b>
	2. Moderadamente	28,8%
	3. Poco o nada	10,6%

Estar con hermanos	1. Mucho	50,8%
	2. Moderadamente	23,5%
	3. Poco o nada	25,8%
Hacer cosas en el ordenador	1. Mucho	<b>74,2%</b>
	2. Moderadamente	20,5%
	3. Poco o nada	5,3%
Ir de excursión	1. Mucho	35,6%
	2. Moderadamente	31,1%
	3. Poco o nada	33,3%
Estar en casa sin hacer nada	1. Mucho	31,1%
	2. Moderadamente	28,0%
	3. Poco o nada	40,9%
Hacer deportes	1. Mucho	<b>59,8%</b>
	2. Moderadamente	19,7%
	3. Poco o nada	20,5%
Hacer danza	1. Mucho	24,2%
	2. Moderadamente	10,6%
	3. Poco o nada	65,2%
Leer	1. Mucho	<b>25,8%</b>
	2. Moderadamente	18,9%
	3. Poco o nada	55,3%
Escuchar música	1. Mucho	<b>77,3%</b>
	2. Moderadamente	15,9%
	3. Poco o nada	6,8%

De la tabla anterior se puede interpretar que a los jóvenes lo que más les agrada hacer es estar con los amigos, seguidamente hacer cosas con el ordenador y escuchar música. Es significativo el poco gusto por la lectura.

## 4. PROYECCIÓN Y AUTOEVALUACIÓN DE RELACIONES SOCIALES

TABLA 29: Valoración de los aspectos de la persona

Valoración de los aspectos de la persona		%
Tu inteligencia	1. Mucho	<b>64,4%</b>
	2. Moderadamente	31,1%
	3. Poco o nunca	4,5%
Tus habilidades técnicas	1. Mucho	63,6%
	2. Moderadamente	29,5%
	3. Poco o nunca	6,8%
Tus habilidades con las personas	1. Mucho	<b>74,2%</b>
	2. Moderadamente	22,0%
	3. Poco o nunca	3,8%
Tus conocimientos sobre el ordenador	1. Mucho	<b>36,4%</b>
	2. Moderadamente	37,9%
	3. Poco o nunca	25,8%
Tu profesión	1. Mucho	<b>72,0%</b>
	2. Moderadamente	23,5%
	3. Poco o nunca	4,5%
Tu familia	1. Mucho	<b>70,5%</b>
	2. Moderadamente	21,2%
	3. Poco o nunca	8,3%
Tu sensibilidad	1. Mucho	<b>65,9%</b>
	2. Moderadamente	25,0%
	3. Poco o nunca	9,1%
Tu simpatía	1. Mucho	<b>78,8%</b>
	2. Moderadamente	14,4%
	3. Poco o nunca	6,8%
Tu dinero	1. Mucho	27,3%
	2. Moderadamente	28,0%
	3. Poco o nunca	44,7%
Tu poder	1. Mucho	29,5%
	2. Moderadamente	28,0%
	3. Poco o nunca	42,4%
Tu conocimiento del mundo	1. Mucho	53,8%
	2. Moderadamente	25,0%
	3. Poco o nunca	21,2%
Tu imagen	1. Mucho	52,3%
	2. Moderadamente	34,8%
	3. Poco o nunca	12,9%

Tu responsabilidad	1. Mucho	<b>68,9%</b>
	2. Moderadamente	22,0%
	3. Poco o nunca	9,1%
Tu solidaridad	1. Mucho	<b>64,4%</b>
	2. Moderadamente	24,2%
	3. Poco o nunca	11,4%
Tus maneras	1. Mucho	57,6%
	2. Moderadamente	31,1%
	3. Poco o nunca	11,4%
Tu alegría de vivir	1. Mucho	<b>71,2%</b>
	2. Moderadamente	19,7%
	3. Poco o nunca	9,1%
Tu creatividad	1. Mucho	56,1%
	2. Moderadamente	29,5%
	3. Poco o nunca	14,4%
Tu capacidad de trabajo	1. Mucho	61,4%
	2. Moderadamente	25,0%
	3. Poco o nunca	13,6%
Tu fe o espiritualidad	1. Mucho	28,8%
	2. Moderadamente	19,7%
	3. Poco o nunca	51,5%
Tu constancia	1. Mucho	59,1%
	2. Moderadamente	28,8%
	3. Poco o nunca	12,1%
Tu personalidad	1. Mucho	<b>78,0%</b>
	2. Moderadamente	15,2%
	3. Poco o nunca	6,8%
Tu amabilidad	1. Mucho	<b>79,5%</b>
	2. Moderadamente	14,4%
	3. Poco o nunca	6,1%

A los jóvenes les importa mucho ser valorados por su amabilidad con las personas, por la simpatía, los rasgos de personalidad, su profesión, por las habilidades con las personas y por su alegría de vivir, en este orden de mayor a menor grado. A la vez, en menor número manifiestan que les interesa ser valorados por su familia y su responsabilidad. Es de destacar que a los jóvenes no les importa mucho ser valorados por su dinero o poder, y también les parece poco importante ser valorados por sus conocimientos del ordenador.

GRÁFICO 13: Valoración de los aspectos de la persona por su amabilidad

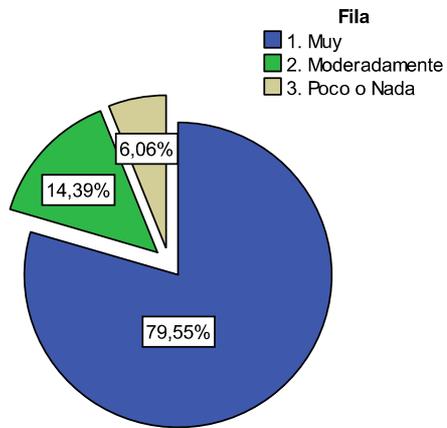


GRÁFICO 14: Valoración de los aspectos de la persona por su simpatía

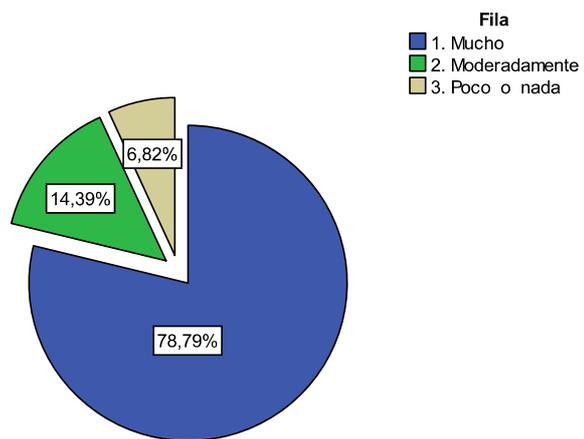


GRÁFICO 15: Valoración de los aspectos de la persona por su alegría de vivir

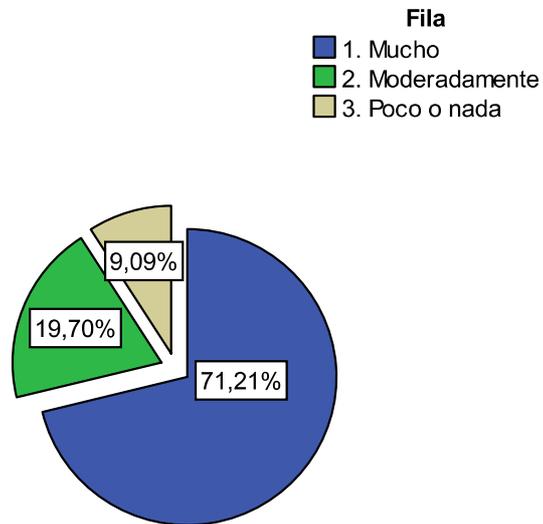
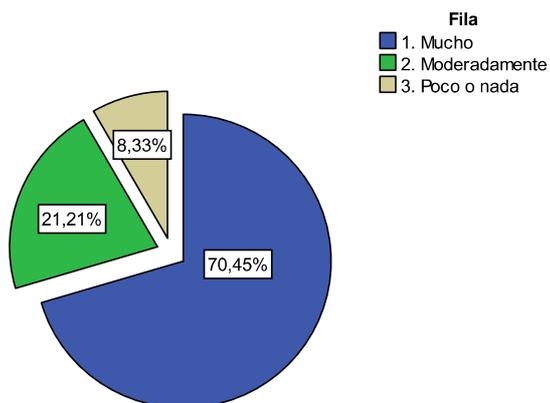


GRÁFICO 16: Valoración de los aspectos de la persona por su familia



**TABLA 30: Percepción de las relaciones sociales**

Percepción de las relaciones sociales		%
Mis amigos me respetan	1. De acuerdo	<b>87,9%</b>
	2. Indiferente	3,8%
	3. Desacuerdo	8,3%
Mi familia se preocupa mucho por mí	1. De acuerdo	<b>89,4%</b>
	2. Indiferente	6,8%
	3. Desacuerdo	3,8%
Mi familia me tiene en alta estima	1. De acuerdo	<b>80,3%</b>
	2. Indiferente	10,6%
	3. Desacuerdo	9,1%
Siento fuertes vínculos con mis amigos	1. De acuerdo	<b>78,8%</b>
	2. Indiferente	12,9%
	3. Desacuerdo	8,3%
Mi familia me respeta realmente	1. De acuerdo	<b>83,3%</b>
	2. Indiferente	10,6%
	3. Desacuerdo	6,1%

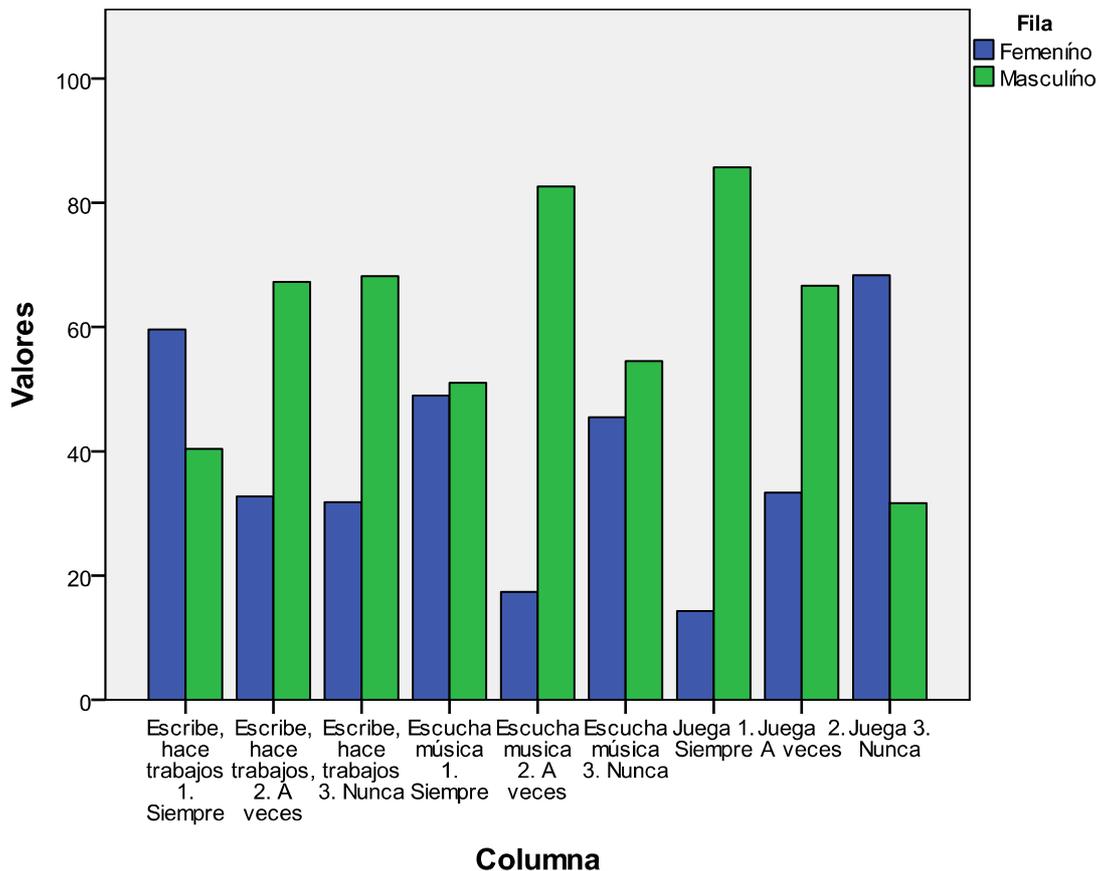
Por lo que respecta a la percepción de las relaciones sociales, los jóvenes manifiestan sentirse muy valorados por sus amigos y por sus familias, en este mismo orden y con índices considerablemente elevados.

## B. ANÁLISIS BIVARIADO

### 1. TABLAS BIVARIADAS

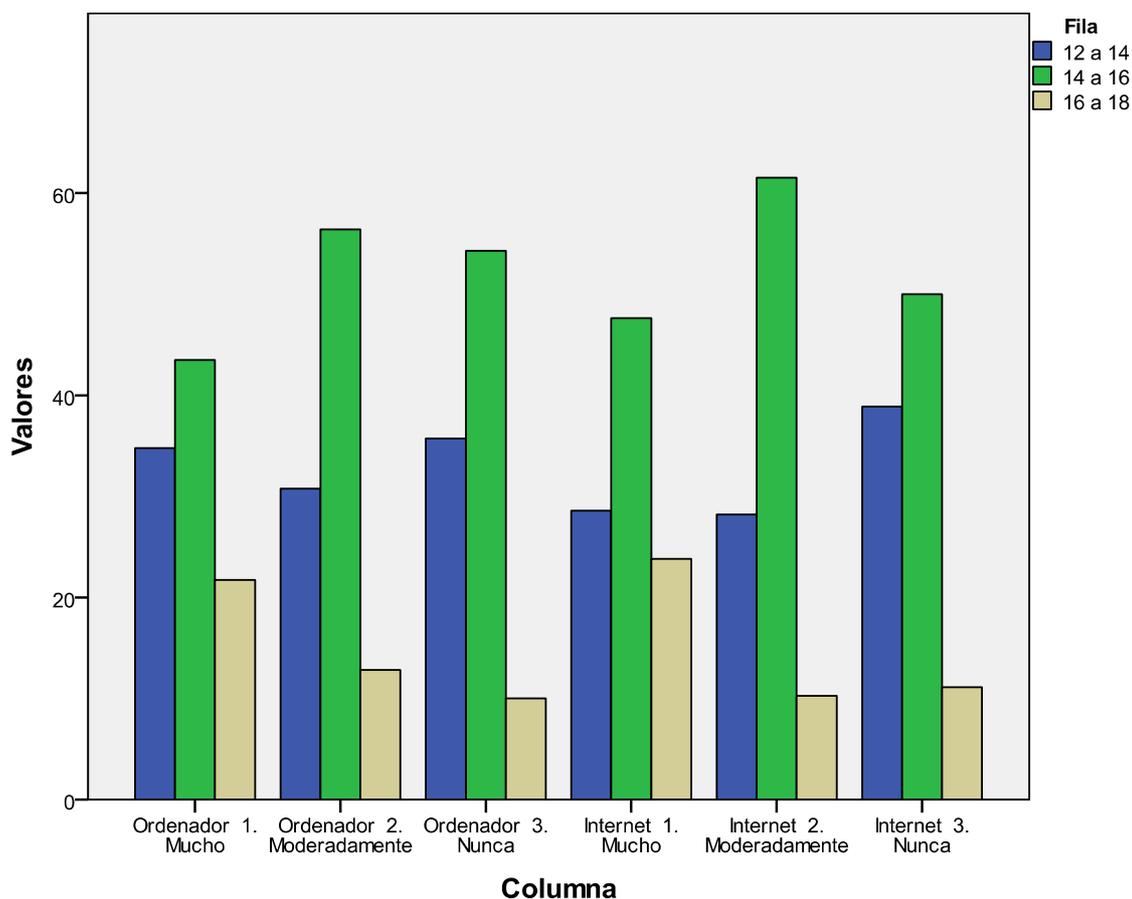
A continuación exponemos algunas tablas de dos variables que nos han resultado destacables como para ponerlas de relieve en los resultados.

GRÁFICO 17: Sexo y uso del ordenador



De acuerdo a lo que los jóvenes manifiestan, parece que las chicas escriben o hacen trabajos en Internet con más frecuencia que los chicos, aún cuando el número de chicos que manifiestan hacerlo a veces es más elevado que el de las chicas. A la vez, es destacable también que los chicos jueguen más con juegos de ordenador que las chicas. Mientras que la variable escuchar música es equitativa en ambos sexos.

**GRÁFICO 18: Edad y conversación con su padre**



En relación a las variables edad y temas de conversación con el padre, vemos que el tema de conversación sobre el ordenador e Internet no es nada habitual entre los 14-16 años.

## 2. RELACIÓN ENTRE VARIABLES

Tal y como mencionamos en el planteamiento de análisis bivariado, hemos procedido al cruce de diversas variables para establecer el  $\chi^2$  como una prueba de independencia, o no, de ambas variables. Asimismo, aún después de haber reagrupado categorías para limitar la dificultad, en los siguientes cruces de variables más del 20% de las casillas tienen frecuencias esperadas menores de 5:

1. Edad/uso de Internet.
2. Sexo/horas de uso de Internet.
3. Edad/facilidad para vivir sin.
4. Sexo/facilidad para vivir sin.
5. Edad/valoración aspectos de la persona.
6. Valoración aspectos de la persona/facilidad para vivir sin.
7. Habla con su madre sobre/frecuencia con la que realiza las siguientes actividades.
8. Habla con su madre sobre/valoración aspectos de la persona.
9. Frecuencia con la que realiza las siguientes actividades/facilidad para vivir sin.

En estos casos puede existir una sobrestimación de la prueba de  $X^2$  y por tanto señalar una relación entre ambas variables podría ser erróneo.

A continuación presentamos el significado de algunos cruces donde podemos utilizar la  $X^2$  sin miedo al error.

Sin duda, fue la variable sexo la que más cruces de variables significativos nos ha ofrecido.

## La variable sexo y el uso de las nuevas tecnologías

Parece existir una relación entre sexo y uso del ordenador para realizar trabajos y para escuchar música.

Pruebas de chi-cuadrada de Pearson			
		Escribir y hacer trabajos	Escuchar música
Sexo	Chi cuadrada	9,450	7,601
	gl	2	2
	Sig.	,009*	,022*
Los resultados se basan en filas y columnas no vacías de cada subtabla más la interior.			
*La estadística de chi-cuadrada es significativa en el nivel 0.05.			

Por otro lado, también encontramos una posible relación entre el uso de Internet y la variable sexo, tanto por lo que respecta a la búsqueda de información como por el uso de redes sociales.

Pruebas de chi-cuadrada de Pearson			
		Buscar información	redes sociales
Sexo	Chi cuadrada	6,893	6,231
	gl	2	2
	Sig.	,032*	,044*
Los resultados se basan en filas y columnas no vacías de cada subtabla más la interior.			
*La estadística de chi-cuadrada es significativa en el nivel 0.05.			

## La variable sexo y la valoración de aspectos de la persona

Parece existir una relación significativa entre el sexo de los jóvenes y su valoración por los “conocimientos sobre el ordenador”. A la vez, no encontramos una relación significativa entre el sexo y su valoración por “la alegría de vivir”.

Pruebas de chi-cuadrada de Pearson			
		Tus conocimientos sobre el ordenador	Tu alegría de vivir
Sexo	Chi cuadrada	14,136	1,091
	gl	2	2
	Sig.	,001*	,580
Los resultados se basan en filas y columnas no vacías de cada subtabla más la interior.			
*La estadística de chi-cuadrada es significativa en el nivel 0.05.			

A la vez encontramos una relación significativa entre el sexo y la valoración de la familia, pero no encontramos una relación significativa del sexo con la valoración de la fe ni con las habilidades técnicas.

Pruebas de chi-cuadrada de Pearson				
		Tu familia	Tu fe o espiritualidad	Tus habilidades técnicas
Sexo	Chi cuadrada	7,006	5,050	2,276
	Gf	2	2	2
	Sig.	,030*	,080	,320
Los resultados se basan en filas y columnas no vacías de cada subtabla más la interior.				
*La estadística de chi-cuadrada es significativa en el nivel 0.05.				

## C. CONCLUSIONES

En relación al número de horas de que se hace uso de las diferentes tecnologías, se pone de relieve que si hace unos años la batalla de padres y madres era poner límites al uso del televisor, hoy en día el reto de futuro es el límite a las nuevas tecnologías como el Internet y el móvil (Tabla 12). En un estudio de la Fundación Telefónica y la Universidad de Navarra (2008) ya se ponía de relieve que la televisión ha pasado a un segundo lugar entre infantes como entre los mismos adolescentes, que manifiestan preferir la red como una pantalla interactiva.

Los jóvenes manifiestan que hay un notable interés en ser valorados por todos los aspectos que hacen referencia a su relación con los otros, confirmándose así la importancia que tiene en esta franja de edad la socialización, donde el reconocimiento de la alteridad es necesario para la construcción de la autonomía y la propia identidad (Tabla 28).

Es importante señalar que si bien para los jóvenes son muy importantes las nuevas tecnologías de la información, en cambio, las comparten muy poco con sus progenitores y hacen poco uso de estas tecnologías en la escuela o el instituto. Así también lo pone de relieve el estudio del año 2009 (INTECO, 2009) en el que se indica que solamente un 6,1% accede a Internet desde el centro educativo mientras que un 91,7% lo hacen desde el propio hogar.

Los valores que más les interesan a los jóvenes se refieren a la relación con los otros, ocupando también la familia un lugar bastante importante en sus valoraciones.

Si bien la variable sexo puede influir en el uso de las nuevas tecnologías y en ciertas valoraciones en relación a las TIC, no parece tener influencia en lo que hace referencia a las valoraciones más importantes señaladas por ambos sexos relativas a la relación con los otros.

Nos interesaba también la variable de las sensaciones que experimentan al interactuar con las nuevas tecnologías para poder extraer conclusiones en relación a lo que les motiva hacer, y cuáles son los valores subyacentes que están en juego. Es

considerable, en esta línea, ver cómo la diversión es uno de los objetivos prioritarios en el uso de Internet y del ordenador (55,3% y 47,7% respectivamente), mientras que la sensación de aprovechar el tiempo en el uso de Internet y del ordenador es también destacable (34,8% y 27,3% respectivamente). Contrasta eso con la sensación que tienen de perder el tiempo cuando miran televisión (29,5%). También es destacable que manifiestan sentirse acompañados (27,3%) al hacer uso del ordenador, por el acceso que con ello tienen a las redes sociales, y la sensación de saberse activos (26,5%). Es curioso el dato de que un porcentaje bajo (17,4%) manifiesta ser consciente de estar aprendiendo cuando hacen uso del ordenador. Nuevamente aquí hacemos referencia al estudio de INTECO (2009) donde también un elevado porcentaje (54,3%) manifestaba que la diversión era la motivación primordial para hacer uso de Internet.

Finalmente, podemos concluir que la diversión es el valor que inicialmente reciben conscientemente al interactuar con el ordenador, sabiendo que están aprovechando el tiempo conectados con los otros como eje de socialización y sabiéndose acompañados.

En este sentido se habla de un proceso de construcción del propio yo que pasa por la alteridad virtual. Si para la propia construcción identitaria nos hace falta la existencia del otro, del no-yo, con las nuevas tecnologías esta alteridad de referencia sucede dialogando a través de las redes sociales, donde el discurso se establece también con monólogos y diálogos íntimos de manera pública. Es así como se dice que nacen nuevas formas de ser y estar en el mundo.

## BIBLIOGRAFÍA

### Investigaciones realizadas 2002/ 2009

Amoros, P., Buxarrais, M.R. & Casas F. (2002). *La influencia de las TIC en la vida de los chicos y chicas de 12 a 16 años*. Barcelona: Instituto de Infancia y Mundo Urbano.

Bernet García, F. (coord.) (2007). *Comunicación y lenguajes juveniles a través de las TIC*. Instituto de la Juventud, Injuve & Ministerio de igualdad España.  
(<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=541229710&menuld=572069434>)

Feixa, C. et al. (2002). Identitats culturals i estils de vida. En: Gómez-Granell, C.; García-Milà, M.; Ripol-Millet, A.; Panchón, C. (coord.). *La infància i les famílies als inicis del segle XXI*. Informe 2002 en línea. Barcelona: Instituto de Infancia y Mundo Urbano. Observatorio de la Infancia y la Familia.  
([http://www.ciimu.org/images/stories/CIIMU/Informes\\_Infancia/Informe\\_2002/Identitats\\_culturals\\_y\\_estils\\_de\\_vida.pdf](http://www.ciimu.org/images/stories/CIIMU/Informes_Infancia/Informe_2002/Identitats_culturals_y_estils_de_vida.pdf))

Fundación Telefónica & Universidad de Navarra (2008). *La Generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*.  
([www.generacionesinteractivas.org/?page\\_id=660](http://www.generacionesinteractivas.org/?page_id=660))

Instituto de la Juventud, Injuve & Ministerio de igualdad España (2009) *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*, Directora Ángeles Rubio Gil, Edición Injuve  
(<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=1724774781&menuld=572069434>)

Instituto de la Juventud, Injuve & Ministerio de igualdad España (2008). Sondeo de opinión, situación de la gente joven. 1ª Encuesta de 2008, Tema 2 Valores e identidades.

(<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.type.action?type=1008402591&menuId=1008402591>)

Inteco, Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. (2009) *Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles* ([http://www.inteco.es/Prensa/Actualidad\\_INTECO/Noticia\\_informe\\_1T2009](http://www.inteco.es/Prensa/Actualidad_INTECO/Noticia_informe_1T2009))

Internet Interdisciplinary Institute -IN3- (2007), *Proyecto Internet Catalunya (PIC)*, Dirección Manuel Castells e Imma Tubella, Universitat Oberta de Catalunya. (<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/index.html>)

IV Congreso De La Cibernsidad 2009. (<http://www.cibersociedad.net/congres2009>)

Kaiser Family Foundation (2009). *Generation M: Media in the Lives of 8-18 year olds*. (<http://www.kff.org/entmedia/7251.cfm>)

Livingstone, S. & Bovill, M., (1999) *Children, Young People and the Changing Media Environmet.*, London School of Economics and Political Science, Report of the Research Project. ([http://www.psych.lse.ac.uk/young\\_people/press.html](http://www.psych.lse.ac.uk/young_people/press.html))

### **Nuevas temáticas en torno a las TIC**

Albarello, F.J. (2004) “La brecha digital y su abordaje educativo.”, *3º Congreso de comunicadores. Foro VI Espacios de Comunicación alternativa y nuevas tecnología*. ([http://www.redcom.org/CCC/foro6\\_albarello.htm](http://www.redcom.org/CCC/foro6_albarello.htm)) Consulta 22/02/06

Ambrosi, A., Peugeot, A. & Pimienta, D. (coords.) (2005). *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. París: C & F Éditions.

García, L., Nussbaum, M. & Bolton, J. (2005): *Correlations Between Digital Tools and Human Cognitive Processes*. Lecture Notes in Computer Science, LNCS 3597: 326-335.

Morduchowicz, R. (Coord.), Barbero, J. M. & Callejo, J. (2008) *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires: Editora Gedisa.

Nuñez, F. (2001). Internet, fàbrica de somnis. Claus por a la comprensió de la participació en fòrums i xats. *Digithum*. UOC, Núm. 3.  
(<http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/nunez/nunez.html>).

Piscitelli, A. (2009) *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.

Sibila, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Unesco (2005) *Informe mundial Hacia las Sociedades del conocimiento*. Unesco.  
(<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>)

### **Relaciones con las TIC: usos y nuevos aprendizajes**

Castells, M. (2000). "Internet y la sociedad red". En: *Lección inaugural del programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. UOC.  
<<http://www.uoc.es/web/esp/articulos/castells/menu.html>>.

Gil, A., Feliu, J. (2003). "El consumo de TIC: características afectivo-psicosociales de la sociedad de la información". *Encuentros en Psicología Social*. Vol. 1, 3, 7-10.

Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

### **Relaciones parentales y sociales**

Berríos, Ll. & Buxarrais, M.R. (2005). "Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes. Algunos datos." OEI Monografías virtuales, *Ciudadanía, democracia y valores en Sociedades plurales* Línea temática: Valores y tecnologías de la información y comunicación, Número 5.

Boschma, J. (2008). *La Generación Einstein. Más listos, más rápidos y más sociables. Comunicar con los jóvenes del siglo XXI*. Barcelona: Gestión 2000.

Casas Aznar, F., Figuer, C., González, M. & Malo, S. (2007). Los medios audiovisuales entre los progenitores y los hijos e hijas., *C & E: Cultura y educación*, Vol. 19, Nº 3, 311-330

Feixa, C. et al. (2002). Identitats culturals i estils de vida. En: Gómez-Granell, C., García-Milà, M., Ripol-Millet, A., Panchón, C. (coord.). *La infància y les famílies als inicis del segle XXI*. Informe 2002 en línia. Barcelona: Instituto de Infancia y Mundo Urbano. Observatorio de la Infancia y la Familia. ([http://www.ciimu.org/images/stories/CIIMU/Informes\\_Infancia/Informe\\_2002/Identitats\\_culturals\\_y\\_estils\\_de\\_vida.pdf](http://www.ciimu.org/images/stories/CIIMU/Informes_Infancia/Informe_2002/Identitats_culturals_y_estils_de_vida.pdf))

Gil, A., Feliu, J., Rivero, Y. & Gil, E., (2003) *¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital*. UOC. (<http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html>)

Gil, A. (2003). El consum com a emoció. En: Feliu, J. & GIL, A. (coords.). *Psicologia econòmica i del comportament del consumidor*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.