



LOS JÓVENES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA ANTE EL USO Y CONSUMO DE LAS TIC¹

Youth of Secondary Education at the use and consumption of ICT

Javier Ballesta Pagán

pagan@um.es

M^a Carmen Cerezo Máiquez

cerezo.mcarmen@gmail.com

Alejandro Veas Iniesta

alejandro.veas@ua.es

Universidad de Murcia (España)

Recibido: 03/12/2013

Aceptado: 13/03/2014

22

Resumen

En estos últimos años se ha visto un incremento exponencial en el uso de los medios digitales a todos los niveles. Por ello, consideramos que se hace necesario, desde el ámbito educativo, conocer los referentes e indicadores que valoren el consumo digital de nuestros jóvenes para plantearnos metodologías colaborativas que nos ayuden a favorecer una educación en y para el consumo de medios digitales, entendiendo que un primer paso sería conocer el equipamiento, acceso y uso para valorar lo que hacen dichos adolescentes cuando interactúan con estos medios digitales.

¹ Este artículo presenta resultados del proyecto de investigación "El uso y la interacción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el alumnado de Educación Secundaria Obligatoria de la Región de Murcia" (Ref. 15252/PPC/10), financiado con cargo al Programa de Generación de Conocimiento Científico de Excelencia de la Fundación Séneca, Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia.

El objetivo de este artículo es analizar el uso y consumo de medios digitales (Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión) del alumnado educación secundaria de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Por tanto, en este trabajo se van a presentar los resultados de una investigación, en la que han participado un total de 2734 alumnos de 3º y 4º de la ESO de 15 centros educativos públicos y concertados, a los que se les administró un cuestionario de 73 ítems, con cuatro opciones de respuesta, estructurándose en seis dimensiones que recogen la información referida al uso y consumo de los diferentes medios digitales. Los datos fueron analizados con el paquete estadístico *SPSS for Windows 15.0*, utilizando estadísticos descriptivos. De los resultados obtenidos habría que destacar las diferencias que se aprecian entre el uso y consumo de los medios digitales por género, ya que los chicos y las chicas no los usan, de la misma manera. Las diferencias más significativas las encontramos en la participación en las redes sociales, en el uso de la consola y ante el consumo de la televisión. En los otros dos medios analizados las diferencias no son tan significativas pero se ha de destacar el consumo de Internet y del móvil entre los jóvenes de 15 a 17 años de ambos sexos.

Abstract

In recent years there has been an exponential increase in the use of digital media at all levels. Therefore, we believe it is necessary, in the educational environment, meet the benchmarks and indicators that assess the digital consumer to ask our youth collaborative methodologies to help us promote education in and for digital media consumption, meaning that a first step would be to know the equipment, access and use to assess what these teens do when they interact with these digital media.

The aim of the paper is to analyze the use and consumption of digital media (Internet, social networks, mobile phone, game console and TV) of secondary school students of the Autonomous Community of the Region of Murcia.

Therefore, in this paper we will present the results of an investigation, which involved a total of 2734 students in the 3rd and 4th of ESO 15 schools public

and private schools, which were given a questionnaire 73 items with four response options, structured in six dimensions which gather information regarding the use and consumption of different digital media. Data were analyzed with SPSS for Windows 15.0, using descriptive statistics. This should highlight the differences of the results that can be seen between the use and consumption of digital media by sex, and that boys and girls are not used in the same way digital media analyzed, the most significant differences are found using social networks, the console and television, in the other two media analyzed the differences are not as significant but must emphasize the use and consumption of mobile Internet and among young people 15-17 years of both sexes.

Palabras Claves: TIC, Teléfono móvil, consola de videojuegos, televisión, Internet y redes sociales

Key Words: ICT, Mobile phone, game console, TV, Internet and social networks

Marco Conceptual

En la actualidad, los medios digitales (Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos, televisión) tienen un valor indiscutible, no solo por su potencialidad instrumental, también por las posibles influencias y efectos que ejercen en el desarrollo de una nueva interacción comunicativa individual y grupal.

Por ello, desde el ámbito educativo, se hace necesario conocer los referentes e indicadores que valoren el consumo de nuestros jóvenes, también llamados generación interactiva, entendiéndolo que es importante conocer el equipamiento, acceso, consumo y uso que tienen y hacen cuando interactúan con estos medios digitales, y de esta forma poder valorar cómo acceden a la información, cómo abordan sus contenidos y cómo se desarrolla la elección de sus formatos para poder llegar a comunicarse. Por tanto, consideramos de gran importancia conocer, desde la percepción de los adolescentes, las características de ese consumo fuera de la escuela, con el fin de conocer el grado de acceso, de uso de estas tecnologías y la interacción

comunicativa que se desarrolla, como punto de encuentro y de diagnóstico para plantearnos, desde el ámbito educativo formal metodologías que nos ayuden a favorecer una educación en y para el consumo de medios digitales. También es importante conocer la relación existente entre el uso y consumo de los medios digitales y su influencia en el rendimiento académico, factor que afecta a diferentes elementos: motivación, estilos de aprendizaje, comportamiento escolar... que repercutirán en el éxito académico.

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

Lo que más nos interesa en nuestra investigación es ver si esa brecha digital, además de económica, es también social y cultural, y se pone de manifiesto en las diferentes características de los perfiles de alumnado (género) que conforman la realidad educativa que conforman nuestras aulas en Educación Secundaria Obligatoria.

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

Objetivos

- 1) Analizar el uso y consumo de medios digitales (Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión) del alumnado de segundo ciclo de Educación Secundaria Obligatoria de los centros de la Región de Murcia.
- 2) Identificar distintos perfiles de consumo en función de la variable género.
- 3) Valorar los aspectos formativos en la interacción con los medios.

Metodología

1. Muestra

En esta investigación han participado 2734 alumnos escolarizados en 3º y 4º de ESO en 15 centros docentes públicos y privados-concertados, de las diferentes comarcas de la Región de Murcia.

El 52,3% de la muestra eran alumnos que cursaban 3º ESO y el 47,7% restante son alumnos de 4º ESO. Un 50,7% eran chicos, el resto (49,3%) eran chicas, la edad de la muestra se centra 14 y 15 años ($X= 14,9$ años).

2. Instrumento

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

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

El coeficiente de consistencia interna (Alpha de Cronbach's) ofrece un valor de 0,879, indicando así la fiabilidad del cuestionario. Tras el análisis del nivel de confianza se obtuvieron unos resultados del 97% de confianza y un $\pm 2,89$ de error muestral.

3. Procedimiento

Tras el proceso de selección de centros y alumnado el equipo investigador se puso en contacto con los departamentos de orientación de los centros seleccionados, mediante reuniones con el orientador, para incardinar la

administración del instrumento de recogida de información al proceso de acción tutorial y recibir apoyo en su fase de aplicación.

Una vez recogidos los datos fueron analizados con el paquete estadístico *SPSS for Windows 15.0*, utilizando estadísticos descriptivos (frecuencias, medias y desviación típica) y estadísticos inferenciales (chi-cuadrado y análisis de residuos ajustados mediante el procedimiento de Tabla de contingencia).

Resultados

Si analizamos el uso y consumo que los alumnos del 2º ciclo de Educación Secundaria Obligatoria tienen en relación a distintos medios: Internet, redes sociales, teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión; podemos observar diferencias, en cuanto a las posibilidades para su uso si entran en juego variables como el género. También nos ha interesado comprobar la relación existente entre el número de asignaturas aprobadas y el uso y consumo de los medios digitales, para de este modo ver la influencia que ejercen los medios digitales en el rendimiento del alumnado de la ESO.

A continuación analizaremos los datos de haciendo referencia a cada uno de los medios digitales estudiados:

1. Uso de los medios

La mitad del alumnado encuestado (52,4%) usa preferiblemente el ordenador, seguido del teléfono móvil (22,7%), un 19,6% utiliza la televisión y tan solo 5,3% de los alumnos prefiere la consola de videojuegos.

2. Número de asignaturas aprobadas

Tal y como se refleja en el gráfico siguiente la mitad de los encuestados han aprobado todas las asignaturas al finalizar el curso anterior, un 15,3% han suspendido más de tres asignaturas.

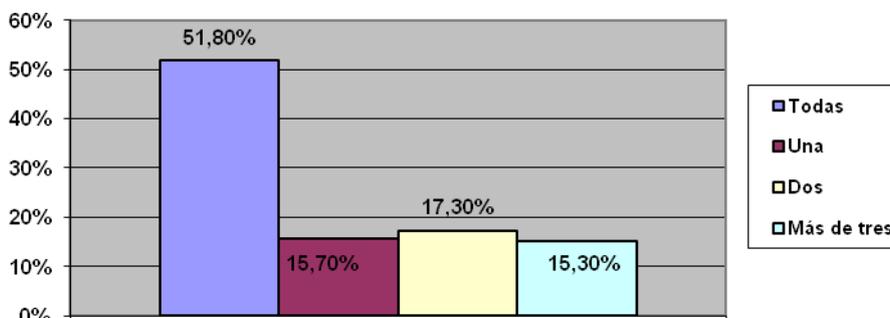


Gráfico 1. Asignaturas aprobadas

3. Internet

3.1. Ordenadores en casa

Según los resultados obtenidos el 94,3 % de los alumnos disponen de un ordenador en casa, dicho porcentaje disminuye hasta un 85,1% cuando preguntamos si el ordenador dispone de acceso a **Internet**; de forma que un 14,9% no utiliza la Red en casa ya que no dispone de ordenador (5,7%) o dispone de ordenador pero sin conexión (9,3%).

Existe relación entre el número de ordenadores que tiene en casa con el número de asignaturas aprobadas, $p=0,000$. En este sentido, se evidencia que el uso del ordenador le ha ayudado a los alumnos a superar las asignaturas.

3.2. Consumo de Internet

Respecto al tiempo dedicado a Internet, el 40,4% del alumnado encuestado afirma dedicar de 1 a 3 horas al día de lunes a viernes a este medio; el 17,4% afirma dedicar más de 3; el 32,2% accede menos de 1 hora al día y sólo el 9,9% afirma no dedicar horas a este medio durante la semana. Durante el fin de semana se aprecia un leve incremento del tiempo dedicado a su uso, tal y como podemos observar en el siguiente gráfico:

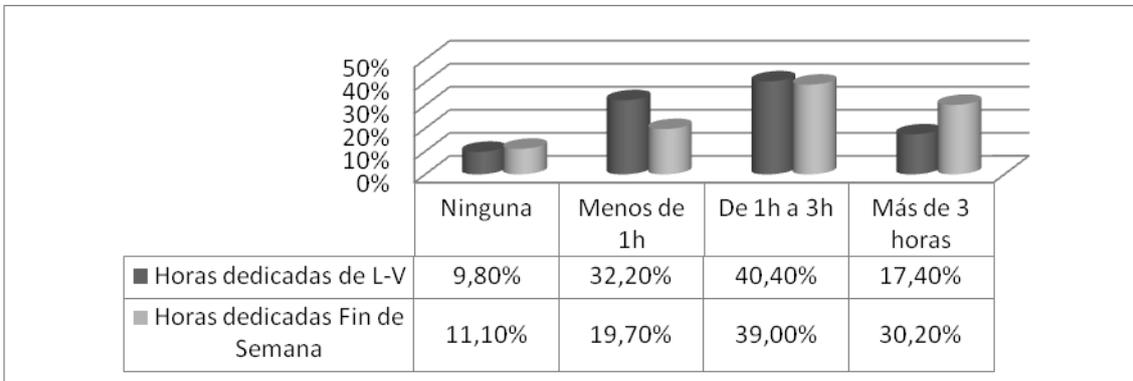


Gráfico 2. Horas dedicadas a Internet

3.3. Usos de Internet

Las visitas a páginas Webs, blogs, prensa digital, es el uso más frecuente (39,0%), seguido de otras actuaciones como ver, subir, bajar vídeos, descarga de películas, series tv. etc., (34,0%), otro de los usos más comunes sería enviar correos electrónicos (17,1%), siendo el menos utilizado el juego online (9,9%). Las diferencias más significativas en función del género y en relación con este último uso, únicamente el 2,8% de las chicas utilizan Internet para jugar online frente al 16,8% de éstos.

3.4. Quién te ha ayudado a aprender a utilizar Internet

De forma general los alumnos lo hacen de forma autónoma, por propia iniciativa (67,1%), seguido de aquellos que valoran la ayuda de su propia familia en el aprendizaje (17,2%), también los hay que reconocen el papel de los amigos (12,6%) y, a gran distancia, son sus profesores (3,1%).

3.5. Algún profesor utiliza Internet en su asignatura

En el gráfico siguiente se presentan los resultados de las opiniones de los alumnos encuestados sobre la utilización de Internet por los docentes en el desarrollo de su asignatura, señalando que un 37,6% no lo utilizan y tan solo un 0,7% hacen uso de este medio todos los docentes que le imparten clase.

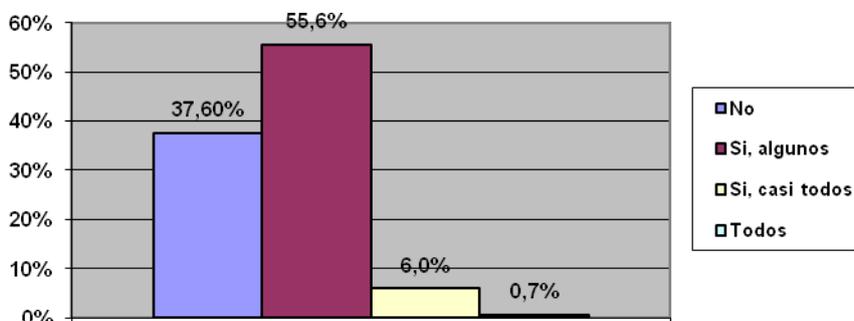


Gráfico 3. Utilización de Internet para desarrollar las asignaturas

Si relacionamos esta ítem con el número de asignaturas aprobadas encontramos que hay un nivel de significatividad de $p=0,000$. Los alumnos con mayor éxito escolar opinan que la mayoría de sus profesores acceden a Internet para explicar su asignatura.

3.6. Beneficios de Internet para la formación

La mitad (50,1%) de los encuestados consideran Internet beneficioso para su formación, un 17,9% lo consideran muy beneficioso, un 27,1% poco y tan solo un 4,8% no ven el beneficio de este medio en su formación.

4. Redes sociales

4.1. Participación y preferencia de redes sociales

Los resultados muestran que tan sólo 10,1 % del alumnado encuestado afirma no participar en ninguna red social; en consecuencia, el 89,9% sí lo hacen. Si nos centramos en el tipo de red social, la más utilizada es *Tuenti* (86,5%) seguida de *Facebook* (8,4%), si bien *Twitter* es elegida tan sólo por el 2,1% y el 3,1% restante prefiere acceder a otras redes.

Sin embargo es importante señalar que hay una relación significativa de $p=0,001$, entre el tipo de red social y el número de asignaturas aprobadas. Los alumnos que tienen mayor éxito académico prefieren la red social *Twitter*.

4.2. Inicio en las redes

Un 35,6% de los encuestados llevan de 1 a 2 años participando en una red social, un 31,6% llevan de 2 a 3 años, un 21% llevan más de 3 años y tan solo un 11,8% menos de un año. En cuanto a las diferencias por género, las chicas llevan participando en redes sociales de 2 a 3 años, mientras que los chicos de 1 a 2 años.

De igual forma, el tiempo de participación en las redes sociales está relacionado con el éxito escolar en un nivel de significatividad de $p=0,000$, por lo que los alumnos que llevan entre 1 y 2 años participando en las redes sociales son los que mejores resultados académicos obtienen.

4.3. Para qué se utilizan las redes

La mitad de los estudiantes encuestados las utilizan para mantener contactos con sus amigos más cercanos, casi un 20% para saber de gente que hace tiempo que no ve, un 14,6% para mantener contacto con sus compañeros de clase y un 10,2% para conocer gente nueva.

4.4. Dedicación

Las horas dedicadas a las redes sociales por día aumentan los fines de semana de 1 a 3 horas, mientras que los días de semana les dedican menos de 1 hora al día. En la tabla siguiente aparecen recogidas los datos.

Tabla 1. Horas dedicadas a redes sociales

	De lunes a viernes	fin de semana
Ninguna	9,9%	11,1%
Menos de 1 hora	32,3%	19,6%
De 1 a 3 horas	40,5%	39,1%
Más de 3 horas	17,3%	30,2%

Existe una correlación de $p=0,000$, entre el ítem de estudio y el número de asignaturas aprobadas. Aquellos alumnos que destinan menos horas a las redes sociales son los que mejores resultados académicos obtienen.

4.5. Influencia en tareas escolares

Un 40,7% casi nunca desatiende sus tareas escolares por usar las redes sociales, un 39,1% no consideran que desatenden sus tareas escolares, un 15,1% opinan que casi siempre y tan solo 5,1% dicen que si que desatenden sus tareas por estar en las redes sociales.

Existe una correlación de $p=0,000$, entre el ítem de estudio y el número de asignaturas aprobadas. Han obtenido mejor éxito académico aquellos que opinan que no han desatendido las tareas escolares por utilizar la red social.

5. Teléfono Móvil

5.1. Tienen teléfono móvil

Los resultados referidos al teléfono móvil muestran una gran generalización de este medio entre los adolescentes, ya que, el 93,9% del total de la muestra afirma disponer de alguno.

En esta ocasión cabe resaltar también la diferencia existente entre chicos y chicas; únicamente el 3,4% de las chicas afirma no tener móvil frente al 8, 2% de los chicos. Los alumnos cada vez van adquiriendo este dispositivo a edades más tempranas.

5.2. Horas dedicadas al teléfono móvil

La mayoría del alumnado dedica de lunes a viernes menos de 1 hora al día a este dispositivo; los sábados y domingos, utilizan este medio más de una hora al día. Estos datos se recogen en la tabla adjunta.

Tabla 2. Horas dedicadas al teléfono móvil

	De lunes a viernes	fin de semana
Ninguna	15,3%	13,4%
Menos de 1 hora	45,5%	39,6%
De 1 a 3 horas	20,4%	25,2%
Más de 3 horas	18,8%	21,7%

Existe relación entre el número de horas dedicadas al móvil y el número de asignaturas aprobadas, $\rho=0,000$. Los alumnos que han utilizado el móvil ninguna o menos de una hora son los que han aprobado todas las asignaturas.

5.3. Para qué utilizan el teléfono móvil

Suelen utilizar este dispositivo con mayor frecuencia (42,3%) para hablar con los amigos; un 23,1% lo usan para enviar y recibir SMS; el 21,1% lo usan para hablar con la familia y un 13,5 % lo usan para acceder a Internet.

5.4. Cuando no utilizan el móvil

Este medio no es utilizado por los encuestados mayoritariamente al estudiar en un 39,3%; al irse a dormir en un 28,5%; en un 18,8% cuando estoy con mi familia y en un 13,4% siempre lo utilizan.

Hay una relación significativa de $\rho=0,000$, entre este ítem y el número de asignaturas aprobadas. Aquellos alumnos que no han utilizado el móvil cuando estudiaban son los que han obtenido mejores resultados académicos.

6. Consola de Videojuegos

6.1. Tienes consola de videojuegos y tiene conexión a Internet

Es el medio del que los alumnos disponen en menor número de casos, en comparación con el resto, ascendiendo al 19.6 % el porcentaje de alumnos encuestados que no disponen de ésta. Un 40,7% tiene consola de videojuegos normal y portátil; un 25% tiene consola normal y un 14,6% es portátil.

Pero también se identifican grandes diferencias entre chicos y chicas; las chicas disponen en un menor porcentaje de videoconsolas.

Más de la mitad (52%) tienen consola de videojuegos pero sin conexión a Internet, el resto si que tienen conexión a Internet.

6.2. Horas dedicadas a la consola de videojuegos

Mayoritariamente no usan la consola ninguna hora ni entre semana ni en fines de semana tal y como se adjunta en la tabla siguiente:

Tabla 3. Horas dedicadas a la consola de videojuegos

	De lunes a Viernes	fin de semana
Ninguna	56,6%	46,2%
Menos de 1 hora	27,2%	27%
De 1 a 3 horas	12,2%	16,6%
Más de 3 horas	4%	10,3%

Atendiendo a las diferencias en cuanto al uso de la Videoconsola, los chicos son los únicos que usan la consola tanto los días de semana como sábados y domingos en menos de 1 hora al día.

6.3. A qué tipo de juegos prefieres jugar

Prefieren jugar a juegos de lucha, acción disparos; deportes, coches, carreras; y otros (karaoke, concursos...) en un mismo porcentaje de casi 30% en cada una de las modalidades.

Hay diferencias entre el género de los alumnos, las chicas prefieren mayoritariamente otros (karaoke, concursos...) y los chicos declinan sus preferencias por juegos de deportes, coches carreras, lucha, acción y disparos.

6.4. Para jugar a la Consola de Videojuegos a que sueles quitarle tiempo

Mayoritariamente un 82,9% dicen no quitarle tiempo a nada cuando usan la consola de videojuegos.

Existe una correlación de $p=0,000$, entre el ítem y el número de asignaturas aprobadas. Se comprueba que el uso de la consola es únicamente de ocio, puesto que los alumnos con mejor resultados académicos no le quitan tiempo a nada.

6.5. Con quien juegas habitualmente

Juegan solos en un 36,9%; un 30,8% con los amigos; con la familia en un 27,3% y solamente con un casi 5% con desconocidos a través de Internet.

7. Televisión

7.1. El lugar de acceso a la TV

El último medio al que hacemos referencia en el cuestionario es la televisión. El acceso a este medio en la mayor parte de los casos (71, 5%) se produce en el salón con la familia. El 19,9% prefiere acceder a este medio sólo en su habitación. Un 3,8% afirma ver la televisión en la habitación de su hermano/a y sólo un 4,8% no ve la televisión. El acceso a la televisión presenta diferencias significativas en función del sexo del alumnado, ya que mayor cantidad de chicos declaran no ver la televisión o hacerlo en la habitación solos, mientras que las chicas prefieren en mayoría acceder en este medio en el salón con la familia. Existe una correlación de $p=0,000$, entre el ítem y el número de asignaturas aprobadas. Los alumnos con mejor rendimiento ven la TV con su familia en el salón de su casa.

36

7.2. Horas destinadas a ver la televisión

Casi la mitad de los alumnos dicen que ven la televisión los días y los fines de semana de 1 a 3 horas. Tal y como se puede apreciar en la tabla siguiente:

Tabla 4. Horas dedicadas a ver la televisión

	De lunes a viernes	fin de semana
Ninguna	3,4%	4,5%
Menos de 1 hora	28,3%	22,5%
De 1 a 3 horas	44,7%	40,5%
Más de 3 horas	23,6%	32,3%

7.3. Te ayuda a aprender la televisión

Casi la mitad de los alumnos consideran que este medio no les ayuda casi nada a aprender, seguido del 43,3% que consideran que nunca; tan solo un 10% opinan que si que les ayuda a aprender.

7.4. Utilizas tus profesores la televisión

Los profesores casi nunca utilizan este medio para explicar contenidos de sus asignaturas en un 44,3%; el 32,7% opinan que casi siempre; el 14,4% nunca y tan solo el 8,6% siempre.

Conclusiones

Vamos a establecer algunas de las conclusiones más significativas de esta investigación; realizando una diferenciación por cada uno de los medios señalado, como hemos analizado anteriormente.

En relación a Internet, se constata que alrededor 86% de los alumnos encuestados disponen de equipamiento informático. El 85,1% del alumnado tiene acceso a Internet desde sus hogares. El mayor uso de Internet se da durante los fines de semana, por lo que la relación entre este medio y el tiempo de ocio está muy relacionada, no estando tan generalizado el uso formativo.

Según la valoración del alumnado pudiera ser beneficioso para su formación, al mismo tiempo, los alumnos consideran que el uso de este medio por parte de los profesores ayuda a mejorar su rendimiento.

La gran mayoría del alumnado encuestado participa en redes sociales, por lo que un 71,3% de los jóvenes desarrollan su actividad en las mismas. Las chicas hacen más uso de las redes sociales que los chicos. Los alumnos con mejor éxito escolar utilizan *Twitter* por encima de otras redes. De igual forma, se evidencia que los alumnos con mejor rendimiento son los que usan menos tiempo diario en las redes sociales. Así mismo, los alumnos con mejor éxito reconocen que no desatienden las tareas escolares por usar las redes sociales.

Con respecto al teléfono móvil, hay un porcentaje de chicas (3,4%) que afirma no tener móvil frente al 8,2% de los chicos. Los alumnos con mejor éxito son los que menos tiempo destinan al uso del teléfono móvil y no suelen usarlo cuando estudian. De igual forma, la consola es el medio menos difundido entre los jóvenes. Las chicas hacen un menor uso de este medio. Se constata las preferencias según el género, en todo lo relacionado con el tipo de juego. El acceso a Internet desde la consola no está generalizado, el 52% del alumnado no dispone de este servicio.

Se comprueba que es el medio que menos afecta al rendimiento de los alumnos, tiene un carácter de ocio que no parece influir en su éxito académico.

El acceso a la televisión tiene un carácter familiar, por lo general, ya que la mayoría del alumnado disfruta de este medio en el salón de casa. Se observa como este medio según los alumnos no les ayuda ni les favorece el aprendizaje, puesto que consideran que la televisión no les ayuda a aprender, sino a desconectar del estudio, para conseguir entretenimiento. Sin duda esta percepción sobre la potencialidad de la tv para el aprendizaje se relaciona también con un aspecto de interés y es que, desde la valoración del alumnado, casi las tres cuartas partes de los profesores no utilizan la televisión como medio didáctico. Sin duda, una cuestión para reflexionar.

De los resultados obtenidos en esta investigación destacamos que en las dimensiones estudiadas existen algunas consideraciones a tener en cuenta. Así merece destacar, en primer lugar, en relación al uso y consumo de medios digitales, que al igual que, como en investigaciones anteriores (Ballesta et al. 2003), existe una preferencia del ordenador sobre los demás medios digitales propuestos. Por otro lado, los resultados corroboran los de otras investigaciones previas de Buckingham (2008), Sádaba y Bingué (2009) y Rubio (2009), en las que se mencionaba la brecha digital determinada en función del género e incluso, entre el uso y consumo de cada uno de los medios. Asimismo, en nuestra investigación se evidencia que en el acceso, uso y consumo de TIC es más de naturaleza lúdica y potenciada en tiempo de ocio que formativa (Ballesta et al., 2012). Consideramos que se necesita que los centros educativos y los docentes favorezcan una mayor implicación en un uso

formativo de las tecnologías para que así se favorezca un cambio en la tendencia actual en el consumo que realizan estos jóvenes de los medios digitales. Sin duda, la participación del alumnado ante las TIC tiene que seguir abordándose, hoy más que nunca desde diferentes contextos, potenciando la relación escuela-familia (Lozano et al., 2013; Ballesta y Cerezo, 2011). De este modo, consideramos que es desde la educación formal y con el desarrollo de metodologías activas es donde habrá que avanzar para dar una mejor respuesta que facilite conocer, comprender y valorar esta dimensión formativa de los medios que sigue sin siendo una asignatura pendiente en nuestro sistema educativo.

Bibliografía

- Ballesta, J. (Coord.). (2009). *Educar para los medios en una sociedad multicultural*. Barcelona: Editorial Davinci.
- Ballesta, J. (2010). Los medios de comunicación y su incidencia en la educación. En I. Cantón, R.E. Valle, A.R. Arias, R. Barcelo y R. Cañón. *Calidad, comunicación e interculturalidad*. Barcelona: Editorial Davinci, pp. 203-213.
- Ballesta, J. (Coord.). (2012). *El consumo de medios digitales en el alumnado de Educación Secundaria de la Región de Murcia*. Proyecto de Innovación/Investigación del convenio Universidad de Murcia y Consejería de Educación, Formación y Empleo. Convocatoria P. III. 2009. Informe de investigación.
- Ballesta, J., Gómez, J. A., Guardiola, P., Lozano, J. y Serrano, F. J. (2003). *Los jóvenes y los medios de comunicación. El consumo de medios en jóvenes de secundaria*. Madrid: CCS.
- Ballesta, J., Lozano, J. y Serrano, F. J. (2003). Los jóvenes y el consumo de medios de comunicación en Murcia. *Comunicación y Pedagogía*, 187, 22-36.
- Ballesta, J y Lozano, J. (2007). Los medios de comunicación, ¿nos igualan o nos diferencian? *Enseñanza*, 25, 45-67.
- Ballesta, J. y Cerezo, M. (2011). Familia y escuela ante la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Educación XX1*, 14, 133-156.

- Ballesta, J; Lozano, J; Alcaraz, S y Cerezo, M. (2012a). Acceso y uso de pantallas en adolescentes: teléfono móvil, consola de videojuegos y televisión. En M., Estebanell y F.,García (Eds.) *XX Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa.*(pp. 77-85). Girona: Universitat de Girona.
- Ballesta, J; Lozano, J; Alcaraz, S y Cerezo, M. (2012b). Consumo de Internet y redes sociales en al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. En En M., Estebanell y F.,García (Eds.) *XX Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa.* (pp.69-76). Girona: Universitat de Girona.
- Bringué, X. y Sádaba, C. (2009). *La Generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas.* Madrid: Ariel-Fundación Telefónica.
- Buckingham, D. (2008). Digital culture, Media education and the Place of Schooling. Recuperado el 10 de septiembre de 2011 de www.childrenyouthandmediacentre.co.uk.
- Lozano, J. y Ballesta, J. (2004). El acceso a la información de los jóvenes inmigrantes de secundaria en la Región de Murcia. *Boletín de la ANABAD*, 54(1-2), 141-162.
- Lozano, J. y Ballesta, J. (2005). El consumo de medios de comunicación en los jóvenes de educación secundaria obligatoria de la región de Murcia. En J. A. Ortega(Ed.). *El profesorado ante el reto de las nuevas tecnologías en el sociedad del conocimiento* (pp. 322-342) Granada: Universidad de Granada.
- Lozano, J., Ballesta, J., Alcaraz, S. y González, N. (2012). Uso y consumo de medios digitales del alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, en segundo ciclo de Educación Secundaria. En M., Contrina y M.,García (Eds.) *Prácticas en Educación Inclusiva: diálogos entre Escuela, Ciudadanía y Universidad* (pp. 1235-1244). Cádiz: Universidad de Cádiz.
- Lozano, J., Ballesta, J., Alcaraz, S, y Cerezo, M. (2013). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la relación familia-escuela. *Revista Fuentes*, 13, 173-192.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital inmigrantes. Part 1. On the horizon, 9 (5), 1-6.
- Rubio, A. (Dir.) (2009). *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad.* Madrid: Injuve.
- Sánchez, A. y Fernández, M. P. (2010). Generación 2.0. Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes. Recuperado el 15 de abril de 2012 de <http://www.slideshare.net/ucjc/generacin-20-hbitos-de-los-ad>