



# Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil en los jóvenes extremeños

---



Consejo de la  
Juventud de  
Extremadura



# Índice

---

<b>Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>Metodología</b> .....	<b>11</b>
<b>Análisis de resultados</b> .....	<b>14</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>63</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>72</b>
<b>Fuentes consultadas</b> .....	<b>77</b>

# Introducción

---

Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil  
en los jóvenes extremeños

De todos es bien sabido que estamos viviendo en un contexto social que algunos expertos denominan *sociedad de la información, comunicacional o del conocimiento*, debido a los avances tecnológicos que se producen a una velocidad de vértigo que están afectando al desarrollo de los ritmos de los procesos naturales del ser humano. De manera, que surgen nuevas necesidades a raíz del grado de dependencia que tenemos en relación al uso imprescindible de determinados aparatos electrónicos, que supuestamente nos facilitan la vida en cada momento.

En ese sentido, no todos los sectores de la población se están adaptando con las mismas facilidades a esas nuevas pautas de conducta social, fruto de unas dinámicas societarias generadas por la influencia e impacto del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Unos por las complejidades técnicas derivadas de su utilización, otros por las dificultades en su acceso, otros por cuestiones meramente generacionales de no inclusión, etc., que ponen de manifiesto lo que se define como *brecha digital*.

Casualmente, son los más jóvenes quienes mejor se están adaptando al uso aplicado de las TIC, como se observa en la realidad social, de manera que los jóvenes se han convertido en los principales agentes de penetración de las tecnologías en sus correspondientes hogares familiares. Las generaciones más jóvenes están impulsando y condicionando la adquisición de los últimos medios tecnológicos en sus núcleos familiares cada momento, llegando a enseñar gracias a su destreza “innata” las habilidades técnicas requeridas entre sus familiares adultos para su debida utilización.

No cabe duda que existe un proceso de democratización en marcha que pretende facilitar el acceso de las TIC a la ciudadanía, sin distinción alguna, para que todos seamos conocedores de las muchas oportunidades que ofrece el uso aplicado de las TIC entre el conjunto de la sociedad en general. La consecución de esta meta social está favorecida por las medidas de alfabetización tecnológica diseñadas e implementadas por las distintas administraciones públicas en nuestro país, y en Extremadura. Además hay que añadir las iniciativas que parten de la misma sociedad civil organizada que quieren reducir/evitar desigualdades sociales en torno al manejo generalizado de estos medios telemáticos.

A pesar del esfuerzo conjunto por reducir las diferencias sociales en cuanto al acceso y uso de las TIC, continúa habiendo contrastes entre distintos segmentos de población cuando se le cuestiona algo relacionado con esta revolución social y tecnológica. Basta con consultar datos secundarios de otros estudios publicados sobre el impacto e influencia de las TIC en la realidad española, para conocer las diferencias de opiniones y actitudes sobre Internet, telefonía móvil, etc. De manera que las hipótesis enunciadas sobre el alejamiento progresivo de la población de mayor edad con respecto al uso de las TIC en sus vidas cotidianas, resulta una realidad verificada empíricamente.

## **GENERACIÓN TECNOLOGIZADA**

Se puede hablar de generación digital, multimedia, cibernauta, etc., aunque lo relevante es poder responder al planteamiento: ¿Se puede afirmar con rotundidad que los jóvenes son una generación más tecnologizada que las anteriores? La respuesta es afirmativa, pues éstos han nacido y crecido rodeados de ordenadores personales, de teléfonos móviles, de PDA, de GPS, etc., que los erige como el grupo social más activo de lo que ha venido a denominarse *sociedad de la información o sociedad del conocimiento* (fase consecutiva, cuando la información se transforma en conocimiento aplicado a la actividad humana).

Prueba de ello, sería la actitud positiva que tienen los adultos en aquellas familias donde hay hijos que demandan la adquisición para el uso aplicado de TIC, ya sea Internet, telefonía móvil, videocámaras, etc. Por tanto, no se trata de una generación digital que tengan entre su carga hereditaria algún gen tecnológico que les predisponga al fácil manejo de estos aparatos electrónicos con respecto a otras personas, sino que el proceso permanente de adaptación al ecosistema tecnológico y la socialización entre tanta nueva tecnología, los convierte en perfectos candidatos para introducir y producir nuevas pautas de comportamiento y relaciones sociales en nuestra sociedad contemporánea.

Ha quedado demostrado que tanto Internet, como la telefonía móvil, son dos principales exponentes de las nuevas tecnologías entre los segmentos de edad más joven de la población española y extremeña, en la que se centra muchas veces la oferta comercial. Una de las características de estas tecnologías es la inmediatez entre la emisión y la recepción, entre el estímulo y la respuesta, entre la demanda y su satisfacción. Esta rapidez en el mantenimiento de las relaciones

interpersonales provoca una habilidad social y comunicativa que sus progenitores no tuvieron.

De cualquier modo en lo que se refiere a telefonía móvil, no existe una *brecha digital* que pueda compararse, por ejemplo, a la que se da con respecto al uso de Internet o, por poner otro ejemplo, la penetración de ordenadores en los hogares de la geografía extremeña. En el caso de los adolescentes y jóvenes se inician en este fenómeno de la telefonía móvil jugando, como si se tratara de un dispositivo lúdico más en sus vidas, para posteriormente con el paso del tiempo utilizarlo para comunicar a través de la escritura de mensajes de texto, para después acabar con llamadas de voz y otros nuevos servicios de alto coste monetario.

Por tanto, no se trata de una moda pasajera más en la que los jóvenes están atrapados, sino que la telefonía móvil simboliza una auténtica revolución social más que tecnológica, que afecta a los jóvenes y a sus parientes más directos con los que convive a diario en el marco de su hogar familiar. Estos hechos provocan nuevas normas, conductas sociales, relaciones interpersonales, normas, estilos de comunicación, lenguajes de expresión, etc., que regulan el entramado social de los jóvenes como usuarios y creadores activos para su posterior implementación societaria.

Como algunos expertos señalan, el uso de la telefonía móvil entre los más jóvenes marca su propio estilo de vida en cuanto a nuevas vías de expresión libres y restringidas a un determinado grupo de iguales, que afianzan su red amical en un espacio semi-privado de comunicación.

A continuación, se abordará el significado cultural y la utilidad comunicativa que provee el teléfono móvil para esta denominada “generación digital o multimedia”, en la que la penetración, y sobre todo, el uso de los móviles no es unívoco entre los jóvenes, sino que la edad y género, o ambas variables a la vez, marcan pautas de uso diferenciadas, aunque *a priori* exista una relativa homogeneidad o estandarización en los valores principales que recogen los datos recopilados tras la aplicación de la encuesta entre los jóvenes extremeños.

## **CULTURA DEL TELÉFONO MÓVIL**

Partiendo de la hipótesis que en la vida de los jóvenes de hoy, el uso del teléfono móvil está asociado al del resto de las nuevas tecnologías que nos permiten

entablar contactos habituales y estar informados al instante, son esta parte de la ciudadanía quienes han incorporado más rápidamente las TIC, y especialmente los móviles.

En el caso de los jóvenes de hoy se puede afirmar que el teléfono del que hablamos no es móvil, sino personal, individual, unido de forma inseparable a la vida cotidiana del joven, que lo usa fundamentalmente desde su casa, o mejor desde su habitación en competencia con otros medios telemáticos a través del universo virtual de Internet (*Messenger*, correo electrónico, chat, foros,...). Así los jóvenes pueden construir un espacio de comunicación propio con un nuevo código de expresión, especialmente con el lenguaje textual de la mensajería móvil con abreviaturas, acrónimos, ideogramas, anglicismos, emoticones, etc., que en realidad no constituyen nada nuevo, ni en el mundo juvenil ni en el adulto. Se trata de una especie de taquigrafía con palabras abreviadas, extranjeras (anglicismos) y otros signos que tienen un significado específico para quienes intervienen en este proceso comunicativo (emisor-receptor), en una pantalla de espacio reducido a 160 caracteres posibles en cada mensaje de texto (SMS).

Este conjunto de elementos evidencian una nueva sociabilidad comunicativa para el joven actual que afianza su señas de identidad en el seno de su grupo de iguales, y que le permite romper -como si se tratara de un “rito de paso”-, con los ligámenes parentales o cordón umbilical de niño para hacerse un joven que aspira a la autogestión y conquista independencia en algunas de sus parcelas vitales. Aunque el teléfono móvil continúan significando una “correo digital” como lo denominan algunos expertos, que favorece la función mantenedora de los lazos familiares entre los jóvenes en cada momento.

Por consiguiente, los jóvenes encuentran altamente consustancial con sus deseos de identidad al elegir las diversas formas personalizadas en cuanto a tapas y sus colores, iconos, sonidos y melodías de llamada, decoración, forma y tamaño. Así resulta curioso observar como los fabricantes de las grandes marcas de celulares están en permanente proceso de cambio de diseños, ajustándolos a las necesidades cambiantes de su demanda juvenil.

No cabe duda que el teléfono se ha convertido en una máquina que se hace parte del yo, que simboliza un “rito de paso” en el sentido antropológico. Lo explicaremos con el siguiente ejemplo: antes en el momento de la primera comunión los adolescentes recibían toda clase de presentes por parte de sus parientes y amistades invitadas a la celebración, y entre los cuales



preferentemente estaba el reloj de pulsera que era considerado como un regalo de iniciación, mientras que en la actualidad sería el teléfono móvil en el comienzo de una nueva fase juvenil para sus vidas. A partir de aquí, el joven irá mejorando en la adquisición de nuevos aparatos de telefonía móvil con más prestaciones y diseños mejores en cada instante, que llegan incluso a tener ciertas características humanas al tratarse de una especie de extensión corporal del joven.

Estas anécdotas que forman parte de la biografía de un joven que va experimentando a lo largo de una especie de itinerario tecnológico y comunicativo que responden a los parámetros de una cultura del teléfono móvil que los jóvenes protagonizan con nuevas pautas de conducta social, actitudes, normas y lenguajes en este mundo tecnológico en el que las TIC constituyen un frontispicio del edificio que soporta la incipiente sociedad de la información, que estamos construyendo entre todos, sin distinción alguna.

## **LENGUAJE SMS**

Entre los elementos más peculiares de esta cultura juvenil del teléfono móvil subrayar la jerga utilizada en el envío/recepción de los SMS, dada su importancia entre los más jóvenes usuarios del móvil. Este código lingüístico, en la mayoría de los casos, no está dominado por los padres y madres de estos jóvenes, desconocen las pistas emocionales que están insertas en su vocabulario, ni tampoco el uso de caracteres especiales con un significado implícito que únicamente conocen sus usuarios. Es como si se tratara de un idioma secreto que sólo pueden descifrar aquellos que forman parte de una red social que conoce el significado de cada código en forma de abreviaturas, emoticones, etc.

Resulta curioso observar la destreza manual que tienen tantos jóvenes de hoy a la hora de comunicarse con sus amistades a través del SMS, como son capaces de establecer citas, llegar a acuerdos, expresar sentimientos, etc., en el marco restringido de 160 caracteres que permite el envío de un mensaje de texto. Esta habilidad también es compartida con otros canales de comunicación como son los foros, el chat, etc., que ofrece Internet, y que está produciendo una revolución lingüística que desmonta todo lo anterior en el ámbito léxico, sintáctico y gramatical.

A través de esta vía comunicativa se garantiza la seguridad de los hijos -razón más importante para comprar un teléfono móvil al hijo/a-, de manera que los

padres y madres suelen llamar, y sus hijos/as a continuación tienen la opción de dar un toque telefónico con llamadas perdidas para ser posteriormente respondidas con llamadas personales realizadas por sus progenitores, o bien enviar mensajes de texto o incluso multimedia (MMS) para saber donde, con quien, cuando, etc., y así tranquilizar a sus adultos. Todo este proceso comunicativo entre el receptor y el emisor está determinado por este nuevo lenguaje de la telefonía móvil, que marca sus pautas de actuación en cada momento.

# Metodología

---

Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil  
en los jóvenes extremeños

Para llevar a cabo este proyecto de investigación se ha optado por la siguiente metodología, condicionada por el objeto de estudio, es decir, el uso y consumo de la telefonía móvil entre los jóvenes extremeños.

Partíamos de la base de una carencia absoluta de datos secundarios relacionados con el mencionado objeto de estudio en Extremadura, con lo cual los datos recogidos e interpretados en este estudio se consideran pioneros y originales, al no haber parangón alguno con las conclusiones obtenidas. Esto representa un reto complejo de afrontar en las fases iniciales de este tipo de proyecto de investigación sociológico, pero a la vez muy interesante que nos incentivó al equipo de investigación a buscar explicaciones en torno a un fenómeno social y tecnológico como es la telefonía móvil en esta comunidad autónoma, que parece que siempre estuvo relegada a un segundo plano a la hora de sacar partido de anteriores revoluciones tecnológicas.

A continuación, se expone las características de la ficha técnica de este estudio, para conocimiento de la comunidad científico-social y de los organismos contratantes de tal estudio sociológico; que entendemos querrán hacer su correspondiente difusión pública a través de los medios de comunicación social para informar a la sociedad extremeña, y además instar a las autoridades autonómicas competentes a adoptar las medidas oportunas para canalizar este hecho social contemporáneo.

- **Ámbito:** Comunidad autónoma de Extremadura.
- **Universo:** Adolescentes y jóvenes con edades comprendidas entre los 15 a 25 años.
- **Técnica de investigación:** Encuesta (*Ver Anexo*). Se tomó como punto de partida otros cuestionarios relacionados con el uso de las TIC con distintos sectores sociales, hasta que se diseñó un primer cuestionario que fue sometido a pretest con un grupo reducido de jóvenes (25-35), y al que posteriormente se añadieron algunas nuevas preguntas y se eliminaron otras cuestiones de escasa relevancia para el estudio, obteniéndose un cuestionario amplio que cubría razonablemente todos los aspectos de presumible interés.
- **Procedimiento de muestreo:** Aleatorio, polietápico y estratificado por conglomerados (*Ver Anexo*). Afijación proporcional en cuanto al número

de jóvenes con tales edades en distintos puntos de la geografía extremeña, y de acuerdo con el nivel de estudios alcanzados (secundaria y superior/universitaria).

- **Error muestral:** Para un nivel de confianza del 95,5% el error máximo es del  $\pm 1,41\%$ .
- **Tamaño de la muestra:** 1.000 encuestas.
- **Puntos del muestreo:** Arroyo de la Luz, Badajoz, Cáceres, Don Benito, Guareña, La Zarza, Mérida y Miajadas. Municipios extremeños de más y de menos de 10.000 habitantes.
- **Trabajo de campo:** Encuestadores de la asociación juvenil ALTERNATIVA JOVEN DE EXTREMADURA. Como novedad de esta investigación social, conviene destacar la aplicación del cuestionario por doble vía, una de carácter presencial en los distintos centros educativos, espacios juveniles, vías públicas, etc. a través de una PDA (Personal Digital Assistant) que recogía las respuestas dadas ante las distintas preguntas planteadas por los encuestadores. Por otro de carácter virtual (no presencial), teniendo el cuestionario activado en la red desde el 20 de enero al 17 de febrero de 2006, para aquellos que fueron informados previamente en los centros educativos seleccionados, quienes recibieron un correo electrónico, o bien los que consultaron un *banner* de acceso situado en la dirección de Internet: <http://www.alternativajoven.org/encuesta>.
- **Fecha de realización:** Del 20 de enero al 17 de febrero de 2006.

# Análisis de resultados

---

Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil  
en los jóvenes extremeños

## 1. ¿Cuántos aparatos de telefonía móvil has tenido en el último año?

### Estadísticos

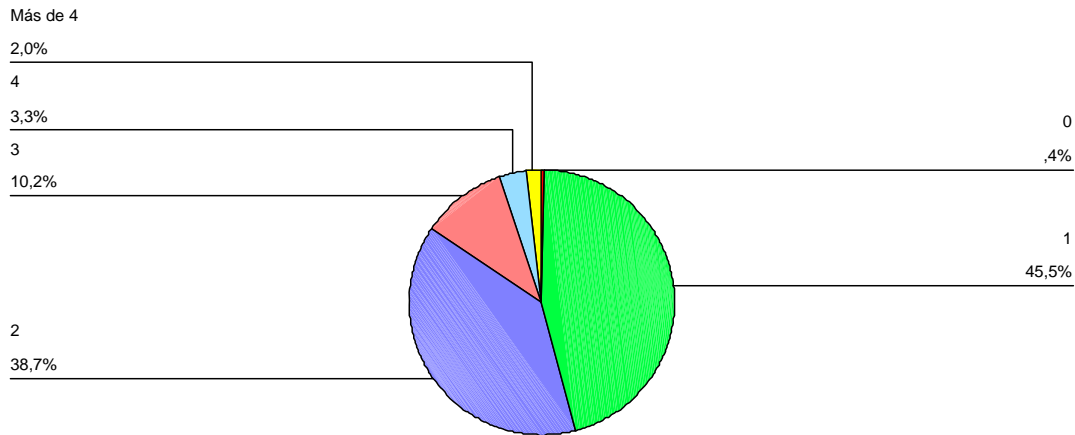
1. ¿Cuántos aparatos de telefonía móvil has tenido en el último año?

Media	1,78
Desv. típ.	1,005

### 1. ¿Cuántos aparatos de telefonía móvil has tenido en el último año?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	,4	,4	,4
1	45,5	45,5	45,8
2	38,7	38,7	84,6
3	10,2	10,2	94,7
4	3,3	3,3	98,0
Más de 4	2,0	2,0	100,0
Total	100,0	100,0	

1. ¿Cuántos aparatos de telefonía móvil has tenido en el último año?



Esta pregunta de inicio resulta necesaria e interesante en el planteamiento del cuestionario aplicado entre los jóvenes participantes de esta investigación sociológica, a fin de poder partir de una realidad reconocida por otras fuentes y estudios realizados con anterioridad, y así contrastar empíricamente la hipótesis de que **los jóvenes son el sector de la población más importante en cuanto al número de usuarios de la telefonía móvil**, tal y como reflejan las distintas campañas publicitarias de las operadoras que prestan sus servicios en nuestro país.

Cada día resulta más habitual y común observar como los destinatarios de los mensajes publicitarios de rebajas de tarifas según horarios, promoción de distintos servicios de información y comunicación, ofertas de nuevos móviles, etc., están dirigidos a un público joven, dispuesto a adquirir y contratar todas estas posibilidades.

Con los datos obtenidos ante tal cuestión, se contempla como algo menos de la mitad de los encuestados, es decir, el **45,5% no cambiaron su teléfono móvil durante el último año**; pero sorprende como el **38,7% tuvieron acceso a dos aparatos** y el **10,2% a tres**.

La interpretación de estos resultados pone de manifiesto la “corta vida” de los aparatos de telefonía móvil entre los adolescentes y jóvenes con edades comprendidas entre los 15 a 25 años de edad, fruto del **valor simbólico y cultural** que tienen entre sus grupos de iguales.

Los móviles además de ser un medio de comunicación interpersonal, a distancia e instantáneo, es bastante valorado por los jóvenes de hoy como un elemento que les reporta **identidad personal y estatus social**. De ahí, el interés por cambiar de aparato con tanta rapidez, quizás no por motivos de fallos o defectos en su funcionamiento, sino por estar al día en cuanto a los avances de esta tecnología y a sus accesorios decorativos.



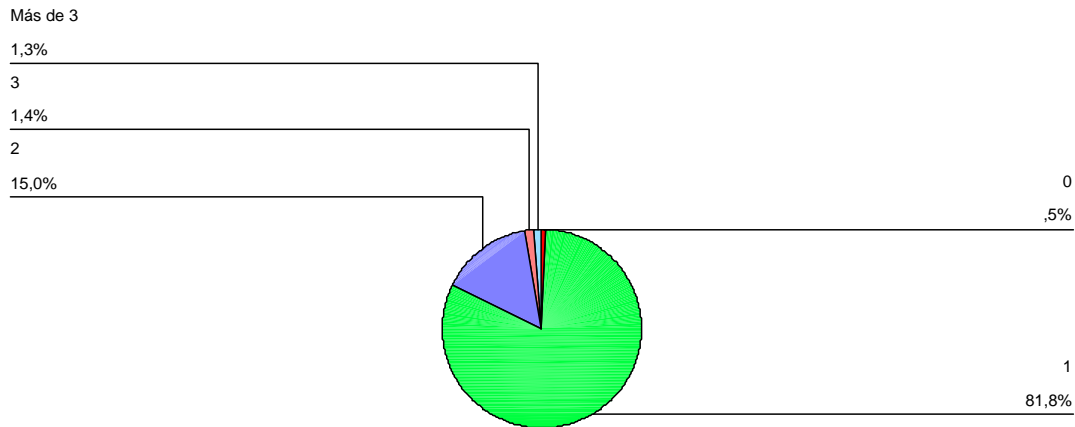
## 2. ¿Cuántos números de teléfono móvil usas en la actualidad?

### Estadísticos

2. ¿Cuántos números de teléfono móvil usas en la actualidad?

Media	1,26
Desv. típ.	,872

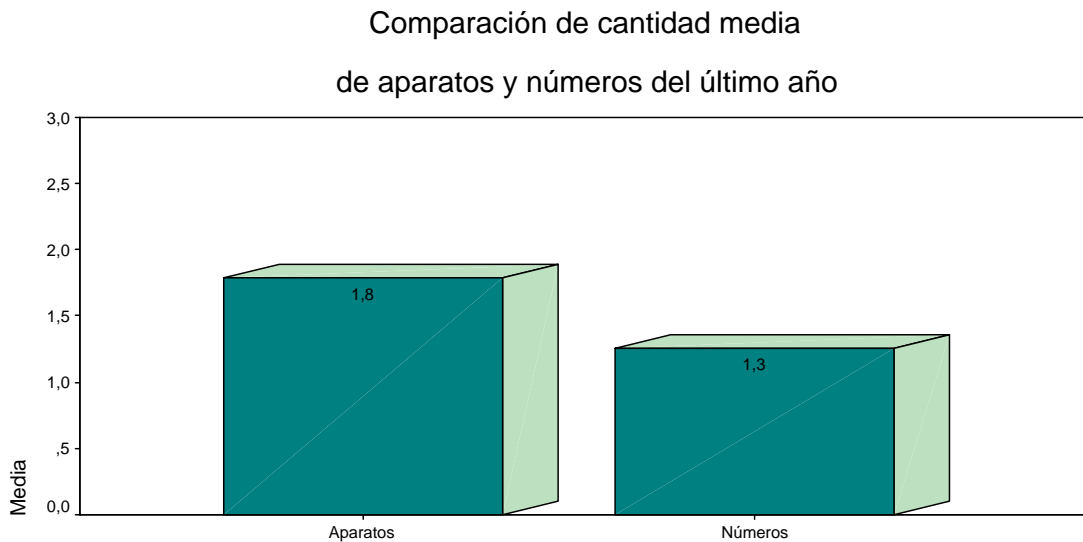
2. ¿Cuántos números de teléfono móvil usas en la actualidad?



El **81,1%** de los encuestados tienen un único número de teléfono móvil, este dato puede resultar obvio, que viene a reflejar la importancia de **no cambiar de número de telefonía móvil entre la actual generación de jóvenes**, ante el coste y otros inconvenientes que conllevaría el deber de comunicar a todos sus familiares y amistades tal hecho.

El motivo es la representación de los nueve dígitos del número de teléfono móvil como **parte de la identidad personal del usuario**, en este caso de jóvenes, que al igual que existen otros números significativos (DNI, tarjeta de crédito, etc.), éste es comunicable para su conocimiento entre quienes forman parte de un grupo, como si de una tribu se tratara. Así, si no tienes el número de móvil de alguien en tu agenda telefónica no existe esa persona para ti, no formaría parte de esta especie de clan comunicativo.

## 2.1 Comparación del número de aparatos y cantidad de números móviles



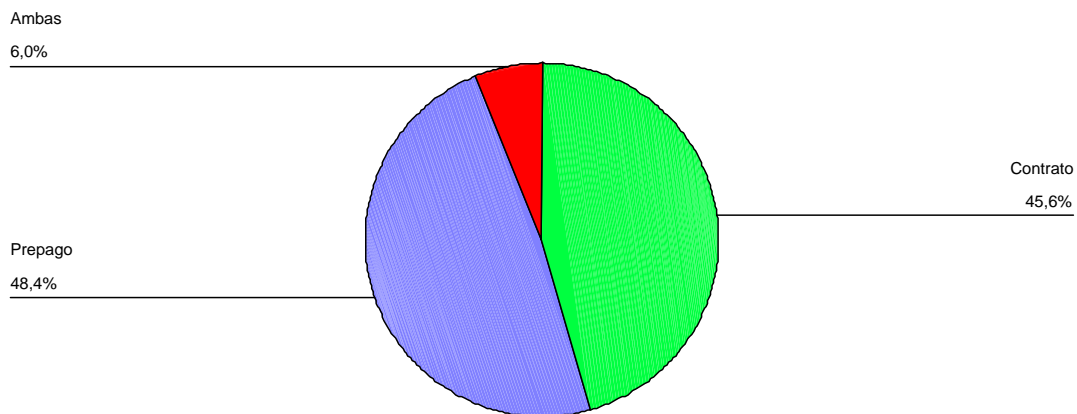
Si comparamos la **media de aparatos móviles en el último año (1,8)** y la **cantidad de números de teléfonos móviles que se usan en la actualidad (1,3)** se demuestra que aunque se cambie periódicamente de aparatos, se **conserva el mismo número de contacto personal**, y en raras ocasiones se utilizan varios números simultáneamente; por la razón anteriormente expresada en torno al valor de pertenencia del joven a una especie de tribu en la que sus integrantes conocen y utilizan unos códigos de lenguaje particulares en cualquiera de sus comunicaciones telefónicas.

### 3. ¿Qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?

#### 3. ¿Qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambas	6,0	6,0	6,0
	Contrato	45,4	45,6	51,6
	Prepago	48,2	48,4	100,0
	Total	99,5	100,0	
Perdidos	NS/NC	,5		
Total		100,0		

#### 3. ¿Qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?



Las datos recopilados del cuestionario en cuanto a la modalidad de pago indican que los **jóvenes usuarios de la telefonía móvil están divididos por igual entre el prepago** (cantidad monetaria anticipada al consumo) **por un 48,4%, y el contrato** (cantidad monetaria a pagar conforme al gasto de consumo telefónico) que es la opción elegida por el **45,6% de los encuestados**.

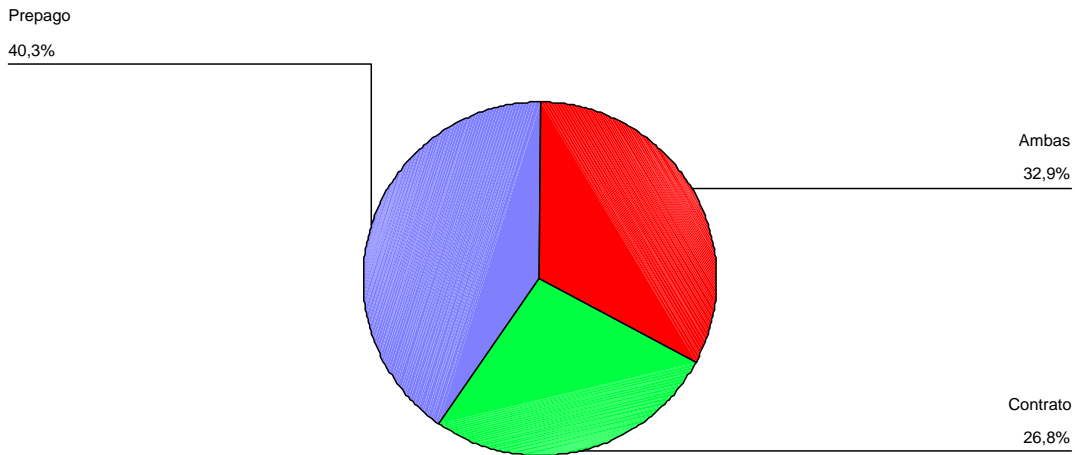
Después existe un **6% que opta por ambas modalidades de pago** expuestas, que correspondería a aquellos jóvenes que tienen dos o más números de teléfono distintos.

### 3.1. Entre los jóvenes que tienen dos o más números de teléfono, ¿qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?

#### 3. ¿Qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambas	32,9	32,9	32,9
	Contrato	26,8	26,8	59,7
	Prepago	40,3	40,3	100,0
	Total	100,0	100,0	

#### 3. ¿Qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?



Si cruzamos los datos obtenidos sobre la modalidad de pago elegida entre los jóvenes que tienen dos o más números de teléfonos, se llega a la conclusión que resulta mayoritaria con un **40,3% de los mismos que se decantan por el prepago**, frente al **26,8% de contrato**, y al **32,9% que elige ambas modalidades**.

La explicación más lógica es que el joven administra su dinero mejor a través del prepago, controlando su consumo telefónico; mientras que el contrato genera cierta incertidumbre en el momento de recibir la factura del gasto realizado en el último mes.

## 4. ¿Cuánto euros consumes en total al mes?

### Estadísticos

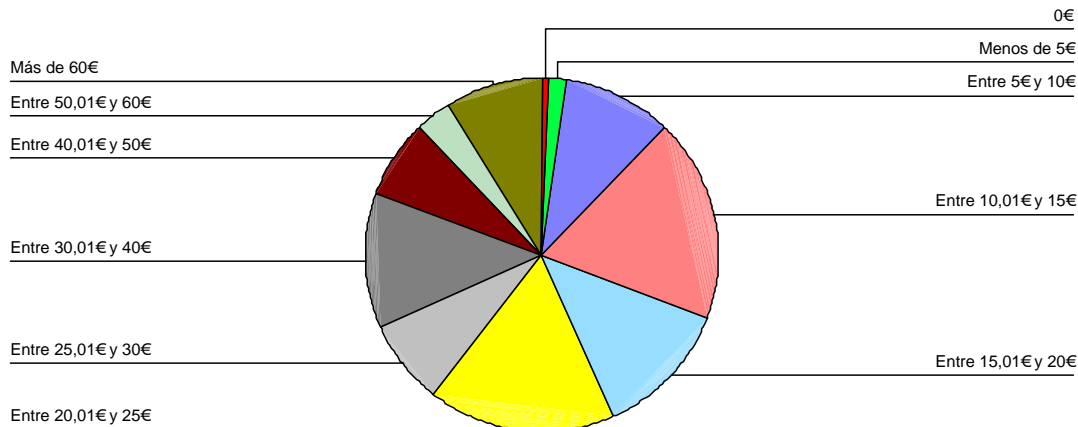
4. ¿Cuánto euros consumes en total al mes?

Media	26,79
Desv. típ.	26,880

### 4. ¿Cuánto euros consumes en total al mes?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0€	,6	,6	,6
	Menos de 5€	1,6	1,6	2,2
	Entre 5€ y 10€	9,9	9,9	12,2
	Entre 10,01€ y 15€	18,7	18,7	30,9
	Entre 15,01€ y 20€	12,4	12,4	43,3
	Entre 20,01€ y 25€	17,3	17,3	60,6
	Entre 25,01€ y 30€	7,7	7,7	68,3
	Entre 30,01€ y 40€	12,2	12,2	80,5
	Entre 40,01€ y 50€	7,3	7,3	87,7
	Entre 50,01€ y 60€	3,5	3,5	91,2
	Más de 60€	8,8	8,8	100,0
	Total	100,0	100,0	

### 4. ¿Cuánto euros consumes en total al mes?



**La media de euros consumida al mes está alrededor de los 26,79 €**, lo cual resulta una cantidad indicadora del coste mensual entre los jóvenes en cuanto a sus contactos a través de la telefonía móvil.

Hay que tener en cuenta que este sector de la población entre los 15 a 25 años de edad está estudiando (secundaria y universitaria) de manera mayoritaria, con lo cual su poder adquisitivo es nulo/bajo debido a la precariedad y eventualidad de

sus fuentes de ingresos, así siendo un relativo esfuerzo personal afrontar este gasto corriente.

Más adelante en otra cuestión podremos saber quienes dicen los jóvenes encuestados que abonan este gasto del consumo telefónico.

## 4.1. Consumo según la edad

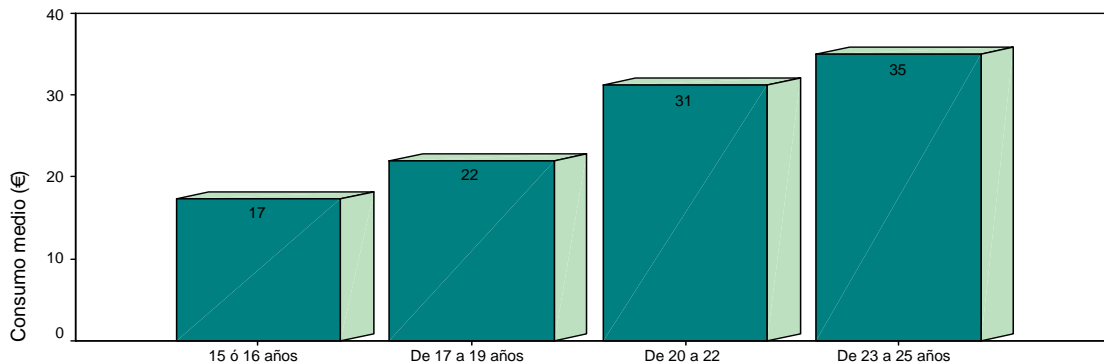
### 4. ¿Cuántos euros consumes en total al mes?

Media

Edad:	Consumo medio (€)
15 ó 16 años	17,35
De 17 a 19 años	22,00
De 20 a 22	31,19
De 23 a 25 años	35,02
Total	26,79

### ¿Cuánto euros consumes en total al mes?

Según la edad



Edad:

El **consumo medio en el tramo de edad 15 a 25 años es 26,79 €** que es una cantidad considerable para el nivel económico que manejan los jóvenes de ahora, que ya veremos quien abona tal cuantía.

Los datos mostrados en la tabla y en el gráfico reflejan que **el consumo medio aumenta casi 2 € en cada año**, siendo **algo más de 17 € entre los 15-16 años, y de más de 35 € en el tramo de 23-25 años de edad (10 años después)**.

De la interpretación de estos resultados se deduce la necesidad de comunicación que tienen los jóvenes para poder mantener activadas sus relaciones sociales con

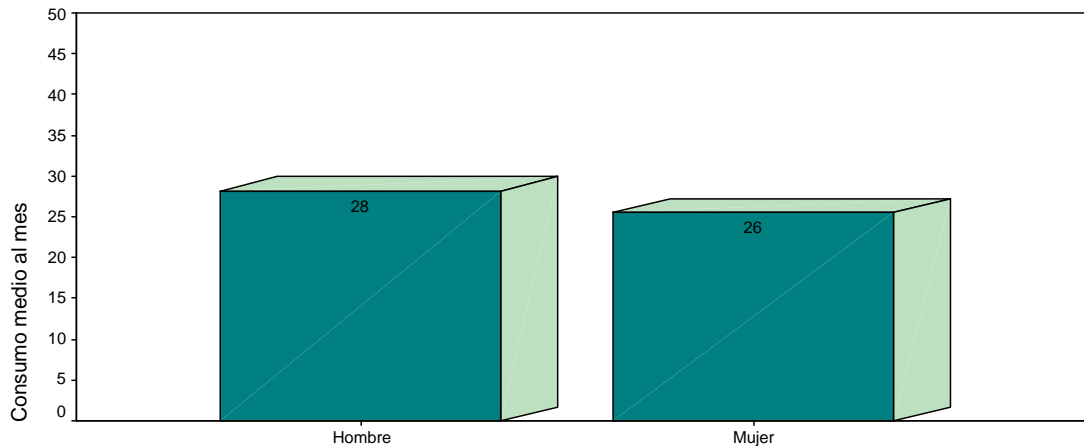
sus amistades. Tal hecho simboliza que el joven de hoy forma parte activa de una sociedad generadora de nuevas pautas de conductas que giran en torno al uso de las tecnologías de la información y la comunicación, y la juventud extremeña no será menos en ese sentido.

## 4.2. Consumo medio según el sexo

### Informe

Media	
	4. ¿Cuánto euros consumes en total al mes?
Sexo:	
Hombre	28,19
Mujer	25,57
Total	26,88

Consumo medio según el sexo



Sexo:

Si se combinan los datos del consumo mensual medio con la variable del sexo entre los jóvenes encuestados, se llega a la conclusión que el **consumo telefónico entre los chicos 28,19 € es ligeramente superior al de las chicas 25,57 €**

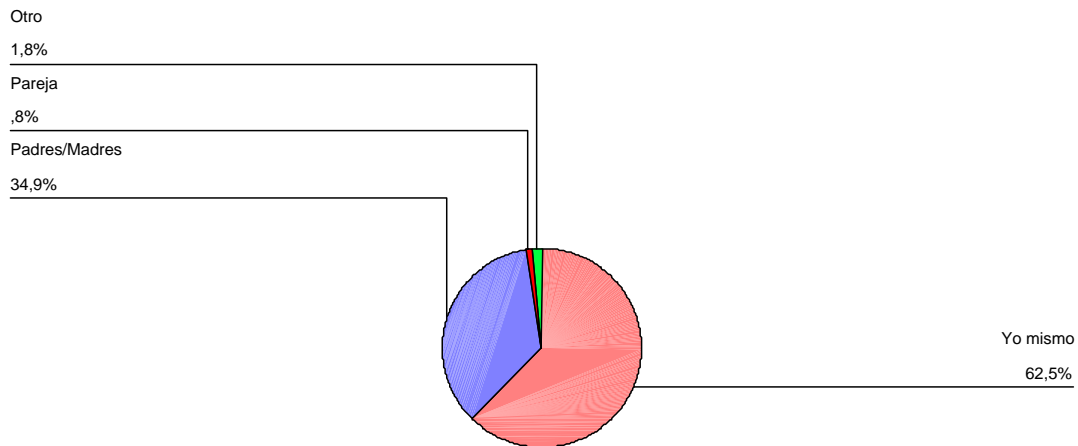
A priori, estos datos no resultan significativos, lo único que representa **es la igualdad de género en cuanto al fenómeno de la telefonía móvil en Extremadura**, ya que no hay aparentemente diferencias.

## 5. ¿Quién paga tu consumo telefónico?

### 5. ¿Quién paga tu consumo telefónico?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Yo mismo	62,1	62,5	100,0
	Padres/Madres	34,6	34,9	37,5
	Pareja	,8	,8	,8
	Otro	1,8	1,8	2,6
	Total	99,3	100,0	
Perdidos	NS/NC	,7		
Total		100,0		

### 5. ¿Quién paga tu consumo telefónico?



Esta cuestión se considera bastante interesante entre los resultados que se barajan en esta investigación, ya que pone de manifiesto que **los jóvenes extremeños pagan su factura telefónica** en cualquiera de sus modalidades, el 62,5%.

Ese dato responde al **nivel de autogestión alcanzado por los jóvenes usuarios de la telefonía móvil, a fin de seguir preservando libre de intromisiones su espacio común de comunicación telefónica** -ya sea a través de la llamada de voz, mensaje de texto (SMS) o multimedia (MMS)-, compartido en exclusiva con su círculo de amistades. Así este canal comunicativo es ajeno al control de sus familiares adultos, es decir, los padres y madres no podrán exigir a sus hijos/as saber con quienes, cuando y el porqué contactan telefónicamente con sus receptores, ya que son los propios jóvenes quienes abonan el coste monetario de su consumo telefónico.



## 6. ¿Cuántos toques das al día?

### Estadísticos

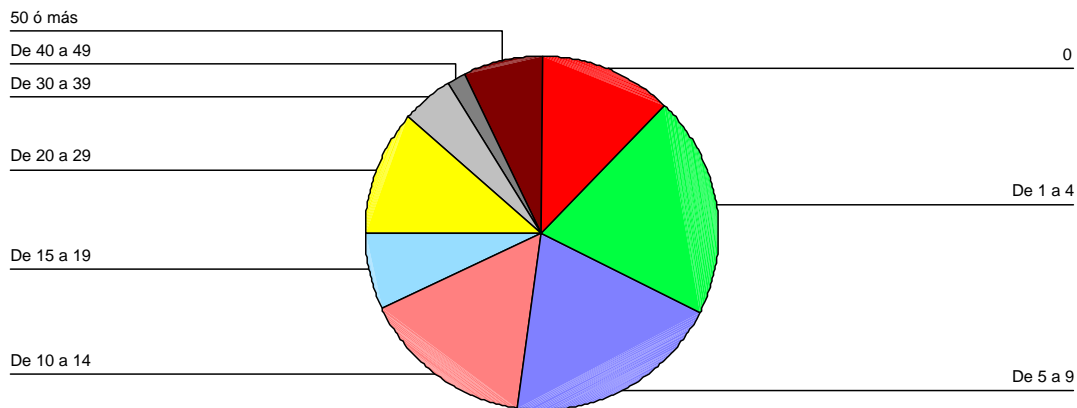
6. ¿Cuántos toques das al día?

Media	13,62
Desv. típ.	18,404

### 6. ¿Cuántos toques das al día?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	11,7	12,3	12,3
	De 1 a 4	19,4	20,3	32,6
	De 5 a 9	18,7	19,6	52,2
	De 10 a 14	15,2	15,9	68,1
	De 15 a 19	6,5	6,9	75,0
	De 20 a 29	11,0	11,5	86,5
	De 30 a 39	4,4	4,7	91,2
	De 40 a 49	1,6	1,7	92,9
	50 ó más	6,8	7,1	100,0
	Total	95,4	100,0	
Perdidos	NS/NC	4,6		
Total		100,0		

### 6. ¿Cuántos toques das al día?

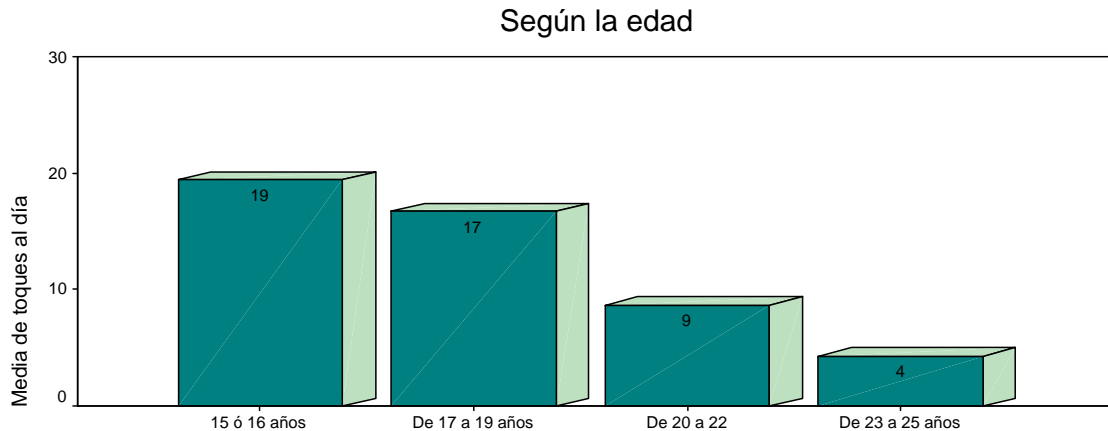


Esta cuestión se plantea tras consultar otros estudios que explican como los toques telefónicos en forma de llamadas perdidas se han ido convirtiendo en una manera muy extendida entre los adolescentes y jóvenes cuando quieren contactar con un receptor, y con un significado implícito que sólo conocen aquellos que integran esta especie de tribu comunicativa.

**La media se sitúa en los 13,62 toques telefónicos al día entre las amistades y familiares.** En algunos casos representan un sentimiento de recuerdo hacia la persona-receptor, un aviso de llamada tras su recepción o cualquier otro significado que conozcan las distintas partes en comunicación, en el marco de un determinado contexto.

## 6.1. Toques diarios según la edad

6. ¿Cuántos toques das al día?



Edad:

6. ¿Cuántos toques das al día?

Media

Edad:	Toques al día
15 ó 16 años	23,75
De 17 a 19 años	18,38
De 20 a 22	9,66
De 23 a 25 años	5,45
Total	13,62

La cantidad de toques realizados a diario por los jóvenes encuestados van en disminución a medida que aumentan sus edades, siendo muy elevado en las edades menores alrededor de **24 toques diarios de media entre los chicos y chicas de 15-16 años**, y disminuyendo **hasta 5 toques diarios entre los de 23-25 años**.

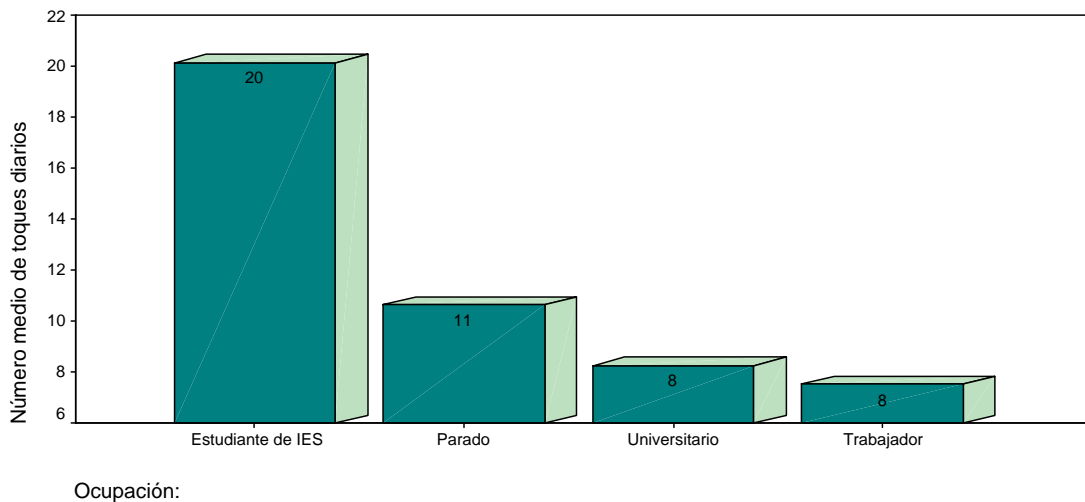
Estos datos demuestran que los jóvenes con mayor edad cuentan con más recursos monetarios que los más jóvenes, con lo cual se sustituyen los toques telefónicos por llamadas personales.

## 6.2. Toques diarios según la ocupación

### Informe

Media	
Ocupación:	6. ¿Cuántos toques das al día?
Estudiante de Instituto	20,13
Parado	10,62
Estudiante universitario	8,26
Trabajador	7,52
Total	14,04

### 6. ¿Cuántos toques das al día?



Este gráfico representa los datos obtenidos con el cruce de variables en cuanto al número de toques y la ocupación de los encuestados, que pone de manifiesto el **alto número de toques realizados por parte de los estudiantes de secundaria unos 20 de media al día**, mientras que **la mitad son dados por los parados con 11 toques, los universitarios y los trabajadores a la par con 8 toques.**

Estos hechos denotan la necesidad comunicativa de los jóvenes extremeños, de estar *on line* con quienes forman una extensa red de amigos/as con los que estar en contacto de forma permanente, como además recogerán otros datos que se comenten a continuación.

## 7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

### Estadísticos

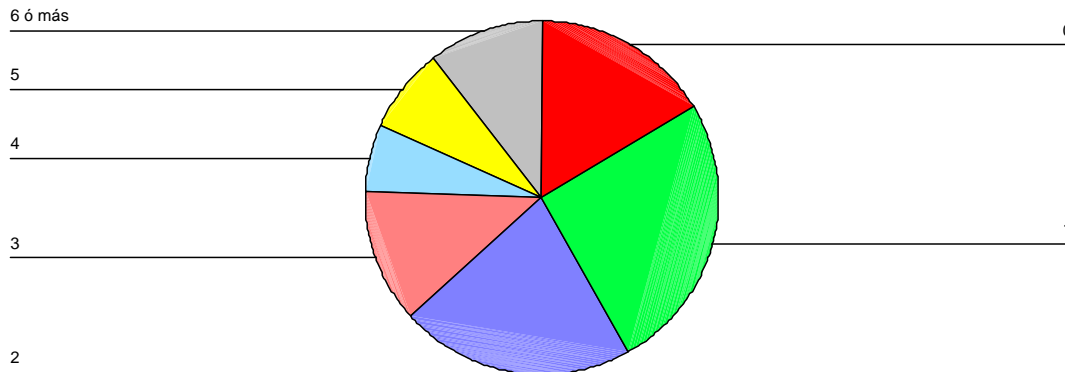
7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

Media	2,73
Desv. típ.	3,123

### 7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	16,0	16,4	16,4
	1	24,9	25,5	41,9
	2	20,9	21,4	63,4
	3	11,9	12,2	75,6
	4	6,1	6,2	81,8
	5	7,6	7,8	89,6
	6 ó más	10,2	10,4	100,0
Total	97,7	100,0		
Perdidos	NS/NC	2,3		
Total		100,0		

### 7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

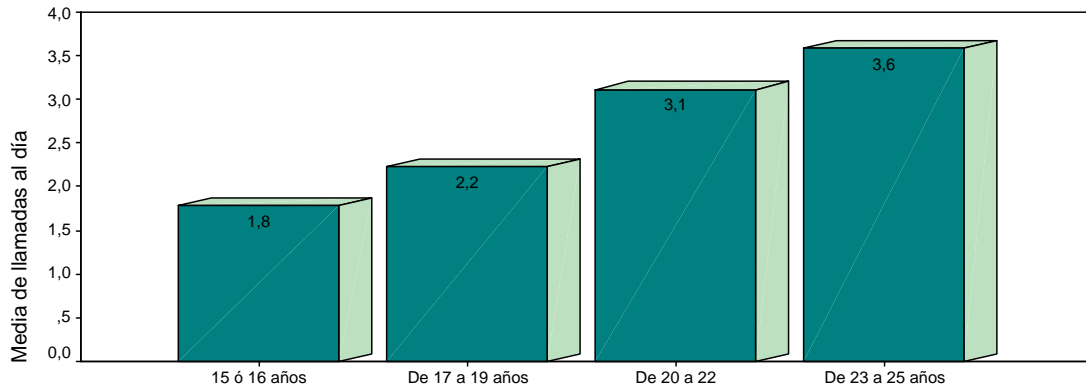


Con las respuestas obtenidas en esta pregunta, se confirma la hipótesis sobre el uso del teléfono móvil entre los jóvenes de hoy, puesto que **algo más del 63% de los encuestados realizan ninguna o dos llamadas personales a diario**, con lo cual el envío/recepción de mensajes de texto (SMS) resulta ser la principal utilidad de los aparatos de telefonía móvil entre los más jóvenes en Extremadura.

## 7.1 Llamadas diarias según la edad

7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

Según la edad



Edad:

7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

Media

Edad:	Llamadas al día
15 ó 16 años	1,78
De 17 a 19 años	2,23
De 20 a 22	3,11
De 23 a 25 años	3,58
Total	2,73

La tabla de respuestas en esta cuestión muestra **un aumento progresivo del número de llamadas a medida que los jóvenes son mayores de edad**, que responde a **la correlación existente entre el poder adquisitivo y la edad de los jóvenes lo que le permite hacer un mayor gasto telefónico**, sustituyendo los diversos tipos de mensajes por llamadas personales.

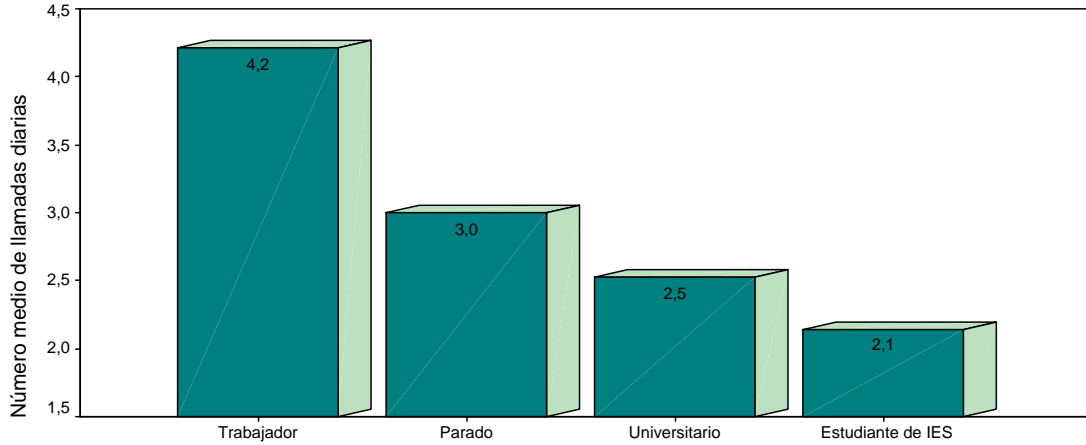
## 7.1 Llamadas diarias según la ocupación

7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

Media

Ocupación:	Llamadas al día
Trabajador	4,21
Parado	3,00
Estudiante universitario	2,52
Estudiante de Instituto	2,14
Total	2,69

### 7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?



Ocupación:

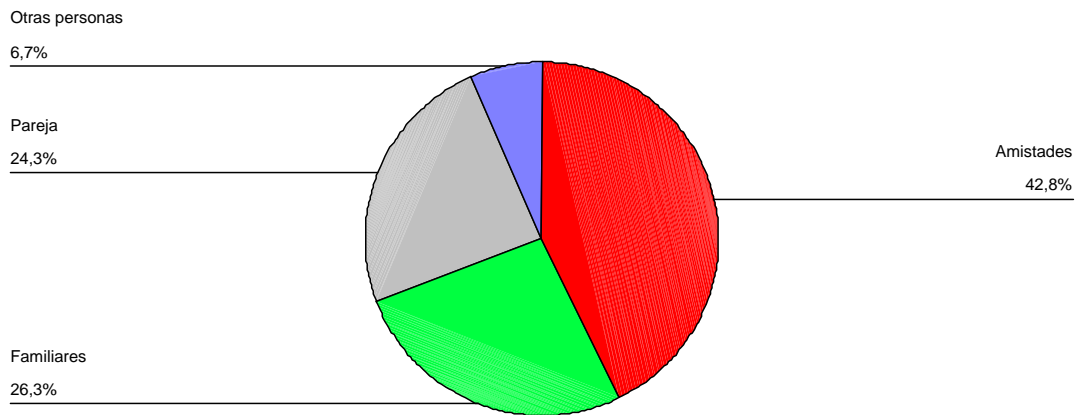
Teniendo en cuenta la variable de la ocupación de los jóvenes encuestados, demuestra que los **trabajadores destinan más dinero de su bolsillo para el consumo telefónico, por tanto, suelen realizar 4,21 llamadas de voz**, algo que contrasta con la posición de los **parados con 3 llamadas diarias**, seguido muy de cerca por los **universitarios con 2,5**, y por último por los **estudiantes de secundaria con 2,1 llamadas al día**.

## 8. ¿A quién diriges tus llamadas diarias?

8. ¿A quién diriges tus llamadas diarias?

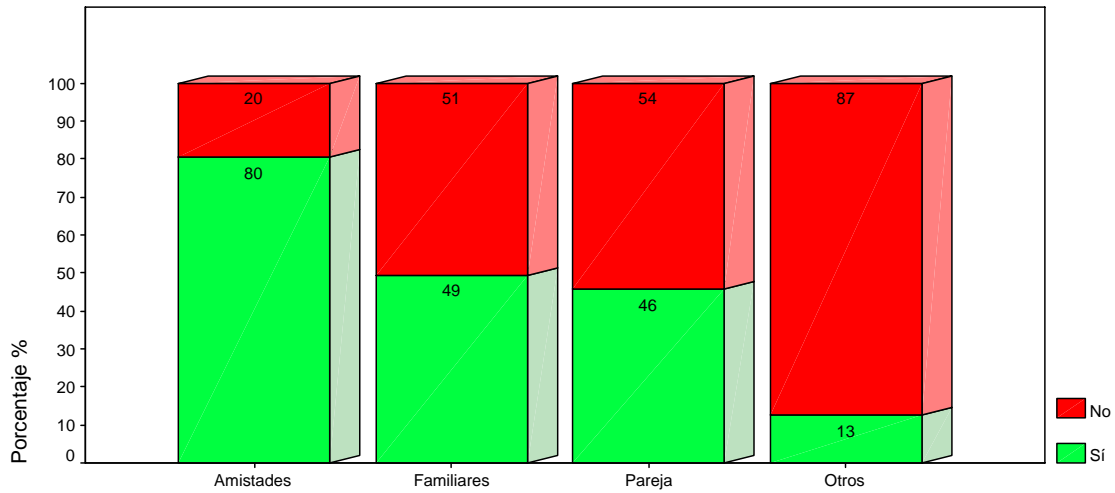
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Amistades	42,8	42,8	42,8
	Familiares	26,3	26,3	69,1
	Otras personas	6,7	6,7	75,7
	Pareja	24,3	24,3	100,0
	Total	100,0	100,0	

8. ¿A quién diriges tus llamadas diarias?



Se confirma que las **llamadas de voz** se dirigen principalmente a las **amistades con el 42,8%**, seguido con bastante distancia con las destinadas a **familiares con el 26,3%** y a la **pareja (novio/a) con el 24,3%**. Apenas el 6,7% de las llamadas son para contactar con otras personas que no pertenecen a estos círculos de familiares y amistades.

¿A quién diriges tus llamadas diarias?



El **80%** de los encuestados llaman diariamente a sus amistades, también contactan con sus familiares casi la mitad de ellos/as, es decir, el **49%**, mientras que **hablan con sus parejas el 46%**. Apenas realizan llamadas a otras personas, tan sólo el 13% de los mismos.

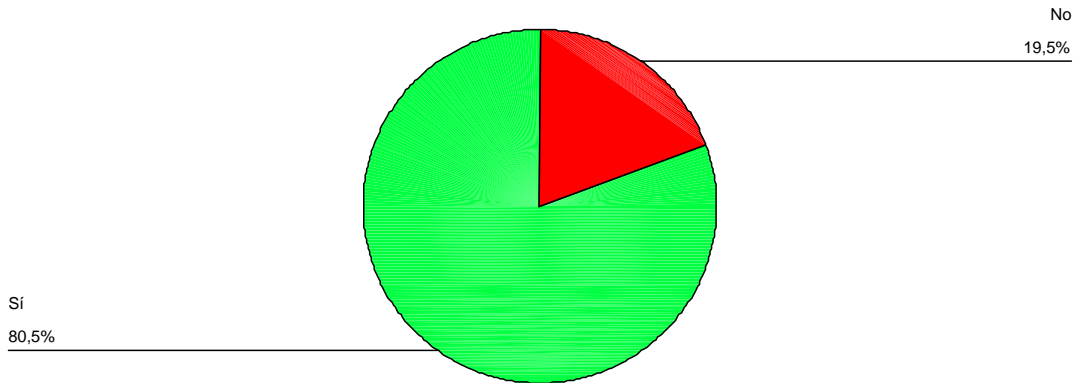
**8.1 ¿Diriges diariamente llamadas a tus amistades?**

¿Diriges diariamente llamadas a tus amistades?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	19,5	19,5	19,5
	Sí	80,5	80,5	100,0
	Total	100,0	100,0	



¿Diriges diariamente llamadas a tus amistades?



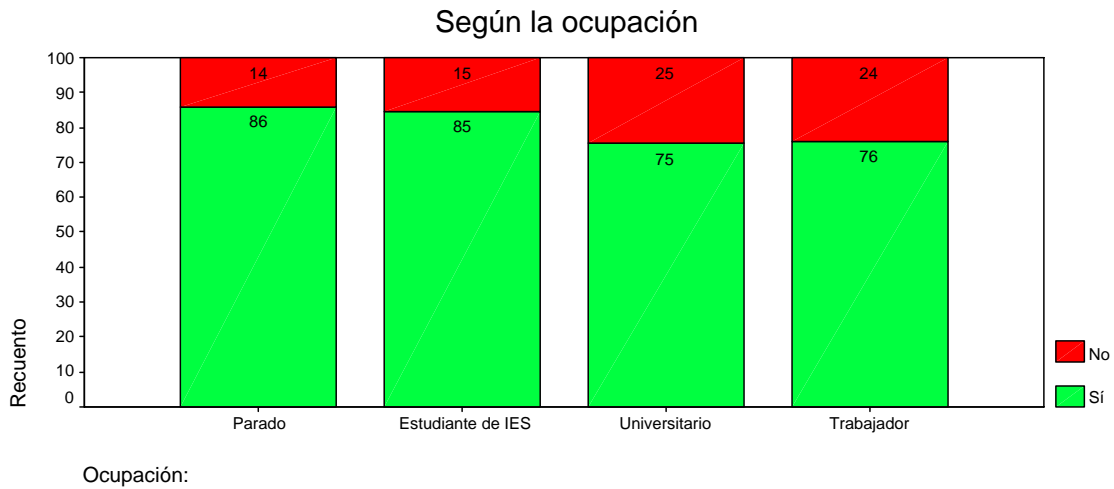
El **80,5% llama a diario a sus amistades**, lo que refleja la intensidad en los contactos habituales entre los amigos/as, aunque vivan en la misma localidad y coincidan durante largas jornadas en el instituto, facultad o centro de trabajo. Estos datos demuestran que el teléfono se convierte en un aparato imprescindible en sus comunicaciones, que afianza sus relaciones interpersonales.

¿Diriges diariamente llamadas a tus amistades? Según la ocupación

% de Ocupación:

	¿Diriges diariamente llamadas a tus amistades?		Total
	Sí	No	
Ocupación: Parado	86,0%	14,0%	100,0%
Estudiante de Instituto	84,6%	15,4%	100,0%
Trabajador	76,1%	23,9%	100,0%
Estudiante universitario	75,3%	24,7%	100,0%

### ¿Diriges diariamente tus llamadas a tus amistades?



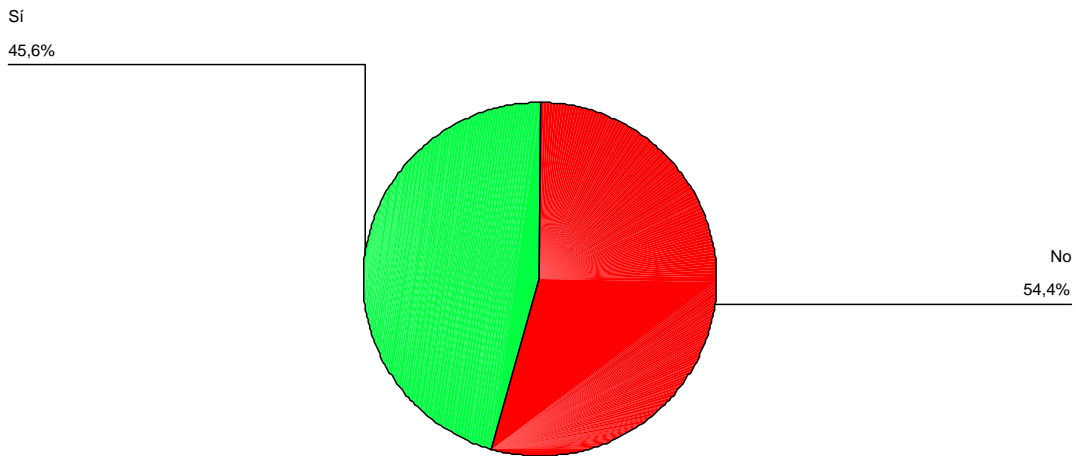
Este gráfico muestra el cruce de variables de la ocupación de los jóvenes encuestados y la proporción de llamadas a sus amistades. Destacando como los **estudiantes de secundaria y los jóvenes parados representan los valores porcentuales más altos en comparación con las llamadas realizadas por ocupaciones**, que también son altas.

## 8.2 ¿Diriges diariamente llamadas a tu pareja?

### ¿Diriges diariamente llamadas a tu pareja?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	54,4	54,4	54,4
	Sí	45,6	45,6	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Diriges diariamente llamadas a tu pareja?



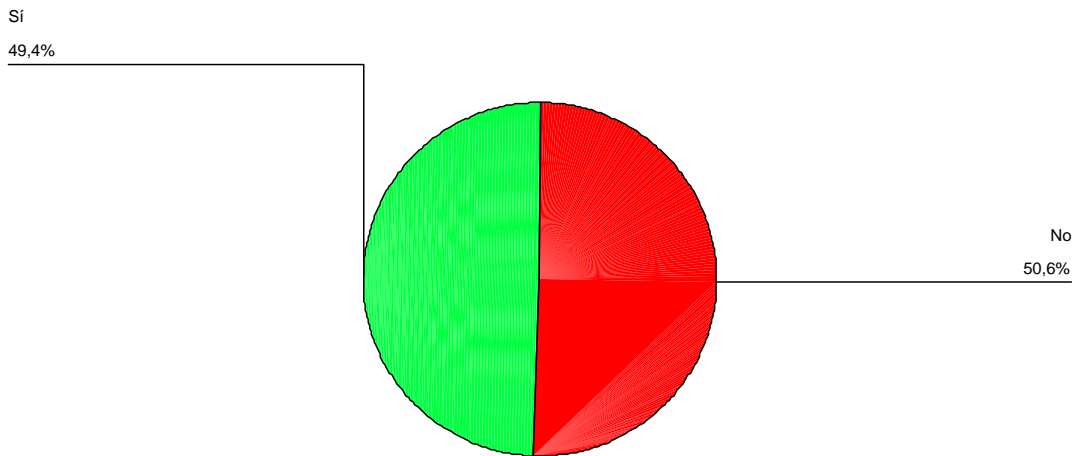
Es curioso observar este dato, si lo comparamos con la anterior cuestión comentada, en cuanto al **45,6% que contacta por vía telefónica mediante llamadas de voz con su pareja (novio/a)**. La hipótesis que se baraja es la posibilidad de pasar mucho más tiempo con la pareja que con los amigos/as, lo que evita realizar llamadas al novio/a.

**8.3 ¿Diriges diariamente llamadas de tus familiares?**

¿Diriges diariamente llamadas de tus familiares?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	50,6	50,6	50,6
	Sí	49,4	49,4	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Diriges diariamente llamadas de tus familiares?



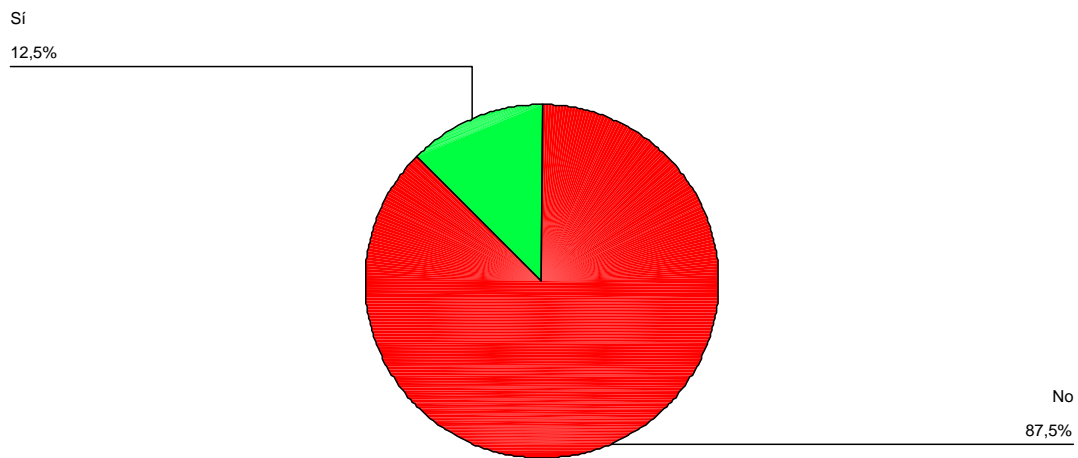
Algo más de la mitad de los encuestados, el **50,6% de los jóvenes no llaman a diario a sus familiares**, quizás por la convivencia de padres/madres e hijos/as en el mismo hogar, dado que el joven de hoy tarda en emanciparse de sus progenitores.

**8.4 ¿Diriges tus llamada a otras personas?**

¿Diriges tus llamada a otras personas?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	87,5	87,5	87,5
	Sí	12,5	12,5	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Diriges tus llamada a otras personas?



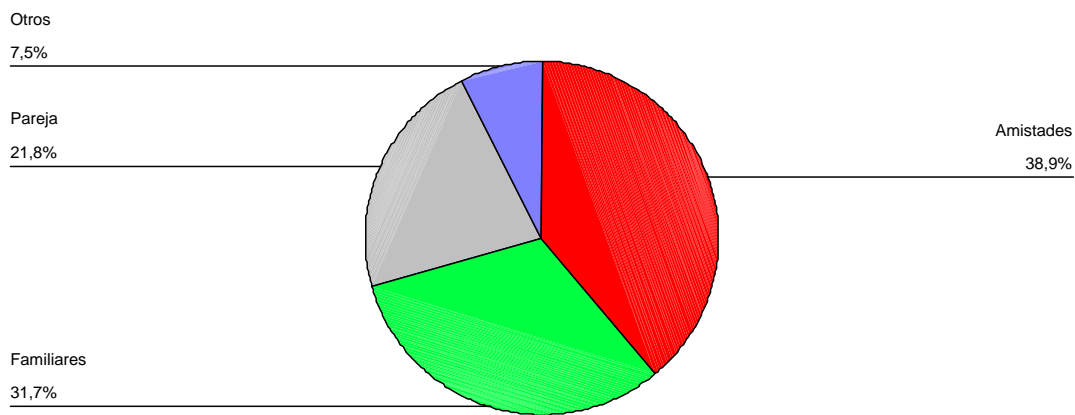
Esta cuestión no demuestra un hecho significativo, al tratarse de una respuesta minoritaria a la hora de realizar llamadas por parte de los jóvenes extremeños, a tenor de sus opciones.

## 9. ¿De quién recibes tus llamadas diarias?

9. ¿De quién recibes tus llamadas?

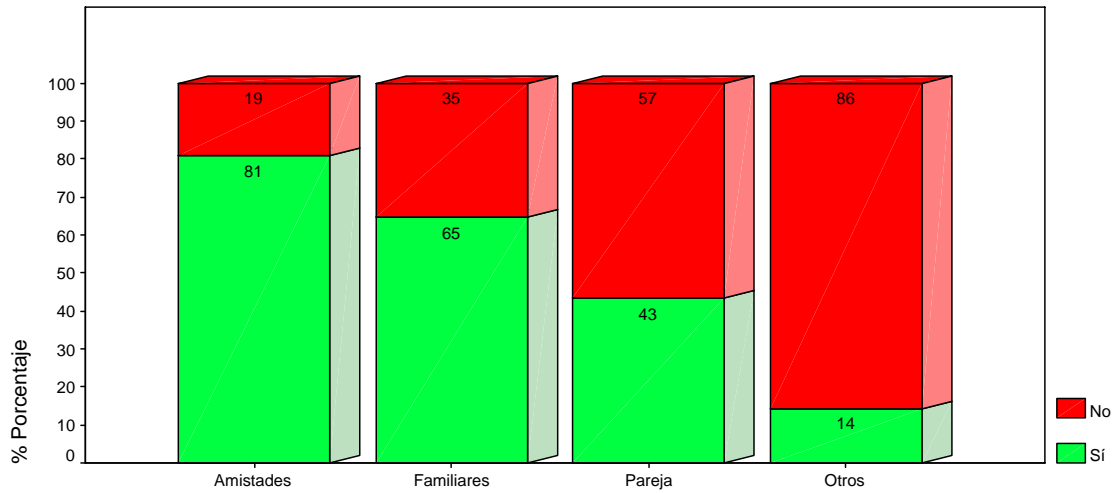
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Amistades	38,9	38,9	38,9
	Familiares	31,7	31,7	70,6
	Pareja	21,8	21,8	100,0
	Otros	7,5	7,5	78,2
	Total	100,0	100,0	

9. ¿De quién recibes tus llamadas?



El **38,9%** de las llamadas recibidas por los jóvenes son realizadas por sus **amistades**, con escasas diferencias con relación a **sus familiares con el 31,7%**, seguido con algo más de distancia por el **21,8% que son de su pareja**. Es decir, la interpretación de tales resultados ponen de manifiesto las llamadas recibidas de quienes forman parte de la red de amistades de nuestros jóvenes, pero también el mayor número de llamadas que reciben de sus familiares -preferentemente padres y madres que necesitan tener seguridad sobre sus hijos/as-, que contrasta con los datos anteriores de las menos realizadas por los hijos/as a sus progenitores (26,3%).

¿De quién recibes tus llamadas diarias?



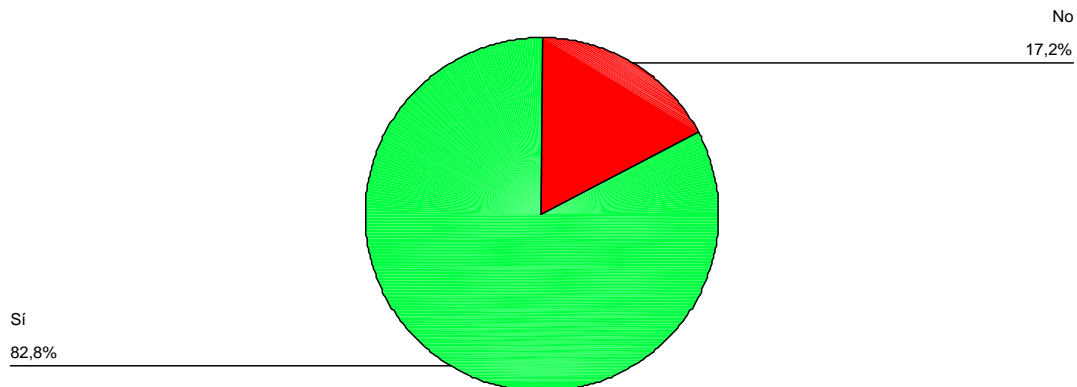
Este gráfico representa de quien reciben los jóvenes llamadas diarias, destacando como el **81% reciben llamadas por parte de sus amistades**, también el **65% son llamados por sus familiares**, y por último, el **43% por su pareja**.

9.1. ¿Recibes diariamente llamadas de tus amistades?

¿Recibes diariamente llamadas de tus amistades?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	17,2	17,2	17,2
	Sí	82,8	82,8	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Recibes diariamente llamadas de tus amistades?



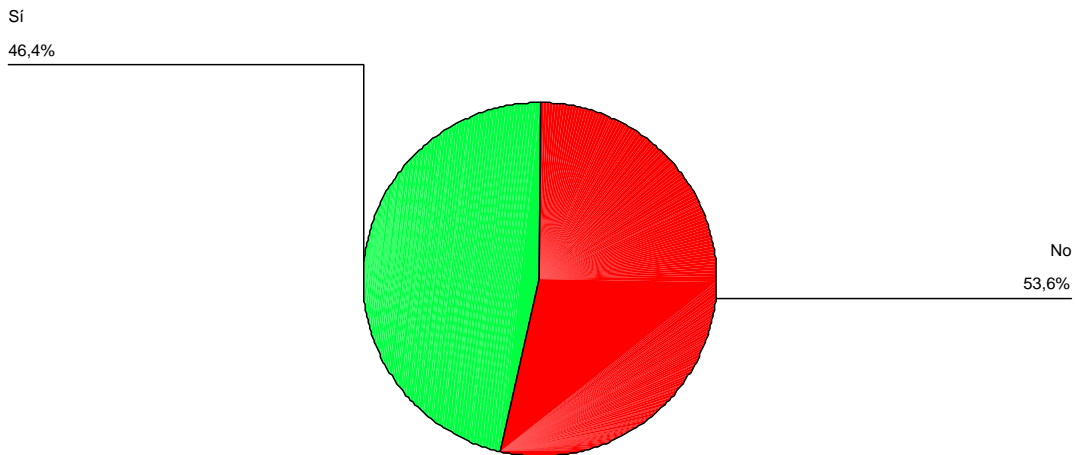
**El 82,8% de los jóvenes reciben llamadas de sus amistades**, lo que valida la hipótesis sobre el móvil como canal de comunicación abierto y permanente entre los jóvenes de hoy.

## 9.2. ¿Recibes diariamente llamadas de tu pareja?

¿Recibes diariamente llamadas de tu pareja?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	53,6	53,6	53,6
	Sí	46,4	46,4	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Recibes diariamente llamadas de tu pareja?



Únicamente el **46,4%** de los encuestados reciben llamadas de sus parejas a diario.

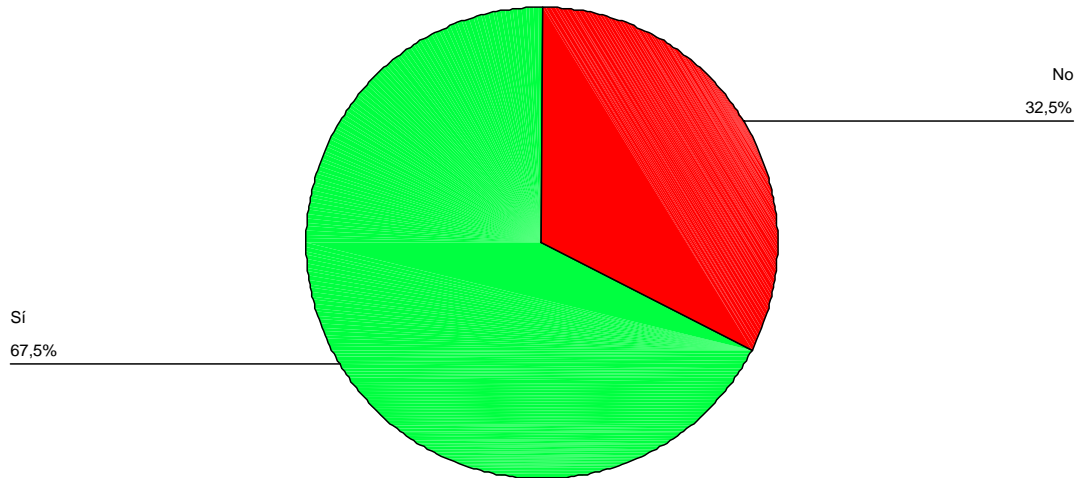
## 9.3. ¿Recibes diariamente llamadas de tus familiares?

¿Recibes diariamente llamadas de tus familiares?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	32,5	32,5	32,5
	Sí	67,5	67,5	100,0
	Total	100,0	100,0	



¿Recibes diariamente llamadas de tus familiares?



Es significativo como el **67,5% de los jóvenes reciben llamadas a diario por sus familiares** -principalmente madres/padres-, de lo que se deduce el grado de atención de los adultos por la seguridad de sus hijos/as.

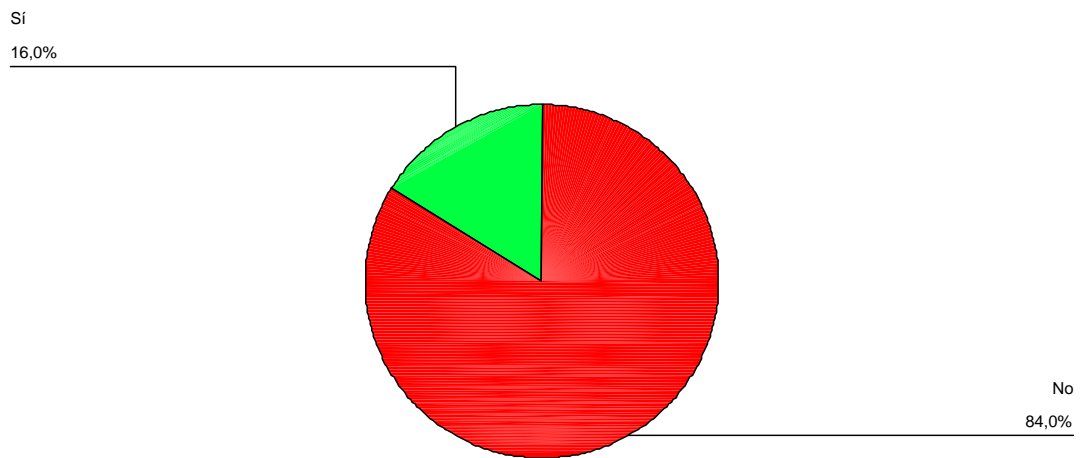
Comparando este datos con el 49,4% anterior que indicaba el porcentaje de jóvenes que llaman a diario a sus padres, observamos que los jóvenes reciben más llamadas, que emiten a sus familiares.

**9.4. ¿Recibes diariamente llamadas de otras personas?**

¿Recibes diariamente llamadas de otras personas?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	84,0	84,0	84,0
	Sí	16,0	16,0	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Recibes diariamente llamadas de otras personas?



Esta cuestión no refleja un hecho significativo, al tratarse de una respuesta minoritaria a la hora de recibir llamadas los jóvenes extremeños.

## 10. ¿Cuántos mensajes de texto (SMS) envías al día?

### Estadísticos

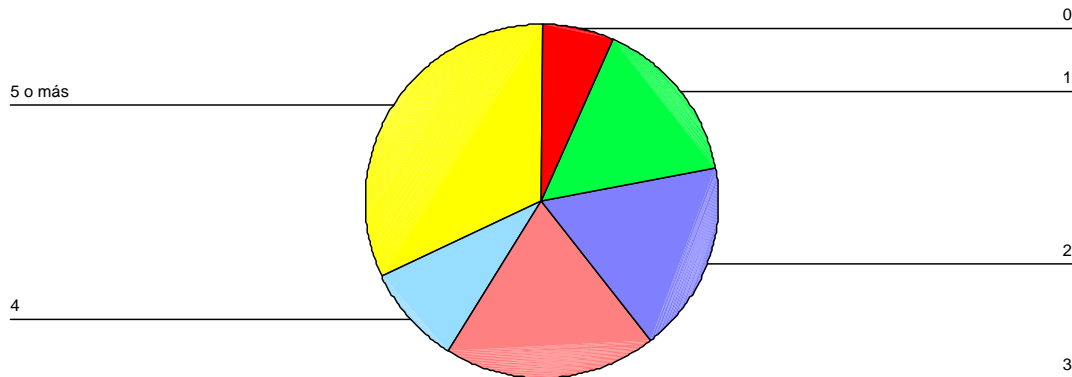
10. ¿Cuántos mensajes sms envías al día?

Media	4,26
Desv. típ.	4,894

### 10. ¿Cuántos mensajes sms envías al día?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	6,5	6,8	6,8
	1	14,6	15,2	21,9
	2	17,0	17,6	39,5
	3	18,6	19,3	58,8
	4	9,0	9,3	68,1
	5 o más	30,8	31,9	100,0
	Total	96,5	100,0	
Perdidos	NS/NC	3,5		
Total		100,0		

10. ¿Cuántos mensajes sms envías al día?



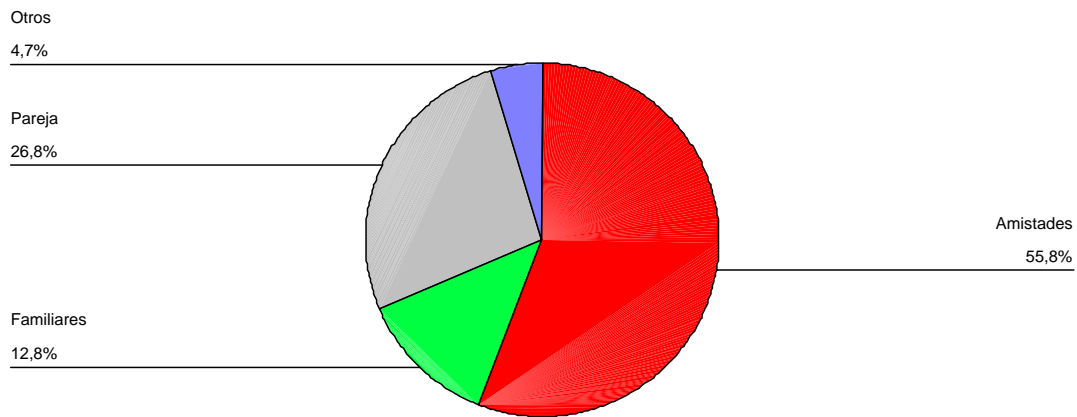
Esta cuestión contrasta con las llamadas perdidas y las llamadas de voz, que son las opciones más comunes entre los servicios de telefonía móvil que utilizan los jóvenes extremeños. La **media de mensajes de texto (SMS) son 4,26 al día** que indican el uso mayoritario entre los jóvenes de este modo de comunicación interpersonal mediante un código lingüístico manejado particularmente por los jóvenes, en un espacio máximo de 160 caracteres.

## 11. ¿A quién diriges diariamente tus mensajes de texto (SMS)?

PERSONA

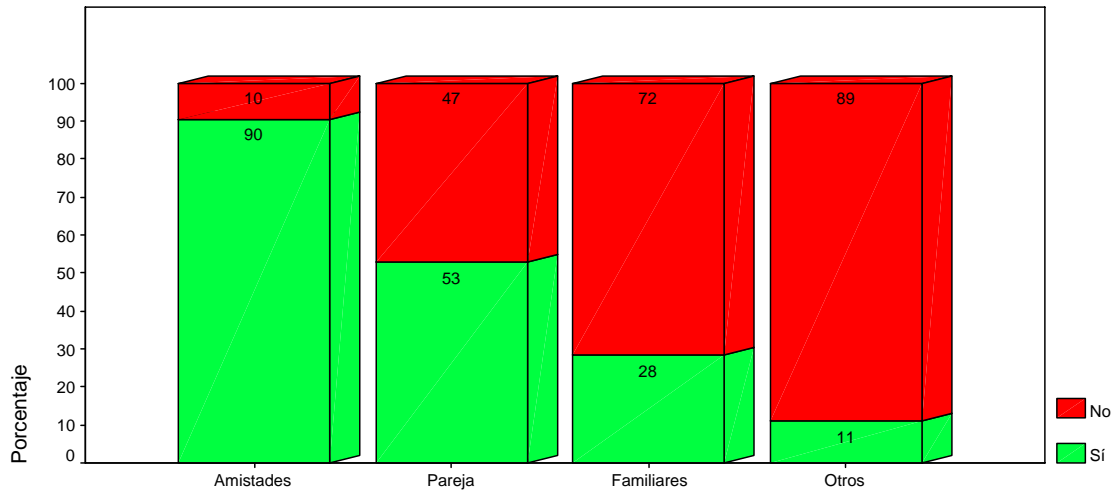
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Amistades	55,8	55,8	55,8
	Familiares	12,8	12,8	68,6
	Otros	4,7	4,7	73,2
	Pareja	26,8	26,8	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿A quién envías diariamente tus mensajes?



El **55,8% de los mensajes de texto (SMS) se envían a amistades**, seguidos con bastante distancia con los **26,8% dirigidos al novio/a**, de forma minoritaria el **12,8% a familiares**, y el 4,7% a otros. No cabe duda con estos datos la importancia de la opción de mensajería SMS con los amigos/as, mientras que los miembros de la familia no reciben tanto mensajes como quienes forman su grupo de iguales.

¿A quién envías diariamente tus mensajes?



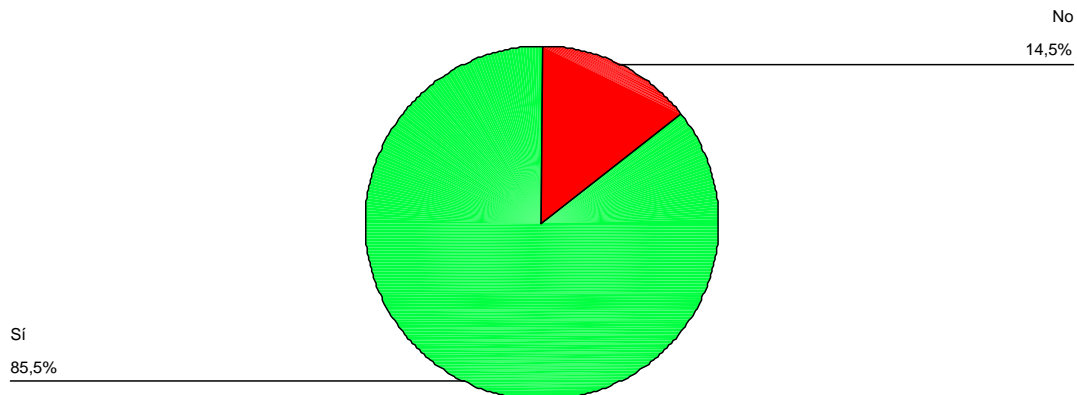
En este gráfico se representa el porcentaje de mensajes SMS que se envían a diario, destacando como el **90% de los encuestados dirigen mensajes a sus amistades**, el **53% lo mandan a sus parejas**, y apenas el **28% a sus familiares**.

11.1. ¿Envías diariamente mensajes SMS a tus amistades?

¿Envías diariamente mensajes a tus amistades?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	14,5	14,5	14,5
	Sí	85,5	85,5	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Envías diariamente mensajes a tus amistades?



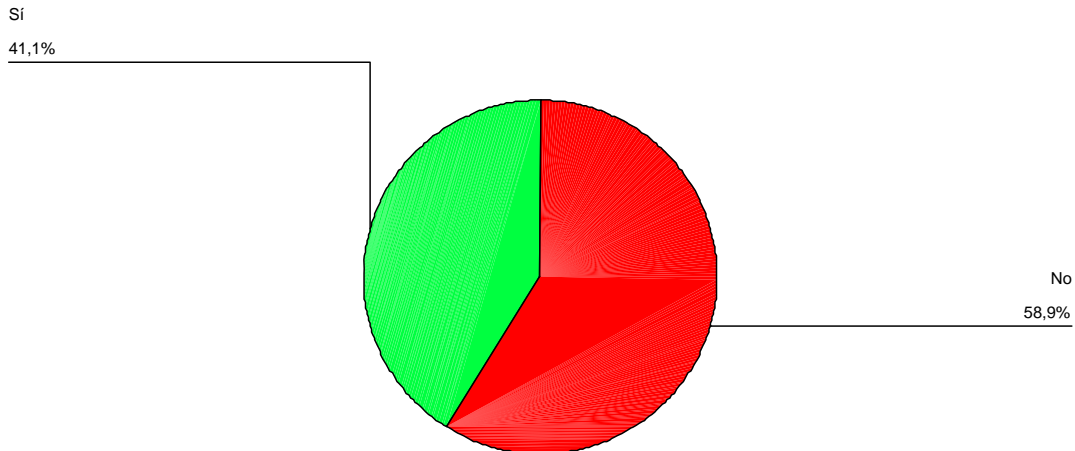
El dato del **85,5%** corresponde al porcentaje de jóvenes que envían diariamente mensajes de texto (SMS) a sus amistades. Representa el valor de conservar y hacer nuevas amistades a través de los servicios ofrecidos por la telefonía móvil. Es un aparato que se convierte en la extensión del cuerpo de los jóvenes, quienes mediante la práctica ejercitan su destreza manual a la hora de escribir mensajes cortos con menos de 160 caracteres. Toda una habilidad en el mundo virtual y simbólico del joven actual.

## 11.2. ¿Envías diariamente mensajes SMS a tu pareja?

¿Envías diariamente mensajes a tu pareja?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	58,9	58,9	58,9
	Sí	41,1	41,1	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Envías diariamente mensajes a tu pareja?



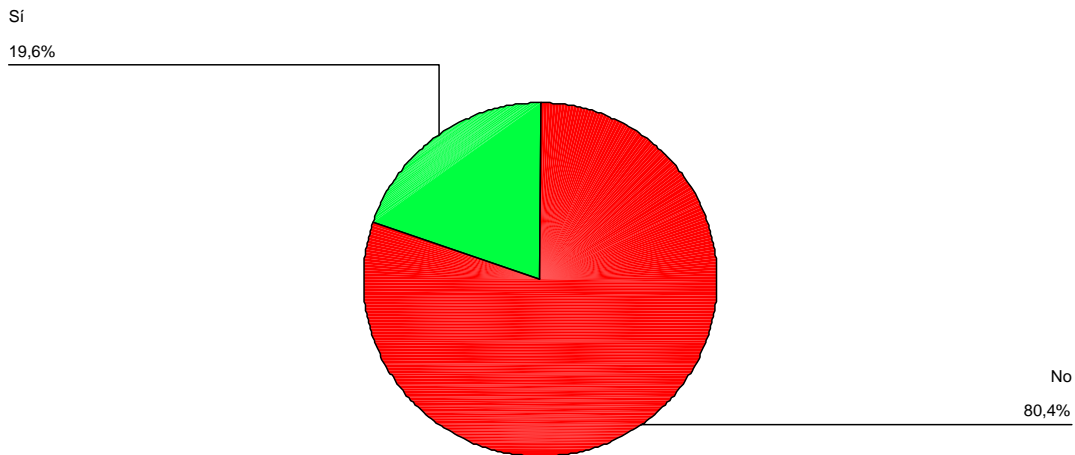
Al igual que las llamadas de voz, los mensajes SMS de los jóvenes no tienen como receptores a sus parejas. El **41,1% de los encuestados envían mensajes de texto a sus novios/as, a diario.**

### 11.3. ¿Envías diariamente mensajes SMS a tu familia?

¿Envías diariamente mensajes a tu familia?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	80,4	80,4	80,4
	Sí	19,6	19,6	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Envías diariamente mensajes a tu familia?



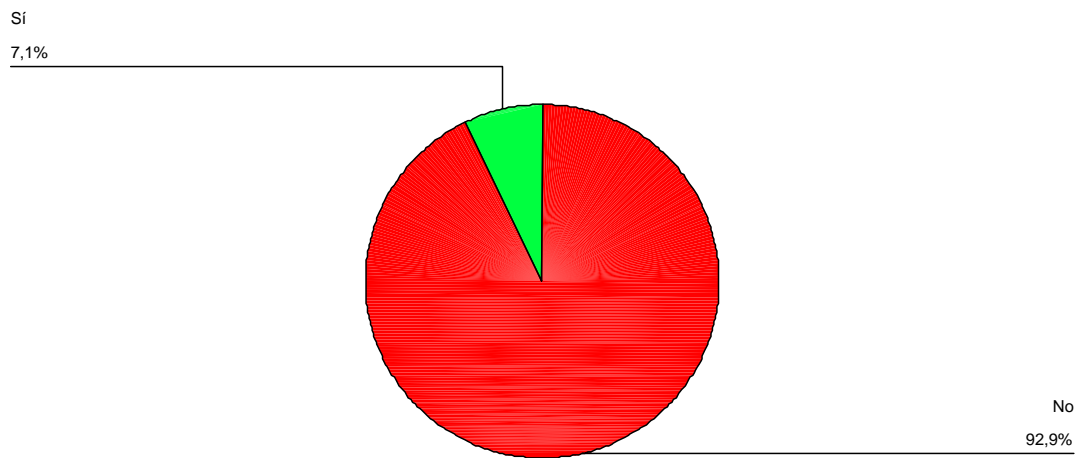
Los mensajes de texto no suponen una vía de comunicación habitual con la familia, tan sólo el **19,6% de los jóvenes, mandan diariamente mensajes de texto a sus familiares.**

### 11.4. ¿Envías diariamente mensajes SMS a otras personas?

¿Envías diariamente mensajes a otras personas?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	92,9	92,9	92,9
	Sí	7,1	7,1	100,0
	Total	100,0	100,0	

¿Envías diariamente mensajes a otras personas?



Esta cuestión no demuestra un hecho significativo, al tratarse de una respuesta minoritaria a la hora de enviar mensajes SMS entre los jóvenes extremeños.

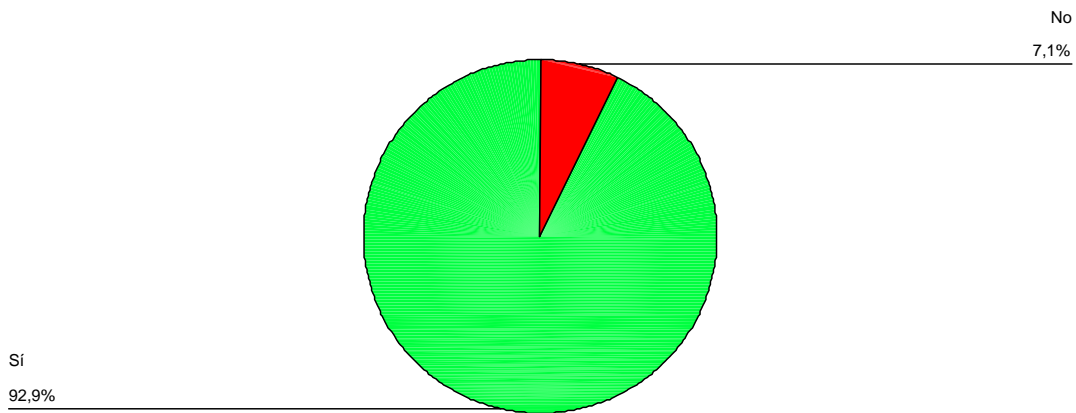


## 12. ¿Utilizas palabras abreviadas en tus mensajes SMS?

12. ¿Utilizas palabras abreviadas en tus mensajes?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	7,0	7,1	7,1
	Sí	91,9	92,9	100,0
	Total	98,9	100,0	
Perdidos	NS/NC	1,1		
Total		100,0		

12. ¿Utilizas palabras abreviadas en tus mensajes?



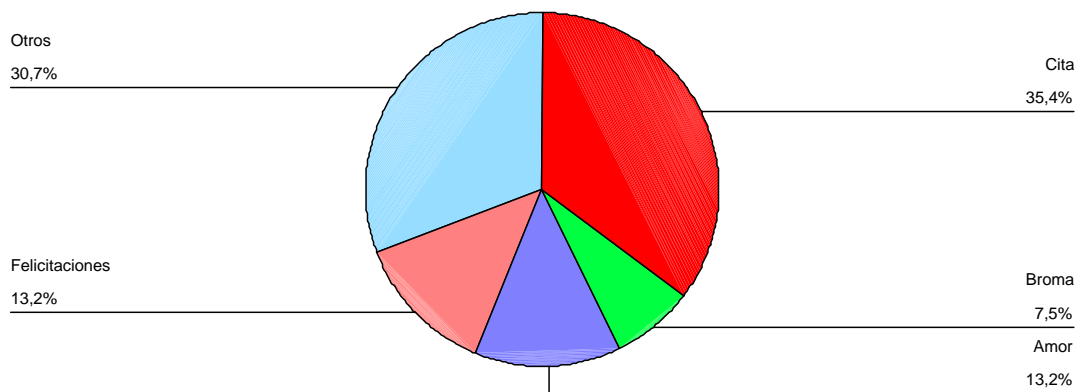
A tenor de estos datos quedan aclaradas las dudas sobre la aceptación mayoritaria de los jóvenes extremeños en cuanto al uso del código lingüístico abreviado al enviar mensajes SMS, representados por el **92,9% que lo utilizan a diario en sus contactos a través de esta mensajería.**

### 13. ¿Qué contenidos tienen tus mensajes SMS?

¿Cuál es el contenido de sus mensajes?

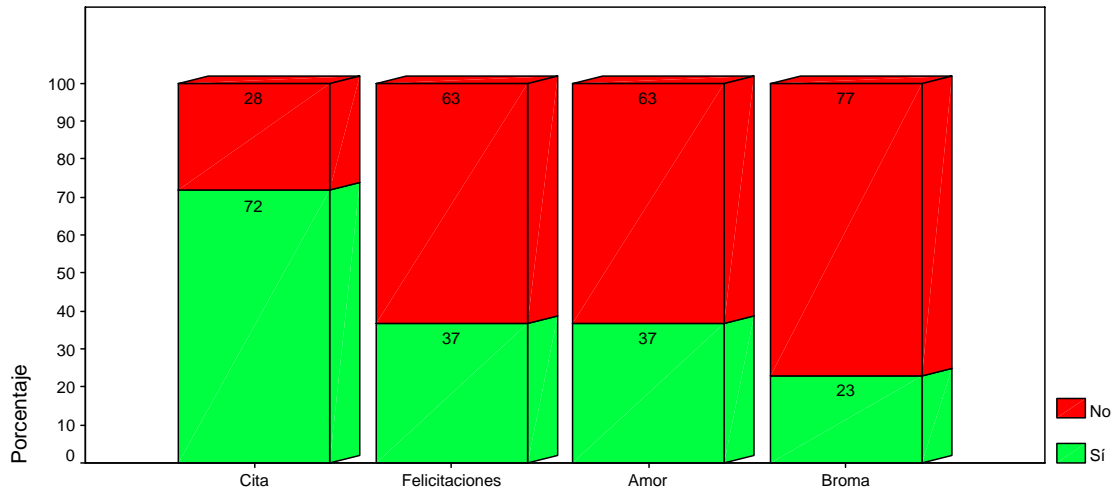
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Cita	35,4	35,4	35,4
Amor	13,2	13,2	56,1
Felicitaciones	13,2	13,2	69,3
Broma	7,5	7,5	42,9
Otros	30,7	30,7	100,0
Total	100,0	100,0	

¿Cuál es el contenido de sus mensajes?



El contenido del 35,4% de los mensajes SMS son citas entre jóvenes, el 13,2% por igual tanto para felicitar como para expresar sentimientos de amor. El 7,5% para enviar chistes, hacer bromas, etc. Hay un 30,7% que no están clasificados como “Otros” que responden a cuestiones latentes en las relaciones interpersonales.

¿Cuál es el contenido de sus mensajes?



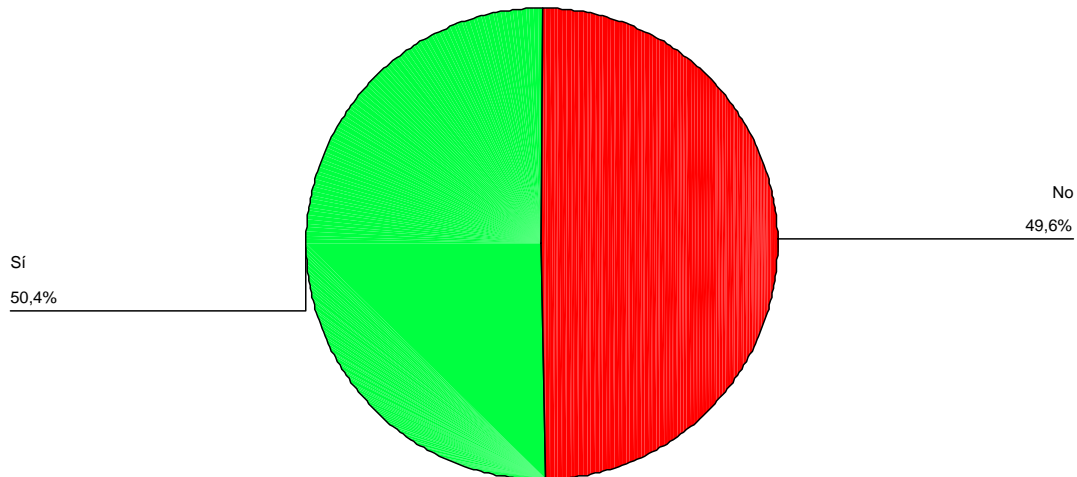
**El 72% de los encuestados emiten mensajes de texto con citas, mientras que el 37% envía tanto mensajes de felicitaciones como de amor.**

**13.1. ¿El contenido de tus mensajes SMS suelen ser de citas?**

¿El contenido de tus mensajes suele ser de citas?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	50,4	50,4	100,0
	No	49,6	49,6	49,6
	Total	100,0	100,0	

¿El contenido de tus mensajes suele ser de citas?



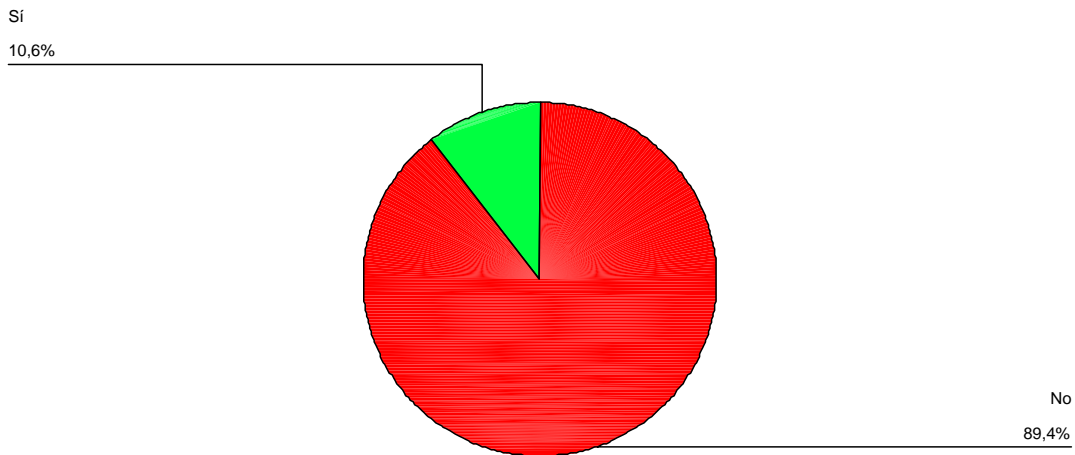
El 50,4% de los jóvenes envían mensajes SMS con contenido de citas.

### 13.2. ¿El contenido de tus mensajes SMS suele ser de bromas?

¿El contenido de tus mensajes suele ser de bromas?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	10,6	10,6	100,0
	No	89,4	89,4	89,4
Total		100,0	100,0	

¿El contenido de tus mensajes suele ser de bromas?



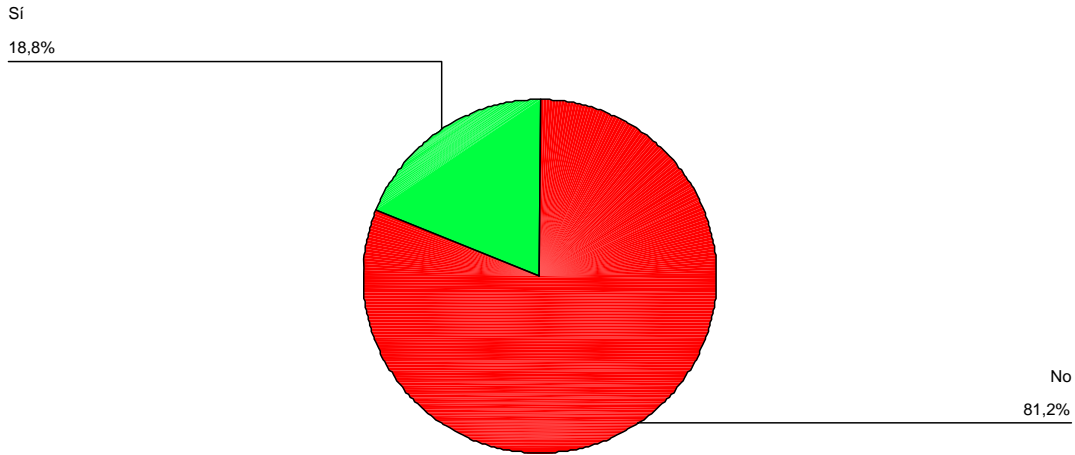
Tan sólo el 10,6% de los jóvenes envías mensajes con contenido de bromas, chistes, etc.,

### 13.3. ¿El contenido de tus mensajes SMS suelen ser de amor?

¿El contenido de tus mensajes suele ser de amor?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18,8	18,8	100,0
	No	81,2	81,2	81,2
Total		100,0	100,0	

¿El contenido de tus mensajes suele ser de amor?



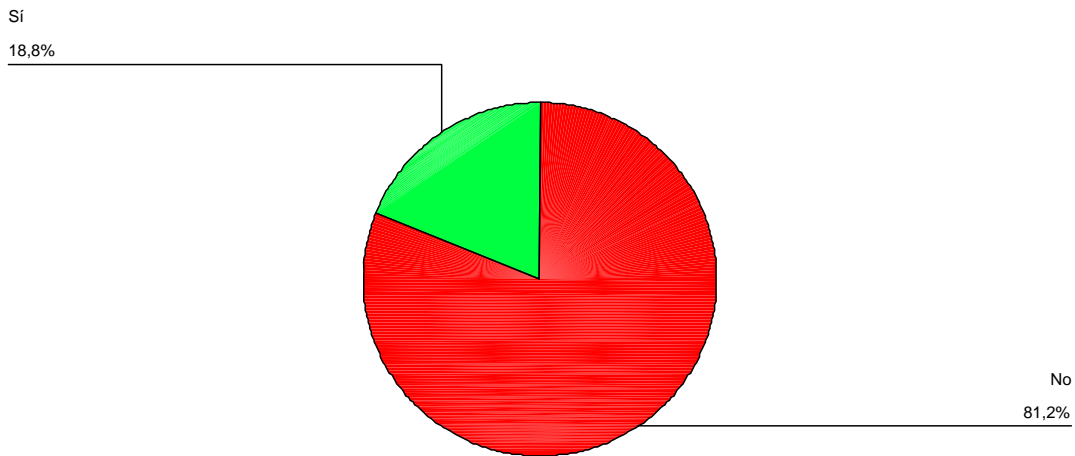
El 18,8%, de los jóvenes envían mensajes de texto con contenido amoroso, propio de una edad (15-25 años) que se encuentra en pleno proceso de experimentar situaciones de enamoramiento entre jóvenes. Es época de ligar, de probar nuevas sensaciones, de sentir emociones extrañas hasta este momento a lo largo de las distintas etapas vitales del ser humano. En ese sentido, el móvil se ha convertido en el mejor dispositivo para ligar entre los jóvenes de ahora, incluso para la práctica del “celestineo” entre unos y otros.

**13.4. ¿El contenido de tus mensajes SMS suele ser de felicitaciones?**

¿El contenido de tus mensajes suele ser de felicitaciones?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18,8	18,8	100,0
	No	81,2	81,2	81,2
Total		100,0	100,0	

¿El contenido de tus mensajes suele ser de felicitaciones?



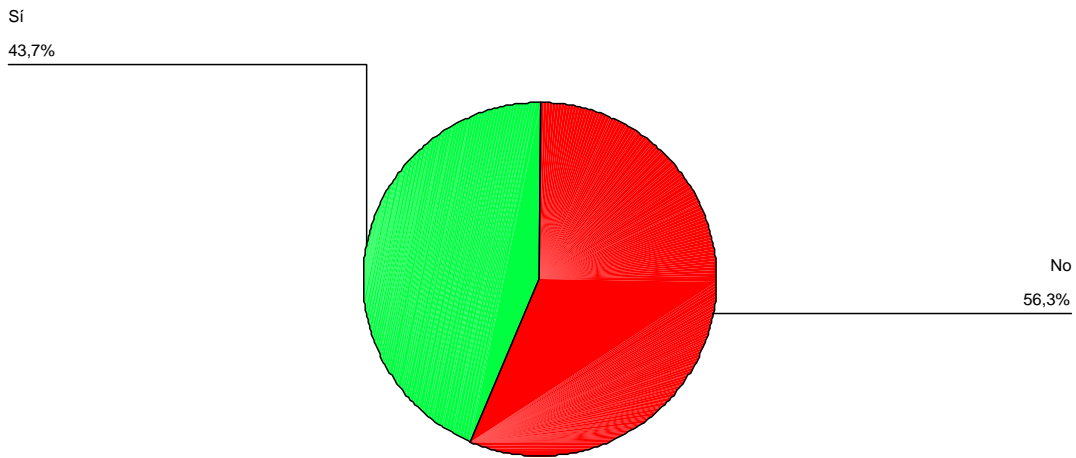
Las felicitaciones son contenidos en los mensajes de texto del 18,8% de los jóvenes -al igual que los mensajes de contenido amoroso-, y que suelen para expresar una enhorabuena por aprobar un mensaje, conseguir un trabajo, etc. Son mensajes esporádicos, pero que en proporción tienen un alcance considerable si se comparan con otros, y que muestran el interés por los miembros que forman una red de relaciones amistosas.

**13.5. ¿El contenido de tus mensajes SMS suele ser otro distinto a los anteriores?**

¿El contenido de tus mensajes suele ser otro distinto a los anteriores?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	43,7	43,7	100,0
	No	56,3	56,3	56,3
	Total	100,0	100,0	

¿El contenido de tus mensajes suele ser otro distinto a los anteriores?



Las respuestas a esta pregunta no son demasiado determinantes, pues que no ofrecen demasiada información al tratarse de una categoría abierta. De cualquier modo, y a tenor de las respuestas dadas a los encuestadores se trataría de mensajes sobre cuestiones latentes en las relaciones interpersonales de quienes forman parte de un grupo de iguales.

## 14. ¿Cuántas horas tienes encendido tu teléfono móvil al día?

### Estadísticos

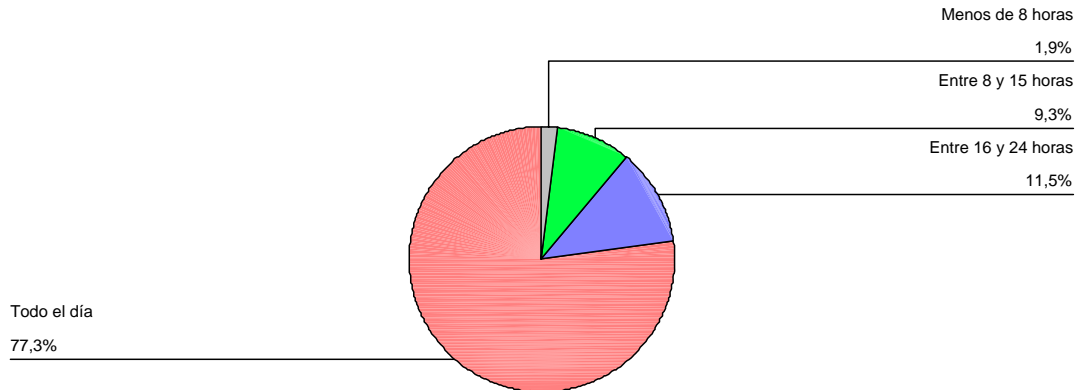
14. ¿Cuántas horas tienes encendido tu teléfono móvil al día?

Media	21,79
Desv. típ.	4,487

### 14. ¿Cuántas horas tienes encendido tu teléfono móvil al día?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 8 horas	1,9	1,9	1,9
	Entre 8 y 15 horas	9,1	9,3	11,2
	Entre 16 y 24 horas	11,3	11,5	22,7
	Todo el día	76,1	77,3	100,0
	Total	98,5	100,0	
Perdidos	NS/NC	1,5		
Total		100,0		

14. ¿Cuántas horas tienes encendido tu teléfono móvil al día?



**Tres de cada cuatro jóvenes tienen su móvil encendido todo el día.** Tan sólo el **11,2% lo tiene encendido menos de 15 de horas diarias.** Este hecho refleja como el teléfono esta prácticamente encendido todo el día, ya estén en clase, trabajando, estudiando o descansando en casa, con la finalidad de tener una vía de comunicación permanente conectada con su grupo de iguales.

Esto induce a creer que los jóvenes pueden estar enviando/recibiendo mensajes de texto, toques telefónico e incluso llamadas de voz a altas horas de la noche y madrugada, ajenos al control de sus padres/madres. En tiempos pasados los teléfonos móviles eran las únicas vías de comunicación en la distancia, y existía



un código social que impedía que se pudiera utilizar a determinadas horas del día, sin embargo, la escena familiar ha cambiado de manera que un joven puede usar su teléfono personal en cualquier momento, sin obstáculos, ni controles, para contactar con sus amigos/as.

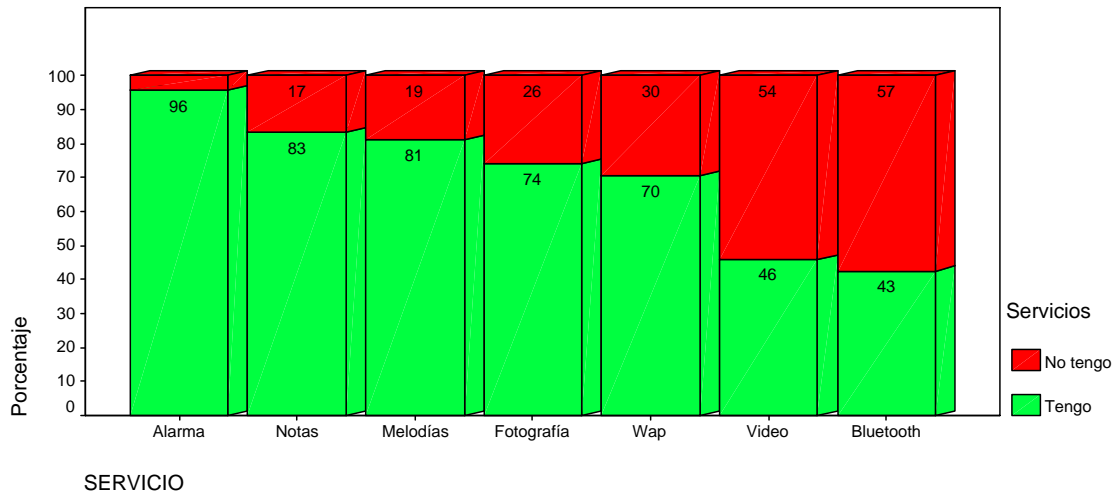
Evidentemente, esta situación que parece tan obvia en nuestros días, y quizás aceptada por una amplia mayoría de padres/madres, no está exenta de riesgos que puedan estar afectando al proceso de desarrollo ordinario de los hijos/as. De manera que no descansan las suficientes horas cada noche al querer estar en contacto *on line* con la red de amigos/as, y así su rendimiento académico sea menor de lo esperado por sus educadores/as. Éste y otros hechos invitan a poner en marcha medidas para corregir estas situaciones tan perjudiciales para la evolución de los más jóvenes desde sus correspondientes domicilios familiares.

## 15. ¿Qué servicios tienes en tu móvil?

### ¿Qué servicios tienes en tu móvil?

% de SERVICIO		Servicios		Total
		Tengo	No tengo	
SERVICIO	Alarma	95,7%	4,3%	100,0%
	Notas	83,4%	16,6%	100,0%
	Melodías	81,2%	18,8%	100,0%
	Fotografía	74,1%	25,9%	100,0%
	Wap	70,4%	29,6%	100,0%
	Video	45,9%	54,1%	100,0%
	Bluetooth	42,5%	57,5%	100,0%

### ¿Qué servicios tiene tu móvil?



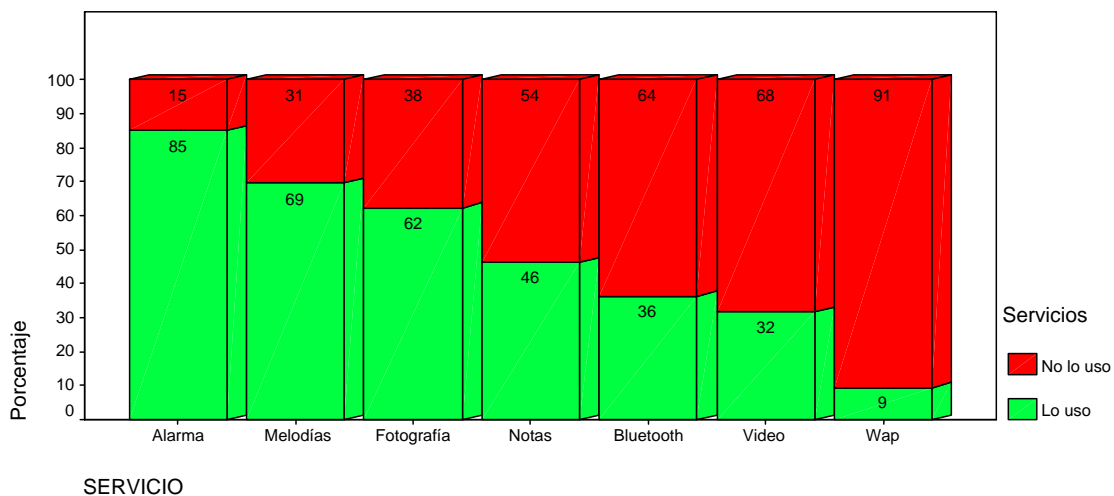
Esta cuestión pone de manifiesto los servicios que ofrecen los aparatos de telefonía móvil entre los jóvenes extremeños, la alarma en un 96%, las notas de agenda en un 83%, las melodías en un 81%, la fotografía en un 74% y la tecnología *wap* en el 70%. Son **servicios comunes en modelos de teléfonos más o menos recientes en el mercado de la telefonía móvil**, dado que otras aplicaciones como el vídeo y el *bluetooth* no son tan corrientes en sus aparatos, únicamente en la mitad de los encuestados.

## 15.1. ¿Qué servicios usas en tu teléfono móvil?

### ¿Qué servicios usas en tu móvil?

% de SERVICIO		Servicios		Total
		Lo uso	No lo uso	
SERVICIO	Alarma	85,1%	14,9%	100,0%
	Melodías	69,5%	30,5%	100,0%
	Fotografía	62,3%	37,7%	100,0%
	Notas	46,4%	53,6%	100,0%
	Bluetooth	36,4%	63,6%	100,0%
	Video	31,7%	68,3%	100,0%
	Wap	9,5%	90,5%	100,0%

### ¿Qué servicios usas en tu móvil?



Conforme a los datos obtenidos, se deduce que el servicio más utilizado es la alarma en un 85% de los encuestados, con bastante distancia respecto al uso de las melodías en un 69%, seguido muy de cerca con el 62% de la fotografía. La utilización mayoritaria de estos servicios demuestra como el móvil se ha convertido en un instrumento importante de cara a organizar el día a día entre los jóvenes actuales, mediante las alarmas y las notas de agenda, pues este último aunque ofrezca un valor del 46%, algo más de la mitad de los encuestados dicen contar con este servicio de planificación personal diario.

Mientras que las melodías tienen un carácter más accesorio de personalización del aparato telefónico, al igual que la fotografía para enviar fotos o diseñar salvapantallas intercambiables entre amigos/as.

El *bluetooth* con el 36%, el video con el 32% y la tecnología *wap* con el 9% son servicios menos frecuentes en los teléfonos móviles de los jóvenes, con lo cual su uso es menor que otros servicios. De cualquier modo, el 70% de los móviles tienen *wap* pero su uso es el más bajo de todos por una razón, su alto coste económico para una generación con bajo poder adquisitivo.

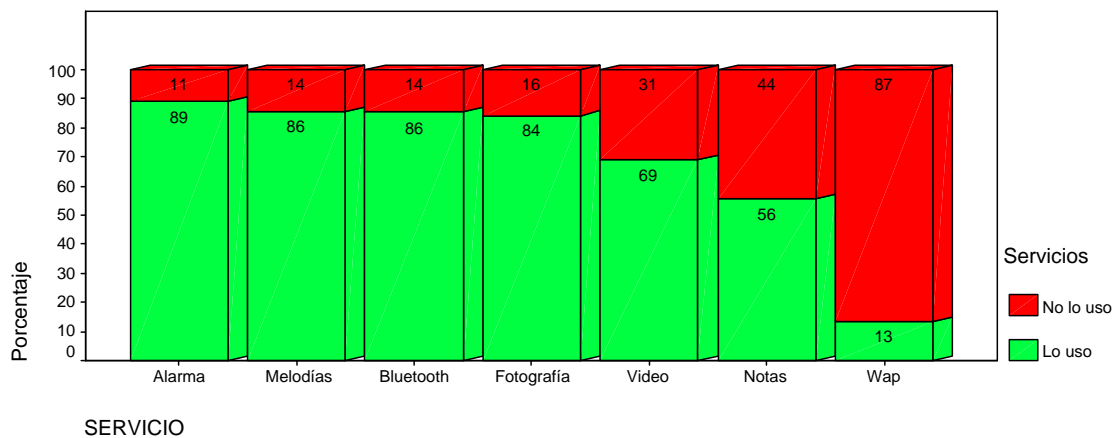
## 15.2. De entre los servicios de tu móvil, ¿Cuáles usas?

De entre los servicios de tu teléfono que tienes ¿Cuáles usas?

% de SERVICIO		Servicios		Total
		Lo uso	No lo uso	
SERVICIO	Alarma	88,9%	11,1%	100,0%
	Bluetooth	85,5%	14,5%	100,0%
	Melodías	85,6%	14,4%	100,0%
	Fotografía	84,1%	15,9%	100,0%
	Video	69,0%	31,0%	100,0%
	Notas	55,6%	44,4%	100,0%
	Wap	13,4%	86,6%	100,0%

De los servicios que tiene tu móvil

¿Cuáles usas?



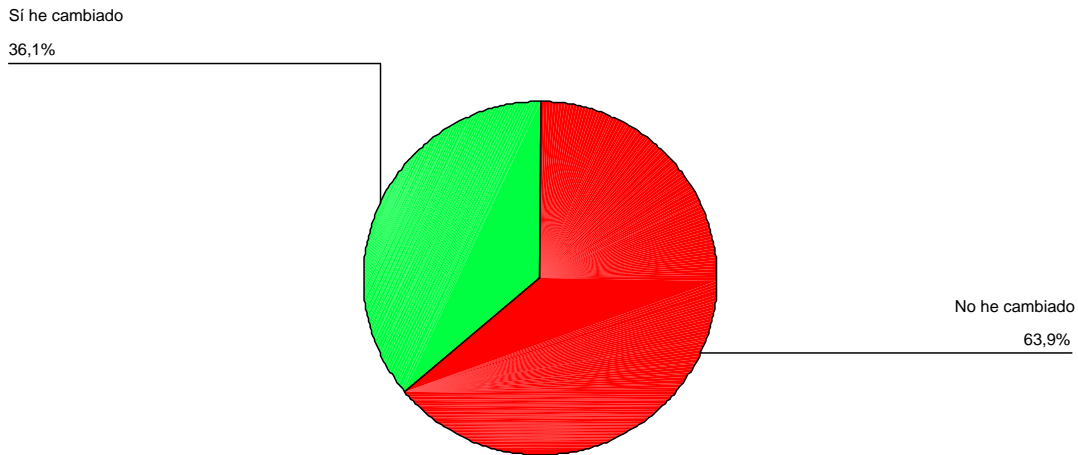
Este gráfico representa como la **alarma**, las **melodías**, el **bluetooth** o la **fotografía** suelen ser los servicios más utilizados en los móviles de los jóvenes encuestados que sí disponen de estas prestaciones en su móvil, mientras que el video o las notas de agenda no resultan tan frecuentes su uso. De forma muy minoritaria con el 13% estaría la tecnología *wap* por los motivos antes expuestos sobre su coste.

## 16. ¿Has cambiado de compañía en el último año?

16. ¿Has cambiado de compañía en el último año?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No he cambiado	63,9	63,9	63,9
	Sí he cambiado	36,1	36,1	100,0
	Total	100,0	100,0	

16. ¿Has cambiado de compañía en el último año?



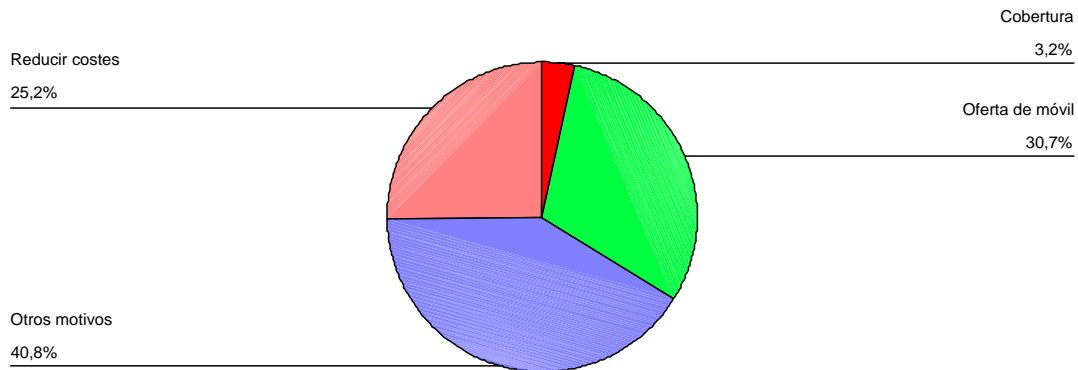
Apenas una tercera parte de los encuestados, es decir, el **36% ha cambiado de compañía telefónica en el último año**, frente al **63% que no han cambiado de operadora**. Estos datos reflejan el alto grado de fidelidad como clientes de los jóvenes extremeños con las compañías con las que tienen contratados sus servicios de telefonía móvil.

### 16.1. Si has cambiado de compañía en el último año ¿por qué motivo lo hiciste?

16. Si has cambiado de compañía en el último año ¿por qué motivo lo hiciste?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Por la cobertura	3,2	3,2	3,2
	Por una oferta de un móvil nuevo	30,7	30,7	34,0
	Otros motivos	40,8	40,8	74,8
	Para reducir costes	25,2	25,2	100,0
	Total	100,0	100,0	

16. Si has cambiado de compañía en el último año  
¿por qué motivo lo hiciste?



De la tercera parte de los encuestados que decidieron cambiar de compañía en el último año hay un **40,8% que manifiestan que lo hicieron por otros motivos**, el **30,7% por ofertas de móviles**, y el **25,2% por la reducción de tarifas**. Curioso resulta el dato minoritario del **3,2% por motivos de cobertura**, dado que en la actualidad nuestro territorio está bien cubierto por estas redes de telecomunicaciones. En los inicios de la telefonía móvil esta fue una razón para cambiar de operadora, en la actualidad no supone un motivo para un posible cambio como demuestran los datos recogidas en las encuestas aplicadas a jóvenes extremeños con edades entre los 15 a 25 años.

La justificación de tal fidelidad también radica en el deseo de no perder el número de teléfono como valor identitario, aunque la portabilidad permite cambiar de operador conservando el mismo número. Por tanto, un joven puede tener la tentación o la necesidad en cualquier momento por diversas circunstancias de cambiar de compañía telefónica para desaparecer de una red de amistades, y así hacer que los demás pierdan esa referencia personal en sus agendas.

# Conclusiones

---

Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil  
en los jóvenes extremeños

Este estudio sobre la influencia e impacto de la telefonía móvil entre los jóvenes extremeños centra su atención en **la importancia de las nuevas tecnologías como medio favorecedor de las relaciones sociales a distancia**, aunque la función sea más de reforzamiento ya que las comunicaciones suelen producirse con familiares y amistades, que viven en la misma localidad y con las que se tiene un contacto más o menos habitual. Esto responde a lo que algunos expertos denominan “socialización telefónica” que tan intensamente se produce entre los usuarios más jóvenes de la telefonía móvil, como los datos demuestran.

De cualquier modo, los distintos servicios que ofrece **la telefonía móvil representan su grado de funcionalidad e instrumentalidad en el día a día de los jóvenes, a la hora de comunicarse en cada instante, citarse, recordar tareas pendientes, etc.** Por otro lado, estaría **el aspecto consumista, al tratarse de un objeto más de consumo aceptado de forma generalizada por la ciudadanía más joven**, de fuera y dentro de Extremadura.

Por tanto, la primera conclusión que se obtiene de esta investigación sociológica es **la relación positiva que existe entre los jóvenes y el uso aplicado de las TIC.** En ese sentido, el Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información adscrito al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, indica en su *Análisis de la relación con las TIC en el hogar* (2005), en cuanto a las opiniones de los adolescentes y jóvenes sobre las nuevas tecnologías, lo siguiente:

- **Están animados a probar los nuevos avances tecnológicos**
- **Se sienten más identificados con las tecnologías que los adultos**
- **No consideran las tecnologías como una barrera para las comunicaciones interpersonales**
- **A los menores de 18 años no les frena la posible complejidad de uso de las nuevas tecnologías**
- **Sienten las nuevas tecnologías como una herramienta que les ayuda en su desarrollo personal**
- **Ven más claro que los adultos lo que las tecnologías pueden ofrecerles, reconocen su utilidad**
- **Tienen interés por las TIC, pero las consideran caras**



Por tanto, se contrasta empíricamente con tales datos secundarios la hipótesis sobre las actitudes positivas de los jóvenes en torno al mundo de las nuevas tecnologías, que resultan ser el segmento de edad mejor adaptado al proceso de revolución tecnológica en el que está inmersa nuestra incipiente sociedad de la información. Este **optimismo tecnológico característico entre los jóvenes es superior al resto de otras capas sociales, y generalmente piensan que las TIC mejoran la calidad de vida de las personas.**

En el caso de Extremadura, existe una Estrategia de la Sociedad de la Información promovido por la Junta de Extremadura que tiene como objetivo principal la democratización y alfabetización tecnológica en el conjunto de la sociedad extremeña a fin de poder evitar/reducir posibles brechas digitales que generan desigualdades sociales. Este compromiso institucional y político redunda en beneficio de facilitar el acceso público de todos los extremeños para que aprovechen las oportunidades de las TIC en sus actividades cotidianas.

De ahí, que **los jóvenes extremeños** -al igual que los del resto de España- **manifiestan mayoritariamente que el dominio de las destrezas tecnológicas y comunicativas de la telefonía móvil**, junto a otras vías de contacto a través de Internet, **son una exigencia de la sociedad de la información.**

Reseñar que en el caso de la telefonía móvil existe un alto grado generalización del uso de estos servicios informativos y comunicativos en España, son prácticamente **el 90% de los jóvenes de 16 a 18 años que han usado el móvil en alguna ocasión, y el 63,3% de este mismo segmento de edad que lo utiliza diariamente.** Estos datos pertenecen al citado *Análisis de la relación con las TIC en el hogar* (2005).

Por tanto, la actitud social hacia el propio artefacto ha cambiado, y **de ser un símbolo de estatus hace unos años, ha pasado a convertirse en una herramienta para organizar la vida diaria**, o a ser un accesorio estándar de todos los ciudadanos, y una expresión de estilo personal y modo de vida. Este fenómeno se observa de manera más intensa y extensa en la población juvenil, que ha encontrado en el móvil un referente imprescindible para cubrir sus necesidades comunicativas al objeto de estar presente, sentirse vivo en el marco de su red social de amistades. De manera, que si no tu número de móvil no está guardado en la agenda telefónica de otras personas, o bien no te llaman o envían mensajes habitualmente, no existes en esta cultura del teléfono móvil que protagonizan los jóvenes de hoy.

- Consumo telefónico

En otro orden de cosas, hablando de consumo se llega a la conclusión que **la mayoría de los jóvenes consultados consideran muy desajustados el coste de la telefonía móvil y los servicios que ofrecen las operadoras** en nuestro país. A pesar de ello, está compensado con el escenario de intimidad y privacidad en las comunicaciones realizadas con frecuencia entre los jóvenes, ya sea desde el domicilio familiar como desde cualquier lugar público, sin la presencia del ojo vigilante de sus progenitores.

Este hecho es debido al **abono de la cuenta de consumo telefónico por los propios jóvenes extremeños**, a pesar de su bajo poder adquisitivo. En el *Informe sobre la Juventud española (2004)* del Instituto de la Juventud del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, un 53% de los jóvenes disponen a la semana para sus gastos entre 20 y 40 €, de los que tienen que destinar una parte del presupuesto a sufragar el coste telefónico.

De los datos obtenidos en este estudio se verifica la hipótesis que **mayor coste telefónico se produce a mayor edad entre los jóvenes**, dado que hacen uso de llamadas de voz y otros servicios de telefonía que deben costear con sus ingresos y ahorros monetarios.

- Signo de identidad

**El teléfono móvil además de ser un signo de identidad del joven actual, está al servicio de la interacción social de los adolescentes y jóvenes extremeños**, a través de llamadas de voz, mensajes de texto (SMS) o multimedia (MMS), ya que el resto de los servicios no son todavía muy utilizados fundamentalmente debido a su carestía y su coste.

Hoy en día el hecho de **tener un aparato nuevo con distintos servicios de telefonía simboliza estar al día, con lo cual representa una estatus de superioridad** en la escala conformada por el grupo de iguales. Por el contrario, un joven estará desfasado, fuera de juego en cuanto a la modernidad de la generación a la que pertenece cada modelo de móvil, pudiendo llegar a sentir el rechazo de sus amistades.

Según los expertos, cada marca, cada modelo parece pues ser el vector de una serie de códigos y de valores que contribuyen, al igual que la ropa, el corte de pelo o el *piercing*, a conferir al propietario del teléfono una imagen deportiva, de chico bien, de aventurero o incluso de *fashion victim* (esclavo de la moda). En esta óptica, el teléfono móvil se inscribe más en el contexto del vestido más que utilidad, y es por tanto **más un objeto de decoración, apariencia o accesorio de moda que herramienta de comunicación**. De ahí el éxito de las melodías que se anuncian en televisión, las carcasas intercambiables de múltiples colores y motivos, los pictogramas y los logos, las fundas, etc., todo un alarde de mercadotecnia para enganchar a este segmento de edad entre los usuarios de la telefonía móvil.

En ese sentido, cuanto más pequeños y cuantos más sofisticados, más queridos y más se convierten en signo de poder social entre los usuarios más jóvenes. Si hace unos años la tendencia marcaba que se llevara el móvil en el cinturón del pantalón como para hacer mejor ostentación del poder social de su propietario, en la actualidad se tiende a la discreción de los mismos.

Igualmente las marcas tienen un significado social que ofrece identidad a los jóvenes de hoy, dado que existentes diferencias de mensajes e imágenes publicitados que permiten asociar a las mismas con determinadas características de sus usuarios; y este aspecto influye entre los jóvenes a la hora de contratar con los operadoras de telefonía móvil en nuestro país, y por ende, en Extremadura. De este modo, se generan distintas **tribus juveniles que comparten valores o referentes comunes que constituyen parte del proceso identitario del joven de hoy**, fuera y dentro de nuestra Comunidad autónoma.

- Espacio de comunicación propio

No cabe duda que **el teléfono móvil se incorpora perfectamente al día a día de los jóvenes de hoy, como herramienta comunicacional con su red de amigos y amigas, ajenos al control paterno/materno**. Así se crea un espacio de comunicación interpersonal que regulan los propios jóvenes con sus códigos de lenguaje exclusivos, fruto del alargamiento relativo de la duración de la cohabitación de los hijos/as en el hogar familiar, que generan esta demanda de dispositivos de contacto individuales.

Si en tiempos pasados la telefonía móvil fue la única vía de comunicación a distancia desde los hogares, en la actualidad el móvil está bajo control de su propietario, y por tanto se establecen una serie de pautas particulares en cuanto al uso y consumo, ajena a otros obstáculos para su libre uso. Este fenómeno surge con la telefonía móvil y los jóvenes de hoy, quienes pueden tener una vía de contacto *on line* permanente que construye un espacio de comunicación propio.

En ese sentido, la presión que ejerce el grupo de iguales sobre uno de los jóvenes que lo integran, resulta suficiente para que un joven este accesible y localizable en cualquier instante, lo que obliga a tener conectado su móvil prácticamente las 24 horas del día.

Por otro lado, reseñar el interés de los jóvenes por crear nuevos códigos, lenguajes que sólo pueden descifrar aquellos que forman parte de su tribu, alejados de la escritura convencional, de manera que la ingeniosidad y la astucia se desarrolla a la hora de querer exteriorizar impulsivamente cualquier sentimiento, pensamiento, emoción, etc., entre los seres queridos, en apenas 160 caracteres. Tal y como se explicó al principio de esta investigación social, se trata de un espacio de transgresión simbólico por el cual los jóvenes se crean un universo común inaccesible a los que no disponen del código -como son los adultos-, pero que funciona como un lugar de reconocimiento y de complicidad recíproca entre los que comparten este lenguaje.

- Otro usos

El teléfono móvil además de ser un artefacto de comunicación versátil, también es **utilizado para jugar en los momentos de ocio, escuchar música en desplazamientos andando o en transporte, fotografiar momentos con sus amigos y demás curiosidades, etc.** Incluso como método para ligar, mediante el uso de *bluetooth* cuando se está en algún pub o discoteca en la que algunos jóvenes que coinciden en ese mismo establecimiento saben de otros que tienen activado este servicio por la señal que reciben en su móvil, y así poder “chatear” esa tarde-noche.

Los datos comentados en el apartado de interpretación de resultados reflejan **la importancia del móvil como un instrumento que facilita la organización del**

**día a día entre los jóvenes**, ya que la alarma, las notas de agenda, etc., representando un medio muy útil para los mismos.

- Influencia del grupo de iguales

Conviene reseñar que en ocasiones la fiebre del móvil deriva en muchos casos de la presión que ejercen otros miembros del grupo, es el motivo del deseo de muchos adolescentes y jóvenes por obtener su propio móvil. Se observa una especie de **competición tecnológica entre estos usuarios por ir mejorando cada día en las prestaciones de los aparatos y en su “look” o apariencia estética** ante los demás miembros del grupo; de manera, que algunos podrán sentir ciertos reparos cuando su móvil sea un modelo algo desfasado o antiguo frente a otros de última generación.

Esta presión de las amistades puede llegar a **condicionar la contratación de los servicios de telefonía móvil entre los jóvenes de ahora, con la finalidad de pertenecer a la misma operadora** para reducir costes en sus llamadas de voz y envío/recepción de mensajes de texto (SMS).

Además de estos aspectos comentados, a lo largo del estudio se pone de manifiesto la capacidad de influencia que tiene el grupo de iguales para decidir la compañía telefónica coincidentes con sus amistades, las horas que se mantiene encendido el móvil, etc. El significado de este hecho juvenil según algunos expertos, representa **la construcción de una especie de “hermandad virtual” que se transmite no con el vivir juntos, sino a través de la palabra en sus mensajes de texto**. Estos viven juntos en el sentido de que saben minuto a minuto, lo que hace el uno y lo que hace el otro en lugares separados.

- Diferencias de uso por género

Como símbolo identitario, el móvil lo es igualmente para los chicos que para las chicas. Las diferencias pueden estribar en el modo de adopción del móvil por parte de las jóvenes, ya que suele ser una medida de seguridad parental para la controlar la autonomía de ellas, mientras que en el caso de los jóvenes parece más bien ligado a un proceso autónomo que simboliza identidad masculina y modernidad. Este hecho social continúa siendo fruto de los valores machistas que imperan en algunos domicilios familiares.

Conviene subrayar ciertas diferencias estructurales, pues las **chicas envían más mensajes y charlan más en el plano afectivo con sus amistades y familiares**, mientras que los **chicos juegan más y se comunican para organizarse la vida. Ellos valoran más la modernidad de los servicios que ofrecen sus aparatos**, mientras que **ellas los accesorios estéticos que los personalizan**. De cualquier modo, resultan muy homogéneas las formas de utilización del teléfono móvil para ambos géneros, puesto que se encuentran en situaciones similares.

- Relaciones intergeneracionales

A pesar de que los jóvenes costean su facturas de teléfonos móviles, y en la mayoría de los casos este aparato es adquirido por los mismos, **se ha convertido en una especie de “cordón umbilical” entre padres/madres e hijos/as, que le permite tener la seguridad paterna/materna de saber donde están los suyos en cada momento**. Este dato lo corrobora la opinión de acuerdo del 75% de los jóvenes sobre la tranquilidad que ganan los progenitores en relación con sus hijos, que presenta el estudio *Jóvenes, sociedad de la información y relaciones familiares* (2002) del Centro de Investigaciones Sociológicas.

Debido a un contexto social donde surge un cierto vacío de lazos familiares en virtud de determinadas evoluciones societarias, tales como la incorporación de la mujer al mercado laboral, las transformaciones de las estructuras familiares en núcleos monoparentales o recompuestas, y el alargamiento de la duración de la cohabitación padres/madres-hijos/as, el móvil representa a veces un vínculo que constituye el ligazón entre unos y otros, haciendo el objeto de negociación constante sobre el uso del mismo (móvil encendido o apagado, mensajería vocal, actividad, etc.).

Los resultados sobre las relaciones que los jóvenes tienen con el teléfono móvil pueden indicar una desvirtualización del origen de la compra del mismo. Es decir, **habitualmente el móvil se compra a los hijos/as para tenerlos localizados, para hablar con ellos y que se comuniquen más con los padres/madres**. Sin duda que este uso puede existir -la denominada “correa digital”-, pero es minoritario frente a la comunicación que los jóvenes mantienen entre sí con su grupo de iguales.

En ese sentido, algunos estudios comparativos a nivel europeo mencionan la denominada “cultura de la habitación” (*bedroom culture*), en cuanto que los

padres/madres prefieren tener a sus hijos/as lejos de los espacios públicos por motivos de inseguridad que les genera alta preocupación, y por ello, optan por la compra-regalo del móvil a sus hijos/as a fin de tenerlos controlados y permitiéndoles que estén en sus dormitorios hablando telefónicamente con sus amistades.

Por otro lado, existe la idea difundida entre **los padres/madres de dar un “dote tecnológica” a sus hijos/as que es importante en los tiempos actuales, porque así estarán mejor preparados** cuando tengan que ir solos por la vida. Aunque resulta paradójico con los datos recogidos que quienes enseñan en los ambientes domésticos el uso de la telefonía móvil u otros medios telemáticos son los mismos jóvenes, que adquirido de manera autodidacta mediante la práctica y la intuición que les permite ser profesores de sus familiares adultos en los procesos de aprendizaje social del uso de las tecnologías comunicativas.

Para terminar este apartado del estudio, lo haremos con una idea que sustenta los valores simbólicos o existenciales del móvil con respecto a la generación actual de jóvenes: **“recibo llamadas, luego existo”**.

# Anexos

---

Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil  
en los jóvenes extremeños



## CUESTIONARIO

### ESTUDIO SOBRE EL USO Y CONSUMO DEL TELÉFONO MÓVIL EN LOS JÓVENES EXTREMEÑOS

*Esta encuesta es un estudio sobre el impacto e influencia del teléfono móvil en los jóvenes de hoy, que estamos desarrollando en la Comunidad autónoma de Extremadura.*

*Así, te pedimos que contestes con tranquilidad y sinceridad a cada una de las siguientes preguntas.*

**Edad:**

**Sexo:**

**Ocupación:**

**Código postal (domicilio habitual):**

1. ¿Cuántos aparatos de telefonía móvil has tenido en el último año?
2. ¿Cuántos números de teléfono móvil usas en la actualidad?
3. ¿Qué modalidad de pago tienes en tu teléfono móvil?
  - Prepago
  - Contrato
  - Ambas
4. ¿Cuánto euros consumes en total al mes?
5. ¿Quién paga tu consumo telefónico?
  - Tu mismo
  - Padres/madres
  - Otros familiares
  - Novia/o

6. ¿Cuántos toques das al día?

7. ¿Cuántas llamadas realizas al día?

8. ¿A quién diriges tus llamadas diarias?

- Amistades
- Pareja
- Familiares
- Otros

9. ¿De quien recibes las llamadas?

- Amistades
- Pareja
- Familiares
- Otros

10. ¿Cuántos mensajes de texto (SMS) envías al día?

11. ¿A quien envías los mensajes SMS?

12. ¿Utilizas palabras abreviadas en tus mensajes? ¿Qué contenidos tienen tus mensajes SMS?

- Citas
- Bromas
- Amor
- Felicitaciones
- Otros

13. ¿Cuántas horas tienes encendido tu teléfono móvil al día?

14. ¿Qué servicios sueles utilizar desde tu teléfono móvil?

- Foto
- Video
- Wap
- Bluetooth
- Alarma
- Notas
- Agenda
- Melodías
- Otros

15. Si has cambiado de compañía en el último año, ¿por qué motivo lo hiciste?

- Por reducir costes
- Por cobertura
- Por oferta de móviles
- Otros motivos

Si deseas conocer los resultados finales de este estudio, indícanos tu **correo electrónico** para recibir sus conclusiones.

*Gracias por tu colaboración.*

## **EQUIPO DE INVESTIGACIÓN**

Este proyecto de investigación ha sido realizado por jóvenes pertenecientes a la asociación juvenil ALTERNATIVA JOVEN DE EXTREMADURA. El equipo de investigación está compuesto por las siguientes personas:

### **Investigadores principales**

- **Santiago Cambero Rivero (Sociólogo)**
- **Beatriz Blanco Otano (Matemática)**
- **Daniel Cambero Rivero (Psicopedagogo)**

### **Trabajo de campo**

- **Miguel Blanco Otano**
- **Raúl Cambero Rivero**
- **José Luís Alonso Pérez**
- **Loly Salguero Román**

# Fuentes consultadas

---

Estudio sobre el uso y consumo del teléfono móvil  
en los jóvenes extremeños

A continuación se citan las fuentes bibliográficas y documentales consultadas para el buen desarrollo de este proyecto de investigación social.

- Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2005) “Infancia y adolescencia en la sociedad de la información”. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Informe sobre la Juventud (2004). Instituto de la Juventud.
- VV.AA. (2002) “Juventud y teléfonos móviles”. Revista de Estudios de Juventud (nº 57). Instituto de la Juventud.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2002) “Jóvenes, sociedad de la información y relaciones familiares”. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- VV.AA. (1999) “Sociedad de la información y juventud”. Revista de Estudios de Juventud (nº 46). Instituto de la Juventud.
  
- Centro de Investigaciones Sociológicas. <http://www.cis.es>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <http://www.aimc.es>
- Alternativa Joven de Extremadura. <http://www.alternativajoven.org>





Consejo de la  
Juventud de  
Extremadura

[+ info]: [www.cjex.org](http://www.cjex.org)