

LA GENERACIÓN INTERACTIVA
EN ESPAÑA

En el escenario de un milenio recién estrenado, las Tecnologías de la Información y la Comunicación se convierten en actores principales de importantes cambios en ámbitos como la educación, el ocio, la comunicación o las relaciones sociales. Todas ellas destacan por su juventud y comparten este rasgo con el público que mejor adapta e incorpora a sus vidas todas sus posibilidades: ha nacido una nueva Generación Interactiva.

El presente libro define y tipifica la relación de los menores españoles con diversas pantallas como Internet, los videojuegos, el teléfono móvil o la televisión. Y lo hace desde una visión integrada de todas las pantallas y de los ámbitos más importantes que rodean a este público, como son la escuela o la familia.

Se trata del primer estudio que realiza el Foro Generaciones Interactivas en su objetivo de trasladar conocimiento útil a todos los actores sociales que ya se enfrentan al fantástico reto de conectar con la Generación Interactiva.



LA GENERACIÓN
INTERACTIVA
EN ESPAÑA
NIÑOS Y ADOLESCENTES
ANTE LAS PANTALLAS

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ESPAÑA

Niños y adolescentes ante las pantallas

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ESPAÑA

Niños y adolescentes ante las pantallas

AUTORES

Xavier Bringué Sala. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra
Charo Sádaba Chalezquer. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra

ENTIDADES COLABORADORAS

Foro Generaciones Interactivas
EducaRed
Universidad de Navarra

Ariel

COLECCIÓN
Fundación Telefónica

Esta obra ha sido editada por Ariel y Fundación Telefónica en colaboración con Editorial Planeta, que no comparten necesariamente los contenidos expresados en ella. Dichos contenidos son responsabilidad exclusiva de sus autores.

© Fundación Telefónica, 2009
Gran Vía, 28
28013 Madrid (España)

© Editorial Ariel, S.A., 2009
Avda. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona (España)

© de los textos : Fundación Telefónica

Coordinación editorial de Fundación Telefónica: José Fernández-Beaumont y Rosa M^a Sáinz Peña

Fotografías de cubierta: Shutterstock y Fotolia
Fotografías de interior: Fotolia

Primera edición: Noviembre de 2009

ISBN: 978-84-08-09111-0
Depósito legal: M. 47.393-2009

Impresión y encuadernación: Brosmac S. L.
Impreso en España-Printed in Spain

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares de *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

ÍNDICE

Prólogo	9
Presentación	11
Introducción	13
1. NIÑOS Y ADOLESCENTES ANTE LAS PANTALLAS:	
MARCO TEÓRICO Y PANORAMA DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1. Investigaciones sobre las pautas de consumo de pantallas entre los menores	17
1.2. Investigaciones sobre los riesgos y oportunidades que las TIC suponen para los menores	21
1.2.1. Investigaciones acerca de los riesgos que plantean las TIC	22
1.2.2. Investigaciones acerca de las oportunidades que plantean las TIC	24
1.3. Estudios e iniciativas sobre la protección del menor en el entorno de las TIC	27
1.3.1. Iniciativas en el ámbito de la regulación	27
1.3.2. Iniciativas en el ámbito de la mediación familiar	29
1.3.3. Iniciativas sobre <i>media literacy</i>	31
1.4. Conclusión	32
2. METODOLOGÍA	35
2.1. Universo y muestra	35
2.2. Situación familiar	38
2.3. Equipamiento de los hogares	41
3. INTERNET	45
3.1. Equipación tecnológica	45
3.2. Experiencia de uso	54
3.3. Tiempo de uso	60
3.4. Compañía en la navegación	67
3.5. Usos y contenidos	74
3.5.1. Principales actividades en Internet	74
3.5.2. Contenidos visitados	90
3.6. Creadores digitales	95
3.7. Mediación educativa	100
3.7.1. Una generación de estudiantes	100

3.7.2. El papel de los profesores	108
3.7.3. El papel de la escuela	109
3.7.4. El papel de la familia	118
3.8. Valoraciones acerca de Internet	126
3.8.1. Competencia entre pantallas	126
3.8.2. Valoraciones y actitudes	129
3.9. Resumen general del capítulo	148
3.9.1. Datos nacionales	148
3.9.2. Datos por zona	149
3.9.2.1. Zona de Canarias	149
3.9.2.2. Zona Centro	151
3.9.2.3. Zona Levante	152
3.9.2.4. Zona Noreste	154
3.9.2.5. Zona Noroeste	155
3.9.2.6. Zona Norte	157
3.9.2.7. Zona Sur	159
4. TELÉFONO MÓVIL	161
4.1. Penetración de la telefonía móvil	163
4.1.1. Acceso	163
4.1.2. Interlocutores	168
4.2. Usos del móvil	173
4.3. Momentos de uso	177
4.4. El gasto en teléfono móvil	181
4.5. Mediación familiar	187
4.6. Valoraciones	191
4.7. Resumen general del capítulo	199
4.7.1. Datos nacionales	199
4.7.2. Datos por zona	201
4.7.2.1. Zona de Canarias	201
4.7.2.2. Zona Centro	202
4.7.2.3. Zona Levante	203
4.7.2.4. Zona Noreste	204
4.7.2.5. Zona Noroeste	205
4.7.2.6. Zona Norte	206
4.7.2.7. Zona Sur	207
5. VIDEOJUEGOS	209
5.1. Uso y posesión	211
5.1.1. El perfil del videojugador	211
5.1.2. Plataformas más populares: uso	213
5.1.3. Plataformas más populares: posesión	214
5.1.4. Tipos de juego	218
5.2. Compañía frente al juego digital	220

5.3. Tiempo de juego	226
5.4. El fenómeno del «pirateo»	229
5.5. Mediación familiar	233
5.6. Valoraciones	242
5.6.1. Desplazamiento de actividades	242
5.6.2. Riesgos y oportunidades	243
5.6.3. Competencia entre pantallas: preferencias	248
5.7. Resumen general del capítulo	254
5.7.1. Datos nacionales	254
5.7.2. Datos por zona	255
5.7.2.1. Zona de Canarias	255
5.7.2.2. Zona Centro	256
5.7.2.3. Zona Levante	257
5.7.2.4. Zona Noreste	257
5.7.2.5. Zona Noroeste	258
5.7.2.6. Zona Norte	259
5.7.2.7. Zona Sur	260
6. TELEVISIÓN	263
6.1. Posesión	263
6.2. Ubicación habitual del televisor	265
6.2.1. Localización	265
6.2.2. Lugares de visionado	269
6.3. Tiempo de visionado	271
6.4. Compañía frente al televisor	276
6.5. Preferencias sobre programas	281
6.6. Multitarea frente al televisor	283
6.7. Mediación familiar	285
6.7.1. Decisiones sobre contenidos	286
6.7.2. Restricciones sobre contenidos	288
6.7.3. Discusiones familiares	292
6.8. Valoraciones	298
6.8.1. Hábitos de riesgo	299
6.8.2. Situaciones de consumo de televisión	300
6.9. Resumen general del capítulo	306
6.9.1. Datos nacionales	306
6.9.2. Datos por zona	307
6.9.2.1. Zona de Canarias	307
6.9.2.2. Zona Centro	308
6.9.2.3. Zona Levante	308
6.9.2.4. Zona Noreste	309
6.9.2.5. Zona Noroeste	310
6.9.2.6. Zona Norte	311
6.9.2.7. Zona Sur	312

7. CONCLUSIONES	315
8. ANEXOS	323
8.1. Datos de la muestra	323
8.2. Cuestionarios	327
8.3. Índice de tablas y gráficos	343
BIBLIOGRAFÍA	350

PRÓLOGO

Telefónica no es sólo uno de los principales operadores mundiales de telecomunicaciones: es una empresa que participa activamente en los debates generales que afectan a los ciudadanos, a las empresas y a las comunidades en las que participa. Nos tomamos muy en serio nuestras responsabilidades sociales y las personas que formamos la compañía nos esforzamos en hacer realidad nuestra visión de «espíritu de progreso», es decir, mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las sociedades, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

Como proveedores líderes de telecomunicaciones en el mercado, debemos dar respuesta constante a las necesidades de nuestros clientes y de las sociedades en las que operamos. No sólo queremos facilitar que todos los ciudadanos puedan acceder a las oportunidades que ofrecen las TIC, favoreciendo la inclusión digital, sino hacerlo, además, de forma responsable. Y en este sentido, la atención y el respeto por los menores son clave. Con un historial excelente en áreas como la protección a la infancia, en diciembre de 2008 Telefónica fundó el Foro Generaciones Interactivas con el afán de promover entre los niños y jóvenes un uso responsable de las TIC.

Por esta razón, es para mí motivo de satisfacción presentar este libro, *La Generación Interactiva en España*, que supone un hito clave en el desarrollo del proyecto. El libro nos sitúa ante la realidad concreta de la utilización que de estas tecnologías hacen los menores en nuestro país. Los datos del estudio están especialmente dirigidos a educadores y padres, así como a empresas, instituciones y a la sociedad en general, con el fin de velar por que las TIC sean una herramienta que favorezca el crecimiento personal de los más jóvenes.

El objetivo final del proyecto es utilizar este conocimiento para desarrollar pautas y acciones educativas en todos los ámbitos –familiar, escolar e institucional– que nos ayuden a formar jóvenes expertos de las tecnologías del presente y del futuro.

Deseo concluir estas palabras reafirmando nuestro compromiso con los menores ante la sociedad de la información, tarea que requiere de la comprensión y la participación de todos. Por supuesto, mi más sincero agradecimiento a todos los que, con su dedicación y trabajo, hacen que este proyecto sea una realidad y un reto gratificante.

César Alierta
Presidente ejecutivo, Telefónica, S.A.

PRESENTACIÓN

Telefónica siempre ha destacado por defender cuestiones de gran valor para la sociedad; basta con ver las numerosas iniciativas de responsabilidad social corporativa que impulsa, su calado y el impacto real en los colectivos a los que se dirigen. Entre todas ellas quizá destacan aquellas que tienen un objetivo especialmente valioso: proteger lo mejor que tenemos, nuestros menores.

Con este afán, el pasado mes de diciembre, nació el Foro Generaciones Interactivas, fundado por Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Interamericana de Universidades. Su misión es construir desde todos los actores implicados un marco que permita un uso correcto de las nuevas y viejas pantallas que tanto atraen a los menores. Se trata de combinar el conocimiento científico y la acción educativa, de fundamentar retos, problemas y oportunidades hasta ahora desconocidos, de trasladar de forma rápida estas conclusiones a gobiernos, instituciones y agentes sociales. La visión del Foro está basada en una mirada global e internacional; de este modo, realiza ya proyectos en países como Argentina, Chile, Ecuador, Brasil, Uruguay, Guatemala, México, Colombia, Venezuela, Perú y –por supuesto– España.

El futuro –que ya es casi presente– nos dibuja a millones de menores con una pantalla en el bolsillo que les permitirá un acceso global e interactivo a infinidad de contenidos. En este panorama se encuentra el reto más importante del Foro: generar una respuesta educativa, fundamentada en un conocimiento sólido, que implique a los propios menores, a sus padres, a sus educadores... En definitiva, se trata de educar en un uso correcto de los medios para que sirvan al mejor de los fines: la formación de una Generación Interactiva que sea dueña de las grandes oportunidades que les ofrecen las pantallas y no esclava de sus –por desgracia– rincones más oscuros.

Es evidente que el reto es tan fundamental para el futuro de nuestras sociedades como impresionante es también la tarea que tenemos por delante. Y el libro que ahora publicamos pretende ser un hito importante en nuestro objetivo: espero que, con su lectura, todos podamos conocer mejor a esta generación y esforzarnos más, si cabe, en su formación. Y como no puede ser de otra forma, en mi nombre y en el de todas las personas que trabajan ya en esta aventura, manifiesto el más profundo agradecimiento a todos aquellos que, día a día, la hacen posible.

José María Álvarez-Pallete
Presidente ejecutivo
Foro Generaciones Interactivas

INTRODUCCIÓN

La intensificación de la vida digital de las personas es un hecho evidente, basta con ver cómo el desarrollo y la generalización de las tecnologías de la información y de la comunicación en nuestra sociedad han sido notables en los últimos años. Los indicadores nos muestran que en España, a junio de 2009, ya había 25 millones de personas usando Internet mensualmente, contamos con más de 54 millones de líneas móviles –lo que supone una penetración del 119% de la población– y en 2008 se vendieron más de 19 millones de videojuegos.

Además, y al igual que en el resto de los países occidentales, hay un grado de penetración mucho más alto entre los jóvenes y va disminuyendo según se incrementa la edad de la población. En este sentido, España muestra un modelo de adopción como el de los países bastante avanzados: con altos niveles entre la población joven, siempre a la vanguardia en la adopción de cualquier novedad que surja.

Estos elevados niveles de uso y posesión de las nuevas tecnologías por parte de los menores plantean un escenario en el que confluyen luces y sombras: las compañías del sector de las telecomunicaciones no pueden dar la espalda a esta realidad. Educar a los más jóvenes en el uso responsable de estas pantallas asegurará que puedan aprovechar todas las oportunidades que les ofrecen minimizando los riesgos que plantean.

El Foro Generaciones Interactivas, fundado por Telefónica en diciembre de 2008, ha realizado esta investigación en la que han participado más de 13.000 menores de entre 6 y 18 años de toda España, procedentes de 115 centros educativos, todo ello posible gracias a la inestimable colaboración de EducaRed. Los datos fueron recogidos entre marzo y junio de 2009. La información, que constituye la parte central de este libro, *La Generación Interactiva en España*, ha sido compartida en primer lugar con las propias comunidades educativas donde el proyecto se está desplegando. El diagnóstico de la realidad tecnológica de las aulas es el primer paso en un proyecto más amplio y ambicioso que pretende acompañar y apoyar a familias y profesores en la ardua tarea de educar y formar a un público exigente, al tiempo que necesitado de soluciones educativas creativas.

Los resultados que aquí se presentan también pretenden aportar ideas al debate de estos temas en la opinión pública y sugerir líneas de acción en todos los ámbitos, empresas, instituciones, investigadores y agentes educativos, con el fin de afrontar con éxito la formación de esta Generación Interactiva.

Guillermo Ansaldo
Presidente, Telefónica España

De los autores

El trabajo que se presenta en las páginas siguientes no vería la luz sin la inestimable colaboración de un equipo de personas que ha trabajado en los últimos meses con gran ilusión y mucho esfuerzo.

El equipo de EducaRed en España, liderado por Marian Yuste, y formado por Chabela Dragoevich, Carmen Mañueco y Francisco Moro, realizó un trabajo clave para identificar a quienes podían participar en la muestra. Desde el Foro Generaciones Interactivas contamos con el ánimo incansable de su director general, Benilde Caro, de Fernando García, director de formación, y de Guillermo Moro, director de planificación, así como de Prado Cabañas, Juan Ramírez y Sandra Bosque.

El esfuerzo más continuo y laborioso ha sido el desarrollado por el equipo de la Universidad de Navarra, coordinado por Diana González sin la cual, seguro, hoy no verían la luz estas líneas; junto con ella, Jorge Tolsá, Nacho Algorta, Paula Valle, Laura Monreal, Carmen Lucena y Diego Arce han sido colaboradores necesarios para conseguir llevar a buen puerto este libro. Mención aparte merece el impulso inspirador que Manuel Echanove significa para este proyecto desde sus inicios.

A todos ellos, gracias.

1. NIÑOS Y ADOLESCENTES ANTE LAS PANTALLAS: MARCO TEÓRICO Y PANORAMA DE LA INVESTIGACIÓN¹

El estudio del público infantil y adolescente como usuario de medios de comunicación y tecnologías ha generado el interés de los investigadores desde las primeras décadas del siglo XX. Ya en la década de 1930 aparecieron en Estados Unidos los primeros estudios sobre los niños y su relación con la radio y el cine, denominados *Payne Fund Studies*. Durante la década de 1950, esta investigación se extenderá al nuevo medio predominante: la televisión. Esta pantalla, todavía considerada por muchos el medio «rey», abarca hoy día el interés de múltiples investigaciones, aunque con la proliferación durante la década de 1990 de las denominadas «tecnologías de la información y de la comunicación» (TIC) el panorama investigador actual presta atención a un número de medios y tecnologías nunca antes visto.

Desde finales del siglo pasado la oferta mediática y tecnológica de la que disponen niños y adolescentes se ha ido enriqueciendo: a los medios considerados «tradicionales», como pueden ser la televisión, la radio y las revistas, hay que añadirles nuevas tecnologías como los videojuegos, los ordenadores, Internet y los teléfonos móviles. Estas tecnologías ofrecen al usuario múltiples posibilidades y, si son empleadas adecuadamente, pueden reportar múltiples beneficios. Sin embargo, no podemos cerrar los ojos ante el hecho de que las nuevas tecnologías nos enfrentan a diversos peligros y, en ocasiones, su uso puede tener con-

secuencias negativas tanto para quienes las utilizan, como para otras personas.

Por otro lado, y debido a la novedad de estas tecnologías, son muchas las incertidumbres que interesa despejar con relación a los riesgos y las oportunidades que ofrecen al usuario: no sólo cuáles son las más frecuentes, sino también qué tipo de medidas se toman para protegerse de los peligros o para potenciar los usos beneficiosos, tanto por parte del usuario, como de otros agentes externos (desarrolladores tecnológicos, autoridades públicas, instituciones educativas, etc.).

La situación descrita anteriormente hace que el público infantil y adolescente requiera una atención especial: habitualmente nos referimos a menores de edad, personas que están bajo la tutela de sus padres, en proceso de desarrollo y que precisan de una especial protección y guía. En las vidas de estos jóvenes desempeñan un papel decisivo su entorno familiar y escolar, los dos principales ámbitos en los que se desenvuelven. Por tanto, padres y educadores son un elemento clave en múltiples facetas de la vida de niños y adolescentes, y una de estas facetas es su consumo de pantallas.

Este ámbito se torna complejo porque, en ocasiones, puede haber diferencias notables entre los jóvenes y sus padres o educadores, en cuanto a su uso y dominio de las TIC. Para ilustrar la situación pueden ser útiles los términos empleados por

¹ Capítulo elaborado por Jorge Tolsá Caballero. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

Prensky (2001), quien se refiere a los «nativos» y los «inmigrantes» digitales. El «nativo digital» es aquella persona que ha nacido rodeada de las nuevas tecnologías y que, desde los primeros años de su vida, está habituado a utilizarlas. Por el contrario, el «inmigrante digital» es una persona que no ha crecido con el uso de estas tecnologías y que, por diversas razones, ha tenido que aprender a utilizarlas. En definitiva, para el «nativo digital» estas tecnologías son una cosa natural, algo así como su «lengua materna», mientras que para el «inmigrante digital» es una «lengua extranjera», lo que hace que, en ocasiones, no las dominen del todo y muestren cierto «acento» (Prensky, 2001: 2).

Si las nuevas tecnologías plantean múltiples incertidumbres respecto a los riesgos y las oportunidades que ofrecen al usuario, la situación se agrava en el caso de los niños y los adolescentes: en primer lugar, porque requieren de la mediación y protección de diversos agentes (padres, educadores, instituciones públicas, etc.), y en segundo lugar porque, a menudo, estos agentes no disponen de los conocimientos o herramientas suficientes para ejercer dicho papel.

Como consecuencia del panorama descrito, parece lógico que la investigación sobre niños y adolescentes como consumidores de medios de comunicación y tecnologías haya venido impulsada tradicionalmente con un ánimo protector y educador. Así lo explica Livingstone cuando asegura: «siempre ha sido característico de la investigación sobre niños y nuevos medios que la agenda política -al menos en los primeros años- guíe la agenda académica» (Livingstone, 2003: 150). Esta afirmación conduce a la siguiente consideración: algunos de los estudios más relevantes en la materia están impulsados por instituciones públicas, como puede ser el caso de la Comisión Europea. Sin embargo, también destacan los estudios promovidos por otro tipo de instituciones, como los organismos sin ánimo de lucro (por ejemplo, Pew Internet & American Life Project en Estados Unidos) o aquellos que nacen de los sectores empresariales directamente implicados (sirva de ejemplo la presente

investigación, impulsada por el Foro Generaciones Interactivas, promovido por Telefónica).

En este capítulo explicaremos el marco general en el que se sitúa el consumo de pantallas por parte del público infantil y adolescente. Para ello, nos detendremos en las principales cuestiones que han centrado y siguen centrando el interés de la investigación en este ámbito. Asimismo, haremos referencia a algunas de las iniciativas más relevantes que se han llevado a cabo recientemente, tanto nacional como internacionalmente, de distinta naturaleza: académica, legislativa, comercial, etcétera.

Aunque la televisión sigue siendo una pantalla muy relevante y ampliamente estudiada, prestaremos atención de un modo especial a las «nuevas pantallas», concretamente a los ordenadores e Internet, y, en menor medida, a los videojuegos y el teléfono móvil. Respecto al ámbito geográfico, ha de tenerse en cuenta que nos estamos refiriendo al panorama de la investigación en este campo desde una perspectiva global. Se hará alusión a diversas investigaciones del ámbito norteamericano y de la Unión Europea, debido a su papel destacado respecto a las demás. También se intentará, en la medida de lo posible, hacer referencia a investigaciones llevadas a cabo en España, puesto que es éste el país en el que se centra el presente trabajo.

Como ya apuntábamos anteriormente, son múltiples los estudios existentes en este campo. Dichas investigaciones están abordadas desde distintos enfoques y se centran en diversas categorías de medios y tecnologías. En consecuencia, parece que lo más lógico para abordar el estado de la investigación en este campo sea atenerse a una clasificación temática. Podrían establecerse múltiples clasificaciones, aunque en este caso seguiremos un esquema parecido al que fue utilizado en el estudio de 2008, *La Generación Interactiva en Iberoamérica*:

1. Pautas de consumo: abarca cuestiones relacionadas con el equipamiento tecnológico de los hogares

res donde viven los jóvenes, el lugar de uso, el momento y la duración, la compañía, etcétera. Se trata de información básica, punto de partida en este campo de investigación.

2. Riesgos y oportunidades: se trata de dos cuestiones estrechamente relacionadas puesto que, en función del uso que se haga de una determinada tecnología, la oportunidad puede tornarse en riesgo, y viceversa. El trabajo más extenso en este ámbito, debido a la antigüedad del medio, se refiere a la televisión. Sin embargo, en los últimos años proliferan los estudios centrados en nuevas tecnologías, como los videojuegos, el teléfono móvil y, de un modo especial, Internet. Como veremos, riesgos y oportunidades pueden tener un origen diverso, aunque pueden resumirse en tres tipologías: de contenido, de contacto y de conducta (Livingstone & Haddon, 2009: 10).
3. Protección: comprende el estudio de las medidas que se adoptan desde distintos ámbitos (gubernamental, familiar, escolar, etcétera) para salvaguardar la integridad física y psicológica del menor, que puede verse vulnerada por el uso de diversas tecnologías. Como se verá, las tres más importantes son la regulación, la mediación familiar y la educación en el uso de los medios y las tecnologías, en el ámbito anglosajón denominado *media literacy*.

1.1. Investigaciones sobre las pautas de consumo de pantallas entre los menores

Cuando utilizamos el término «consumo» al hablar de pantallas, nos estamos refiriendo a temas relacionados con el acceso y el uso. Por tanto, se han de incluir en este apartado cuestiones como el equipamiento tecnológico de los hogares en los que viven niños y adolescentes, el lugar en el que utilizan estas tecnologías, el momento concreto, la cantidad de tiempo y las personas que les acompañan a la hora de hacerlo, entre otros aspectos. Estos asuntos son, lógicamente, el punto

de partida de la investigación en este ámbito en cada país: si se quiere hacer un análisis cualitativo y con profundidad en torno al consumo de tecnologías por parte de los jóvenes, primero será necesario disponer de información cuantitativa sobre la que apoyarse.

Los estudios disponibles se enmarcan en un ámbito geográfico, temporal y sociodemográfico distinto, además de incluir distintas gamas de medios y tecnologías. En consecuencia, resulta complicado hablar de unas cifras de consumo generales y lo más lógico será acudir a los estudios desarrollados en la zona geográfica de interés. Aun así, merece la pena mencionar una serie de estudios especialmente relevantes dada su envergadura.

En Estados Unidos hay múltiples instituciones que realizan investigación en el ámbito de los niños y adolescentes como consumidores de tecnologías y medios de comunicación. Algunos de los estudios más destacables realizados recientemente son los de The Kaiser Family Foundation: se trata de una institución que trabaja en el ámbito de la salud global, incluyendo el área de jóvenes y medios de comunicación. Algunas de sus investigaciones resultan de interés, como la que presentaron en 2005 (Rideout *et al*) basada en una encuesta a jóvenes de entre 8 y 18 años, para conocer todo lo relacionado con su consumo de diversos medios y tecnologías: desde los más tradicionales, como la televisión, revistas, cine y música, hasta otros más recientes, como videojuegos, ordenadores e Internet. El móvil, sin embargo, quedó excluido del estudio.

Además de esta institución, otro organismo especialmente relevante en el ámbito norteamericano es Pew Internet & American Life Project: su investigación, que se refiere a la población general, se centra de un modo especial en Internet, aunque también abarca los videojuegos y la telefonía móvil. De especial interés son algunas de sus investigaciones enfocadas concretamente en los adolescentes (p. ej., Jones & Fox, 2009; Lenhart *et al*, 2008; Macgill, 2007, y Lenhart *et al*, 2005).

En el ámbito europeo existen numerosas investigaciones de ámbito nacional o centradas en pequeños grupos de países. Debido a la imposibilidad de referirnos a todas ellas de manera individual, haremos mención a una, especialmente relevante, y con vocación de recoger todas las demás: el proyecto EU Kids Online, al amparo del Safer Internet Programme, que está financiado por la Comisión Europea y cuyo objetivo fundamental es desarrollar políticas de protección de los menores ante los peligros que les pueden brindar las TIC. Se podría añadir también la contribución que a este tipo de investigaciones ha hecho el Eurobarómetro, encargado de realizar encuestas sobre numerosos temas en toda Europa.

El proyecto EU Kids Online resulta de gran interés, tanto por el trabajo que ha realizado hasta la fecha, como por el que se plantea para los próximos años. Coordinado por Sonia Livingstone desde la London School of Economics, su investigación se centra en el uso que los jóvenes de 21 Estados miembros hacen de Internet y las nuevas tecnologías. Entre 2006 y 2009 el trabajo realizado ha consistido fundamentalmente en una revisión de las investigaciones existentes en este campo a lo largo de Europa. Como resultado final, se ha llegado a un análisis de la situación y se ha identificado el estado de la investigación de cada país, los principales rasgos del consumo de nuevas tecnologías por parte de niños y adolescentes, los riesgos y oportunidades que se están dando en la actualidad y las estrategias de mediación que llevan a cabo los padres. También se ofrece información comparativa entre países con relación a estos y otros aspectos. En definitiva, se trata de una investigación valiosa por ofrecer una panorámica general de la situación europea en la materia que nos ocupa. Una vez concluida la primera fase del proyecto, cuyos resultados fueron presentados públicamente en junio de 2009 (Livingstone & Haddon, 2009), se inicia la segunda fase. Esta nueva etapa resulta de especial interés porque, mediante la distribución de un cuestionario *ad hoc*, se pretende recabar información

representativa sobre el uso de Internet y las nuevas tecnologías por parte de los jóvenes. El proyecto se plantea entrevistar tanto a los niños y adolescentes como a sus padres, resolviéndose así la carencia de otros estudios similares que sólo incluyen información obtenida de los padres, como es el caso del Eurobarómetro.

El Eurobarómetro viene haciendo investigación de carácter cuantitativo en todos los países miembros de la Unión Europea desde el año 2003, aunque de forma interrumpida. Su estudio más reciente en este ámbito es el relativo a 2008: es también el más completo de todos, ya que incluye información representativa relativa a los 27 Estados miembros actuales y, por primera vez, incluye el teléfono móvil además de Internet. Aunque el público estudiado son los jóvenes con edades comprendidas entre los 6 y los 17 años, es importante destacar que los datos son obtenidos única y exclusivamente a partir de las respuestas de sus progenitores, tal como hemos apuntado. En consecuencia, habrá que considerar este factor a la hora de interpretar los datos y, sobre todo, si se quieren contrastar con los relativos a otros estudios en los que se haya encuestado directamente a los jóvenes.

Además de los estudios cuantitativos, el Eurobarómetro realizó en 2007 un estudio de carácter cualitativo, con jóvenes de edades comprendidas entre los 9 y los 14 años, en los 27 Estados miembros de la Unión Europea, más Finlandia y Noruega. Mediante dinámicas de grupo, el estudio ofrece información valiosa en torno a las actitudes, percepciones y motivaciones de los jóvenes internautas.

Además de estas dos iniciativas, que aquí hemos introducido por parecernos especialmente interesantes, el programa Safer Internet Plus de la Comisión Europea ha financiado y financia múltiples proyectos de investigación en el campo de la infancia y las nuevas tecnologías, que pueden consultarse en su sitio web.

En España, el panorama de la investigación en el campo de la infancia y adolescencia y su relación con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías presenta ciertas carencias. Buena

parte de los estudios que ofrecen información sobre el acceso y uso de estas tecnologías están impulsados por instituciones públicas. Sin embargo, a menudo, tienen la misma laguna: incluyen en su campo de estudio a la población adulta y también a la adolescente, pero raramente se incluye a los grupos de menor edad, y mucho menos común es centrarse en ellos de forma exclusiva. A continuación, mencionaremos solamente algunas de estas investigaciones que, sin embargo, pueden servir como referencia del trabajo que se ha venido realizando hasta ahora en nuestro país.

El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) de Red.es viene realizando estudios de ámbito general en el campo de las TIC, aunque podemos encontrar algunas investigaciones especialmente referidas al público infantil y adolescente. El informe de 2005 *Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información* es tal vez uno de los más relevantes realizados hasta el momento: analiza el equipamiento tecnológico de los hogares españoles en función de la presencia o no de niños en los mismos. También presenta información sobre los hábitos de consumo de diversas pantallas (televisión, telefonía móvil, Internet, etcétera) tanto por parte de los niños (a partir de los 10 años) como de sus progenitores. La conclusión fundamental que presenta el informe es la correlación positiva entre la presencia de niños en los hogares españoles y el mejor equipamiento tecnológico de los mismos.

El Instituto Nacional de la Juventud (Injuve) también incluye, dentro de sus múltiples áreas de interés, investigaciones en torno a los jóvenes y su relación con los medios y las tecnologías. Conviene subrayar que la mayoría de estos estudios están centrados en el grupo de jóvenes de mayor edad: habitualmente, desde los 15 hasta los 29 años, como es el caso de uno de sus sondeos más recientes, *Uso de TIC, ocio y tiempo libre*, presentado en 2007. Estamos hablando, por tanto, de informes que dejan fuera de su campo de estudio a la infancia y los adolescentes más jóvenes. A pesar de esta carencia, también podemos encontrar

trabajos impulsados por el Injuve que se refieren a un concepto de juventud más amplio, y que incluyen a los niños y los preadolescentes.

Cabe destacar de entre ellos, por su carácter reciente y pionero, la base de datos y repertorio bibliográficos acerca de los jóvenes y los medios de comunicación en España (Cadilla & Alcoceba, 2007). Este trabajo resulta de especial interés por diversos motivos. En primer lugar, porque se trata de una herramienta muy útil para investigadores y otras personas o instituciones interesadas en la materia, y que no estaba disponible antes de 2007. En segundo lugar, por la amplitud con que los autores de dicho repertorio entienden los conceptos «juventud» y «medios de comunicación»: por una parte, incluyen en su revisión la bibliografía referente a la «infancia» debido a su relevancia, y no sólo se refieren a la delimitación establecida por los organismos públicos (de los 15 a los 35 años, ambos inclusive); por otro lado, su noción de «medios de comunicación» incluye los más tradicionales (prensa, radio y televisión), pero también las nuevas tecnologías (Internet, videojuegos y telefonía móvil). Uno de los aspectos que destacan los autores es la novedad de este campo de investigación: si bien las referencias más antiguas se remontan a la década de 1980, es en los últimos años cuando se están dando unos mayores índices de productividad (Cadilla & Alcoceba, 2007: 3).

Por último, el citado proyecto EU Kids Online ha respaldado diversas investigaciones de carácter nacional en distintos países de la Unión Europea, entre ellos España. El rasgo más destacado de la investigación española (Garitaonandia & Garmendia, 2007) es que es de carácter cualitativo: mediante dinámicas de grupo con jóvenes de entre 12 y 17 años, y especialmente centrados en Internet, se recabó información acerca de sus actitudes, hábitos, competencias y comportamientos respecto a esta herramienta, así como acerca de los principales riesgos a los que se ven enfrentados cuando navegan. Además, el estudio hace hincapié en el papel mediador de los padres, una

cuestión que abarca el interés de múltiples investigadores, tal como veremos más adelante.

Aparte de las investigaciones impulsadas por organismos públicos, en España también podemos encontrar iniciativas de otro tipo de instituciones. La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) ofrece, a través de su Estudio General de Medios (EGM), estadísticas sobre la audiencia de diversos medios de comunicación nacionales. Cabe destacar que, desde hace unos años, esta institución viene realizando estudios centrados exclusivamente en la población infantil y adolescente. El último de ellos, que data de 2008, es el *4º Estudio de audiencia infantil/juvenil de medios en España*: ofrece información representativa sobre la población de entre 8 y 13 años, aunque dichas estadísticas son de acceso restringido.

Desde un ámbito académico-empresarial cabe mencionar el trabajo llevado a cabo por e-Business Center (organismo creado conjuntamente por PricewaterhouseCoopers y el IESE) en 2004: se trata de una investigación empírica enfocada en el uso y la actitud hacia Internet y el teléfono móvil por parte de los jóvenes de entre 14 y 22 años en España (Valor & Sieber, 2004).

Así, queda demostrado que existen en nuestro país distintas investigaciones centradas especialmente en las pautas de consumo de medios y tecnologías por parte de los jóvenes. Buena parte de ellas vienen impulsadas por organismos públicos, aunque también en ocasiones parten de instituciones privadas de diversa índole. Lo expuesto anteriormente nos lleva a hacer la siguiente consideración: el presente estudio, presentado en la colección de la Fundación Telefónica e impulsado por el Foro Generaciones Interactivas, es inédito en España por diversos motivos. En primer lugar, por centrarse en todo el conjunto de la población escolar (de los 6 a los 18 años), lo que implica que se tiene en cuenta a los grupos de edad más pequeños, a menudo ignorados en las demás investigaciones. En segundo lugar, se centra en un amplio abanico de medios y

tecnologías: televisión, ordenadores e Internet, videojuegos y telefonía móvil. Y, por último, no se limita a ofrecer información respecto al equipamiento tecnológico o el acceso, sino que en buena medida se ofrecen datos relativos a las actitudes y preferencias de niños y adolescentes, así como al papel que ejercen dos agentes clave en sus vidas: la familia y la escuela.

Recapitulando, queda claro que existe un número notable de investigaciones enfocadas en las pautas de consumo de medios, tanto nacionales como internacionales. Dichas investigaciones, sin embargo, abarcan distintos grupos de la población infantil y juvenil, así como un diferente abanico de tecnologías, lo que hace que en ocasiones haya una falta de evidencia si se quiere hacer un análisis comparativo geográfico respecto a determinados aspectos de dicho consumo. No obstante, es posible identificar cierto interés común por una serie de variables, que, a menudo, son consideradas en estas investigaciones, y que trataremos de explicar a continuación.

En primer lugar, la cuestión del género es un elemento omnipresente en la investigación. Las diferencias entre chicos y chicas a la hora de consumir medios y tecnologías quedan demostradas: no sólo se extienden al mero acceso y uso (tecnologías preferidas, tiempo de uso, etcétera), sino también a sus habilidades, sus percepciones y sus actitudes. En consecuencia, también parece haber diferencias significativas en cuanto a su exposición a diversos riesgos o a su aprovechamiento de las distintas oportunidades que las tecnologías les ofrecen. Dichas diferencias quedan reflejadas en la investigación llevada a cabo en Estados Unidos y Europa, y también fueron señaladas en el estudio elaborado en Iberoamérica y publicado en la *Colección Fundación Telefónica* en 2008.

En segundo lugar, las diferencias atendiendo a la edad de los jóvenes consumidores de tecnología también parecen ser notables. Las más significativas hacen referencia a la intensidad de uso de las tecnologías, a las habilidades y destrezas a la hora de manejarlas, así como al grado de exposi-

ción a los diversos riesgos que pueden conllevar. Se trata de una cuestión también muy estudiada internacionalmente y cuya importancia reconocen los estudios más relevantes en la materia.

Por último, se aprecia también un notable interés por buscar la conexión entre el estatus socioeconómico de niños y adolescentes y su relación con medios y tecnologías. Dicha relación parece evidente respecto a asuntos como el equipamiento tecnológico de los hogares, y son los jóvenes de clases más altas los que disponen de un mayor número de tecnologías. Sin embargo, también interesa la correlación con otro tipo de cuestiones: sus destrezas a la hora de utilizar la tecnología, así como el grado de exposición a riesgos o el aprovechamiento de las oportunidades que estas herramientas ofrecen. En este sentido, parece haber una mayor falta de evidencia y se necesita una investigación más profunda para hablar de resultados conclusivos.

En resumen, como se ha explicado a lo largo de esta sección, la investigación en torno a las pautas de consumo de medios por parte de los jóvenes está bastante extendida y es, sin duda alguna, una de las primeras cuestiones en estudiarse. Sin embargo, se aprecian también ciertas carencias y, en ocasiones, la información relativa a este campo es un tanto heterogénea: considera distintos grupos de edad, diversas gamas de medios y tecnologías, y también son diferentes las metodologías empleadas. En consecuencia, resulta complicado hablar de cifras generales y será necesario acudir a los estudios correspondientes a la hora de analizar cada caso concreto. También habrá que ser cautos a la hora de comparar los resultados de dichas investigaciones, puesto que, como ya hemos explicado, tienen en cuenta parámetros distintos (p. ej., respuestas de los padres en contraposición a las de los propios menores).

En cualquier caso, la información en torno a las pautas de consumo será el punto de partida a la hora de hacer investigación en el campo de los jóvenes y las pantallas. Una vez que dispongamos de esta información tendrá un mayor fundamen-

to y sentido la investigación relativa a otras cuestiones como las que veremos a continuación.

1.2. Investigaciones sobre los riesgos y oportunidades que las TIC suponen para los menores

Como apuntábamos en la introducción de este capítulo, en la investigación sobre jóvenes y medios de comunicación destaca un notable interés en torno a los efectos, tanto negativos como positivos, que se pueden derivar de su uso. Si nos remontamos a la década de 1930 es posible apreciar ya esta preocupación: una asociación de padres de la ciudad de Nueva York acusó a un programa de radio, *Ether Bogeyman*, de provocar pesadillas a sus hijos (Kundanis, 2003: 67-72). Desde entonces, el interés en torno a los riesgos que presentan los medios y las tecnologías ha sido una constante. La aparición de la televisión en la década de 1950 centrará el debate de modo especial en torno a dos cuestiones: la violencia y el sexo. En la actualidad, estos dos asuntos siguen siendo muy relevantes, aunque como veremos, la proliferación de las nuevas tecnologías ha ampliado el número de peligros (y también de oportunidades) a los que se pueden ver enfrentados niños y adolescentes.

Existen múltiples clasificaciones de los riesgos y oportunidades que se derivan del uso de medios y tecnologías. Sin embargo, la tipología empleada en el proyecto EU Kids Online es clarificadora y completa: los autores se refieren al contenido, al contacto y a la conducta como las tres posibles causas (Livingstone & Haddon, 2009: 10).

En el caso del contenido, el menor ejerce un papel pasivo, como receptor. Su exposición y acceso a diferentes fuentes de información puede tener, entre otros, efectos positivos en su desarrollo cognitivo y educativo. Sin embargo, la presencia de contenidos nocivos o engañosos puede influirle negativamente, llevándole a situaciones como la desinformación o el fomento de valores erróneos.

El caso del contacto implica un papel del menor como participante. Se trata, por tanto, de riesgos

y oportunidades propiciadas por tecnologías que permiten la comunicación con otros: Internet, teléfonos móviles, determinadas consolas de videojuegos, etcétera. Los beneficios que puede reportar el contacto con otros van desde el intercambio de información valiosa, hasta el trabajo en red, pasando por las relaciones sociales o experiencias compartidas. El lado negativo se traduce en la posibilidad de contactar con extraños, de recibir información no deseada de distinta naturaleza (comercial, sexual, violenta) o de ser acosado, bien por gente conocida (como pueden ser compañeros de clase) como por gente desconocida.

Por último, los riesgos y oportunidades de conducta se derivan del papel activo que ejercen niños y adolescentes al utilizar las tecnologías. Los beneficios de este rol como actor incluyen, entre otros, la posibilidad de expresión personal o de crear contenidos. Sin embargo, también pueden suponer el acoso a otras personas, las descargas o *subidas* de material ilegal, la publicación de contenidos pornográficos o violentos, etcétera.

Aunque la clasificación de EU Kids Online se refiere de forma concreta a Internet, puede extenderse, conservando su sentido, a los medios de comunicación y las tecnologías en general: televisión, radio, videojuegos, telefonía móvil y demás. Algunas de estas tecnologías sólo aceptarán, debido a su naturaleza, riesgos (u oportunidades) de un determinado tipo. Por poner un ejemplo, en el caso de la televisión convencional, el usuario tiene una actitud pasiva y por tanto, el contenido será la principal fuente de riesgos y oportunidades.

Como señalamos en la introducción de este capítulo, la investigación en torno a los jóvenes y los medios de comunicación ha venido habitualmente marcada por el afán de proteger al menor. Por eso, los riesgos y oportunidades de medios y tecnologías son comúnmente abordados en los estudios. A lo largo de estas páginas nos referiremos a algunos de los que son más frecuentes y que consideramos necesario destacar.

1.2.1. Investigaciones acerca de los riesgos que plantean las TIC

A la hora de analizar los riesgos, los contenidos son el foco de interés para diversas investigaciones. Algunas están centradas en analizar el contenido de un determinado medio, como puede ser la programación televisiva (incluyendo la publicidad) dirigida al público infantil en España y su conveniencia (García *et al*, 2004). Otros están más enfocados en la imagen que se transmite en los medios acerca de los jóvenes (Von Felitzen & Carlson, 1999) o en los valores que transmite la publicidad dirigida a este público (Sánchez, 2004). Sin embargo, cabe destacar por encima de otras cuestiones dos tipos de contenido que aparecen con frecuencia en la investigación: la violencia y el sexo.

En cuanto a la violencia, numerosos estudios analizan su presencia en diversas pantallas. Preocupa de modo especial el efecto que la representación de la violencia puede tener sobre los jóvenes espectadores o usuarios. No obstante, a la hora de medir dicho efecto, será necesario tener en consideración una serie de factores. En primer lugar, la naturaleza del medio del que hablemos: por ejemplo, en el caso de la televisión se dará una mera exposición ante contenidos violentos, mientras que en el caso del videojuego, estamos hablando de una «interacción» con dicha violencia. En segundo lugar, habrá que tener en cuenta los contextos en los que se dé dicha violencia: no es lo mismo la violencia gratuita que aquella que viene, en cierto sentido, justificada por una determinada situación.

Así, encontramos trabajos centrados en la violencia en televisión (Wartella, 1996) o en los videojuegos, como los de Von Felitzen & Carlsson (2000) y Wartella *et al* (2000). De especial interés es la última obra citada: se trata de una revisión bibliográfica en torno a los niños y las nuevas tecnologías, enfocada en la última década del siglo XX. Este trabajo repasa diversos asuntos relacionados con los jóvenes y los medios (pautas de consumo, desarrollo social, aprendizaje, etcétera),

aunque los contenidos violentos y agresivos ocupan un lugar destacado. En este sentido, los autores consideran el videojuego uno de los medios más potentes, aunque incluyan otros como la televisión.

Respecto a la influencia de los contenidos violentos en la conducta humana, a pesar de que encontramos posturas enfrentadas entre diversos estudios (p. ej., Strasburger *et al* [2002] subrayan dicha falta de acuerdo), sí que parece haber indicios de una correlación positiva. Según Valkenburg (2004: 56-57) casi todos los análisis realizados hasta el momento demostraban que la violencia en los medios influía negativamente en el sujeto y desembocaba en conductas agresivas, aunque dicha agresividad también viene causada por otros factores. La clasificación de efectos de la violencia en los medios acuñada por Donnerstein *et al* en 1994 sigue hoy vigente: el efecto agresor, el efecto víctima, el efecto testigo/espectador y el efecto apetito.

El efecto agresor implica que la exposición a la violencia nos hace tener conductas más agresivas. El efecto víctima conduce a que, ante tal exposición a violencia en los medios, se agudice nuestra sensación de vulnerabilidad e indefensión. El efecto testigo produce cierto acostumbamiento o insensibilización ante la violencia, debido a una abundante exposición a ella. Por último, el efecto apetito desemboca en ansias de más violencia (Gentile & Anderson, 2003).

El segundo tipo de contenido que ha centrado la atención de múltiples investigaciones es todo lo que atañe a la sexualidad. El sexo ha estado presente de forma predominante en el cine y la televisión, aunque en la actualidad lo encontramos en videojuegos, teléfonos móviles e Internet. Esta última tecnología es, de modo especial, ventana a un sinfín de contenidos de este tipo (pornografía, información sexual, etcétera). Como consecuencia de esta situación, es natural el interés que suscita entre las investigaciones, muy especialmente entre aquellas que son llevadas a cabo con un ánimo protector.

A pesar de que algunos autores han subrayado la necesidad de una mayor investigación para probar los efectos de los contenidos sexuales sobre los jóvenes consumidores de medios (Von Feilitzen & Carlsson, 2000; Malamuth & Impett, 2001; Strasburger & Wilson, 2002), algunas consecuencias sí que parecen evidentes. La presentación común de relaciones sexuales de todo tipo descontextualizadas puede desembocar en una mayor permisividad sexual, lo que, a su vez, puede traducirse en enfermedades de transmisión sexual o embarazos no deseados. Tal como explican Strasburger & Wilson (2002) en referencia concreta a la televisión, el combate de estos problemas implica en buena medida a programadores y anunciantes, que deben ejercer una mayor responsabilidad a la hora de utilizar el sexo, procurando transmitir mensajes más precisos y saludables y colaborando en la materia. Dicha responsabilidad debe extenderse al resto de tecnologías, como los videojuegos (p. ej., mediante la clasificación de contenidos) o Internet, aunque en el caso de la Red los límites quedan más difusos y, a menudo, es complicado delimitar responsabilidades.

En suma, los contenidos sexuales y violentos son algunos de los que suscitan una mayor preocupación por las consecuencias que pueden tener en los niños y adolescentes consumidores de pantallas. No obstante, conviene recordar que los contenidos nocivos no terminan aquí: drogas, tabaco o alcohol, o asuntos relacionados con la alimentación y sus posibles trastornos (anorexia, bulimia, etc.) son otras cuestiones con presencia mediática, más habituales en la publicidad o en medios menos controlables como Internet, y que también acaparan el interés de los diversos agentes implicados en la protección del menor.

Además de los riesgos derivados del contenido, también son frecuentes los de contacto y conducta, tal como se ha expuesto anteriormente al presentar la tipología propuesta por el proyecto EU Kids Online. Estos dos últimos tipos de riesgos, como explicamos, se derivan de un papel activo y participativo del menor y, por tanto, se dan habi-

tualmente en el caso de tecnologías que permiten dicha participación y bidireccionalidad: fundamentalmente Internet, aunque, en menor medida, también el teléfono móvil y los videojuegos. Tal vez el mayor exponente de investigación en este sentido sean los estudios elaborados por el citado grupo EU Kids Online (en el contexto europeo) y Pew Internet & American Life Project (en el ámbito norteamericano).

Por último, para terminar el apartado dedicado a los riesgos, conviene hacer alusión de forma particular a aquellos que atañen al ámbito de la salud. Nos referimos a este género de riesgos de forma concreta porque no están incluidos de manera clara en la tipología presentada por EU Kids Online. Para ilustrar la situación, pondremos el ejemplo de los trastornos alimenticios e Internet: una adolescente puede encontrarse con ciertas páginas web que ofrezcan información errónea acerca de cómo adelgazar (contenido); sin embargo, también puede intercambiar información equivocada de este tipo en un foro (contacto) o incluso llegar a publicar ella misma este tipo de información (conducta). Vemos, por tanto, que en este caso el riesgo para la salud se puede derivar de la triple tipología anteriormente mencionada. Sin embargo, hay otras situaciones en las que el origen de posibles efectos negativos para la salud se escapa de esta triple clasificación y está en la tecnología en sí: tal es el caso, por ejemplo, de la adicción.

En este sentido, diversas investigaciones asocian ciertos riesgos para la salud con alguna tecnología concreta, frecuentemente los videojuegos. Valkenburg (2004) menciona la «nintendonitis» (dolores constantes en algunas zonas del cuerpo como la muñeca o el codo, debido al uso excesivo de la consola o el ordenador); también hace alusión a los ataques epilépticos. Wartella *et al* (2000) explican los principales riesgos para la salud asociados al videojuego y recogidos en la investigación: ataques epilépticos, sedentarismo y la adicción (con las consecuencias que la rodean: cambios de humor, recaídas, abandono, etcétera).

En la misma línea va lo expuesto por Strasburger & Wilson (2002), quienes, además, ven la necesidad de distinguir al «jugador de alto riesgo», que tiene gran parte de responsabilidad en cuanto a los posibles riesgos que corre su salud, pues a veces la única responsable no es la tecnología en sí misma. Se trata de una realidad poliédrica, ya que el nivel de riesgo vendrá determinado por distintos factores, como pueden ser las características personales del jugador, la cantidad de tiempo que emplea una tecnología y la mediación que ejercen sus padres, entre otras cuestiones.

En suma, resulta evidente el interés por estudiar los riesgos a los que se pueden ver enfrentados niños y adolescentes a la hora de utilizar las pantallas. Este interés sobresale en la investigación puesto que, como ya apuntábamos con anterioridad, tradicionalmente viene impulsada de manera predominante con un ánimo protector. No obstante, y como consecuencia de lo expuesto, también es notable el interés por estudiar el potencial positivo que los medios y las tecnologías tienen para diversos campos, como la educación, la socialización y la participación ciudadana.

1.2.2. Investigaciones acerca de las oportunidades que plantean las TIC

El potencial educativo de los medios y las tecnologías es, tal vez, una de las oportunidades que suscita un mayor interés. Buena prueba de ello son los múltiples grupos investigadores, internacionales y nacionales, que desarrollan su labor en este campo concreto.

En España encontramos diversos casos. Por ejemplo, el Grupo Comunicar, con origen en Andalucía, está enfocado en el uso de los medios y las tecnologías como herramienta en el aula y, por otro lado, pone un énfasis especial en la educación en el uso apropiado de los medios, cuestión que trataremos más adelante. Cabe destacar la revista *Comunicar*, de ámbito internacional, que cuenta con la colaboración de especialistas en la materia.

Otra iniciativa similar la encontramos en el caso del grupo EDUTEC, cuyo ámbito de actuación abarca España e Iberoamérica. De entre sus publicaciones, también cabe destacar la *Revista electrónica de tecnología educativa*.

El listado se complementa con otras iniciativas de investigación, como el Grupo Fg (especialmente enfocado en el uso didáctico del videojuego), el Grupo Spectus y el Grupo Embolic, entre otros.

A escala internacional, caben destacar iniciativas como EducaRed, promovida por Fundación Telefónica, el Center for the Study of Children, Youth and Media (CSCYM), que ha desarrollado múltiples investigaciones centradas en distintas tecnologías y su aplicación en el ámbito educativo, y Digital Youth Research Project. Este último grupo subraya en una de sus investigaciones más recientes que las tecnologías están generando nuevas formas de aprendizaje, originadas en la relación que niños y adolescentes establecen con sus amigos y compañeros a través de ellas. Concretamente, distinguen dos formas de aprendizaje junto a los compañeros: la primera, cuyo eje es la amistad, lleva a desarrollar normas compartidas a la hora de publicar información (p. ej., en las redes sociales) y a desarrollar nuevos géneros de comunicación escrita. La segunda, cuyo eje es el interés común por una determinada cuestión, lleva a nuevas formas de comunicación más especializadas (Ito *et al*, 2008: 38).

Aunque el aprendizaje a través de los medios puede entenderse de forma más clara en el caso de Internet, los videojuegos y la televisión, también encontramos visiones más novedosas. En palabras de Katz (2006: 90-91) el impacto social del teléfono móvil se ha producido en múltiples ámbitos, y el educativo es uno de ellos: puede servir para mantener el contacto entre alumnos y profesores, como herramienta organizativa (horarios, reuniones, grupos de trabajo, etcétera) o como vía de contacto profesores-padres de alumnos con relación a diversos temas (calificaciones, asistencia, tareas, etcétera).

Además del potencial educativo de las tecnologías en el aula, algunas investigaciones también

destacan las posibilidades que tienen para el desarrollo cognitivo del niño. Valkenburg (2004) asegura, por ejemplo, que el videojuego ayuda a desarrollar la inteligencia espacial, la coordinación ojo-mano, la capacidad de atención visual y la creatividad, aunque, como explica, no se puede hablar de resultados concluyentes por el momento.

A pesar de esta corriente favorable al uso de las tecnologías como material educativo, existen también visiones menos favorables que, cuando menos, han de llevarnos a ser cautos a la hora de hacer afirmaciones en este sentido, especialmente con relación a determinadas pantallas. En el caso concreto de Internet, por poner un ejemplo, Livingstone afirma: «está lejos de quedar demostrado que Internet traiga grandes beneficios pedagógicos que ellos (niños y adolescentes) no podrían obtener sin él». Una de las razones de ello es una «fundamental falta de claridad en torno a los fines, que mina las muchas y bienintencionadas iniciativas» existentes en este campo (Livingstone, 2009: 89).

Además del potencial educativo, la investigación también presta especial atención al posible efecto socializador de las tecnologías. Para los detractores, los videojuegos, la televisión y los ordenadores pueden conducir al aislamiento del niño: a que pase horas encerrado en su habitación, frente a las pantallas, alejado de su entorno social, especialmente de su familia y amigos. Sin embargo, hay también quienes aseguran que las nuevas tecnologías, si se emplean adecuadamente, pueden reportar beneficios para las relaciones sociales de niños y adolescentes. Pensemos, por ejemplo, que pantallas como la televisión y el videojuego permiten un uso comunitario (con la familia, con amigos, etcétera), que incluso pueden hacer más divertido para el niño utilizarlas. Además, la investigación en Europa, Estados Unidos e Iberoamérica (Jones & Fox, 2009; Hasebrink *et al* 2008; Bringué & Sádaba, 2008, respectivamente) demuestra claramente el carácter social de los jóvenes a la hora de utilizar Internet: al-

gunas de las actividades on-line más populares están relacionadas con la comunicación, como es el caso de los servicios de mensajería instantánea (tipo Messenger), el correo electrónico y las redes sociales. Este último fenómeno ha experimentado una explosión en los últimos años y consideramos que merece la pena detenerse en este asunto brevemente.

De acuerdo con un estudio multinacional publicado por Nielsen en 2009, tanto los *blogs* como las redes sociales (en el informe denominados «comunidades de miembros») han reemplazado al correo electrónico como la cuarta aplicación preferida de Internet entre la población general. En concreto, el tiempo dedicado a estas «comunidades de miembros» incrementó el 63% entre diciembre de 2007 y diciembre de 2008, mientras que en el caso de redes sociales específicas como es el caso de Facebook, se dio un notabilísimo incremento del 566% (Nielsen, 2009: 2-3).

En este sentido, resulta interesante lo expuesto por Boyd, quien emplea el término «públicos en red» (*networked publics*) para referirse a este fenómeno. La autora lo define como «(...) los espacios y audiencias que quedan unidos mediante redes tecnológicas (esto es: Internet, redes móviles, etcétera)» (Boyd, 2007: 8). El rasgo más destacable de estos «públicos en red» es que pueden proporcionar «un contexto para que los jóvenes desarrollen normas sociales mediante la negociación con sus compañeros» (Boyd, 2007: 37). Por tanto, queda claro ese potencial de la tecnología para desarrollar la faceta social de las personas, que apuntábamos al comienzo.

Muy ligadas al potencial socializador de estas tecnologías están las posibilidades de participación que ofrecen en múltiples ámbitos: político, cívico, etcétera. Encontramos trabajos especialmente enfocados en esta cuestión (véase Loader, 2007). De acuerdo con los resultados del trabajo realizado por Digital Youth Research Project, dicha participación en la era digital se refiere más a la capacidad de acceder a información seria, a cultura, y también a poder participar en actividades

tanto de carácter social como recreativo. Sin embargo, esta investigación destacaba también la existencia de múltiples barreras para que los jóvenes disfruten de dicha participación: no sólo de naturaleza económica, sino también institucional, social y cultural. Por eso, las instituciones públicas desempeñan un papel clave a la hora de facilitar dicha participación (Ito *et al*, 2008: 35).

Además de las posibilidades para la educación, la socialización y la participación, las tecnologías también presentan posibles beneficios para otros campos como el de la salud. Strasburger & Wilson (2002: 140-141) hablan de usos del videojuego y la realidad virtual para educar en hábitos saludables; de hecho, encontramos instituciones, como The Markle Foundation (en Norteamérica), cuyo ámbito de trabajo e investigación es precisamente la aplicación de la tecnología al ámbito de la salud. Desde la misma industria, además, se están realizando esfuerzos por promocionar esta aplicación, con la reciente aparición de videoconsolas en las que es posible practicar distintos deportes (p. ej., la Wii Fit, de Nintendo).

Concluyendo este apartado, en la investigación acerca de jóvenes y tecnologías es posible apreciar un notable interés en torno a los riesgos y las oportunidades que estas últimas ofrecen para quienes las utilizan. Existen posturas enfrentadas respecto a sus posibles aplicaciones y efectos, aunque, en síntesis, se puede afirmar que tanto los peligros como los beneficios de las tecnologías no son, por el momento, una realidad extrema. A pesar de la notable preocupación por los riesgos tecnológicos para niños y adolescentes, conviene recordar que esta cuestión en la investigación tiene más un carácter preventivo: en consecuencia, no debemos ser alarmistas, ya que los estudios parecen indicar que la gran mayoría de niños y adolescentes que utilizan tecnologías no son usuarios de «alto riesgo». Respecto a los beneficios, también es necesario señalar una situación parecida: se habla mucho del potencial de las tecnologías en múltiples ámbitos, aunque, por el momento, no parece que estas posibilidades se

estén explotando al máximo, debido, en parte, a una falta de conocimientos o herramientas necesarias para ello, y cuya responsabilidad es, en gran medida, de diversos agentes, como organismos públicos, desarrolladores tecnológicos, instituciones educativas, etcétera.

En cualquier caso, el máximo aprovechamiento de los beneficios que ofrecen las nuevas tecnologías requiere un uso seguro y con conocimiento. Por eso, la protección del menor ante los peligros a los que puede verse expuesto es una cuestión clave y que acapara la atención de diversos organismos, como veremos en el siguiente apartado.

1.3. Estudios e iniciativas sobre la protección del menor en el entorno de las TIC

Como apuntábamos anteriormente, la investigación en torno a los menores como consumidores de diversos medios de comunicación y tecnologías ha venido tradicionalmente impulsada con un ánimo protector. Así ocurrió con la radio y la televisión a mediados del siglo pasado, y durante la primera década del siglo XXI encontramos una situación similar en los casos de Internet y la telefonía móvil, entre otros.

Son múltiples los agentes que, de una forma u otra, están implicados en la protección del menor ante los peligros que les enfrentan diversas pantallas. En un primer nivel están la familia (especialmente los padres) y los profesores. En un segundo nivel nos encontramos con los propios medios de comunicación, los desarrolladores tecnológicos y las autoridades públicas. Como señala Carlsson, la inferioridad de condiciones del menor ante los medios de comunicación exige la implicación de todos en su protección (Carlsson, 2006: 12). Por lo tanto, podemos afirmar que se trata de una cuestión de interés general.

Como se explicará a lo largo de este apartado, existen tres elementos clave que inciden de un modo especialmente relevante en la protección del menor en este ámbito: la regulación, la media-

ción familiar y la educación para los medios o *media literacy*.

La regulación se refiere al conjunto de leyes y normas establecidas por diversas instituciones, tanto públicas como privadas, de forma externa e interna y en los ámbitos local, nacional e internacional. Además de la regulación propiamente, también es común hablar de dos conceptos: la autorregulación y la corregulación.

La mediación familiar, especialmente la ejercida por los padres, es el segundo pilar a tener en cuenta en la protección del menor. Los padres juegan un papel decisivo en el desarrollo humano de sus hijos, dentro del cual también se incluye su faceta como consumidores de medios y tecnologías. El caso de las TIC presenta además ciertas particularidades ya que, en ocasiones, niños y adolescentes tienen un conocimiento superior que el de sus progenitores a la hora de utilizarlas, y esto puede dificultar la tarea de mediación.

Lo expuesto anteriormente nos lleva al tercer elemento clave en la protección del menor en el ámbito de los medios y las tecnologías: la importancia de la educación en su uso apropiado dirigida a padres y profesores, además de a niños y adolescentes. Dicha educación debe llevar a un conocimiento profundo de los medios y tecnologías, concepto que en el ámbito anglosajón es comúnmente denominado *media literacy* y que, aunque no tiene una traducción precisa al castellano, podría definirse como la «alfabetización en los medios».

En las páginas sucesivas nos detendremos en cada uno de estos tres elementos y presentaremos algunas de las iniciativas más destacables que se están llevando a cabo en España en los últimos años en el ámbito de la protección del menor ante los medios de comunicación y las tecnologías.

1.3.1. Iniciativas en el ámbito de la regulación

La regulación es un ámbito en el que se trabaja intensamente en la actualidad, y hacia el cual se orientan algunas de las investigaciones más rele-

vantes del momento. Aunque medios más longevos como la televisión requieren y, de hecho, están legislados (mediante la Directiva de Televisión Sin Fronteras), son las nuevas tecnologías, y de modo especial Internet, las que presentan un contexto en el que caben múltiples usos antes nunca vistos y, en consecuencia, diferentes riesgos. Por este motivo, algunos de los estudios centrados en el consumo de tecnologías por parte del público infantil y adolescente tienen como objetivo último desarrollar un marco legislativo que proteja al menor. Sirva de ejemplo el programa Safer Internet Plus, impulsado por la Comisión Europea, y que en los últimos años ha financiado el desarrollo de múltiples iniciativas, como por ejemplo Mediapro, SAFT y The Youth Protection Roundtable. De entre todas, cabe destacar el citado proyecto EU Kids Online, que ha hecho una revisión de la legislación existente en este campo en la Unión Europea.

A pesar de la importancia de desarrollar un marco legislativo en este ámbito, en los últimos años se oyen cada vez más voces que abogan por la necesidad de desarrollar un sistema regulador en el que no sólo tengan un papel decisivo los organismos gubernamentales, sino también otros agentes sociales. En palabras de Carlsson (2006), hace unas décadas la protección del menor ante los medios se discutía en términos de regulación gubernamental y prohibiciones. Hoy, por el contrario, nos encontramos ante un panorama distinto motivado por una serie de factores. En primer lugar, se ha producido una desregulación y dispersión de la autoridad de forma vertical (proliferan las instituciones supranacionales) y horizontal (aparecen diversos actores no estatales). Dicha situación, junto con la globalización en la que nos vemos inmersos y el rápido desarrollo de las telecomunicaciones, ha llevado a que cada vez se considere más importante la responsabilidad de los padres y otros agentes. Concretamente, esta autora aboga por un sistema que combine la regulación con la autorregulación y la corregulación.

La autorregulación es el control que los medios de comunicación y los desarrolladores tecnológicos deben ejercer por sí mismos. Esta práctica creció durante la década de 1990 como una forma de evitar remitirse a las leyes constantemente, así como al continuo desarrollo de las tecnologías, que implica que dicha legislación quede obsoleta rápidamente.

La corregulación es un sistema que combina la regulación gubernamental y la no gubernamental, de tal modo que la última se acopla a la primera de forma eficaz (Carlsson, 2006: 13-14).

Respecto a la corregulación, puede resultar de especial interés la investigación realizada por el Hans-Bredow Institut. Dicho estudio se centraba en la existencia de medidas correguladoras en 25 Estados miembros de la Unión Europea, además de Australia, Canadá, Suráfrica y Malasia. El objetivo era medir su eficacia, así como las trabas que existían para implementar estos sistemas, de acuerdo con la legislación europea. El estudio incluía un amplio abanico de medios (prensa, programación televisiva, servicios on-line, móviles, cine y juegos interactivos) y llegó a dos conclusiones fundamentales.

La primera indica que los sistemas de corregulación suelen atenerse a dos objetivos concretos: la protección del menor y la protección del consumidor ante la publicidad (Schulz, 2006: 102).

La segunda conclusión es que parece quedar demostrada la compatibilidad de los sistemas de corregulación con la legislación europea. Es más, algunos expertos hablan de ventajas de estos sistemas como la posibilidad de que la industria ejerza una mayor responsabilidad, más rapidez en los procesos de toma de decisiones y una mayor sostenibilidad (Schulz, 2006: 117).

El asunto de la corregulación pone de relieve la existencia de múltiples agentes que están implicados en la regulación de los medios y tecnologías en aras de proteger al menor. Puede ser ilustrativo el esquema presentado por el Hans-Bredow Institut sobre los tipos de gobierno de los medios. El concepto de «medio» empleado en este modelo

TIPOS DE GOBIERNO DE LOS MEDIOS

	FORMAL	INFORMAL
EXTERNO	Leyes	Fuerzas y relaciones del mercado Reglas y normas Grupos de presión Opinión pública y criticismo
INTERNO	Alta dirección Control financiero Autorregulación	Profesionalidad Cultura de organización Normas éticas

Fuente: Hans-Bredow Institut. Bruselas, Seminario 2005, trad. prop.

puede entenderse en un sentido amplio, incluyendo tecnologías como Internet y los videojuegos, que no se podrían definir exclusivamente como un medio de comunicación (aunque en ocasiones sí que cumplen sus funciones).

Como ilustra la tabla, la regulación de los medios requiere la colaboración e implicación de diversos agentes, tanto externos como internos al medio, de carácter formal e informal. Por tanto, la legislación es sólo una pequeña pieza dentro de la maquinaria que supone la regulación de los medios.

En España existen diversas iniciativas que trabajan por la protección del menor en el ámbito de las tecnologías y los medios de comunicación. Cabe destacar de un modo especial la labor llevada a cabo por Protégeles, así como por los consejos audiovisuales de Andalucía, Cataluña y Navarra.

Protégeles es un organismo que está especialmente centrado en la lucha contra contenidos nocivos en Internet de diversa índole (pornografía, racismo y xenofobia, apología del terrorismo, tráfico de drogas, etcétera). Además de perseguir este tipo de sitios web, a través de una línea de denuncia y atención a los menores en estrecho contacto con las fuerzas policiales españolas, también ha llevado a cabo diferentes estudios sobre seguridad infantil y costumbres de los menores en el empleo de Internet, telefonía móvil y videojuegos. Por otro lado, también han desarrollado diferentes campañas de concienciación, así como actividades formativas para un buen uso de las tecnologías.

De una naturaleza similar es el trabajo realizado por los consejos audiovisuales de Navarra, Andalucía y Cataluña. Aunque su eje central de actuación se refiere a la televisión y la radio, algunos como el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) trabaja también en el ámbito de otras tecnologías como Internet, el teléfono móvil y el videojuego. Entre las principales funciones de estos organismos está velar por el cumplimiento de la legislación vigente en materia de protección del menor ante la radio y televisión, así como la elaboración de informes y recomendaciones. Asimismo, el CoAN subraya la importancia de la familia como actor clave en el buen uso de las pantallas, y cuyas tareas resume en tres: conocer, proteger y educar. El trabajo de este organismo en el ámbito de la protección pone de relieve la importancia de esos tres pilares de los que hablábamos a lo largo de esta sección: la regulación, la mediación familiar y la educación para la comunicación o *media literacy*.

1.3.2. Iniciativas en el ámbito de la mediación familiar

La familia, y de un modo particular los padres, desempeña un papel decisivo de intermediación y protección del menor consumidor de pantallas. Como señalábamos en páginas anteriores, las nuevas tecnologías presentan ciertas particularidades, ya que es frecuente encontrarse con situaciones en las que niños y adolescentes superan a sus padres en el manejo de las mismas (véase la

teoría expuesta por Prensky en torno al «nativo» y el «inmigrante» digital al inicio de capítulo). La aparición de posibles dificultades para los padres a la hora de mediar en el uso que sus hijos hacen de las nuevas tecnologías convierte la cuestión en algo de especial interés. Sin embargo, si nos remontamos a mediados del siglo pasado, ya es posible encontrar investigaciones en este ámbito.

El trabajo de Himmelweit & Oppenheim (1958) consideraba a los padres un factor decisivo, mediante el control y ejemplo que podían ejercer, sobre los efectos que la televisión podía tener en niños y adolescentes. Los autores señalaban ya dos aspectos clave en la mediación del consumo de televisión: el tiempo y el contenido. Una de sus conclusiones era que los padres parecían demostrar gran preocupación y control respecto al horario en el que sus hijos veían la televisión (el momento de irse a dormir, de hacer los deberes, etcétera), mientras que su inquietud parecía ser menor respecto a otros asuntos como el contenido al que estaba expuesto el menor (Himmelweit & Oppenheim, 1958: 384). Unos años más tarde Schramm *et al* (1961: 148) sí que subrayan la importancia de ejercer algún tipo de mediación respecto al contenido, refiriéndose de modo concreto a aquellos de carácter atemorizante que podían tener algún tipo de efecto negativo en el menor.

El interés por estos asuntos y otros tantos relacionados con la mediación parental se extiende hasta nuestros días. Un buen ejemplo de ello son las investigaciones que se han llevado a cabo recientemente tanto en Europa (EU Kids Online), como en Norteamérica (Pew Internet & American Life Project, The Kaiser Family Foundation) y Latinoamérica (Bringué & Sádaba, 2006): todas ellas prestan atención a las estrategias de control que los padres ejercen sobre sus hijos cuando estos últimos utilizan diversas pantallas. Aunque los datos varían de un estudio a otro, podemos afirmar que hay dos cuestiones que preocupan especialmente a los padres y que son el eje fundamental de la mediación: el tiempo de uso y los contenidos.

Respecto al tiempo de uso, hay que entender que nos estamos refiriendo tanto al momento del día como a la cantidad de uso. Ambas cuestiones han de ser controladas, ya que el uso de una pantalla puede interferir con otras actividades prioritarias (p. ej., tareas escolares, tiempo con la familia o amigos, etcétera) y una cantidad excesiva de uso puede desembocar en serios problemas (como la adicción).

En cuanto a los contenidos, también parece fundamental controlar que los menores no accedan a aquéllos que puedan ser nocivos, así como educarles y ayudarles a interpretarlos de forma adecuada. En este sentido, puede resultar de interés la triple clasificación sobre las tareas que implica la mediación parental expuesta por Messaris (1982), comúnmente citada en la investigación (Austin *et al*, 1999; Kundanis, 2003). Dicho autor hablaba de la categorización, la validación y la complementación. La primera función supone ayudar a interpretar los contenidos expuestos en un medio, confirmando si se corresponden con la realidad. La segunda tarea se traduce en mostrar acuerdo o desacuerdo con el mensaje que es transmitido a la audiencia. Por último, la complementación implica añadir información adicional al mensaje en caso de que fuera necesario.

A pesar de que el tiempo y el contenido son dos cuestiones que ocupan un papel destacado a la hora de hablar de mediación parental, también podemos encontrar investigaciones centradas en otros aspectos. Así, Austin *et al* (1999) ponen el énfasis en el estilo de comunicación que utilizan los padres con sus hijos y en la influencia de esta forma de comunicación en su comprensión e interpretación de los contenidos. Del mismo modo, encontramos también algunos intentos de tipificar los estilos de mediación parental. Llopis (2004) identifica tres categorías (que él denomina «conglomerados») en torno a la mediación del consumo televisivo de niños y adolescentes en España: 1) los padres controladores-restrictivos; 2) los padres permisivos, y 3) los padres orientadores.

El primer grupo, de controladores-restrictivos, se basaría poco en la orientación y la covisión, mientras que acude con frecuencia al control. El grupo de permisivos no ejerce prácticamente ningún tipo de mediación del consumo televisivo, ni en lo que se refiere a la limitación y el control, ni en lo que atañe a la orientación y la covisión. Por último, los padres orientadores apenas recurren a la limitación, pero sí al control, la orientación y la covisión. Este sería, de hecho, el estilo más comúnmente empleado (Llopis, 2004:142-145).

Por último, pero no por ello menos importante, otras visiones están más enfocadas en la importancia de utilizar un medio o tecnología de forma conjunta en el ámbito familiar. Así lo defienden Castells & De Bofarull (2002: 183), para quienes este tipo de ocio compartido «sirve para pasarlo muy bien, pero también para poner en marcha una mediación parental (protagonizada por los padres), que tiene como objetivo educar». Para disfrutar de esta actividad antes hay que tener en consideración una serie de elementos: el momento y duración, el lugar, los miembros que van a participar y el papel que va a desempeñar cada uno de ellos (Castells&De Bofarull, 2002: 184-185).

Los trabajos señalados en este epígrafe son tan sólo una parte de la investigación existente en torno a la mediación familiar en el ámbito de los menores y las pantallas. Aun así, queda demostrada la importancia que se da al entorno familiar del menor, y de un modo muy especial a sus padres, a la hora de interceder en su uso de medios y tecnologías para asegurar su protección. No habrá que pensar en la mediación en un sentido restrictivo, sino más bien en una guía, en una actividad que muchas veces implicará la participación directa de los padres y el uso compartido de una determinada pantalla. Como afirman Castells y De Bofarull (2002: 178), «la familia, que ha asumido un coherente y organizado proyecto en la educación de los hijos, debe sacarle réditos formativos al uso de las nuevas tecnologías y el ocio digital».

1.3.3. Iniciativas sobre *media literacy*

Una condición fundamental para que niños y adolescentes hagan un buen uso de las pantallas es que posean los conocimientos necesarios para ello, o lo que es lo mismo, que hayan sido bien educados en este ámbito. Esta educación, sin embargo, es también necesaria para el público adulto (como padres o profesores), que como ya explicábamos en páginas anteriores juegan un papel vital en el desarrollo del menor.

El término más comúnmente empleado en el ámbito anglosajón para referirse a este concepto de educación es el de *media literacy*, para el que no encontramos una traducción precisa al castellano: educación para los medios, educación para la comunicación, alfabetización en los medios o «educación» son sólo algunos ejemplos de las distintas formas de acuñar esta práctica. Dejando la cuestión terminológica de un lado, lo que realmente interesa es saber a qué nos estamos refiriendo al hablar de *media literacy*. Existen múltiples definiciones, aunque la utilizada por Aufderheide (1992) resulta sencilla y clara: se trata de «la habilidad de una persona para acceder, analizar, evaluar y producir medios impresos y electrónicos». El concepto hace referencia a un amplio abanico de medios y tecnologías: desde un periódico a Internet, pasando por la televisión y la radio.

Hoy en día existe cierta ambigüedad en torno a distintas herramientas y el modo de definir las: ¿es Internet una tecnología o un medio de comunicación? En este sentido, puede resultar de interés lo expuesto por García Matilla (2004), quien asegura: «la acelerada conversión al mundo digital nos obliga a unificar criterios acerca de lo que consideramos alfabetización. Ya no podemos limitarnos sólo al audiovisual. Debemos hablar de una alfabetización audiovisual y multimedia estrechamente vinculada con los nuevos territorios de la convergencia digital». Por esta razón, el autor asegura preferir el término «educación para la comunicación» en lugar de «educación para los

medios», que en este contexto podría resultar más restrictivo.

El mismo autor subraya, además, la necesidad de ir más allá de la educación en el ámbito puramente técnico. Como asegura, en España «la enseñanza de ratones, teclas, diseño de páginas web y niveles de interactividad ha predominado sobre cualquier otro concepto». Sin embargo, «educar para la comunicación exige educar en el derecho que todos tenemos a recibir una información veraz que no se vea sesgada y manipulada a conveniencia de un determinado Estado, Gobierno, institución o grupo de poder económico, religioso, político, etcétera» (García Matilla, 2004).

El objetivo de la *media literacy*, por tanto, es «favorecer la creación de una conciencia crítica y, por consiguiente, de una mayor competencia entre los usuarios de los medios de comunicación electrónicos e impresos», como afirma Torregrosa (2003). Dicha conciencia crítica a la que se refiere el autor hace al usuario de un medio o tecnología menos vulnerable ante posibles consecuencias negativas. Por eso, la educación para la comunicación puede entenderse como una medida preventiva y de protección, como queda presentada en este capítulo, aunque es, sin duda, un ámbito más amplio y con entidad propia que va más allá de esta función.

En el panorama investigador la *media literacy* es un tema recurrente pero, lo que es más importante, muy a menudo se trata de uno de los fines a los que están encaminados los diferentes estudios. A escala internacional podemos destacar, entre otros, el trabajo llevado a cabo por Buckingham & Dommelle (2003). Éste consistió en una revisión de la educación en los medios que se llevaba a cabo en las escuelas de 52 países. Mediante el envío de un cuestionario a 72 expertos en la materia, los autores exploraron tres áreas específicas: 1) la educación mediática en la escuela; 2) la implicación de la industria de los medios o de organismos reguladores en la educación mediática, y 3) el proceso de desarrollo de este ámbito (incluyendo necesidades por cubrir, existencia

de obstáculos, perspectivas de futuro, etcétera). Una de las conclusiones más relevantes a las que apuntaba esta investigación era la necesidad de educar en el uso de todos los medios y tecnologías (y no sólo en el ámbito de las TIC), así como a la necesidad de enlazar de algún modo métodos de educación formal como el que se lleva a cabo en las escuelas con otras formas de educación más informales.

En el ámbito europeo también encontramos diversas iniciativas sobre la *media literacy*. Pueden servir como ejemplo dos proyectos realizados en los últimos años: Educaunet y Mediappro. El primero, realizado entre 2002 y 2004, quería infundir una actitud crítica entre los jóvenes a la hora de utilizar una herramienta específica como es Internet. El segundo, llevado a cabo entre 2005 y 2006, perseguía como objetivo fundamental aportar una serie de recomendaciones para educar a los jóvenes de 12 a 18 años en las prácticas seguras de las TIC.

En España también podemos encontrar varios grupos de investigación centrados de un modo especial en la educación para la comunicación o en los medios. Algunos de ellos ponen el énfasis en el uso de medios y tecnologías como herramienta educativa (como se ha señalado en el epígrafe 1.2.2), aunque otros, como el grupo Aire Comunicación, tienen como eje central de su trabajo la *media literacy*.

Por otro lado, algunos organismos cuya principal línea de trabajo es la regulación también trabajan en el ámbito de la educación para la comunicación: es el caso de Protégeles y el CoAN, citados anteriormente. El último organismo, por ejemplo, subraya que entre sus funciones se encuentra la «alfabetización en los medios» dentro su plan de actuaciones con fines de protección.

1.4. Conclusión

A lo largo de este capítulo hemos podido comprobar cómo el ámbito de los menores como consumidores de pantallas implica el interés por

múltiples aspectos y desde distintas perspectivas. Sin duda alguna, el ánimo de proteger al menor tiene un papel clave en el estudio de esta materia y, muy a menudo, es este ánimo el que impulsa y guía las distintas investigaciones. Además, conviene recordar también que las nuevas tecnologías como Internet, la telefonía móvil y los videojuegos tienen un enorme potencial, en un sentido tanto positivo como negativo, y, por tanto, nos enfrentamos a nuevos riesgos y nuevas oportunidades que precisan ser identificadas y estudiadas.

Por otra parte, nadie parece negar el papel mediador decisivo que la familia y, en menor medida, otros agentes como la escuela desempeñan en la vida del niño. En este sentido, el caso de las nue-

vas tecnologías plantea a veces ciertos problemas: no es raro que niños y adolescentes superen a sus padres en el manejo y conocimiento de determinadas pantallas, lo cual puede dificultar la labor de mediación de los progenitores. Por ello parece fundamental educar a los padres en el uso de estas tecnologías con el objetivo de que puedan ejercer una correcta labor mediadora. Si desde distintos ámbitos (gubernamental, empresarial, educativo, familiar, etcétera) conseguimos que los menores hagan un uso responsable de las pantallas, los frutos de usarlas sólo serán beneficiosos. Ésta es la línea en la que se viene trabajando desde distintos ámbitos y que predomina en múltiples investigaciones, como la que presentamos a continuación.

2. METODOLOGÍA

Para la realización de este estudio, *La Generación Interactiva en España* se ha desarrollado como herramienta de investigación un cuestionario on-line adaptado a la edad de los participantes con dos formatos diferenciados. Una primera encuesta incluye 31 preguntas para escolares entre 1º y 4º de primaria. El segundo cuestionario, para el resto de alumnos en edad escolar, consta de 126 preguntas. Las encuestas están alojadas en la web del Foro Generaciones Interactivas www.generacionesinteractivas.org y la recogida de datos se ha realizado en las aulas informáticas de los colegios; en contadas excepciones se ha recurrido a la recogida de datos mediante un cuestionario en papel administrado en las propias aulas. A cada centro educativo se le ha asignado un usuario y contraseña únicos para acceder a los cuestionarios de forma controlada. La identidad de los participantes se ha protegido al ser la encuesta anónima y no solicitar ninguna información personal.

El diseño y la estructura de la encuesta permiten que no se produzcan repetición de respuestas por un mismo usuario o que queden preguntas sin responder. Además, hay otros dos elementos de control que aseguran la calidad de la información recopilada: la limitación temporal para responder el cuestionario y la presencia de un profesor en el aula durante la recogida de datos. Por otro lado, se evita el problema de contaminación, es decir, que los alumnos lean el cuestionario antes de realizarlo.

La selección de este modelo de recogida de datos presenta múltiples ventajas. En primer lugar,

supone la realización de la encuesta a través de Internet, un medio que les es familiar y conocido. En segundo, hacerlo en la escuela añade el rigor de un entorno conocido y formal. Por otro lado, la influencia de terceras personas en las respuestas también queda anulada, ya que no existe entrevistador, ni un grupo que pueda modificar las respuestas. Además, este sistema permite consultar los datos inmediatamente después de su grabación, al finalizar los cuestionarios.

Respecto a la muestra seleccionada para llevar a cabo el estudio, hay que señalar que este proyecto persigue dos fines diferentes que requieren estrategias de muestreo distintas:

1. El primer objetivo es poder estimar la prevalencia de diferentes variables relacionadas con el uso de pantallas en todo el país.
2. La segunda meta es establecer asociaciones estadísticas entre diferentes variables predictoras y variables de confusión que deberán ser ajustadas. No existen, para este tipo de análisis, fórmulas de tamaños muestrales porque éste depende en gran medida de la frecuencia del desenlace estudiado y del número de parámetros que se incluyen finalmente en los modelos multivariantes.

2.1. Universo y muestra

El universo de estudio de la presente investigación son alumnos matriculados en primaria, E.S.O. y bachillerato en España, excluyendo Ceuta y

Tabla 2.1. PRIMARIA, E.S.O. Y BACHILLERATO EN ESPAÑA (EXCLUYENDO CEUTA Y MELILLA)

Curso 2006-2007	Centros	Alumnos
Públicos	13.953	3.336.513
Privados	4.112	1.609.438
TOTAL	18.065	4.945.951

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en: http://www.mepsyd.es/mecd/jsp/plantilla.jsp?id=310&area=estadisticas&contenido=/estadisticas/educativas/eenu/result_det/2006/resultados.html

Melilla. Según los datos publicados por el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, en el curso 2006-2007, este universo lo configuran un total de 4.945.951 alumnos, repartidos en 18.065 centros educativos (tabla 2.1).

En primer lugar, se ha procedido a la elección de centros escolares. Para ello, se ha aplicado un muestreo bietápico. En la primera etapa, se ha aplicado un muestreo estratificado con afijación proporcional según comunidad autónoma y titularidad (público o privado), estableciendo un mínimo de tres centros por comunidad autónoma.

Atendiendo al tamaño medio de los centros, se ha establecido una muestra de 78, 55 públicos y 23 privados, cuyo reparto por comunidades se muestra en la tabla 2.2. La selección de los centros en la segunda etapa se ha realizado mediante muestreo aleatorio simple.

Una vez que se ha logrado la colaboración del centro escolar, los alumnos se han elegido mediante muestreo por conveniencia, y en él han participado los alumnos matriculados en primaria, E.S.O. y bachillerato presentes en el centro educativo durante los días de la recogida de datos.

Tabla 2.2. CENTROS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

	Centros públicos	Centros privados	Total de centros
ANDALUCÍA	9	3	12
ARAGÓN	2	1	3
ASTURIAS (Principado de)	2	1	3
BALEARS (Illes)	2	1	3
CANARIAS	2	1	3
CANTABRIA	2	1	3
CASTILLA Y LEÓN	3	1	4
CASTILLA-LA MANCHA	3	2	5
CATALUÑA	7	2	9
COMUNIDAD VALENCIANA	5	2	7
EXTREMADURA	2	1	3
GALICIA	3	2	5
MADRID (Comunidad de)	4	1	5
MURCIA (Región de)	2	1	3
NAVARRA (Comunidad Foral de)	2	1	3
PAÍS VASCO	3	1	3
RIOJA (La)	2	1	3
TOTAL	55	23	78

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA (POR ZONA)



Fuente: Elaboración propia.

La muestra real alcanzada ha sido de 13.414 alumnos; tras depurar casos incompletos o respuestas inconsistentes, la muestra válida la constituyen 12.919 casos. Suponiendo muestreo aleatorio simple, un intervalo de confianza del 95% y el caso $p=q=50\%$, el margen de error es de más/ menos del 0,86%. Por otro lado, el número de colegios participantes ha superado los 78 previstos, con 113 centros. Finalmente, para poder realizar comparaciones territoriales, se ha optado por agrupar las comunidades en un esquema similar a las áreas Nielsen, y han quedado las siguientes siete regiones:

- **Canarias:** Canarias
- **Centro:** Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha
- **Levante:** Comunidad Valenciana y Murcia
- **Noreste:** Cataluña, Baleares y Aragón
- **Noroeste:** Galicia y Asturias
- **Norte:** Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra
- **Sur:** Andalucía y Extremadura

Para mantener la representatividad del estudio, se ha procedido a ponderar la muestra en función de la titularidad del centro (público y privado) y etapa escolar (primaria y secundaria-bachillerato). La muestra válida final es de 12.919 escolares. La tabla 2.3. refleja el tamaño de muestra válido en cada región y el margen de error correspondiente.

Tabla 2.3. MARGEN DE ERROR POR REGIONES. MUESTRA VÁLIDA

	Muestra	Margen de error
Canarias	801	3,46%
Centro	2.944	1,81%
Levante	1.830	2,29%
Noreste	1.534	2,50%
Noroeste	919	3,23%
Norte	1.757	2,34%
Sur	3.133	1,75%
TOTAL	12.919	0,86%

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Situación familiar

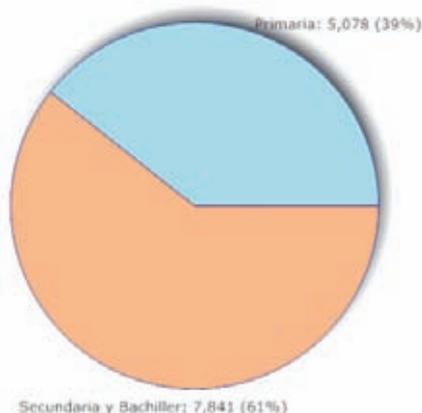
La situación más habitual de los encuestados consiste en vivir conjuntamente con su padre y su madre, caso reconocido por el 80% de los escolares (gráfico 2.5).

En cuanto al número de escolares que viven en familias monoparentales, cabe destacar que lo más frecuente es la convivencia con la madre. Las cifras para cada grupo de edad son las del gráfico 2.6).

Entre los encuestados más pequeños –de 6 a 9 años– el 19,3% vive sin hermanos, mientras que entre los más mayores –de 10 a 18 años– el dato es del 18,9%.

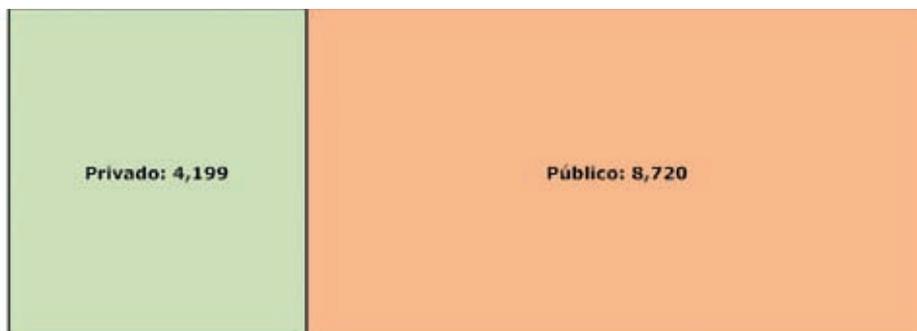
Por otro lado, aunque lo más habitual es tener un hermano (el 57,9% de los más pequeños y el 56,2% de los mayores), más del 20% de los escolares son familia numerosa (gráfico 2.7).

Gráfico 2.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA (POR ETAPA ESCOLAR)



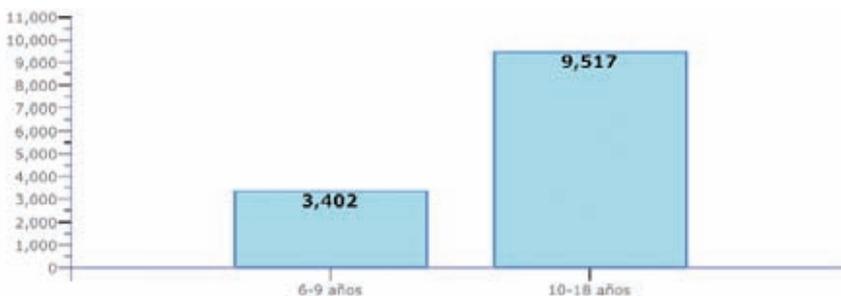
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2.3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA (POR TITULARIDAD DEL COLEGIO)



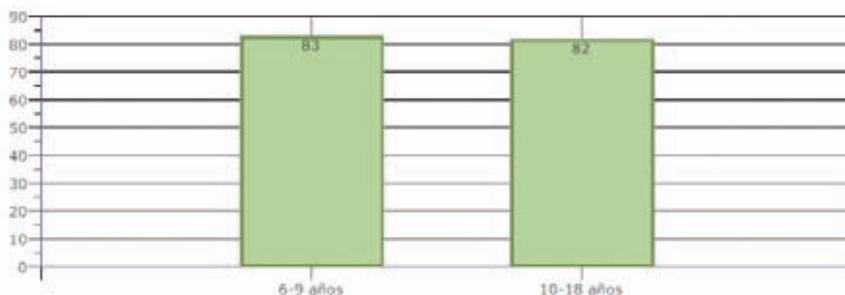
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2.4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA (POR EDAD)



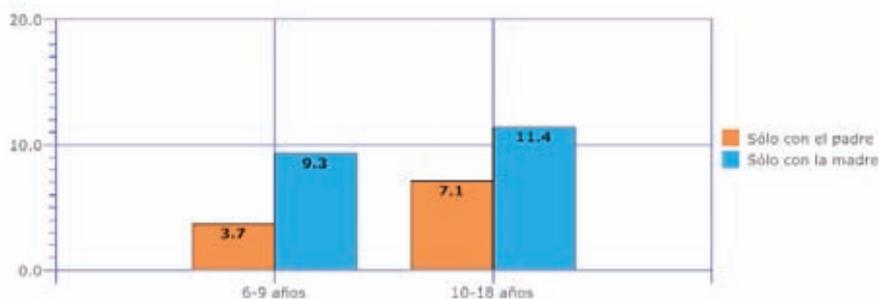
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2.5. ENCUESTADOS QUE VIVEN CON EL PADRE Y LA MADRE (POR EDAD)



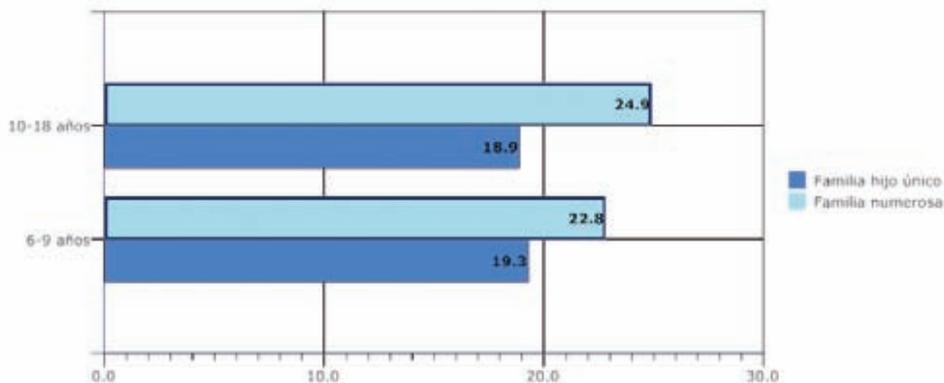
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 4: «¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo. (Es posible más de una respuesta.)» N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 4: «Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta.)» N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 2.6. ENCUESTADOS QUE VIVEN EN FAMILIAS MONOPARENTALES (POR EDAD)



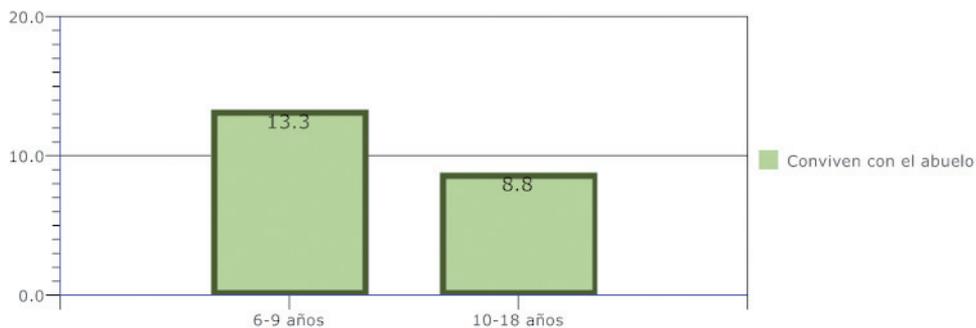
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 4: «¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo. (Es posible más de una respuesta.)» N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 4: «Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta.)» N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 2.7. NÚMERO DE HIJOS ÚNICOS FRENTE AL NÚMERO DE FAMILIAS NUMEROSAS (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 4: «¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta.)» N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 4: «Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta.)» N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 2.8. ENCUESTADOS QUE VIVEN CON UN ABUELO/A (POR EDAD)



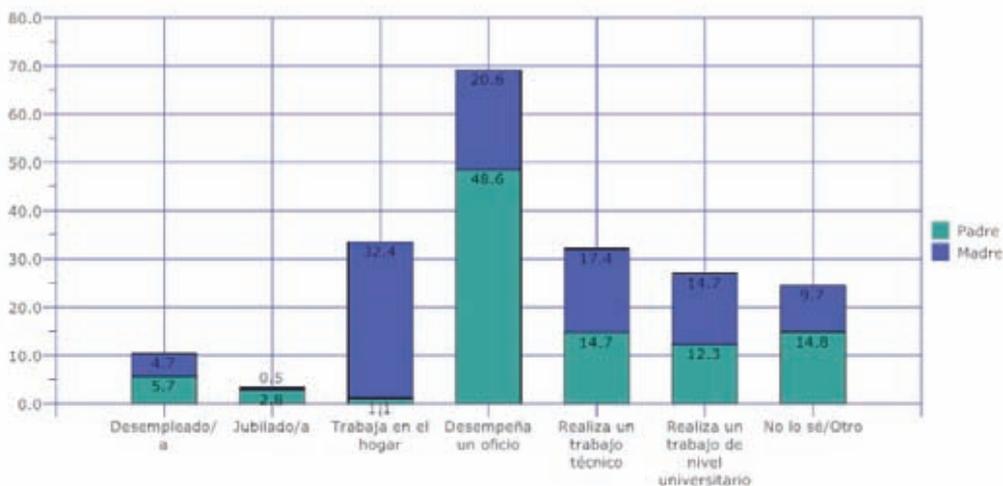
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 4: «¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta.)». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 4: «Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta.)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

La convivencia con los abuelos es habitual para el 13,3% de los escolares más pequeños; en el caso de los mayores la cifra desciende al 8,8% (gráfico 2.8).

Situación laboral

Respecto a la situación laboral del padre, el 48,6% desempeña un oficio y el 14,7% realiza un

Gráfico 2.9. OCUPACIÓN LABORAL DEL PADRE Y DE LA MADRE (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 5 y n.º 6: «¿Cuál es la profesión de tu padre y de tu madre?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

trabajo técnico. En el caso de la madre, el 32,4% trabaja en el hogar y el 20,6% desempeña un oficio.

Por otro lado, el 5,7% de las madres y el 4,7% de los padres se encuentran en paro, mientras que un porcentaje pequeño (3,3%) está jubilado. Además, es interesante que el 24,5% de los encuestados no sabría clasificar el trabajo de sus progenitores entre las opciones dadas. Con todo, en el gráfico 2.9 se puede observar el tipo de ocupación del padre y de la madre.

2.3 Equipamiento de los hogares

Como se explicará a continuación, la Generación Interactiva en España se caracteriza por un elevado grado de posesión y acceso inmediato a diversos dispositivos tecnológicos. Esta realidad supone para estos menores una nueva forma de invertir el tiempo, de compartir experiencias, de vivir la vida familiar, escolar y social, que, al menos en la forma, poco tiene que ver con las de generaciones precedentes.

El objetivo de este apartado es realizar una mirada detallada sobre ese nuevo lugar que ocupan las pantallas para este grupo de edad: en primer lugar, cuánto y dónde las utilizan; en segundo lugar, cuál es la finalidad, los contenidos y actividades que desarrollan a través de las pantallas. Y, por último, al hilo de los resultados obtenidos definiremos el uso social de las pantallas como experiencia compartida ya sea de forma real o virtual.

Equipamiento en el hogar

La existencia de una Generación Interactiva se explica desde la convivencia habitual de niños y adolescentes con los múltiples dispositivos propios de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Estas tecnologías, que se caracterizan por ser digitales, con todas las ventajas que eso supone, y por facilitar la interactividad, generan una nueva tipología de usuario que, lejos de una audiencia pasiva, o limitada

en sus posibilidades a una mera elección, se convierte en auténtico protagonista de la llamada sociedad de la información. Este nuevo usuario, y los niños y adolescentes son exponentes claros, está habituado a controlar el flujo de la información a la que accede, los procesos de comunicación en los que participa, y genera sus propios contenidos para un uso y disfrute propio o compartido. Cada usuario, además, tiene una experiencia única, ya que no existen los mensajes ni las «programaciones» lineales.

Esta nueva realidad también crea nuevos retos y oportunidades para empresas, instituciones y medios de comunicación que han de adaptarse a un entorno donde el diálogo y la participación del usuario se dan por supuestos, y donde la confianza es un valor que se construye en red. Además, cuando estos usuarios son menores, surgen preguntas y preocupaciones sobre cómo esta interactividad y este acceso global pueden influir en los procesos de maduración y desarrollo de niños y adolescentes.

Por ello, es relevante conocer en qué medida los niños y adolescentes españoles tienen acceso a los dispositivos que configuran esta nueva realidad. Y los datos son claros: la afluencia de tecnología en la vida de nuestros menores es muy alta, y crece con ellos, como puede observarse en la tabla 2.4 de la página siguiente.

Destaca la gran penetración que alcanzan los dispositivos portátiles de música, MP3, MP4 y iPods, entre el grupo de 10-18 años, que prácticamente duplica al de los más pequeños. La música se perfila como uno de los contenidos más relevantes entre este grupo de edad, como se podrá observar más adelante. Por ello, este tipo de aparatos gozan de una gran popularidad entre los adolescentes: a partir de los 15 años, se supera el 85% de penetración, especialmente entre las chicas.

Mientras que en el caso de los más pequeños, las diferencias entre chicos y chicas apenas son perceptibles, sí que existen en el caso

Tabla 2.4. EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE LOS HOGARES DE LA GENERACIÓN INTERACTIVA

	De 6 a 9 años	De 10 a 18 años
PC	95	97
Red	71	82
Portátil	53,5	57
Impresora	61	77
Escáner	31,5	55
Webcam	30	55
USB	-	65
MP3/MP4/iPod	49	80,5
Cámara de fotos digital	70,5	82
Vídeo digital	49	55
TV de pago	40	44
Equipo de música	56	80
Teléfono fijo	63	75
DVD	82	86
Disco duro multimedia	34	39

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 24: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 115: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 2.5. EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE LOS HOGARES DE LA GENERACIÓN INTERACTIVA (POR EDAD Y SEXO)

	De 6 a 9 años	Niños	Niñas	De 10 a 18 años	Chicos	Chicas
PC	95	95	95	97	97	96
Red	71	70	71,5	82	82	82
Portátil	53,5	54	52,5	57	57	58
Impresora	61	61	61	77	75	79
Escáner	31,5	32	31	55	55	56
Webcam	30	30	29	55	55	55
USB	-	-	-	65	66	63
MP3	49	48	48	80,5	79	82
Cámara de fotos digital	70,5	67	74,5	82	79	86
Vídeo digital	49	48,5	50	55	55	56
TV de pago	40	40	40	44	42	46
Equipo de música	56	51	61	80	76	84

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 24: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 115: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

de los menores de 10-18 años, entre los que son ellas las que afirman tener un mejor equipamiento en prácticamente todos los elementos analizados.

Sí que existen diferencias en función del ámbito geográfico. La zona Noroeste (Galicia y Asturias) marca los niveles más bajos de penetración entre los menores de 6 a 9 años, aunque luego se recu-

Tabla 2.6. EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE LOS HOGARES DE LA GENERACIÓN INTERACTIVA (6-9 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Media
PC	96	93	95	96	89	98	95	95
Red	78	69	64,5	74	64,5	79	72	71
Portátil	64	46	51	52,5	44	64	55	53,5
Impresora	65	65	60	68	52	66	53	61
Escáner	33	36	29	38	24	37	25	31,5
Webcam	46	28	28	28	22	32	28	30
MP3/MP4/iPod	57	52	38,5	49	45	62	41	49
Cámara de fotos digital	81	69	69	73	54,5	87	65	70,5
Vídeo digital	61	47	53	49	34	55	47	49
TV pago	51	29,5	39	42	37	48	40	40
Equipo de música	65	62	51	53,5	39	67	51	56
Teléfono fijo	64	61	58,5	67	57	80	58,5	63
DVD	89	87,5	80	81,5	79	93	73	82
Disco duro multimedia	41	31	30	39	23	46	30	34

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 24: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa.». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años.

Tabla 2.7. EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE LOS HOGARES DE LA GENERACIÓN INTERACTIVA (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Media
PC	97,5	96	96	98	99	97	97	97
Red	82	81	80	91	73	87	80	82
Portátil	58	56	55	67	55	59	54	57
Impresora	73	77	77	82	74,5	80	75	77
Escáner	56	56	55	59	55	57	52	55
Webcam	64	52	53	66	53	57	55	55
USB	61	70	64	70	64	70,5	62,5	65
MP3/MP4/iPod	76	82	76	83	78	85	79,5	80,5
Cámara de fotos digital	78	83	82	88	72	86	82	82
Vídeo digital	54	56	52	61	44	57	56	55
TV pago	50	43	43	50	36	49,5	40	44
Equipo de música	77	82	77	83	72	82,5	80	80
Teléfono fijo	73	78	61	80	69	81,5	75	75
DVD	81	87	85	88	81,5	86,5	87	86
Disco duro multimedia	44	39	35	44	33	40	40	39

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 115: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa.». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

pera en gran parte de los indicadores entre los de 10 a 18. Por el contrario, a la cabeza en equipación tecnológica de los hogares se encuentran la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón) y la zona

Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja), que muestran valores muy altos en ambos grupos de edad. En el caso de los más pequeños, Canarias se muestra competitiva en la disponibilidad de al-

gunas tecnologías, como el acceso a Internet, al ordenador portátil, a la televisión de pago, a la *webcam* y al MP3. El resto de zonas se encuentran más cerca de la media.

Respecto a sus iguales en Iberoamérica, los menores españoles manifiestan una mayor disposición de aparatos y recursos tecnológicos que, como se podrá comprobar más adelante, podrá suponer diferencias en el uso que hacen de ellos.

A partir de ahora se atenderá con más detalle a cuatro pantallas en particular: ordenadores e Internet, teléfonos móviles, videojuegos y televisión. De ellas se estudiarán con detalle datos sobre posesión y uso, así como los servicios y contenidos más utilizados, las motivaciones que llevan a los menores a usarlas, las valoraciones que les suscitan y los riesgos que perciben.

Tabla 2.8. DIFERENCIAS DE EQUIPAMIENTO ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA (10-18 AÑOS)

	Iberoamérica	España
PC	65	97
Red	50	82
Portátil	7	57
Impresora	51	77
Escáner	29	55
USB	44	65
MP3	56	80,5
Cámara de fotos digital	48	82
Vídeo digital	26	55
TV de pago	48	44
Equipo de música	85	80

Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas» 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 115: «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

3. INTERNET

3.1 Equipación tecnológica

En el caso de los menores españoles, se podría afirmar que la penetración de este dispositivo es prácticamente universal: el 95% de los más pequeños (6-9 años) y el 97% de los más mayores (10-18 años) afirma tener un ordenador en casa.

Si comparamos estos datos con los disponibles de la población española en general, vemos cómo la penetración media del ordenador en los hogares españoles alcanzaba, según el INE, el 63'6% en el año 2008. La diferencia de estos datos nacionales con los obtenidos en esta investigación se pueden deber, entre otros motivos, a la especial afluencia tecnológica de los hogares con niños. Se ha demostrado ya la relación directa entre el hecho de que en un hogar haya menores con la mayor probabilidad de que se disponga de diferentes dispositivos tecnológicos. En EE UU, los hogares con niños entre 2 y 17 años pasaron de una penetración del ordenador del 48% en 1996 al 70% cuatro años después; algo similar sucedió con la conexión a Internet, que en el mismo periodo de tiempo pasó del 15% al 52% de penetración². Algo similar sucedió en otros países occidentales durante esos años como ponen de manifiesto estos gráficos de Vickery (2002) en un informe para la OCDE³ (gráfico 3.2).

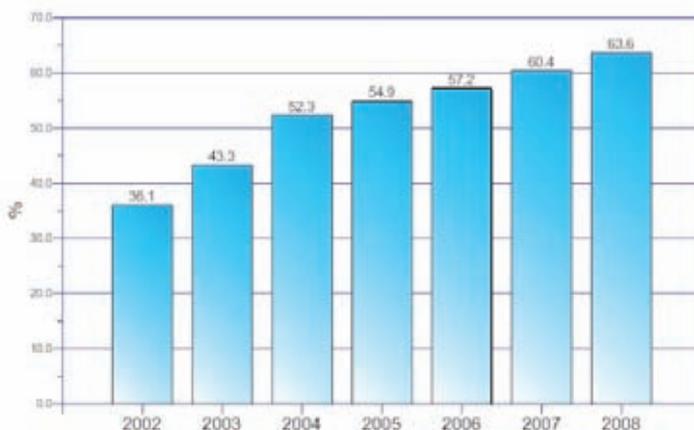


El informe *Infancia y adolescencia en la Sociedad de la Información*, elaborado en España por Red.es en junio de 2005 ponía ya de manifiesto las diferencias evidentes en la posesión de determinadas tecnologías en los hogares con y sin niños. Y concluía: «los hogares con niños muestran la capacidad de actuar como palanca de impulso en el desarrollo de la Sociedad de la Información. Se constata la oportunidad estratégica de establecer políticas activas diferenciadas dirigidas a hogares con niños, para el impulso de la inclusión digital, tanto de comunicación, sensibilización y formación en nuevas tecnologías, como de seguridad TIC y de apoyo económico» (2005:13) (gráfico 3.3).

² Shields, Margie K. y Behrman, Richard E. «Children and computer technology: analysis and recommendations». *The Future of Children. Children and Computer Technology*, vol 10(2), fall-winter 2000:5).

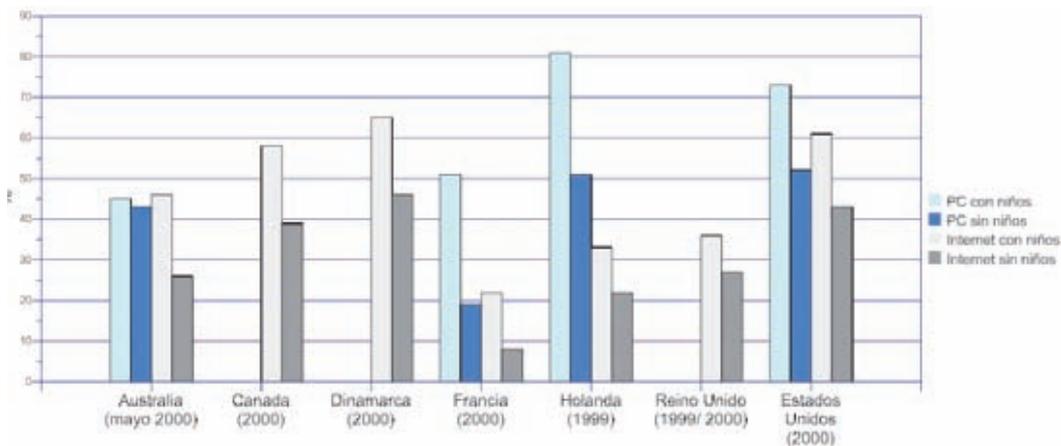
³ Vickery, G. (2002), OCDE Information Technology Outlook.

Gráfico 3.1. PENETRACIÓN DE ORDENADORES EN LOS HOGARES ESPAÑOLES



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Datos de 2008.

Gráfico 3.2. ACCESO A INTERNET Y ORDENADOR (POR TIPO DE HOGAR)



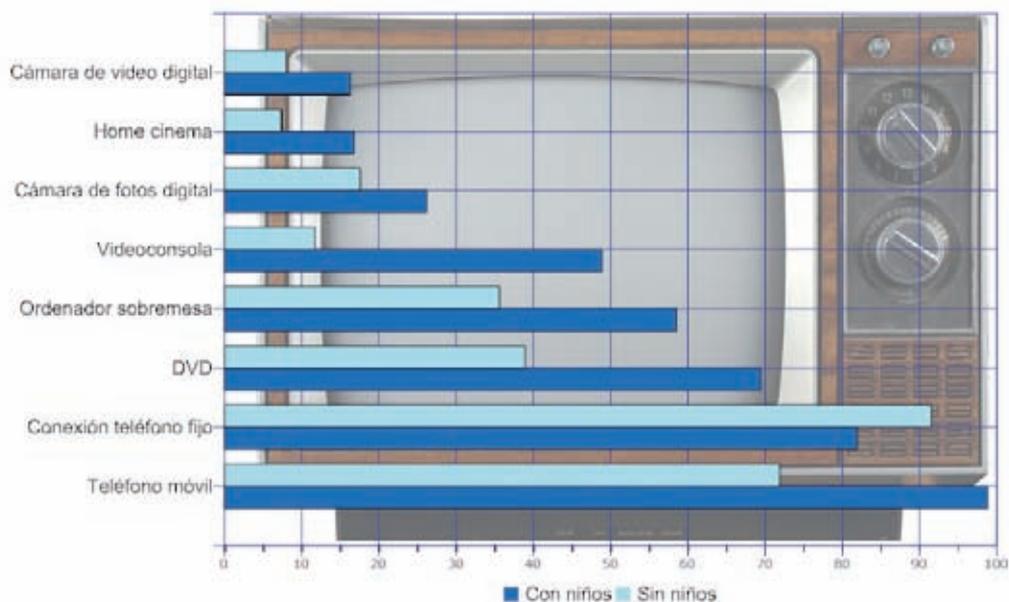
Fuente: OCDE Information Technology Outlook (2002).

En lo que respecta al presente estudio, que indica que el PC es prácticamente universal en los hogares españoles con niños y adolescentes, cabe señalar que no hay apenas diferencias en los datos de ambos grupos de edad. Resulta por ello destacable el caso de la zona Noroeste (Galicia y Asturias), donde la edad sí parece relevante: hay un salto de casi diez puntos porcen-

tuales que lleva esta zona a estar a la cola en penetración entre los más pequeños (89%), a liderar la tabla en el caso de los mayores (99%) (gráfico 3.4).

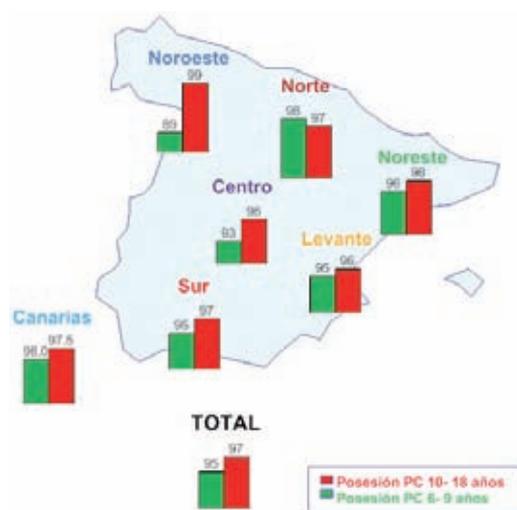
La ubicación del ordenador en el hogar también es un dato relevante. La penetración de ordenadores es superior entre los hogares donde hay niños, por lo que no sorprende que su propio dormitorio

Gráfico 3.3. EQUIPAMIENTO EN EL HOGAR (POR TIPO DE HOGAR)



Fuente: *Infancia y adolescencia en la Sociedad de la Información*. Red.es, 2005.

Gráfico 3.4. POSESIÓN DE ORDENADOR (POR ZONA)

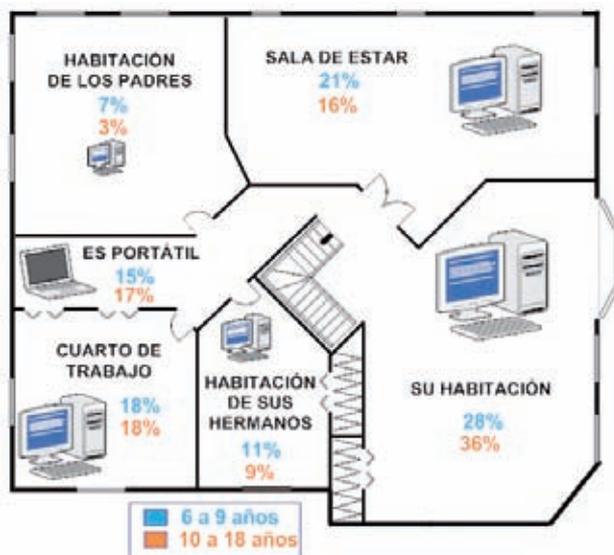


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 6: «¿Tienes ordenador en casa?» N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 18: «¿Tienes ordenador en casa?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

sea la opción más habitual para colocarlo. En este caso, la edad sí que marca una clara diferencia, y los más mayores disponen de un PC en su dormitorio en más casos: el 36% frente al 28% de los más pequeños, aunque en ambos es la opción preferida. Es decir, más de un tercio de los adolescentes que poseen un ordenador, lo disfrutaban en su propio dormitorio.

También las otras opciones de localización del ordenador en el hogar señalan algunas diferencias en función de la edad: para los menores, la sala de estar es el segundo lugar más habitual, con el 21% de los casos, mientras que para los mayores, es un cuarto de trabajo, estudio o similar, con el 18%, el que se convierte en la segunda localización. En el caso de los adolescentes es interesante el dato que arroja la respuesta: «el ordenador es portátil»: el 17% responde que ésta es la opción de uso en su hogar, frente al 14% de los más pequeños.

Gráfico 3.5. UBICACIÓN DEL ORDENADOR EN EL HOGAR (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 7: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años, y n.º 19: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 8.102 escolares de 10 a 18 años.

Además, en lo que se refiere a ubicación, hay diferencias respecto al sexo: es más común el ordenador en el dormitorio de los chicos que en el de las chicas, aunque esta diferencia se va mitigando con la edad. Para las más pequeñas, el ordenador está en la misma proporción presente en su dormitorio que en la sala de estar, mientras que para un tercio de las adolescentes «mi habitación» es ya la localización más habitual.

Podemos releer los datos desde otra perspectiva: en qué medida el ordenador está en un lugar común o bien en un espacio propio de los menores. La disposición del PC en el hogar puede facilitar o dificultar la mediación familiar sobre el uso que niños y adolescentes hacen de esta pantalla, que será objeto de un análisis posterior. Los datos confirman que en el caso de los menores las disposiciones compartidas, y que a priori pueden facilitar la mediación (la habitación de los padres, la sala de estar

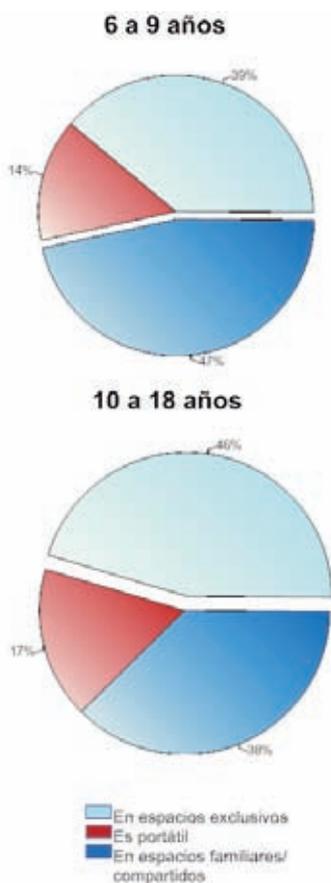
Tabla 3.1. UBICACIÓN DEL ORDENADOR EN EL HOGAR (POR EDAD Y SEXO)

	De 6 a 9 años	Niños	Niñas	De 10 a 18 años	Chicos	Chicas
En mi habitación	28	31	24	36	39	33
En la habitación de un hermano/a	11	11	11	9	10	9
En la habitación de mis padres	7	7	7	3	3,5	2,5
En la sala de estar	21	19	24	16	16	16
En un cuarto de estudio/trabajo	18	17	20	18	16	20
Es portátil	14,5	15	14	17	15	19

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 7: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años, y n.º 19: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 8.102 escolares de 10 a 18 años.

o un cuarto de estudio) son las preferidas: suponen el 46,5% de las respuestas frente al 39% que reconoce que posee el ordenador en espacios más exclusivos (su dormitorio o el de un hermano). Los datos cambian en el caso de los adolescentes: el 45% declara disfrutar del PC en un espacio más reservado, frente al 37% que lo hace en un entorno más familiar y compartido. Quedan fuera de esta apreciación los ordenadores portátiles, que son susceptibles de pertenecer a ambas esferas.

Gráfico 3.6. ESPACIOS DE USO DEL ORDENADOR EN EL HOGAR (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 7: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años, y n.º 19: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 8.102 escolares de 10 a 18 años.

Hay algunas diferencias significativas en la ubicación «mi habitación» en función de la zona geográfica. Los niños y adolescentes de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) disponen del ordenador en su dormitorio en el 40% y el 46% de los casos, respectivamente, ambos con los porcentajes más altos. Por el contrario, los niños (6-9 años) de la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia) son los que en menor medida lo tienen en su dormitorio, con el 24% de los casos, y en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón), sólo el 30% de los adolescentes (10-18 años) tiene un PC en su propio cuarto.

Por el contrario, precisamente en la zona Noreste es donde en un mayor porcentaje, 26,5%, ocupa «un cuarto de trabajo, estudio o similar», y destaca también por liderar la penetración de portátiles entre los adolescentes (20%). Canarias lidera la penetración de portátiles en el caso de los hogares de los más pequeños (6-9 años) con el 24% de los casos.

Respecto a la sala de estar, entre los más pequeños, son los menores de la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja) los que más disfrutan del ordenador en esta ubicación: el 29% de los niños y el 23% de los adolescentes.

Y si de nuevo releemos estos datos en clave de facilidad de mediación, la conclusión es que en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón) el ordenador ocupa, en la mayor parte de los casos, y para ambas franjas de edad, un espacio compartido (dormitorio de los padres, sala de estudio o sala de estar) que puede facilitar el control y la intervención de los padres en la navegación. Por el contrario, en el caso de la zona Noroeste (Galicia y Asturias), estas ubicaciones sólo se dan en el 37% de los casos entre los más pequeños y en el 32% en los hogares de los adolescentes. Las localizaciones más habituales para el ordenador en esta zona son aquellas exclusivas de los menores (su propio dormitorio o el de un hermano): el 50% y el 51% de los casos, respectivamente, en función de la franja de edad.

Tabla 3.2. UBICACIÓN DEL ORDENADOR EN EL HOGAR (6-9 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur
En mi habitación	28	28	24	27	40	19	31
En la habitación de un hermano/a	8	12	16	5	10	10	12
En la habitación de mis padres	6	6,5	6	5	6	8	9
En la sala de estar	20	21	20	25	12	29	20
En un cuarto de estudio/trabajo	14	20	20	26	20	20	13
Es portátil	24	13	14	11,5	13	13	15

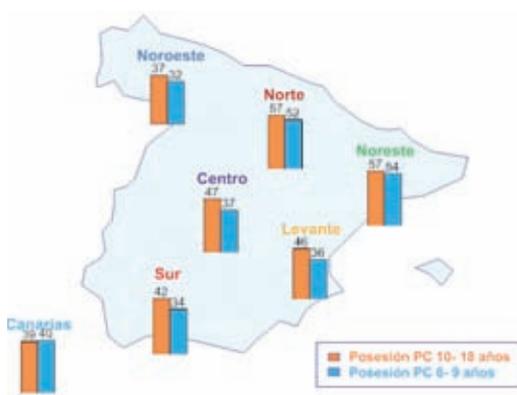
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 7: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años.

Tabla 3.3. UBICACIÓN DEL ORDENADOR EN EL HOGAR (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur
En mi habitación	37	38	35	30	46	34	37,5
En la habitación de un hermano/a	5	11	11	6	5	9	11
En la habitación de mis padres	5	4	2	4	1	3	3
En la sala de estar	18	17	14	13	14	23	14
En un cuarto de estudio/trabajo	18	16	20	26,5	16,5	16	17
Es portátil	18	15	17,5	20	17	15,5	18

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 19: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 8.102 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.7. UBICACIÓN DEL ORDENADOR EN LUGARES FAMILIARES O COMPARTIDOS (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 7: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años, y n.º 19: «¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?». N = 8.102 escolares de 10 a 18 años.

Acceso a Internet en el hogar

Poseer un ordenador en casa está, por razones obvias, estrechamente relacionado con disponer de una conexión a Internet en el hogar. Sigue siendo el dispositivo de acceso más habitual, y cada vez más equilibra su valor *per se* con su carácter de instrumento para acceder a la Red.

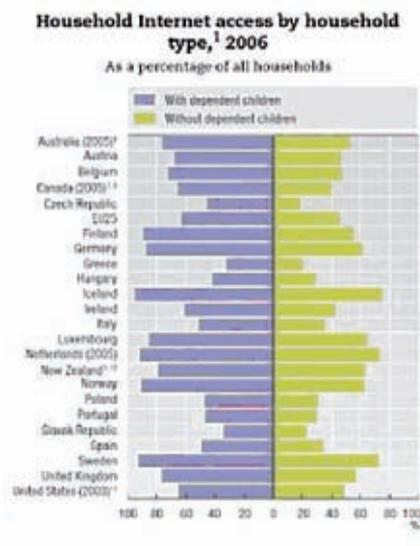
Los datos nos muestran que el 71% de los más pequeños afirma tener conexión a Internet en casa, porcentaje que se eleva al 82% entre los más mayores. Al igual que lo que sucedía en el caso de la penetración de ordenadores, destaca la alta penetración de Internet entre los hogares de los menores, comparado con el 51% que arrojan los datos oficiales del INE sobre el total de los hogares españoles. En este caso, también, al igual que sucede en otros países occidentales (véase el gráfico de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]), la presencia de niños en el hogar acelera la conexión a Internet.

Penetración de Internet: diferencias por zona, edad y sexo

Si bien hemos visto que para poseer un ordenador en el hogar la edad no era relevante, en el caso de la conexión a Internet, sin embargo, las diferencias a causa de la edad se generalizan: mientras que el 71% de los más pequeños afirma tener una conexión a Internet en el hogar, el porcentaje de los mayores que sí declaran tenerla se eleva al 82%. Este porcentaje se acorta, sin embargo, si únicamente miramos a aquellos que sí poseen un PC: de estos, el 80% tiene acceso a la Red desde su casa entre los de 6 a 9 años, dato que alcanza al 87% de los mayores.

Se aprecian diferencias reseñables en función de la zona de procedencia de los datos: entre los más pequeños, la zona Norte (Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra) y Canarias están al frente en conexiones a Internet desde el hogar (85%) con casi diez puntos de diferencia respecto a la zona Centro (Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha) o la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia).

Gráfico 3.8. HOUSEHOLD INTERNET ACCESS BY HOUSEHOLD TYPE



Fuente: The STI Scoreboard 2007, p. 105 OCDE.



Tabla 3.4. VINCULACIÓN DE LA PRESENCIA DE ORDENADOR EN EL HOGAR Y POSESIÓN DE CONEXIÓN A INTERNET (POR ZONA)

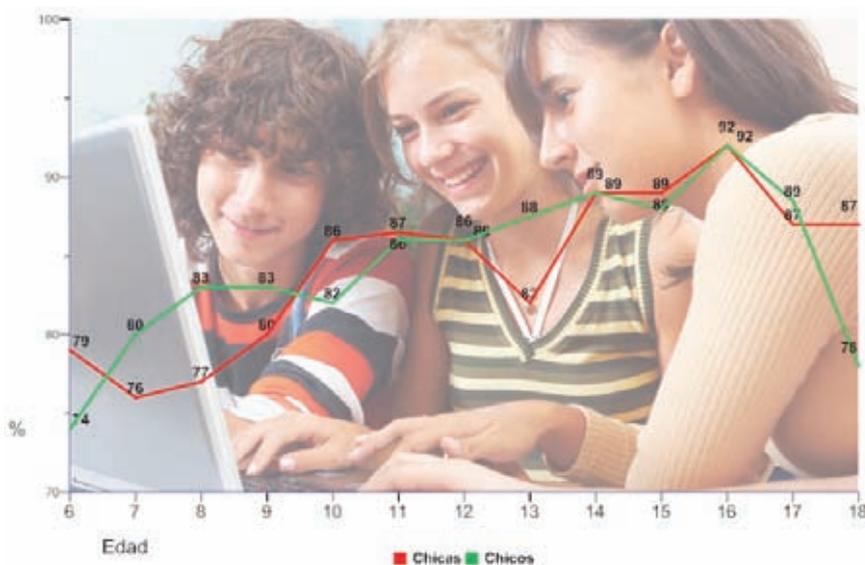
	Posesión PC		Conexión a Internet			
			Sobre el total		Sobre los que tienen PC	
	6-9 años	10-18 años	6-9 años	10-18 años	6-9 años	10-18 años
Canarias	96	97,5	78	82	85	88
Centro	93	96	69	81	76	86,5
Levante	95	96	64,5	80	75	86
Noreste	96	98	74	91	83	96
Noroeste	89	99	64,5	73	77	75
Norte	98	97	79	87	85	92
Sur	95	97	72	80	80	86
Total	95	97	71	82	80	87

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 6: «¿Tienes ordenador en casa?»; n.º 8: «¿Hay conexión a Internet en tu casa?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años; n.º 18: «¿Tienes ordenador en casa?», y n.º 20 «¿Tienes Internet en tu casa?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Entre los mayores, la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón) lidera la penetración con un porcentaje muy elevado, el 96%, mientras que la zona Noroeste (Galicia y Asturias) se queda más de veinte puntos porcentuales por debajo.

En cualquier caso, la tendencia de los datos parece indicar que, como prácticamente ha sucedido ya en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón) y en la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja), la presencia de un orde-

Gráfico 3.9. EVOLUCIÓN DE LA CONEXIÓN A INTERNET (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 8: «¿Hay conexión a Internet en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años, y n.º 20 «¿Tienes Internet en tu casa?». N = 8.102 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.5. POSESIÓN DE CONEXIÓN A INTERNET SOBRE LOS QUE TIENEN ORDENADOR (6-9 AÑOS, POR ZONA Y SEXO)

	Posesión de PC		Conexión a Internet Sobre los que tienen PC	
	6-9 años		Chicos	Chicas
Canarias	96	85	85	85
Centro	93	76	78	69
Levante	95	75	70	78
Noreste	96	83	80	87
Noroeste	89	77	75	79
Norte	98	85	85	85
Sur	95	80	77	83
Total	95	80	78,5	81

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 8: «¿Hay conexión a Internet en tu casa?». N = 2.287 escolares de 6 a 9 años.

nador en el hogar está vinculada a una conexión a Internet.

Mientras que la edad se presenta como relevante a la hora de determinar la posesión de un ordenador personal y la conexión a Internet desde el hogar, el sexo no ofrece diferencias significativas en el caso de los mayores. Sí que se aprecian algunas entre los más pequeños, de 6 a 9 años: las niñas superan a los chicos en la disponibilidad de Internet en casa, a excepción de la zona Centro, aunque se puede observar que cuanto más generalizado es el acceso a la Red, como en la zona Norte o Canarias, más equilibrada resulta la distribución entre sexos.

Sistemas de protección

Sobre la existencia de algún tipo de control de acceso a los contenidos de Internet, la respuesta mayoritaria es negativa: solo el 17% de los menores de entre 10 y 18 años reconoce tener un filtro en su conexión a la Red. Aunque los datos entre las distintas zonas son muy similares, en la zona Centro (Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha) y en Canarias alcanza el 19%, y marca el mínimo la zona Sur (Andalucía y Extremadura), donde el 15% de las conexiones a Internet desde el hogar cuenta con algún sistema de filtrado de contenidos.

Merece la pena detallar la diferencia que arroja este dato si lo analizamos por sexo: mientras que el 14% de las chicas de 10 a 18 años tiene un filtro de contenidos en su conexión doméstica a Internet, el dato alcanza el 19,5% entre los chicos. Por ejemplo, los adolescentes de 18 años reconocen en un 26% disponer de un filtro.

Sin embargo, la mayoría de los ordenadores con conexión disponen de un antivirus: el 68% de los casos. Esta respuesta encuentra su valor máximo en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón), donde más de tres de cada cuatro adolescentes, el 77%, reconoce que su ordenador tiene un antivirus, y su valor mínimo en la zona Noroeste (Galicia y Asturias), con el 58,5% de respuestas afirmativas. La diferencia en razón de sexo es aquí mínima: el 69% de los chicos y el 67% de las chicas disponen de esta forma de protección.

Habría que matizar estos datos señalando que el 15,5% de los menores no sabe si dispone de algún tipo de sistema de protección (bien filtro de contenidos a la Red o antivirus en el ordenador) o no son capaces de identificar de qué tipo se trata. Las chicas, en términos generales, se muestran más desconocedoras o confusas sobre la existencia de estos sistemas que los chicos, el 19% de los casos frente al 13%. Aunque este desconocimien-

Tabla 3.6. POSESIÓN DE SISTEMAS DE PROTECCIÓN (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	No, ninguno	Sí, filtro	Sí, antivirus	No lo sé/no sé qué es
Canarias	5	19	68	16
Centro	5	19	67	15
Levante	4	15	65	17
Noreste	3	18	77	17
Noroeste	4	16	58,5	11
Norte	4	17	72	17
Sur	4	15	67	15

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 21: «¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.805 escolares de 10 a 18 años.

to se atenúa con la edad, se mantiene la diferencia de percepción por sexo.

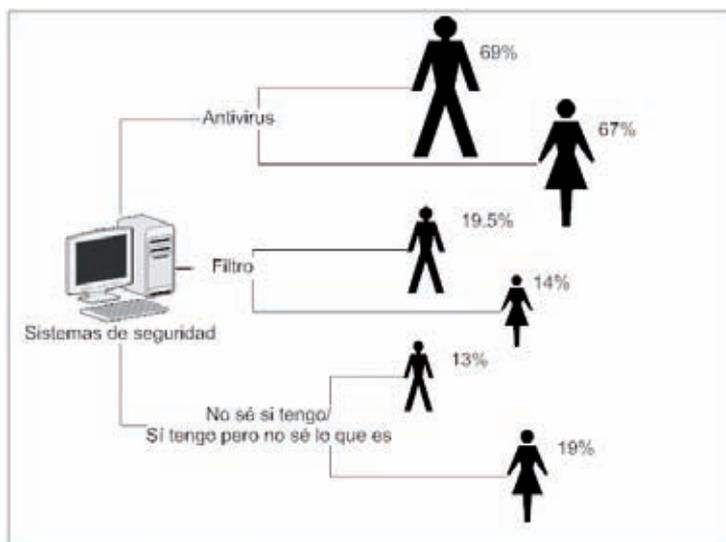
En este caso, la tendencia es muy similar a la arrojada por los datos de la encuesta realizada en Iberoamérica (Bringué y Sádaba, 2008): las chicas disponen en menor medida que los chicos de filtros de contenidos en su conexión a la Red tanto en España como en Iberoamérica, y también manifiestan mayor desconocimiento o confusión sobre los sistemas de protección con los que cuenta su equipo informático.

3.2. Experiencia de uso

Multiacceso

La vida del menor se explica fundamentalmente por el tiempo que pasa en casa, en el colegio y con sus iguales. También, de forma tradicional, el hogar es el lugar de «entrada» o de primera penetración de los medios de comunicación mediante la oferta de contenidos específicos dirigidos a los más pequeños. Bajo esta fórmula se

Gráfico 3.10. POSESIÓN DE SISTEMAS DE PROTECCIÓN EN EL HOGAR (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 21: «¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.805 escolares de 10 a 18 años.

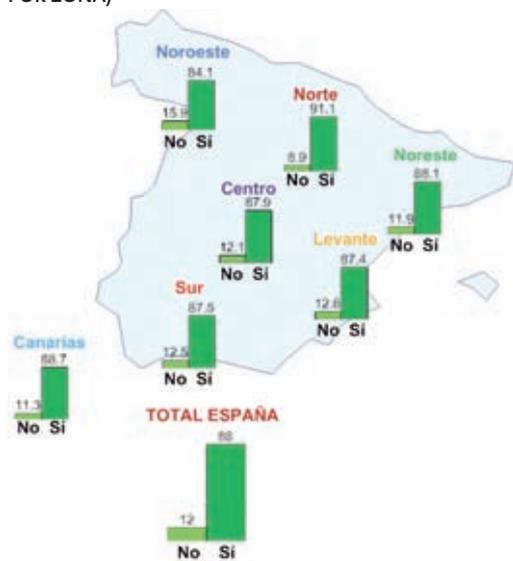


consiguió, por ejemplo, aumentar exponencialmente la venta de aparatos de televisión durante la década de 1960 en Estados Unidos. La acción comercial vino acompañada por una potente oferta de contenidos infantiles emitidos a diario y que, paradójicamente, desapareció al alcanzar la televisión el 90% de penetración en los hogares y fue sustituida por programas generalistas relegando a los más pequeños al *kid-vid ghetto* de los sábados por la mañana. De modo similar, esta estrategia sigue presente en la venta de servicios de televisión por cable, satélite o banda ancha en el caso de Internet. Sin embargo, aparecen dos elementos radicalmente distintos al caso de la televisión antes contado: puede que el hogar ya no sea el sitio estrella para acceder a los nuevos medios de comunicación y, al mismo tiempo, la finalidad educativa ya no la marca la naturaleza del contenido, sino la finali-

dad del usuario. Al hilo de la investigación realizada, estas dos cuestiones arrojan resultados y conclusiones muy particulares. Veámoslo a continuación.

Internet se define como un medio universal por muchos aspectos, también por lo múltiple o variado que puede ser el lugar de acceso. En el caso de la Generación Interactiva, es casi universal en cuanto al uso: entre los más pequeños –de 6 a 9 años– siete de cada diez son internautas, y es Canarias la zona con mayor uso intensivo –85%– mientras que en el otro extremo se sitúa el Noroeste con el 63%. En el caso de los más mayores –10 a 18 años– el 88% se declara usuario de Internet: destacan los escolares de la zona Norte con el 91% de usuarios de la Red, mientras que el Noroeste vuelve a ocupar el extremo opuesto con el 84%. El gráfico siguiente compara algunos de estos resultados:

Grafico 3.11. USUARIOS DE INTERNET (10-18 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 7: «¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?». N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

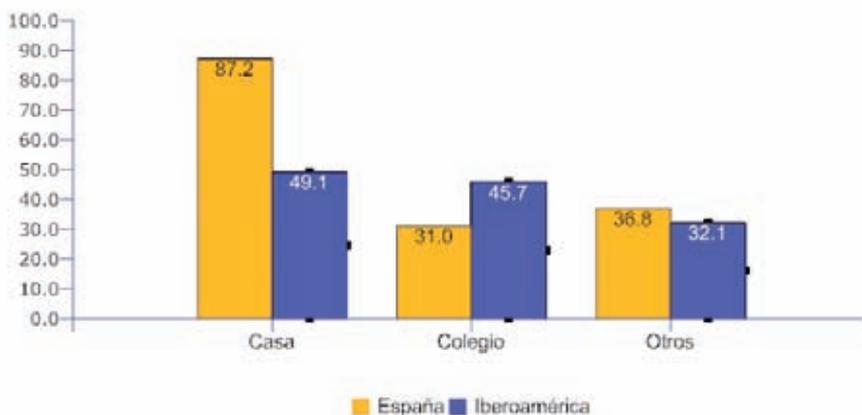
Por edad, y de forma global, la utilización de Internet aumenta con el paso del tiempo: a los 6 años el 61,8% navega de forma regular; cuando cumplen los 18, el 93,7% son ya internautas. Por último, las diferencias en el uso de Internet según el sexo no son muy significativas y en ambos casos se da una coincidencia peculiar: los 14 años es la edad de ruptura de la barrera del 90% de índice de penetración de Internet entre los menores españoles.

¿Dónde se conectan?

Una vez definido el grado de acceso de la Generación Interactiva a Internet, será interesante indagar sobre el lugar o lugares habituales de uso. Para ello, trazaremos primero esta cuestión entre los más pequeños para luego abordar los comportamientos de la generación que les precede.

Como primera conclusión, los menores estudiados se definen por realizar un multiacceso a la Red desde diversos lugares; dicho de otro modo, el acceso a Internet se define como una experiencia

Grafico 3.12. LUGAR DE NAVEGACIÓN (6-9 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas, 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 25: «¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)?». N = 8,373 escolares de 10 a 18 años.

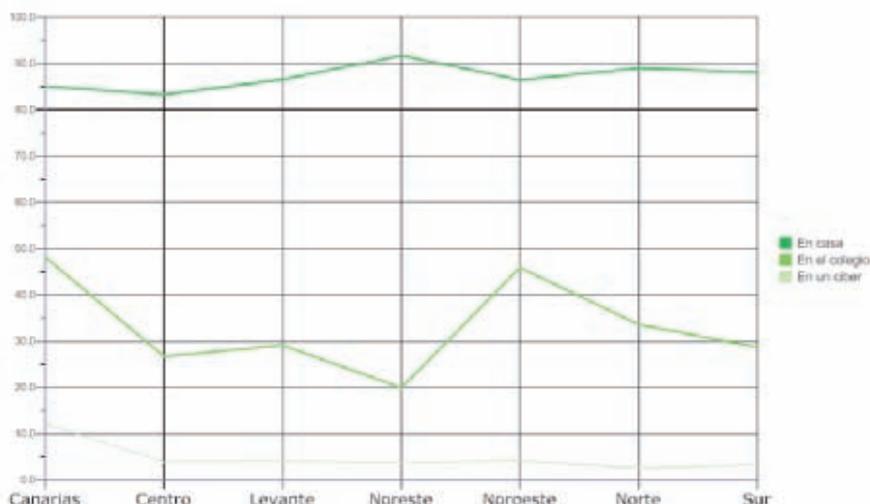
fragmentada. Entre los más pequeños, el propio hogar es el sitio más habitual para navegar –87%–, seguido de la escuela –31%– y otros sitios. Frente a Generaciones Interactivas de otros países como Argentina, Chile, Brasil, México, etcétera, aquí aparece un rasgo muy distintivo: los menores españoles entre 6 y 9 años navegan mayoritariamente en su casa mientras que sus colegas iberoamericanos lo hacen desde la escuela o lugares públicos como *cibercafés*, etcétera, tal como puede verse en el gráfico 3.12.

Por zona, tal como puede verse en el gráfico 3.13, los resultados siguen la pauta nacional con alguna peculiaridad: los menores del Noreste, Norte y Levante utilizan Internet desde sus hogares por encima de la media, mientras que escolares del Noroeste o Canarias encuentran en la escuela o el colegio un sitio idóneo para navegar, además de los propios hogares. En referencia al sexo, los resultados se manifiestan homogéneos con una ligera tendencia entre las chicas a navegar más en el colegio que en casa de amigos o familiares.

Sobre los más mayores la encuesta realizada admitía la misma variedad de lugares habituales para acceder a la Red: el propio hogar, la escuela, *cibercafés*, lugares públicos como bibliotecas o centros de actividades, el hogar de un amigo, la casa de algún familiar u otros sitios. Sobre todas estas opciones, aparece en primer lugar el propio hogar para el 89% de los menores. La casa de un amigo se sitúa como segunda alternativa para el 29% y la escuela le sigue de cerca, en tercera posición, con el 28%. Casi una cuarta parte afirma navegar en casa de algún familiar y son alternativas minoritarias –en torno al 10%– lugares como bibliotecas y cibercentros.

Por zona, los resultados pueden observarse en la tabla 3.7. Según estos datos, utilizan más Internet en casa los menores del Noreste y la zona Centro. Frente a estos casos, son los escolares del Noroeste –Galicia y Asturias– y la zona Sur –Andalucía y Extremadura– los que más navegan en la escuela. Por otro lado, acceder a Internet desde casa de un familiar o desde la de algún amigo es algo más frecuente para los que viven

Gráfico 3.13. LUGAR DE NAVEGACIÓN (6-9 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 11: «¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta)». N = 2.411 escolares de 6 a 9 años.

Tabla 3.7. LUGAR DE NAVEGACIÓN (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	En mi casa	En el colegio	En un «ciber»	En un lugar público	En casa de un amigo	En casa de familiar
Canarias	98,5	29,9	16,3	15	34,2	29,7
Centro	87,1	21,2	12,1	11,1	28,7	22,4
Levante	87,2	25,1	7,9	5,2	24,7	20,8
Noreste	95,7	30,7	10	9,3	27,5	22,1
Noroeste	87,6	38,4	11,9	10,9	32,2	23,4
Norte	92	24,4	9,7	10	25,9	21,3
Sur	87,2	36,4	8,4	10,7	34,2	30,7
Total	89	28,5	10,2	10	29,4	24,4

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 25: «¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

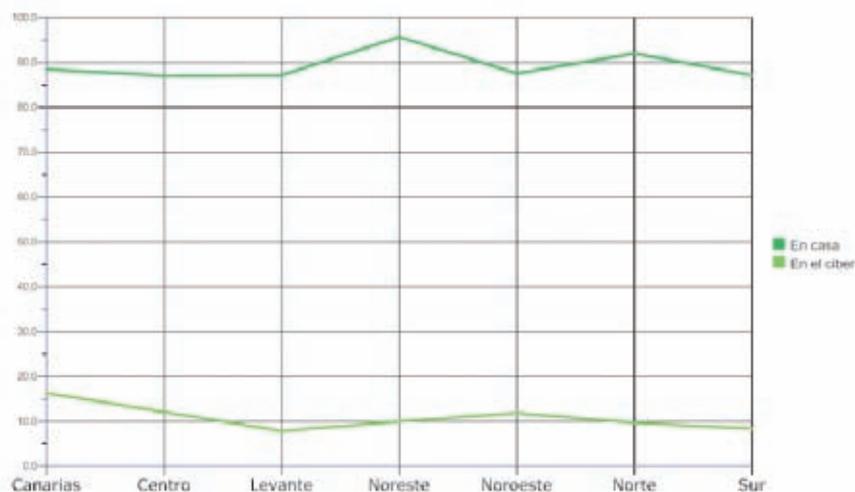
en Canarias, Andalucía y Extremadura. Por último, destaca el acceso a Internet por encima de la media de lugares como cibercentros o bibliotecas en el caso de los escolares canarios.

En definitiva, el hogar se define como sitio de especial trascendencia educativa, por lo que supone de mediación entre los menores y el acceso a diversos contenidos de Internet. Según los resul-

tados, la potencial tarea educadora de los adultos podrá ejercerse en gran parte de los accesos de la Generación Interactiva a la Red al ser el hogar el sitio más habitual para navegar.

Sin embargo, como hemos dicho anteriormente, Internet escapa a los lugares tradicionales de acceso de medios de comunicación por parte de los menores y de educación en dicho uso por par-

Gráfico 3.14. LUGAR DE NAVEGACIÓN: HOGAR FRENTE A LOS CIBERCAFÉS (10-18 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 11: «¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.15. USUARIOS DE INTERNET EN EL COLEGIO (10-18 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 11: «¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta). Respuesta en el colegio» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

te de progenitores y educadores. La alternativa más común al «lugar natural» la constituye el acceso a Internet desde los hogares de amigos o familiares, suponiendo que en estos sitios se da en menor instancia una mediación directa por parte de los progenitores de los menores. Dicho de otro modo, acceder fuera de casa supone hacerlo sin la posibilidad de una tutela –rasgo que define de forma radical al público objeto de este estudio– o sin la existencia de ayudas técnicas que delimiten el acceso a determinados contenidos o posibiliten una supervisión a posteriori de las rutas de navegación de los menores. Tal como puede verse en el gráfico 3.14, aunque son casos muy minoritarios existe la posibilidad real de que los menores accedan a Internet desde lugares ausentes de cualquier mediación adulta.

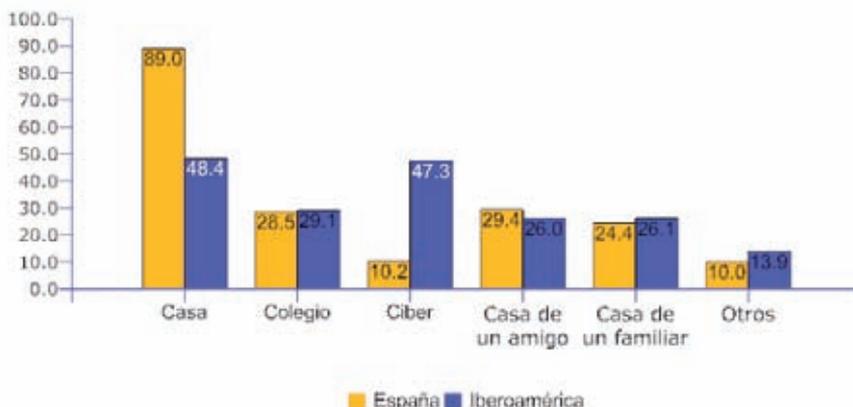
Por edad, no se aprecian diferencias significativas sobre el lugar de acceso a Internet por excelencia: en casi todos los casos, nueve de cada diez suelen hacerlo desde sus casas. En lo relativo a la escuela, sí parece darse una correlación entre un

uso más intensivo de la Red que crece con la edad hasta llegar a alcanzar el 39% de los casos a los 18 años, once puntos por encima de la media.

El uso más intensivo de la Red en casa de algún amigo o familiar suele darse a partir de los 13 años y con mayor frecuencia en el caso de las chicas, dato que indica un uso marcadamente social de Internet. Por último, destaca el acceso a Internet desde lugares públicos como bibliotecas, centros de actividades o cibercentros entre escolares de 12 a 14 años. Sirva como ejemplo que, aunque estamos ante una opción no generalizada, el 17% de los varones de 13 años afirman desplazarse a *cibers* para realizar sus navegaciones.

En cuanto al lugar de acceso a Internet, es posible comparar algunas tendencias de los menores españoles frente a otros de sus iguales iberoamericanos. En términos generales, si bien ambas generaciones comparten el rasgo de multiacceso, en nuestro país se da una mayor definición del hogar como sitio preferente para navegar –dato que sin duda tiene una directa relación con una mayor

Gráfico 3.16. LUGAR DE NAVEGACIÓN (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas 2008*. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 11: «¿En qué lugar sueles usar Internet para navegar, chat, e-mail? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

penetración de Internet en este ámbito—. Este hecho fuerza que los menores iberoamericanos naveguen más desde la escuela o los *cibercafés*, tal como puede apreciarse en el gráfico 3.16.

3.3. Tiempo de uso

Los resultados de la investigación realizada permiten definir a una generación con gran capacidad –o por lo menos potencial– para mantenerse interconectada por el uso cotidiano que hacen de la Red. Ya hemos analizado esta cuestión desde el punto de vista del equipamiento o los diversos lugares preferidos para conectarse a Internet. La investigación realizada nos permite ahondar en este aspecto desde las respuestas ofrecidas al tiempo dedicado a navegar por Internet –entre semana y el fin de semana– siempre referida a la navegación desde el hogar.

Lógicamente, la mayoría de menores con acceso a Internet en sus hogares utilizan este medio: a partir de 10 años lo hace el 90%, y los más pequeños –de 6 a 9 años– les van a la zaga: ocho de cada diez también suelen utilizar Internet.



Gráfico 3.17. TIEMPO DE CONEXIÓN DE LUNES A VIERNES (10-18 AÑOS)

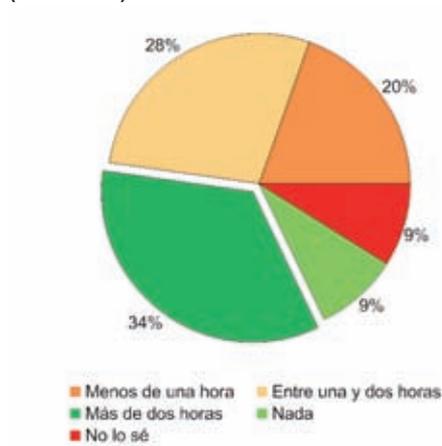


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 23: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

De lunes a viernes y en términos generales, el grupo más numeroso es el que reconoce dedicarle entre una y dos horas al día, seguidos por aquellos que afirman navegar menos de una hora. En esta situación se encuentra casi un tercio de los escolares entre 10 y 18 años. El tercer grupo lo constituye otro importante colectivo que afirma navegar más de dos horas diarias. La diferencia es muy leve con los grupos anteriores al estar en esta situación el 28% de los menores. También resulta significativo que el 6% de usuarios de Internet no utilicen nunca Internet entre semana; por último, casi uno de cada diez afirma no saber cuantificar el tiempo diario de dedicación a la Red, dato con cierta relevancia educativa. En definitiva, de lunes a viernes y según el tiempo de navegación, la Generación Interactiva española aparece aglutinada bajo tres opciones que mantienen una distribución bastante proporcional.

Durante el fin de semana, las pautas de dedicación y uso de Internet cambian sensiblemente frente a los datos descritos relativos a los días laborables. Una mayor disponibilidad de tiempo genera el aumento de casos que afirman navegar más de dos horas: el 34,5% así lo asegura. Lógicamente,

Gráfico 3.18. TIEMPO DE CONEXIÓN EN FIN DE SEMANA (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 24: «El sábado o domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

esto hace que el grupo con un consumo menor a una hora decrezca hasta situarse entorno al 20%. El colectivo de menores que navegan entre una y dos horas se mantiene constante todos los días de la semana y, durante las jornadas festivas, hay un ligero aumento de menores que afirman no utilizar la Red en ningún momento. El gráfico 3.18 muestra la distribución de estos datos.

Por zona se observan varias tendencias. En primer lugar, entre semana, Canarias y el Noroeste destacan por tener una presencia por encima de la media de navegantes «heavy users», con más de dos horas diarias dedicadas a navegar. El caso contrario, con una navegación por debajo de la hora diaria lo ocupan menores de la zona Centro y Norte. Durante el fin de semana, las pautas de consumo intensivo se repiten en las mismas zonas, siendo destacable que cuatro de cada diez escolares canarios afirman navegar más de dos horas diarias. La disponibilidad de más tiempo tiene una influencia negativa en el tiempo dedicado a la navegación en el Levante, Sur y Noreste, dato que indica que los menores de esas zonas aprovechan el tiempo libre, en mayor medida, para la realización de otras actividades.

Tabla 3.8. TIEMPO DE NAVEGACIÓN ENTRE SEMANA Y FINES DE SEMANA (10-18 AÑOS, POR ZONA)

Entre semana	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	Nada	No lo sé
Canarias	23,2	23,6	37,2	3,2	12,8
Centro	30	29,3	26,1	6,4	8,2
Levante	27,2	27,7	27,4	7,1	10,6
Noreste	29,8	32,7	26,4	3,2	7,9
Noroeste	24,6	30,3	35,3	2,6	7,2
Norte	31,8	28,3	23,8	7,3	8,9
Sur	27,1	27,4	29,2	6,9	9,4
Total	28,5	28,6	27,9	6	9

Fin de semana	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	Nada	No lo sé
Canarias	16,1	23,1	41,6	9,7	9,5
Centro	16,4	30,1	34,9	9,5	9
Levante	21,7	25,4	31,4	11	10,5
Noreste	23,1	30	36	4,2	6,7
Noroeste	15,5	29,2	37,4	9,4	8,6
Norte	19,6	33,4	31,4	7,9	7,7
Sur	22,4	24,7	35	10	7,9
Total	19,7	28,3	34,5	9	8,5

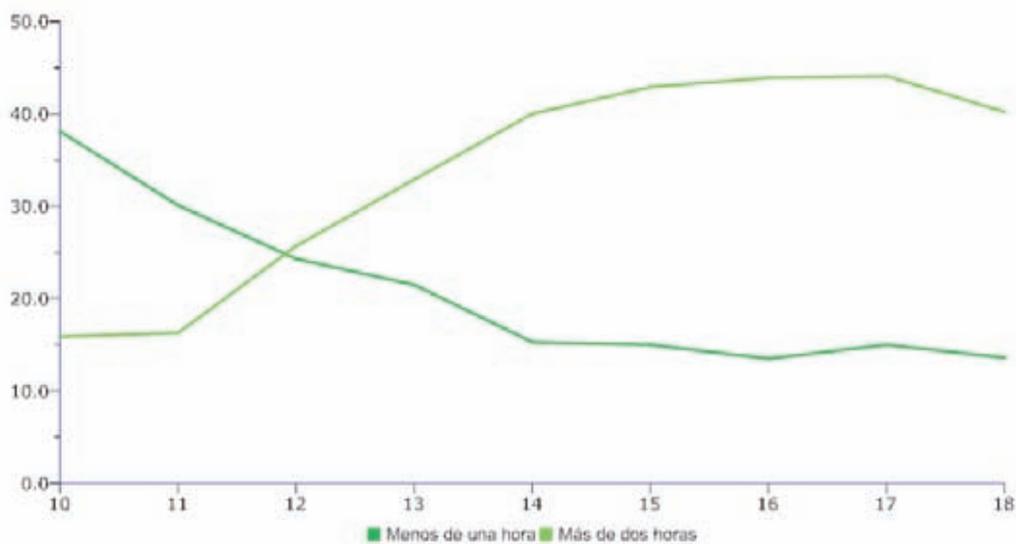
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 23: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?», y n.º 24: «El sábado o domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Según la investigación realizada, la edad también añade matices sobre el tiempo dedicado a Internet. De lunes a viernes, son los más pequeños –de 10 a 12 años– los que mayoritariamente dedican a navegar menos de una hora diaria. El caso contrario lo ocupan los mayores de 15 años, cuya pauta es dedicar más de dos horas diarias; este dato aparece significativamente por encima de la media. En este sentido, se da una mayor tendencia en el uso intensivo de Internet entre los varones frente a las mujeres.

Durante el fin de semana, el consumo por debajo de la hora diaria cae drásticamente a partir de los 14 años para desplazarse hacia los otros grupos, sobre todo en el de mayor consumo. En este caso, la pauta parece ser compartida entre chicos y chicas.

La primera conclusión de estos datos es evidente: Internet es una realidad que ocupa un espacio considerable de tiempo en los hogares de los menores. El dato de un consumo diario superior a dos horas para un tercio de los escolares en días laborales y el 34,5% durante los fines de semana indica que esta actividad está alcanzando soberanía y estabilidad en las preferencias de los jóvenes navegantes. Lógicamente, una mayor dedicación a navegar en casa tiene relación directa con la disponibilidad de conexión en el hogar y el tiempo disponible para ello. También, a la luz de los resultados expuestos hasta ahora, Internet es una actividad prioritaria para los menores: preferiblemente se desarrolla en casa, al tiempo que la escuela y el hogar de amigos y familiares son sitios idóneos para el desarrollo de esta actividad.

Gráfico 3.19. TIEMPO DE CONEXIÓN EN FIN DE SEMANA (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 24: «El sábado o domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

¿A qué le has quitado tiempo?

Los menores suelen distinguirse por su capacidad selectiva de centros de interés. Rasgo muy marcado en los adolescentes, puede decirse que, cuando un niño o un adolescente, localiza algo interesante pone gran empeño en conseguirlo; y cuando lo alcanza, se dedica a ello con intensidad. En este contexto ocurre la entrada de Internet en sus vidas, como medio de infinitas posibilidades interactivas nunca antes vistas: el interés queda demostrado por la ocupación que le dedican, pero cabe preguntarse ¿de dónde proviene el tiempo que ahora dedican a navegar? ¿Qué actividades está desplazando entre los menores la novedad de Internet? ¿Quién o qué sufre las «consecuencias» de pasar a ser una actividad secundaria? Etcétera.

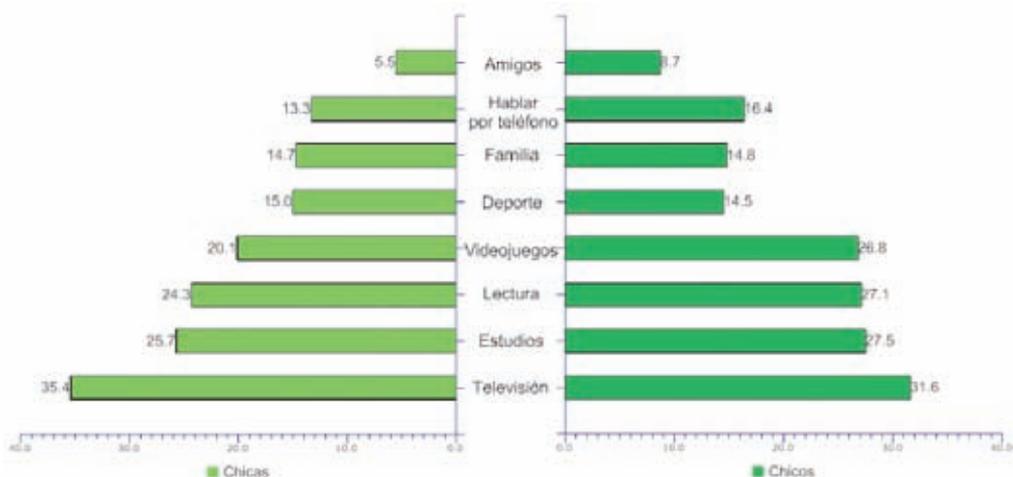
La investigación realizada permite dar respuesta a estas cuestiones al preguntar directamente por aquellas actividades desplazadas por el tiempo dedicado a Internet: la familia, los amigos, los estudios, la televisión, los videojuegos, el deporte,

la lectura o simplemente no quitar tiempo a nada son las alternativas de respuesta que ofrece el cuestionario. Veamos a continuación algunos resultados.

El «efecto desplazamiento» es reconocido por siete de cada diez integrantes de la Generación Interactiva. De modo general, navegar por Internet «compite» con varias actividades de distinta naturaleza: actividades sociales –tiempo dedicado a la familia y a los amigos, actividades de ocio audiovisual –televisión, videojuegos y el uso del teléfono móvil–, actividades educativas como el estudio, la realización de tareas escolares y la lectura y, por último, actividades de ocio tradicional como el deporte.

En términos generales, la primera derrotada en el valioso campo de batalla del tiempo de los menores es la televisión: en términos absolutos es la opción más señalada en un tercio de los casos –33,4%–. En menor medida, pero dentro del ámbito del ocio audiovisual se ven perjudicados los videojuegos frente a Internet en

Gráfico 3.20. DESPLAZAMIENTO DE ACTIVIDADES PARA NAVEGAR POR INTERNET (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 28: «¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

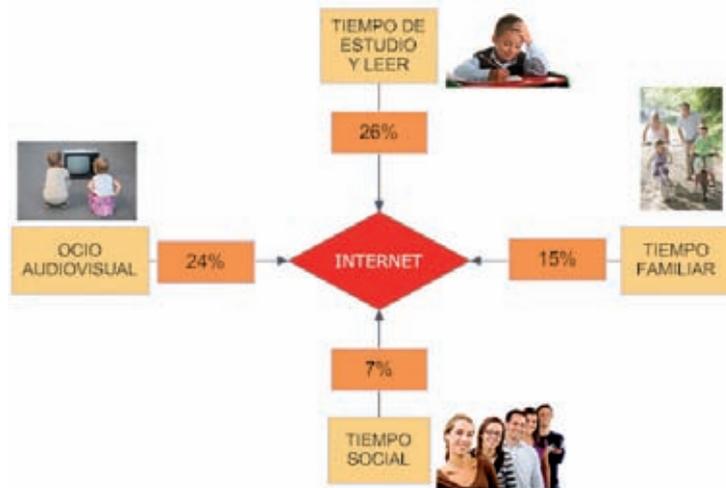
el 24% de situaciones, y el 15% reconoce un desplazamiento del uso del teléfono móvil a favor de Internet. Por edad, existe un mayor efecto de desplazamiento de la televisión a partir de los 15 años mientras que, por debajo de esa edad, la pantalla más damnificada es los videojuegos. En el caso del teléfono móvil, no se aprecian diferencias significativas en función de esta variable. Por último, existen ciertos matices por género: las chicas dejan de ver televisión para navegar mientras que los chicos prefieren retraer tiempo de los videojuegos.

Un segundo ámbito desplazado son las actividades educativas. Para el 27% navegar por Internet supone restar tiempo de estudio o de realización de tareas escolares; cerca de este dato, aparece la lectura con el 26%. Por edad, existe una clara correlación entre el crecimiento de los menores y el desplazamiento que sufre el tiempo de estudio y lectura en favor de Internet, con una ligera ventaja de los chicos frente a las chicas, tal como puede verse en el gráfico 3.20.

En tercer lugar, los jóvenes internautas reconocen permutar tiempo de relación social por momentos de navegación virtual. En este sentido, la familia como recurso de tiempo interactivo es reconocido por el 15% de los casos y, en menor medida, también lo es el tiempo dedicado a los amigos –7%–. Por último, es significativo que el 15% recurra a tiempo dedicado a actividades deportivas para poder acceder a la Red.

La comparativa de estos datos con las mismas pautas en el caso de la Generación Interactiva iberoamericana permite descubrir algunas peculiaridades. Ambas generaciones parecen globalizar un mismo fenómeno: ganar tiempo para navegar en Internet supone restarlo de momentos de estudio o lectura fuera del colegio. Y, por otro lado, existe una diferencia clara en la percepción del desplazamiento del tiempo en lo que afecta a la familia, los amigos y el resto de pantallas: en todos los casos, los menores españoles se sitúan por debajo de sus colegas iberoamericanos, tal como puede verse en el gráfico 3.22.

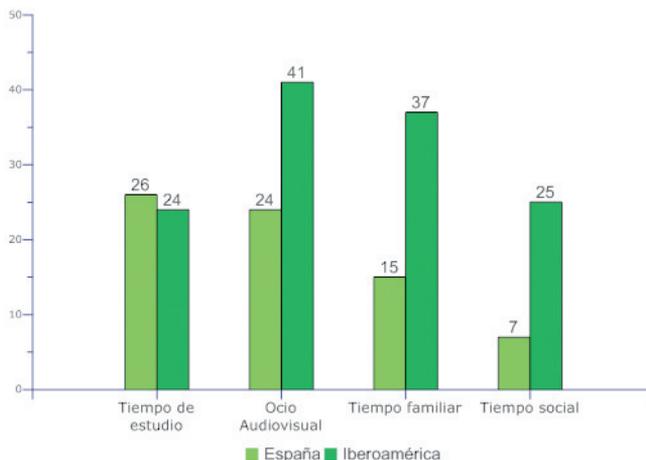
Grafico 3.21. DESPLAZAMIENTO DE TIEMPO POR EL USO DE INTERNET SEGÚN ACTIVIDADES (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 28: «¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.



Grafico 3.22. DESPLAZAMIENTO DE TIEMPO POR EL USO DE INTERNET SEGÚN ACTIVIDADES (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 28: «¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Considerados los datos por zona, el efecto de desplazamiento que produce Internet sobre distintas actividades arroja los siguientes perfiles:

Canarias. Por encima de la media en casi todas las opciones, destaca por obtener la cifra más elevada en el tiempo dedicado a los amigos, el estudio, el deporte y el teléfono móvil.

Centro. La actividad más desplazada es el estudio y el tiempo dedicado a las tareas escolares –30%–, junto con la televisión –36%– y la lectura –27%–. En el caso del estudio obtiene el segundo valor más alto frente al resto de zonas.

Levante. Frente a la media, restan menos tiempo al estudio o la lectura, el deporte, la televisión o

Tabla 3.9. DESPLAZAMIENTO DE ACTIVIDADES POR EL USO DE INTERNET (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Actividades sociales		Educación		Deporte		Pantallas		Nada
	Familia	Amigos	Estudios	Lectura	Deporte	Televisión	Videojuegos	Hablar por teléfono	Nada
Canarias	16	9,8	30,9	24,5	19	33,7	24,3	18,4	32,2
Centro	14,4	6,9	29,6	27,2	15,4	35,8	23,8	14,4	30
Levante	15,2	8,6	23,3	24,1	14,2	30,4	23	12,3	34,3
Noreste	17,6	8,9	24,2	31,2	14,3	29,9	23,1	17,9	29,2
Noroeste	14,3	5,3	28,4	22,9	15,8	47,9	30,6	13,6	26,7
Norte	14,5	5,7	23,2	26,1	10,8	34,1	23,3	16,2	32,6
Sur	13,5	6,8	27,6	23,7	15,9	29,7	22	14,5	33,5
Total	14,8	7,2	26,6	25,8	14,7	33,4	23,6	14,9	31,7

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 28: «¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

el teléfono móvil. Ligeramente por encima en el caso de la familia o los amigos.

Noreste. Reconoce, por encima de la media, quitar más tiempo a la familia y la lectura –obtiene el valor más alto con el 31%–. Está ligeramente por debajo de la media en el caso del estudio y las tareas escolares, el deporte y la televisión.

Noroeste. Es la zona donde menos tiempo se quita a los amigos y más al resto de pantallas, como la televisión y los videojuegos.

Norte. Los menores de Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja son los que, en menor medida, restan tiempo de estudio para navegar por Internet. Este rasgo se repite también para el caso de la opción «deporte».

Sur. Las distintas opciones de desplazamiento de actividades aparecen siempre en la media o ligeramente por debajo. Es destacable que obtenga el valor más bajo en el caso de la familia, la televisión y los videojuegos.

3.4 Compañía en la navegación

Tras más de medio siglo de experiencia televisiva y a pesar del constante aumento de aparatos por hogar –muchos de ellos en el propio cuarto de los más pequeños– ver televisión sigue siendo una experiencia básicamente gregaria. Así lo indica la naturaleza del medio y los resultados de los diversos sistemas de medición de audiencias: el atractivo de la televisión es congrega a toda la familia –y a millones de personas– de forma esporádica al hilo de contenidos y eventos de especial trascendencia concreta como son el estreno de una película o unos Juegos Olímpicos, o de forma continuada por el éxito de determinados programas, léase series de televisión, concursos o *reality shows*.

Sin embargo, la llegada de los medios interactivos ha conseguido romper esta experiencia estableciendo nuevas reglas. En este sentido, uno de los cambios más radicales en el acceso de los menores a los medios de comunicación lo constituye la personalización del uso como experiencia única y personal. Internet aparece concebido como un



medio, un soporte para desplegar un uso individualizado. Y es rápidamente adoptado por una generación radicalmente gregaria por el peso que tiene, para niños y adolescentes, la relación social con sus iguales. Cabe preguntarse entonces cómo se resuelve la paradoja: ¿Internet aísla a los menores? ¿Cabe para ellos una experiencia compartida del medio? ¿Es frecuente que naveguen solos? ¿Cómo será posible la mediación familiar sin estar los progenitores presentes en los momentos de acceso? ¿Con qué frecuencia se da la situación de navegación compartida entre padres e hijos? etcétera.

La respuesta a estas y otras preguntas resulta trascendente para dibujar el mapa de oportunidades y problemas que surgen alrededor de la Generación Interactiva. Atendiendo a los resultados de dos preguntas recogidas en el cuestionario, podemos trazar algunas conclusiones interesantes. Para ello, nos referiremos primero al grupo de los más pequeños –de 6 a 9 años– para abordar luego el caso de los más mayores, hasta los 18 años.

De forma global, en el caso de internautas precoces, casi dos tercios –61%– reconocen navegar sin compañía de otras personas: «navego solo» es la opción más reconocida. Por otro lado, la opción de navegación conjunta admite varias posibilida-

des: para tres de cada diez consiste en navegar con amigos o con hermanos; muy cercana a esa cifra aparecen los casos de navegación conjunta con el padre o la madre –36% y 35%, respectivamente–. Por último, alcanza una frecuencia menor la posibilidad de compartir navegación con otros familiares –20%– o con profesores –18%–. Para este grupo, la navegación solitaria crece paulatinamente con la edad al mismo tiempo que la presencia de los padres se mantiene constante. Por sexo, se aprecian diferencias en el caso de las chicas, con un índice claramente superior de navegación conjunta en el caso de la madre y hermanos.

Los resultados por zona definen a la Generación Interactiva de Canarias como la más solitaria, opción reconocida en el 74% de los casos. Le siguen, en este sentido, los menores del Norte y Noroeste, y se sitúan como los más gregarios los menores de la zona Centro, aunque el dato de navegación en solitario sigue siendo significativo, con el 52%.

Navegar en solitario parece ser la forma más frecuente de utilizar Internet entre los menores. Sin embargo, esta situación no es única o no se define como un requisito esencial para que dicha actividad sea exitosa; más bien es una opción que indica autonomía y no tanto aislamiento al ser compatible con situaciones de uso compartido de la Red. En este sentido, los progenitores son las personas más idóneas para compartir la experiencia de una navegación conjunta, sobre todo en el caso de Canarias y el Noroeste y, en menor medida, en el Norte y Noroeste. En el extremo opuesto, aparecen los internautas del Noroeste como los que menos comparten momentos de navegación conjunta con amigos y amigas.

Como hemos visto, los hermanos son una opción de compañía en la navegación; Canarias y el Norte son las zonas del país en las que más destaca esta opción, con el 39% y el Noroeste se sitúa en la cola de esta posibilidad con el 24%. Atendiendo a la edad de los encuestados podemos in-

ferir que en la mayoría de los casos se tratará de hermanos mayores; potencialmente puede suponer una ayuda, un aprendizaje o una mediación distinta a simplemente navegar con amigos de la misma edad.

Retomando el asunto de la mediación, Internet se ha configurado como la nueva plaza pública, universal y globalizada, reflejo de todo lo que es capaz de hacer el ser humano, en el mejor y en el peor de los sentidos. A la luz de la investigación realizada es frecuente ver deambular por la plaza pública virtual a menores sin ningún tipo de compañía, sin posibilidad de una mediación adulta ante todo lo que hay en ella: como hemos visto, el Levante o el Centro son un buen ejemplo de este fenómeno mientras que Canarias, el Norte y el Noroeste son los lugares con mayor implicación de los padres en el uso conjunto de la Red, lugares en donde también se recogen los mayores porcentajes para el caso «navego con mi madre». Algo similar ocurre con maestros y profesores como guías para encontrar buen puerto en las singladuras por Internet: son los docentes de Canarias, Galicia y Asturias los más implicados en una navegación conjunta aunque se da en una cuarta parte de los casos en la mejor de las situaciones.

En este punto, la investigación realizada permite también comparar los mismos resultados con la Generación Interactiva de Argentina, Brasil, Chile, Perú, Colombia, Venezuela y México. Frente a éstos, los menores españoles se muestran mucho más independientes o poco acompañados en el uso de la Red, al mismo tiempo que es mayor la implicación de los progenitores en nuestro caso. Dicho de otro modo, los datos indican una «fractura digital» entre padres e hijos mayor en el caso de Iberoamérica que parece estar atenuada por un índice de navegación conjunta con los docentes, superior al caso de España.

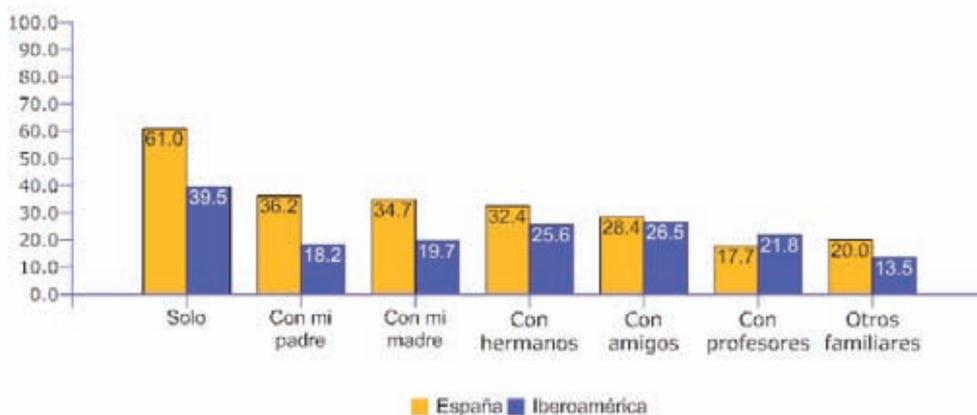
Las tendencias marcadas por los más pequeños se consolidan, incluso se radicalizan, en el grupo que les sigue: para los más mayores nave-

Gráfico 3.23. COMPAÑÍA EN EL USO DE INTERNET (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 12: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar. (Es posible más de una respuesta)». N = 2.411 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 3.24. COMPAÑÍA EN EL USO DE INTERNET (6-9 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



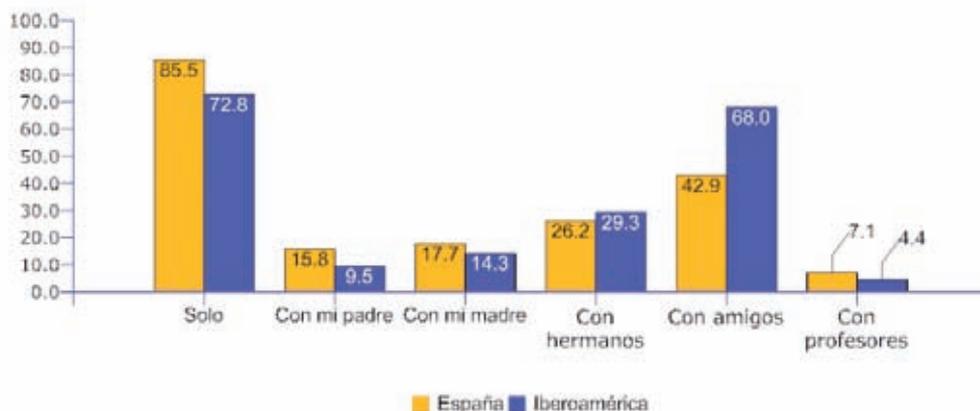
Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 12: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar. (Es posible más de una respuesta)». N = 2.411 escolares de 6 a 9 años.

gar en Internet es una actividad autónoma, con marcado carácter social y escasa mediación adulta, ya sean progenitores o docentes. El 85% suele navegar solo, situación que aumenta con la edad y que se radicaliza a partir de los 12 años. Al mismo tiempo, Internet supone una experiencia de uso social, compartible con amigos e iguales en el 43% de los casos; la posibilidad de navegación conjunta con amigos adquiere, por

otro lado, cierto rasgo femenino –el 45% las chicas frente al 41% los chicos–. Los hermanos tienen un peso significativo como compañeros de navegación en uno de cada cuatro casos y es poco frecuente la navegación conjunta con el padre, la madre o algún profesor.

Frente a la Generación Interactiva iberoamericana, al igual que en el caso anterior, los menores españoles muestran algunas diferencias.

Gráfico 3.25. COMPAÑÍA EN EL USO DE INTERNET (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 26: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar. (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.10. COMPAÑÍA EN EL USO DE INTERNET (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Autónoma	Social	Fraterna	Padre	Madre	Didáctica
Canarias	84,8	43,9	24	11,7	16,8	8,5
Centro	84,9	44,5	27,7	16,2	17,4	5,9
Levante	86	40	23,1	15	15	6,7
Noreste	88,7	41,9	26,6	20	21,4	9
Noroeste	88,6	39,8	19,1	15,7	19,3	6,6
Norte	86,9	41,2	25,1	13,9	16,5	6,9
Sur	82,4	45,2	29,7	15,7	18,4	7,4
Total	85,5	42,9	26,2	15,8	17,7	7,1

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 26: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Por zona las preferencias en el uso de Internet, solitario o acompañado, pueden dibujarse del siguiente modo:

Canarias. Destaca por el perfil social y mayor presencia de amigos en el uso de Internet. Es la zona con menor presencia del padre y mayor por parte de los profesores.

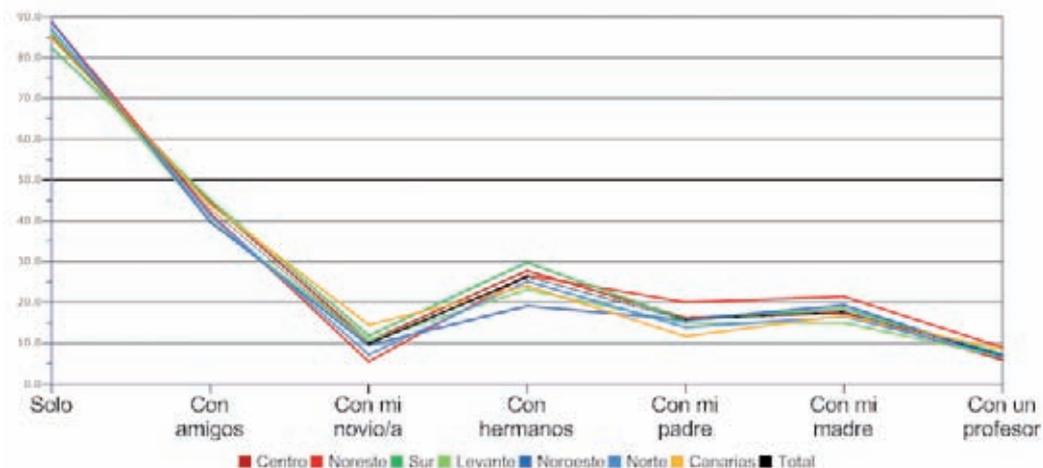
Centro. Usar Internet es básicamente una experiencia social y autónoma. En el 28% de los casos se comparte con hermanos. La presencia de profesores es muy escasa y aparece por debajo de la media.

Levante. Se mantiene en la media en todos los casos, salvo la presencia de hermanos, que es ligeramente inferior.

Noreste. Obtiene el dato más elevado en el caso de la navegación en solitario –89%. Al mismo tiempo, también obtiene las cifras más elevadas en situaciones de navegación conjunta con los progenitores.

Noroeste. Navegar por Internet supone una experiencia autónoma, con relación a la media, tiene un perfil social más bajo y menor incidencia fraterna.

Gráfico 3.26. COMPAÑÍA EN EL USO DE INTERNET (10-18 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 26: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar. (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Norte. Destaca por su autonomía y perfil social; mantiene valores por debajo de la media en todo lo que sea familiar: hermanos, padre y madre.

Sur. Destaca por ser la generación menos solitaria aunque el dato sigue siendo muy elevado –82%. En el resto de valores se mantiene muy cercana a la media nacional.

En definitiva, podemos clasificar como una Generación Interactiva básicamente autónoma en su uso a los menores del Norte, Noreste y Noroeste; combinando autonomía con un fuerte carácter social a escolares de la zona Sur y Centro. Siendo escasa, la experiencia de uso familiar se refleja en mayor medida en los casos de Galicia y Asturias –Noreste–, y como tarea conjunta con docentes suele darse en el Noreste y Canarias, siempre con valores realmente bajos –9%–.

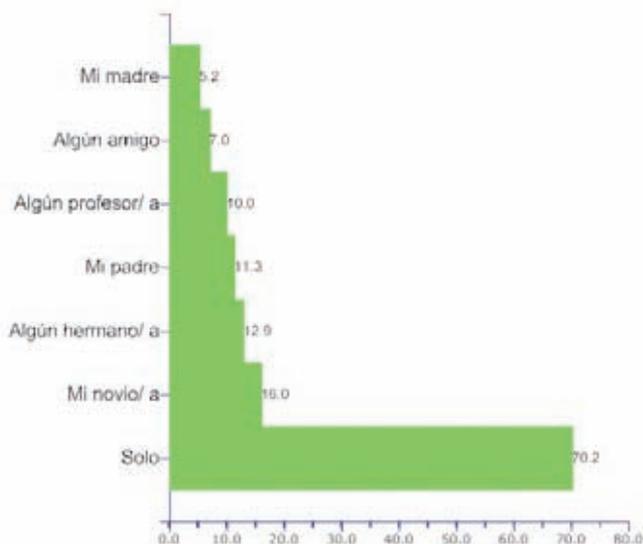
Muy relacionado con la presencia o no de acompañantes en el uso de Internet está la cuestión sobre cómo o de quién han aprendido el manejo de la Red. En términos generales, la Generación Interactiva española se define

como autónoma por el uso mayoritariamente en solitario que hace de la Red y, lógicamente, también se reconoce como autodidacta: el 70% de los internautas contestan afirmativamente a la posibilidad «He aprendido solo a utilizar Internet». En este sentido, encabezan el grupo de autodidactas los menores de la zona Centro y Sur, y aparecen ligeramente por debajo de la media internautas del Noreste –Galicia y a–.

Por otro lado, en caso de haber recibido ayuda en su formación como internautas, ésta procede básicamente de hermanos –13%–, amigos –7%– y profesores –10%–, aunque vistos los porcentajes, no puede considerarse algo muy frecuente. Tampoco lo es la intervención de progenitores como referencia en el «ciberaprendizaje»: el 11% reconoce haber aprendido de su padre y el 5% de su madre.

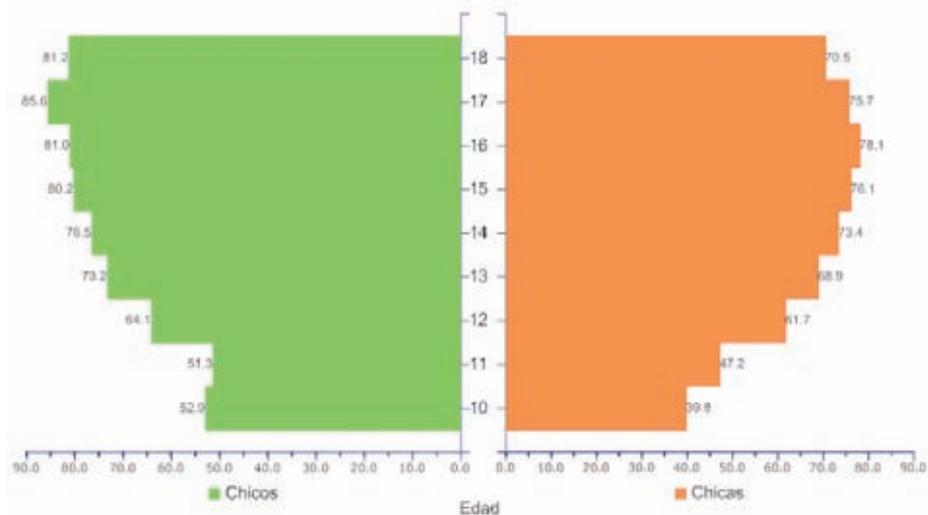
Por sexo, existen algunas diferencias en cuanto al aprendizaje autónomo en el uso de la Red, ya que, en términos generales, los chicos son algo más autodidactas que las chicas: un 72% de

Gráfico 3.27. ¿QUIÉN TE HA ENSEÑADO A MANEJAR INTERNET? (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 27: «¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

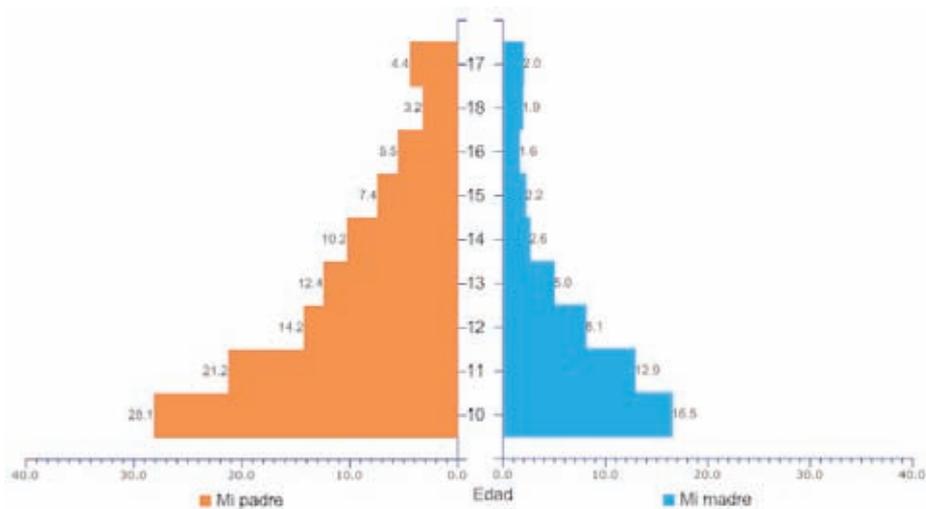
Gráfico 3.28. «HE APRENDIDO A NAVEGAR SOLO» (10-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 27: «¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

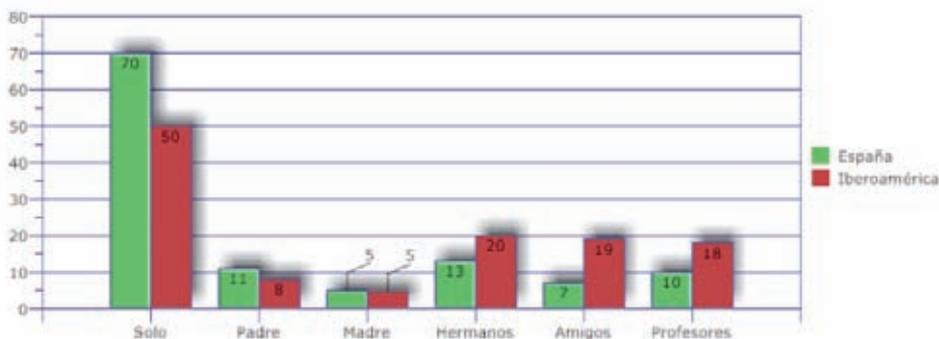


Gráfico 3.29. «ME HA ENSEÑADO A MANEJAR INTERNET MI PADRE O MI MADRE» (10-18 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 27: «¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.30. MAESTROS EN EL APRENDIZAJE DE INTERNET (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 27: «¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

los varones afirma haber aprendido solos frente al 68% de las mujeres. Combinar este dato con las diversas edades de los encuestados también permite extraer alguna conclusión interesante. Como puede verse en el gráfico 3.28, y tal como hemos afirmado, los chicos son más independientes, al mismo tiempo que en ambos casos la autonomía correlaciona directamente con la edad: los más mayores aprendieron solos mientras que por debajo de los 12 años y de forma más acusada en el caso de las chicas, el aprendizaje en el uso de Internet parece ser una cuestión guiada por adultos. En este sentido es muy interesante recalcar la creciente intervención de los padres como guía de aprendizaje en el uso de Internet en el caso de menores por debajo de los 12 años: tal como muestra el gráfico, padre y madre enseñan el manejo de la Red en un número interesante de ocasiones.

Por último, en el aprendizaje autónomo o guiado de los menores de este grupo existen diferencias significativas entre España e Iberoamérica. Los menores españoles se muestran más autodidactas como internautas, mientras que sus iguales de Argentina, México, Brasil, etcétera parecen aprender más de sus iguales –hermanos y amigos– y profesores.

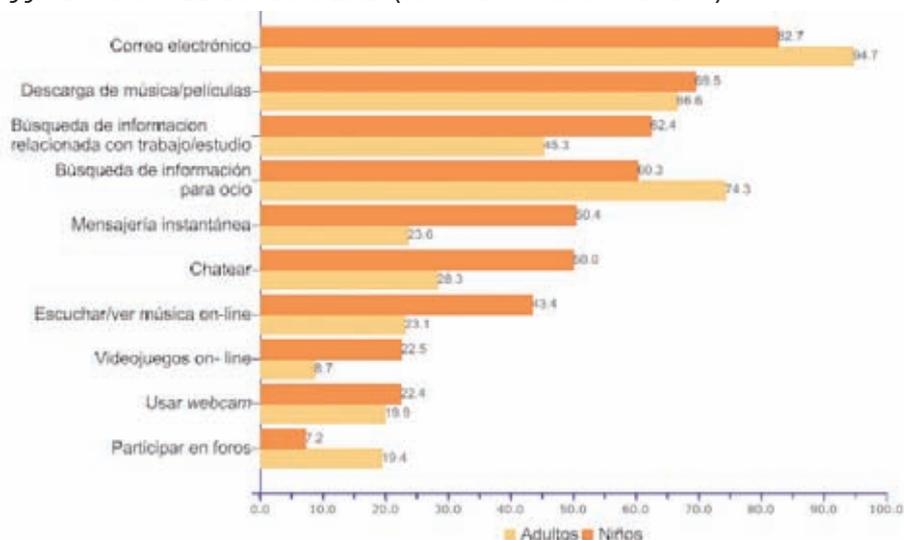
3.5 Usos y contenidos

3.5.1. Principales actividades en Internet

La definición de los menores como usuarios de tecnologías de la información y la comunicación se ha expresado históricamente a través de diversas expresiones. Fue Don Tapscott el que primero se refirió a ella denominándola la «NetGeneration». Posteriormente, algunos autores califican a este grupo «nativos digitales» por ser su contacto con las diversas pantallas connatural a su crecimiento, y en contraposición a los adultos, «emigrantes digitales». Otra posibilidad es la denominación «Generaciones Interactivas» adoptada en este estudio; sin contraponerse a las anteriores quiere poner énfasis en un rasgo configurador de niños y adolescentes frente a las diversas pantallas: la



Gráfico 3.31. SERVICIOS UTILIZADOS EN INTERNET (COMPARATIVA NIÑOS Y ADULTOS)



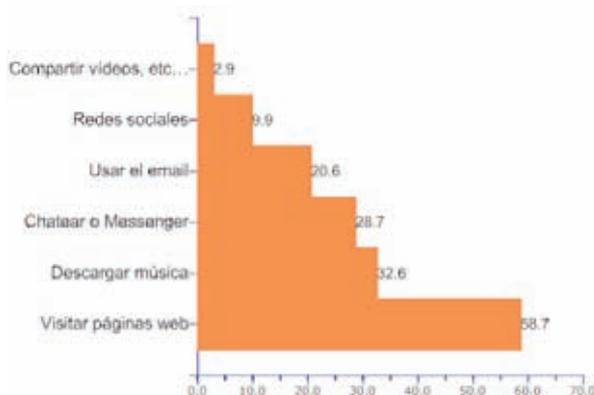
Fuente: Informe de eEspaña2009. Fundación Orange.

permanente necesidad y búsqueda de la interacción con diversos soportes y contenidos como medio para conseguir otros fines. En este sentido, la Generación Interactiva destaca por el uso global que realiza de todos los servicios y contenidos de Internet. El gráfico 3.31 muestra el uso o la utilidad de Internet por parte de los menores comparándolo con las preferencias de usuarios adultos: para los primeros, Internet es un medio fundamental de comunicación sincrónica y ocio; para los segundos, la Red es aprovechada como fuente de contenidos y comunicación asincrónica.

La investigación realizada nos permite

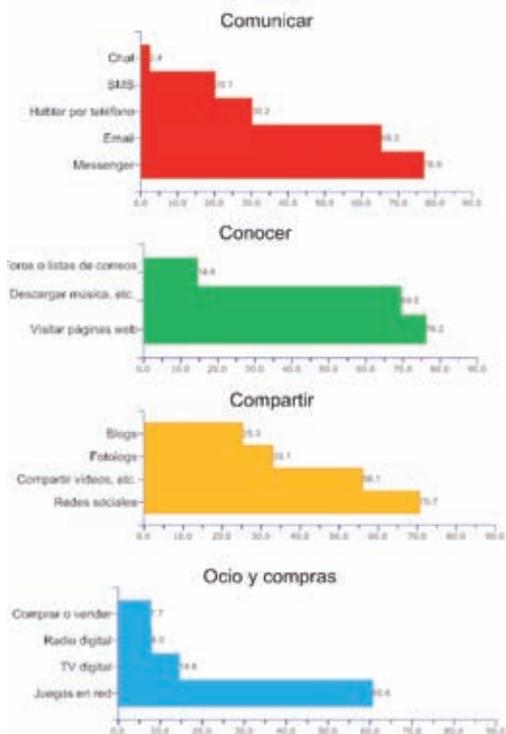
profundizar en las preferencias sobre servicios y contenidos disponibles en Internet. Tanto las posibilidades de la Red como las preferencias de la Generación Interactiva son variadas, tal como puede verse en los siguientes gráficos, en ambos grupos de edades investigados:

Gráfico 3.32. SERVICIOS UTILIZADOS EN INTERNET (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 10: «¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 2.411 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 3.33. SERVICIOS UTILIZADOS EN INTERNET (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)»; n.º 31: «¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?»; n.º 36: «¿Sueles usar Internet para jugar en red?»; y n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera.)?». N = 8,373 escolares de 10 a 18 años.

Al hilo de estos resultados, podemos admitir una primera premisa: los pequeños internautas realizan un uso variado e intensivo de todas las herramientas que les ofrece Internet. Y es un hecho realmente precoz ya que, antes de los 9 años, el 59% utiliza Internet para visitar páginas web, casi un tercio comparte fotos y vídeos, el 21% tiene correo electrónico y una décima parte se inicia en el uso de las redes sociales.

Como hemos dicho, los menores internautas realizan un uso variado y global de las múltiples posibilidades que ofrece Internet. Sin embargo, sus preferencias de uso aparecen polarizadas según cuatro grandes ca-

tegorías que indican la búsqueda de unas metas muy específicas, acordes con la naturaleza del usuario infantil y juvenil. Dicho de otro modo, navegar por Internet consiste en desarrollar las siguientes actividades:

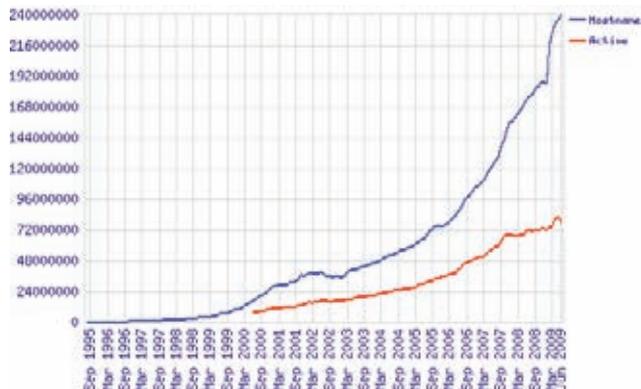
Gráfico 3.34. DIMENSIONES EN EL USO DE INTERNET



Fuente: Elaboración propia.

Comunicar. La relación social aparece como fin principal. El medio idóneo lo constituye el uso del Messenger: con el 77% encabeza la lista de servicios más utilizados por la Generación Interactiva; se trata de una comunicación sincrónica, en tiempo real, con personas o grupos previamente seleccionados. Por edad, el consumo crece a partir de los 12 años y tiene mayor atractivo entre las chicas –81% de uso frente al 73% de los varones–. Otra herramienta muy utilizada es el correo electrónico. Su carácter asincrónico no es obstáculo para que el 65% lo utilice. A partir de los 11 años el consumo supera la mitad de los casos y se da una preferencia mayor en su uso entre las chicas: el 68% frente al 63% de los varones. Al mismo tiempo, la Generación Interactiva está incorporando de forma rápida las nuevas posibilidades comunicativas de Internet basadas en los sistemas VoIP: el 30% los utilizan, con una ligera incidencia mayor entre las chicas y un uso que aumenta con la edad. En cuarto lugar, el 20% utiliza la Red como medio para el envío de mensajes SMS. Por último, tan sólo el 2% de los menores afirma entrar en salones de chat.

Gráfico 3.35. TOTAL DE SITIOS EN TODOS LOS DOMINIOS DE SEPTIEMBRE DE 1995 A JUNIO DE 2009



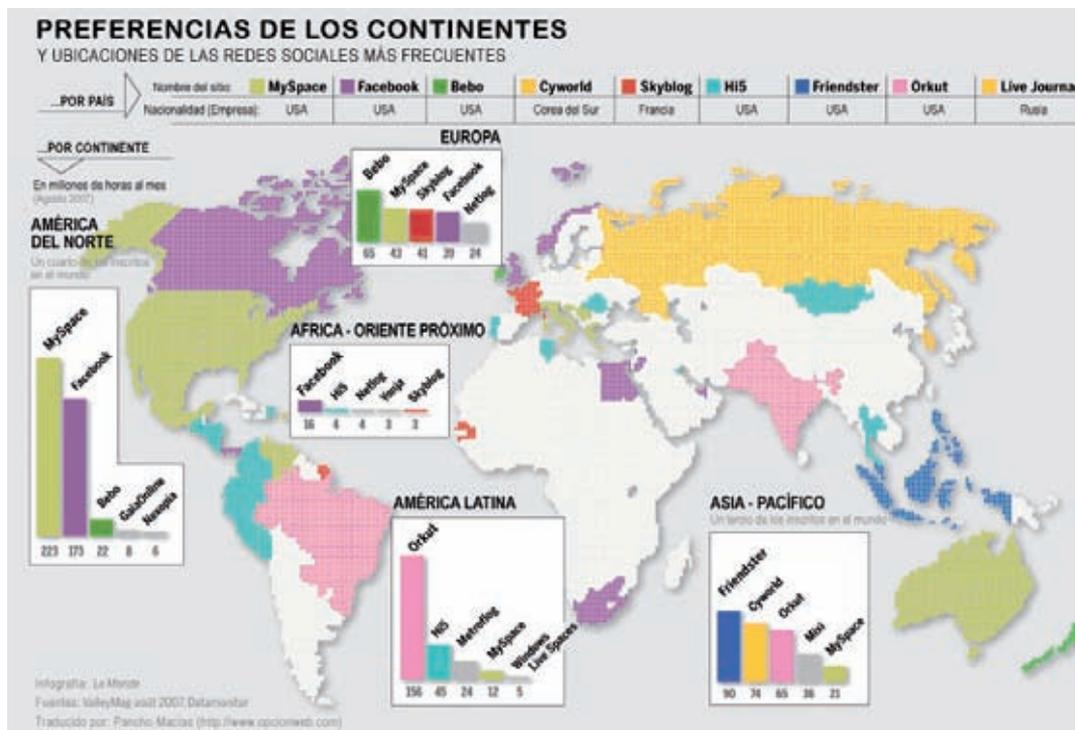
Fuente: Netcraft. Junio de 2009.

Conocer. Internet constituye el medio de información más poderoso que jamás haya tenido la humanidad: se calcula que en el último mes de mayo de 2009 en Internet había 2,1 millones de nuevos sitios en la Red (investigación realizada por Netcraft en junio de 2009, en la que trabajaron con 238.027.855 entradas). La posibilidad de navegar por el ingente océano digital es aprovechada por el 76% de los menores, a través de la búsqueda de diversas de contenidos alojados en la *World Wide Web*. También, fruto de esta actividad, siete de cada diez, reconoce la utilización de servicios que les permiten descargar música, películas, programas informáticos, etcétera.

Compartir. Internet se configura como una herramienta básica de relación: el internauta, además de receptor y medio, puede ser simultáneamente emisor de contenidos. En este sentido, el 56% de los menores afirma utilizar servicios para compartir con otros fotos y vídeos, a través de plataformas como YouTube y Flickr. Por último, el 25% utiliza *blogs* y el 33% *fotoblogs* para compartir contenidos con sus iguales.



Gráfico 3.36. REDES SOCIALES EN EL MUNDO



Fuente: ValleyMag août 2007. Datamonitor.

Una de las aplicaciones más populares de Internet en los últimos años son las redes sociales. Basadas en el concepto de la Web 2.0, que proclama un cambio de paradigma en el modo de entender la Red, y supone la apropiación de la creación y difusión de contenidos por parte de los usuarios, las redes sociales han crecido exponencialmente entre los usuarios de Internet.

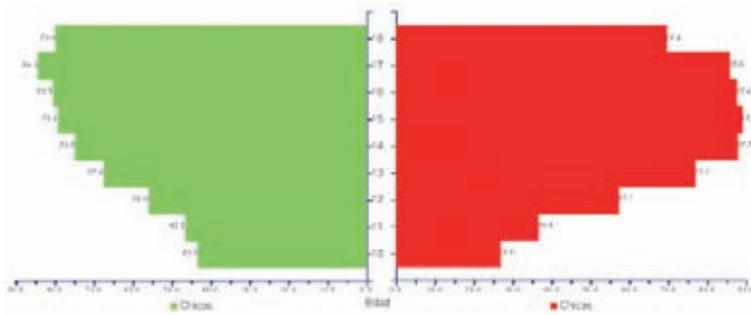
Según un estudio de Nielsen Mobile de 2008, el 75% de los usuarios de Internet en España accedía a redes sociales.

La oferta de este tipo de redes es variada y las preferencias de los usuarios no están exentas, también, de componentes culturales. Como puede apreciarse en el siguiente gráfico, hay diferencias significativas en función de los continentes.

Esta forma relativamente novedosa de compartir intereses y mantener relaciones ha sido rápidamente adoptada por la Generación Interactiva española: los resultados del estudio realizado nos indican que el 71% las utiliza con ligero predominio de las chicas frente a los chicos. Por edad, a partir de los 14 años el uso de redes sociales supera el 80% hasta alcanzar una cota máxima de uso del 85% a los 17 años. Según el lugar de residencia, se da un uso más intensivo de las redes sociales en la zona Sur, Canarias, Norte y Centro, tal como puede verse en el gráfico 3.38.

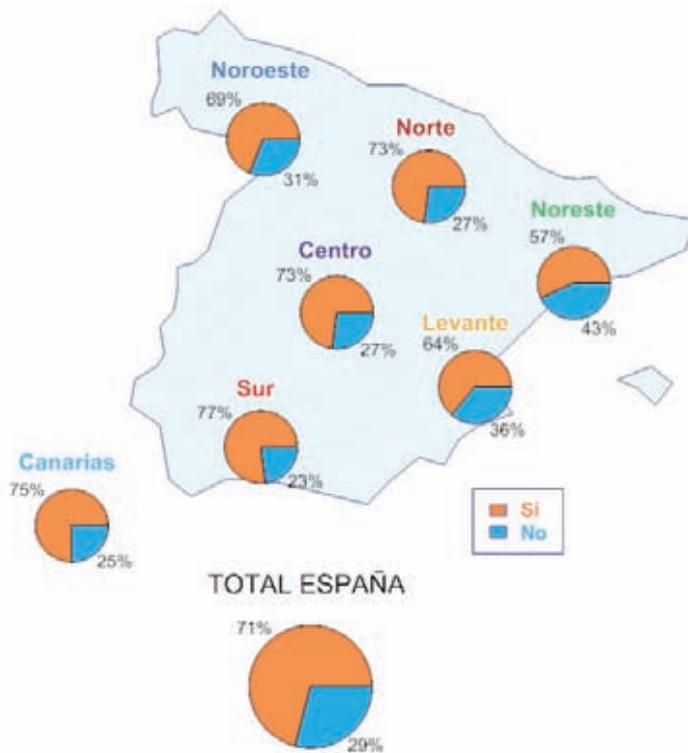
De modo similar a la distribución del uso de las diversas redes sociales que se da de forma universal, el caso español también tiene sus particularidades: el gráfico 3.39 aporta una clasificación de las más populares en función del tipo de público al que se dirigen.

Gráfico 3.37. USUARIOS DE REDES SOCIALES (10-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



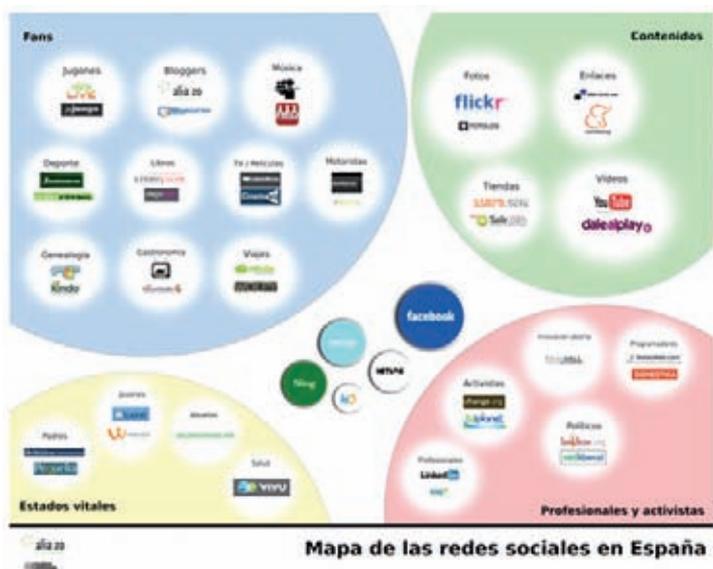
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?». N = 5.917 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.38. USUARIOS DE REDES SOCIALES (10-18 AÑOS, POR ZONA)



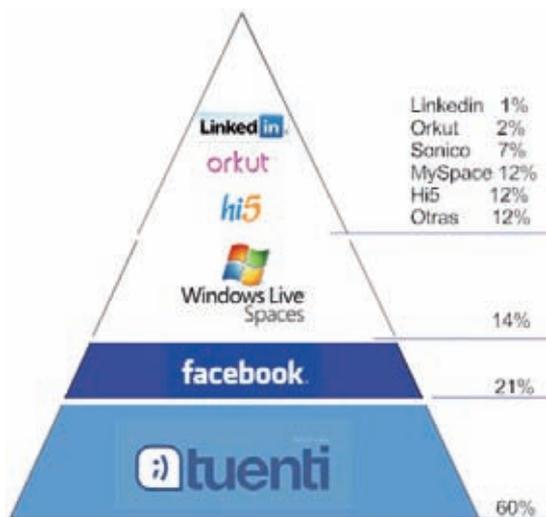
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?». N = 5.917 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.39. REDES SOCIALES EN ESPAÑA SEGÚN SU FUNCIÓN Y PÚBLICO



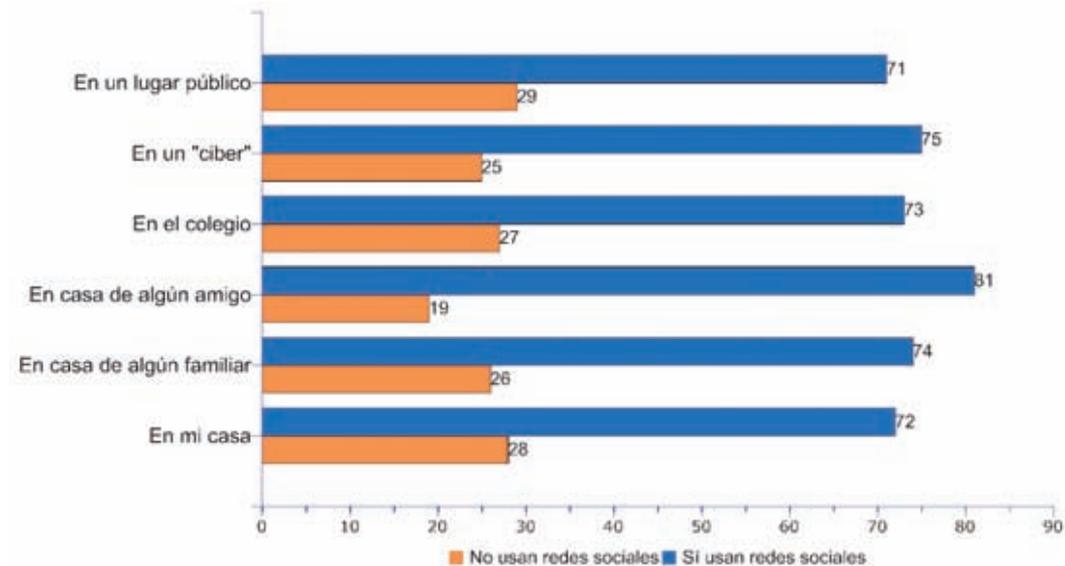
Fuente: <http://blogs.alianza.com/redessociales/2009/01/06/mapa-de-las-redes-sociales-en-espana/>

Gráfico 3.40. USUARIOS DE REDES SOCIALES POR RED SOCIAL (10-18 AÑOS)



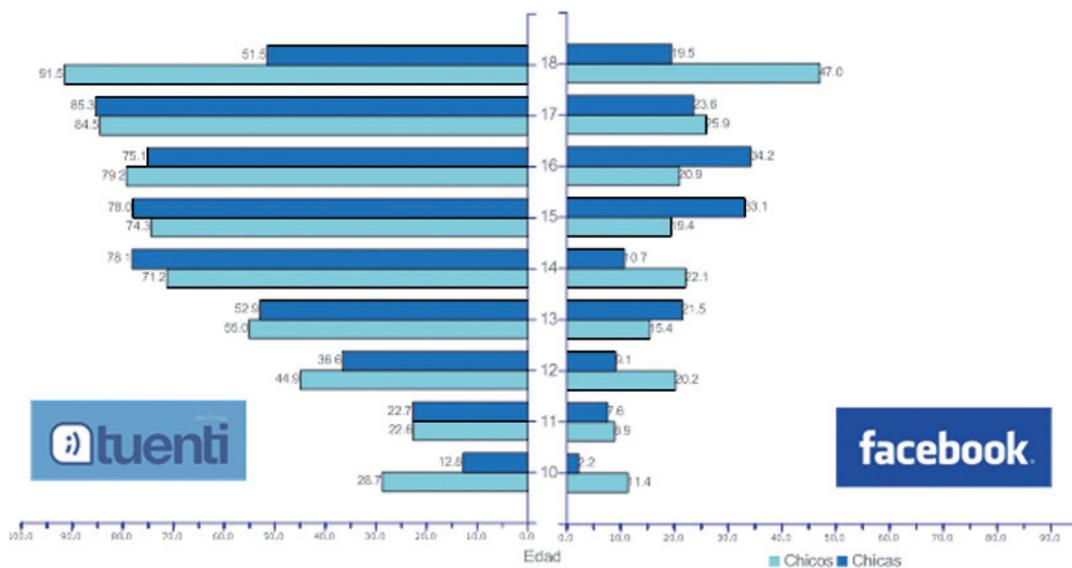
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 40: «¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.917 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.41. LUGAR DE USO DE INTERNET SEAN O NO USUARIOS DE REDES SOCIALES (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 25: «¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail...)? (Es posible más de una respuesta)», y n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.42. USUARIOS DE TUENTI Y FACEBOOK (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 40: «¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.917 escolares de 10 a 18 años.

En el caso de la investigación realizada, las redes sociales más populares entre los menores internautas se clasifican del siguiente modo: Tuenti se sitúa en primer lugar con el 60% de usuarios entre todos los que utilizan Internet y le sigue a bastante distancia Facebook con el 21% de penetración; en tercer lugar se posiciona Windows Live Spaces –14%– seguida de MySpace y Hi5, ambas con el 12%. El resto de opciones no supera el 10%, salvo en el caso de «otras redes sociales», tal como puede verse en el gráfico 3.40. Por otro lado, el lugar de uso habitual de Internet no parece influir significativamente en el uso de las redes sociales: tanto aquellos que manejan Internet en su casa, en el colegio o en espacios públicos mantienen índices de uso similares, y es la navegación en casa de algún amigo la única ubicación que parece hacer que aumente el acceso a las redes sociales (gráfico 3.41).

Un análisis de la preferencia sobre las dos redes sociales más populares en función del sexo y la edad permite extraer algunas conclusiones. Antes de los 12 años, Tuenti es más popular entre los chicos frente a las chicas. A partir de ese momento, la red da un salto en su índice de penetración en ambos sexos; en el caso de las chicas, alcanza su mayor éxito cuando cumplen 15 años –82%– y si los usuarios son varones este momento se retrasa hasta los 17 años. Para ambos sexos y a partir de los 18 años el interés por Tuenti decrece.

En el caso de Facebook, la preferencia por esta red social es mayor entre los chicos hasta los 12 años, momento en el que ellas les superan como usuarias. El punto máximo de penetración lo consigue en este público a los 16 años y, a partir de los 18 su popularidad decrece ligeramente entre chicos y chicas.

La distribución por zona del uso de las diversas redes sociales puede verse en el gráfico 3.43. Tal como puede observarse, Tuenti es la más popular de forma generalizada –salvo en el caso del Noroeste– y es particularmente interesante para menores de Andalucía, Extremadura y Canarias. Facebook desplaza a Tuenti del primer lugar en un único sitio –Noreste– y se mantiene en segunda

posición en el resto; el Noroeste es otra de sus plazas fuertes. Por último, Windows Live Spaces ocupa el tercer lugar, salvo en Canarias, donde consigue desplazar a Facebook como segunda opción preferida entre los internautas.

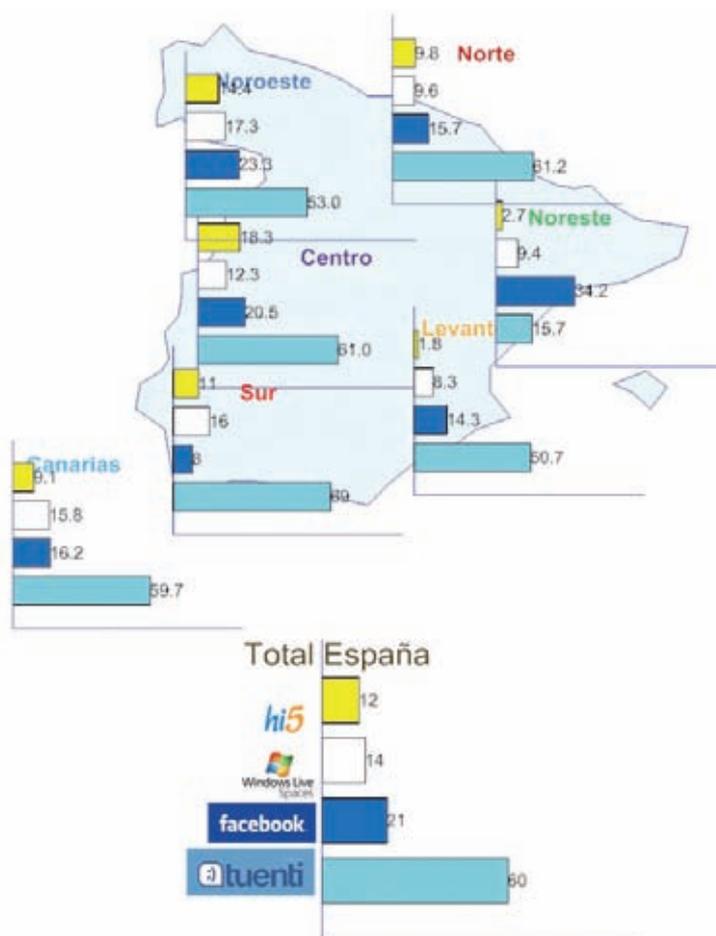
Divertirse. La realidad poliédrica de Internet permite descubrir una de sus caras con mayor atractivo para la Generación Interactiva: el componente lúdico. Por un lado, el 60% reconoce utilizar Internet para el desarrollo de juegos on-line, actividad con clara preferencia masculina: siete de cada diez chicos utilizan servicios de juego en red frente a la mitad en el caso de las chicas. En este sentido, las preferencias sobre el tipo de juegos varían significativamente entre chicos y chicas: para los varones, son muy atractivos los juegos de carreras, la estrategia, los deportes y los juegos de rol; las chicas se decantan por los juegos de comunidad virtual y los de mesa.

Por otro lado, para los jugadores en red el principal motivo de uso es la posibilidad de desarrollar espacios y tiempos lúdicos con su propio grupo de amigos y no tanto el poder conectar con nuevas amistades, como puede verse en el gráfico 3.45.

Internet proporciona momentos de ocio como soporte de servicios de radio o televisión digital; su uso entre la Generación Interactiva no es muy frecuente –15% en el caso de la televisión y 8% para la radio– pero indica una realidad con tendencia clara a aumentar en el futuro. Por último, Internet se configura como una herramienta fundamental de ocio porque permite acceder y descargar contenidos de gran interés para los menores: películas, vídeos, juegos y demás. El 69% afirma realizar esta tarea de forma regular, pauta compartida por ambos sexos y que supera el 74% de los casos a partir de los 14 años.

Consumir. Por último, la Red sirve como plataforma para adquirir o vender multitud de productos y servicios. Lógicamente, esta posibilidad no es

Gráfico 3.43. USUARIOS DE REDES SOCIALES (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 40: «¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5,917 escolares de 10 a 18 años.

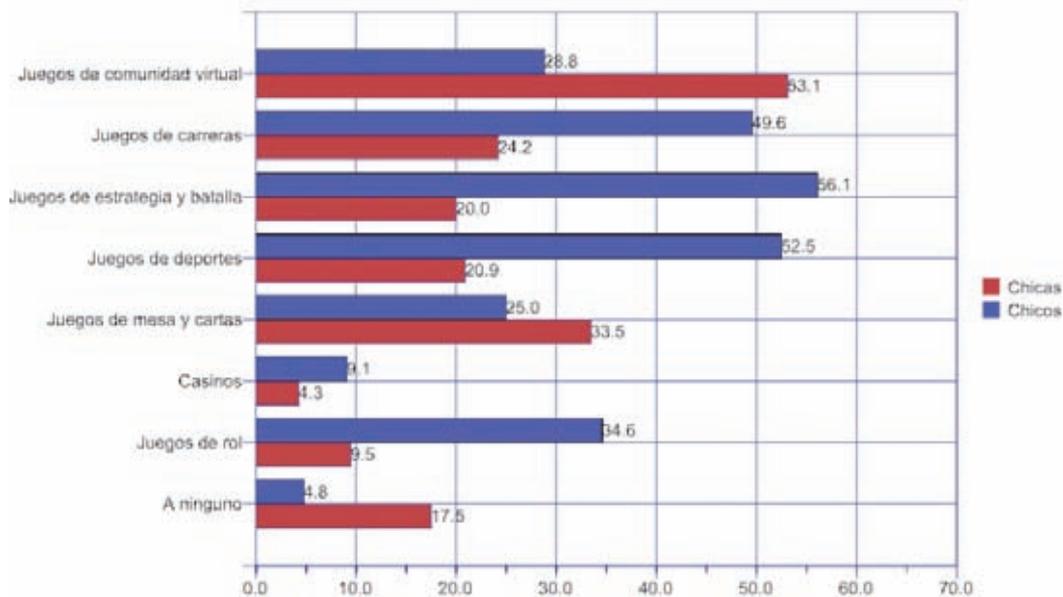
muy frecuente entre los menores por las exigencias peculiares de las transacciones comerciales vía Internet: registro de datos personales, pago con tarjeta de crédito, etcétera. Sin embargo, pese a esas condiciones, el 8% de los menores utiliza Internet para comprar.

En comparación con los menores iberoamericanos, los internautas españoles realizan, en términos generales un uso más intensivo de casi todos los servicios que ofrece Internet. Llama particular-

mente la atención la especial profusión de las redes sociales entre los menores de nuestro país, junto con una mayor incidencia de los juegos en red, las descargas y el uso de servicios que permiten compartir contenidos (gráfico 3.46).

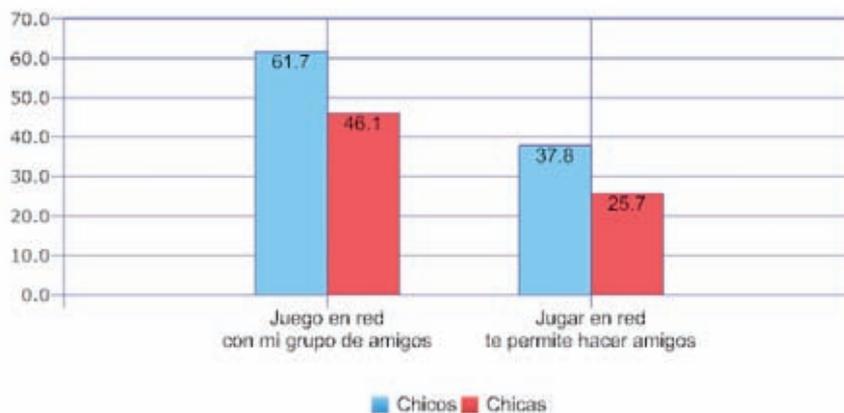
La información sobre el uso de servicios a través de Internet interpretada según las diversas zonas estudiadas permite trazar algunas peculiaridades. La tabla 3.11 nos permite una visión global de las mismas.

Gráfico 3.44. PREFERENCIAS SOBRE EL TIPO DE JUEGO EN RED (POR SEXO)



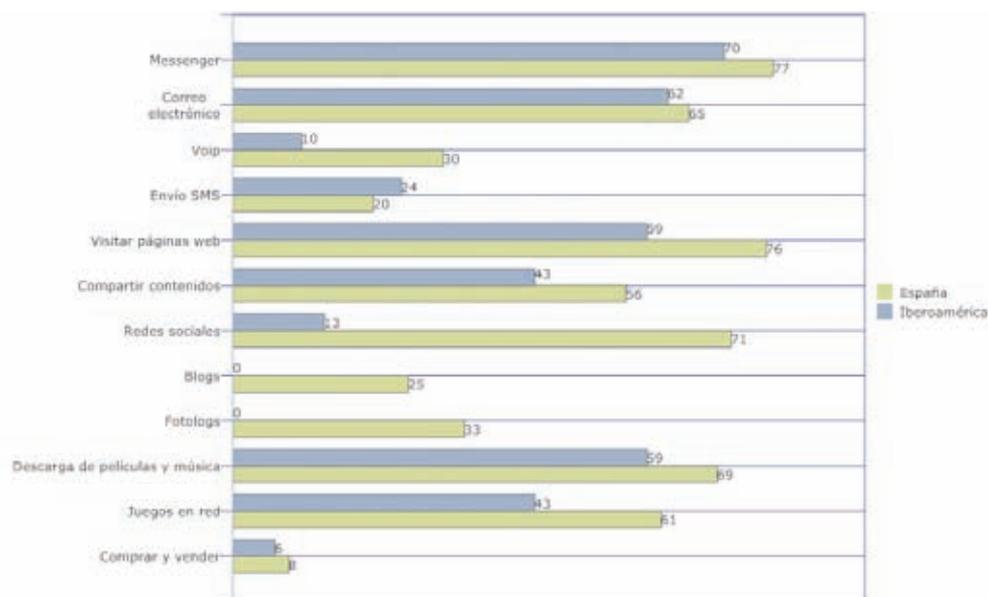
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 37: «¿A qué tipo de juegos en red has jugado últimamente?». N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.45. MOTIVOS PARA JUGAR EN RED (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 38: «Si utilizas los juegos en red donde puedes jugar con otras personas a través de Internet ¿estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 5,072 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.46. SERVICIOS UTILIZADOS EN INTERNET (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Canarias. Destaca por un uso claramente intensivo de la dimensión comunicativa de la Red: aparece por encima de la media en todos los aspectos estudiados. En este sentido, es la Generación Interactiva realmente «sincrónica» por manifestar un uso intensivo del Messenger y también «asincrónica» por la alta popularidad del correo electrónico. Entre chicos y chicas se da un uso relativo de servicios de envío de SMS.

La visita de páginas web aparece algo por debajo de la media, no así el hecho de descargar contenidos. El uso de redes sociales es reconocido por el 75%, con una diferencia de nueve puntos a favor de las chicas en el uso de esta herramienta.

Por último, el 62% juega en red, aunque en este caso son los varones los más interesados en esta posibilidad: el 72% frente al 50% de las chicas.

Centro. La Generación Interactiva de esta zona realiza un uso intensivo y multifuncional de la Red. Es un grupo que da primacía a todo lo que su-

ponga comunicar: son actividades preferentes como el Messenger, con clara supremacía femenina –82%–; correo electrónico, las chicas (64%) lo utilizan cuatro puntos por encima de los chicos; y envío de SMS, servicio también con alto atractivo entre ambos sexos. Los sistemas de voz VoIP tienen atractivo para un tercio de los escolares.

La visita de páginas web, junto con las descargas de diversos contenidos, es otro de los polos de interés para los menores de esta zona, al igual que aquellas herramientas que les permiten compartir contenidos audiovisuales con otros internautas.

En el apartado sobre ocio digital, los chicos destacan por encima de la media: la tónica general es la prevalencia de los juegos en red y, en menor medida, el acceso a contenidos de radio y televisión digital.

Levante. Destaca por el uso intensivo de diversos servicios interactivos. Se sitúa a la cabeza en la utilización del Messenger mientras que en lo rela-

Tabla 3.11. USO DE SERVICIOS DE INTERNET (10 A 18 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur
COMUNICAR							
Con chat	14,8	15,3	10	16	13,2	17	14,2
Con Messenger	93,2	88	90,3	88,4	85,2	88,2	90,3
Para usar el correo electrónico (e-mail)	68,6	64,2	61,5	69,2	67,9	65,7	65
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	28,1	29,4	27,6	38,1	11,7	33,5	32,2
Envío de SMS	22,3	19,4	15,6	17,9	24,2	21,9	21,4
CONOCER							
Visitar páginas web	75,4	74,5	78,3	79,6	78,2	74,4	75,7
Foros o listas de correo	18,2	15,7	13,1	10,3	16,6	13,9	15,7
Para descargar música, películas o programas	72,3	68	69,8	67	72,1	71,9	69,4
COMPARTIR							
Redes sociales	75,1	72,6	64,3	56,9	69,1	73,1	77,1
Compartir videos, fotos, presentaciones	55,6	57,1	55,9	53,6	54,9	55,1	57,3
Fotoblogs	21,9	31,1	36,9	47,2	50	34,2	22,6
Blogs	22,5	24,9	24,4	24,1	41,8	28,2	20,7
OCIO							
Juegos en red	62,4	60,4	58,9	60,3	60	62,3	60,5
Radio digital	9,6	9,2	6,6	7,1	7,7	8,2	7,5
Televisión digital	17,5	15,4	12,9	15,2	17,4	15,1	12,7
COMPRAR							
Comprar o vender	9,1	9,6	3,8	6	9,8	9	7

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)»; n.º 31: «¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?»; n.º 36: «¿Sueles usar Internet para jugar en red?»; y n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

tivo al correo electrónico están algo por debajo de la media. También, el 28% suele utilizar servicios VoIP, para hablar con otros internautas.

La visita de páginas web es algo superior a la media. En el aspecto «compartir» refleja un uso menos intensivo de las redes sociales que afecta por igual a ambos sexos.

Para los menores de esta zona Internet es un elemento esencial como herramienta de ocio: seis de cada diez afirman jugar en red, rasgo marcadamente masculino: el 71% de los chicos frente al 47% de las chicas.

Noreste. Sigue una pauta similar, con un uso por encima de la media de uno de los servicios «estrella»: casi el 70% utiliza el correo electrónico. Destaca la clara preferencia femenina en el

uso del Messenger: el 83% de las chicas dicen utilizarlo frente al 69% de los varones. El uso del correo electrónico es cotidiano para el 76% de las féminas, casi catorce puntos por encima de la utilización que hacen los chicos. Los servicios de voz VoIP son también usados profusamente entre las chicas, diez puntos por encima de la media nacional.

Gran parte de su navegación está vinculada al hecho de navegar por diversas páginas web, preferencia claramente superior en el caso de las chicas; la posibilidad de descargar contenidos es importante aunque se halla ligeramente por debajo de la media, al igual que ocurre con la posibilidad de compartir fotos, vídeos, etcétera.

Por último, otro rasgo peculiar es una menor utilización de las redes sociales, trece puntos por debajo de la media nacional.

Noroeste. Como en el resto de zonas, el uso de la Red aparece muy vinculado a la posibilidad de comunicarse con los demás. El 80% de las chicas utilizan el Messenger y el 66% de los chicos se comunican a través del correo electrónico. Sin embargo, el uso de servicios VoIP es realmente bajo frente a la media y alto en el caso de envío de mensajes a teléfonos móviles a través de Internet.

Para casi el 80%, Internet es útil para navegar por la Web o descargar contenidos y siete de cada diez utiliza las redes sociales. Por otro lado, también es popular en esta zona el hecho de descargar películas, música o programas, y utilizar Internet como plataforma de juego en red.

Norte. Destaca por un uso inferior a la media en algunos de los servicios de Internet investigados. Es la zona con el índice de uso más bajo en el caso del Messenger, aunque en el caso del correo electrónico se mantiene en la media. El uso de servicios VoIP es popular entre tres de cada diez menores y tres cuartas partes utilizan la

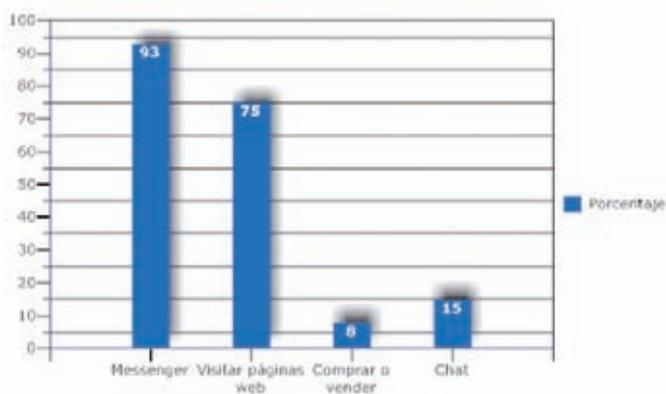
Red para visitar páginas web. El uso de redes sociales es algo muy popular entre las chicas –80%– y el 34% comparte sus propias instantáneas a través de *fotoblogs*. Por último, menos de un tercio de los menores de esta zona afirma no utilizar Internet para la descarga de música, películas o programas.

Sur. En la faceta «comunicar» destaca principalmente por el del Messenger, algo superior a la media nacional y con mayor grado de penetración entre las chicas. El uso del correo electrónico es reconocido por el 65% de los menores. Siguiendo la tónica general, un tercio utiliza servicios VoIP.

La utilización de la Red como fuente de información y conocimiento coincide con la media y es algo superior en el aspecto compartir fotos y vídeos. Sin embargo, los menores de Andalucía y Extremadura son los que mayor preferencia mantienen por el uso de redes sociales: el 77% lo hace con asiduidad, con valores superiores en el caso de las chicas.

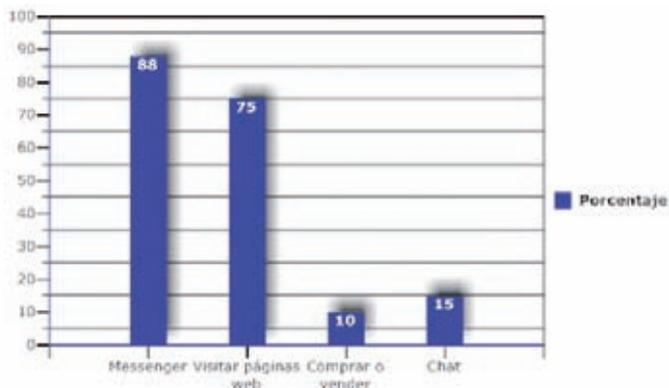
Por último, la Generación Interactiva de la zona Sur no destaca sobre la media por un mayor acceso a servicios de radio digital y por el uso de la Red para la realización de compras on-line.

Gráfico 3.47.1 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA DE CANARIAS



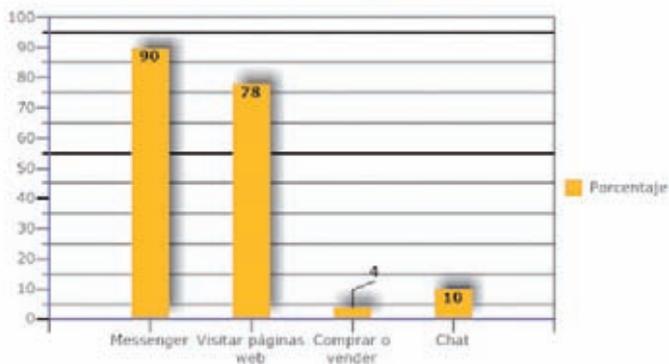
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.47.2 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA CENTRO



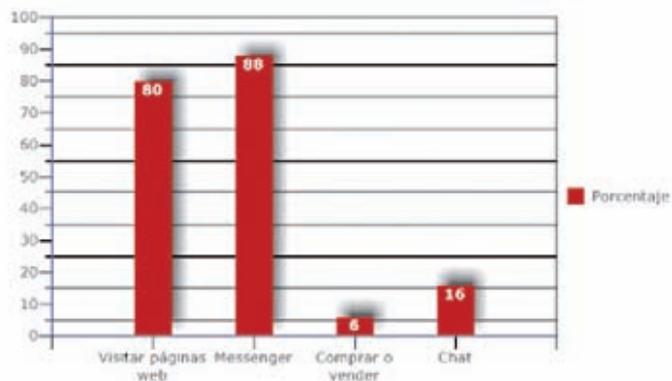
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.47.3 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA LEVANTE



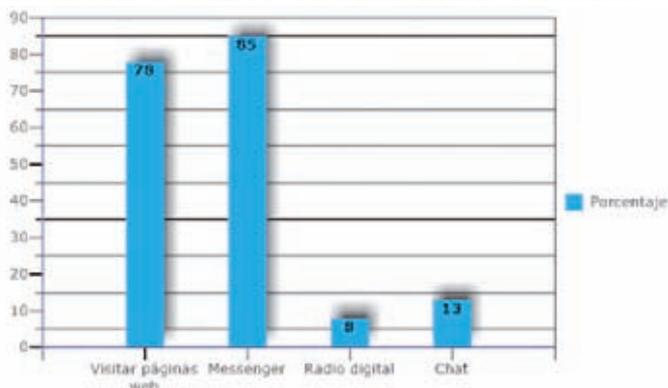
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.47.4 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA NORESTE



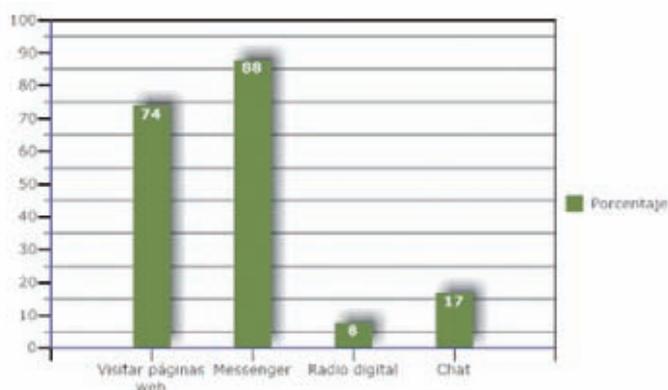
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.47.5 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA NOROESTE



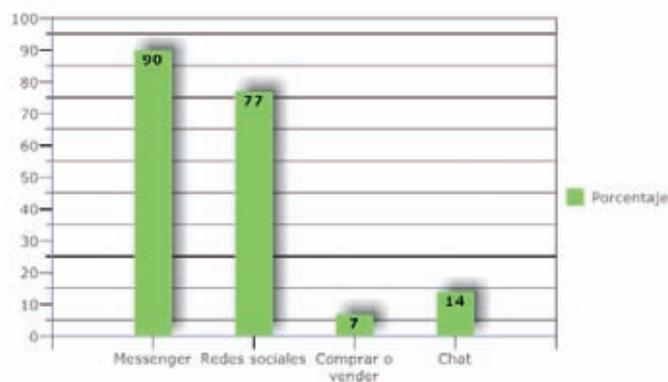
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.47.6 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA NORTE



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.47.7 SERVICIOS MÁS Y MENOS UTILIZADOS EN INTERNET EN LA ZONA SUR



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

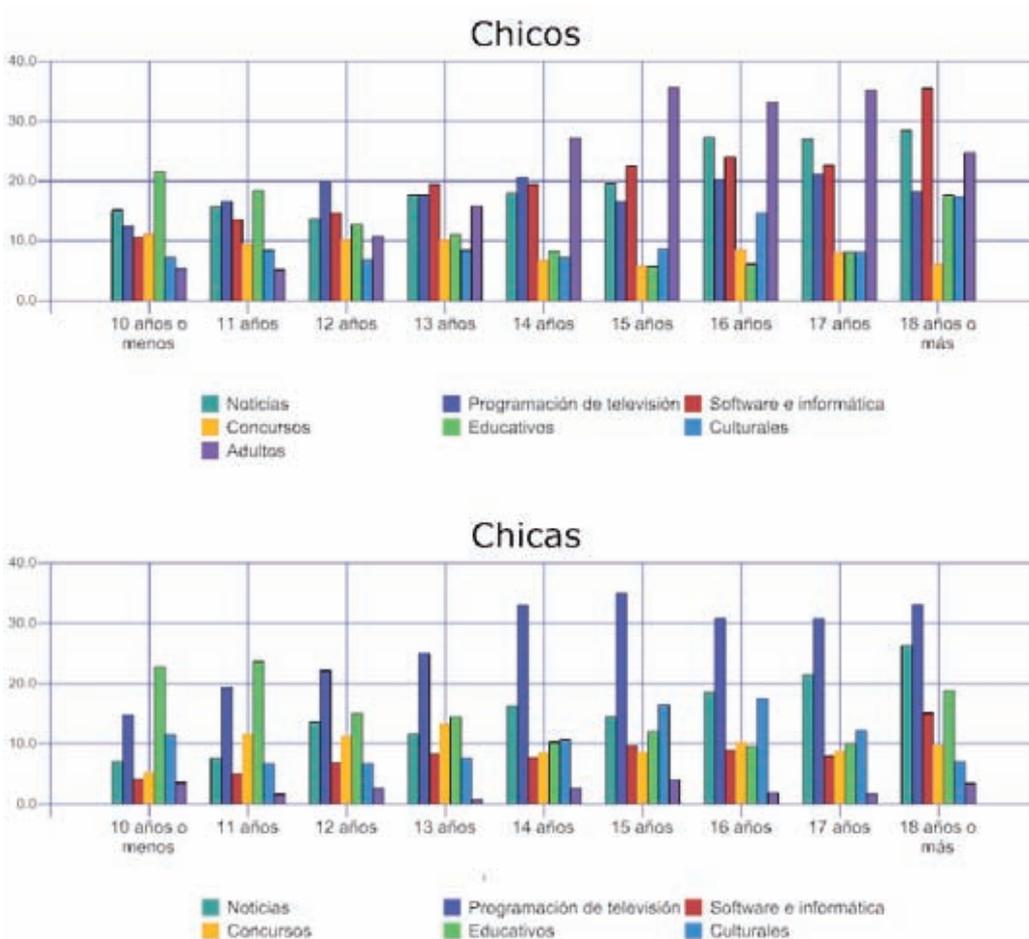
3.5.2. Contenidos visitados

En clara relación con los servicios utilizados aparece la cuestión sobre los contenidos más visitados. Las posibilidades que ofrece el estudio pueden agruparse en cuatro centros de interés. En primer lugar, aparecen los contenidos relativos al ocio como la música, los juegos, el humor, deportes, noticias, aficiones, etcétera. En segundo lugar, aquellos que obtienen la calificación de edu-

cativos y culturales, y cuyo acceso está especialmente vinculado al desarrollo de tareas escolares. Y, por último, un grupo de especial consideración lo constituye el acceso a contenidos calificados para adultos disponibles en la Red.

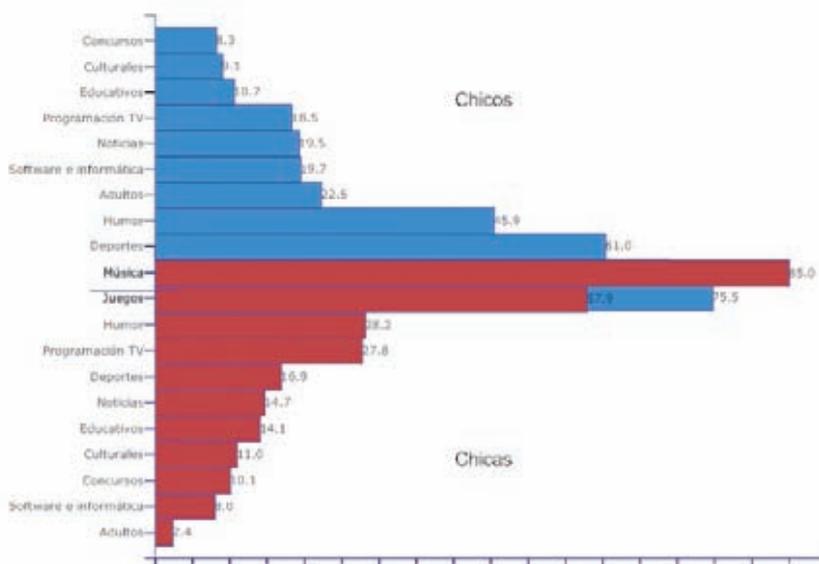
Los resultados globales sobre las tres categorías dibujan algunos rasgos peculiares en la Generación Interactiva española. El primero lo constituye la búsqueda de experiencias de ocio en el acceso a Internet. Dicho de otro modo, algunos de los conteni-

Gráfico 3.48. ACCESO A DIVERSOS CONTENIDOS EN INTERNET (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.49. ACCESO A DIVERSOS CONTENIDOS EN INTERNET (10 -18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

dos incluidos en esta categoría son los que mayor puntuación obtienen. Destacan la música, los juegos, el humor y los deportes. Junto con esto, también existe una forma de divertirse o una búsqueda de lo adulto en esta generación: aunque el dato sea bajo, el 13% reconoce visitar sitios calificados por ellos mismos como «para adultos».

La búsqueda del entretenimiento a través del consumo de contenidos relacionados con el ocio se contrapone con fuerza a la posibilidad de encontrar en Internet una fuente de conocimientos educativos o culturales. En términos medios, sólo uno de cada diez menores declara visitar habitualmente recursos educativos o culturales.

La preferencia y uso frecuente de determinados contenidos tiene relación, como es lógico, con la edad y el sexo de los internautas. Los más pequeños, hasta los 12 años, se decantan principalmente por la búsqueda de contenidos relacionados con juegos y, aunque sean de naturaleza absolutamente distinta,

con aquellas páginas de naturaleza educativa. Salvo estas excepciones, el acceso al resto de contenidos crece según aumenta la edad de los navegantes.

Por sexo, las chicas mantienen una mayor preferencia sobre contenidos musicales, educativos y la programación en televisión. Los chicos, sin embargo, prefieren claramente los deportes, los juegos, contenidos relacionados con *software* e informática y todo aquello que esté relacionado con el humor. Es muy significativa su mayor preferencia por los contenidos «adultos»: el 22% frente al 2% de las chicas. Por último, contenidos cuya preferencia de acceso no esté afectada en función del género de los usuarios son: los educativos y culturales y los concursos.

Como se ha hecho anteriormente, la consideración de los resultados obtenidos en los diversos países permite trazar las principales diferencias y similitudes en función de la procedencia geográfica de los menores. La tabla 3.12 expone los resultados obtenidos en este sentido:

Tabla 3.12. CONTENIDOS VISITADOS EN INTERNET (10-18 AÑOS)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
Música	77,9	75,0	79,2	76,2	76,5	75,4	78,6	76,9
Juegos	61,7	65,7	64,8	72,5	64,3	65,8	70,6	67,2
Humor	43,8	38,6	36,7	39,3	38,8	36,3	35,2	37,5
Deportes	42,2	44,7	39,7	38,4	39,8	42,5	34,8	40,1
Noticias	25,1	17,0	14,3	16,8	19,0	19,0	16,1	17,2
Programación de TV	21,3	22,1	20,2	22,6	29,8	23,4	23,5	22,9
Software e informática	18,7	14,2	13,4	16,0	13,7	12,1	14,2	14,2
Concursos	8,8	9,6	9,8	10,7	8,9	7,6	8,8	9,2
Educativos	11,7	10,3	13,1	15,6	13,4	9,3	13,9	12,3
Culturales	10,5	9,4	12,2	10,2	12,3	7,9	9,9	10,0
Adultos	16,1	14,5	12,2	10,8	14,2	15,7	10,3	13,0

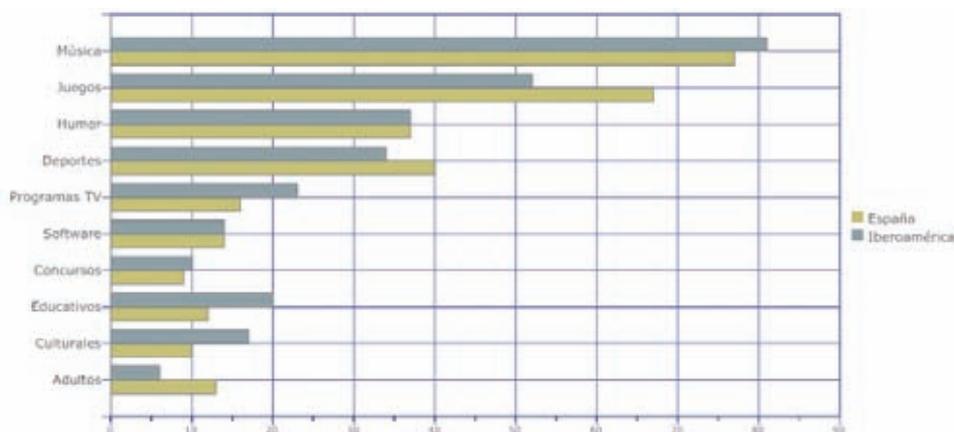
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

La tabla anterior permite extraer algunas conclusiones:

- La Generación Interactiva de Andalucía y Extremadura—zona Sur—se caracteriza por un uso más intensivo de determinados contenidos. Están por encima de la media las visitas a contenidos relacionados con la música o los juegos. En lo formativo, manifiestan una ligera preferencia sobre los contenidos educativos frente a los culturales.
- La Generación Interactiva de la zona Centro se caracteriza, fundamentalmente, por un mayor acceso a contenidos. El acceso a contenidos relacionados con la música está algo por debajo de la media y su preferencia por el humor afecta a cuatro de cada diez casos. Por último, el 14% accede a contenidos relacionados con lo «adulto».
- En Galicia y Asturias—zona Noreste—tres cuartas partes tienen una clara preferencia por todo lo relacionado con la música. También se da en esta zona un acceso por encima de la media a los juegos y el humor, el *software*, los concursos y los recursos educativos que puedan encontrarse en la web.
- La zona Noroeste prefiere, como la mayoría de sus iguales, todo lo relacionado con la música. Sin embargo, se da un acceso inferior a la media en el caso de los juegos. Todo lo relacionado con el ám-

- bito deportivo constituye un contenido interesante para cuatro de cada diez navegantes; de igual modo, casi el 20% está interesado en la búsqueda de noticias a través de Internet. Por otro lado, la Generación Interactiva de esta zona es la que mayor acceso hace de contenidos relacionados con la programación televisiva. Por último, el acceso a contenidos educativos y culturales está por encima de la media, al igual que ocurre en el caso de páginas web con contenido adulto.
- Menores de Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja se sitúan, en términos generales, sobre la media nacional en el uso de contenidos con fuerte atractivo como la música, los juegos y los deportes. Por debajo de la media se sitúan en casos como el humor, el *software* y la informática. Es destacable que los menores de esta zona son los que menor uso hacen de todo lo relacionado con lo educativo y cultural, al mismo tiempo que su preferencia por lo adulto destaca por encima de la media.
 - Por último, Canarias destaca por su mayor preferencia por los contenidos lúdicos relacionados con el humor, el acceso a noticias, el *software* y la informática. Es la región con mayor índice de consumo de contenidos «adultos», tendencia con marcado género masculino: el 26% de los chicos afirman consumirlos.

Gráfico 3.50. ACCESO A CONTENIDOS EN INTERNET (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Hasta aquí hemos visto cómo la Generación Interactiva utiliza los servicios disponibles en Internet y cuáles son los contenidos que visitan con mayor frecuencia. Una mirada conjunta sobre los menores españoles y sus colegas iberoamericanos permite extraer, de modo conclusivo, algún otro rasgo definitorio de esta generación.

En primer lugar, ambos colectivos de menores comparten unas preferencias muy similares sobre los distintos tipos de contenidos que pueden encontrar en Internet. La música, los juegos, el humor, los deportes, etcétera son ampliamente visitados por menores, vivan en Argentina, Chile, México o España. En segundo lugar, existe un mayor acceso en Iberoamérica a todo lo que tiene que ver con lo educativo o cultural, rasgo que tiene una relación directa con el lugar de acceso a Internet: recordemos que en caso de estos países, los menores navegan más desde las escuelas y no tanto desde sus hogares como ocurre en España. Por último, en la Generación Interactiva española se da un mayor acceso a contenidos considerados para adultos.

Dicho de otro modo, menores de distintos países tienen en común el uso de servicios como el Messenger, el correo electrónico y la propia *World Wide*

Web. Sobre los contenidos ocurre algo similar: niños y jóvenes separados por grandes distancias físicas, culturales, educativas, etcétera se unen en Internet como usuarios principales de contenidos únicos. La música, los deportes, los juegos, etcétera constituyen lugares de encuentro común para una generación variada y extensa. En cuestión de contenidos es posible establecer un principio de convergencia universal sobre media docena de temas de interés: la coincidencia se confirma en menores de todos los países y las diferencias sobre la media global no son muy acusadas, como puede verse en el gráfico siguiente tomando datos de los dos contenidos más demandados: música e información relativa a juegos.

En contraposición a los contenidos, el uso de servicios también apunta a configurarse como lugar común de encuentro pero con matices distintos. El gráfico 3.51 nos muestra las pautas de uso de las dos herramientas más demandas: Messenger y las visitas a distintas webs. Y siendo frecuente navegar a través de estos servicios las diferencias de uso por países son mucho más acusadas, definiendo a la Generación Interactiva iberoamericana, frente a la española, como un grupo con mayor divergencia en la utilización de estos servicios.



Gráfico 3.51. USO DE CONTENIDOS DE MÚSICA Y JUEGOS POR PAÍSES (10-18 AÑOS)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas, 2008*. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.52. USO DEL MESSENGER Y LA «WWW» POR PAÍSES (10-18 AÑOS)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas, 2008*. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

3.6. Creadores digitales

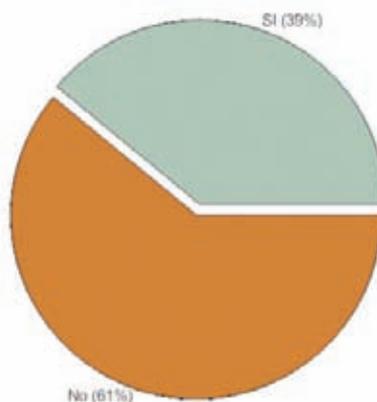
Hasta aquí la Generación Interactiva queda tipificada como usuaria de la Red mediante el «consumo» de diversos contenidos y apoyándose en diversos servicios desarrollados para tal fin. Sin embargo, Internet aporta por naturaleza la posibilidad de contribuir al medio, de pasar de espectador a emisor configurando contenidos propios. Este rasgo es explorado entre los menores internautas a través de la exploración de su actividad como generadores de contenidos. Se trata, en este apartado, de tipificar cuántos son creadores de sus propios contenidos, qué contienen esas páginas y cuál es la actitud sobre ellas de sus hacedores.

Como puede verse en el gráfico 3.53, casi el 40% de los menores internautas poseen página web propia o han generado alguna vez algún *blog*, *fotoblog* o algún espacio para difundir sus vídeos.

Por edad, el perfil como creador de contenidos aumenta constantemente y se da un salto cualitativo en la posibilidad de configurar contenidos a partir de los 14 años; a partir de los 16 son la mitad los que construyen y administran sus propios *blogs* o páginas web. Según el sexo, es muy interesante constatar la coincidencia de ambos géneros como creadores de contenidos, tal como puede verse en el gráfico 3.54.



Gráfico 3.53. CREADORES DE CONTENIDOS. «¿HAS HECHO UNA PÁGINA WEB, BLOG O FOTOBLOG?» (10-18 AÑOS)

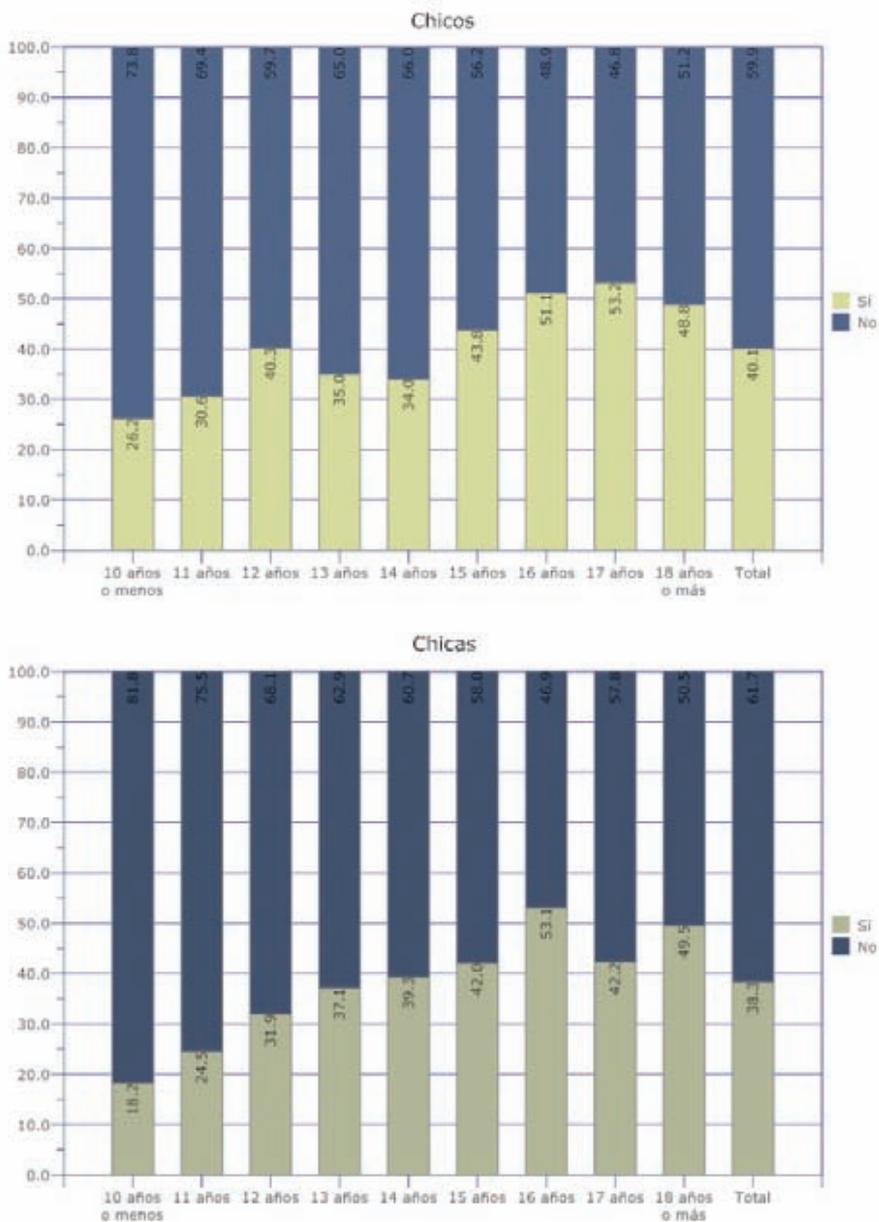


Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 41: «Has hecho alguna página web o algún *blog*?» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Los resultados de esta cuestión por zona nos permiten diferenciar entre dos grupos: lugares donde la Generación Interactiva tiene un marcado perfil de usuario o consumidor de contenidos, y otros cuyo rasgo predominante es la configuración de contenidos. Como puede verse en gráfico 3.55, en el primer grupo se sitúan la zona Sur, el Norte y Canarias; la respuesta negativa a la posible autoría de una página web o un *blog* supera a la media global para toda la región. Frente a los visitantes de Internet encontramos a los hacedores: es el caso del Noroeste y el Noreste.

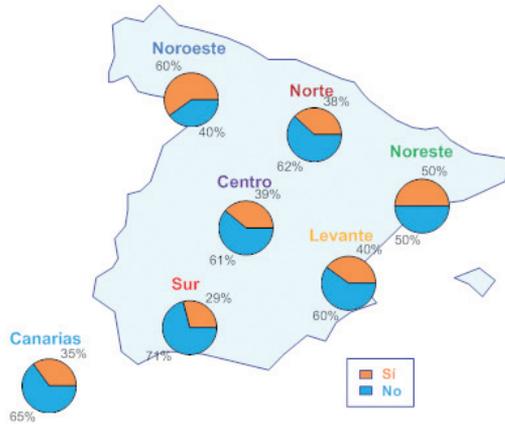
El contenido de las creaciones interactivas de estos menores guarda estrecha relación con sus preferencias en el momento de utilizar Internet. Así, los contenidos más visitados —música, deportes y juegos— son también la temática más frecuente de sus propias páginas web y *blogs*, como puede verse en el gráfico 3.57. La música es la temática elegida para el 51% de los casos, preferencia de claro tono femenino y más acusada en la zona de Levante y Canarias.

Gráfico 3.54. CREADORES DE CONTENIDOS. «¿HAS HECHO UNA PÁGINA WEB, BLOG O FOTOBLOG?» (10-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 41: «Has hecho alguna página web o algún blog?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.55. CREADORES DE CONTENIDOS. «¿HAS HECHO UNA PÁGINA WEB, BLOG O FOTOBLOG?» (10-18 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 41: «Has hecho alguna página web o algún blog?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.56. CREADORES DE INTERNET FRENTE A CONSUMIDORES DE INTERNET



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 41: «Has hecho alguna página web o algún blog?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Los deportes son elegidos como tema de creación por un tercio de los internautas. En este caso, la tendencia por sexo se invierte y son los chicos los que más páginas web deportivas generan, situándose a la cabeza escolares del Noroeste. Los juegos obtienen una cifra muy similar al caso anterior: los chicos canarios son los más expertos a la hora de crear este tipo de contenidos.



Gráfico 3.57. CONTENIDO DE PÁGINAS WEB Y BLOGS PROPIOS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 42: «¿Con qué contenido?» N = 3.283 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.13. CREACIÓN DE CONTENIDOS POR TIPO (POR ZONA)

	Deportes	Software e informática	Programación de TV	Noticias	Educativos	Culturales	Juegos	Música	Humor	Concursos	Adulto	Historia personal
Canarias	34,5	14,4	10,1	17	8,9	7,9	32,3	57,8	27,8	5,2	14,4	28,8
Centro	34,8	11,2	9,2	12,9	12	11,2	35,2	50,8	27,3	6,6	9,1	22,7
Levante	30,7	10	8,1	8,7	15,1	17	32,7	57,6	26,2	10,7	8,1	21,6
Noreste	33,1	10,9	10	12,8	18,5	12,8	37,9	43,2	24,8	7,5	6,5	27,3
Noroeste	38,3	9,2	7,1	19,7	10,1	11,8	35,4	50,8	26	7,1	6	27,7
Norte	35	9,1	9,4	16,6	12,9	11,3	29,6	55,1	20	7,1	10,2	21,7
Sur	30,5	12,3	9,5	15,1	18,2	14,6	32,2	49,2	27,8	7,8	7,9	23,7
Total	33,6	11,2	9	14,1	14,2	12,8	33,8	51,3	25,6	7,6	8,4	24

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 42: «¿Con qué contenido?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

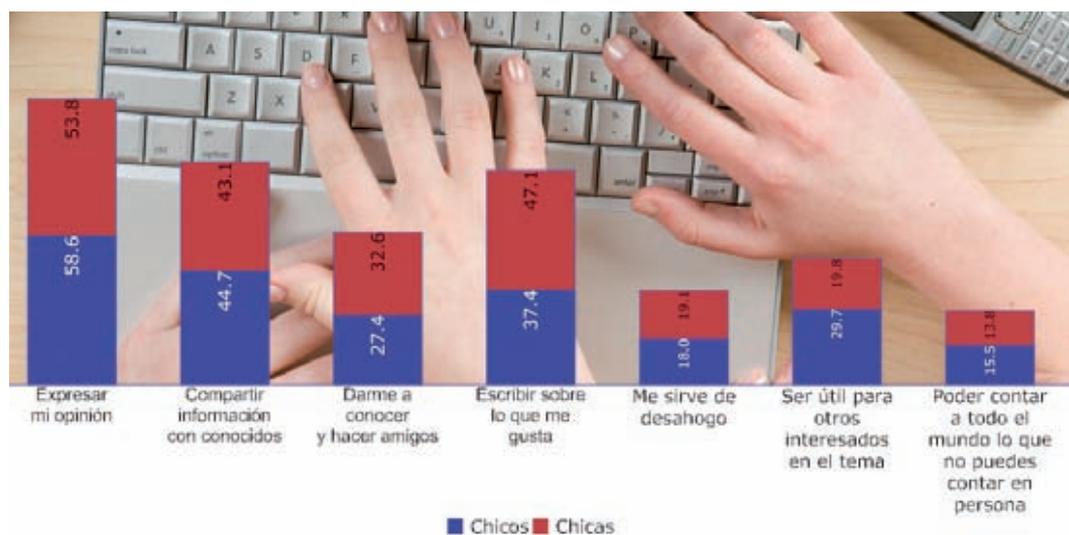
Contar la propia historia personal, a modo de diario, es una preferencia para uno de cada cuatro de los creadores. Esta opción es claramente femenina ya que, para este grupo, alcanza el 32%. Por último, aparece el 8% de menores que declara incluir en sus propias creaciones contenidos considerados para adultos.

Una última cuestión es ahondar en los motivos que hacen que los menores den el salto de usuarios a creadores de contenidos. Según la investigación realizada, en primer lugar aparece la posibilidad

de expresar la propia opinión, junto al hecho de poder compartir información con personas conocidas. Al mismo tiempo, crear contenidos digitales les permite escribir sobre sus gustos –opción claramente femenina–, darse a conocer y también hacer nuevas amistades. De forma menos acusada se reconocen motivos como la utilidad para otros usuarios interesados en un mismo tema, la posibilidad de desahogarse en la realización de esta actividad o el poder contar cosas o aspectos que no se pueden transmitir en primera persona.



Gráfico 3.58. UTILIDAD DE TENER UNA PÁGINA WEB O BLOG PROPIO (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 43: «¿Qué es lo que te parece más útil de tener una web o blog propios?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.



3.7. Mediación educativa

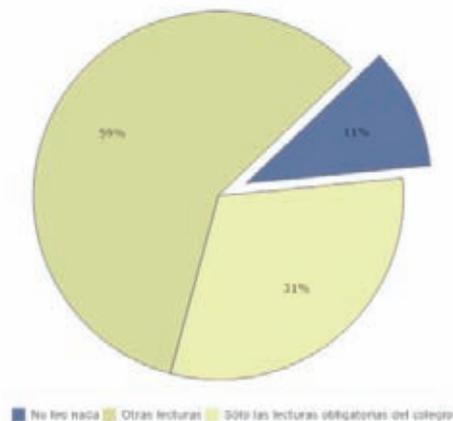
Internet se configura, según los resultados expuestos hasta aquí, como una actividad preferente entre los menores. Más allá de los lugares de habitual acceso a la Red o la presencia de adultos en esa actividad, cabe preguntarse hasta qué punto los menores reconocen la influencia de una mediación educativa en su faceta como internautas.

En este sentido, la investigación realizada ahonda en cuatro cuestiones: el grado de apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación en la realización de tareas escolares, el uso o la recomendación sobre el uso por parte de docentes que sirva como orientación educativa a los menores; las posibles acciones de mediación educativa por parte de los progenitores mientras los menores navegan, y la percepción sobre las restricciones que padres y madres trazan en el uso de determinados servicios de la Red.

3.7.1. Una generación de estudiantes

A la luz de los resultados obtenidos, la lectura parece ser una actividad de gran profusión entre la Generación Interactiva: nueve de cada diez menores reconocen leer de forma habitual, ya sean las lecturas obligatorias del colegio o bien otros libros, revistas y cómics. En este sentido, tal como puede verse en el gráfico 3.59 es destacable el carácter «libre» que adquiere el interés por esta actividad al ser superior la opción de otras lecturas –libros, revistas, cómics, etcétera– frente a aquellos textos que deben leer de forma obligatoria por indicación de sus profesores. Por sexo, es destacable una mayor afición de la lectura libre entre las chicas y una mayor circunscripción a la lectura obligatoria entre los varones. En función de la edad, el interés por esta actividad decae ligeramente según incrementa el valor de esta variable. Por último, en la tabla 3.14 pueden observarse los valores de esta cuestión según las diversas zonas estudiadas. So-

Gráfico 3.59. ÍNDICE DE PENETRACIÓN DE LA LECTURA (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 8: «¿Qué lees?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

bre el grado de penetración de la lectura, la zona Noreste destaca por obtener el valor más alto; en el caso contrario se sitúa el Norte, aunque la presencia de escolares «no lectores» sigue siendo baja en términos generales –12,6%–. En cuanto al tipo de lectura, los menores de la zona Levante destacan como aquellos que más se ciñen a dedicar tiempo única y exclusivamente a textos de obligada lectura; por el contrario, es en el Noreste y el Noroeste donde encontramos un mayor gusto por otro tipo de textos.

Como es lógico, el estudio y la realización de tareas escolares en casa ocupa una parte importante del tiempo de la Generación Interactiva. El gráfico 3.60 nos muestra los valores de esta cuestión, tanto en días laborables como en fines de semana. Sobre estos datos, merece la pena comentar la escasa presencia de casos que afirmen no estudiar nada, y es más frecuente dedicar entre una y dos horas al estudio personal, o bien entre 30 minutos y una hora. También es destacable que casi dos de cada diez reconozcan estudiar más de dos horas diarias. Por último, se da una mayor incidencia del estudio personal en los días laborables mientras que el fin de semana parece estar reservado a la realización de otras tareas más relacionadas con el ocio.

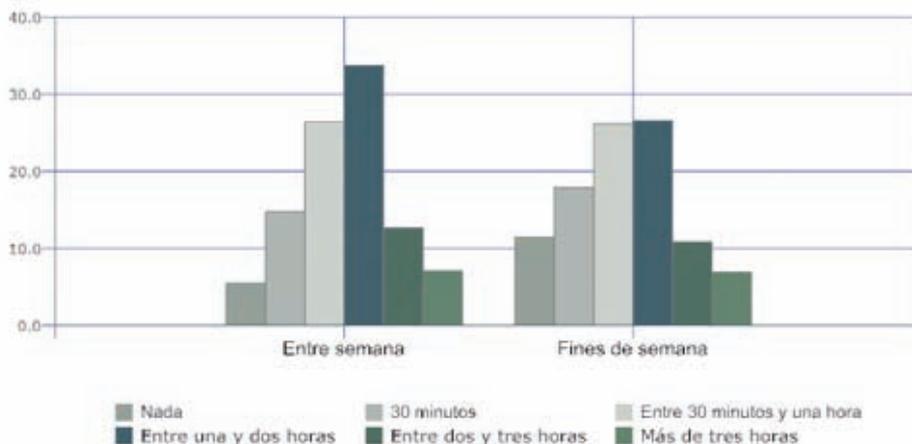
Por edad existe una lógica correlación entre los años y el tiempo de dedicación al estudio: el grupo de hasta 11 años prevalece en el intervalo «30 minutos» y «entre 30 minutos y una hora», los adolescentes entre 12 y 15 años son mayoría en la situación «entre una y dos horas», y por encima de este valor se sitúan aquellos escolares que ya han cumplido los 16 años. Por otro lado, son relevantes las diferencias en función del sexo que se da sobre esta cuestión; las chicas reconocen una mayor dedicación al estudio en casi todos los intervalos (gráfico 3.61). Por zona, los escolares de Canarias destacan por ser los que menos tiempo dedican al estudio personal, tanto los días laborables como los fines de semana. En sentido contrario, los me-

Tabla 3.14. ÍNDICE DE PENETRACIÓN DE LA LECTURA (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	No leo nada	Sólo las lecturas obligatorias del colegio	Otras lecturas: libros, revistas o cómics
Canarias	11,2	34,8	64,2
Centro	11,6	32,6	64,2
Levante	10,5	41,7	54,7
Noreste	9,2	31,9	60,1
Noroeste	12,1	31,9	60,1
Norte	12,6	23,8	68,9
Sur	10,4	38,1	59,8

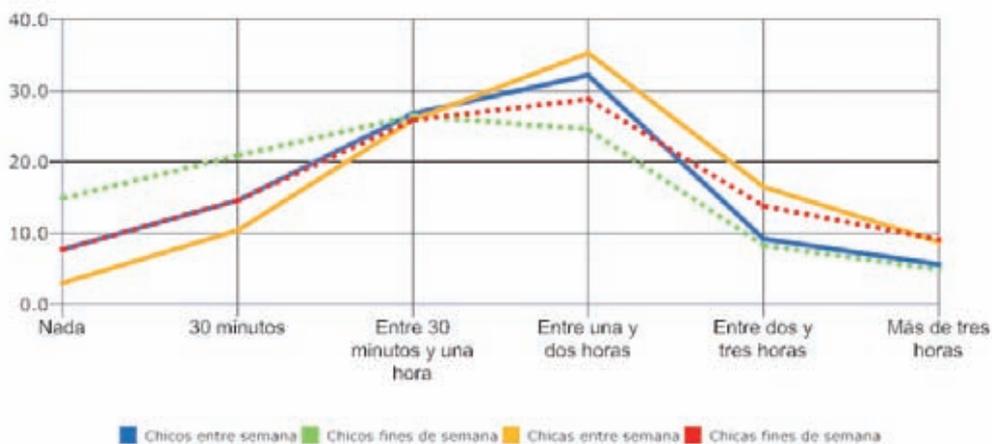
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 8 «¿Qué lees?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.6o. HORAS DE ESTUDIO PERSONAL Y DE REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 9: «¿Cuántas horas estudias o haces la tarea entre semana?», y n.º 10: «¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?». N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.61. HORAS DE ESTUDIO PERSONAL Y REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 9: «¿Cuántas horas estudias o haces la tarea entre semana?», y n.º 10: «¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?». N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.15. HORAS DE ESTUDIO ENTRE SEMANA Y FIN DE SEMANA (POR ZONA)

	Entre semana					
	Nada	30 minutos	Entre 30 minutos y una hora	Entre una y dos horas	Entre dos y tres horas	Más de tres horas
Canarias	8,9	18,1	29	28,5	8,5	7,1
Centro	5,9	13,7	24,7	34,9	13,8	7
Levante	5,1	13,9	27	31,2	13,8	9,1
Noreste	4,2	14	29,2	35,1	12,3	5,2
Noroeste	7	19,9	30,8	28,9	8,4	5
Norte	5,6	14,9	23,8	35,5	13,3	6,9
Sur	4,8	14,3	26	34,5	12,5	7,9

	Fin de semana					
	Nada	30 minutos	Entre 30 minutos y una hora	Entre una y dos horas	Entre dos y tres horas	Más de tres horas
Canarias	15,7	22,6	28,1	19,8	8,1	5,8
Centro	11,2	17,2	25,4	28,2	12	6
Levante	11	19,9	24,7	24,7	11	8,7
Noreste	5,5	13,9	29,9	28,6	13	9,2
Noroeste	18,3	17,4	23	26,3	11,3	3,6
Norte	10	16,9	26,1	27,5	11,9	7,6
Sur	12,9	19,4	26,9	25,9	8,5	6,4

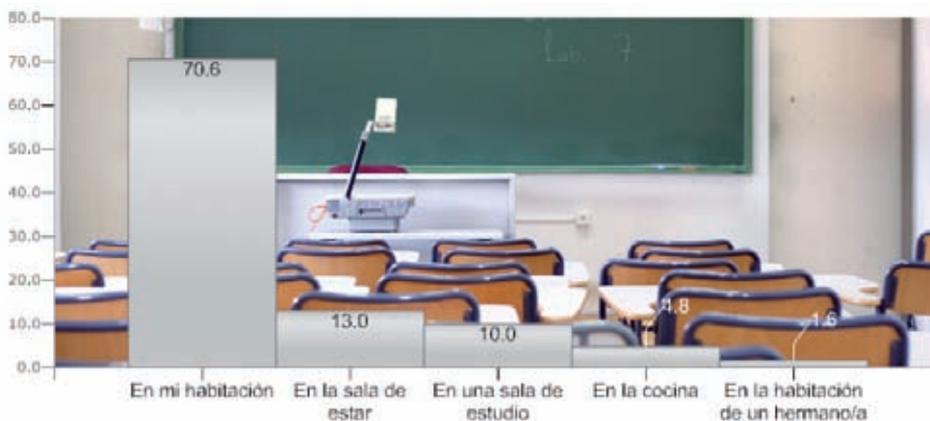
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 9: «¿Cuántas horas estudias o haces la tarea entre semana?», y n.º 10: «¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

nores de Cataluña, Baleares y Aragón parecen ser los más aplicados en sus responsabilidades escolares (tabla 3.15).

En relación al tiempo de estudio aparecen otras tres cuestiones incluidas en la investigación. En primer lugar, se ha interrogado a los menores sobre el lugar habitual para realizar las tareas escolares, y se ha definido el propio dormitorio como el sitio preferente para el trabajo personal. De forma mucho menos generalizada, aparece la sala de estar, una sala de estudio y la cocina como lugares habituales de estudio. Por edad, es a partir de los 13 años cuando se da un mayor uso del propio cuarto como «centro de operaciones».

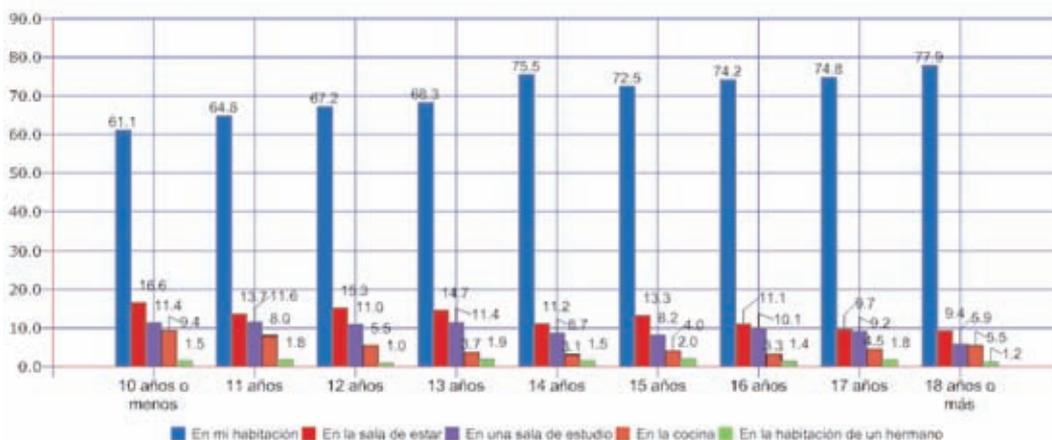
Una segunda cuestión sobre el tiempo de estudio de la Generación Interactiva fuera del colegio o la escuela hace referencia a si existe algún tipo de ayuda personal durante esos momentos y, en su caso, de qué tipo es. Al respecto, casi dos tercios de los menores declaran plena autonomía en la realización de las tareas escolares o en los momentos de estudio. Es mayor la incidencia entre las chicas y aumenta la tendencia –de forma lógica– con la edad. Por zona, tal como puede verse en la tabla 3.16, se definen como los más autónomos los escolares de Levante y el Centro; en caso contrario aparece la Generación Interactiva del Noreste y Noroeste como la más asistida en este ámbito.

Gráfico 3.62. LUGAR HABITUAL DE ESTUDIO



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 13: «Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente» N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.63. REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES O ESTUDIO EN SU PROPIA HABITACIÓN (POR EDAD)

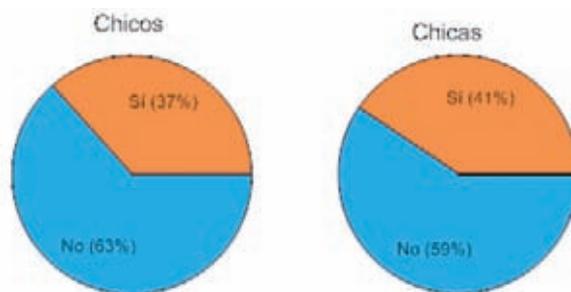


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 13: «Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente» N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

La propia familia se constituye como la principal ayuda en la realización de tareas escolares: la madre constituye un apoyo en la mitad de los casos, el 37% reconoce contar con la ayuda de su padre y para el 24% son sus hermanos quienes les ayudan en el estudio personal. Además de estas posibilidades, casi un tercio reconoce contar con

la ayuda de un profesor particular y dos de cada diez escolares acuden a una academia. Según el sexo, las chicas suelen contar con más ayuda en casi todas las opciones menos en el caso del padre, cuya intervención es mayor en los varones; en ambos casos, no hay diferencias significativas en la intervención de la madre. Por último, según

Gráfico 3.64. EXISTENCIA DE AYUDA EN LA REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES EN CASA (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 11: «¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

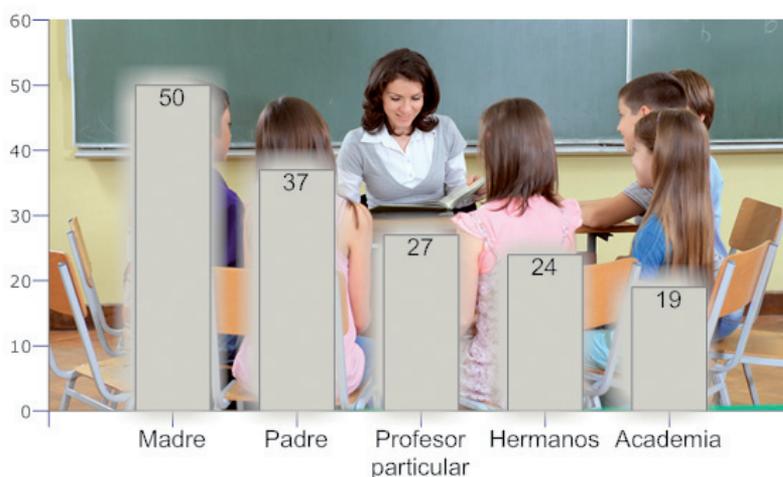
Tabla 3.16. AYUDA EN LA REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES EN CASA (POR ZONA)

	No	Sí
Canarias	58,4	41,6
Centro	63,2	36,8
Levante	66,7	33,3
Noreste	57,3	42,7

	No	Sí
Noroeste	54,5	45,5
Norte	62,3	37,7
Sur	61,1	38,9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 11: «¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.65. TIPO DE AYUDA EN EL ESTUDIO O LA REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 12: «¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.17. TIPO DE AYUDA EN EL ESTUDIO O LA REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES (POR ZONA)

	Voy a una academia	Tengo un profesor particular	Me ayudan mis hermanos/as	Me ayuda mi padre	Me ayuda mi madre
Canarias	7,3	32,9	24,4	30,1	55,5
Centro	19,7	26,6	24,5	37,7	47,2
Levante	23,1	21,9	22,7	38,8	47,8
Noreste	11,5	21,3	25,3	51,5	67,4
Noroeste	27,7	33,8	14,4	29,4	51,4
Norte	23,9	30,6	18,4	34,2	46,2
Sur	17	25,7	29	33,4	46,4

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 12: «¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

aumenta la edad de los escolares se observa una tendencia decreciente en las ayudas de tipo familiar, que son sustituidas por apoyos externos como un profesor particular o una academia.

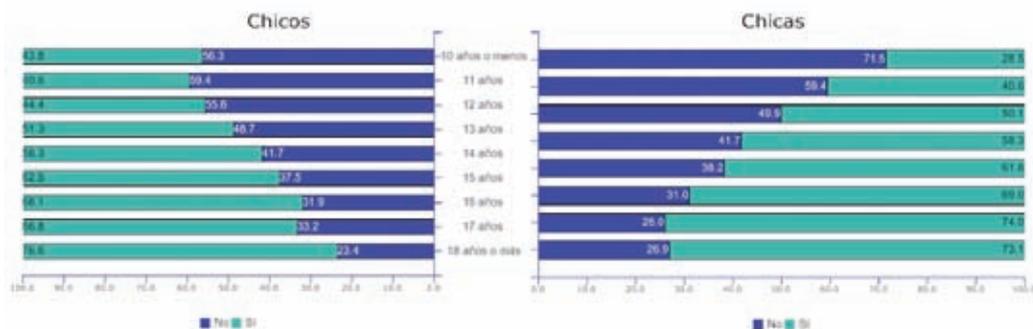
Según las diversas zonas estudiadas, tal como puede observarse en la tabla 3.17, la intervención de la madre, el padre o los hermanos es superior a la media en el Noreste, mientras que son escolares canarios o de la zona Noroeste los que, con mayor frecuencia cuentan con un profesor particular.

La tercera cuestión relacionada con el estudio tiene que ver con el grado de uso de las tecnologías en la realización de las tareas escol-

res. Según la investigación realizada, el 56% reconoce apoyarse en el ordenador o en Internet en este sentido sin que se aprecien diferencias en función del sexo. La edad, sin embargo, sí aporta matices: a partir de los 13 años el uso de estas herramientas crece de forma constante.

Los recursos más utilizados como apoyo en el estudio o las tareas escolares son Internet –92%–, programas informáticos de tipo Word, Excel, PowerPoint, etcétera –50%–, enciclopedias digitales –31%– y, en menor medida, CD interactivos –5%–. Por zona, se da un aprovechamiento más

Gráfico 3.66. UTILIZACIÓN DEL ORDENADOR O INTERNET EN EL ESTUDIO PERSONAL O LA REALIZACIÓN DE TAREAS ESCOLARES (POR EDAD Y SEXO)



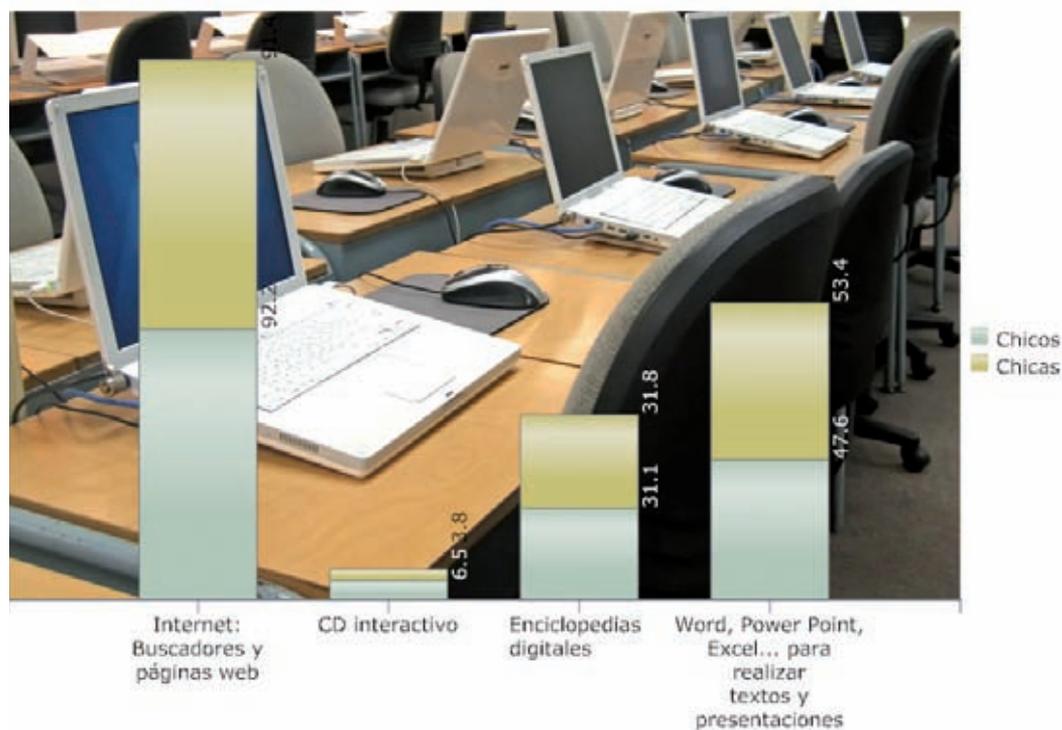
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 14: «¿Te ayudas del ordenador o Internet para realizar los deberes o estudiar?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.18. UTILIZACIÓN DE RECURSOS DIGITALES EN EL ESTUDIO PERSONAL (POR ZONA)

	Internet: Buscadores y páginas web	CD interactivo	Enciclopedias digitales	Word, PowerPoint, Excel... para realizar textos y presentaciones
Canarias	93,4	5,5	29,9	51,5
Centro	92,2	5,2	34,2	45,4
Levante	89,4	4	30,6	51,1
Noreste	92,2	5,4	29,4	65,9
Noroeste	96,7	5,5	30,7	54,2
Norte	89,3	6,2	28,5	52,5
Sur	91,8	5,1	32,7	43,3

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 15: «¿Qué herramientas utilizas para realizar los deberes o estudiar?». N = 5.339 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.67. UTILIZACIÓN DE RECURSOS DIGITALES EN EL ESTUDIO PERSONAL (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 15: «¿Qué herramientas utilizas para realizar los deberes o estudiar?». N = 5.339 escolares de 10 a 18 años.

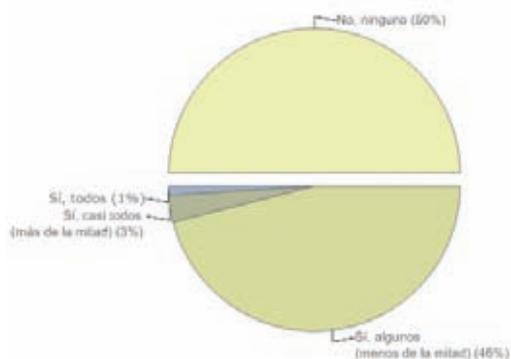


intensivo de estos recursos en el Centro, Noreste y Noroeste, tal como puede verse en la tabla 3.18. Por otro lado, la utilización de Internet es ampliamente reconocida por chicos y chicas, mientras que estas últimas parecen apoyarse más en programas de edición de textos, hojas de cálculo o presentaciones (gráfico 3.67). Por último, el aumento de la edad correlaciona positivamente con el grado de uso de estas opciones.

3.7.2. El papel de los profesores

La educación y el aprendizaje se apoyan en numerosas ocasiones sobre la observación de modelos. En este sentido, la escuela y el rol de los docentes como usuarios de Internet se convierten en testimonio de alto valor educativo y prescriptor de buenas prácticas sobre un buen uso de Internet. Y la primera condición para que se dé esa mediación a través del ejemplo será que los propios menores reconozcan en sus maestros la condición de

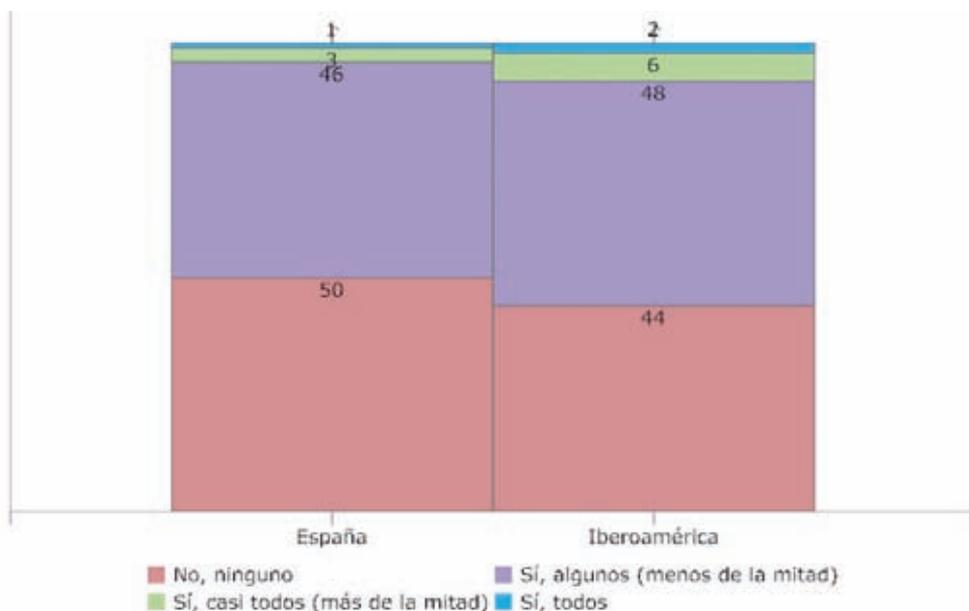
Gráfico 3.68. PROFESORES QUE USAN INTERNET EN EL COLEGIO



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 17: «¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?». N = 9,517 escolares de 10 a 18 años.

internautas. Las respuestas a la pregunta: ¿Alguno de tus profesores usa Internet para explicar su materia o lo recomienda para estudiar? vienen resumidas en el gráfico 3.68 y pueden dar pistas so-

Gráfico 3.69. PROFESORES QUE USAN INTERNET EN EL COLEGIO (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas 2008*. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 17: «¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

bre la realidad práctica de una posible prescripción docente.

Según los datos recogidos, la fuerza o influencia educativa de los docentes como usuarios de Internet es relativamente limitada. Según sus alumnos, la mitad no utiliza ni recomienda Internet como algo útil para el estudio. Como nota positiva, el 50% restante reconoce tener maestros o maestras que les animan, con su ejemplo o con recomendaciones directas, al aprovechamiento de la Red como fuente importante para resolver problemas de estudio o tareas escolares. Dentro de este grupo, se sitúa en vanguardia el 4% de casos en los que se reconoce que todos o casi todos los profesores son usuarios y prescriptores del buen uso de Internet. En este sentido, en comparación con sus iguales de Iberoamérica la percepción del uso de Internet por parte de los docentes es algo mayor en esos lugares, tal como puede verse en el gráfico 3.69

Por zona, los docentes más activos en el uso y la recomendación de Internet son los del Noreste y Canarias, según la percepción de sus alumnos, seguidos del Noroeste y Levante. Con menor incidencia en este ámbito se sitúan los casos de la zona Norte y Centro, mientras que Andalucía y Extremadura –zona Sur– ocupan el último lugar (gráfico 3.70).

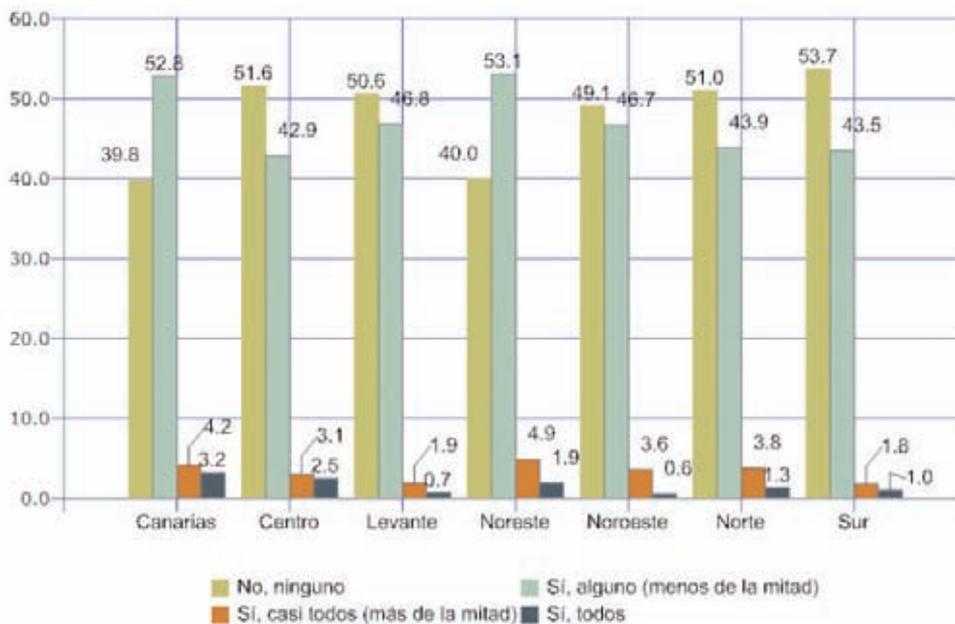
3.7.3 El papel de la escuela

La escuela como factor responsable del acceso a Internet

En ocasiones es la escuela la que permite el primer contacto de los menores con la tecnología, y puede ser el responsable indirecto de que el ordenador entre en los hogares: las tareas y el tiempo de estudio se relacionan, cada vez más, con el uso de la Red y del ordenador.

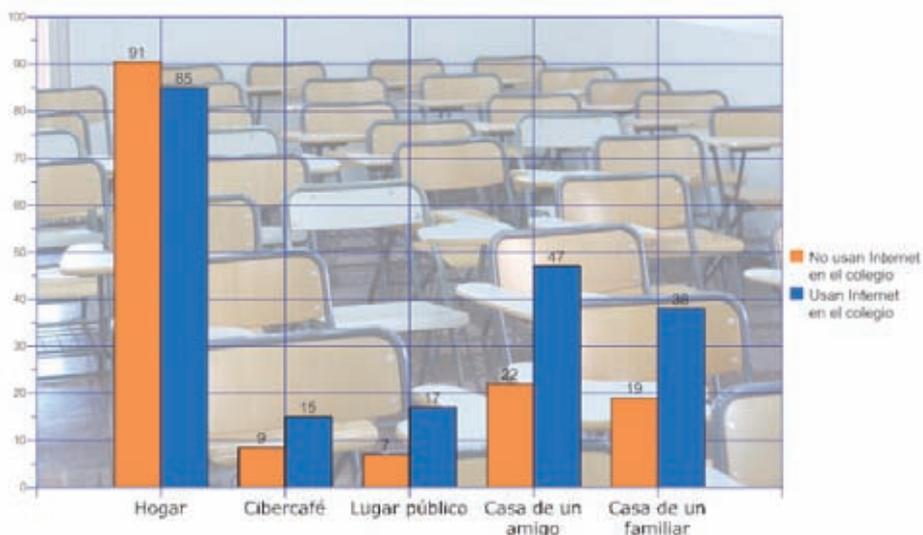
En la siguiente tabla pueden observarse las apreciables diferencias en cuanto al uso de Internet en

Gráfico 3.7o. PROFESORES QUE USAN INTERNET EN EL COLEGIO (POR ZONA)



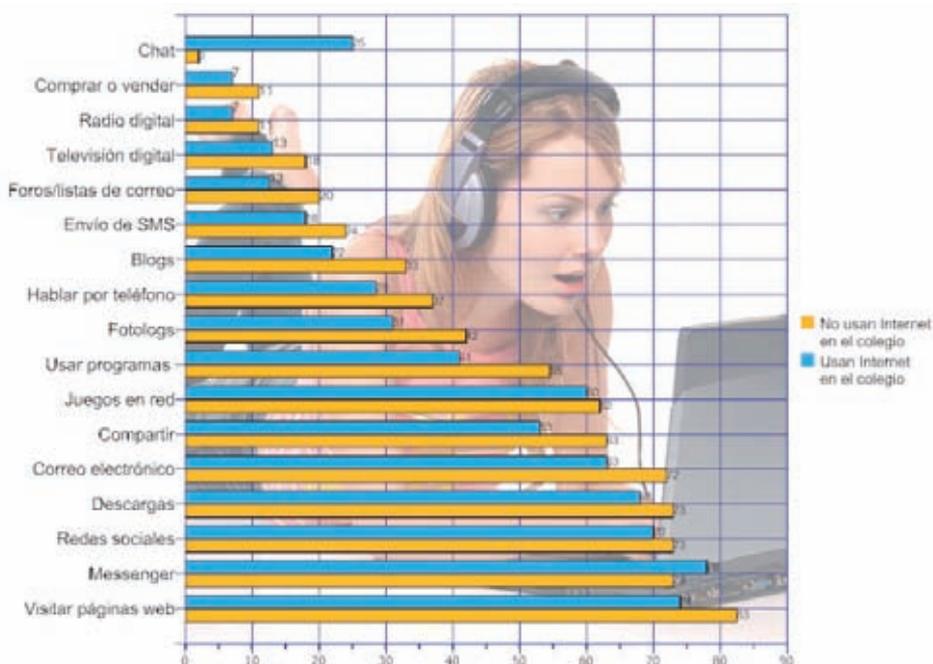
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 17: «¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

GRÁFICO 3.71. LUGAR DE CONEXIÓN A INTERNET (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

GRÁFICO 3.72. SERVICIOS UTILIZADOS EN INTERNET (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 29: «¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)»; n.º 31: «¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?»; n.º 36: «¿Sueles usar Internet para jugar en red?»; n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?», y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

el propio hogar, en el hogar de algún familiar o en el de algún amigo, entre aquellos menores que usan Internet en la escuela y los que no lo usan, de edades comprendidas entre los 10 y los 18 años.

A la vista de los datos, parece evidente que el uso de Internet en la escuela potencia su uso en otros lugares: hay una mayor diversidad e intensidad en el acceso entre aquellos menores que declaran navegar en el colegio que entre quienes no lo hacen. Tan sólo el hogar aparece como lugar de acceso habitual menor en el caso de los que sí navegan en el colegio. Esto puede explicar el resto de los datos: los que navegan en el colegio y en otros lugares de acceso parecen disponer, en menor medida, de una conexión a Internet en casa.

Aunque los datos por sexo son muy similares, merece la pena señalar que, naveguen o no en el

colegio, los chicos son usuarios más asiduos de los *cibercafés*: lugares de acceso a la Red donde no existe posibilidad de mediación educativa. Todo esto sitúa a los docentes en un papel clave para convertirse en prescriptores de buenas prácticas de navegación y añadir valor educativo a los usos de Internet.

Si el acceso en el colegio determina un mayor uso de Internet, se pueden apreciar también diferencias claras en los servicios que unos y otros hacen de la Red.

En todos los casos, el uso de los diversos servicios de Internet aumenta si los menores utilizan Internet en el colegio. Hay dos servicios cuyo porcentaje de utilización aumenta en diez o más puntos porcentuales: compartir vídeos, fotos o presentaciones, y utilizar programas de ordena-

Gráfico 3.73. CONTENIDOS VISITADOS EN INTERNET (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 30. «¿Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar? (Es posible más de una respuesta)» y n.º 25 «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

dor. En este segundo caso, la influencia del colegio es clara, ya que muchas veces el contenido de las clases de informática es precisamente adiestrar en determinados programas. Disminuyen sólo el uso de los sistemas de mensajería instantánea, chat o Messenger.

Al igual que sucede con los servicios, también hay diferencias claras en los contenidos que acceden los que navegan en el colegio y los que no hacen.

La música y los juegos destacan como los contenidos favoritos para una gran mayoría de menores. Los deportes y el humor también son relevantes para muchos de ellos. El resto de oferta de contenidos se reparte pequeñas porciones de público, siguiendo la teoría del *long tail* (Anderson, 2004). Estos datos dejan claro que los contenidos capaces de generar afluencias masivas de menores están relacionados con el entretenimiento. Además, el uso en la escuela no condiciona de manera significativa una preferencia por los contenidos educativos o culturales. Aun-

que es cierto que hay un porcentaje mayor de individuos que los visita si usan Internet en la escuela, en ambos casos estos contenidos se encuentran por detrás de otros muchos relacionados con las aficiones o el tiempo libre.

Hay pautas que indican algunas diferencias por sexo independientemente de si acceden o no en la escuela: los chicos son los principales consumidores de los contenidos sobre juegos y deportes; las chicas destacan en la música. Ellas visitan más que ellos páginas con contenidos educativos y de programación televisiva. Ellos, por su parte, consumen más noticias, información sobre *software* e informática y contenidos de adultos (ellas apenas representan el 2,5% en esta última categoría).

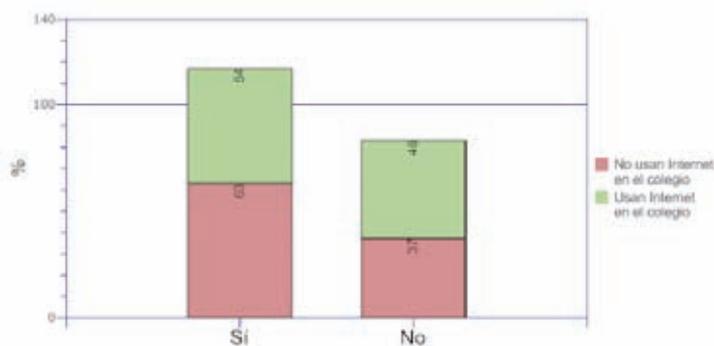
Más allá del consumo de los contenidos existentes en la Red, los menores se han apropiado de las cualidades de la Web 2.0 y se manifiestan como grandes creadores de contenido. En este caso, los que no usan Internet en el colegio están más dispuestos a crear sus propias plataformas de contenido.

Gráfico 3.74. ACCESO A CONTENIDOS PARA ADULTOS (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 30: «Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar? (Es posible más de una respuesta)» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.75. CREACIÓN DE CONTENIDOS (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



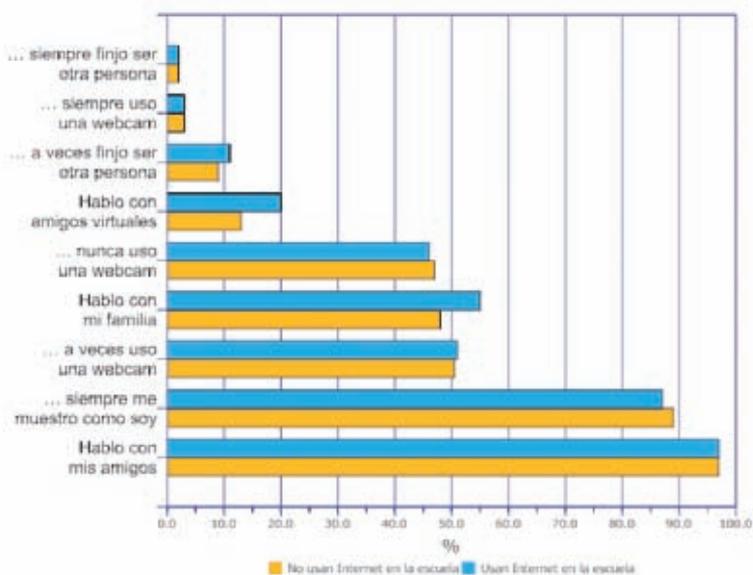
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 41: «¿Has hecho alguna página web o algún blog?» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Respecto a algunas de las conductas de riesgo que pueden asumir los menores al utilizar los servicios de mensajería instantánea, principalmente el Messenger, que se ha demostrado como el más popular entre este grupo de edad, hay mucha más sintonía entre ambos grupos. La diferencia más significativa está en que el grupo de los que navegan en la escuela: tienen a su familia entre sus interlocutores más habituales. Del mismo modo, hablan mucho más con amigos exclusivamente virtuales.

Otro elemento susceptible de ser analizado es si hay diferencia en la compañía durante la navegación.

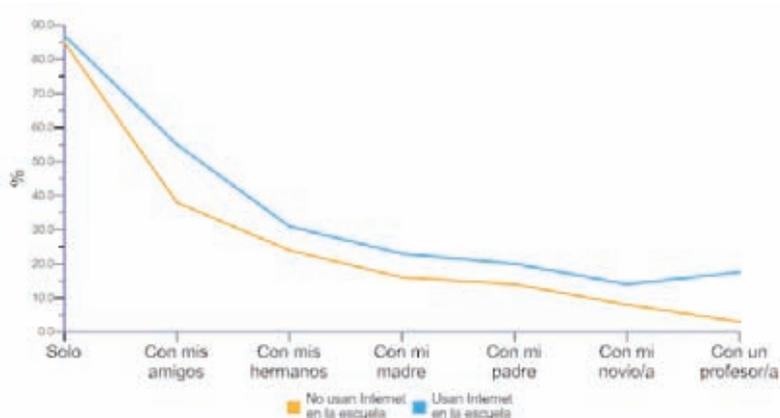
La mayor parte de los menores reconoce estar solo mientras navega. Sin embargo, cuando se les pregunta por la frecuencia con la que navegan con otros, hay algunas diferencias entre ambos grupos: los menores que sí navegan en el colegio tienden a hacer un uso más social del medio, con diferencias reseñables en la mayor parte de los ítems. Obviamente, navegan mucho más con profesores, y sorprende el alto grado de compañía de sus amigos. Esto puede explicarse recordando que hacen un uso mayor de la Red desde lugares de acceso públicos.

Gráfico 3.76 «CUANDO CHATEO O ESTOY EN EL MESSENGER...» (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



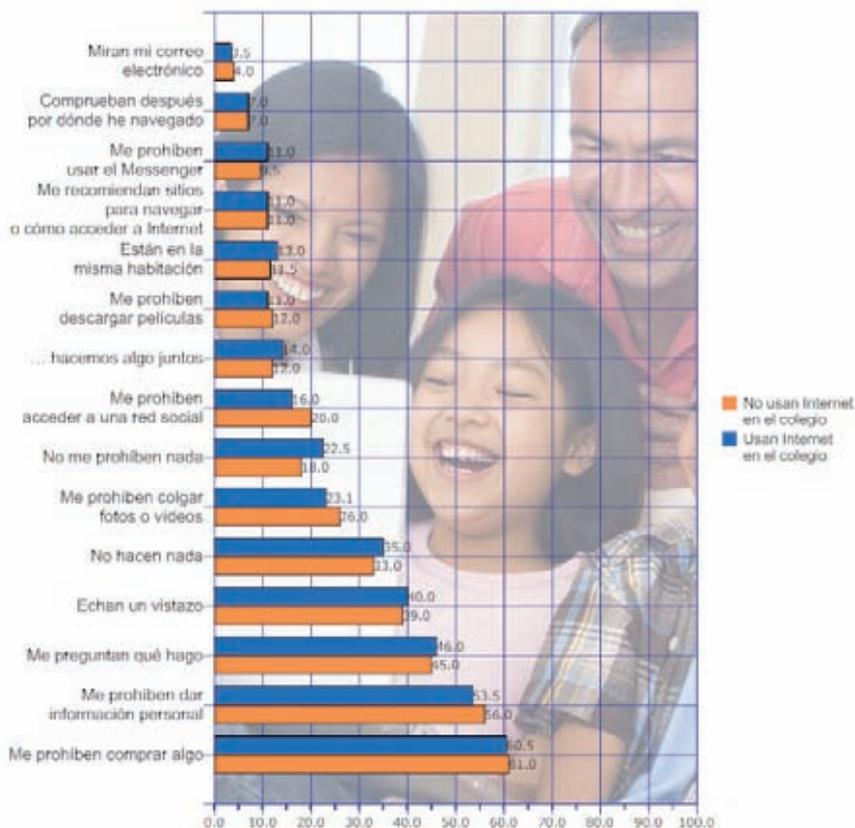
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 32: «Mientras chateas o estás en el Messenger.»; n.º 33: «Mientras chateas o estás en el Messenger ¿usas webcam?»; n.º 34: «Mientras chateas o estás en el Messenger, ¿con quién sueles hablar? (Es posible más de una respuesta).» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)» N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.77. «CUANDO NAVEGO...» (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 26: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar. (Es posible más de una respuesta)» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.78. «MIENTRAS ME CONECTO, MIS PADRES...» (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 48: «¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet? (Es posible más de una respuesta)» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

La compañía de los padres también crece entre aquellos que navegan en el colegio: casi uno de cada cuatro reconoce hacerlo con su padre o su madre.

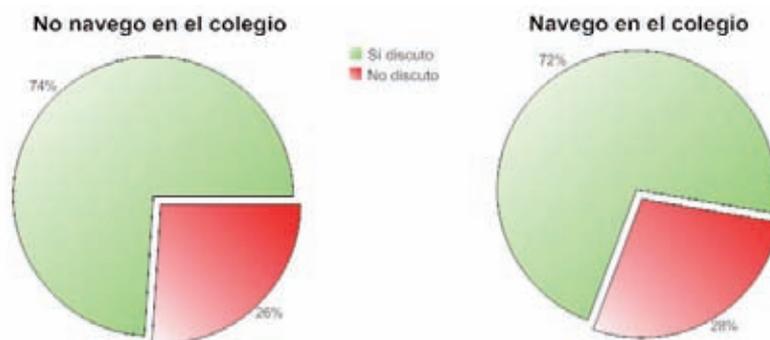
Además de navegar con ellos, se puede analizar qué otras medidas o actitudes implementan los padres para proteger a sus hijos en estos entornos.

Si hacemos una valoración conjunta de todos los ítems podemos concluir que la diferencia en la mediación educativa que ejercen los padres cuyos hijos usan Internet en la escuela y los que no, es casi inapreciable. Ni adoptan un rol más activo ni

el uso de Internet parece generar mayor discusión. Las diferencias a favor de los que no navegan en el colegio pueden explicarse porque, tal como se mostraba anteriormente, éstos navegan más desde casa, por lo que la implicación de los padres puede ser mayor.

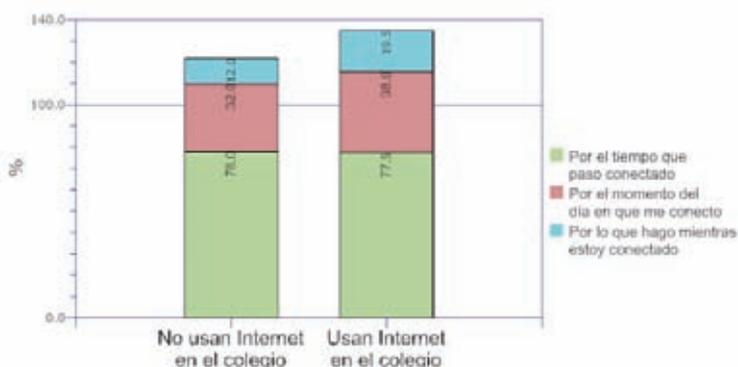
Obviamente, si la intervención de los padres es pequeña, no habrá muchos motivos para discutir con sus hijos por el uso que hacen de Internet. Como puede verse en el gráfico, para tres de cada cuatro, la Red no es causa de tensión familiar.

Gráfico 3.79. DISCUSIÓN EN EL HOGAR POR EL USO DE INTERNET (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 45: «¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.80. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DE INTERNET (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 46: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 2.209 escolares de 10 a 18 años.

Entre aquellos que sí reconocen discutir, el tiempo que pasan conectados es la causa más frecuente, seguida del momento del día en que lo hacen y el contenido de lo que visitan o los comportamientos asumidos on-line. Estos dos últimos son más frecuentes cuando los menores navegan en el colegio.

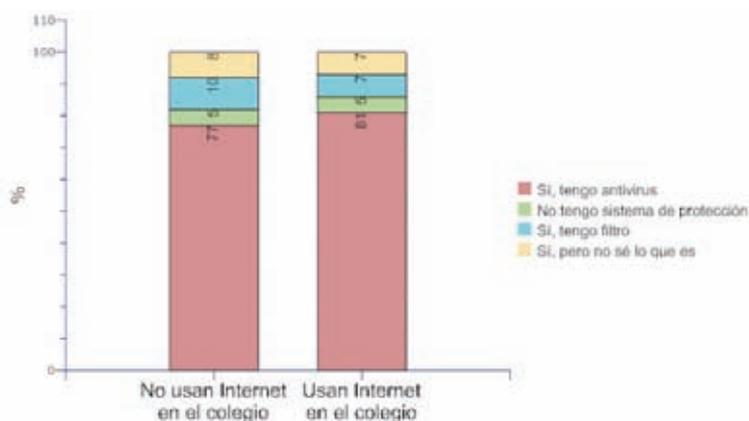
Dado que habitualmente los menores navegan solos, y que el contenido de lo que visitan no es motivo de discusión con sus padres, parece interesante averiguar si hay diferencias en el

uso de filtros de contenido en la conexión a Internet que impidan el acceso a determinada información.

Llama la atención el bajo porcentaje de menores que manifiestan tener instalado un filtro de contenidos, apenas llega al 10%. En este caso tampoco hay grandes diferencias en función de si navegan o no en el colegio.

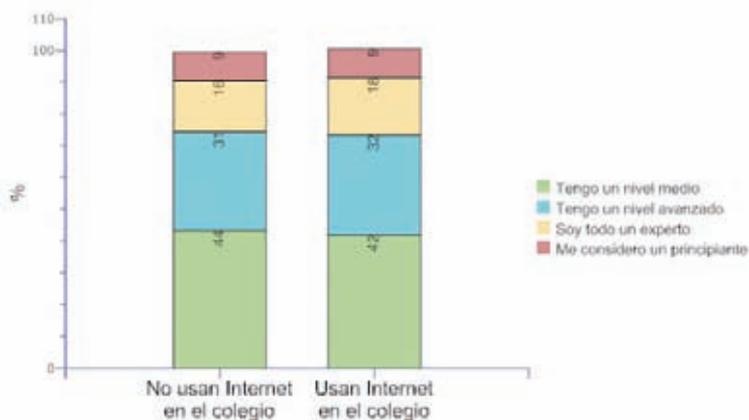
En cuanto a su rol como usuario, puede observarse que el uso de Internet en la escuela les hace aumentar levemente su consideración a la

Gráfico 3.81. SISTEMAS DE PROTECCIÓN EN EL HOGAR (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 21: «¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa? (Es posible más de una respuesta)» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)» N = 7.805 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.82. VALORACIÓN DEL NIVEL DE USUARIO DE INTERNET (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



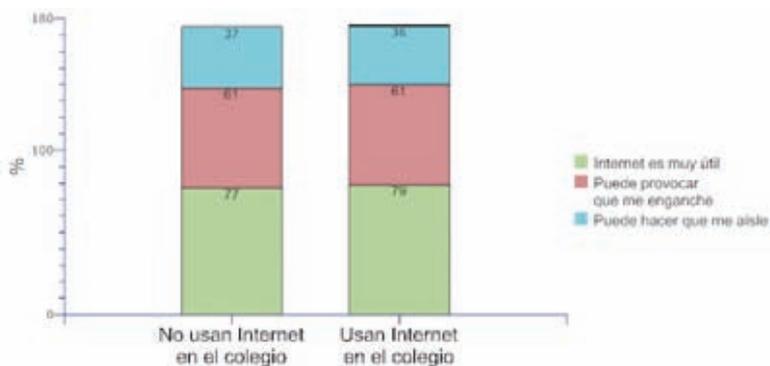
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 50: «Cuando utilizas Internet, ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?» y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

hora de valorar su conocimiento del uso de Internet.

Tampoco en lo que respecta a las valoraciones se perciben diferencias entre los que usan y los que no usan Internet en la escuela.

La escuela desempeña un papel claro como potenciadora del uso de Internet; sin embargo, esta influencia todavía no parece trasladarse a los hábitos y conductas que estos menores despliegan en los entornos virtuales.

Gráfico 3.83. «ESTOY BASTANTE O MUY DE ACUERDO CON...» (POR ACCESO O NO DESDE EL COLEGIO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 51: «Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: “Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación»»; n.º 52: «Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: “Internet puede provocar que alguien se enganche»»; n.º 53: «Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: “Internet puede hacer que me aisle», y n.º 25: «¿En qué lugar sueles utilizar Internet? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

3.7.4 El papel de la familia

A pesar de la autonomía de la Generación Interactiva frente a la Red y de la escasa incidencia de los progenitores, bien como compañía o como referencia educativa en el uso de Internet, la ausencia de criterio entre los menores no es nula.

En este sentido, desde la investigación realizada se exploran dos cuestiones. En primer lugar, la existencia de comportamientos de mediación familiar que sean percibidos por los menores, tales como: la navegación conjunta, el interés por las actividades desarrolladas en la Red, la comprobación posterior de las rutas de navegación, etcétera. En segundo lugar, se interroga sobre el grado de restricción parental en determinadas cuestiones como dar información personal, realizar compras on-line, descargar archivos, chatear, ver películas o fotos, etcétera.

El gráfico 3.84 resume los resultados globales relativos a la cuestión «¿qué hacen tus padres mientras navegas por Internet?» En este sentido, es posible aglutinar las respuestas en torno a tres posibilidades:

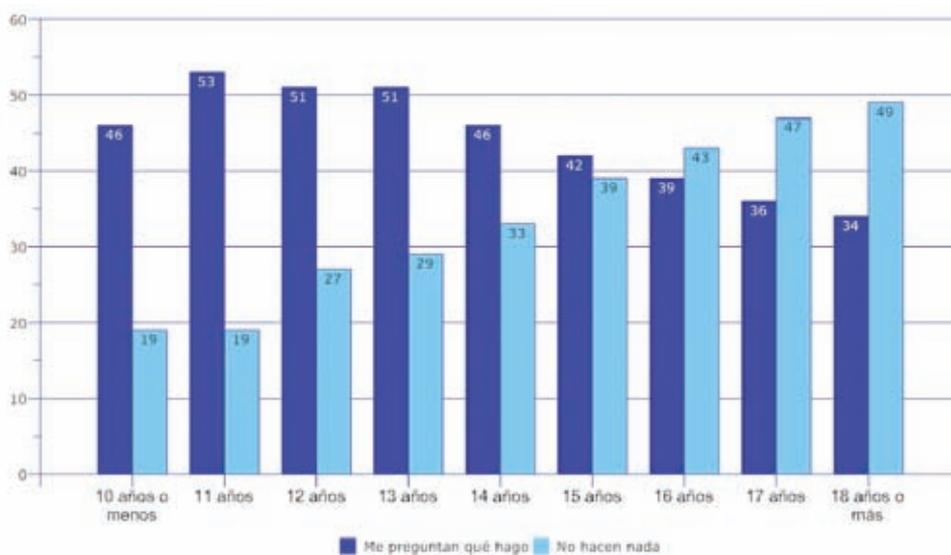
a. Ausencia de mediación. Algo más de un tercio de la Generación Interactiva declara, durante sus momentos de navegación por Internet, la

ausencia de cualquier acción o interés por parte de sus progenitores. Dicha percepción es superior en el caso de las chicas: el 44% frente al 36% de los chicos, y aumenta considerablemente con la edad hasta situarse, para los más mayores, en porcentajes que superan el 50% en el caso de las féminas por encima de los 16 años.

b. Mediación activa. Implica cierto grado de intervención por parte de los progenitores durante los momentos de navegación de los menores. La forma más extendida y reconocida entre la Generación Interactiva consiste en la respuesta del 45% a la posibilidad de «mis padres me preguntan qué hago mientras estoy navegando en Internet». El 39% reconoce un paso más en la tarea educativa de sus padres y afirma que «echan un vistazo» en esos momentos, posibilidad algo más frecuente entre las chicas. Lejos de estas opciones, aparecen comportamientos más activos como «me ayudan» –9%– o hacemos algo juntos –13%–. Tampoco parece frecuente la presencia de los padres en la misma habitación mientras los menores navegan. La variable sexo indica mayor mediación activa en el caso de los varones. Lógicamente, la edad sí correlaciona en las pautas de mediación parental, aumentando su

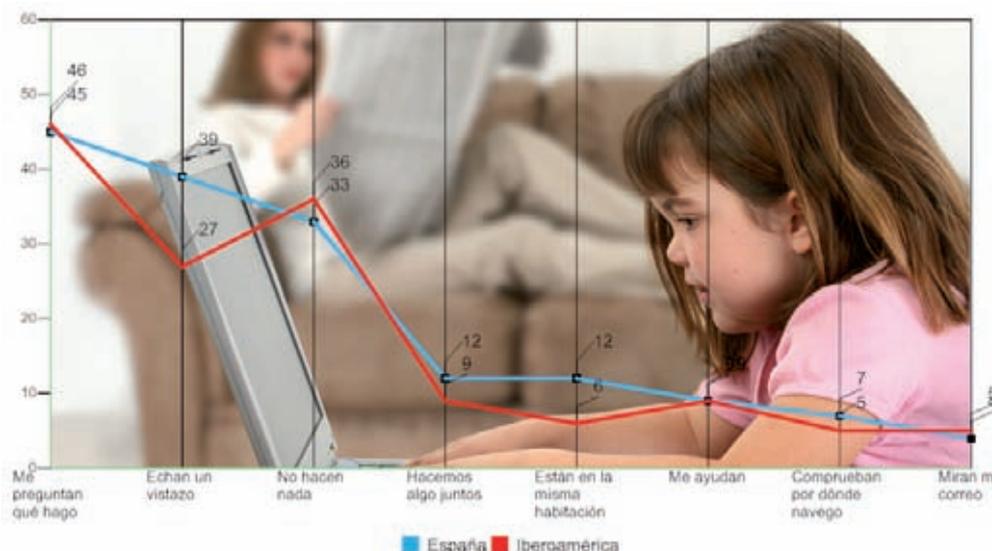


Gráfico 3.84. MEDIACIÓN ACTIVA Y AUSENCIA DE MEDIACIÓN EN INTERNET



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 48: «¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.85. «MIENTRAS ME CONECTO, MIS PADRES...» (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



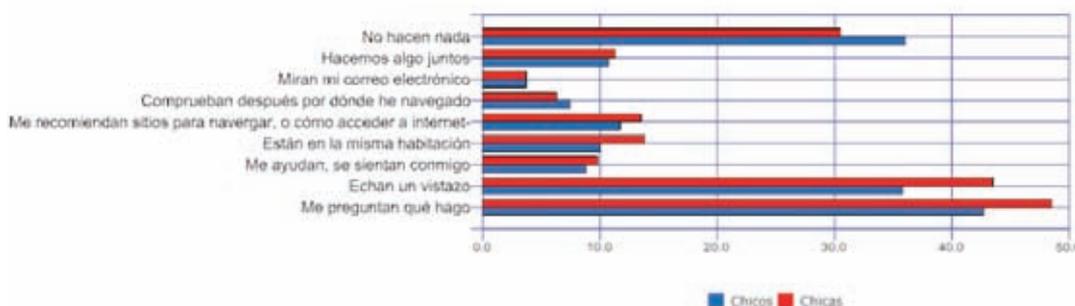
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 48: «¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

probabilidad según decrece. Por último, uno de cada diez menores reconoce que sus padres le recomiendan sitios para navegar en Internet.

c. Mediación pasiva. En algunas ocasiones, padres y madres realizan una mediación o revisión

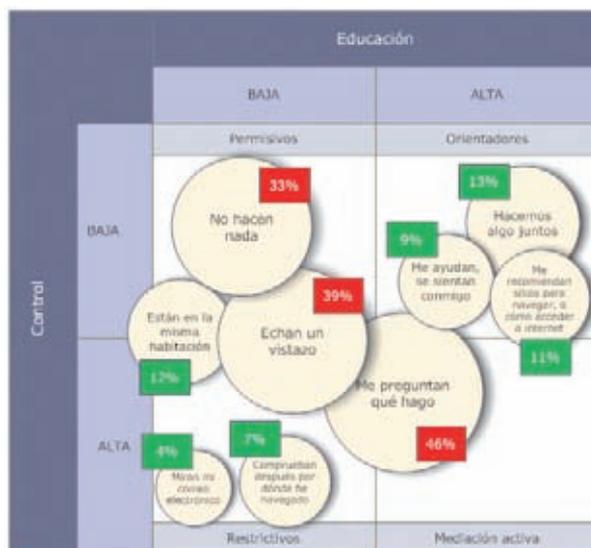
educativa a posteriori sobre las rutas y conductas de sus hijos como navegantes. El 7% de los menores sabe que sus padres revisan los lugares por los que han navegado; otro 4% declara que sus progenitores acceden a sus mensajes electrónicos.

Gráfico 3.86.1 «MIENTRAS ME CONECTO, MIS PADRES...» (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 48 «¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.86.2 MEDIACIÓN DE LOS PADRES ANTE INTERNET. EDUCADORES FRENTE A CONTROL (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 48: «¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.19. MEDIACIÓN FAMILIAR EN INTERNET

	Me preguntan qué hago	Echan un vistazo	Me ayudan, se sientan conmigo	Están en la misma habitación	Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	Comprueban después por dónde he navegado
Canarias	44,8	42,7	11,1	11,8	13,4	7,5
Centro	47	38,8	8,6	11,8	12,9	7,8
Levante	46,9	40,8	8	10,1	10,9	5,3
Noreste	48,4	40,8	10,6	11,6	15,1	8,2
Noroeste	38,4	35,9	9,9	9,7	15	3,9
Norte	43,1	37,7	7,5	13,5	12,2	7,2
Sur	45,5	40	10,5	12,5	11,5	6,9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 48: «¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

La comparación de estos datos con los obtenidos anteriormente en Iberoamérica permite concluir una coincidencia general de padres y madres en las formas de mediar con sus hijos en Internet. Pese a esa tendencia global, co-

mo puede verse en el gráfico 3.85, en el caso español se da una mayor incidencia de pautas de mediación activa, sobre todo en el caso “echan un vistazo” mientras los menores están navegando.

Por zona, el reconocimiento de acciones de mediación familiar por parte de los menores merece el siguiente comentario:

Canarias. La ausencia de mediación se sitúa algo por debajo de la media. Al mismo tiempo, los progenitores que median de forma activa lo hacen principalmente preguntando a sus hijos. Destaca por ser la zona con valores más elevados en la opción «mis padres me ayudan, se sientan conmigo», aunque el dato sigue siendo muy bajo: el 11,1%.

Centro. El 35% de los menores declara que sus padres no hacen nada mientras ellos utilizan Internet; este dato alcanza el 55% en chicos de 17 años y llega al 62% al cumplir los 18. En caso contrario, tiene una frecuencia mayor frente a la media en la opción «me preguntan qué hago», opción reconocida por casi seis de cada diez chicas a los 13 años. Por último, es poco frecuente la navegación conjunta padres e hijos.

Levante. Algo más de un tercio reconoce la ausencia de mediación, y es algo más intensa la acción de los padres en caso contrario: obtiene mejores resultados en aquellas opciones que suponen una mayor implicación como, por ejemplo: «me preguntan qué hago» o «echan un vistazo».

Noreste. Destaca por ser la zona con menor índice de ausencia de mediación. Por el contrario, obtiene la máxima puntuación en la opción «me preguntan qué hago» y «mis padres echan un vistazo», situaciones que se acercan al 40% para ambos sexos y hasta llegar a la edad de 15 años. Por último, también es destacable una mayor incidencia del reconocimiento de actividades conjuntas padres-hijos durante los momentos de navegación.

Noroeste. La Generación Interactiva de esta zona es la que más reconoce la opción «ausencia de mediación» o, por el contrario, la que menos percibe una influencia parental en su dimensión formadora de internautas. Lógicamente, la percepción sobre la mediación activa es menos intensa y está por debajo de la media, alcanzando en algún

caso valores mínimos para el global de zonas estudiadas.

Norte. Mantiene un perfil similar a la media, con tendencia a una menor incidencia de acciones mediadoras activas. De hecho, es menos frecuente que los progenitores pregunten a sus hijos navegantes qué están haciendo, se sienten con ellos y les ayuden.

Sur. Se sitúa en la media en el caso de ausencia de mediación e idéntica pauta ocurre en el ámbito de la mediación activa. Se da una incidencia ligeramente mayor de la posibilidad de que los padres ayuden y se sienten con sus hijos en los momentos de navegación.

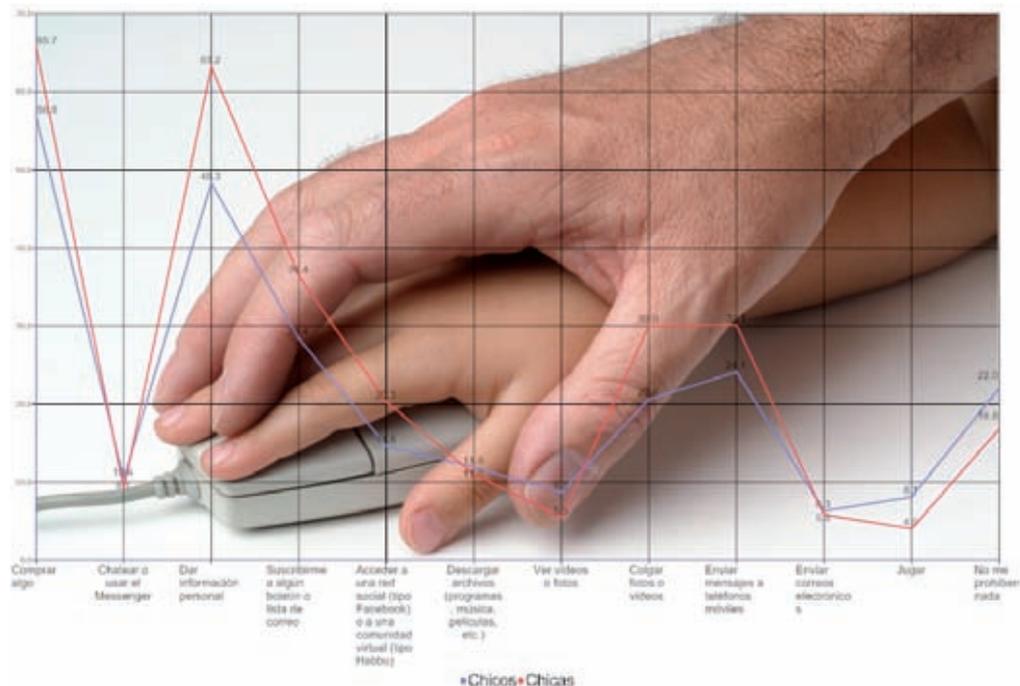
La segunda cuestión relacionada con la mediación educativa familiar se refiere al criterio expresado por los menores sobre la prohibición expresa de utilizar alguno de los servicios o contenidos disponibles en la Red.

Los datos globales indican que para dos de cada diez integrantes de la Generación Interactiva en España no existe ningún tipo de restricción en el momento de acceder a Internet, opción más frecuente entre los chicos y que aumenta de forma progresiva según crece la edad de los internautas hasta llegar a afectar al 41% mayores de 17 años.

Entre los que declaran tener algún tipo de recomendación paterna sobre conductas que evitar mientras navegan por la Red, el punto más coincidente se encuentra en la posibilidad de adquirir productos y servicios, vetada para seis de cada diez menores navegantes. En segundo lugar, aparece la opción «dar información personal»: más de la mitad de los menores –55%– conocen la inconveniencia de tal conducta, y son las chicas las más conscientes de ello. El tercer tabú se relaciona con la posibilidad de suscribirse a algún boletín o lista de correo, opción vetada por los padres en un tercio de los casos.

El resto de posibilidades ofrecidas desde el cuestionario no suelen superar un índice de prohibición paterna entorno al 25%. En este senti-

Gráfico 3.87. PROHIBICIONES EN INTERNET (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 49: «Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

do, para una cuarta parte existe una prohibición expresa sobre la posibilidad de utilizar la Red como plataforma de envío de mensajes SMS o para *colgar* fotos y vídeos. El 17% tiene restricciones a la hora de acceder a las redes sociales y uno de cada diez menores no debe descargar archivos o películas; proporción similar al caso «chatear o usar el Messenger». Por último, con menor frecuencia aparecen restricciones sobre el visionado de vídeos y fotos, el envío de correos electrónicos y el juego. Como es lógico, la presencia de restricciones en el uso de Internet se atenúa con la edad, mientras que por sexo, hay una mayor percepción de ellas entre las chicas en bastantes de las opciones del cuestionario: por ejemplo, realizar compras, dar información personal, colgar fotos o vídeos, enviar mensajes a móviles, etcétera.

La procedencia geográfica aporta matices a los datos globales sobre determinadas prohibiciones paternas percibidas por los menores, tal como pueden observarse en la tabla 3.20.

Es evidente que el tiempo y las acciones de los menores implican y preocupan en mayor o menor medida a los progenitores. Internet no escapa a este principio y, en ocasiones, el uso de la Red puede tener consecuencias como determinadas discusiones familiares o ser objeto de premio o castigo como consecuencia de otros comportamientos. Una serie de preguntas en nuestro cuestionario tipifican la opinión de los menores al respecto, veamos algunos resultados.

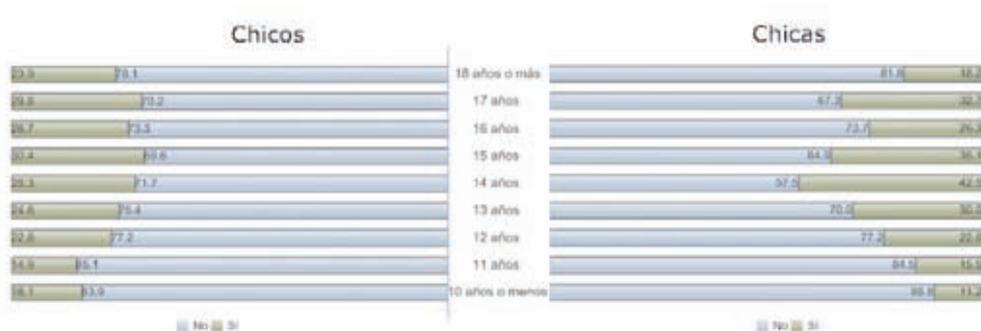
En primer lugar, es relevante que para tres de cada cuatro menores no exista motivo alguno de discusión familiar derivada de su dedicación in-

Tabla 3.20. PROHIBICIONES EN INTERNET (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Comprar algo	Chatear o usar el Messenger	Dar información personal	Suscribirse a algún boletín o lista de correo	Acceder a una red social (tipo Facebook) o a una comunidad virtual (tipo Habbo)
Canarias	54,6	7,9	51,2	29,9	21,1
Centro	59,4	11,1	54,3	8,7	17,2
Levante	64,5	7,7	50,8	29,8	16,9
Noreste	66,4	8,1	62,5	38	18,9
Noroeste	55,8	9,1	49,9	27,1	13,8
Norte	58,3	10,7	57,9	35	18,2
Sur	62,7	10,5	56,3	33,5	16,4

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 49 “Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer?” N=8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.88. «NO DISCUTO NUNCA CON MIS PADRES POR EL USO QUE HAGO DE INTERNET» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 45: «¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

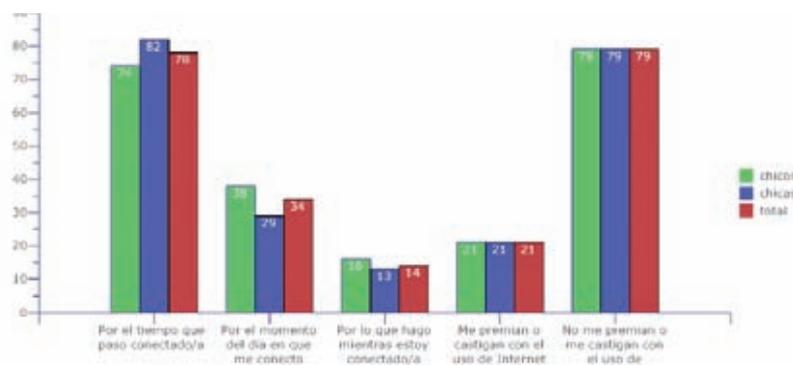
tenza a la Red. El dato mantiene cierta tendencia creciente conforme a la edad, tal como puede verse en el gráfico 3.88. Por sexo, la tendencia es similar, con un mayor grado de discusión para las chicas, que se agudiza entre los 14 y 15 años.

En la situación de un posible conflicto entre padres e hijos sobre el uso de Internet, la causa más

frecuente suele ser por el tiempo de conexión: el 78% discute por este motivo, siendo creciente según la edad y más frecuente entre las chicas –82%– frente a los chicos –73%– constante según edad. Lejos de este resultado se sitúa un segundo motivo de discusión: el momento del día en el uso de Internet, elección que genera tensiones fami-

Descargar archivos (programas, música, películas, etc.)	Ver vídeos o fotos	Colgar fotos o vídeos	Enviar mensajes a teléfonos móviles	Enviar correos electrónicos	Jugar	No me prohíben nada
11,6	8,7	27,3	24,4	4,7	5,4	22
12	8,8	23,1	26,8	6,7	6,8	20,5
9,6	5,2	24,3	23,3	6,1	5,7	20
13,8	8,1	31,6	33,6	5,9	5,6	13,6
10,2	5,3	22,1	23,3	5,6	6,1	29
11,8	7,6	25,2	25,2	6,4	7,5	19,6
11	6,1	24,6	28,8	5,7	5,4	17,7

Gráfico 3.89. MOTIVOS DE DISCUSIÓN CON LOS PADRES SOBRE EL USO DE INTERNET



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 45: «¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?» y n.º 46: «¿Por qué motivos?». N = 2.209 escolares de 10 a 18 años.

liares para un tercio de los menores. En este caso, son los chicos los que toman la delantera en este conflicto: así lo afirma el 38% frente al 29% de las chicas. Por último, es mucho menor el conflicto derivado de los contenidos o acciones desarrolladas en la Red: el dato global se sitúa en el 14%, y es algo mayor la incidencia entre los chicos.

Los datos según las diversas zonas estudiadas aparecen reflejados en la tabla 3.21. Sobre el principal motivo de discusión –tiempo de conexión– no existen grandes diferencias, salvo para el caso del Noroeste que se sitúa ligeramente por encima de la media; en este sentido, discutir por el tiempo en esos lugares es algo que se da con mucha frecuen-

Tabla 3.21. MOTIVOS DE DISCUSIÓN (POR ZONA)

	Total	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur
Tiempo	78	81	77	77	77	82	77	78
Momento	34	38	34	29	39	28	38	31
Hacen	14	13	16	9	15	19	14	15
Castigo o premio	21	23	22	17	22	18	23	21

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 46: «¿Por qué motivos?» N = 2.209 escolares de 10 a 18 años.

cia en el caso de las chicas adolescentes. Sobre la segunda posibilidad de discusión, aparece una incidencia mayor en la zona Noreste que afecta en ambos sexos a internautas con edades entre los 12 y 16 años. Por el contrario, es la zona levantina en la que menos conflictos padres-hijos se generan por este motivo. La discusión sobre el momento, que es escasa, parece repuntar en el Noroeste –sobre todo en el caso de los chicos– y algo menos en la zona Norte. Por último, el acceso a Internet se convierte en premio o castigo para el 21% de los internautas; la Red parece ser moneda de cambio con mayor frecuencia para aquellos menores que viven en Canarias, el Centro o el Noroeste.

3.8. Valoraciones acerca de Internet

3.8.1. Competencia entre pantallas

Competencia entre pantallas: Internet frente a la televisión

Ya se ha visto como el ocio mediado por la tecnología, el ocio interactivo, es preferido mayoritariamente por la Generación Interactiva. Y teniendo en cuenta que su nivel de posesión de distintos dispositivos es notable, será interesante conocer cuáles son sus preferencias entre las pantallas que les rodean.

Se ha podido apreciar también que la televisión es la pantalla que más presencia y notoriedad tiene entre esta generación: no sólo está presente en casi todos los hogares, sino que, además, lo habitual es que haya al menos dos televisores por hogar (86,5% mayores y 79,8% pequeños). En lo que se refiere a los contenidos, la penetración de los servicios de televisión de pago también es relevante (43%).

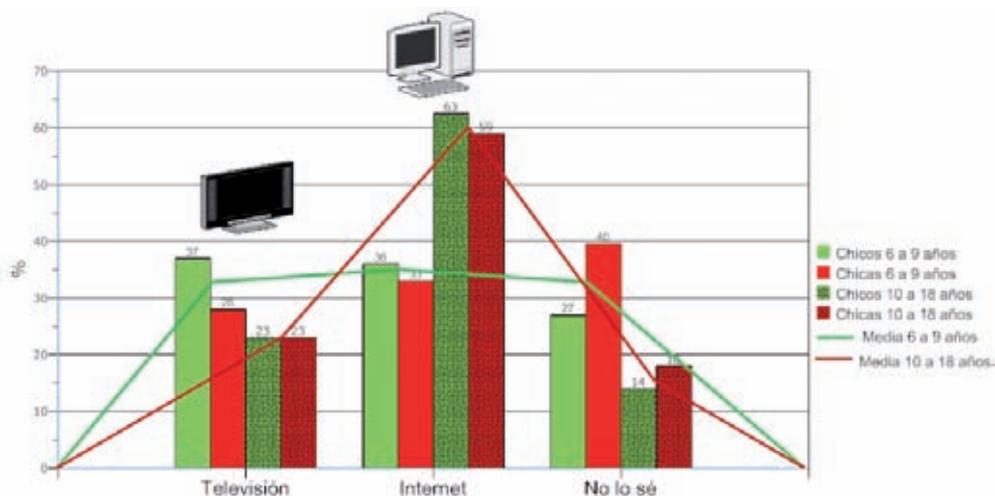
Ahora bien, al plantearles el binomio televisión frente a Internet los más pequeños tienen dudas a la hora de seleccionar un favorito, y las respuestas se reparten a partes iguales entre las tres posibles opciones. Las niñas son las que más dudan de con qué quedarse, pero también las que se inclinan más hacia Internet como favorita.

Podemos distinguir por zona dos grupos claros: los niños más televisivos (la preferencia por la pequeña pantalla supera a Internet) son los de la zona Noreste y Levante; por el contrario, los niños optan más por Internet en las zonas Sur y Norte. Canarias, zona Noroeste y zona Centro no tienen perfiles tan definidos.

Esta situación se clarifica, sin lugar a dudas, en el caso de los adolescentes: optan por la Red fren-



Gráfico 3.9o. INTERNET FRENTE A LA TELEVISIÓN (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 27: «Si tuvieras que elegir ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 118: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

te a la televisión, de un modo un poco más marcado esta vez entre los chicos.

Por edad también se identifican algunas diferencias pese a ganar siempre Internet: entre los 10 y los 13 años la preferencia por la televisión puede alcanzar hasta el 38%, mientras que entre los 14 y los 17, la opción por Internet se dispara hasta el 68,5%. En esta franja de edad, 10-18 años, hay mayor homogeneidad entre zonas geográficas.

La preferencia de Internet es, pues, clara respecto a la televisión. Niños y, sobre todo, adolescentes se sienten más atraídos por esta nueva pantalla que por la televisión tradicional. Internet se convierte para esta Generación Interactiva en lo que la televisión fue para generaciones anteriores, pero multiplica exponencialmente las posibilidades de acceso a contenidos, de creación de otros propios, de comunicación con iguales. El acceso a la Red se convierte, además, en un vínculo entre los miembros de esta generación, en un rasgo de identidad.

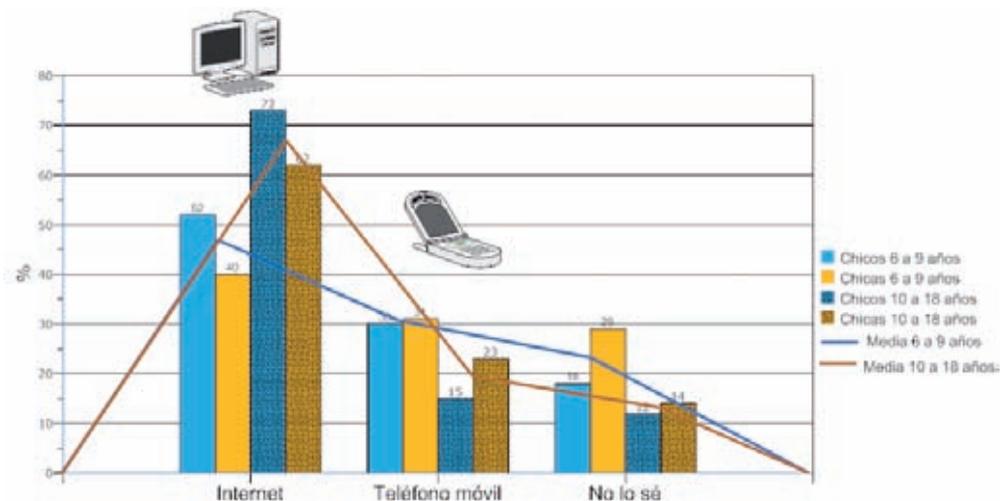
Ante la elección Internet-teléfono móvil, los pequeños parecen tenerlo mucho más claro: en este caso, Internet es la elegida sin lugar a dudas. De

nuevo, las niñas de 6 a 9 años manifiestan dudas a la hora de elegir uno de los dos dispositivos, mientras que los niños de su edad optan con más rotundidad.

Los mayores, de 10-18 años, son coherentes con su elección anterior y siguen optando mayoritariamente por Internet frente al móvil. Las chicas indican mayor preferencia por el teléfono que los chicos que se va acentuando con la edad, de modo particular a partir de los 15 años: a los 18, el 50% elige Internet frente al 40% que elige el móvil.

En el caso de los videojuegos sucede algo diferente: aunque la tendencia general entre los menores de 10-18 años es elegir Internet, el 60% frente al 30% de los videojuegos, las diferencias entre chicos y chicas aquí son claras: entre ellos se da prácticamente un empate (44% cada pantalla) mientras que para ellas, el atractivo de Internet supera claramente al de los videojuegos (el 76% frente al 14%). Por edad, cabe señalar que son los chicos de menor edad los que más prefieren los juegos, y que las chicas muestran cierto interés por ellos hasta los 13 años.

Gráfico 3.91. INTERNET FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 28: «Si tuvieras que elegir ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 119: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.22. PREFERENCIA ENTRE PANTALLAS: INTERNET FRENTE AL MÓVIL (POR EDAD Y SEXO)

	Internet	Internet	No lo sé
Chicos	73	15	12
10 años	66	18	16
11 años	71,5	17	11,5
12 años	72	15	13,5
13 años	70	19	11
14 años	78	13	9
15 años	74	13	12
16 años	77	10	13
17 años	74	16	10
18 años	71	15	14
Chicas	62	23	14
10 años	62	19	19
11 años	61	17	21
12 años	63	20	18
13 años	65	20,5	15
14 años	68	20	11
15 años	63	26	11,5
16 años	60	28	11,5
17 años	56,5	30	14
18 años	50	40	10

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 119: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.23. PREFERENCIA ENTRE PANTALLAS: INTERNET FRENTE A LOS VIDEOJUEGOS (POR EDAD Y SEXO)

	Internet	Videojuegos	No lo sé
Chicos	45	44	11
10 años	25	61	15
11 años	33	58	9
12 años	33	58	9
13 años	41	46	13
14 años	50,5	40,5	9
15 años	47	41	12
16 años	56	31,5	12
17 años	60	28	11
18 años	54,5	34	12
Chicas	76	14	8
10 años	44	35	21
11 años	49	32	19
12 años	66	20	14
13 años	78	14	9
14 años	83	9	8
15 años	87	6,5	6
16 años	89	7	5
17 años	85	9	5,5
18 años	90	4,5	5,5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 120: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Por zona geográfica, las zonas Noreste, Noroeste y Canarias destacan porque los chicos prefieren manifiestamente los videojuegos frente a Internet. Por el contrario, las chicas de la zona Noroeste eligen Internet (84%) y sólo una de cada diez prefiere los videojuegos (9%).

3.8.2. Valoraciones y actitudes

Internet como opción de ocio

La llegada de un nuevo medio de comunicación tiene la virtualidad de producir un efecto de arrastre de audiencias de los medios preexistentes que ven incrementarse la competencia con la llegada de nuevas plataformas. Este efecto desplazamiento y de reorganización de los públicos se ha estudiado tradicionalmente con la llegada de nuevos medios al mercado.

Las TIC están teniendo influencia en el consumo de los medios tradicionales, pero hay que considerar que la Generación Interactiva no ha sufrido el efecto desplazamiento tal como se entiende

de modo habitual. El uso que ellos hacen de las nuevas pantallas no ha implicado que hayan dejado de usar otras, sino que desde el inicio, cuando han conformado su dieta mediática, han formado parte del menú. Por tanto, la adopción de los nuevos medios no ha desplazado a ningún otro medio. Sí se puede observar un efecto desplazamiento en la preferencia de unas pantallas sobre otras respecto a generaciones anteriores.

Hay que tener en cuenta, además, que no sólo las pantallas o los medios compiten entre sí por el tiempo y la preferencia de la Generación Interactiva. Para este grupo de edad, el consumo de estas plataformas raramente es una actividad «vertical» y estanca. Más bien se trata de algo horizontal, que afecta a toda su vida. Las actividades que constituyen el universo de estos menores son múltiples e incluyen las de tipo social, las familiares y las lúdicas. Y en algunas de estas actividades las pantallas tienen un papel importante: conectarse al Messenger, o a una red social, por ejemplo, es otra forma de estar con los amigos. Esto

GRÁFICO 3.92. PREFERENCIA DE ACTIVIDADES (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 5: «¿Qué es lo que más te gustaría hacer ahora?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 3.93. PREFERENCIA DE ACTIVIDADES (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 7: «¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

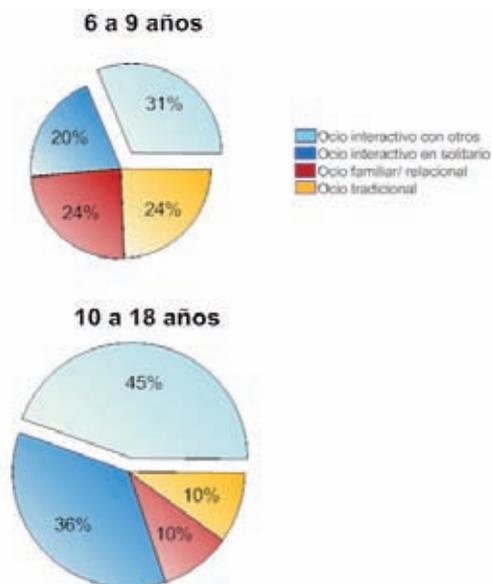
resalta el carácter instrumental que para ellos tiene la tecnología. Se han agrupado las preferencias en cuatro grupos: ocio interactivo, con mediación de la tecnología orientado a un disfrute individual; ocio interactivo que busca la interacción con otros; ocio tradicional, sin mediación tecnológica, y relación familiar cara a cara.

Entre los más pequeños, el ocio tecnológico interactivo es la opción mayoritaria de preferencia: más de la mitad, el 51%, lo eligen como lo más apetecible para hacer ahora. Sin embargo, se inclinan más por compartirlo con otros que por disfrutarlo en solitario.

Hay diferencias claras entre chicos y chicas a este respecto: ellas optan más por el ocio tradicional, leer, ir a dormir y también por la relación social con la familia.

La Generación Interactiva, por tanto, ya desde edades precoces, identifica pautas de comportamiento diferentes entre chicos y chicas: mientras que ellos están más orientados al ocio lúdico, para ellas las relaciones sociales son parte esencial de este tiempo libre. Sin embargo, merece la pena resaltar de nuevo el alto grado de diversifi-

Gráfico 3.94. PREFERENCIA DE TIPO DE OCIO (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 5: «¿Qué es lo que más te gustaría hacer ahora?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años; y n.º 7: «¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.



cación, lo que aleja la imagen de unos niños excesivamente pendientes de la tecnología.

Para los adolescentes, la pauta se hace intensifica de forma considerable: el ocio tecnológico constituye la opción preferida para ocho de cada diez menores, con apenas diferencias entre chicos y chicas. Y se mantiene la diferencia a favor del ocio interactivo compartido con otros. Sin embargo, es curioso que sean las chicas las que opten más por un disfrute en solitario de las pantallas.

Si hay algo que caracteriza a la Generación Interactiva, a la luz de los datos, es su preferencia mayoritaria por el ocio y el entretenimiento mediado por la tecnología. Sin embargo, en el caso de los más pequeños ésta queda atenuada por la importancia, todavía muy significativa, del ocio tradicional (leer, jugar con los amigos, hacer deporte) y de la relación con la familia. Esto puede guardar relación, sin duda, con los menores índices de posesión de dispositivos de los más pequeños. Así, conforme crecen, el efecto desplazamiento en el tipo de ocio va dirigido fundamentalmente al ocio interactivo en detrimento del tradicional. El im-

pacto en la importancia de las relaciones familiares existe, pero no es tan llamativo.

También es destacable que, dentro de la preferencia general por un ocio interactivo, es igualmente preferido que ese ocio sea disfrutado con otros. El ocio interactivo tiene, por tanto, un componente social interesante.

Conductas de riesgo

Mucho se ha dicho sobre las conductas de riesgo que los menores desarrollan a través de Internet. Ante la dificultad de controlar qué sucede en el ciberespacio es comprensible la preocupación de padres, educadores y autoridades en general. La Red, al tiempo que ofrece millones de oportunidades de esparcimiento, diversión y comunicación, permite ocultar la identidad y, con ello, desarrollar actividades ilícitas y peligrosas para niños y adolescentes, bien como víctimas, bien como agentes más o menos conscientes de la gravedad de sus hechos.

Con el fin de conocer de primera mano qué hábitos de riesgo desarrollan nuestros menores, se les plantearon ocho frases con las que tenían que

mostrar su acuerdo. Están agrupadas en cuatro temas: hábitos que pueden indicar grados elevados de dependencia o adicción; hábitos relacionados con una baja preocupación por la propia imagen/intimidad y la de los demás; aquellos referidos a la relación con desconocidos, y, por último, si han sido víctimas o han llevado a cabo acciones de acoso o de *cyberbullying*. Hay que señalar que, salvo las dos últimas cuestiones, en sí mismas estas actitudes no son negativas, sino que pueden suponer un riesgo si no se toman las precauciones adecuadas. En todos los casos, las respuestas se refieren exclusivamente al grupo de edad entre 10 y 18 años.

Dependencia y adicción

La adicción a las nuevas tecnologías ha recibido una gran atención por parte de la opinión pública en los últimos tiempos. Es una consecuencia *non grata* de la generalización de las pantallas y, si bien en sí mismo el fenómeno de la adicción no es nuevo, sí que es cierto que al tener las TIC una especial relación con los menores se están desarrollando estas patologías de un modo precoz.

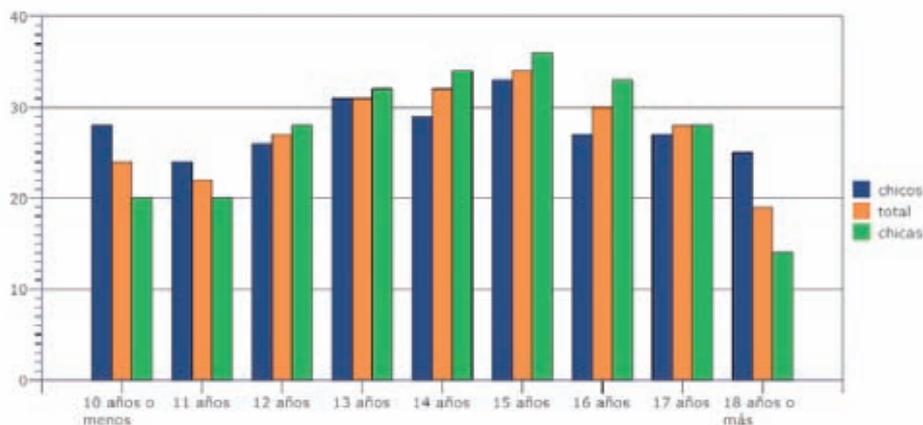
Es conveniente distinguir, no obstante, entre un uso desmedido que puede guardar relación con una falta de fuerza de voluntad que lleva con-

sigu una dependencia en muchos casos desmedida, y una adicción diagnosticada como patología. Si bien es cierto que lo primero puede conducir a lo segundo, no siempre será precisa la ayuda de un profesional de la salud para remediar una dependencia: la vía educativa puede ser suficiente.

Uno de los síntomas de estos trastornos de conducta es la incapacidad para manejar una situación de privación del objeto al que se está apegado. A este respecto, el 29% de los menores afirman estar de acuerdo con la frase: «me pongo nervioso o me enfado cuando no puedo o no me dejan navegar».

En general, las chicas parecen llevar peor que los chicos esta situación, que se agrava en algunas edades en particular: mientras que en términos generales la diferencia es muy pequeña -el 28% de los chicos y el 30% de las chicas-, en el caso de las niñas de 15 años se alcanza el 36%, lo que pone de manifiesto un uso más inmoderado. También los chicos a esa misma edad alcanzan el porcentaje más alto: el 33%. Hay que decir, sin embargo, que al llegar a los 18 años ellas parecen moderar su uso y su dependencia, que desciende al 14%, mientras que los chicos a esa edad se mantienen en el 25% de malestar cuando no pueden utilizar la Red.

Gráfico 3.95. DEPENDENCIA Y ADICCIÓN A INTERNET



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes situaciones? Me pongo nervioso o me enfado cuando no puedo o no me dejan navegar». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Existen algunas cuestiones reseñables por zona geográfica: los chicos de 16 años de la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja) son los que en mayor grado acusan esta conducta, con el 47% de los casos. Por el contrario, son las niñas de 15 años de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) las que aportan el valor más alto, con el 66% de acuerdo. En términos generales, sin embargo, la franja 12-16 años, tanto en chicos como en chicas es la que arroja datos más altos en todos los ámbitos geográficos.

Intimidad/protección de la propia imagen y la de los demás

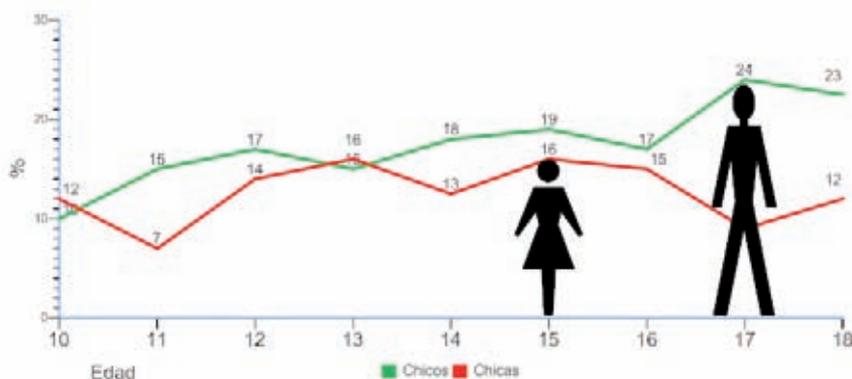
El uso de Internet para difundir contenidos, y la proliferación de las redes sociales, en las que los usuarios comparten información personal con amigos y conocidos, han generado un intenso debate sobre la protección de la intimidad y de la imagen, la propia y la de los demás. El marco constitucional protege el derecho a la intimidad y a la propia imagen en su artículo 18, por lo que las empresas que operan en España están adaptando sus términos de compromiso a esta realidad legal. Sin embargo, es cierto que en muchos casos son los propios usuarios los que ponen en

sus páginas personales información personal que, desde el momento en que se sitúa en una red pública y global, puede quedar desprotegida. Esto se puede agravar cuando en estas redes sociales, no sólo compartimos información personal, sino también de nuestros amigos y conocidos.

El debate sobre estas cuestiones está abierto. Y los menores, que son grandes usuarios de las redes sociales, están haciendo un uso intenso de éstas a veces sin tomar las precauciones precisas para evitar problemas o incurrir en posibles delitos o conductas incómodas para terceros.

El derecho a la propia imagen es algo que los menores españoles tienen claro conforme se van acercando a la mayoría de edad legal, especialmente entre los chicos. Mientras que el 15% de los menores de ambos sexos de entre 10 y 18 años está de acuerdo con la frase «Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet», el 22,5% de los chicos de 18 años lo están. Las chicas también van relacionando este derecho a la propia imagen con la posibilidad de publicar fotos propias en la Red, que alcanza su pico entre los 15 y los 16 años, aunque luego se mitiga hasta los 18.

Gráfico 3.96. «CREO QUE PUEDO PONER CUALQUIER FOTO/VÍDEO MÍA EN INTERNET» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.97. «CREO QUE PUEDO PONER CUALQUIER FOTO/VÍDEO DE MIS AMIGOS O FAMILIARES EN INTERNET» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Sí que se perciben diferencias respecto a la disposición a publicar fotos o vídeos propios de la publicación de material referido a terceras personas. En este caso, el 9% de los menores creen que pueden poner cualquier foto/vídeo de amigos o familiares en Internet, con apenas diferencias generales entre chicos y chicas. En un análisis por edad, los chicos de 16 años, con el 12% de las respuestas, y las chicas de 13, con el 11% de acuerdo, se muestran más proclives a esta conducta.

En el análisis de los datos por zona, los chicos se muestran más abiertos a la opción de publicar fotos o vídeos propios que ellas y prácticamente todos se concentran en la franja de 17 y 18 años: el 25% de los jóvenes de 17 años de la zona Centro (Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha), el 22% de los de 14 años de la zona Noreste (Cataluña, Aragón y Baleares), el 25% de los de 17 de la zona Sur (Andalucía y Extremadura), el 26% de los de 18 de la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia), el 34% de los de 15 a 17 años en la zona Noroeste (Galicia y Asturias) y el 32% de los de 18 años de Canarias son los que aportan los valores

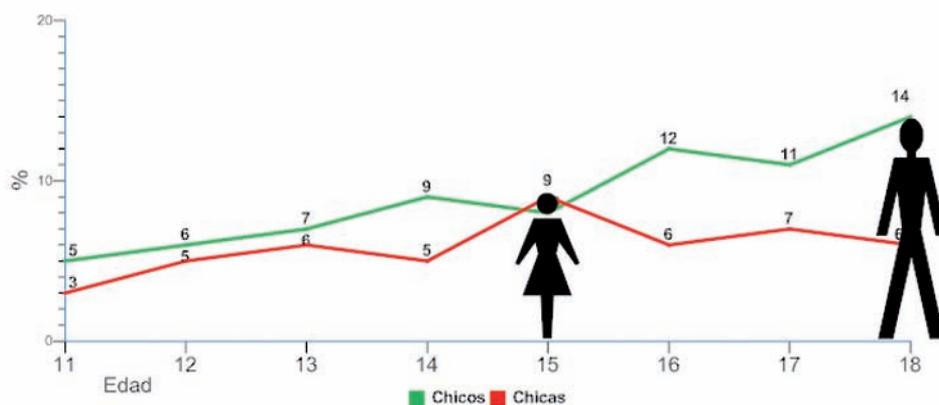
más altos. En lo que se refiere a publicar información de terceros, aunque en porcentajes menores, se repite una pauta similar: los chicos, en todas las zonas, se muestran más dispuestos a compartir información de colegas y familiares on-line, aunque baja la edad en la que esto es más habitual a los 14 y 15 años.

Relaciones con desconocidos

La posibilidad de contactar con desconocidos que pueden tener intenciones peligrosas es un riesgo que no escapa a las preocupaciones de los educadores, padres y profesores, ni tampoco a las autoridades. A este respecto, hemos solicitado a los menores su acuerdo con algunas frases que expresan hábitos o conductas de riesgo.

El 7% está de acuerdo en que «No hay ningún problema por que desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal», aunque la edad parece reducir la percepción del riesgo que esconde esta conducta de un modo mucho más marcado entre los chicos: a los 18 años se duplica el porcentaje de los que opinan esto.

Gráfico 3.98. «NO HAY NINGÚN PROBLEMA POR QUE DESCONOCIDOS SEPAN SOBRE MIS AFICIONES O VIDA PERSONAL» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Charlar y relacionarse con desconocidos es otra conducta que si se realiza de un modo indiscriminado y sin control puede conducir a sorpresas desagradables. El 13% de los menores afirma: «No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger». Esta conducta se incrementa de un modo muy claro entre los chicos con la edad, y casi uno de cada cuatro jóvenes de 18 años muestra su acuerdo con este hábito. En el caso de las chicas, esta conducta se concentra entre los 11 y los 16 años, y luego, como en el caso de las actitudes previas, se modera bruscamente: a los 18 años, sólo el 9% de las chicas manifiesta estar a favor de este hábito frente al 23,5% de los chicos.

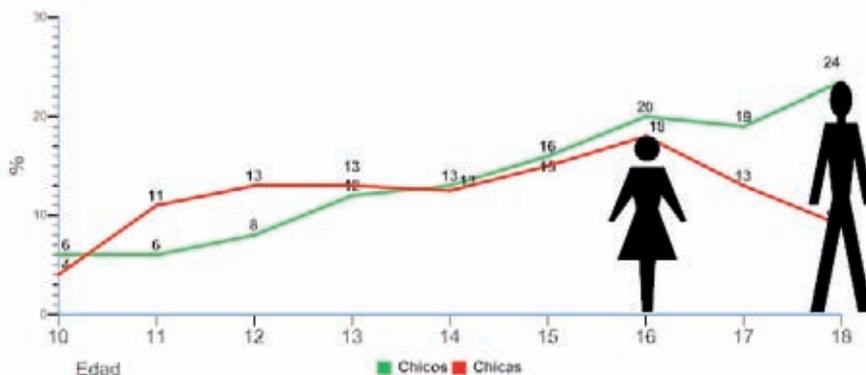
Tener contactos de desconocidos habilitados en el Messenger es un primer paso que da pie a que estos usuarios puedan saber cuándo y cuánto tiempo se está conectado. El siguiente paso es relacionarse con ellos. Para el 12% de los menores de entre 10 y 18 años «es divertido hablar con desconocidos a través de Internet», y en este caso, en términos generales, los chicos lo prefieren más: el 13% frente al 10% de las chicas.

De modo coherente con lo manifestado en la opinión anterior, los chicos, conforme crecen, van encontrando más diversión en esta conducta, mientras que las chicas, una vez llegadas a los 17 y 18 años, dejan de considerarla atractiva.

En lo que se refiere a su disposición a relacionarse con desconocidos, las diferencias generales por zona no son muy significativas en términos generales, aunque sí hay algunas pautas que indican que los chicos parecen más propensos, en algunas edades, a este tipo de conductas. Por ejemplo, la afirmación «no hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal», con la que estaba de acuerdo el 7% del total, suscita la aprobación los chicos menores de 16 años de la zona Noroeste (Galicia y Asturias), el 27%, y de los de la misma edad de Canarias, el 25%. Les siguen los chicos de 18 años de la zona Centro (Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León), el 17%, y de la zona Sur (Andalucía y Extremadura), con el 16%.

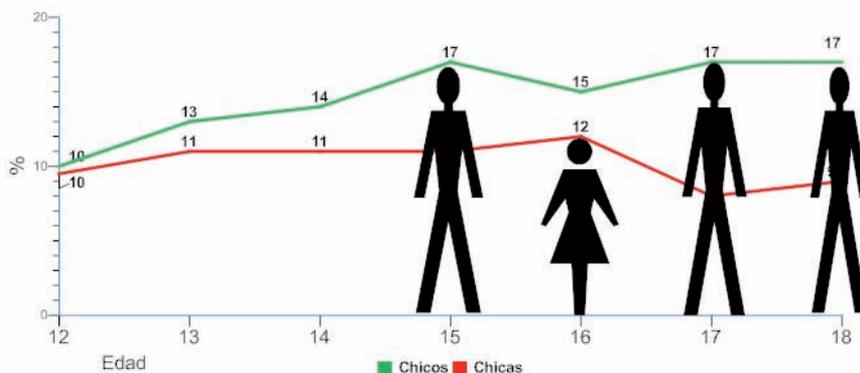
«Agregar desconocidos al Messenger» también encuentra su mayor aceptación entre los chicos canarios: el 45% de los de 18 años lo considera

Gráfico 3.99. «NO ME IMPORTA AGREGAR A DESCONOCIDOS A MI MESSENGER» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.100. «ES DIVERTIDO HABLAR CON DESCONOCIDOS A TRAVÉS DE INTERNET» (POR EDAD Y SEXO)



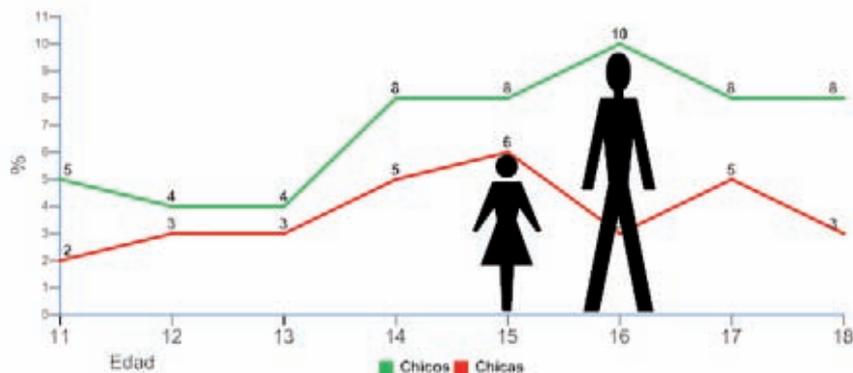
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

aceptable (la media general estaba en el 13%), aunque desde los 15 años en esta misma zona destacan por sus altos niveles de acuerdo con esta conducta. Algunas chicas se acercan también a niveles altos y en su caso la edad baja un poco respecto a la de los chicos: las chicas de 16 años en la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja), de la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia), seguidas por las de 17 años en la zona

Sur, declaran su acuerdo con sumar personas que no conocen a sus perfiles del Messenger, el 30% y el 27%, respectivamente.

Estas conductas pueden guardar relación con la búsqueda de nuevos modos de entretenimiento. Son especialmente sensibles a la afirmación «es divertido hablar con desconocidos a través de Internet» los chicos de 14 años en Canarias, el 35%; los de 17 años en la zona Levante, el 34,5%, y los de

Gráfico 3.101. «HE UTILIZADO INTERNET PARA PERJUDICAR A ALGUIEN (ENVÍO DE FOTOS, VÍDEOS, COMENTARIOS)» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

17 y 18 años en la zona Sur, 25%. Entre ellas, las chicas 17 años de la zona Noroeste alcanzan el acuerdo más alto, el 22,5%, lejos del 12% de media (10% entre las chicas).

Cyberbullying: víctimas y verdugos

Uno de los asuntos que más atención ha generado en los últimos meses es la aparición de sucesivos casos de acoso llevados a cabo a través de las nuevas tecnologías. Las redes sociales, el Messenger, el correo electrónico, se han convertido en herramientas para difundir, en ocasiones, contenidos que perjudican a terceras personas. En este caso, los menores pueden ser víctimas o ejecutores de esta conducta que, en este caso sí, es perjudicial en sí misma.

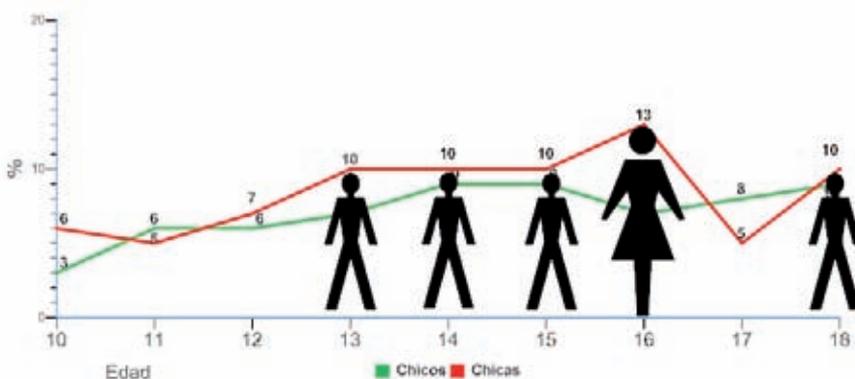
El 5% de los menores entre 10 y 18 años ha «utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos, vídeos, comentarios)», aunque parecen más propensos los chicos, 7%, que las chicas, 4%. En concreto, entre chicos de 16 años la conducta alcanza al 10%, aunque la pauta se inicia en su caso a los 14 años y se mantiene hasta los 18. Entre las chicas, los valores se mantienen entre el 2% y el 6% y la franja 14-15 años es la más propensa a desarrollar este tipo de actividades.

Son más los menores que reconocen que «alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios)»: el 8%, y en este caso, las chicas se reconocen más atacadas que los chicos: el 9% frente al 7%. En particular, las chicas de 16 años han estado más expuestas a este tipo de conductas, con el 13% de los casos.

Usar Internet para perjudicar a alguien es especialmente «popular» entre los chicos de 16 años de la zona Centro, 13%, el 9% de las chicas de 16 años en la misma zona, los chicos de 17 de la zona Sur, 12%, y uno de cada cuatro chicos de 16 años en Canarias y, aunque en menor medida, también entre las chicas de 14 y 15 años: el 14% y el 13%, respectivamente.

Sufrir este acoso a través de Internet lo declara casi una de cada cuatro chicas canarias de 11 años, el 24% y también un número significativo de los chicos de 14 años, el 21%. Las chicas son también las que más denuncian estas conductas en la zona Levante, sobre todo entre las de 11 años, el 22%, en la zona Noroeste, el 21% de las de las 15 años, y en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón), fundamentalmente entre las más pequeñas, el 17%. Los chicos lo sufren sobre todo, además de en Canarias, en la zona Centro, el 17% entre los de 18 años.

Gráfico 3.102. «ALGUIEN ME HA PERJUDICADO A TRAVÉS DE INTERNET (ENVÍO DE FOTOS, VÍDEOS, COMENTARIOS)» (POR EDAD Y SEXO)



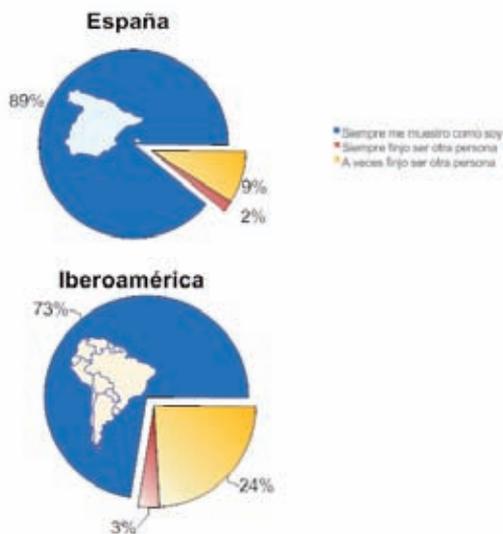
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 44: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

El Messenger: algunos riesgos específicos

Sobre el uso y el tipo de servicios utilizados por los menores en la Red ya se ha hablado con anterioridad. Aunque la penetración de la mensajería instantánea ha bajado entre los menores a favor de las redes sociales en los últimos años, todavía goza de una gran popularidad: de hecho, más de tres de cada cuatro menores usuarios de Internet, el 77%, declara utilizar el Messenger. Sin embargo, el chat ha caído prácticamente en desuso entre este grupo: apenas el 2% lo utiliza. Aunque la tendencia global es similar en el caso de la Generación Interactiva iberoamericana, el 55% manifestaban ser usuarios del Messenger y el 11% del chat.

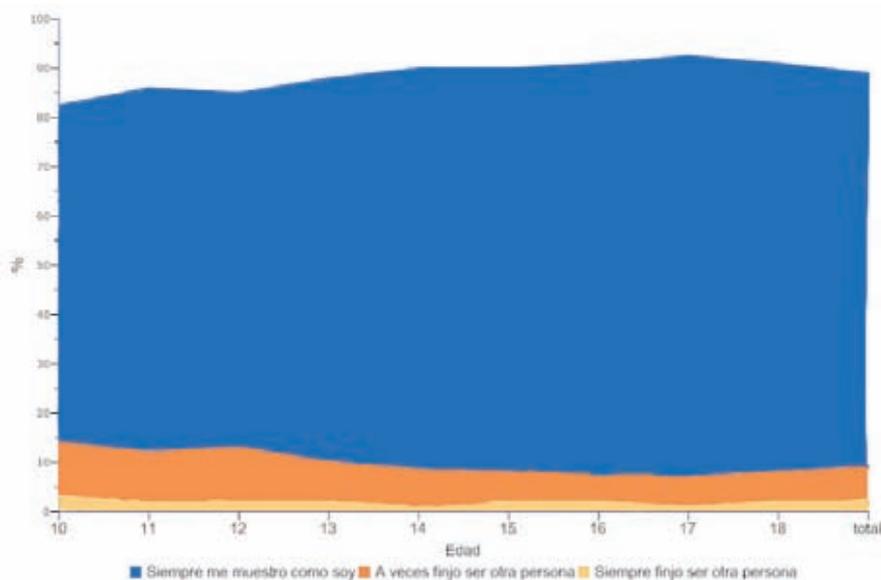
La mensajería instantánea es importante para estos jóvenes porque cubre una clara necesidad de comunicación continua con sus iguales. La tecnología pone a su disposición un modo sencillo y barato de mantener una conversación continua con los amigos. A diferencia de las redes sociales, en las que los usuarios se identifican de modo habitual con su nombre y apellidos, en el Messenger la propia identidad se enmascara detrás de un apodo o *nickname* que facilita el anonimato y puede llevar consigo cierta desinhibición en la comunicación. Uno de los riesgos que presenta esta situa-

Gráfico 3.103. ACTITUDES EN EL CHAT O MESSENGER (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 32: «Mientras chateas o estás en el Messenger.». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.104. ACTITUDES EN EL CHAT O MESSENGER (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 32: «Mientras chateas o estás en el Messenger...». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

ción, sin embargo, es que el anonimato sirva de excusa para no ser sincero sobre sí mismo, y se adopten personalidades diversas. Entre los menores españoles, la práctica más generalizada es mostrarse siempre como uno es, el 89%. No obstante, casi uno de cada diez afirma: «a veces finjo ser otra persona». Estos datos sí difieren de la realidad iberoamericana, donde el 66% manifestaba mostrarse como era, y el 22% fingir a veces cuando chateaba.

Conforme se incrementa la edad y, por tanto, el correspondiente desarrollo de la madurez, la mayor parte de los adolescentes adopta una postura más sincera en sus comunicaciones.

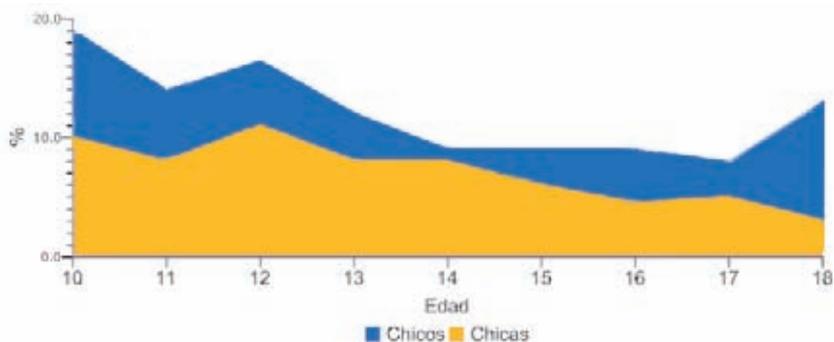
Merece la pena señalar que los chicos de menor edad, entre los 10 y los 13 años, se muestran más propensos a fingir a veces en estas situaciones de comunicación. El porcentaje repunta de nuevo a los 18 años. Aunque las diferencias no son reseñables en términos generales, sí se percibe una inclinación de este comportamiento hacia los chicos.

Esta tendencia se replica en prácticamente todas las zonas geográficas: son los chicos, de menor edad, los que en más ocasiones declaran fingir. Los datos son particularmente altos en la zona Centro (Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León), entre los menores de 10 años (27%) y los de 18 (22%); en la zona Sur y Levante, entre los más pequeños, 10 años (26% y 23%, respectivamente), y entre los chicos de 12 años de Canarias (25%). En el caso de las chicas, estas cifras sólo se alcanzan, y se superan, entre las pequeñas de la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia): el 32% afirma adoptar esta actitud.

Es conveniente tomar en consideración este dato, ya que precisamente los más pequeños, los que más se exponen a esta conducta de riesgo potencial, son los que menos recursos personales pueden tener para defenderse ante una situación desagradable o no deseada.

El avance en el equipamiento tecnológico en el hogar facilita que la comunicación instantánea ya no se haga sólo sobre texto, sino que se añade la potencia-

Gráfico 3.105. «A VECES FINJO SER OTRA PERSONA» (POR EDAD Y SEXO)



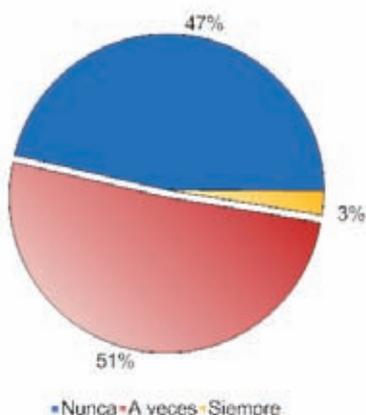
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 32: «Mientras chateas o estás en el Messenger...». N = 7,648 escolares de 10 a 18 años.

lidad del video. Desde hace unos años, todos los ordenadores vienen equipados de serie con una *webcam* integrada que ha generalizado la «videoconferencia» o el «*videochat*» como modo habitual de comunicación. Uno de cada dos menores utiliza en ocasiones este dispositivo en sus sesiones de comunicación instantánea. Un poco menos de la mitad declara no usarla nunca para este fin, mien-

tras que el 2,5% dice usarla siempre. Las diferencias por sexo apenas se aprecian en este punto, aunque por edad, parece que son, de nuevo, los más pequeños, entre 10 y 14 años, los más propensos a utilizarla.

Canarias se desmarca del resto de zonas, que muestran una gran armonía en los datos. En su caso, los menores declaran utilizar con más profusión la *webcam* mientras chatean o usan el Messenger; de hecho, tres de cada cuatro menores de 12 y 13 años la usan a veces. Tan sólo un tercio declara no usarla nunca. En términos gene-

Gráfico 3.106. UTILIZACIÓN DE WEBCAM EN EL USO DE CHAT O MESSENGER



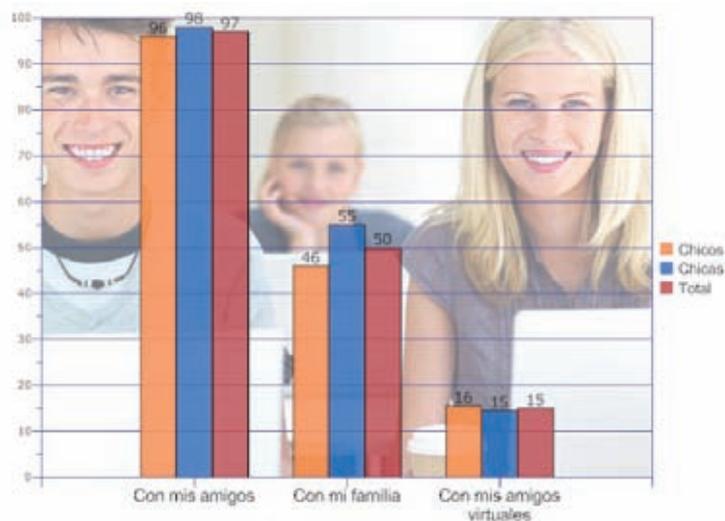
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 33: «Mientras chateas o estás en el Messenger ¿usas *webcam*?». N = 7,648 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.24. USO DE WEBCAM (POR EDAD)

	Nunca	A veces	Siempre
10	43	50	6
11	42	52	6
12	40	55	4
13	44	54	2,5
14	47,5	50	2
15	53	45	2
16	48	50	2
17	50	48	1
18	45	53	2
total	46,5	51	3

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 33: «Mientras chateas o estás en el Messenger ¿usas *webcam*?». N = 7,648 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.107. INTERLOCUTORES EN EL USO DE CHAT O MESSENGER (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 34: «Mientras chateas o estás en el Messenger ¿con quién sueles hablar?». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

rales se mantienen en la línea de usuarios ocasionales: sólo el 4% la utiliza siempre, aunque este dato se dispara al 20% en el caso de los chicos de 11 años.

Se ha apuntado que en la mayor parte de los casos, el objetivo al utilizar estos sistemas de comunicación instantánea es mantener vínculos sociales preexistentes: el grupo de amigos. Sin embargo, es cierto que la posibilidad de contactar con desconocidos abre la puerta a algunos riesgos, y también a la oportunidad de hacer nuevos amigos. La amistad interactiva también es un rasgo de la generación que se está analizado: dos de cada tres adolescentes tienen amigos que han conocido en entornos virtuales. Además, dos de cada diez han llegado a conocerlos en persona.

Que el principal motivo para usar los sistemas de mensajería instantánea es mantener los vínculos sociales preexistentes resulta evidente a la luz de los datos: para el 97% de los menores, sus amigos son los interlocutores habituales en este tipo de comunicación. Las chicas se inclinan más que los chicos a introducir a la familia en estos circui-

tos de comunicación, aunque también son quienes más se comunican con sus amigos.

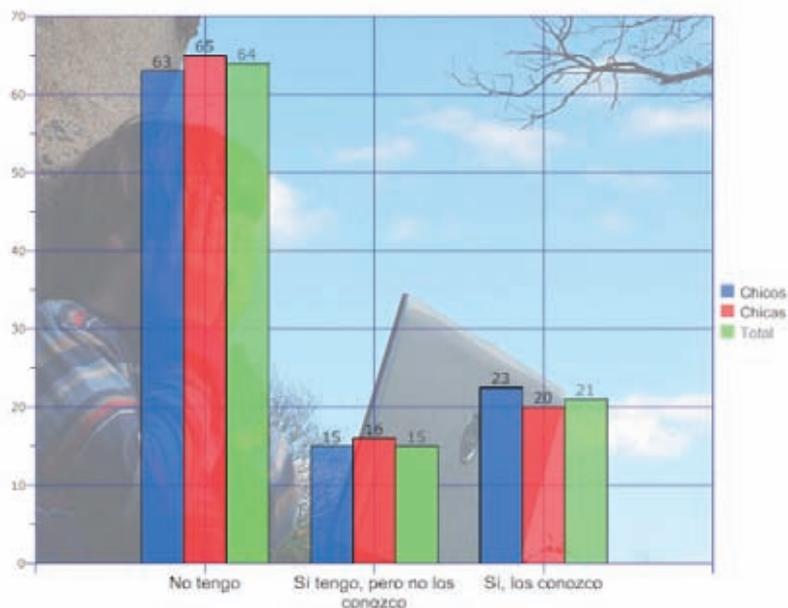
Conforme crecen, el uso del Messenger va haciéndose más social y menos familiar. Entre los 12 y los 16 años, además, se alcanzan los valores más altos respecto al trato con amigos exclusivamente virtuales.

Tabla 3.25. INTERLOCUTORES EN EL USO DE CHAT O MESSENGER (POR EDAD)

	Con mis amigos	Con mi familia	Amigos virtuales
10	92	62	15
11	95	61	12
12	96	58	12,5
13	97,5	50	15
14	97,5	47	17,5
15	98,5	42	16
16	97	45	18
17	98	49	12
18	96	47	13

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 34: «Mientras chateas o estás en el Messenger ¿con quién sueles hablar? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.108. RELACIÓN CON AMIGOS VIRTUALES (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 35: «¿Has conocido en persona a alguno de sus amigos virtuales?». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Hay algunas diferencias en función de la zona geográfica: los adolescentes de la zona Sur (Andalucía y Extremadura) son los que con mayor profusión utilizan estos sistemas para hablar con amigos virtuales: uno de cada cuatro chicos y chicas de 14 años así lo afirma. Por su parte, los chicos de la zona Norte (Cantabria, País Vasco, La Rioja y Navarra) y de la Noroeste (Galicia y Asturias) son los que en menor medida hablan con su familia a través de estas herramientas (38% y 36%, respectivamente). La contrapartida está en Canarias, que aporta el valor más alto: el 59% de los menores de 10 a 18 años tienen a su familia como interlocutora.

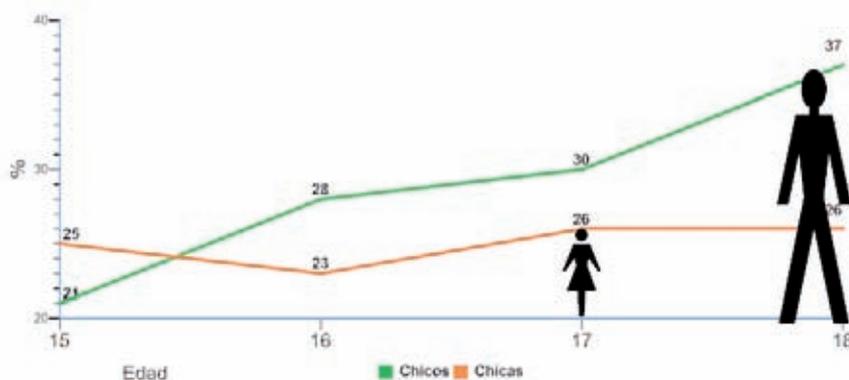
Que los menores establezcan relaciones con desconocidos a través de Internet, y que en algún momento puedan llegar a conocerlos en persona, es algo que inquieta a padres y educadores por el riesgo que puede llevar consigo. Acabamos de

apreciar que los amigos virtuales están lejos de ser interlocutores importantes para la gran mayoría de los adolescentes en la Red; sin embargo, los datos no dejan de ser significativos. El 64% de los menores que usan la Red reconoce no tener ningún amigo virtual. El 15% afirma que lo tiene, pero que no lo conoce. Y dos de cada diez, el 21%, lo tienen y lo han conocido en persona. Veamos quiénes son.

En general, son los chicos de entre 16 y 18 años y las chicas de entre 15 y 17 quienes en mayor medida han llegado a conocer a sus contactos virtuales, aunque los chicos en porcentajes mayores: casi cuatro de cada diez entre los de 18 años o más lo han hecho.

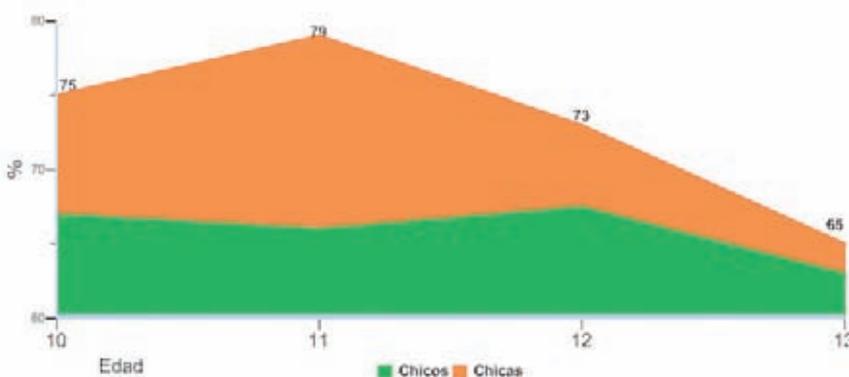
Por el contrario, entre las chicas de menor edad, 10-13 años, lo más habitual es no tener ningún amigo de estas características, con casi 10 puntos de diferencia sobre los chicos de su misma edad.

Gráfico 3.109. «TENGO AMIGOS VIRTUALES Y HE CONOCIDO A ALGUNO» (15-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 35: «¿Has conocido en persona a alguno de sus amigos virtuales?» N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.110. «NO TENGO NINGÚN AMIGO VIRTUAL» (10-13 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



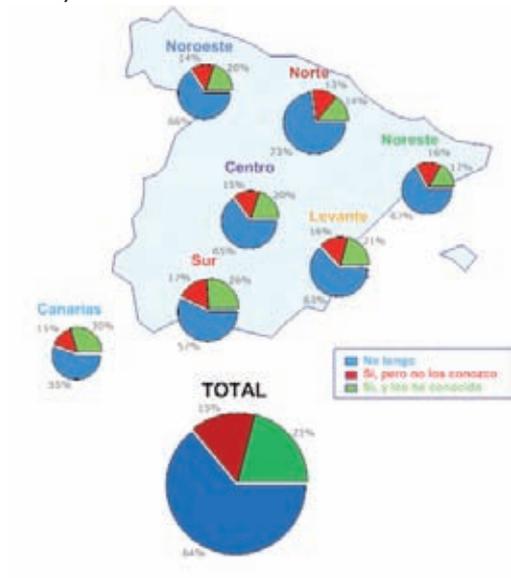
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 35: «¿Has conocido en persona a alguno de sus amigos virtuales?». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Por ámbitos geográficos, en la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja) y Noroeste (Cataluña, Baleares y Aragón) prima la opción de no tener ninguna relación virtual, mientras que la zona Sur (Andalucía y Extremadura) y de Canarias son las que arrojan valores más elevados en la opción «Tengo y he conocido algunos» (ver gráfico 3.111 de la página siguiente).

Los amigos virtuales en las redes sociales

El uso de las redes sociales no deja de ser una manifestación virtual de la amistad. Tal como hemos visto, esta herramienta tiene un alto índice de penetración entre la Generación Interactiva española y, a través del uso, los menores pueden establecer nuevas relaciones con personas desconocidas en el mundo real.

Gráfico 3.111. RELACIÓN CON AMIGOS VIRTUALES (POR ZONA)



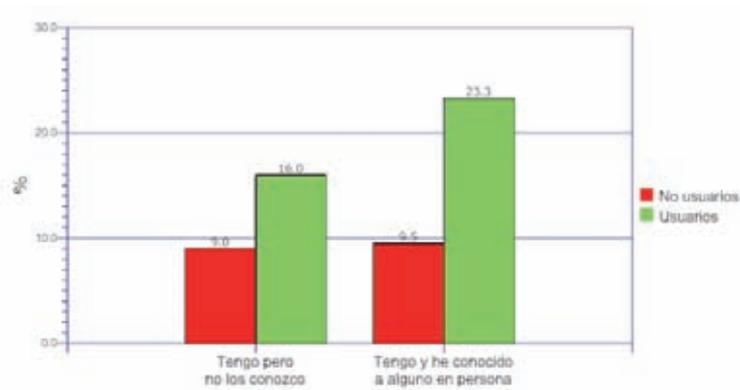
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 35: «¿Has conocido en persona a alguno de sus amigos virtuales?». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

En este sentido, la investigación realizada permite analizar hasta qué punto la utilización de redes sociales consiste en un primer paso para establecer una relación que se convierte en real. Un primer aspecto constatable –y lógico– lo constituye el hecho de que la utilización de redes sociales aumenta considerablemente las probabilidades de tener amigos virtuales y de conocerlos en la vida real como paso posterior (gráfico 3.112). Del mismo modo, también es destacable que sean las chicas las que más amigos virtuales tienen y, sin embargo, sean los chicos quienes las superen en dar el paso de cruzar la frontera al mundo real.

Autoevaluación en el conocimiento de la Red

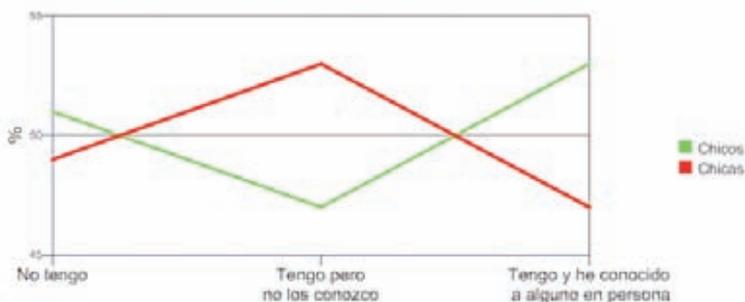
Se ha podido ver como el uso de la Red está muy generalizado entre este grupo: prácticamente el 88% de los menores entre 10 y 18 años reconoce que lo hace. También se ha visto que hay distintos grupos de usuarios, que varían desde meros consumidores de contenido hasta los generadores de información. Y es que su relación con Internet es de gran familiaridad: casi uno de cada dos jóvenes, el 47%, se considera a sí mismo co-

Gráfico 3.112. RELACIÓN CON AMIGOS VIRTUALES (COMPARATIVA USUARIOS DE REDES SOCIALES FRENTE A NO USUARIOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 35: «¿Has conocido en persona a alguno de sus amigos virtuales?», y n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.113. RELACIÓN CON AMIGOS VIRTUALES (COMPARATIVA ENTRE USUARIOS DE REDES SOCIALES FRENTE A NO USUARIOS Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 35: «¿Has conocido en persona a alguno de sus amigos virtuales?», y n.º 39: «¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?». N = 7.648 escolares de 10 a 18 años.

mo usuario avanzado o experto respecto a su familia, amigos y profesores; el 43% reconoce que tiene un nivel medio.

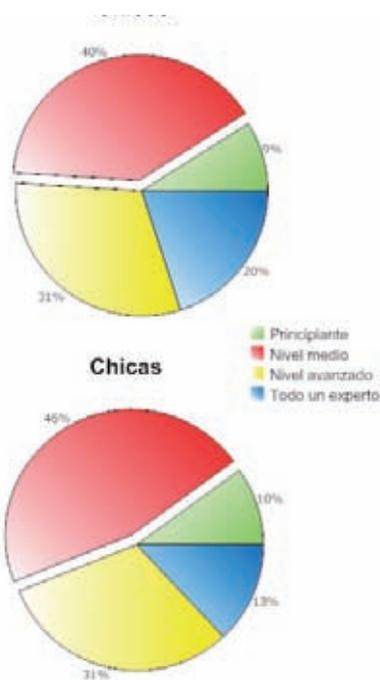
Los chicos se sitúan unos puntos por delante en la categoría de expertos (el 20% frente al 13% de chicas que se identifican como tales). Tan sólo uno de cada diez de los usuarios de Internet se considera un «principiante».

Llama la atención que el porcentaje de los que se consideran principiantes apenas varía en razón de una menor edad: los más pequeños de este grupo están muy cerca de la media a la hora de otorgarse esta consideración. Es más, entre los de 10 a 14 años se concentran los mayores porcentajes de expertos. También destaca, en el análisis por edad, que sean más quienes se consideran usuarios de nivel medio los adolescentes de 15 y 17 años que los de 12 a 14 años (tabla 3.26).

Valoraciones

Una de las preocupaciones con las que el mundo adulto mira a la Generación Interactiva es que los menores puedan quedar fascinados, subyugados, por las ventajas que la tecnología ofrece, y que esto les impida desarrollar una visión crítica capaz de ver lo positivo y lo negativo en estos nuevos medios. Máxime cuando, como se ha visto en los datos anteriores, muchos de estos menores

Gráfico 3.114. VALORACIÓN DEL NIVEL DE USUARIO DE INTERNET (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 50: «Cuando utilizas Internet ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?» N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 3.26. VALORACIÓN DEL NIVEL DE USUARIO DE INTERNET (POR EDAD)

Edad	Principiante	Medio	Avanzado	Experto
10	7	44,5	31	18
11	13	43	29	16
12	9	36	32	22,5
13	11	40	28	21
14	9	38	34	19
15	11	47	33	9
16	8	47,5	29	15,5
17	4,5	52	31	13
18	6	38	39	17

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 50: «Cuando utilizas Internet ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

desarrollan conductas de riesgo en estos entornos virtuales.

La visión pragmática, funcional, en el uso de la Red está presente en su valoraciones: el 78% de los usuarios de ésta otorga a Internet la consideración de bastante o muy útil porque facilita la comunicación y ahorra tiempo. El 8% no está en absoluto de acuerdo con esta declaración, mientras que el 19% lo está un poco. Hay algunas diferencias en valorar Internet como «muy útil» en función del sexo: el 35% de los chicos frente al 26% de las chicas. Pero lo interesante es observar que en el caso de los chicos se trata de una opinión compartida desde los más pequeños, 10 años, hasta los mayores, mientras que en el caso de las chicas hay mayor diversidad.

Respecto a dos de las consecuencias más peligrosas del abuso en el uso de Internet, desarrollar una adicción y ocasionar el aislamiento del grupo social y de referencia, los menores se muestran también bastante unánimes aunque, en cierto punto, pueden sonar contradictorios. Más de la mitad, el 61%, creen que «Internet puede hacer que alguien se enganche», mientras que en una proporción similar, el 63% manifiesta su desacuerdo con que «Internet puede hacer que me aisle de mis amigos y familiares».

Las diferencias que arroja el análisis de los datos por sexo también son evidentes: tres de cada cua-

tro chicas dice estar bastante o muy de acuerdo en que Internet puede hacer que alguien se enganche, frente al 68% de los varones que lo piensan. La valoración sobre el riesgo de aislamiento genera mayores valores de afinidad entre chicos y chicas.

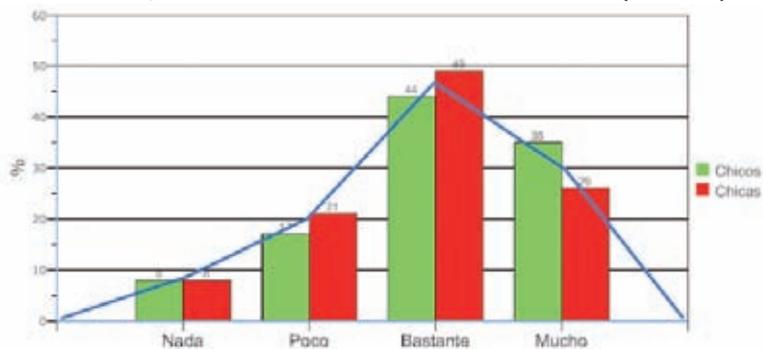
La sintonía de los menores a la hora de valorar la utilidad de la Red por zona geográfica es máxima a excepción de la zona Noroeste (Galicia y Asturias). En este caso, el 60% está nada o poco de acuerdo con que Internet sea útil, y las chicas son especialmente críticas: el 65% frente al 53% de los chicos.

También hay aquí bastante similitud por zona, aunque destaca la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja) por estar especialmente de acuerdo con esta premisa en el 77% de los casos y son las chicas las más exigentes en esta valoración: el 80% está bastante o muy de acuerdo con ella.

Los menores de la zona Noroeste también destacan en este caso por mostrar su desacuerdo mayoritario ante esta frase: el 65% está poco o nada de acuerdo con la posibilidad de que el uso de la Red pueda hacer que alguien se enganche.

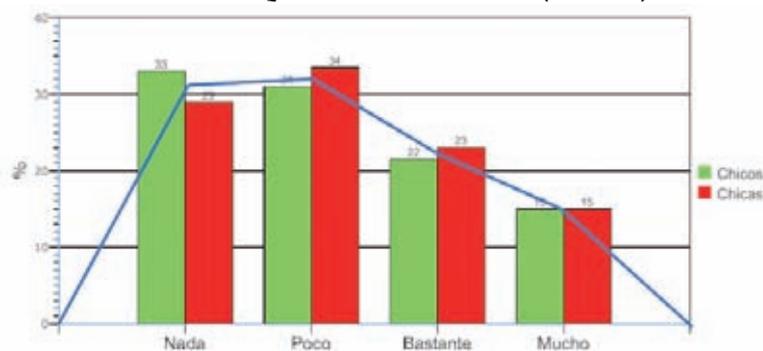
La zona Noreste destaca entre las demás, aunque en este caso por manifestarse de un modo más radical a favor de esta propuesta: el 76% está bastante o muy de acuerdo. En este sentido, los menores de Galicia y Asturias se muestran más

Gráfico 3.115. «INTERNET ES ÚTIL, AHORRA TIEMPO Y FACILITA LA COMUNICACIÓN» (POR SEXO)



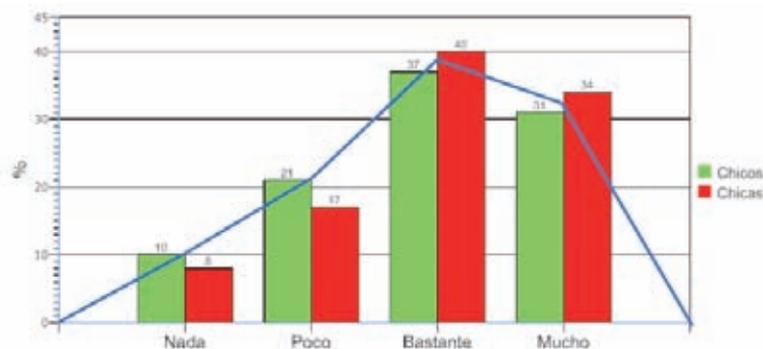
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 51: «Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: "Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación"». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.116. «INTERNET PUEDE PROVOCAR QUE ALGUIEN SE ENGANCHE» (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 52: «Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: "Internet puede hacer que alguien se enganche"». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 3.117. «INTERNET PUEDE PROVOCAR QUE ME AÍSLE» (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 53: «Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: "Internet puede hacer que me aisle"». N = 8.373 escolares de 10 a 18 años.

coherentes que el resto, aunque también menos pragmáticos.

En términos generales, los chicos parecen más expuestos que las chicas a conductas o hábitos de riesgo. Merece la pena atender, sobre todo a los más pequeños, ya que sus recursos personales para resolver posibles problemas que surjan son menores, y también para evitar que se conviertan en hábitos adquiridos al llegar a su vida adulta. Las chicas, sobre todo entre los 13 y los 16 años, arriesgan también más, aunque al acercarse a la mayoría de edad se moderan de modo claro estos comportamientos. Ellas declaran también, más que los chicos, ser víctimas de las actitudes de terceros, como el acoso.

3.9. Resumen general del capítulo

3.9.1 Datos nacionales

Posesión

- Se observa una relación intensa entre posesión de conexión a la Red en el hogar y la posesión de un ordenador. De hecho, el 96,7% de los adolescentes posee un ordenador en el hogar y más del 85% de estos con conexión a Internet. En los hogares de los más pequeños esta cifra casi alcanza el 80%.
- El 36,4% de los encuestados más mayores posee el ordenador en su propia habitación, sobre todo los chicos. Ya entre los más pequeños, entre 6 y 9 años, el 28% lo posee en su cuarto.
- Únicamente el 18% de los mayores posee un filtro de contenidos (el 19,5% chicos y el 13,6% chicas); aunque el antivirus alcanza el 68%.

Acceso y uso

- Con todo, el 70,9% de los niños y el 88% de los adolescentes son usuarios de Internet.
- Lo más habitual es que estos internautas naveguen desde casa (el 89% de adolescentes y el 87,2% niños). Sin embargo, existen otras posibilidades como acceder en el colegio (el 28,5% los mayores y el 31% los pequeños). En general, el

acceso desde *cibercafés* no está muy extendido: el 10,2% los adolescentes y el 4,7% los niños, sin grandes diferencias entre sexos.

Tiempo

- De lunes a viernes, mayoritariamente navegan entre una y dos horas (28,6%) y el fin de semana lo más habitual es navegar más de dos horas al día (34,5%). Con todo, el 9% durante sábado y domingo y el 6% entre semana reconocen no navegar nada.
- El 52,4% de los encuestados reconoce quitarle tiempo a actividades educativas (estudiar o leer) por el uso de Internet. Por otro lado, el 33,4% (el 40,9% chicas y el 32,4% chicos) afirma quitarle tiempo a la televisión y el 23,6% a los videojuegos (el 20,2% las chicas y el 26,3% los chicos). Con todo casi, el 15% afirma robarle tiempo a la familia y muy poco a los amigos.

Compañía

- La navegación en solitario es predominante con el 85,5% entre los adolescentes y el 61% entre los niños. Mientras que para estos últimos la primera opción como compañía es familiar (más del 30%), en el caso de los mayores prefieren a los amigos (42,9%). En general, los profesores tienen poco peso como acompañantes.
- Por otro lado, se definen autodidactas: el 70,2% reconoce que ha aprendido él solo a navegar en Internet. Únicamente el 16% ha sido enseñado por sus padres y el 7% por sus profesores.

Servicios

- La relación social aparece como fin principal cuando eligen sus servicios favoritos. El Messenger encabeza la lista con el 77% y el correo electrónico alcanza el 65%.
- Por otro lado, conocer y acceder a información es otra de las utilidades de la Red con el 76% de adolescentes que visitan páginas web.
- Para compartir el 71% prefiere las redes sociales y más del 55% espacios puros colaborativos como YouTube o Slideshare.

- Las chicas son más usuarias de redes sociales, en las que Tuenti, con el 55%, lidera la clasificación seguida de Facebook a gran distancia.
- Para el 60% también es importante divertirse en Internet, para lo que utilizan los juegos online. También es interesante saber que los internautas utilizan la Red para ver la televisión, y aunque no es muy frecuente, supone el 15%.
- Por último, el 8% utiliza Internet para realizar compras.

Contenidos visitados

- Música, juegos y deportes son los contenidos preferidos por los encuestados.
- Los educativos son visitados únicamente por el 12% de los internautas, y es llamativo que el 13% reconozca visitar contenidos para adultos.
- Por otro lado, el 61% reconoce ser creador de sus propios contenidos, bien en una web, *blog* o *fo-toblog*.

Mediación educativa

- Es llamativo como el 50% de los adolescentes afirma que sus profesores no utilizan Internet para explicar sus materias. Sólo el 4% reconoce que casi todos o todos sus profesores utilizan la Red en el aula.
- El uso de Internet en el colegio no determina los contenidos visitados, ya que siguen prefiriendo aquellos que tienen que ver con el ocio y el entretenimiento. Sin embargo, disminuye en cierta medida el uso de programas como la mensajería instantánea.
- El 33% de los encuestados reconoce la ausencia de mediación familiar en el uso de Internet. El 13% afirma que hace algo con sus padres en Internet y el 9% dice que sus padres les ayudan a usarlo.
- En el hogar, existen prohibiciones expresas sobre algunos comportamientos en la Red. De hecho, el 55% reconoce que tiene prohibido dar información personal. Con todo, Internet no suele ser motivo de discusión en el hogar para tres de cada cuatro internautas.

Valoraciones y actitudes

- Si damos a elegir a los estudiantes entre Internet y televisión, las preferencias se encaminan hacia la Red. Igualmente, si lo comparamos con el teléfono móvil los adolescentes prefieren Internet, los chicos en mayor porcentaje (73%) que las chicas (62%).
- Por otro lado, el 29% de los encuestados reconoce: «me pongo nervioso o me enfado cuando no puedo o no me dejan navegar».
- En cuanto a compartir contenidos en la web, el 9% afirma que puede subir fotos o vídeos de familiares o amigos. El porcentaje aumenta cuando hablan de ellos mismos.
- Si hablamos de amigos virtuales ya el 7% reconoce: «no hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal» y el 13% que «no me importa agregar a desconocidos a mi Messenger» (a pesar de que el 8% se ha visto afectado negativamente en Internet). Además, el 21% reconoce haber conocido en persona a sus amigos virtuales.

3.9.2. Datos por zona

3.9.2.1. Zona Canarias

Posesión

- El 97,5% de los adolescentes canarios tiene un ordenador en su hogar. Asimismo, el 82% tiene conexión a Internet. Por otro lado, los datos de los niños son muy similares: el 95,7% tiene ordenador en casa y casi el 80% tiene conexión a Internet.
- Cerca del 37% de los mayores tiene el ordenador en su propio cuarto frente al 28% de los pequeños.
- Respecto a la posesión de filtros de contenidos y antivirus, los porcentajes son similares a la media nacional (18,8% y 68,4% respectivamente).

Acceso y uso

- La mayoría de usuarios se conecta desde su casa (88,5% adolescentes y 85,1% niños). También

lo hacen desde el colegio (casi 30% mayores y 48,2% pequeños) o en casa de un amigo (34,2% mayores y 28,7% niños). A medida que los niños crecen navegan menos en el colegio y más en casas de amigos. Es destacable que en el caso de Canarias el uso de los *cibercafés* está a la cabeza del resto de zonas (de 10-18 años el 16,3% y de 6-9 años el 12,2%).

Tiempo

- Entre semana el tiempo que dedican a navegar es en su mayoría de dos horas diarias (el 37,2%). Lo mismo ocurre el fin de semana pero con un porcentaje ligeramente superior (el 41,6%). Con bastante diferencia Canarias es la zona en la que más jóvenes dedican dos horas diarias a Internet.
- El 34,2% considera que no reduce ninguna otra actividad por el uso de Internet. No obstante, hay un 33,7% que reconoce reducir el tiempo de la televisión y casi el 31% el de estudio. Los adolescentes canarios son los que más tiempo le quitan al estudio.

Compañía

- Navegan en su mayoría solos (84,8% mayores, 73,7% pequeños) o con amigos (43,9% mayores, 37% pequeños).
- El aprendizaje de Internet la mayoría se lo atribuye a sí mismo (el 71,3%). La figura de los padres es mínima, sólo el 8,6% y el 6,6% aprendieron con sus padres y madres, respectivamente. Lo mismo ocurre con los profesores: sólo el 6,3% aprendió con ellos a navegar.

Servicios

- Para comunicarse la mayoría de los encuestados se vale sobre todo del Messenger (80,1%) y correo electrónico (68,6%). Por sexo, el uso que dan las chicas es algo mayor. Sólo el 2,7% lo hace a través de chat. Sobre los que usan chat o Messenger el 95,7% chatea con sus amigos y el 58,6% con su familia. El 88,5% reconoce que cuando chatea se muestra como es.

- En cuanto a otros servicios utilizados, el 75,4% utiliza Internet para visitar páginas web y el 72,3% para descargar música, películas o programas.
- Respecto a compartir, lo que más éxito tiene entre los internautas canarios, al igual que el resto, son las redes sociales (75,1%). Dentro de éstas y con mucha diferencia sobre las demás predomina Tuenti (casi el 60%).
- Los juegos on-line son una actividad destacable en el ocio de los navegantes; el 62,4% juega en red. El porcentaje es algo superior en los chicos (el 72,1% frente al 50,7%).

Contenidos visitados

- La música es el contenido favorito de los usuarios (casi el 78%) seguido de los juegos (61,7%). Sin embargo, hay diferencias entre sexos: las chicas superan a los chicos en música y en juegos les superan ellos.
- Por el contrario, sólo el 11,7% y el 10,5% visitan contenidos educativos y culturales.

Mediación educativa

- Respecto las prohibiciones el 54,6% tiene prohibido comprar on-line y el 51,2% dar información personal.
- El 24,4% discute con sus padres por el uso de Internet. El tiempo que pasan conectados es el origen de la discusión en la mayoría de los casos, el 81,3% discute por el tiempo que pasa conectado, y el 38% por el momento del día en que se conecta.
- Respecto a la mediación que llevan a cabo los padres cuando sus hijos navegan, lo más habitual es preguntar qué hacen o echar un vistazo (el 44,8% y el 42,7%). Frente a estos datos, el 31,6% declara que sus padres no hacen nada.
- El uso de Internet como medio para premiar o castigar es algo poco común. El 77,2% de los encuestados reconoce que sus padres no se valen de ello.

Valoraciones y actitudes

- En cuanto a la privacidad: el 15% cree que puede poner cualquier foto/vídeo suyo y el 10,3% opi-

na lo mismo de familiares y amigos. El 8,5% cree que no hay problema por que cualquier desconocido les pida información personal.

- En su mayoría, los internautas consideran que Internet es una herramienta bastante útil que ahorra tiempo y facilita la comunicación. El 47,8% así lo afirma.
- Desde el punto de vista del riesgo de adicción, casi el 70% está de acuerdo en que Internet puede hacer que alguien se enganche. El 43,1% considera que Internet puede aislarles de amigos y familiares.

3.9.2.2. Zona Centro

Posesión

- Los encuestados que poseen un ordenador en el hogar son un porcentaje muy parecido al del resto de zonas: mayores el 95,8% y pequeños el 92,9%. Lo mismo sucede con los que tienen conexión a Internet, casi el 81%. Sin embargo, en el caso de los pequeños es algo menor que la media nacional, el 65,2%.
- Normalmente la habitación del entrevistado es el lugar donde se encuentra el ordenador (37,6% adolescentes y 28% niños). Otros sitios menos habituales son la sala de estar (17,4% adolescentes y 20,6% niños) y el estudio/sala de trabajo (15,6% adolescentes y 20,1% niños).

Acceso y uso

- No tener conexión en casa no supone un impedimento. La tengan o no se conectan el 87,9% de los mayores y el 63,6% de los pequeños.
- Los encuestados de 10-18 años se conectan sobre todo desde su casa (87,1%), en casa de un amigo o familiar (51,1%) o en el colegio (21,2%). Respecto a los de 6-9 años, sin tener en cuenta el hogar, se conectan más en el colegio o en un lugar público como una biblioteca o centro de actividades. Sus respuestas se dividen de esta manera: el 83,3% se conecta en casa, el 26,7% en el colegio y el 20,4% en un lugar público.

Tiempo

- Existen diferencias en el tiempo que dedican a navegar diariamente según el momento de la semana. La mayoría, de lunes a viernes, dedica menos de una hora al día (30%). Y el fin de semana más de dos horas (34,9%).
- Al dedicar tiempo a la Red, el 35,8% de los adolescentes considera que renuncia sobre todo a la televisión. Por otro lado, el 30% cree que el uso que hace de Internet no quita tiempo a ninguna otra actividad. Tras estos datos, se resiente la vertiente más educativa: reduce tiempo a los estudios casi el 30% y a la lectura el 27,2%.

Compañía

- La mayoría de los adolescentes navegan solos o con amigos (casi el 85% y el 44,5%, respectivamente). Después, pero con bastante diferencia, con familiares. Es destacable la poca presencia que tienen los profesores, sólo el 5,9% lo hace en compañía de un profesor. El caso de los niños es algo diferente: aunque en su mayoría naveguen solos es un porcentaje bastante menor, el 52,1%. Éstos navegan más con familiares: con el padre el 37,4%, con la madre el 35,2% y con hermanos el 34,9%. Y el porcentaje que navega con profesores es superior al de los adolescentes, son el 16,3%.
- En su mayoría aprendieron a usar Internet solos, el 72,3% de los encuestados aprendió así. Con su padre sólo lo hizo el 10,7%, con su madre el 5,2% y con un profesor el 7,2%.

Servicios

- A la hora de comunicarse, al igual que en el resto de zonas, predomina el uso del Messenger (75,5%) y correo electrónico (64,2%).
- Desde el punto de vista de cómo acceden a la información, lo más habitual son las visitas a las páginas web (74,5%) o de descargas de música, películas o programas (68%). En menor número de foros o listas de correo (15,7%). Por sexo el uso que hacen los chicos es ligeramente superior al de las chicas.

- A la hora del ocio, existen diferencias destacables entre sexos. En descargas de películas o música están muy igualados. No obstante, los chicos las superan con diferencia en los juegos en red y con algo menos de distancia en la radio y la televisión digitales.
- Los adolescentes apenas compran por Internet, sólo lo hace el 9,6%. Los chicos compran más que las chicas (el 13% frente al 4,6%).
- Las redes sociales preferidas por los internautas de la zona Centro son: Tuenti (61%), Facebook (20,5%) y Hi5 (18,3%). Por sexo, los chicos superan a las chicas como usuarios de Tuenti pero ellas están a la cabeza en Facebook y Hi5.

Contenidos visitados

- Los contenidos más habituales visitados por estos navegantes son: música (75%), juegos (65,7%) y deportes (44,7%). Les siguen el humor, la programación de televisión y noticias.
- El 39,1% es creador de contenidos como *blogs* y páginas web. Éstos en su mayoría tratan de música (50,8%), juegos (35,2%) y deportes (34,8%). Los contenidos educativos o culturales tienen menos presencia (12% y 11,2%, respectivamente).

Mediación educativa

- Es llamativo que más de la mitad de profesores, el 51,6%, no usa Internet para explicar sus materias. Por el contrario, sólo en el 2,5% de los casos todos los profesores lo usan.
- Respecto a lo que tienen prohibido hacer mientras navegan, el 59,4% tiene prohibido comprar y el 54,3% dar información personal. Tan sólo el 6,8% y el 6,7% tienen prohibido jugar y enviar correos electrónicos. Al 20,5% no le prohíben nada.
- Internet no es tema de discusión, el 73,4% de los adolescentes no discute con sus padres por ello. En el caso de las chicas hay más discusiones que con los chicos, el 30,7% frente al 23,8%.
- Existen varios tipos de mediación que los padres realizan mientras sus hijos navegan. En el 47% de los casos les preguntan qué hacen y en

el 38,8% echan un vistazo. Tan sólo el 12,9% hacen alguna actividad juntos y al 10,7% les recomiendan sitios para navegar. Es destacable que en el 35,4% de los casos los padres no hacen nada. Por lo general, la mediación que realizan los padres es algo superior con las chicas.

Valoraciones y actitudes

- El 30,2% se pone nervioso si no puede o no le dejan navegar.
- El 7,6% considera que no hay ningún problema en que desconocidos sepan sobre sus aficiones o vida personal y al 13% no le importa agregar desconocidos al Messenger. El 12% considera divertido hablar con desconocidos a través de Internet.
- El 7,4% ha utilizado la Red para llevar a cabo acciones de *cyberbullying*. Son más chicos que chicas (9,2% frente a 4,8%). Y el 8,6% ha sufrido estas agresiones, en este caso más chicas (10% frente a 7,7%).
- El 43% considera que su nivel como usuario de Internet respecto a su entorno es medio. Sólo el 9,2% se considera un principiante.
- El porcentaje de los que están bastante de acuerdo con «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación» es muy similar a la media nacional, el 49,5%. Sólo el 6,1% cree que no es nada útil.
- El 40,6% está bastante de acuerdo en que «Internet puede hacer que alguien se enganche». El 8,4% opina que nada.

3.9.2.3. Zona Levante

Posesión

- Al igual que en el resto de zonas, en Levante la posesión de un ordenador en casa es un dato muy elevado. El 95,7% de los mayores y el 94,8% de los pequeños posee ordenador en su hogar. En el caso de los mayores el porcentaje es ligeramente menor que la media nacional. Respecto a si tienen o no conexión a Internet, el 79,4% de los mayores y el 64,5% de pequeños afirma que sí.

- La ubicación del ordenador suele ser la propia habitación del entrevistado (el 35,1% adolescentes y el 24,3% niños). Otras opciones son un estudio/sala de trabajo (20,1% adolescentes y 19,7% niños) o la sala de estar (14,2% adolescentes y 20,1% niños).
- Respecto a la seguridad, en el 80,2% de los casos tienen sistemas de protección: el 65% anti-virus y 15,2% filtros.

Acceso y uso

- El hogar es el lugar desde donde más se conectan los encuestados, el 87,2% de los mayores y el 86,6% de los pequeños. Con bastante diferencia le sigue el colegio: el 25,1% de los mayores y el 29,1% de los pequeños.

Tiempo

- En este caso el tiempo que dedican a Internet diariamente de lunes a viernes está muy dividido: menos de una hora navega el 27,2%, entre una y dos el 27,7%, y más de dos el 27,4%. El fin de semana ya se observa una pequeña mayoría: el 31,4% navega más de dos horas diarias. Si diferenciamos por sexo, los chicos navegan más horas que las chicas tanto entre semana como el fin de semana.
- De todas las zonas, estos adolescentes son los que más creen que el uso que hacen de Internet no les quita tiempo a nada. Son la mayoría, el 34,3%. Después consideran que la televisión, con el 30,4%, y la lectura, con el 24,1%, son las actividades a las que más renuncian.

Compañía

- Los internautas de entre 10-18 años a la hora de navegar lo hacen sin compañía (86%) o con amigos (40%). Los que navegan con hermanos son muchos menos (23,1%). Le siguen con su padre o su madre (15% en cada caso) y, por último, el 6,7% con un profesor. En el caso de los de 6-9 años aunque la mayoría, el 58%, lo hace solo, la familia tiene bastante importancia (con hermanos o padres). Al ser más pequeños navegan algo más con el profesor, el 11,9%.

- Al 71,4% nadie le enseñó a utilizar Internet, aprendió solo. Al 14,1% algún hermano, al 11,1% sus padres (más el padre que la madre), y al 8,9% un profesor.

Servicios

- Para comunicarse se valen del Messenger (81,8%) y correo electrónico (61,5%). Destaca que en comparación con otras zonas son los que más usan el Messenger y menos el correo.
- Para acceder a la información se valen de las mismas herramientas que los demás: páginas web (78,3%) o descargas de música, películas o programas (69,8%).
- Sucede lo mismo con el ocio, no hay mucha diferencia con la media nacional: lo lideran las descargas de música, películas o programas (69,8%) y los juegos en red (58,9%).
- Sus redes sociales favoritas son Tuenti (50,7%), Facebook (14,3%) y otras (8,4%).
- Las preferencias de los internautas que suelen jugar en red son bastante homogéneas: el 37,7% comunidad virtual, el 37,4% juegos de estrategia y el 36% carreras. En todos los tipos de juegos predominan los chicos salvo en los de comunidad virtual, como los *Sims*.

Contenidos visitados

- Visitan sobre todo contenidos relacionados con el ocio: el 79,2% música, el 64,8% juegos y el 39,7% deportes. Los contenidos didácticos son menos visitados: educativos el 13,1% y culturales el 12,2%. Otro 12,2% visita contenidos para adultos.
- El 40,5% es creador de contenidos. Son sobre todo chicos. Estas páginas y *blogs* son de música (57,6%), juegos (32,7%) y deportes (30,7%). Les parecen útiles para poder expresar opiniones (61%) y compartir información con conocidos (48,9%). Incluso el 8,4% lo hace para poder contar a todo el mundo lo que no puede en persona.

Mediación educativa

- Respecto al uso que hacen los profesores de Internet para explicar sus materias, hay que des-

taclar que el 50% de los adolescentes afirma que ninguno de sus profesores se vale de ella. En el lado opuesto, sólo en el 0,7% de los casos lo utilizan todos los profesores.

- Las prohibiciones que tienen son en su mayor parte comprar (64,5%) y dar información personal (50,8%). Desde la parte audiovisual el 5,2% tiene prohibido ver fotos o vídeos, mientras que el 24,3% *colgarlos*. Al 20% no le prohíben nada.
- El 25,3% discute con sus padres por el uso de Internet. Discuten en su mayoría por el tiempo que los adolescentes pasan conectados (77,3%) y en menor medida por el momento del día en que se conectan (28,8%). Al 16,9% le castigan o premian con el uso de Internet.
- En el 46,9% de los casos los padres preguntan a sus hijos qué hacen cuando navegan y en el 40,8% echan un vistazo. El 31,7% reconoce que sus padres no hacen nada.

Valoraciones y actitudes

- Si no pueden o no les dejan navegar el 26,7% se pone nervioso o se enfada. Este porcentaje es superior en el caso de los chicos.
- El 15,6% opina que puede poner cualquier foto/vídeo suyo en Internet. El 9,4% piensa lo mismo de fotos/vídeos de familiares o amigos.
- Respecto a las relaciones con desconocidos a través de la Red el 12,7% considera divertido hablar con ellos y al 12,2% no le importa agregarlos al Messenger. Por sexo, los chicos consideran más divertido hablar con desconocidos. Además, el 7,7% considera que no hay ningún problema en que sepan sobre sus aficiones o vida personal.
- Sobre los que chatean, el 15,8% tiene amigos virtuales y el 21,3% afirma haber conocido a alguno en persona. Por sexo, las chicas tienen más amigos virtuales pero ellos han conocido más amigos en persona.
- Al igual que en el resto de zonas, la mayoría está bastante de acuerdo con que «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación», el 49,8% así lo opina. Las chicas están más de acuerdo (53,4% frente a 45,9%).

- El 37,2% está poco de acuerdo con esta afirmación: «Internet puede hacer que me aisle de amigos y familiares».

3.9.2.4. Zona Noreste

Posesión

- El 97,6% de los adolescentes y el 96,2% de los niños tienen un ordenador en su hogar; este dato es similar a la media nacional. En lo referente a la conexión, el 91% de los mayores y el 74,1% de los pequeños tienen conexión a Internet en casa. En esta zona es donde hay más adolescentes que tienen conexión en su hogar.
- El ordenador habitualmente está en el cuarto del adolescente (30,1%) o del niño (26,6%). En este caso, el segundo lugar más común para situar el ordenador es un cuarto de trabajo/estudio (26,5% mayores y 26,3% pequeños).
- Para su protección en el uso de Internet el 18% tiene filtro y el 76,6%, antivirus. Destaca que el porcentaje de quienes poseen antivirus es superior al resto de zonas.

Acceso y uso

- Son los que más se conectan desde casa (el 95,7% mayores y el 91,7% pequeños). El resto de lugares desde donde más navegan los mayores son el colegio y la casa de un amigo. Los pequeños desde casa de un familiar o un amigo.
- Aunque no tengan Internet en casa igualmente se conectan el 88,1% de los adolescentes y el 75,8% de los niños.

Tiempo

- Las horas diarias de conexión varían según el momento de la semana. De lunes a viernes la opción más habitual es conectarse entre una y dos horas al día (32,7%), mientras que el sábado o domingo lo hacen más de dos horas (36%).
- El 31,2% considera que la lectura es la actividad a la que más renuncia por navegar, seguida de la televisión con casi 30%. El 29,2% piensa que no deja de lado ni reduce ninguna actividad.

Compañía

- Lo más común es que utilicen Internet solos (el 88,7% de los mayores y el 65,4% de los pequeños). Después, al igual que en el resto de zonas, los adolescentes navegan con amigos y los niños con sus padres.
- El 62,2% aprendió a usar Internet solo. Tras este porcentaje, fue un miembro de la familia o un profesor del colegio quienes les enseñaron.

Servicios

- No hay apenas diferencias con el resto de zonas cuando se trata de los servicios que usan para comunicarse: predominan el Messenger (75,5%) y el correo electrónico (69,2%). Destaca que son los que más usan el correo.
- Las páginas web (79,6%) y las descargas de música, películas o programas (67%) son lo que utilizan estos adolescentes para acceder a información y a datos. Son los que más visitan sitios web y los que menos descargan en comparación con otras zonas.
- A la hora de compartir, casi el 57% se vale de redes sociales y el 53,6% del intercambio de vídeos/fotos. Sin embargo, son los que menos uso hacen de estas herramientas.
- Respecto al ocio, el 67% descarga música, películas o programas y el 60,3% juega en red.
- Para el 34,2% su red favorita es Facebook.
- Los que juegan en red prefieren juegos de comunidad virtual (44,5%), de estrategia (41,6%) y de deportes (39,8%).

Contenidos visitados

- Con mucha diferencia, los contenidos favoritos de estos adolescentes son música (76,2%) y juegos (72,5%). En el lado opuesto, lo que menos visitan son sitios web culturales (10,2%), de concursos (10,7%) y de adultos (10,8%). Señalar que son los que más contenidos educativos visitan (casi 16%).

Mediación educativa

- Como en el resto de la muestra nacional, la mayoría de los profesores no imparten sus asigna-

turas apoyándose en Internet: sólo en el 1,9% de los casos, todos los profesores lo utilizan.

- El 66,4% tiene prohibido comprar y el 62,5% dar información personal. Por sexo, los porcentajes de las chicas son superiores. Por otra parte, al 13,6% no le prohíben nada. Este dato está por debajo de la media.
- El 25,6% discute con sus padres por el uso de Internet. En el 22,5% de los casos, los padres les premian o le castigan con su uso.
- La mediación paterna consiste sobre todo en preguntar a los adolescentes qué hacen cuando navegan (48,4%). Por otro lado, hay que destacar que los padres de esta zona son los que más hacen algo junto a sus hijos (15,1%): organizan viajes, escriben a la familia, etcétera.

Valoraciones y actitudes

- Respecto a la relación con desconocidos, para el 10% es divertido hablar con ellos y al 12,5% no le importa agregarlos al Messenger. Para el 6,5% no hay ningún problema en que sepan sobre su vida personal.
- El 3,4% ha utilizado Internet alguna vez para perjudicar a alguien y el 7,1% ha sido perjudicado.
- La mayoría están bastante de acuerdo con que «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación» (49,1%).
- El 31,6% está poco de acuerdo con que Internet puede hacer que se aisle de amigos y familiares.

3.9.2.5. Zona Noroeste

Posesión

- De todas las zonas, la del Noroeste es en la que hay más adolescentes que tienen un ordenador en casa: el 99,2%. Por el contrario, es en la que menos niños tienen: el 89,1%. En lo referente a la conexión a Internet, son la zona con un porcentaje más bajo: el 72,9% de los adolescentes y el 64,5% de los niños tienen conexión a Internet.
- Al igual que el resto, la mayoría de las veces el ordenador se encuentra en el cuarto del entre-

vistado. Este dato es superior a la media nacional: el 46% de los adolescentes y el 40,1% de los niños tienen el ordenador en su habitación. Les sigue en un estudio/cuarto de trabajo y en la sala de estar. En el 17,2% de los adolescentes y en el 12,3% de los niños es portátil.

- En lo referente a sistemas de protección el 15,7% tiene filtros y el 58,5% antivirus. En comparación con el resto de zonas son los que menos antivirus poseen. Por sexo, los chicos tienen más sistemas de seguridad.

Acceso y uso

- Como en todas las zonas, el hogar es el lugar en el que se conectan la mayoría de los internautas (el 87,6% de los mayores y el 86,5% de los pequeños). Después, por edad, en el caso de los adolescentes es el colegio (38,4%) y en casa de un amigo (32,2%). En el de los pequeños es el colegio (casi 46%) y en casa de un familiar (30,3%).

Tiempo

- Ya sea entre semana o fin de semana, la mayoría navega más de dos horas diarias (35,3% y 37,4%, respectivamente).
- Los adolescentes del Noroeste son los que más renuncian a las pantallas por el uso de Internet (47,9% televisión y 30,6% videojuegos). Por sexo, las chicas renuncian más a estas pantallas. El 28,4% considera que le quita tiempo a los estudios.

Compañía

- El 88,6% de los adolescentes navega solo. De manera menos habitual lo hace con amigos y con la familia. De los niños, el 55,4% solo, seguido de la familia y profesores.
- El 71,1% aprendió a utilizar Internet solo. Después y con mucha diferencia, el 17,1% con un profesor.

Servicios

- Se comunican a través del Messenger (76,3%) y correo electrónico (67,9%). Le sigue el envío de

mensajes a móviles (24,2%), un dato más alto que el resto de zonas. En el lado opuesto son los que menos utilizan Internet para hablar por teléfono, con Skype o MSN (11,7%).

- El porcentaje de los que para acceder a información o a datos visitan páginas web (78,2%) o se descargan música, películas o programas (72,1%) es similar a la media nacional. Por sexo, las chicas tienen más presencia.
- A la hora de compartir información utilizan las redes sociales (69,1%), comparten vídeos o fotos (casi 55%) o se valen de *fotoblogs* (50%).
- En lo referente al ocio destacan las descargas de música, películas o programas (72,1%) y los juegos en red (60%). Por sexo, ellos juegan más, pero ellas descargan más música, películas y programas.
- Son los que más compran o venden por la Red (el 9,8%). Los chicos utilizan más este servicio que las chicas (16,2% frente a 4,3%).
- Para el 53% su red social preferida es Tuenti, para el 23,3% lo es Facebook y para el 20,1%, MySpace. Las chicas son más usuarias de estas redes.
- Respecto a los que juegan en red, en su mayoría prefieren juegos de estrategia (41,5%) o comunidad virtual (39,5%). Por el contrario, por lo que menos se decantan son los juegos de casinos (5,7%). El 53,2% juega en red con sus amigos.

Contenidos visitados

- Al igual que el resto de zonas los contenidos favoritos de los internautas son música, juegos y deportes. Ellas prefieren sobre todo la música y ellos los juegos y los deportes.
- Son la zona en la que hay más creadores de contenidos como *blogs* o páginas web (casi el 60%). En este caso son sobre todo ellas las creadoras.

Mediación educativa

- Sólo en el 0,6% de los casos todos los profesores utilizan Internet para impartir sus materias. En el 49,1% ninguno se vale de él.
- Como en todas las zonas, las prohibiciones que tienen estos adolescentes son sobre todo com-

prar (55,8%) y dar información personal (casi el 50%). El 29% no tiene ninguna prohibición y el 27,1% tiene prohibido suscribirse a algún boletín o lista de correo.

- Son los que menos discuten con sus padres por el uso de Internet (el 23%). El tiempo que dedican a navegar es el origen de la mayor parte de discusiones relacionadas con la Red (82,6%).
- Cuando sus hijos están navegando en el 40,8% de los casos los padres no hacen nada, son la zona que tiene este porcentaje más alto. En el 38,4% preguntan a sus hijos qué hacen cuando navegan y en el 35,9% echan un vistazo.

Valoraciones y actitudes

- Por zonas, son los que menos se enfadan o se ponen nerviosos si no les dejan o no pueden navegar. Esto le sucede al 25,7%.
- En lo referente a la intimidad a través de la Red, al 12,7% no le importa agregar desconocidos al Messenger y el 10% considera divertido hablar con ellos. Asimismo, el 6,6% considera que no hay ningún problema en que sepan sobre su vida personal.
- El 2,7% ha utilizado Internet para perjudicar a alguien, y casi el 10% ha sido víctima de *cyberbullying*. En comparación con el resto de zonas, son los que menos se valen de Internet para agredir a alguien.
- El 31,4% no está nada de acuerdo con la afirmación «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación». Son la mayoría y existe un contraste muy grande con el resto de zonas, ya que son los que menos creen que Internet puede ser útil.
- Casi el 42,1% está nada de acuerdo con esta afirmación: «Internet puede hacer que me aisle de amigos y familiares». Por el contrario, el 7,4% está muy de acuerdo.

3.9.2.6. Zona Norte

Posesión

- De los encuestados de 10-18 años, el 97,3% tiene ordenador en su hogar y el 87% tiene conexión a

Internet. Por otro lado, de los de 6-9 años, el 97,7% posee ordenador en casa y el 78,9% tiene conexión. Estos niños son los que tienen porcentajes más altos tanto en posesión como en conexión.

- El ordenador se encuentra sobre todo en la habitación del adolescente o del niño (33,8% y 19,4%, respectivamente). En el lado opuesto, rara vez se encuentra en la habitación de los padres (2,6% adolescentes y 7,6% niños).

Acceso y uso

- Pese a no tener conexión en casa, el 91,1% de los mayores y el 70,9% de los pequeños suele utilizar Internet. El dato de los mayores está por encima de la media nacional.
- La casa de los encuestados suele ser desde donde más se conectan (92% mayores y 89% pequeños). En el caso de los mayores, la casa de algún amigo (25,9%) o el colegio (24,4%) son los otros lugares más habituales. Las otras opciones más comunes desde donde se conectan los pequeños son el colegio (33,6%) o la casa de algún familiar (25%).

Tiempo

- De lunes a viernes la mayoría, el 31,8%, navega menos de una hora diaria. Por otra parte, el fin de semana el 33,4% se conecta entre una y dos horas al día.
- Por el tiempo que pasan navegando, el 34,1% cree que renuncia a ver televisión y el 26,1% a la lectura. Sólo el 5,7% cree que le resta tiempo a sus amigos. Destaca que el 32,6% considera que el uso que hace de Internet no le quita tiempo a otras actividades.

Compañía

- La mayoría de los adolescentes navegan solos (86,9%) o con amigos (41,2%). En el caso de los niños, navegan también solos (69,3%), pero la familia tiene más presencia (con su padre casi el 41% y con su hermano casi el 40%).
- Al igual que el resto de zonas, la mayoría aprendió a utilizar Internet sin ayuda de nadie

(68,1%). En menor medida aprendieron con su padre (13,4%) o con algún profesor (12,2%). Por sexo, ellos aprendieron más solos y ellas con profesores. La figura del padre está muy igualada en ambos sexos.

Servicios

- El Messenger (73,3%), el correo electrónico (65,7%) y los programas para hablar por teléfono como Skype y MSN (33,5%) son lo que más utilizan para comunicarse. Por zona son los que menos usan el Messenger.
- Las páginas web (74,4%) o las descargas de música, películas y programas (71,9%) son lo que más utilizan para acceder a información a través de la Red. Este dato es muy similar a la media nacional.
- Las redes sociales (73,1%), intercambiarse vídeos o fotos (55,1%) o los *photoblogs* (34,2%) son los elementos de los que se valen a la hora de compartir. Ellas usan más las redes sociales y los *photoblogs*, pero ellos comparten más vídeos y fotos.
- Las descargas de música, películas y programas (71,9%) y los juegos en red (62,3%) son las opciones más elegidas por los internautas respecto al ocio.
- Tuenti y Facebook son sus redes sociales preferidas con unos porcentajes del 61,2% y el 15,7%.
- Los que juegan en red prefieren los juegos de estrategia (43,7%), deportes (40,2%) y carreras (39,2%).

Contenidos visitados

- Los contenidos favoritos de estos adolescentes son: música (75,4%), juegos (65,8%) y deportes (42,5%). En comparación con las otras zonas, son los que menos contenidos educativos y culturales visitan.
- El 38,1% ha creado alguna vez un *blog* o página web. Éstos son en su mayoría de música, deportes, juegos o de historias personales.

Mediación educativa

- Respecto al uso que dan los profesores de Internet para impartir sus materias, en el 51% de los

casos ninguno lo utiliza. En casi el 44% menos de la mitad de los profesores se valen de él para sus explicaciones y en el 1,3% todos los profesores le sacan partido. Diferenciando por sexo, los profesores de los chicos usan más Internet que los de las chicas.

- Comprar algo y dar información personal son las dos prohibiciones más comunes. En esta zona están muy igualadas: con el 58,3% y el 57,9%, respectivamente. En el lado contrario, el 6,4% tiene prohibido enviar correos electrónicos. Casi el 20% tiene total libertad, no le prohíben nada.
- Son los que más discuten por el uso de Internet con sus padres, en total el 29,3%. Las discusiones tienen su origen en el tiempo que pasan los adolescentes conectados (77,2%), por el momento del día que se conectan (38,1%) y, en menor medida, por lo que hacen mientras están conectados (14,2%). Ellos discuten más por el tiempo y por el momento del día en que se conectan y ellas por lo que hacen mientras navegan por la Red.
- Respecto a la mediación paterna, lo más habitual, como en casi todas las zonas, es preguntar a sus hijos qué hacen cuando navegan (43,1%) o echan un vistazo (37,7%). En el 35% de los casos no hacen nada. En el lado opuesto, el 7,5% les ayudan y se sientan con ellos a navegar, el 7,2% comprueban dónde navegan y el 4,3% comprueban el correo.

Valoraciones y actitudes

- Casi el 28% se pone nervioso o se enfada si no puede o no le dejan utilizar Internet. Por sexo, a ellas les sienta peor no poder navegar (el 29,1% frente al 26,6%).
- El 14,3% cree que puede poner cualquier vídeo/foto suya en la Red. Además, casi el 10% cree que puede hacer lo mismo con las de amigos o familiares.
- El 5,1% ha agredido a alguien a través de Internet. El 6,5% ha sufrido este tipo de agresiones; en comparación con otras zonas este dato es el menor.

- Los internautas de esta zona están convencidos de que «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación». El 47,4% está bastante de acuerdo con esta afirmación y el 33,4% muy de acuerdo.
- Respecto a la afirmación «Internet puede hacer que alguien se enganche» la mayoría está bastante o muy de acuerdo (el 38,2% y el 37%).
- En lo referente al uso que hacen del chat, a veces el 8,3% finge ser otra persona. En el caso de los chicos el porcentaje es superior (el 9,4% frente al 7,1%). Asimismo, el 46,3% a veces usa la *webcam* y el 12,3% chatea con amigos virtuales. El 14% ha conocido alguno en persona.

3.9.2.7. Zona Sur

Posesión

- El 96,8% de los mayores y el 95,2% de los niños tienen un ordenador en casa. Respecto a la conexión, el 80% de los mayores y el 72% de los niños tienen conexión a Internet. Estos datos son muy similares al resto de zonas.
- La habitación del encuestado es el lugar donde con mayor frecuencia se encuentra el ordenador (37,5% adolescentes y 31,2% niños). En el 17,6% de los mayores es portátil, este dato es algo menor en el caso de los pequeños: casi el 15%.
- El antivirus es el sistema de protección más utilizado, seguido de los filtros. En la zona Sur casi el 70% tiene antivirus y casi el 15%, filtros de contenidos. Estos adolescentes son los que menos filtros tienen en comparación con el resto. Por sexo, los chicos tienen más sistemas de seguridad.

Acceso y uso

- De los encuestados de 10-18 años, el 87,5% se conecta tenga o no Internet en casa. Sucede lo mismo con el 72,8% de los de 6-9 años.
- El 87,2% de los adolescentes y el 88,1% de los niños se conectan sobre todo desde su hogar. Otros lugares frecuentes de conexión son el colegio y casa de un amigo o familiar. Los mayores

se conectan más en casa de algún amigo y los pequeños desde la de algún familiar.

Tiempo

- Más de dos horas diarias es lo que navegan los internautas de esta zona: de lunes a viernes lo hace el 29,2%, y el fin de semana el 35%. Por sexo, ellas navegan un poco más que ellos.
- Las actividades que más se resienten por el uso de Internet son en su mayoría ver la televisión (casi el 30%) y los estudios (el 27,6%). Por el contrario, el aspecto social (tiempo para familia y amigos) es a lo que menos renuncian. El 33,5% opina que el uso que hace de Internet no le quita tiempo a ninguna otra actividad.

Compañía

- Los mayores navegan sobre todo solos (82,4%) o con amigos (45,2%). Después con los hermanos o padres. Asimismo, los pequeños lo hacen en su mayoría solos (58,4%), pero más con sus padres (el 34% con su padre y el 30,9% con su madre) que con amigos (28,6%). También el 7,4% de los adolescentes y el 11,6% de los niños navegan con algún profesor.
- En el 72% de los casos aprendieron a navegar solos. En menor medida fue algún hermano quien les enseñó (13,2%), su padre (10,3%) o algún profesor (7%).

Servicios

- Al igual que el resto de zonas utilizan el Messenger (77,9%) y el correo electrónico (65%) para comunicarse. Además, las chicas se comunican más con estas herramientas.
- Para acceder a información el 75,7% utiliza páginas web y el 69,4% las descargas de música, películas o programas.
- Para compartir son los que más se valen de las redes sociales (77,1%) y los que más intercambian vídeos/fotos (57,3%).
- Del ocio no hay apenas diferencias con el resto de zonas: el 69,4% utiliza la Red para descargarse música, películas o programas y el 60,5% juega en Red.

- El 7% realiza compras o ventas a través de Internet.
- En comparación con las demás zonas son los que más prefieren Tuenti. Ésta es su red social favorita, con el 68,5%, junto con WindowsLiveSpaces, con casi el 16% es la siguiente. Llama la atención que son los que menos usan Facebook, el 8,2%.
- Los juegos de comunidad virtual (44,3%) son los favoritos de los que juegan en red. Los de deportes, carreras y estrategia también tienen bastante éxito entre estos internautas.

Contenidos visitados

- Los contenidos preferidos por estos internautas son música (78,6%), juegos (70,6%) y humor (35,2%). Por sexo, ellos visitan más sitios web relacionados con juegos y humor frente a ellas que visitan más relacionados con música. Además, son los que menos contenidos para adultos visitan (10,3%).
- Son la zona en la que hay menos creadores de contenidos, el 28,8%. En este caso los chicos son más creadores de páginas web y *blogs* que las chicas (el 32,8% frente al 25,1%).

Mediación educativa

- Sólo en el 1% de los casos todos los profesores utilizan Internet para explicar sus asignaturas. Este porcentaje es muy similar a la media nacional. Por el contrario, en el 53,7% ningún profesor imparte sus materias ayudado de Internet.
- Respecto a las prohibiciones que tienen los adolescentes cuando navegan, el 62,7% tiene prohi-

bido comprar, el 56,3% dar información personal y el 33,5% suscribirse a algún boletín o lista de correo. El 17,7% tiene libertad total, no le prohíben nada.

- El 26,7% discute con sus padres por el uso de Internet. Como en el resto de zonas discuten por el tiempo que pasan conectados (78,4%), por el momento del día que se conectan (30,8%) y por lo que hacen mientras están conectados (14,8%). Al 21,5% le premian o le castigan con el uso de Internet.
- En el 45,5% de los casos cuando sus hijos usan la Red los padres preguntan qué hacen y en el 40% suelen echar un vistazo. Diferenciando por sexo, la mediación que realizan los padres con las chicas es algo superior que con los chicos.

Valoraciones y actitudes

- Si no le dejan o no pueden navegar casi el 30% se pone nervioso o se enfada.
- El 12,5% considera divertido hablar con desconocidos a través de la Red y al 13,4% no le importa agregarlos al Messenger. Casi el 7% cree que no hay ningún problema en que desconocidos sepan sobre su vida personal.
- La mayoría está bastante (46,7%) o muy de acuerdo (32,5%) con que «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación». Por el contrario, el 7,3% no está nada de acuerdo.
- Respecto a la afirmación «Internet puede hacer que alguien se enganche» la mayoría está bastante de acuerdo (el 39,8%).
- El 33% no cree que Internet pueda hacer que se aisle de amigos y familiares.

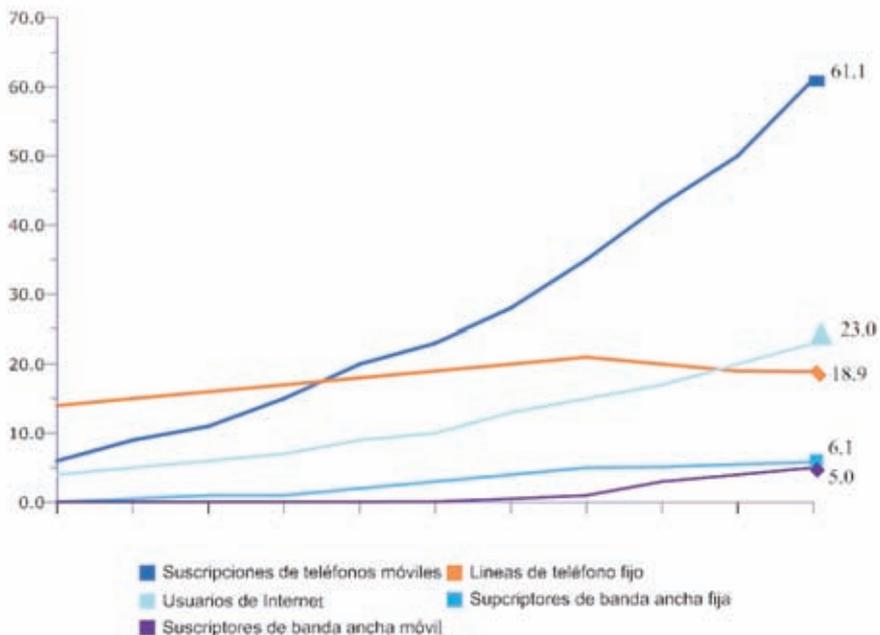
4. TELÉFONO MÓVIL

El auge de la telefonía móvil es un hecho ampliamente constatado. En los últimos diez años ha sido la tecnología que más rápidamente ha alcanzado a un porcentaje significativo de la población y es un fenómeno que se replica tanto en países desarrollados como en regiones en desarrollo. En este sentido, no deja de ser llamativo que dos tercios de las líneas de telefonía móvil

en el mundo correspondan a los países en desarrollo y que la tasa de crecimiento más alta sea la de África, donde el 28% de la población cuenta con un móvil.

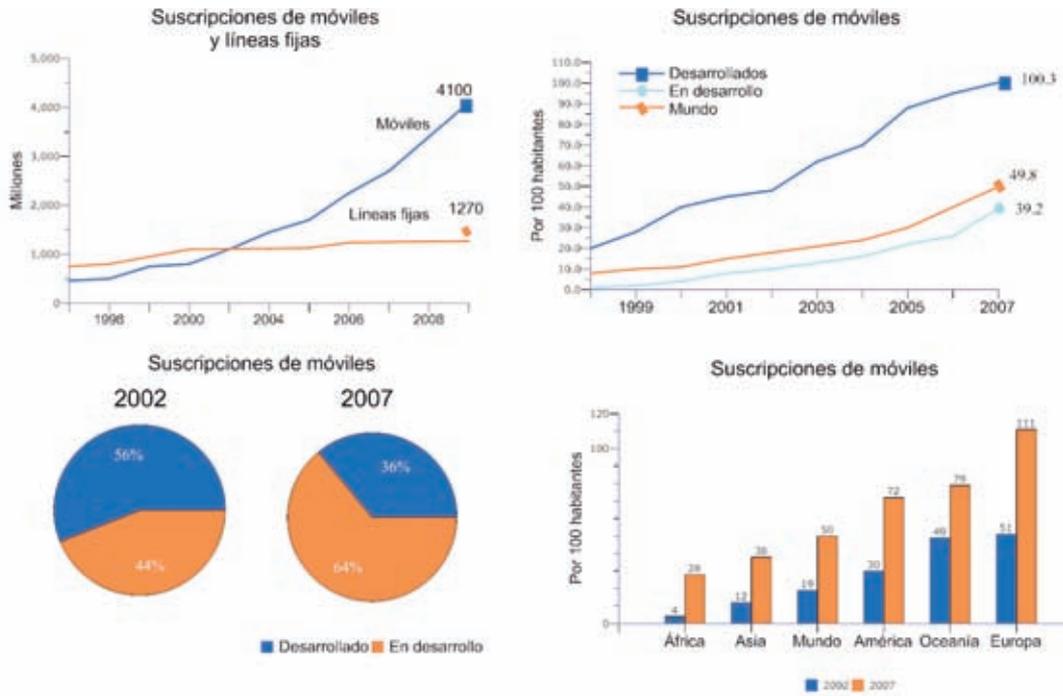
Es evidente que la mayor simplicidad en las infraestructuras requerida por la telefonía móvil frente a la fija ha facilitado su rápida expansión en estas zonas menos desarrolladas.

Gráfico 4.1. EXPANSIÓN DE LAS TIC ENTRE 1998 Y 2008



Fuente: ITU World Telecommunication.

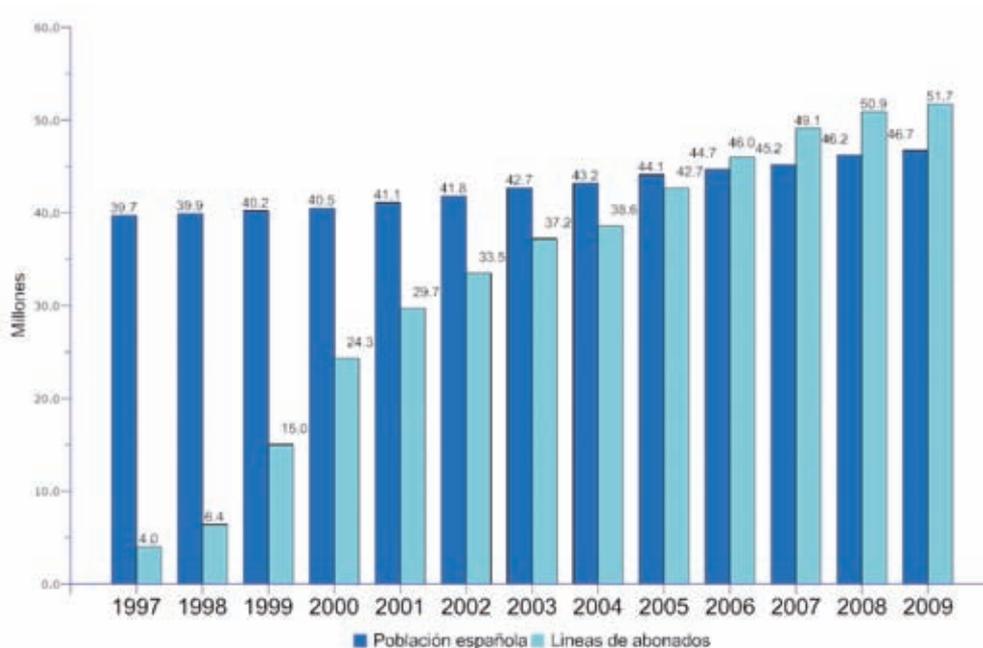
Gráfico 4.2. CRECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LA TELEFONÍA MÓVIL



Fuente: ITU World Telecommunication



Gráfico 4.3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES DE TELEFONÍA MÓVIL EN ESPAÑA



Fuente: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) <http://www.ontsi.red.es>

En el caso de España los datos siguen la tónica general: en junio de 2009 había más de 53,2 millones de líneas móviles, lo que supone una penetración de estos dispositivos del 112% sobre el total de la población.

4.1. Penetración de la telefonía móvil

4.1.1. Acceso

Si bien es cierto que el interés por el móvil es generalizado, también se puede apreciar el especial atractivo que supone para los menores. Niños y adolescentes aspiran a poseer este dispositivo que se ha convertido en símbolo de su generación. Según los datos arrojados por la encuesta, todavía hay diferencias significativas entre niños y adolescentes que permiten caracterizar al móvil como una pantalla

más propia de los de más edad: mientras que el 29% de los niños entre 6 y 9 años en España declara usar un móvil propio, el porcentaje se eleva al 83% en el caso del grupo de edad 10-18. Entre los más pequeños sigue teniendo un gran impacto el uso de un teléfono que no sea de su propiedad (de sus padres, hermanos, etc.): sucede así en el 30% de los casos. Esta opción de móvil subsidiario es insignificante entre los adolescentes: tan sólo el 3,5% lo declara así.

Si se desglosan los datos por edad resulta muy llamativo ver que la penetración del móvil crece hasta ser prácticamente generalizada su posesión a partir de los 16 años.

El análisis de los datos por sexo sí que aporta algunas diferencias reseñables: aunque los chicos parecen acceder antes a este dispositivo, las chicas les toman la delantera a la hora de adoptarlo de modo general y a los 16 años superan el 95% de pe-

Gráfico 4.4. POSESIÓN DE TELÉFONO MÓVIL PROPIO (POR EDAD)

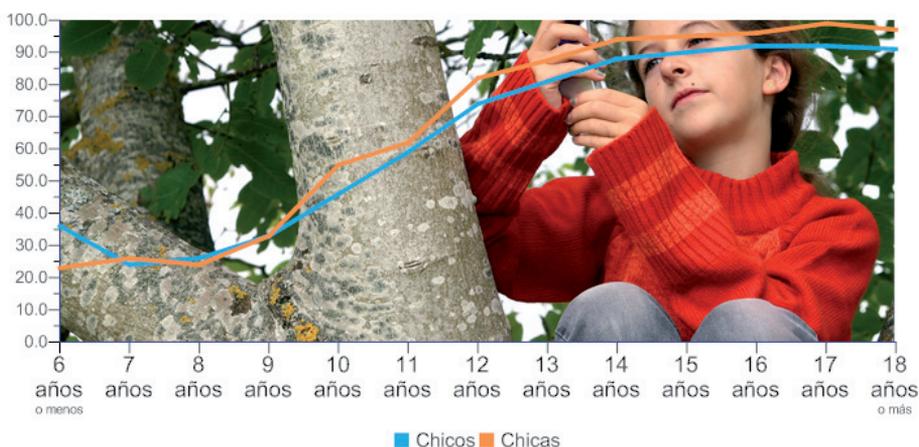


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 13: «¿Utilizas algún teléfono móvil?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 54: «¿Tienes móvil propio?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

netración, porcentaje que en ningún momento superan ellos. De hecho, a los 17 años, prácticamente todas las niñas tienen un dispositivo móvil. Su afinidad por esta pantalla es clara, y su progresión más rápida y continua que en el caso de los chicos.

También se pueden descubrir algunas diferencias en función de la procedencia geográfica. Los menores de Canarias son los que más usan el móvil, tanto los más pequeños, 6-9 años, como los adolescentes de 10-18. De hecho, sólo el 23% de los

Gráfico 4.5. POSESIÓN DE TELÉFONO MÓVIL PROPIO (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 13: «¿Utilizas algún teléfono móvil?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 54: «¿Tienes móvil propio?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

niños de 6 a 9 declaran, en esta zona, no utilizar el móvil: el 39% tiene uno propio y el 38% usa el de otras personas. También en la zona Norte (Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja) este grupo de edad utiliza con más profusión el móvil de otras personas, el 37%. Por el contrario, los niños de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) afirman en el 49% de los casos no usar ningún móvil.

En el caso del grupo de 10 a 18 años, las diferencias son más imperceptibles en función de la procedencia y sólo merece la pena señalar que en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón) se alcanza el valor más alto, el 16%, a la respuesta: no uso ningún móvil.

Tabla 4.1. UTILIZACIÓN DE TELÉFONO MÓVIL (POR ZONA Y EDAD)

	No	Sí, el mío	Sí, el de otras personas
Canarias			
6-9 años	23	39	38
10-18 años	10	85	5
Centro			
6-9 años	47	24,5	29
10-18 años	14	82	4
Levante			
6-9 años	41	29,5	29,5
10-18 años	11	85	4
Noreste			
6-9 años	41	26	29
10-18 años	16	81	3
Noroeste			
6-9 años	49	30,5	21
10-18 años	11	85	4
Norte			
6-9 años	35	29	37
10-18 años	13	85	2
Sur			
6-9 años	44	29	26
10-18 años	14	83	4

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 13: «¿Utilizas algún teléfono móvil?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 54: «¿Tienes móvil propio?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Edad de adopción del móvil

Respecto a la edad de entrada del dispositivo en las vidas de estos menores, el 63% de los que poseen móvil declara haberlo adquirido entre los 8 y 11 años porcentaje que alcanza el 84% si se amplía la franja a los 12 años. Existe una pequeña diferencia entre chicos y chicas coherente con los datos anteriores: el 81% de ellos tenía un teléfono a los 12 años mientras que a esa edad el 86% de las chicas ya tenía uno.

El 61% de los menores de 10 a 18 años obtuvo su primer teléfono móvil entre los 10 y los 12 años, lo que señala esta franja de edad como la entrada habitual al uso y posesión de estos dispositivos. Los menores son, por tanto, precoces a la hora de acceder a esta pantalla.

Tabla 4.2. EDAD DE ADOPCIÓN DE TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS)

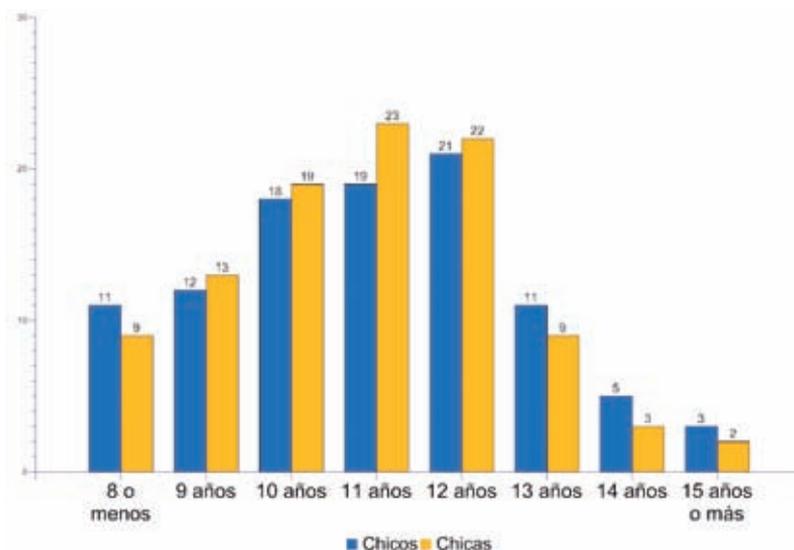
A los 8 o menos	10%
A los 9	12,50%
A los 10	19%
A los 11	21%
A los 12	21%
A los 13	10%
A los 14	4%
A los 15	1%
Con más de 15	1%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 55: «¿A qué edad tuviste tu primer teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Las diferencias por sexo a esta pregunta indican que los chicos se inician antes que las chicas, pero que ellas les alcanzan y superan en la posesión de los móviles ya a los 11 años.

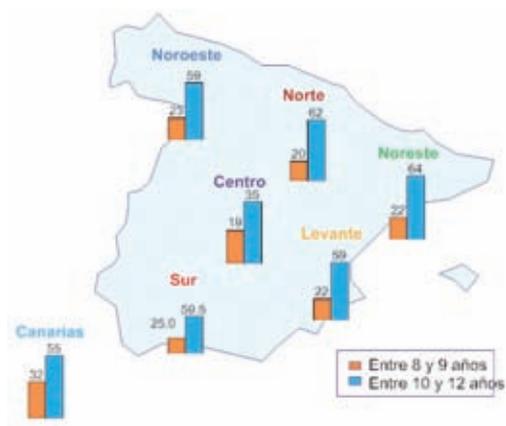
Aunque en términos generales no hay diferencias apreciables por procedencia en lo que se refiere a cuándo se tuvo el primer móvil, sí es interesante ver la diferencia que arroja el acceso al teléfono antes de los 12 años dividido en dos franjas de edad, entre los 8 y 9 años, y entre los 10 y 11: los menores de Canarias y la zona Sur (Andalucía y Extremadura) se adelantan respecto al resto.

Gráfico 4.6. EDAD DE ADOPCIÓN DE TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 55: «¿A qué edad tuviste tu primer teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.7. COMPARATIVA ENTRE LOS USUARIOS QUE ACCEDIERON AL TELÉFONO MÓVIL ENTRE LOS 8-9 AÑOS Y LOS 10-11 AÑOS (POR ZONA)



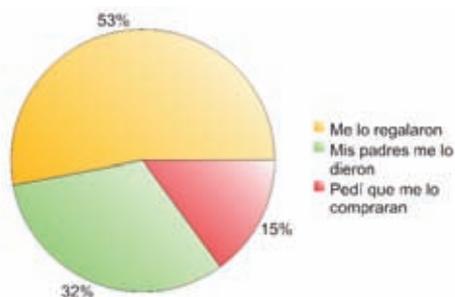
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 55: «¿A qué edad tuviste tu primer teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Cómo conseguir el móvil

Ya se ha dicho que el teléfono móvil es uno de los identificadores de la Generación Interactiva: es digital, personal y multifuncional. Es importante, por ello, conocer cómo han accedido estos niños y jóvenes a él.

En el caso de los más pequeños, el grupo de 6 a 9 años, el regalo es la vía más habitual para conseguir el dispositivo móvil: sucede así en el 53% de los casos. Los padres son el segundo modo de acceder a él: al 32% de estos niños se lo dieron sus padres. El 15% tomó la iniciativa y pidió que se lo compraran.

Gráfico 4.8. ADOPCIÓN DEL PRIMER TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS)

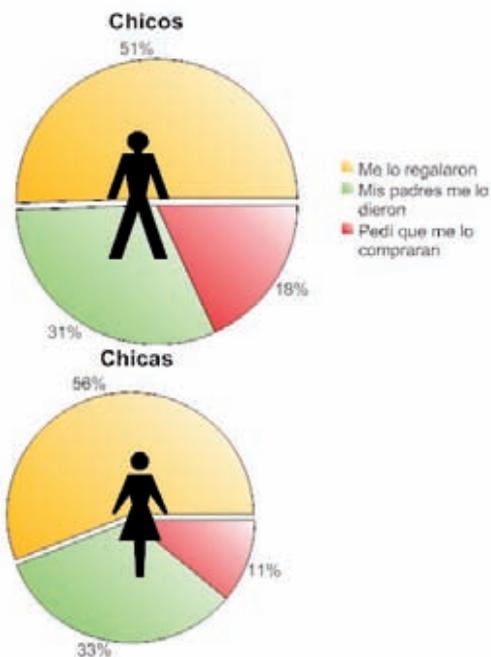


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 14: «¿Cómo conseguiste el teléfono móvil?». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

Mientras que las niñas son las que más se han beneficiado de los regalos, especialmente a los 9 años (63,5%), los chicos se inclinan más por solicitarlo directamente.

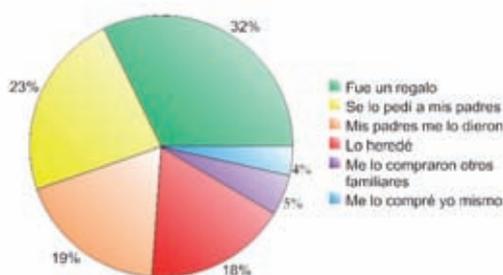
El regalo también es la vía de entrada más habitual para los menores de 10 a 18 años: el 32% declara haberlo recibido de esta manera. Los padres se sitúan de nuevo en segundo lugar, aunque con un matiz importante: son más aquellos que solicitaron a sus padres que se lo compraran, el 23%, que los que lo recibieron de sus progenitores sin solicitarlo: el 19%. En tercer lugar, en el caso de los adolescentes, la herencia de un móvil se convierte en otra forma de conseguirlo para el 18%. Es destacable que el 12% de las chicas de 18 años y el 7% de los chicos de la misma edad declaren haberse comprado su propio móvil.

Gráfico 4.9. ADOPCIÓN DE TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS, POR SEXO)



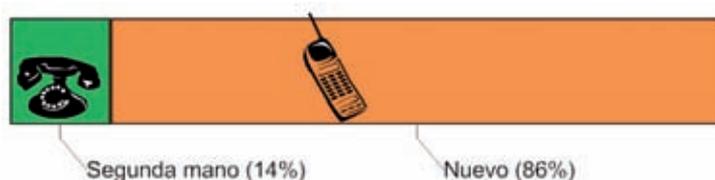
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 14: «¿Cómo conseguiste el teléfono móvil?». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 4.10. ADOPCIÓN DEL PRIMER TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 56: «¿Cómo conseguiste tu primer teléfono móvil?». N = 7,918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.11. TELÉFONO MÓVIL ACTUAL (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 57: «¿Qué tipo de teléfono tienes actualmente?». N = 7,918 escolares de 10 a 18 años.

Móvil, ¿nuevo o usado?

Sobre este mismo grupo de jóvenes que declaran tener un móvil propio, se puede apreciar cierta gestión de móviles de segunda mano: las herencias de padres y familiares son una constante en todas las edades y en todos los ámbitos geográficos. Aunque es más habitual tener un móvil de segunda mano como vía de acceso al teléfono, en todos los casos ronda el 15%.

Las chicas sí que aparecen menos dispuestas a usar un móvil de otra persona y arrojan los valores más bajos: mientras que a los 18 años el 20% de los chicos usa un móvil heredado tan solo el 8,5% de las chicas de su misma edad declara hacerlo.

4.1.2. Interlocutores

Tener un teléfono móvil o poder utilizarlo implica un crecimiento exponencial en la posibilidad de comunicarse con otras personas, ya sean familiares o amigos. En el caso de la Generación Interactiva, objetivo de esta investigación, al hablar de teléfonos móviles e interlocutores se produce una transición en la frecuencia de dichas comunicaciones desde el ámbito familiar al ámbito social, cuestión directamente relacionada con la edad.

Los resultados globales para el grupo de escolares de corta edad –6 a 9 años– indican cómo a través del teléfono móvil básicamente se comunican con sus padres o familiares. Dicho de otro modo, la pequeña pantalla es un instrumento de contacto permanente con la madre –69%–, el padre –58%–, otros familiares –47%–, amigos –44%– y

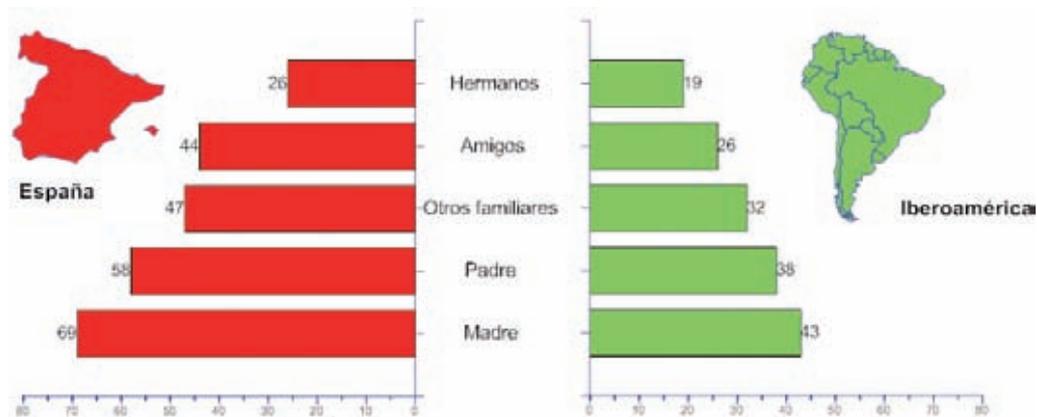
Tabla 4.3. TELÉFONO MÓVIL ACTUAL (10-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)

	Nuevo	Segunda mano
Chicos		
10 años o menos	79	21
11 años	83	17
12 años	86	14
13 años	86	14
14 años	85	15
15 años	85	15
16 años	84	16
17 años	84	16
18 años o más	80	20
Chicas		
10 años o menos	82	18
11 años	84	16
12 años	86	14
13 años	90	10
14 años	89	11
15 años	88	12
16 años	87	13
17 años	83	17
18 años o más	91,5	8,5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 57: «¿Qué tipo de teléfono tienes actualmente?». N = 7,918 escolares de 10 a 18 años.

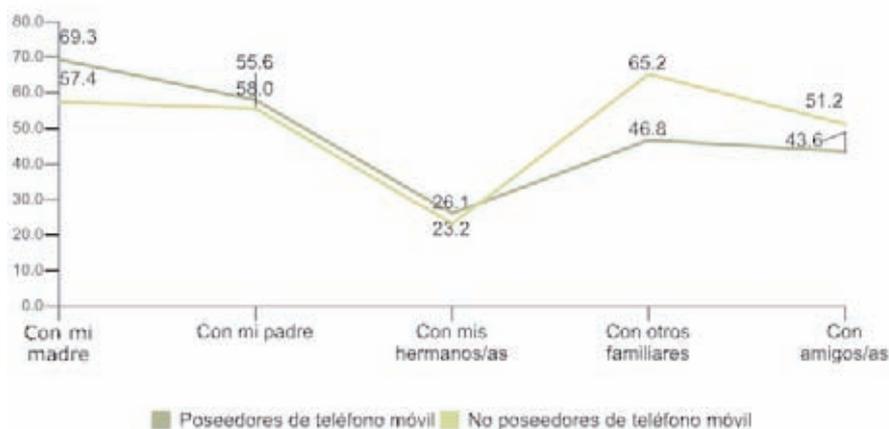
hermanos –26%–. El gráfico 4.12 nos muestra estos resultados y los compara con los obtenidos en la investigación análoga realizada en varios países de Iberoamérica: a la luz de los datos podemos afirmar que la tendencia es similar en ambos co-

Gráfico 4.12. INTERLOCUTORES MÁS FRECUENTES EN EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 16: «¿Con quién sueles comunicarte?». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 4.13. INTERLOCUTORES MÁS FRECUENTES EN EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 16: «¿Con quién sueles comunicarte?». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

lectivos, aunque se manifiesta más acusada en el caso español.

Poseer teléfono móvil o utilizar uno que no es propio aporta diferencias sobre la intensidad de la comunicación con diversos interlocutores. Así,

un móvil propio supone hablar más con la madre, el padre y los hermanos; si se utiliza el de otras personas es para comunicarse con otros familiares o con los amigos, tal como puede verse en el gráfico 4.13.

La segunda característica común de la Generación Interactiva sobre esta pantalla es el rasgo marcadamente «femenino» en la preferencia por dicha pantalla. Se ha expuesto anteriormente el hecho de una mayor penetración del teléfono móvil entre las chicas. En lógica consecuencia lo utilizan con mayor frecuencia, y en el caso de los más pequeños las chicas hablan más con personas de su entorno familiar, mientras que los chicos sólo les superan muy ligeramente en la opción «Amigos». Por otro lado, analizando los datos también en función de la edad, la comunicación de las chicas con su madre crece a partir de los 8 años mientras que la posibilidad de hablar con su padre disminuye. El aprovechamiento de este medio como herramienta de relación social también experimenta una intensificación en función de la edad, con tendencia a aproximarse paulatinamente al valor medio de la madre como interlocutora principal al otro lado del teléfono móvil. El gráfico 4.14 puede servir para observar la evolución de dicha tendencia.

Por zona, la tabla 4.4 permite ver diferencias y similitudes entre los menores. En este sentido, cabe destacar tres grupos según sea la intensidad de la comunicación con otras personas utilizando el teléfono móvil.

Bajo la característica de un uso intenso del teléfono móvil encontramos, en vanguardia, a los menores canarios. Se sitúan por encima de la media en sus comunicaciones con casi todas las distintas personas y grupos propuestos; es especialmente significativo el grado de interlocución con amigos. Las zonas Noroeste y Centro completan el grupo de uso intenso: la primera destaca por obtener el valor máximo en el caso de madre; la segunda por alcanzar el liderazgo en el caso de hermanos como interlocutores.

Con intensidad media en la frecuencia del uso del móvil se encuentran menores de las zonas Noroeste y Norte. En ambos casos se da una frecuencia del uso del móvil para hablar con los progenitores ligeramente inferior a la media. Levante y Sur cierran el grupo de zonas estudiadas y desta-

Gráfico 4.14. COMPARATIVA DE COMUNICACIÓN CON LA MADRE Y LOS AMIGOS (CHICAS, 6-9 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 16: «¿Con quién sueles comunicarte?». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

Tabla 4.4. INTERLOCUTORES MÁS FRECUENTES EN EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL DE 6 A 9 AÑOS (SOBRE LOS QUE TIENEN TELÉFONO PROPIO)

	Media	INTENSO			MEDIO		BAJO	
		Centro	Norte	Canarias	Noroeste	Noreste	Sur	Levante
Con mi madre	69	76	68	75	69	68	65	65
Con mi padre	58	64	57	66	62	61	47	57
Con familiares	47	47	48	61	49	46	40	42
Con amigos	43	35	49	58	42	43	43	37
Con hermanos	26	25	22	28	33	23	25	28

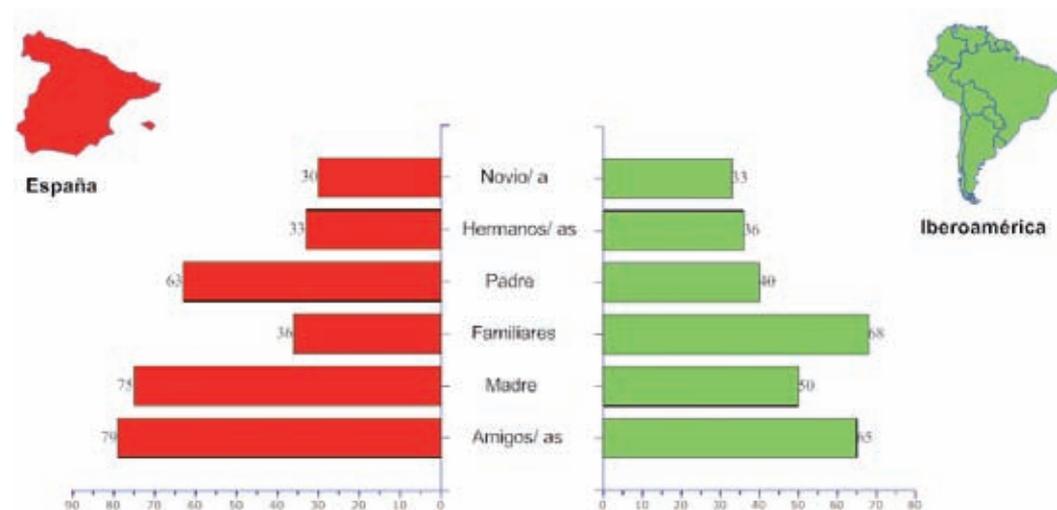
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 16: «¿Con quién sueles comunicarte?». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

can por un uso bajo del teléfono móvil frente a la media global. En cualquier caso, la madre sigue siendo la interlocutora más habitual, especialmente para las chicas.

El uso del teléfono móvil cambia según crecen los menores, adquieren nuevos gustos, nuevas prioridades y más autonomía. Sobre esta pantalla, una de las transiciones más relevantes en su uso es el paso de la comunicación familiar a la

comunicación social. Como puede verse en el gráfico 4.15 los amigos constituyen el primer grupo de interlocutores frecuentes, e irrumpe también con fuerza una nueva categoría: el novio o la novia es objetivo habitual de llamadas o mensajes casi para un tercio de esta generación. En comparación con sus colegas iberoamericanos, la tendencia es similar aunque más intensa en el caso español.

Gráfico 4.15. INTERLOCUTORES MÁS FRECUENTES EN EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y Adolescentes ante las pantallas», 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 62: «¿Con qué personas sueles comunicarte más con el móvil? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.16. COMPARATIVA DE COMUNICACIÓN CON LA MADRE Y LOS AMIGOS (CHICAS, 10-18 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 62: «¿Con qué personas sueles comunicarte más con el móvil? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

La frecuencia de uso –y también la variedad de interlocutores– sigue mostrando una clara tendencia femenina: son las chicas las que más hablan y lo hacen con más personas. Por ejemplo, en el caso del grupo de amigos reconoce hacerlo habitualmente el 81%, por encima del 77%, valor medio para los chicos. De algún modo, puede afirmarse que las féminas son «más habladoras» y encuentran en el uso del teléfono móvil una herramienta idónea para estar en permanente comunicación con su grupo de iguales. Si bien cuando son pequeñas utilizan esta tecnología para comunicarse frecuentemente con su madre, el peso de los amigos como interlocutores va ganando fuerza hasta situarse como primera prioridad. El gráfico 4.16 muestra este fenómeno y permite situar el punto de inflexión en los 12 años: en esta edad se produce el intercambio en la prioridad «comunicación familiar» y se sustituye por la «comunicación social».

Por zona, Canarias sigue en primer lugar en el uso más intensivo del móvil también en el caso de menores de 10 a 18 años, aunque las diferencias con los valores medios se suavizan respecto al caso de los más pequeños –6 a 9 años–. La excepción la encontramos en la variable «Con mi novio/a» que se distancia 6 puntos de la media y es reconocida por el 36% de los escolares canarios. La zona Centro destaca por una comunicación intensiva con iguales y valores ligeramente inferiores a la media en el caso de la comunicación con el padre o con la madre. Algo similar ocurre en el Norte, zona que lidera la intensidad de las comunicaciones con amigos y mantiene una cifra algo superior a la media en la comunicación con la madre. Sur y Levante siguen pautas similares en la comunicación con la madre y otros familiares; la comunicación con el padre es, sin embargo, más intensa en Levante. Por último, los menores del Noroeste parecen tener un grado menos intensivo con los distintos grupos de in-

Tabla 4.5. INTERLOCUTORES EN EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Media	INTENSO	MEDIO					BAJO
		Canarias	Centro	Noreste	Levante	Sur	Norte	Noroeste
Con amigos	79	75	82	75	80	75	84	78
Con mi madre	75	77	74	78	74	74	78	70
Con padre	63	65	65	66	66	59	65	55
Con familiares	36	42	37	34	35	37	36	36
Con hermanos	32	36	34	26	36	32	33	26
Con mi novio/a		36	34	23	26	30	26	35

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 62: «¿Con qué personas sueles comunicarte más con el móvil? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

terlocutores incluidos en la investigación. Si bien la opción «amigos» se mantiene en la media, es más baja la frecuencia de conversaciones con los progenitores.

4.2. Usos del móvil

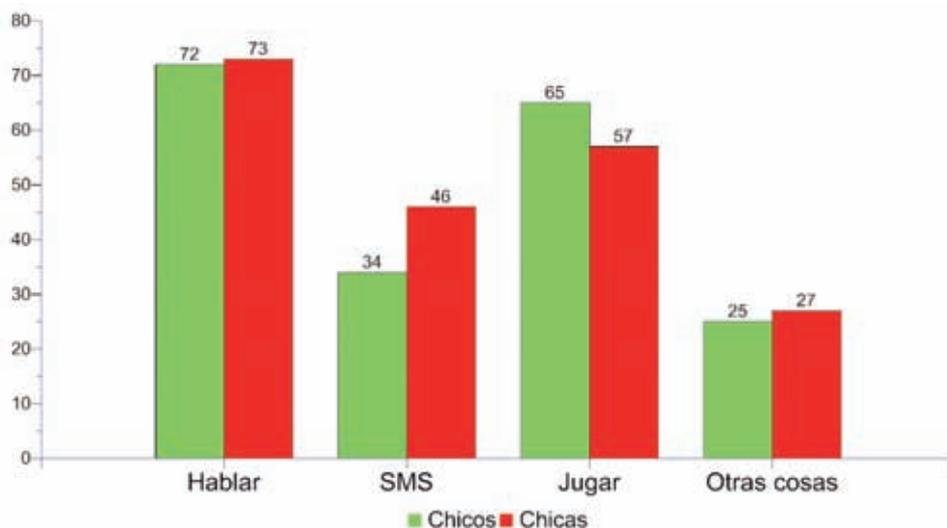
Además de un uso intensivo con variedad de interlocutores, La Generación Interactiva se caracteriza por el aprovechamiento multifuncional del teléfono móvil. Este hecho aparece avalado por los datos que arroja la investigación para los menores de 6 a 9 años: el teléfono móvil se configura, de forma principal, como una herramienta para hablar, aunque por encima de su fin originario, seis de cada diez menores con teléfono propio también lo aprovechan como plataforma de juego. Como puede verse en el gráfico 4.17, el 61% juega con el móvil, actividad preferente sobre todo en el caso de los chicos. Menores de las zonas Noreste y Levante superan la media en este sentido y adquieren un mayor perfil lúdico en el uso del teléfono móvil entre este público.

Es significativo constatar que los usos del teléfono móvil entre los más pequeños pueden variar según el terminal sea suyo o utilicen el de otras personas. Como puede verse en el gráfico 4.18, tener móvil propio supone un uso más intensivo de la opción «Enviar mensajes de texto» o «Navegar por Internet»; si el móvil no es propio, se utiliza más para hablar y, sobre todo, jugar.

El crecimiento en edad de la Generación Interactiva amplía las posibilidades de un uso multifuncional del teléfono móvil. Dicho de otro modo, la pequeña pantalla adquiere una nueva utilidad y se convierte en algo más que un teléfono; esta nueva utilidad tiene cinco dimensiones básicas:

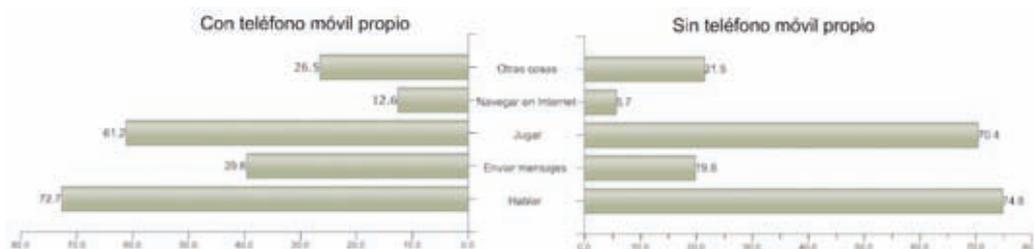


Gráfico 4.17. USOS DEL TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 15: «¿Con el móvil sueles...? (Es posible más de una respuesta)». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 4.18. USOS DEL TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 15: «¿Con el móvil sueles...? (Es posible más de una respuesta)». N = 987 escolares de 6 a 9 años.

- Comunicación.** Es la función principal, el 94% reconoce utilizarlo para llamar o recibir llamadas, el 80% suele enviar mensajes de texto y el 6% chatea a través del teléfono móvil. Salvo para este último caso, las chicas realizan un uso más intensivo. Sin diferencia de género se produce un salto cualitativo en la frecuencia de utilización del móvil para el envío de mensajes de texto a partir de los 12 años.
- Contenidos.** En este punto el teléfono móvil se define como soporte de contenidos y no como herramienta comunicativa. El 64% de los menores lo utilizan para escuchar música, sin diferencia de género. También es útil para ver fotos y vídeos en la mitad de los casos. En menor medida, el 8% navega por Internet gracias a su teléfono móvil y el 7% lo aprovecha para ver la televisión. Por último, el 12% lo aprovecha para realizar descargas de fotos, juegos, fondos, tonos, etcétera.

- **Ocio.** Siguiendo una actividad incoada ya desde temprana edad, el 44% sigue aprovechando su teléfono móvil para jugar. En este sentido, dicha actividad es algo más frecuente entre los chicos y pierde peso como función principal del móvil frente al grupo menor de 9 años. De forma muy residual, el 2,3% afirma utilizar el móvil para enviar SMS y votar en concursos televisivos, y el 2% reconoce enviar SMS a programas de televisión para que aparezcan en pantalla.
- **Creación.** La constante innovación tecnológica permite dotar a los teléfonos móviles de un mayor número de accesorios. De entre todas las novedades, la que más aprovechamiento tiene entre la Generación Interactiva es la posibilidad de realizar fotos –71%– o grabar vídeos –57%–. En términos generales, las chicas tienen mayor tendencia a tomar instantáneas con el teléfono móvil mientras que en el caso de la realización de vídeos no existen diferencias en función del sexo.
- **Organización.** Por último, el teléfono móvil sirve como reloj o despertador para seis de cada diez de los menores. El 45% afirma utilizarlo como agenda electrónica: una vez más las chicas aparecen en cabeza y, en este caso, más «organizadas»: el 51% utiliza el teléfono móvil como agenda, frente al 40% de los varones. Por último, casi la mitad lo utiliza como calculadora.

Como en anteriores ocasiones, es interesante comparar los usos del teléfono móvil entre la Generación Interactiva iberoamericana y la española. En términos generales, puede observarse un uso más intensivo de todas las posibilidades del teléfono móvil en el caso español: dicho de otro modo, hablan más, envían más mensajes o escuchan más música que sus colegas iberoamericanos. Y quizá el hecho más destacable es el mayor uso del móvil para navegar por Internet por parte de la Generación Interactiva iberoamericana.

Tabla 4.6. USOS DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)

	Iberoamérica	España
Hacer o recibir llamadas	80	94
Enviar mensajes	77	80
Chatear	14	6
Escuchar música	55	64
Ver fotos o vídeos	47	52
Navegar por Internet	13	8
Ver la televisión	6	7
Jugar	52	44
Hacer fotos	49	71
Hacer vídeos	45	57
Reloj	59	61
Agenda	46	45

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 61: «El móvil te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

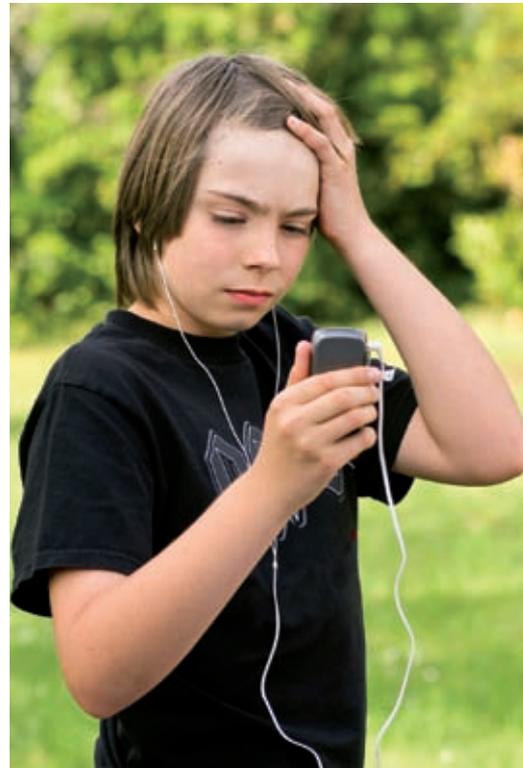


Gráfico 4.19. ACTIVIDADES REALIZADAS CON EL MÓVIL (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 61: «El móvil te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.7. USOS DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
COMUNICACIÓN								
Hacer o recibir llamadas	93	94	95	93	94	94	92	94
Enviar mensajes	80	80	81	73	84	80	79	80
Chatear	14	7	3	5	5	5	5	6
CONTENIDOS								
Escuchar música	68	69	69	27	64	68	69	64
Ver fotos o vídeos	50	54	56	41	47	48	56	52
Navegar por Internet	14	9	5	7	9	7	7	8
Ver la televisión	12	8	7	6	8	5	6	7
Descargas	24	14	9	12	10	10	10	12
CREACIÓN								
Hacer fotos	72	72	69	63	70	70	74	71
Hacer vídeos	60	58	57	47	57	47	59	57
OCIO								
Jugar	49	44	43	42	38	44	44	44
ORGANIZACIÓN								
Reloj	65	60	60	62	64	61	62	61
Agenda	51	47	43	40	44	43	47	45
Calculadora	55	47	45	45	46	43	50	47

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 61: «El móvil te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Por zona los resultados en las cinco dimensiones citadas pueden verse en la tabla 4.7.

La Generación Interactiva de la zona Centro si-

gue la pauta general de un uso intensivo del teléfono móvil para comunicarse con otras personas, ya sea hablando o mediante el envío de mensajes



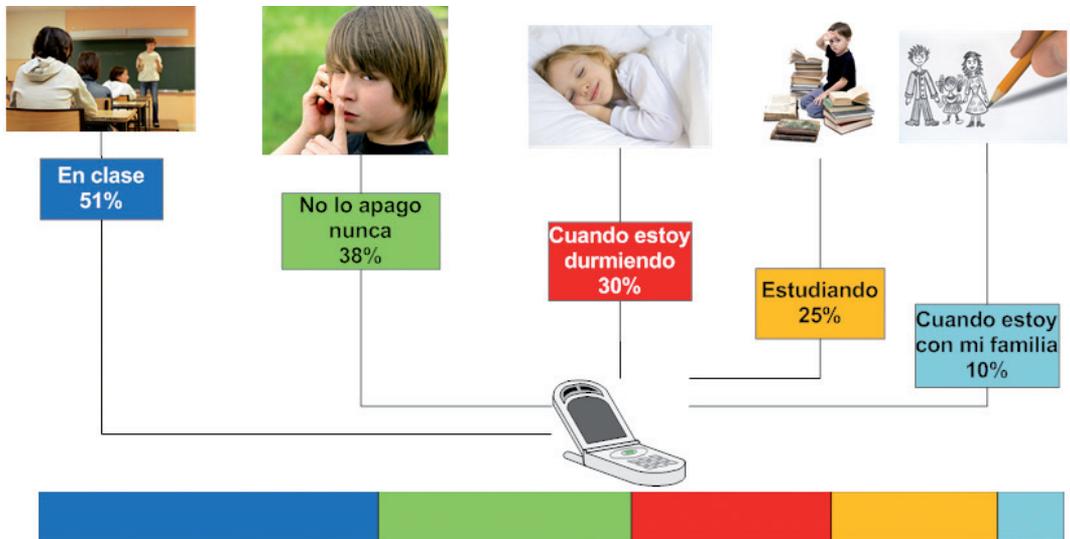
de texto. En cuanto a los contenidos, se sitúa por encima de la media en la opción «navegar por Internet»; por otro lado, alcanza la máxima puntuación en el uso del dispositivo móvil para escuchar música y oír la radio. Los menores del Noreste siguen una pauta similar en la dimensión comunicativa si bien no utilizan tanto el móvil para el envío de mensajes. En este sentido, están por debajo de la media en la opción «Navegar fotos y vídeos» y es llamativo el escaso uso de este aparato para escuchar música, hacer fotos o grabar vídeos. En el Sur, nueve de cada diez menores utilizan el móvil para hablar o enviar mensajes; en esta zona también está extendido un uso multifuncional del terminal que les permite acceder a otros contenidos como la música o la radio. Por último, cuatro de cada seis juegan a través de esta pantalla. De la zona levantina quizá lo más destacable es un mayor grado de uso del móvil para enviar mensajes, algo que también ocurre en el Noroeste, y la mayor afición sobre la media por ver fotos y vídeos. Por último, los menores canarios destacan por usos más intensivos del móvil para navegar por Internet, jugar o grabar vídeos.

4.3. Momentos de uso

El grado de penetración del teléfono móvil entre la Generación Interactiva, su uso intensivo entre diversos interlocutores, y el aprovechamiento multifuncional de sus posibilidades hace que sea una pantalla difícil de apagar. En éste sentido, la investigación realizada ha interrogado sobre esta posibilidad, ofreciendo diversas situaciones en las cuales es posible que el teléfono móvil permanezca apagado. El gráfico 4.20 nos muestra los porcentajes de respuesta a cada una de ellas:

De forma global, la escuela se define como el lugar más prohibido para el uso del teléfono móvil. Aun así, el 49% mantiene la pantalla encendida durante la jornada escolar; una cuarta parte de los menores declaran apagar el teléfono móvil cuando están estudiando. Al mismo tiempo, tan sólo el 30% duerme con la pequeña pantalla apagada. Por último, los momentos familiares no son impedimento para utilizar el teléfono móvil. En este sentido, parece que los maestros ejercen una presión mucho más fuerte que los padres sobre la pertinencia o no del uso del teléfono móvil en determinadas situaciones.

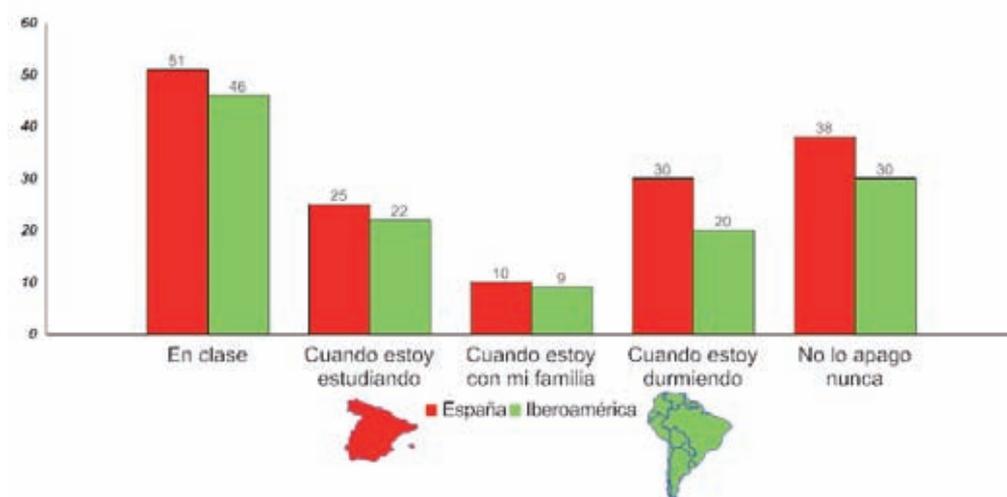
Gráfico 4.2o. MOMENTOS EN LOS QUE EL MÓVIL ESTÁ APAGADO (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 67: «¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.



Gráfico 4.21. MOMENTOS EN LOS QUE EL MÓVIL ESTÁ APAGADO (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 67: «¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.8. MOMENTOS EN LOS QUE EL MÓVIL ESTÁ APAGADO (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
En clase	55	48	50	61	53	54	55	51
Cuando estudio	25	24	21	28	25	26	25	25
Con la familia	11	8	7	11	13	11	11	10
En la cama	34	28	27	36	30	35	34	30
Nunca lo apago	35	40	39	39	35	35	35	38

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 67: «¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? (Es posible más de una respuesta)». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

El criterio sobre la utilización o disponibilidad del teléfono móvil ofrece algunas diferencias según el sexo de los usuarios: los chicos suelen apagar con mayor frecuencia el móvil cuando están en clase, en los momentos familiares o cuando están durmiendo. Visto de otro modo, las chicas se decantan por tener una mayor disponibilidad del teléfono móvil, sea cual sea la situación. Junto con esto, la edad correlaciona con determinadas conductas: en términos generales, los menores por debajo de los 13 años apagan el teléfono móvil con mayor frecuencia en todas las situaciones.

Por último, con relación a sus colegas iberoamericanos, los menores españoles apagan el dispositivo móvil con mayor frecuencia cuando están en el colegio o en los momentos de descanso nocturno, tal como puede verse en el gráfico 4.21.

Por zona, la tendencia es generalizada cuando se trata de mantener el teléfono móvil encendido mientras se está con la familia; las chicas de la zona Centro y Levante destacan por ser las que menos desconectan su teléfono móvil y, por edad, se cumple la tónica general de estar en permanente conexión a partir de los 13 años. Situación parecida se

da mientras los menores duermen: los que menos apagan el teléfono móvil en esos momentos son los menores de Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha –zona Centro–; frente a ellos, casi cuatro de cada diez menores del Noreste, Norte y Canarias suelen conciliar el sueño con el teléfono móvil apagado. En función del sexo, se cumple la tónica general y son las chicas quienes lo apagan con menor frecuencia.

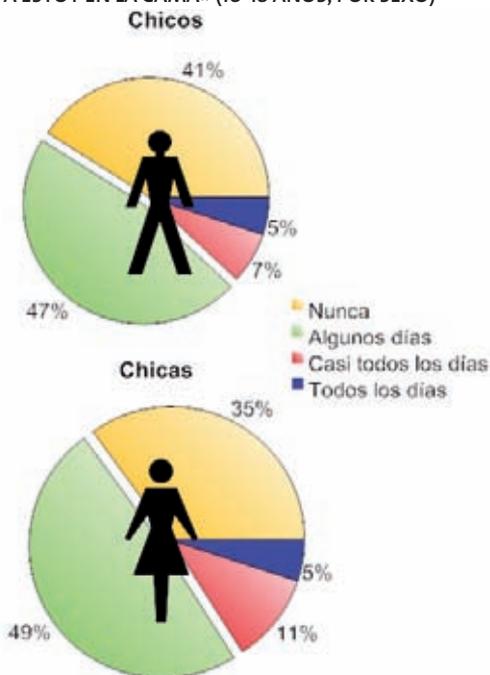
Los menores de Levante compatibilizan el uso del móvil con el estudio por encima de la media. El extremo opuesto lo ocupa Cataluña, Baleares y Aragón, pero siempre con valores elevados.

En el ámbito escolar, la zona con pautas de mayor restricción en el uso del teléfono móvil es el Noreste, con una diferencia clara frente a la media. En el extremo opuesto aparece el Sur con una clara tendencia más permisiva en este sentido.

Por último, en conexión permanente con su teléfono móvil –no lo apagan nunca– destaca la Generación Interactiva de la zona Sur, seguida del Centro y el Noroeste. Este comportamiento es claramente femenino y muy acusado entre las chicas de la zona Centro: el 44% de las ellas no suelen apagar el teléfono móvil, frente al 37% de los varones.

Otra cuestión relacionada con la disponibilidad del teléfono móvil ha sido investigada desde la posibilidad de recibir mensajes y llamadas cuando los menores ya están en la cama. En términos generales, el 38% responde negativamente a esta situación que –en caso de darse– suele ser de forma discontinua, tal como han reconocido los escolares respondiendo de forma mayoritaria a la opción «Algunos días». Por sexo, podemos concluir que este tipo de comunicación permanente durante las 24 horas del día es más

Gráfico 4.22. «RECIBO LLAMADAS Y MENSAJES CUANDO YA ESTOY EN LA CAMA» (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 68: «¿Sueles recibir mensajes o llamadas de noche cuando ya estás en la cama?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

propensa entre las chicas, tal como puede verse en el gráfico 4.22. En lo relativo a la edad, la «comunicación nocturna» vía teléfono móvil se intensifica a partir de los 14 años en ambos sexos.

Por zona, los menores de la zona Centro y Noroeste son los que se manifiestan más activos en el uso nocturno del móvil, mientras que en el extremo opuesto se sitúan escolares de Cataluña, Baleares y Aragón.

Tabla 4.9. «RECIBO LLAMADAS Y MENSAJES CUANDO YA ESTOY EN LA CAMA» (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
Nunca	40	31	39	50	40	38	40	38
Algunos días	46	53	49	41	45	48	45	48
Casi todos los días	9	10	7	5	8	9	8	9
Todos los días	4	5	4	3	6	4	6	5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 68: «¿Sueles recibir mensajes o llamadas de noche cuando ya estás en la cama?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

4.4. El gasto en teléfono móvil

Asociado a la fuerte preferencia de los menores por el teléfono móvil aparece el gasto derivado de su uso y las fuentes para su financiación. La investigación realizada profundiza sobre esta cuestión y también acerca del tipo de pago –contrato o tarjeta– entre aquellos menores que disponen de teléfono móvil.

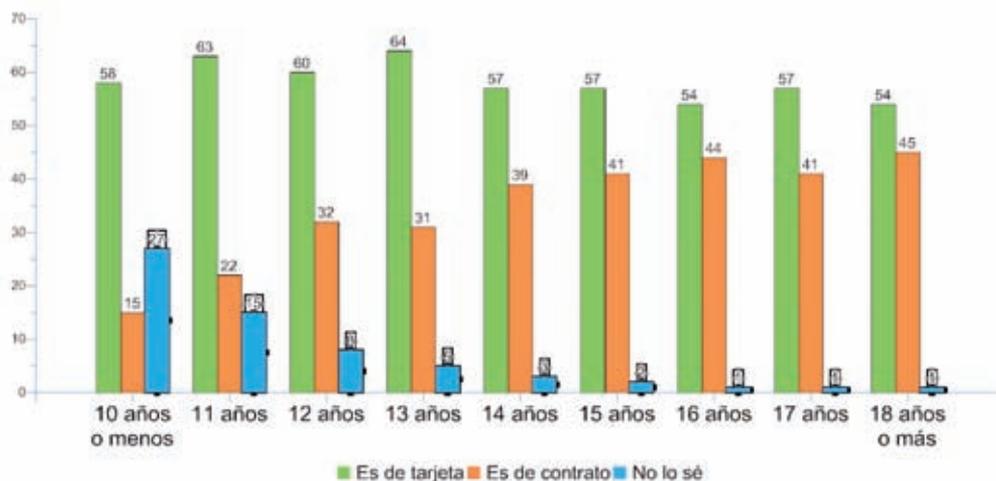
Salvo para el 5% que dice desconocer el medio de pago asociado a su móvil –lógicamente esta respuesta predomina entre los usuarios de corta edad– la situación más frecuente entre la Generación Interactiva española es disponer de una tarjeta prepago, habitual en el 59% de los casos y sin que existan diferencias en función del sexo de los jóvenes usuarios. La edad, sin embargo, sí que aporta matices y, como es lógico, pasar de tarjeta a contrato es cuestión de tiempo, tal como puede verse en el gráfico 4.23. Por otro lado, según las diversas zonas, la tarjeta prepago predomina sobre la media entre los escolares de Andalucía y la zona Norte, mientras que el contrato aparece más difundido en Levante y Noroeste.



Como hemos dicho anteriormente, la encuesta realizada interroga sobre el gasto mensual en cinco intervalos, tal como se muestra en la tabla 4.11.

En términos generales, la Generación Interactiva utiliza el teléfono móvil de forma intensiva con independencia del conocimiento sobre el coste de tal actividad. Una primera cuestión interesante es averiguar si existe conciencia sobre el gasto mensual. En este sentido, el resultado global para este aspecto es alto y sólo uno de cada nueve menores afirma no conocer cuánto gasta mensualmente debido al uso de su móvil (recordemos que esta cifra ascendía al 32% en el caso de Iberoamérica). Por zona, apenas se aprecian diferencias en esta

Gráfico 4.23. MEDIO DE PAGO EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 59: «¿Qué tipo de medio de pago tienes para el teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.10. MEDIO DE PAGO EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
Es de tarjeta	58	56	54	57	55	62	64	59
Es de contrato	35	38	41	35	40	33	32	36
No lo sé	6	6	4	7	5	5	3	5

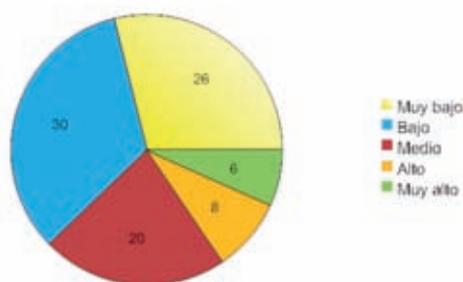
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 59: «¿Qué tipo de medio de pago tienes para el teléfono móvil?» N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

percepción del gasto, y son los escolares canarios los que mayor puntuación obtienen en el desconocimiento de su gasto personal –13%–.

Tanto las chicas como los chicos mantienen la misma percepción sobre si saben la cuantía mensual de gasto; en función de la edad, el desconocimiento del gasto decrece, tal como puede verse en el gráfico 4.24.

La respuesta afirmativa a los diversos intervalos de gasto propuestos en la encuesta es mayoritaria en situaciones de consumo muy bajo o bajo; el 20% se sitúa en un intervalo medio y el 14% sobrepasa el gasto medio y se sitúa en valores altos o muy altos.

Gráfico 4.25. GASTO EN EL TELÉFONO MÓVIL



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 60: «¿Sabes cuántos gastas mensualmente en el teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.24. DESCONOCIMIENTO DEL GASTO MENSUAL EN EL MÓVIL (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 60: «¿Sabes cuánto gastas mensualmente en el teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.26. GASTO MENSUAL EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 6o: «¿Sabes cuántos gastas mensualmente en el teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

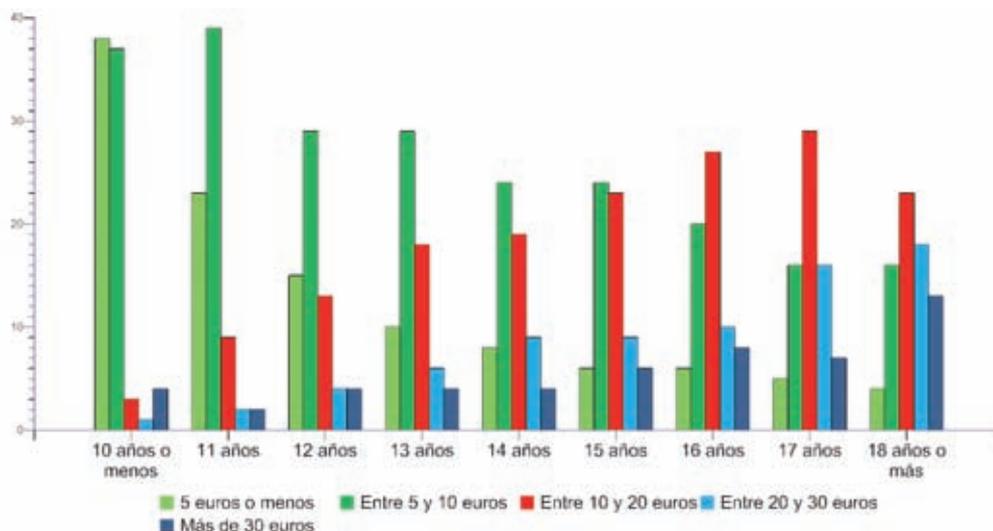
En función del sexo, se aprecian algunas diferencias peculiares. Los chicos predominan en el intervalo «muy bajo» y superan a las chicas en un gasto mensual por debajo de los 5 euros. En el intervalo siguiente –entre 5 y 10 euros– encontramos paridad de gasto y, a partir de esta cantidad, son las chicas las que más gastan hasta alcanzar otra vez una cifra similar en ambos grupos en el intervalo más extremo –más de 30 euros–.

Según la edad, la percepción del gasto mensual se manifiesta decreciente en el caso de que sea muy bajo y aumenta en todas las otras posibilidades. En definitiva, a la luz de este resultado, la Generación Interactiva adopta el móvil de forma precoz y su gasto también aumenta según pasa el tiempo, tal como podemos ver en el gráfico 4.26.

En la percepción del gasto mensual, la Generación Interactiva de la zona Sur lidera el intervalo inferior: tres de cada diez menores de estas provincias afirman gastar menos de 5 euros



Gráfico 4.27. GASTO MENSUAL EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 60: «¿Sabes cuántos gastas mensualmente en el teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.11. GASTO MENSUAL EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
No lo sé	13	11	9	10	8	12	10	10
Muy bajo: 5 euros o menos	23	25	25	23	19	23	32	26
Bajo: entre 5 y 10 euros	27	29	31	30	23	30	32	30
Moderado: entre 10 y 20 euros	27	19	19	22	31	20	16	20
Alto: entre 20 y 30 euros	20	9	9	8	13	8	5	8
Muy alto: más de 30 euros	8	6	5	7	4	6	3	5

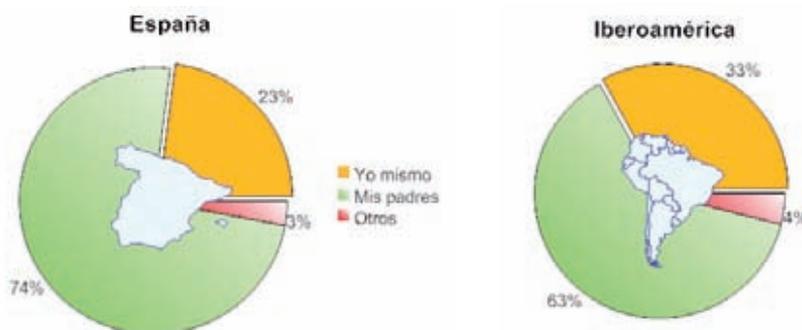
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 60: «¿Sabes cuántos gastas mensualmente en el teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

mensuales. El resto de zonas se sitúan en la media y, por debajo de ella, aparece de forma destacada el Noroeste. Dicha zona también se sitúa a la cola en el intervalo siguiente, que expresa un gasto mensual bajo; este intervalo es mayoritario en el caso de la zona Sur. La zona Noroeste lidera intervalos superiores de gasto como el moderado o el alto, rozando los 30 euros de gasto mensual.

Fuente de financiación

Un rasgo configurador de la Generación Interactiva es su fuerte autonomía en el uso y posesión de las diversas pantallas. Sin embargo, este hecho indiscutible y creciente aparece dissociado de sus consecuencias en el caso de los teléfonos móviles: la intensidad de uso traducida en gasto no es asumida por el usuario y sí por sus padres en el 74% de los casos. Aquí es interesante la comparación con sus colegas ibero-

Gráfico 4.28. FINANCIACIÓN DEL GASTO EN EL TELÉFONO MOVIL (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 58: «¿Quién paga el gasto de tu teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

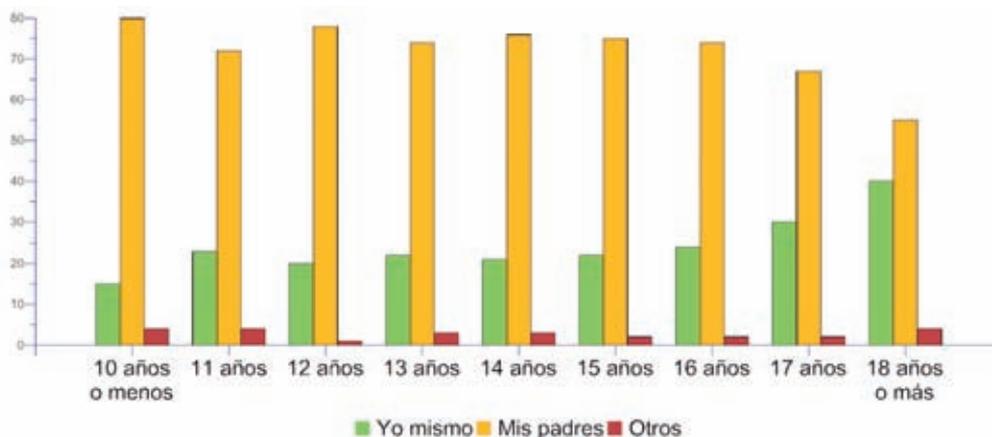
americanos ya que, en este caso, se manifiestan más autónomos con las consecuencias económicas que se derivan del uso del teléfono móvil.

Asumir el gasto derivado del teléfono móvil es un asunto claramente relacionado con la edad. Como puede verse en el gráfico 4.29, la frontera entre la dependencia y la autonomía no llega a cruzarse y se mantiene de forma más o menos constante en su distribución hasta los 16 años, edad a partir de la cual crece la financiación del móvil por parte de los menores. En este sentido, vuelve a ser interesante

la comparación de este estudio con datos similares obtenidos en Iberoamérica: tal como puede verse en los gráficos 4.30 y 4.31, los menores españoles autónomos no llegan a superar en ningún intervalo de edad a aquellos que son financiados por sus padres; sin embargo, en Iberoamérica esa situación se da a partir de los 17 años.

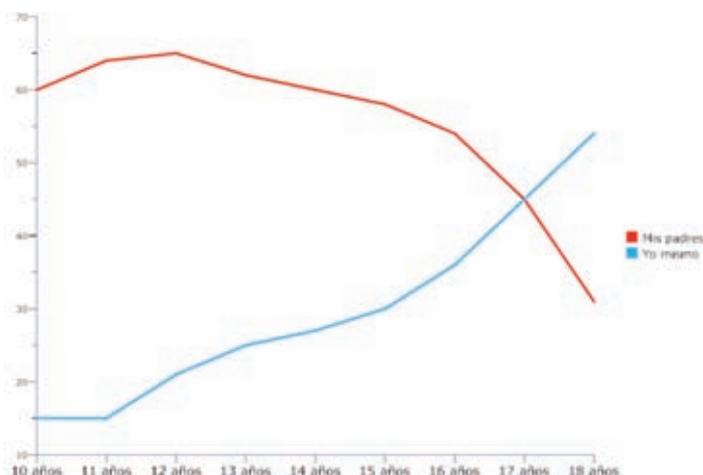
Por otro lado, también es interesante reseñar una mayor autonomía de los chicos como financiadores de su teléfono móvil en todas las edades y de forma más precoz.

Gráfico 4.29. FINANCIACIÓN DEL GASTO EN EL TELÉFONO MÓVIL EN ESPAÑA (POR EDAD)



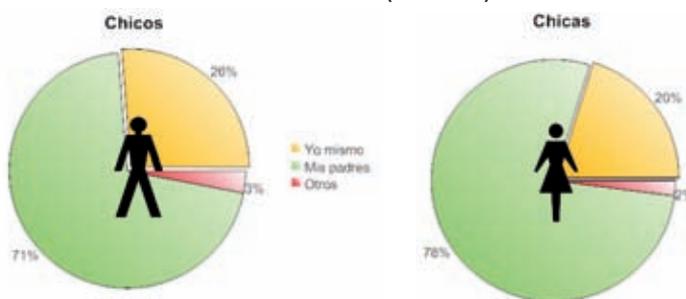
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 58: «¿Quién paga el gasto de tu teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.30. FINANCIACIÓN DEL GASTO EN EL TELÉFONO MÓVIL EN IBEROAMÉRICA (POR EDAD)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008.

Gráfico 4.31. FINANCIACIÓN DEL GASTO EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 58: «¿Quién paga el gasto de tu teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

La situación de los padres como financiadores del teléfono móvil es claramente superior a la media en el caso de la zona Noreste y Canarias. Por otro lado, en la Generación Interactiva

del Sur y del Noroeste predomina el caso contrario: casi tres de cada diez menores de estas zonas se financian el gasto derivado del teléfono móvil.

Tabla 4.12. FINANCIACIÓN DEL GASTO EN EL TELÉFONO MÓVIL (POR ZONA)

	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
Yo mismo	18	24	20	16	27	22	27	23
Mis padres	79	73	77	81	69	75	68	74
Otros	2	3	2	2	3	3	4	3

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 58: «¿Quién paga el gasto de tu teléfono móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

4.5. Mediación familiar

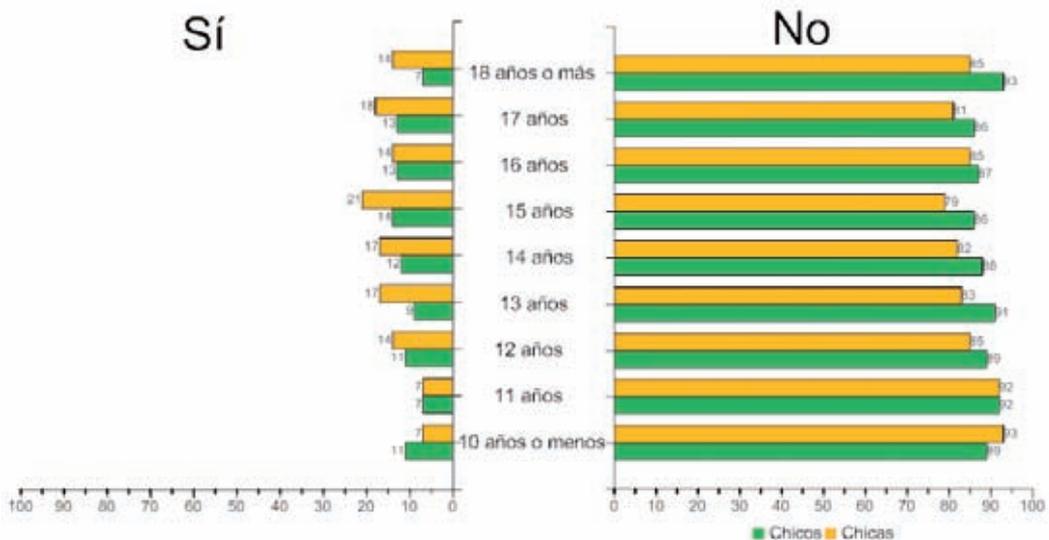
El teléfono móvil ha alcanzado en muy poco tiempo la condición de bien tecnológico de «primera necesidad»: su uso se ha generalizado a una velocidad incomparable con otras novedades del pasado. Cabe preguntarse si del mismo modo que ha supuesto una revolución en el ámbito de la comunicación también ha introducido nuevos frentes educativos en el entorno familiar. En este sentido, la investigación realizada indaga sobre tres cuestiones: la existencia de conflictos familiares derivados del uso del móvil por parte de los menores, el motivo de los mismos y si el acceso al teléfono móvil se constituye como «moneda de cambio» educativa, convirtiéndose en un premio o un castigo por parte de los progenitores.

En el primer caso, a la luz de los resultados, podemos afirmar que existe muy poca correspondencia entre el uso intensivo del teléfono móvil y la existencia de conflictos familiares. De entre todos los menores usuarios de esta pan-

talla, tan sólo el 14% reconoce la existencia de conflictos con sus padres derivados de esta actividad; en función de la edad y el sexo, los conflictos entre padres e hijos se acentúan entre los 12 y los 17 años y son algo más intensos en el caso de las chicas. Por zona, la tónica es bastante universal, aunque los menores del Centro, Canarias y Noroeste dicen discutir algo más que la media global.

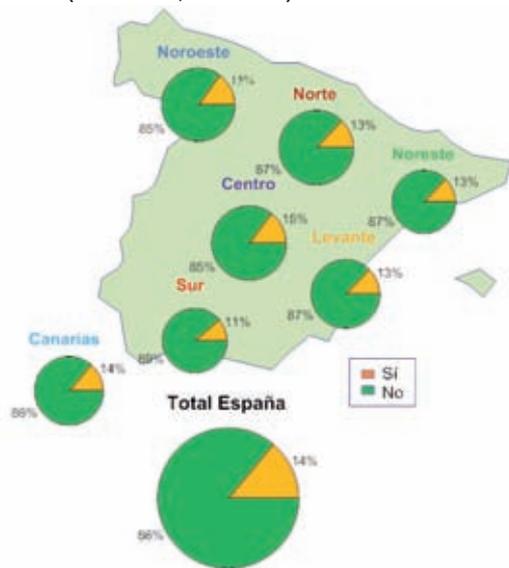


Gráfico 4.32. DISCUSIONES POR EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces del móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.33. DISCUSIONES POR EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces del móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

En caso de que exista discusión, el principal motivo de discusión se centra en el gasto que implica el teléfono móvil: así lo reconoce el 63% de los

menores; la existencia de esta desavenencia entre padres e hijos es lógica al ser los primeros los principales financiadores de la pequeña pantalla. Como segundo motivo de discusión se sitúa el tiempo de uso del móvil y, en tercer lugar, el momento del día para su uso. Las chicas mantienen una mayor frecuencia de discusión en todos los casos, tal como se aprecia en el gráfico 4.34. Por último, la edad también marca diferencias en los motivos de discusión. Los conflictos basados en el gasto tienden a intensificarse a partir de los 12 años, mientras que el tiempo de uso o el momento siguen una pauta contraria y son centro de conflicto más habitual en usuarios de corta edad.

Las zonas estudiadas también revelan diferentes pautas al hablar de la existencia de estos conflictos. Tres de cada cuatro menores canarios que afirman discutir lo hacen por motivo del gasto, valor que se sitúa bastante por encima de la media nacional. En el caso de una inadecuada elección del momento para usar el teléfono, ésta suele traducirse en motivo de discusión con mayor frecuencia entre los menores levantinos. Y, por último, la discusión sobre el tiempo de uso afecta a la mitad de los menores que residen en las zonas Norte y Noroeste.

Gráfico 4.34. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.079 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.35. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.079 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.13. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DEL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS, POR ZONA)

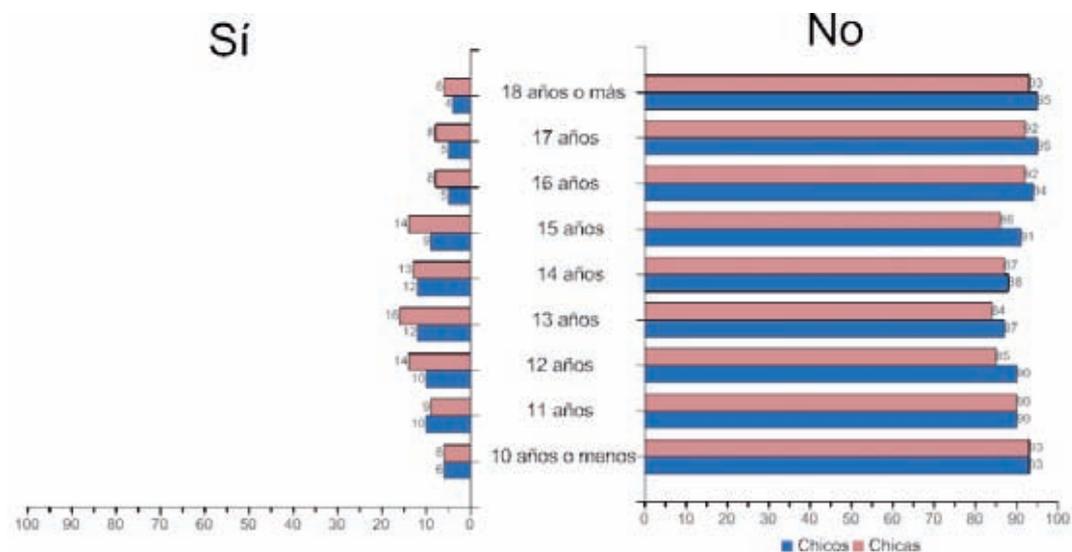
	Canarias	Centro	Levante	Noreste	Noroeste	Norte	Sur	Total
Por el tiempo que lo uso	5	7	5	5	7	6	4	6
Por el momento del día en que lo uso	3	4	4	3	3	4	2	3
Por el gasto que hago	10	10	7	8	10	9	7	8

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.079 escolares de 10 a 18 años.

La educación familiar se basa en algunas ocasiones en un sistema de premios y recompensas. En este sentido, y a pesar del fuerte atractivo que tiene entre los menores, el acceso al teléfono móvil no llega a convertirse en moneda de cambio al afirmar, nueve de cada diez menores, que sus padres nunca les premian o castigan con relación al teléfono móvil; la zona Sur, Levante y Canarias son los sitios con mayor frecuencia en esta situación. En caso de darse esta posibilidad, es más frecuente durante los años que ocupan la adolescencia y algo más marcada entre las chicas—gráfico 4.36—.

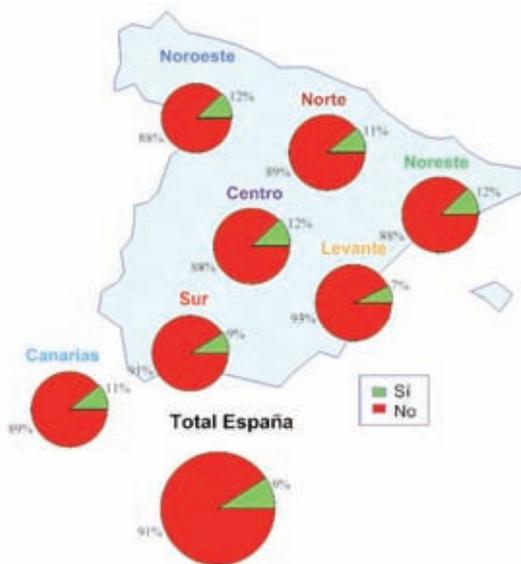


Gráfico 4.36. EL TELÉFONO MÓVIL COMO PREMIO O CASTIGO (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces del móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.37. EL TELÉFONO MÓVIL COMO PREMIO O CASTIGO (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 64 «¿Discutes con tus padres por el uso que haces del móvil?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

4.6. Valoraciones

El móvil es una pantalla ubicua, la que con mayor profusión está en manos de la Generación Interactiva y en la que converge su relación con el resto de pantallas. Pese a ello, los menores sorprenden al no otorgar siempre la ventaja al móvil respecto a otras pantallas.

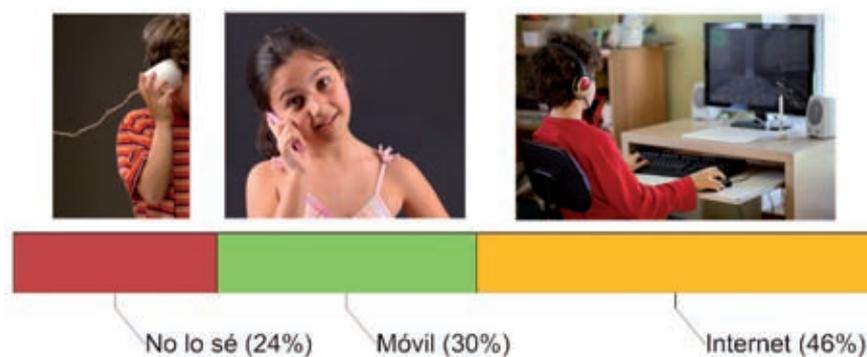
En el capítulo de Internet se ha explicado como a la hora de elegir entre Internet y el móvil, los más pequeños se mostraban más dudosos, pero

también más cercanos al móvil que a la Red. En ambos grupos de edad Internet vencía al móvil en preferencia.

Móvil y televisión

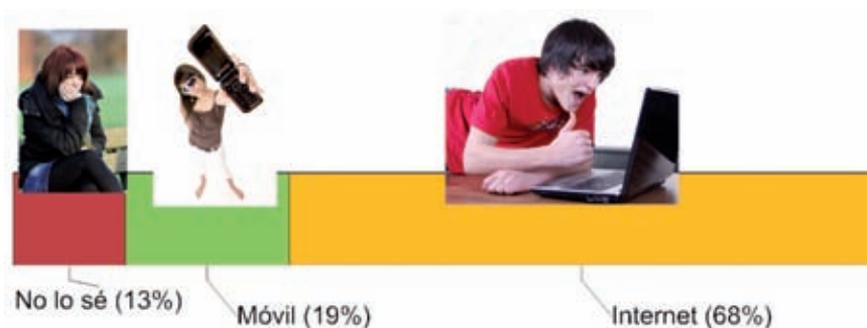
Algo similar sucede cuando se enfrenta móvil con televisión, aunque aquí el sexo marca una clara diferencia: en el caso de los más pequeños, las niñas dudan más y, aunque prefieren la televisión, la diferencia por las dos opciones es mucho menor que en el caso de los niños. De nuevo, los

Gráfico 4.38. INTERNET FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 27: «Si tuvieras que elegir ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 4.39. INTERNET FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 119: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

niños parecen más partidarios de un uso de las pantallas orientado al consumo de contenidos mientras que las niñas se inclinan más a generar o mantener relaciones sociales.

Tabla 4.14. TELEVISIÓN FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (6-9 AÑOS)

	Televisión	Móvil	No lo sé
Niños	52,5	32	16
6 años o menos	58	27	15
7 años	58	29	13
8 años	52	31	17,5
9 años o más	50	35	15
Niñas	40	36,5	23,5
6 años o menos	52	27	21
7 años	38,5	42	20
8 años	42	32	26
9 años o más	37	39	24
Total	46	34	20

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 30: «Si tuvieras que elegir ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años.

Esta pauta clara en el caso de los más pequeños, se mantiene prácticamente entre el grupo de mayor edad: aunque ambos prefieren la televisión, la diferencia entre pantallas en el caso de los chicos es casi de 20 puntos, mientras que entre las chicas es mucho menor (7,5%).

Tabla 4.15. TELEVISIÓN FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS)

	Niños (6-9)		Adolescentes (10-18)
Móvil:	34	↔	34
Chicos	52,5		29
Chicas	40		39
Televisión:	46	↔	53
Chicos	52,5		59
Chicas	40		46,5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 122: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación. ¿Qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Sin embargo, y mientras que entre los chicos de 10 a 18 años la televisión siempre es más preferida que el móvil, entre las chicas los 14 años marcan una clara preferencia hacia el móvil que se acentúa a los 16: a esta edad el 52% opta por el móvil frente al 36% que lo hace por la televisión.

Entre las menores de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) el móvil es el preferido: así lo declaran el 47% frente al 43% que opta por la televisión. Las chicas de la zona Centro son las que presentan un resultado más repartido: el 42% opta por el móvil frente al 44% que lo hace por la televisión.

Los chicos de la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón), prefieren mucho más la televisión: el 65% de los casos, frente al 23% que opta por el teléfono. En el otro extremo están los chicos de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) entre quienes el móvil goza de más popularidad que la media: el 35% frente al 58% de la televisión.

Móvil y MP3/MP4/iPod

Ante el par móvil-MP3/MP4/iPod, las preferencias del grupo entre 10 y 18 años se inclinan de nuevo a favor de los dispositivos musicales: el 49% los prefiere frente al 40,5% que opta por el móvil.

Las diferencias por sexo se repiten aquí: mientras que los chicos están claramente a favor del MP3: el 52% frente al 38%, las chicas muestran valores más ajustados: el 44% frente al 46%. La variable edad añade sensibilidad al fenómeno móvil: a partir de los 16 años los chicos prefieren el móvil, cosa que entre las chicas sucede desde los 14.

Las diferencias por procedencia geográfica se concentran principalmente en los menores de la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia): la preferencia por el MP3 tiene entre las chicas de esta zona sus mayores valores y la menor diferencia con el móvil (el 39% móvil por el 48% MP3). Por el contrario, la preferencia de los chicos por el móvil se acerca mucho más a los dispositivos para escuchar música: el 43% móvil y el 46% MP3.

Por su parte, son las menores de la zona Centro (Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha) las que más prefieren el móvil: el 49% frente al 41% de preferencia por los MP3/MP4/iPod.

Tabla 4.16. MP3/MP4/IPOD FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS)

	Móvil	MP3/ MP4/iPod	No lo sé
Chicos	38%	52%	11
10 años o menos	19%	70%	11
11 años	28%	58%	14
12 años	27%	62%	11
13 años	33%	52%	15
14 años	42%	49%	9
15 años	44%	48%	7
16 años	50%	40%	10
17 años	51%	41%	8
18 años o más	43%	43%	14
Chicas	44%	46%	10
10 años o menos	15,5	64	20,5
12 años	21	63	16
13 años	35	52,5	12
13 años	38	51	11
14 años	51	39	10
15 años	55	39	6
16 años	58	35	7
17 años	57	36	7
18 años o más	63,5	28	9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 123: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Móviles–videojuegos

El binomio móviles–videojuegos arroja un resultado muy ajustado: el 45% prefieren el móvil frente al 44,5% que opta por los videojuegos. En este caso es el sexo, más la edad en el caso de las chicas, lo que define la preferencia.

Los chicos prefieren, en todos los casos, los videojuegos frente al móvil. Las chicas de 10 y 11 años también lo hacen, pero a partir de los 12 años la opción por el móvil es masiva entre las féminas.

Esta pareja de pantallas es, además, la que origina menos dudas entre los menores, que tienen mucho más claro por cuál optar.

La procedencia geográfica no parece una variable determinante en estas preferencias. Tan sólo cabe reseñar que las chicas de la zona Le-

Tabla 4.17. VIDEOJUEGOS FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (10-18 AÑOS)

	Móvil	Videojuegos	No lo sé
Chicos	27	63	10
10 años o menos	12	78	10
11 años	17	75	8
12 años	20	70	10
13 años	24	65	11
14 años	29,5	62	8
15 años	31	57	12
16 años	35	53	12
17 años	43	48	9
18 años o más	36	52	12
Chicas	65	24	11
10 años o menos	28	55	17
11 años	30	52	18
12 años	55	29	15
13 años	65	23	12
14 años	77	15	8
15 años	77	16	7,5
16 años	81	12	7
17 años	87	9	4
18 años o más	83	13	4

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 124: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

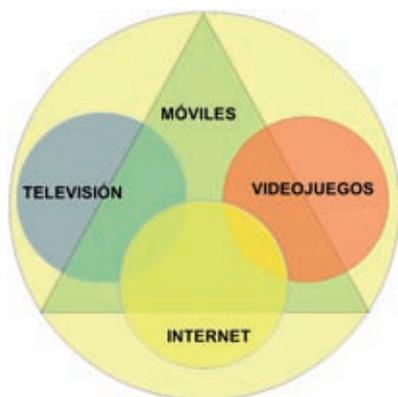
vante (Comunidad Valenciana y Murcia) presentan los valores más altos de preferencia por los videojuegos: el 28% frente al 61,5% que opta por el móvil. Esto se concreta también en que hasta los 13 años, ellas prefieren más los juegos, aunque luego esta preferencia cae drásticamente.

Por el contrario, en la zona Noroeste (Galicia y Asturias), ellas prefieren el móvil por encima de la media: 70% por 23%.

En términos generales, el móvil parece gozar de más popularidad entre las menores de la zona Noroeste (Galicia y Asturias), mientras que en la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia) encuentra en las otras pantallas una competencia clara en preferencia.

Las preferencias de los jóvenes españoles se diferencian de las manifestadas por los menores iberoamericanos en la encuesta realizada entre 2007 y 2008: en su caso, el móvil es la pantalla elegida en todas las parejas, y mantenía el pulso con la televisión, empujado por la preferencia de los chicos por esta pantalla.

Gráfico 4.40. CONVERGENCIA DE LAS PANTALLAS



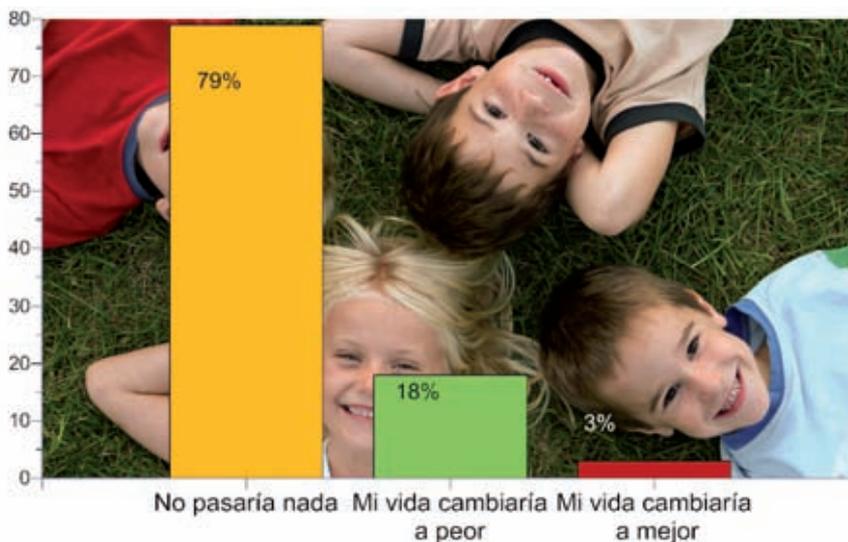
Fuente: elaboración propia.

Dependencia

A la hora de valorar la posible dependencia que el teléfono móvil puede generar entre estos jóvenes usuarios, parece interesante conocer el papel que creen que desempeña en sus vidas y en su bienestar general. Al hacerles valorar qué pasaría si se quedaran dos semanas sin móvil, el 79% cree que no pasaría nada, el 18% que su vida cambiaría a peor y sólo un 3% opina que su vida mejoraría. Esta última respuesta puede guardar relación con que este grupo de edad no tiene una referencia propia de qué significa vivir sin móvil, por lo que les puede resultar muy difícil imaginar una vida sin él. Todas estas respuestas están referidas exclusivamente al grupo de 10 a 18 años.

Que más de tres menores de cada cuatro opine que no cambiaría nada, permite pensar que estos menores son capaces de valorar la tecnología con cierta distancia... y también probablemente que tienen a su alcance sustitutivos, como Internet, que puede ayudarles a cumplir funciones similares.

Gráfico 4.41. «SI ME QUEDARA DOS SEMANAS SIN MÓVIL...» (IBEROAMÉRICA, 10-18 AÑOS)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008.

Gráfico 4.42. «SI ME QUEDARA DOS SEMANAS SIN MÓVIL...» (ESPAÑA, 10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 63: «Si me quedara dos semanas sin móvil...». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4. 18. «SI ME QUEDARA DOS SEMANAS SIN MÓVIL...» (POR SEXO)

	Mi vida cambiaría a mejor	Cambio a peor	No pasaría nada
Chicos	4,5	14	81,5
Chicas	1	21	78

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 63: «Si me quedara dos semanas sin móvil...». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

En comparación con sus congéneres iberoamericanos, los menores españoles parecen relativamente más la ausencia del móvil.

El análisis de las respuestas por sexo muestra algunas diferencias interesantes, coherentes con el mayor uso y preferencia femenina de esta pantalla (tabla 4.18).

Las chicas parecen más preocupadas por los posibles efectos perniciosos que puede tener en su vida prescindir del móvil dos semanas. Los chicos se muestran más despegados de esta pantalla.

Junto con el sexo, la edad parece otra variable determinante: entre los 13 y los 17 años dos de cada cuatro chicas creen que su vida iría a peor tras dos semanas sin el móvil: a los 15 años, por ejemplo, recibe el 30% de las respuestas. A los 18 años, el valor vuelve a la media.

De hecho, son las menores de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) quienes han manifestado su preferencia por el móvil frente al resto de pantallas, quienes elevan el dato respecto a la media en esta región de jóvenes que creen que su vida cambiaría a peor sin teléfono.

El 24% de las menores iberoamericanas y el 15% de los chicos manifestaban su preocupación por que su vida empeorara ante la ausencia del móvil, lo que establece una gran similitud a la hora de valorar el impacto de esta pantalla.

Riesgos

El hecho de que un adolescente disponga de un móvil supone poner en sus manos una herramienta que puede encerrar también algunos riesgos. Se pueden distinguir entre riesgos pasivos y activos.

Tabla 4.19. «SI ME QUEDARA DOS SEMANAS SIN MÓVIL...» (POR ZONA)

	Cambio a mejor	Cambio a peor	No pasaría nada
Canarias	4	20	76
Centro	3	20	77
Levante	3	13	84
Noreste	3	17	80
Noroeste	3	23	74
Norte	4	20	76
Sur	4	16	80
Total	3	18	79

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 63: «Si me quedara dos semanas sin móvil...». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Riesgos pasivos: hacen alusión a la posibilidad de que disponer de un móvil haga que su usuario se vea expuesto a la conducta inapropiada de otras personas. En los últimos meses, el uso de las nuevas tecnologías para acosar a compañeros de clase, *cyberbullying*, ha recibido una gran atención por parte de la opinión pública debido al incremento en el número de casos. En todos ellos, el móvil ha tenido un papel fundamental, ya que dado su carácter personal, es la pantalla que siempre les acompaña y se constituye en elemento fundamental en este tipo de conductas.

• **Acoso**

El 7% de los menores de 10 a 18 años que poseen un móvil declara: «Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del móvil». Este porcentaje es levemente superior en el caso de los chicos (8%) que de las chicas (6%). Y también hay leves diferencias en función de la edad: uno de cada diez

chicos de 12 años afirma haber sufrido este tipo de conducta, porcentaje similar al grupo de chicos de 17 años. Sin embargo, siendo los dos casos preocupantes, parece claro que los más pequeños pueden tener menos recursos para defenderse ante estas situaciones y no salir perjudicados.

Aunque apenas hay diferencias en función de la procedencia de los menores, es en la zona Centro (Madrid, Castilla y León y Castilla -La Mancha) donde más menores denuncian haber sufrido esta conducta, el 9%.

En el caso de la Generación Interactiva en Iberoamérica, el 7% de los menores declaraba haber sido perjudicado a través del móvil, un porcentaje en la línea de lo que se puede apreciar en España.

• **Contactos no deseados**

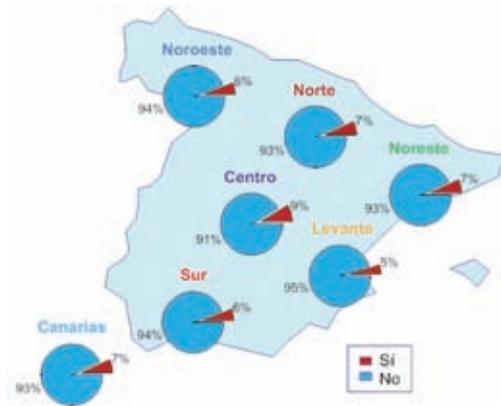
Por otro lado, el 11% de los menores declara haber recibido «mensajes obscenos o de personas

Tabla 4.20. «ALGUNA VEZ ME HAN PERJUDICADO CON UN MENSAJE, FOTO O VÍDEO A TRAVÉS DEL MÓVIL» (POR EDAD Y SEXO)

	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Chicos	9%	8%	11%	8%	5%	8%	7%	10%	7%
Chicas	4%	6%	4%	4%	6%	7%	7%	7%	6%

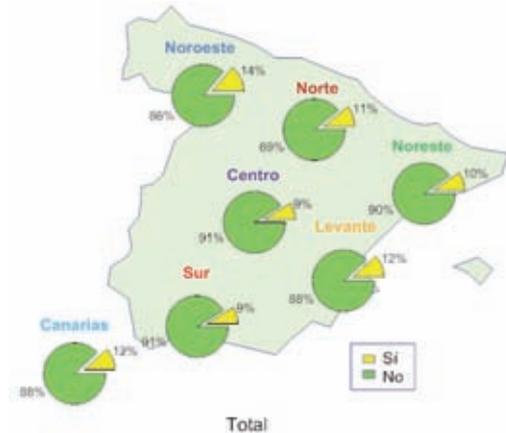
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.43. «ALGUNA VEZ ME HAN PERJUDICADO CON UN MENSAJE, FOTO O VÍDEO A TRAVÉS DEL MÓVIL» (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 63: «Si me quedara dos semanas sin móvil...». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.44. «HE RECIBIDO MENSAJES OBSCENOS O DE DESCONOCIDOS» (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

desconocidas». De nuevo aquí, el valor se inclina hacia el lado de los chicos, y en este caso, la edad sí que marca diferencias significativas, mucho más acentuadas entre ellos: a los 17 y 18 años, casi uno de cada cinco menores ha recibido este tipo de mensajes en su teléfono.

Los menores de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) son quienes más han sufrido esta pauta: el 6% de los menores iberoamericanos había recibido mensajes obscenos en su móvil, mientras que el 38% declaraba haber recibido mensajes de personas desconocidas. En este caso, la división de la pregunta permite una valoración diferente al caso español que nos ocupa.

Riesgos activos: podrían denominarse también «conductas de riesgo» y se refieren a prácticas peligrosas o reprobables que el usuario puede cometer con su móvil.

• Acosar

Sorprende el dato de cuántos declaran haber molestado a otros a través del móvil ya que aproximadamente es el doble de los que denuncian haberlo sufrido: el 12% afirma haber enviado mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien. Aquí los chicos casi duplican a las chicas: 15% por 8%, pero, por el contrario, los chicos de menor edad son los más proclives a estas conductas.

Tabla. 4.21. «HE RECIBIDO MENSAJES OBSCENOS O DE PERSONAS DESCONOCIDAS» (POR EDAD Y SEXO)

	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Chicos	17%	11%	9%	8%	10%	11%	14%	18%	17%
Chicas	8%	7%	9%	11%	10%	11%	13%	10%	8%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.22. «HE UTILIZADO EL MÓVIL PARA ENVIAR MENSAJES, FOTOS O VÍDEOS OFENSIVOS CONTRA ALGUIEN» (POR SEXO)

	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Chicos	34%	20%	14%	15%	16%	14%	14%	13%	9%
Chicas	35%	10%	7%	8%	7%	9%	7%	8%	13%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

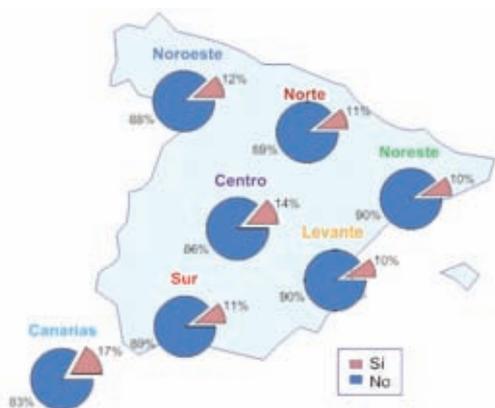
Una posible explicación a la diferencia entre quienes denuncian haber sufrido acoso a través del móvil y quienes afirman haberlo practicado puede ser la reticencia de los menores a hacer pública una situación que no sólo les presenta como más débiles, sino que puede tener como consecuencia la penalización de la tecnología: temen que para protegerlos, sus padres les retiren el móvil. Algo similar sucede en el caso de Internet, como se ha comentado previamente. Estas conductas reprobables arrojan algunas diferencias en función de la zona de procedencia de los menores. Son los de la zona de Canarias los que se muestran más proclives a esta actitud.

En Iberoamérica el comportamiento de los menores se manifestaba en pautas similares: aproximadamente el 17% de los chicos había molestado a otros a través del móvil.

• Dependencia

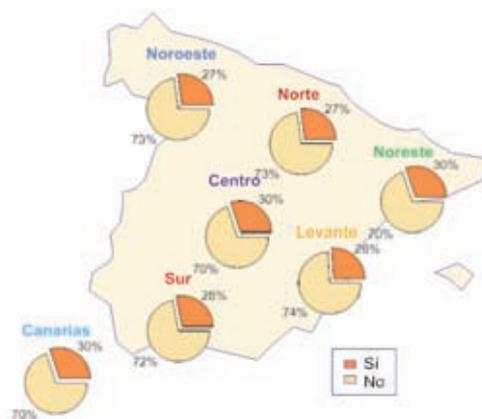
Otro de los riesgos activos que se pueden desprender de la posesión y el uso del móvil es que la facilidad y la comodidad que ofrece pueda originar cierta dependencia excesiva. Casi un tercio de los jóvenes reconoce «conocer a alguien que está enganchado al móvil» (28%), y en este caso también los chicos en mayor medida que las chicas: 30% por 26%. Es interesante

Gráfico 4.45. «HE UTILIZADO EL MÓVIL PARA ENVIAR MENSAJES, FOTOS O VÍDEOS OFENSIVOS CONTRA ALGUIEN» (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 4.46. «CONOZCO A ALGUNA PERSONA QUE ESTÁ ENGANCHADA AL MÓVIL» (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 4.23. «CONOZCO A ALGUNA PERSONA QUE ESTÁ ENGANCHADA AL MÓVIL» (POR EDAD Y SEXO)

	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Chicos	27%	30%	28%	27%	31%	32%	32%	33%	29%
Chicas	24%	24%	28%	39%	25%	30%	24%	19%	29%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

remarcar que aquí no están juzgándose a sí mismos, sino pensando en su círculo próximo, en otras personas.

Los chicos parecen más sensibles a la hora de detectar una posible dependencia excesiva del móvil, lo que puede guardar relación con su mayor distancia respecto a esta pantalla. En cualquier caso, la edad va afinando la capacidad de detectar este tipo de malos hábitos.

Las diferencias por procedencia geográfica son mínimas: los menores de la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia) son los que arrojan el valor más bajo.

De nuevo aquí la sintonía con la Generación Interactiva en Iberoamérica es total: el 27% declaraba conocer a alguien enganchado, porcentaje en línea con los resultados obtenidos en España.

Ausencia de percepción de riesgo: El 58% de los menores, sin embargo, no percibe ningún riesgo, ni activo ni pasivo, en el uso del móvil. Las chicas parecen más condescendientes con esta pantalla: mientras que el 54% de los chicos no ve ninguna pega a su uso, el porcentaje entre las chicas alcanza el 63%.

Puede apreciarse en la tabla que las chicas juzgan con más benevolencia esta pantalla y es llamativa la brecha que aparece a los 17 años: más

de 20 puntos separan la valoración que chicos y chicas hacen del móvil a esta edad.

El móvil emerge como una pantalla con gran arraigo entre la Generación Interactiva a pesar de entrar en competencia con el resto de dispositivos tecnológicos. Las chicas manifiestan una mayor inclinación hacia el móvil que los chicos, preferencia que también matiza sus valoraciones.

4.7. Resumen general del capítulo

4.7.1 Datos nacionales

Acceso

- El 29% de los niños y el 83,2% de los más mayores poseen teléfono móvil propio. En ambos casos, las chicas son las que tienen un mayor índice de posesión.
- A partir de los 16 años se llega a alcanzar el 94% de posesión.
- Además, entre los más pequeños el 41% reconoce usar el teléfono móvil de otras personas.
- Lo más frecuente es que este primer móvil lo obtuvieran entre los 10 y los 12 años.
- Consiguieron el teléfono móvil sobre todo mediante un regalo (32,1%) aunque el 17,5% lo heredó de otras personas. Además, el 23,4% de los

Tabla 4.24. «NO ESTOY DE ACUERDO CON NINGUNO DE LOS RIESGOS DEL MÓVIL» (POR EDAD Y SEXO)

	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Chicos	40%	55%	56%	56%	53%	55%	55%	47%	58%
Chicas	65%	66%	64%	60%	64%	61%	64%	69%	55%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 69: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?». N = 7.918 escolares de 10 a 18 años.

encuestados recibió el teléfono móvil de sus padres porque se lo pidió.

- Entre los más pequeños lo más habitual también fue conseguir el teléfono como un regalo (53,1%).
- Si hablamos del teléfono móvil actual, la gran mayoría lo posee de una compra nueva y no de segunda mano (85,9%).

Interlocutores

- Los interlocutores prioritarios entre los más pequeños son los padres (el 69,3% la madre y el 58% el padre), dejando en un segundo plano a los amigos con el 43,6% y a los hermanos (26,1%).
- Entre los adolescentes, el 79% afirma que su interlocutor principal son los amigos, aunque la madre sigue teniendo un papel prioritario en la comunicación con el 75% (sobre todo para las chicas, con el 78,1%). Conforme crecen va apareciendo un nuevo interlocutor: el novio/a con casi el 30%.

Usos

- Entre los niños la utilidad principal del teléfono móvil es poder hablar, 72,7%, pero seguida no muy de lejos de la opción de ocio: jugar con el teléfono móvil es lo que hace el 61,2% de los encuestados que posee móvil propio entre los 6 y los 9 años.
- Si hablamos de los usos de los más mayores podemos dividirlos en:
 - *Comunicación*: mayoritariamente hablar (93,6%) y enviar mensajes (79,6%).
 - *Contenidos*: el 64% ya utiliza el teléfono móvil para escuchar música o la radio. Además, el 52% lo usa para ver fotos o vídeos. Sin embargo, el acceso a Internet a través de dispositivo móvil todavía es bajo (7,7%).
 - *Ocio*: aunque en menor proporción que en el caso de los niños, se considera que casi uno de cada dos adolescentes usa el móvil para jugar.
 - *Creación*: lo más habitual es utilizar el teléfono para hacer fotos, 71,1%, pero ya más del 50% lo usa para realizar vídeos.

– *Organización*: el 61,5% utiliza el móvil como despertador o reloj y el 45,5%, además, lo usa como agenda. Por otro lado, el 47,2% lo usa como calculadora.

Disponibilidad

- El 38% de los encuestados reconoce que no apaga nunca el teléfono móvil. Además, sólo uno de cada dos lo hace cuando está en clase. Alrededor del 70% afirma además, que tiene el teléfono encendido mientras duerme, las chicas en un porcentaje más alto que los chicos.
- El 61,9% de los adolescentes, recibe, además, llamadas o mensajes cuando está en la cama. De éstos el 14% los recibe casi cada día (15,9% chicas y 12,2% chicos).

Gasto y financiación

- La mayoría afirma que gasta hasta 10 euros al mes en telefonía móvil (55,7%), aunque es interesante ver que uno de cada diez adolescentes no sabe el gasto exacto que realiza con el móvil.
- Su teléfono es en mayor medida de tarjeta pre-pago (58,8%) y habitualmente, en el 74% de los casos, sufragado por los padres.

Mediación familiar

- El 13,6% reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 10,5% afirma que le premian o castigan con el uso del móvil.

Valoraciones

- El 17,8% afirma que su vida cambiaría a peor si se quedase dos semanas sin móvil. Las chicas son quienes más lo afirman, con el 21,5% frente al 14,2% de los chicos. Sin embargo, el 78,8% reconoce que no pasaría nada si se quedase sin teléfono.
- Se analizan algunas conductas de riesgo como el *cyberbullying*. El 11,9% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los recep-

tores de este tipo de mensaje son cerca del 7%. En ambos casos las chicas superan a los chicos, sobre todo en el primero, pues las chicas afirman haberlos enviado en el 15,2% de los casos.

- *Otros peligros:* el 28,3% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 11% dice haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2. Datos por zona

4.7.2.1. Zona Canarias

Acceso

- El 84,8% de los adolescentes posee teléfono móvil propio y el 39,2% de los niños, el porcentaje más alto de todas las zonas estudiadas.
- En este caso sólo el 38,1% de los niños usa el teléfono de otras personas.
- Es la zona donde más niños accedieron a su primer teléfono móvil a los 8 años o menos con el 15,1%. A los 11 años, casi el 70% de los adolescentes ya consiguió su teléfono móvil propio.
- El 23,6% accedió a su primer teléfono porque se lo compraron sus padres sin necesidad de solicitarlo, lo que les sitúa por encima del resto de zonas. Con todo, el regalo sigue siendo la opción mayoritaria (33%) entre los menores canarios de conseguir el teléfono móvil propio.
- Entre los más pequeños se sigue la pauta general y el mayor acceso a la telefonía móvil se da mediante un regalo.

Interlocutores

- Mantienen la elección de hablar con sus padres como opción mayoritaria cuando son pequeños. Además, es la zona donde más se comunican con otros familiares alcanzando el 61,6%; y con los amigos el 58,7%.
- Entre los mayores, el 76,9% reconoce hablar con su madre, mientras que el 65,5% con su padre. Este porcentaje disminuye con la edad y llega al 45% con 18 años o más. Los amigos toman mayor preponderancia con más del 75%.

Usos

- Entre los pequeños son los que más usan el teléfono móvil para hablar, 81,7%, del mismo modo que para enviar mensajes con el 55,6%. El juego también es una actividad prioritaria con un porcentaje muy superior a la media: 74,4%.
- Centrándonos en los mayores los usos se concentran en:
 - *Comunicación:* mayoritariamente hablar (92,9%) y enviar mensajes (79,9%). Además, es la zona donde más utilizan el móvil para chatear con el 13,8%.
 - *Contenidos:* es llamativo que casi el doble de la media nacional (14,7%) usa el teléfono para navegar por la Red. El 68,5% usa el móvil para escuchar música o la radio. Además, el 24,2% usa el teléfono para descarga de contenidos (fotos, juegos, fondos de pantalla, etcétera).
 - *Ocio:* casi el 50% utiliza el móvil para jugar.
 - *Creación:* aunque se mantiene el mayor uso para hacer fotos, el porcentaje es muy similar al de realizar vídeos (el 71% frente al 60%).
 - *Organización:* en líneas generales mantienen el uso del móvil como agenda, calculadora, reloj o despertador por encima del 50%.

Disponibilidad

- El 75% de los encuestados tiene el teléfono encendido mientras estudia, y el 45,2% mientras están en clase. El 35% reconoce no apagar nunca el teléfono.
- Además, sólo el 34,3% dice apagar el teléfono cuando duerme y al 60% le llegan llamadas o mensajes cuando ya está en la cama. Al 4,7% incluso todos los días.

Gasto y financiación

- El 57,1% gasta entre 5 y 20 euros al mes en su teléfono, aunque el 8,4% (muy superior a la media nacional) gasta ya 30 euros al mes.
- Mayoritariamente es un teléfono con tarjeta prepago, aunque es interesante que el 6,2% no sabe qué tipo de medio de pago dispone en su

móvil. En casi el 80% de los casos es un gasto pagado por los padres.

Mediación familiar

- El 14,2%, por encima de la media nacional, reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 9,4% afirma que le premian o castigan con el uso del móvil.

Valoraciones

- A pesar de que la mayoría reconozca que no le pasaría nada si se quedase dos semanas sin teléfono móvil, el 20% reconoce que su vida cambiaría a peor y el 4,1% a mejor.
- *Cyberbullying*: el 17,4% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 7%.
- *Otros peligros*: el 30,2% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 10,9% dice haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2.2. Zona Centro

Acceso

- Es la zona con menor penetración de telefonía móvil entre los más pequeños (24,5%). Los adolescentes poseen móvil en el 81,9% de los casos.
- Casi uno de cada dos niños reconoce haber accedido a su primer móvil a los 11 ó 12 años.
- El 37,7% de los niños, por encima de la media nacional, reconoce haber recibido su primer teléfono porque se lo dieron sus padres.
- Sin embargo, entre los mayores, es la zona donde más se da la opción «me lo compraron mis padres porque se lo pedí» con el 26,9%. Más del 28% accedió a él gracias a un regalo.

Interlocutores

- Es la zona donde los niños más reconocen hablar con su madre (76%) y los que menos con sus amigos, con un 35,5%.
- Entre los mayores (de 10 a 18 años) se mantiene la pauta general de crecimiento de conversaciones con los amigos con más del 82% y en niveles similares se mantiene la madre como una de las principales interlocutoras.

Usos

- Hablar y jugar son las prioridades de uso de los menores de esta zona. Casi el 67% reconoce usar el móvil para jugar y ya el 12,1% para navegar por Internet.
- Los usos de los encuestados más mayores se describen de la siguiente manera:
 - *Comunicación*: el 94% utiliza el móvil para hablar y para enviar mensajes (más del 79%).
 - *Contenidos*: los estudiantes de esta zona son los que más usan el móvil para escuchar música o la radio con el 69,7%. Además, es la segunda en realizar descargas de contenidos con el 14%.
 - *Ocio*: el 44,7% reconoce utilizar el teléfono móvil para jugar.
 - *Creación*: es habitual que utilicen el dispositivo para la realización de fotografías, más del 72%.
 - *Organización*: el 60% usa el teléfono móvil como reloj o despertador. El resto de opciones (agenda o calculadora) son mencionadas por más del 47%.

Disponibilidad

- Dos de cada tres estudiantes de la zona Centro reconocen no apagar nunca el teléfono móvil.
- Casi el 70% de los encuestados reconoce recibir algún día mensajes o llamadas cuando ya está en la cama y sólo el 28,7% afirma apagar el móvil cuando está durmiendo.

Gasto y financiación

- La mayoría, el 54,1%, afirma gastar hasta 10 euros al mes en su teléfono móvil.

- El 55,8% dispone de un teléfono con tarjeta pre-pago y el 38,4% con contrato. El gasto lo pagan los padres en el 72,8% de los casos, aunque ya un 24,5% lo pagan ellos mismos.

Mediación familiar

- El 15,1% reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 12% afirma que le premian o castigan con el uso del móvil.

Valoraciones

- El 19,7% afirma que su vida iría a peor si se quedase dos semanas sin móvil, aunque el 77,2% reconoce que no pasaría nada.
- *Cyberbullying*: el 14,4% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 9%.
- *Otros peligros*: el 30,1% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 11,1% dice haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2.3. Zona Levante

Acceso

- Más del 85% posee teléfono móvil entre los adolescentes y, al contrario que en el ámbito nacional, más los chicos (87%) que las chicas (83,3%).
- Por otro lado, los niños que tienen teléfono propio suponen el 24,5%.
- En esta zona se sigue la pauta general de la muestra nacional consiguiendo su primer móvil entre los 10 y 12 años.
- La opción más habitual entre los mayores es conseguir el primer teléfono gracias a un regalo (31,9%), aunque ya al 24,7% se lo compraron sus padres porque lo pidió.
- Igualmente, entre los pequeños, la respuesta mayoritaria es adquirir el móvil como un rega-

lo (42%), pero seguida muy de cerca de porque se lo dieron sus padres (el 41,2%), el porcentaje más alto de todas las zonas estudiadas.

Interlocutores

- Casi el 37% de los niños habla con sus amigos, superado por los interlocutores familiares: madre (64,8%), padre (57,4%) y hermanos (28,5%).
- Entre los adolescentes se mantiene en la media nacional dando un mayor peso a los amigos conforme crecen (79,7%) y a los hermanos (35,8%).

Usos

- Los encuestados más pequeños utilizan el móvil principalmente para hablar (65,1%), pero sobre todo para jugar con más del 70% de respuestas afirmativas.
- Si hablamos de los usos de los más mayores podemos dividirlos en:
 - *Comunicación*: son los que menos utilizan el móvil para chatear (3,4%), mientras que son los que más lo usan para hablar (95%).
 - *Contenidos*: escuchar música o la radio y ver fotos o vídeos son las actividades prioritarias en este ámbito. Reconocen ser los que menos navegan por Internet (4,7%) o realizan descargas (8,9%).
 - *Ocio*: el 43% reconoce jugar a través del móvil.
 - *Creación*: hacer fotos y vídeos gracias al teléfono es una actividad habitual para más del 55% de los encuestados.
 - *Organización*: el 43,6% reconoce usar el teléfono móvil como agenda, y ya el 60% lo utiliza como reloj o despertador.

Disponibilidad

- Casi el 40% tiene el móvil encendido siempre: sólo el 27,5% lo apaga cuando está durmiendo y el 50,4% cuando está en el colegio.
- El 9% de las chicas y el 6,5% de los chicos afirman que casi todos los días recibe llamadas o mensajes cuando ya está en la cama. Incluso el 4% lo recibe todos los días.

Gasto y financiación

- La mayoría afirma que gasta hasta 10 euros al mes en telefonía móvil (56,9%).
- Aunque como en el resto de la muestra nacional es principal el número de teléfonos con tarjeta prepago, en la zona Levante es donde más estudiantes poseen un móvil con contrato (41,4%). Además, por encima de la media, 76,8%, los padres corren con los gastos.

Mediación familiar

- El 13,2% reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 7,6% afirma que le premian o castigan con el uso del móvil, el porcentaje menor de todas las zonas objeto de estudio.

Valoraciones

- El 12,8%, el menor porcentaje de toda la muestra nacional, reconoce que su vida iría a peor si se quedara dos semanas sin móvil.
- *Cyberbullying*: el 10% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 5%.
- *Otros peligros*: el 25,9% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 11,8% asegura haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2.4. Zona Noreste

Acceso

- El 26,2% de los menores utiliza su propio teléfono móvil y el 33,1% tiene acceso al de otras personas.
- Entre los más mayores, el 80,8% posee su propio teléfono, y llegan casi al 100% a partir de los 16 años.
- El 88,1% de los adolescentes accedió a su primer teléfono a los 12 años.
- Los niños son los que menos pidieron a sus padres que les compraran el teléfono en compara-

ción con la muestra nacional (el 7,7%) y, por tanto, son los que más accedieron a la telefonía gracias a un regalo (casi el 60%).

- Los adolescentes de 10 a 18 años son los encuestados menos lanzados a comprar ellos mismo el teléfono móvil propio (2,7%). Por otro lado, son los que menos han heredado el teléfono de otras personas (12,6%). Así, las formas principales de conseguirlo son mediante un regalo o la compra por parte de sus padres.

Interlocutores

- Entre los más pequeños los padres son los interlocutores prioritarios (madre, 68,1%, y padre, 61,5%) aunque los amigos ya suponen el 43%.
- Sin embargo, para los adolescentes los interlocutores más frecuentes son los amigos según el 79,9%; seguido, con casi el 78,3% de la madre.

Usos

- En la zona Noreste se mantienen los usos principales entre los niños: hablar (73,8%) y jugar (53%).
- Los encuestados de entre 10 y 18 años realizan las siguientes actividades:
 - *Comunicación*: mayoritariamente hablar (93%) y enviar mensajes (72,9%).
 - *Contenidos*: en este tipo de actividades que pueden realizarse con el teléfono móvil permanecen siempre por debajo de la media nacional. Es llamativo que sólo el 27% lo use para escuchar música o la radio cuando la media ronda el 65%. Así, ver fotos o vídeos se convierte en la primera actividad de contenidos con el 41,6%.
 - *Ocio*: el 42,7% de los estudiantes mayores utiliza el móvil para jugar.
 - *Creación*: como en el ámbito de los contenidos, esta faceta queda por debajo de la media nacional: el 62,9% realiza fotografías a través del móvil y el 47,7% graba vídeos.
 - *Organización*: el 61,8% utiliza el móvil como despertador o reloj y el 40,2%, además, lo usa como agenda.

Disponibilidad

- El 60% de los encuestados reconoce apagar el teléfono en clase, aunque ya el 28,5% afirma no apagar nunca este dispositivo. Mientras está con la familia es el momento en el que menos se apaga con el 11%.
- Cerca del 8% recibe mensajes o llamadas casi todos los días de noche cuando ya está en la cama.

Gasto y financiación

- La mayoría gastan hasta 10 euros al mes (53,1%).
- La mayoría tienen tarjeta prepago (57,7%), aunque el 7% reconoce no saber qué tipo de medio de pago tiene en su teléfono. Esta zona es donde más padres se hacen cargo del gasto de sus hijos en telefonía móvil: el 81,7%.

Mediación familiar

- El 13,5% reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 12,1% afirman que le premian o castigan con el uso del móvil.

Valoraciones

- Aunque el 80,5% dice que no pasaría nada si se quedase dos semanas sin teléfono, el 16,6% afirma que su vida cambiaría a peor.
- *Cyberbullying*: el 10,2% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 6,6%.
- *Otros peligros*: el 29,8% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 10,2% asegura haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2.5. Zona Noroeste**Acceso**

- Las chicas adolescentes afirman en el 90,2% de los casos poseer un teléfono móvil, mientras que el global de los chicos alcanza el 80%.

- El 30,5% de los encuestados de 6 a 9 años también dispone de teléfono propio.
- Es la zona donde más niños reconocen haber obtenido su móvil a una mayor edad. Así, el 4,8% de los encuestados lo obtuvo con 15 años o más.
- Son los adolescentes a los que más les han comprado el teléfono móvil otros familiares (8,6% de los encuestados). Además, más del 20% reconoce que heredó el teléfono de otras personas; son los encuestados que más lo afirman entre toda la muestra objeto de estudio.
- Entre los pequeños se sigue la pauta general y el primer acceso se produjo mayoritariamente por un regalo (53,2%).

Interlocutores

- Los pequeños del Noroeste, en comparación con la media nacional, son los que más hablan con sus hermanos con el 33,2%, aunque mantienen la prioridad de hablar con el padre o la madre.
- Para los encuestados de entre 10 y 18 años los amigos son el destinatario de comunicación prioritario con el 78%, alcanzando el máximo a los 16 años con el 88%. Lejos quedan como interlocutores la familia, sobre todo, los hermanos con el 26,5%; aunque la madre casi alcanza el 70%.

Usos

- Los niños encuestados entre 6 y 9 años utilizan el móvil principalmente para hablar y jugar. Es reseñable que es una de las zonas donde más se usan los mensajes de texto por parte de estos niños (44%). Además, es donde menos navegan por Internet a través de este dispositivo (5,4%).
- Si hablamos de los usos de los más mayores podemos dividirlos en:
 - *Comunicación*: el 94,1% lo utiliza para hablar y el 84,4% para enviar mensajes de texto.
 - *Contenidos*: similar a la media nacional, algo más del 64% utiliza el dispositivo móvil para escuchar música o la radio. Además, aunque el dato es pequeño, es la segunda zona don-

de más se ve la televisión a través del móvil con el 8,3%. Igualmente, sucede con navegar por Internet; lo usan el 9,6% de los encuestados.

- *Ocio*: con el 37,9% es la zona donde menos se usa el teléfono móvil para jugar.
- *Creación*: el 70,4% realiza fotos a través del móvil y el 57% graba vídeos.
- *Organización*: los encuestados de esta zona son de los que más reconocen utilizar el móvil como reloj o despertador con el 63,9%.

Disponibilidad

- El 36,7% de los encuestados de esta zona mantiene el móvil encendido siempre: durmiendo, en clase, cuando estudia... De hecho, sólo el 24,8% lo apaga mientras está estudiando y el 30,4% cuando se va a dormir.
- Por encima de la media se sitúan los adolescentes que reciben mensajes o llamadas cuando ya están en la cama (16,7%). Únicamente un tercio de los estudiantes afirma que nunca ha recibido llamadas o SMS en esta situación.

Gasto y financiación

- El 54,8% gasta entre 5 y 20 euros al mes.
- Su teléfono es en mayor medida de tarjeta prepago (58,8%) y, habitualmente, en el 68,6% de los casos, lo pagan los padres. Además, el 27,1% reconoce que lo pagan ellos mismos.

Mediación familiar

- El 15,4% reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, es la zona en la que más se da que los padres usen el móvil como objeto de castigo o premio con el 12,2%.

Valoraciones

- El 23,1% de los encuestados, el mayor porcentaje de todas las zonas estudiadas, reconoce que su vida cambiaría a peor si se quedase dos semanas sin móvil.

- *Cyberbullying*: el 11,8% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 6,3%.
- *Otros peligros*: el 27% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 13,6% dice haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2.6. Zona Norte

Acceso

- El 28,7% de los niños tiene acceso a un teléfono propio y es en la segunda zona donde más utilizan el teléfono móvil de otras personas (36,8%).
- Entre los mayores, la pauta es similar al resto de zonas estudiadas, donde casi el 85% de los adolescentes entre 10 y 18 años tienen móvil.
- Como en la regla general, la penetración del primer móvil entre los encuestados se da entre los 10 y 12 años con el 62,4%.
- Es la zona donde más niños reconocen que pidieron el móvil a sus padres para que se lo compraran alcanzando más del 20%.
- Los mayores accedieron al teléfono móvil bien por un regalo (34,5%) o porque se lo compraron sus padres al pedirlo (22,2%) e incluso sin petición expresa (20,1%).

Interlocutores

- Los niños no rompen la tónica nacional y los padres siguen siendo los principales interlocutores. Además, casi uno de cada dos niños reconoce a sus amigos como frecuentes para sus contactos telefónicos.
- Ya en la adolescencia, casi el 85%, uno de los más altos, reconoce que uno de sus interlocutores principales son los amigos. Siguiendo el patrón de la muestra nacional, la madre es la segunda interlocutora más habitual con el 77,7%.

Usos

- Los estudiantes más pequeños de la zona Norte reconocen que son los más usan el móvil para otras cosas que las presentadas en la encuesta (38%), pero sigue predominando el uso para hablar (79,9%) y jugar (49,4%).
- Las actividades realizadas por los mayores podemos englobarlas en:
 - *Comunicación*: como en el resto de zonas se mantiene la proporción del 94,1% que usa el teléfono móvil para hablar y el 80,5% para enviar mensajes de texto.
 - *Contenidos*: en este tema las actividades preferidas son escuchar música (68%), ver fotos o videos (48,4%) y realizar descargas de contenidos (10,1%). Ya en menor medida se encuentran navegar por la Red o ver la televisión a través del móvil.
 - *Ocio*: dos de cada tres adolescentes reconocen utilizar el móvil para divertirse jugando.
 - *Creación*: el 57,6% usa el móvil para realizar videos y el 70,5% para hacer fotografías.
 - *Organización*: muy similar a la media, el 61,3% utiliza el móvil como despertador o reloj y el 43,1%, además, lo usa como agenda. Por otro lado, el 43,1% lo utiliza como calculadora.

Disponibilidad

- El 46% de los estudiantes encuestados afirma mantener el teléfono encendido mientras está en clase y el 25,9% mientras estudia. Sólo el 35% reconoce apagar el móvil cuando duerme y el 35,2% dice estar siempre disponible.
- Casi el 62% de los encuestados reconoce que al menos en alguna ocasión ha recibido mensajes o llamadas mientras dormía (aunque el 4,6% reconoce que le ocurre todos los días).

Gasto y financiación

- La mayoría afirma gastar hasta 10 euros al mes en telefonía móvil (53,1%), aunque es interesante que uno de cada diez adolescentes (12%) no sabe el gasto exacto que realiza con el móvil.

- Su teléfono es en mayor medida de tarjeta prepago (62%) y en el 75% de los casos es sufragado por los padres.

Mediación familiar

- El 10,9% reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 13,7% afirma que le premian o castigan con el uso del móvil.

Valoraciones

- A pesar de que la mayoría reconozca que no le pasaría nada si se quedase dos semanas sin teléfono móvil, ya casi el 20% reconoce que su vida cambiaría a peor.
- *Cyberbullying*: el 10,7% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 7%.
- *Otros peligros*: el 27,1% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 11,2% dice haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

4.7.2.7. Zona Sur

Acceso

- Casi el 30% de los pequeños y el 82,6% de los mayores tiene teléfono móvil propio.
- Es una de las zonas más precoces en el acceso al teléfono móvil, ya que el 25,2% accedió a él con 9 años o menos.
- Con el 36,6% el regalo es la forma más común de acceso a la telefonía móvil, siendo en esta zona, el porcentaje más alto de la muestra estudiada. También es significativo que casi el 19% reconoce que su primer teléfono fue heredado de otra persona.

Interlocutores

- Para los niños de esta zona el padre no es tan habitual en la comunicación telefónica (47%),

mientras que la madre sigue teniendo la máxima importancia.

- Entre los mayores, también es la zona en la que el padre tiene menos importancia como interlocutor telefónico con el 59%. Los amigos, con el 75% son los prioritarios en la comunicación de los adolescentes de la zona Sur, sobre todo, para las chicas.

Usos

- Los encuestados más pequeños reconocen utilizar el móvil en mayor medida para hablar (65,9%), jugar (55,9%) y enviar mensajes de texto (37,5%).
- Entre los estudiantes más mayores podemos hablar de los siguientes usos:
 - *Comunicación*: sobre todo hablar (92,3%) y enviar mensajes de texto (79,3%).
 - *Contenidos*: para lo que más utilizan el móvil y por encima de la media nacional es para escuchar música o la radio con el 69%. Es la segunda zona donde más se usa el móvil para ver fotos o vídeos con el 55,8% de encuestados que lo afirma. La navegación por Internet a través de este dispositivo todavía es pequeña, el 6,7%.
 - *Ocio*: el 44,5% reconoce usar el móvil para jugar.
 - *Creación*: la zona Sur se describe por encima de la media en esta área, ya que el 77,6% usa el móvil como cámara de fotos y el 59,1% como cámara de vídeo.
 - *Organización*: el 61,9% usa el móvil como despertador o reloj, el 47,6% como agenda y el 50,1% lo usa como calculadora.

Disponibilidad

- Por encima de la media se sitúan aquellos que dicen no apagar el móvil nunca (con el 42%). El

resto reconoce apagarlo cuando está en clase (46,3%) o durmiendo (26,3%).

- Aunque el 40% reconoce que nunca ha recibido mensajes o llamadas mientras está en la cama, al 14,7% le llegan todos o casi todos los días.

Gasto y financiación

- La mayoría gasta hasta 10 euros al mes en telefonía móvil (64,8%).
- El gasto es pagado por los padres en casi el 70% de los casos. Su teléfono es mayormente de tarjeta prepago.

Mediación familiar

- El 11,7%, el porcentaje menor de la muestra nacional, reconoce que discute con sus padres por el uso del teléfono móvil, sobre todo por el gasto que realiza.
- Además, el 9,4% afirma que le premian o castigan con el uso del móvil.

Valoraciones

- El 4,3% de los encuestados reconoce que su vida cambiaría a mejor si se quedase dos semanas sin teléfono móvil. Al contrario, más del 15% afirma que su vida iría a peor.
- *Cyberbullying*: el 10,9% de los encuestados afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes ofensivos contra alguien, mientras que los receptores de este tipo de mensaje son cerca del 6%.
- *Otros peligros*: el 28,1% de los encuestados afirma conocer a alguien enganchado al teléfono móvil. Por otro lado, el 9,3% dice haber recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas.

5. VIDEOJUEGOS

Otro de los exponentes claros de la Generación Interactiva es la importancia que adquiere el juego en el tiempo de ocio y entretenimiento. Como dice Prensky (2001), los nativos digitales juegan de un modo distinto, y su concepción del juego cambia: ya no sólo tiene un carácter lúdico, sino también eminentemente social.

La generalización de las videoconsolas y del juego en red y a través del ordenador ha alcanzado altas cotas de desarrollo, y dibuja un perfil de aficionado no mayoritariamente infantil, sino más bien adulto.

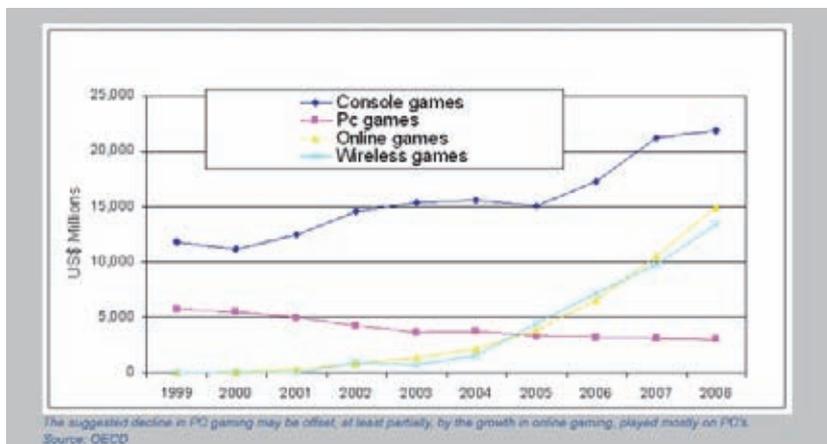
De acuerdo con los datos de la OCDE, los juegos en videoconsola están creciendo al igual que los juegos en red y los juegos en dispositivos inalámbricos. La propia OCDE explica que con el auge del

juego on-line, se puede reactivar, de alguna manera también, el mercado de los juegos de ordenador.

La distribución del mercado por países señala a Europa, Oriente Próximo y África como los mayores mercados productores y consumidores de este tipo de juegos, seguidos por la región de Asia y Pacífico y de Estados Unidos.

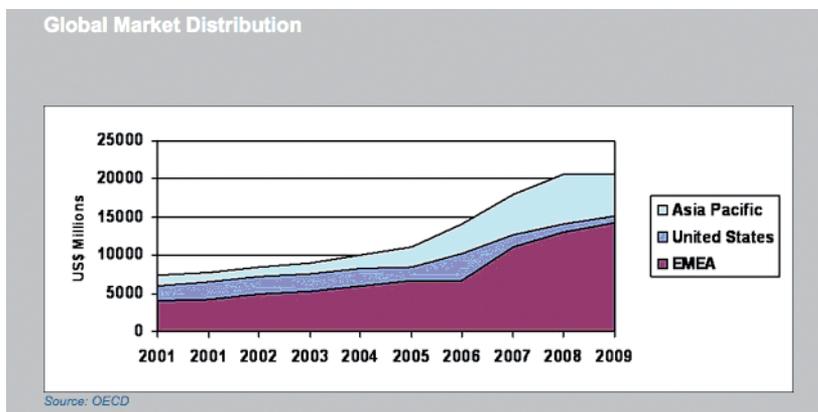
El gráfico del IDATE hace una estimación del mercado de los videojuegos en Europa que apoya su crecimiento en la disponibilidad en el mercado de plataformas con una calidad gráfica mejor. Sin embargo, dentro de esta predicción se encontraba, por ejemplo, la Nintendo Cube, que fracasó, y no preveía la llegada al mercado de la Nintendo Wii, cuyo fuerte no es la imagen, sino el tipo de juego.

Gráfico 5.1. EVOLUCIÓN DE VIDEOJUEGOS POR PLATAFORMA



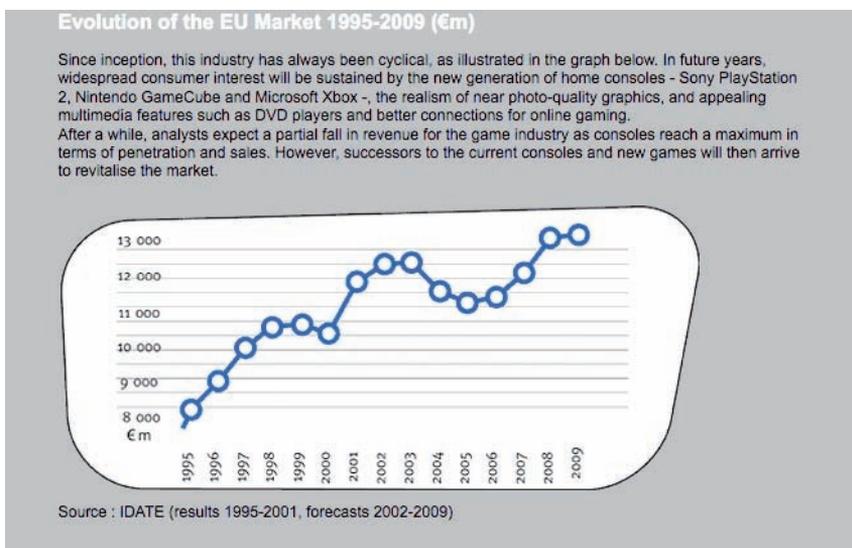
Fuente: OCDE.

Gráfico 5.2. DISTRIBUCIÓN MUNDIAL DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS



Fuente: OCDE.

Gráfico 5.3. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VIDEOJUEGOS EN EUROPA



Fuente: IDATE.

Existen en el mercado diversos dispositivos para el entretenimiento digital: los específicos, liderados por las videoconsolas (Xbox, Playstation, Wii) y las consolas portátiles (Gameboy, PSP, Nin-

tendo DS). Además de estas plataformas, el móvil, el ordenador e Internet, a través de los juegos en red, emergen como escenarios cada vez más habituales para desarrollar esta actividad.



5.1. Uso y posesión

5.1.1. El perfil del videojugador

Los videojuegos se han consolidado como una opción de entretenimiento para los menores. El 90% de los niños entre 6 y 9 años y el 61% de los de 10 a 18 manifiestan jugar habitualmente con videojuegos o juegos de ordenador.

Hay diferencias significativas en función del sexo y la edad que señalan a los chicos como principales usuarios de esta pantalla.

La situación de partida, a los 6 años, es más favorable a los chicos que a las chicas. Durante los primeros años, más o menos hasta los 9, la preferencia por el juego se mantiene en ambos sexos en niveles muy similares. Alrededor de esa edad, tanto chicos como chicas comienzan a demostrar menor interés por el juego digital, aunque en el caso de las chicas la preferencia cae de un modo mucho más rápido y acusado. Los chicos, por el contrario, mantienen mayoritariamente esta opción de ocio. Es cierto que al no tratarse de un es-

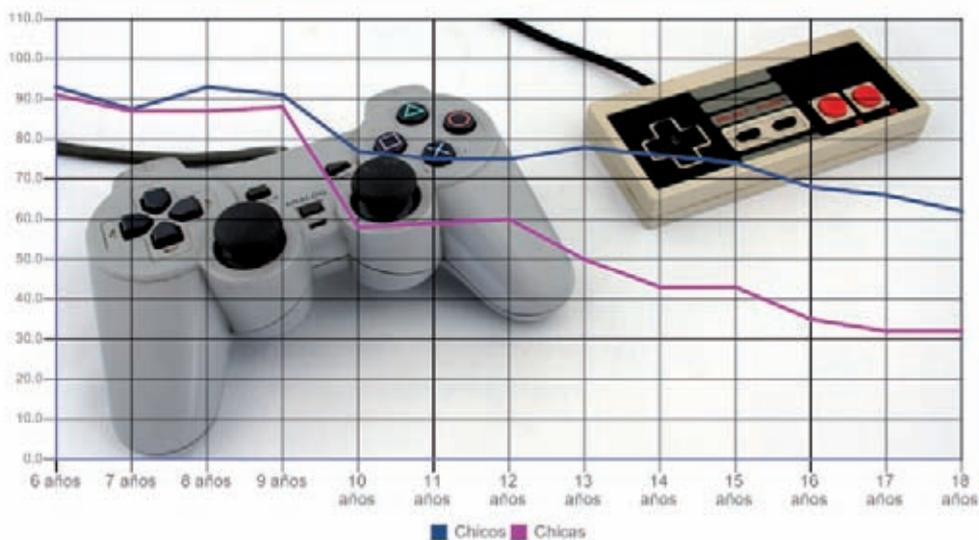
tudio longitudinal, existe la posibilidad de que los chicos y chicas que hoy a los 9 años tienen una preferencia muy elevada por los videojuegos mantengan esta misma afinidad conforme vayan creciendo.

Hay algunas diferencias en función de la zona geográfica de procedencia: en la zona Sur (Andalucía y Extremadura) comienzan con un alto porcentaje de usuarios, seguidos por los menores de la zona Centro (Madrid, Castilla y León y Castilla-La Mancha) y la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón). La zona Sur, sin embargo, arroja después el porcentaje más bajo al llegar a los 18 años.

La zona Noroeste (Galicia y Asturias) presenta la penetración de videojugadores de 18 años más baja: menos de uno de cada cuatro declaran jugar. Le siguen la zona Norte (País Vasco, Navarra, Cantabria y La Rioja) y la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia).

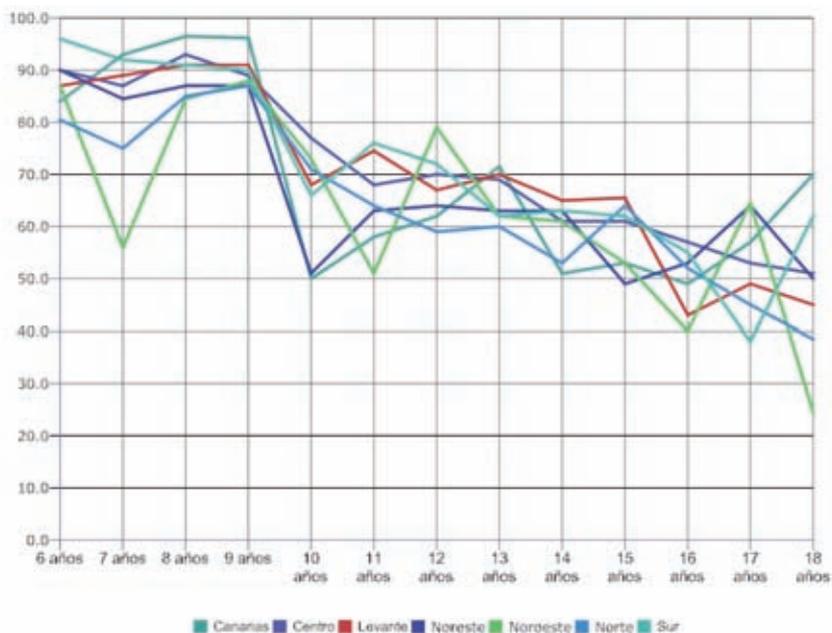
En Canarias a los 18 años sigue habiendo un alto número de menores videojugadores, casi diez puntos por encima de la media de este grupo de edad (61%).

Gráfico 5.4. JUGADORES DE VIDEOJUEGOS O JUEGOS DE ORDENADOR (POR EDAD Y SEXO)



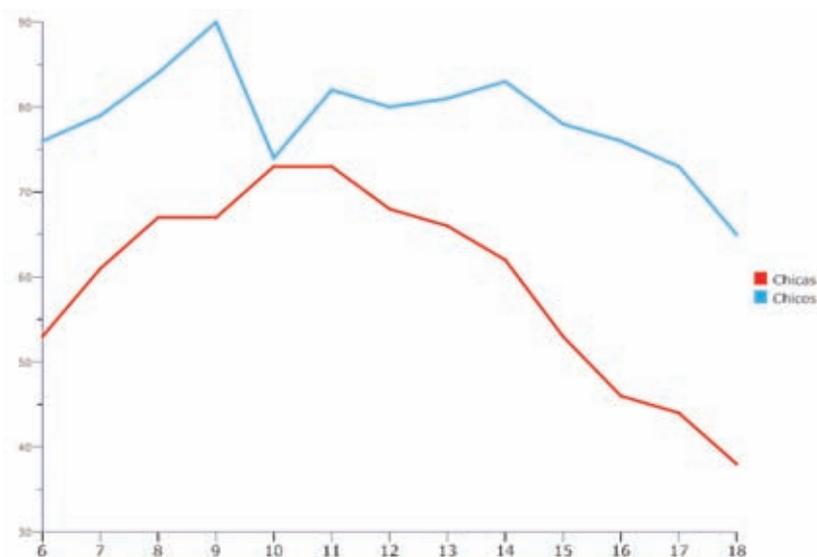
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 17: «¿Juegas con videojuegos o juegos de ordenador?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 70: «Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.5. VIDEOJUGADORES (POR EDAD Y ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 17: «¿Juegas con videojuegos o juegos de ordenador?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 70: «Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.6. VIDEOJUGADORES EN IBEROAMÉRICA (POR SEXO)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008.

En el caso de la Generación Interactiva en Iberoamérica los datos difieren sensiblemente: en el grupo de edad de 6 a 9 años, el 73% se declaró videojugador a través de alguna plataforma; el porcentaje entre los adolescentes de 10 a 18 años rondaba el 67%. Probablemente, por una diferencia de equipación específica, los niños españoles son más precoces que sus congéneres iberoamericanos a la hora de divertirse con estas nuevas pantallas.

5.1.2. Plataformas más populares: uso

A la pregunta «¿Con quién juegas?» se podía responder sin necesidad de tener el dispositivo: se puede jugar en casa de un amigo, por ejemplo. El aspecto social del juego, el poder jugar con otros, como se comentará más adelante, es muy importante para este grupo de edad. Disponer de una videoconsola propia para jugar es la situación más habitual. Sin embargo, hay un porcentaje de menores que se declaran videojugadores, pero que no disponen de un dispositivo propio: en este



caso utilizarán el de un amigo o un familiar. El 10% de los menores de 6 a 9 años y el 6% de los de 10 a 18 manifiesta no disponer de ninguna. El resto tiene al menos una de las que existen en el mercado, si bien es habitual, en caso de los usuarios de videojuegos, disponer de más de una.

La preferencia de los niños por los videojuegos se pone de manifiesto en que entre aquellos que son jugadores, el nivel de posesión propia es más elevado en el caso de los niños que entre las niñas (en la franja de edad de 6 a 9 años): mientras que el 10,5% de ellas no dispone de ninguna videoconsola, el porcentaje entre los chicos se queda en el 9%.

Por zona, en la Norte (País Vasco, Navarra, Cantabria y La Rioja) se encuentran los videojugadores que menos acceso tienen en propiedad a estas plataformas específicas (13,5%), mientras que en la zona Noroeste (Galicia y Asturias) tan sólo el 3% declara no tener ninguna.

La edad también es una variable importante en la posesión: en el caso de los adolescentes, 10-18 años, se amplía la cobertura y tan sólo el 6% de los que juegan declara no tener videoconsola propia (el 9% de chicas por el 4,5% de chicos). En este caso,

son los de la zona Noroeste los que menos tienen (11%), mientras que los mejor equipados son los de la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón).

5.1.3. Plataformas más populares: posesión

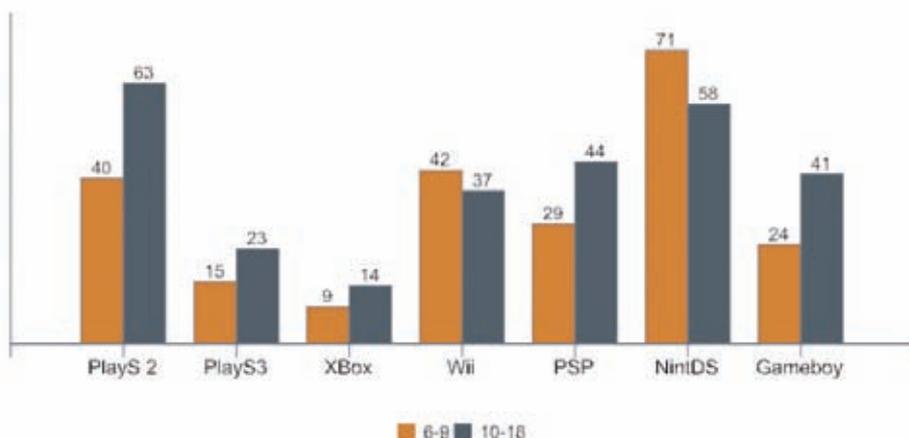
Optar por una u otra plataforma de juego no es una cuestión menor: cada dispositivo ofrece sus propias funcionalidades y también un catálogo de juegos que en algunos casos son exclusivos.

A la luz de los datos podemos distinguir preferencias entre los videojugadores por plataforma en función de la edad: mientras que los más pequeños (6-9) optan por la Wii y la Nintendo DS, los adolescentes que juegan prefieren la PlayStation 2, la Nintendo DS y la PSP.

Los mayores, por su parte, disponen de más dispositivos de juego que los pequeños, y la única plataforma que pierde adeptos entre los mayores es la Nintendo DS.

Las diferencias por sexo son muy interesantes: a la hora de elegir una consola, los chicos optan

Gráfico 5.7. POSESIÓN DE PLATAFORMAS DE JUEGO (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 19: «¿Y cuál de ellas tienes? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años, y n.º 71: «De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años

Tabla 5.1. POSESIÓN DE PLATAFORMAS DE JUEGO (POR EDAD Y SEXO)

	PlayS 2	PlayS3	XBox	Wii	PSP	NintDS	Gameboy
6-9	40	15	9	42	29	71	24
Niños	49	18	12	43	37	66	29
Niñas	30	12	6	40	20	76	18
10-18	63	23	14	37	44	58	41
Chicos	71	29,5	17	37	53,5	52	45,5
Chicas	49,5	12	7,5	36	26,5	67	34

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 19: «¿Y cuál de ellas tienes? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años, y n.º 71: «De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

por la PlayStation 2, de modo preferente de los 10 a los 18 años, mientras que las chicas optan por la Wii de los 6 a los 9, y por la PlayStation 2 de los 10 a los 18.

En el caso de las portátiles, la Nintendo DS se presenta como la videoconsola femenina por antonomasia, mientras que los chicos optan por la PSP. La Gameboy, aunque menos elegida, es también un dispositivo más masculino que femenino.

Si se cruza la variable «poseer» con «usar para jugar» hay algunas diferencias en función de la edad. Lo primero que llama la atención, aunque es coherente con todo lo que se ha visto hasta ahora, es que los menores juegan más, y que tener la plataforma les hace más fieles a ella. Probablemente pueda guardar alguna relación con el *efecto novedad*: para los más pequeños disponer de una videoconsola será algo más reciente que para los mayores.

Respecto a qué guardan fidelidad, entre los más pequeños las plataformas de Nintendo, la DS y la Wii, son las que más fidelidad generan. Los adolescentes entre 10 y 18 años siguen optando más por la Wii, seguida de dos portátiles, PSP y DS, y de la PlayStation 3. Por el contrario, la Gameboy es la más prescindible de todas, especialmente entre los mayores.

En lo referente a la posesión de más de una consola, los datos son sobre los que juegan y, por tanto, no se pueden extrapolar al total de la población, pero es interesante apuntarlos: entre los

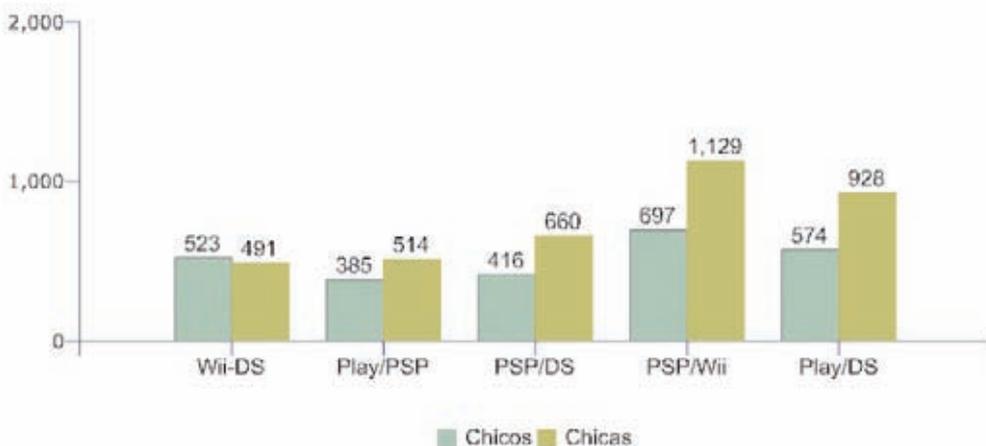
Tabla 5.2. «TENGO LA PLATAFORMA Y LA USO PARA JUGAR» (POR EDAD)

	6-9	10-18
PlayStation 2	87%	82,5%
PlayStation 3	84%	90%
XBox 360	83%	85%
Nintendo Wii	92%	93%
PSP	84%	91%
Nintendo DS	94%	91%
Gameboy	79%	61%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 18: «¿Con qué aparatos juegas? (Es posible más de una respuesta)»; n.º 19: «¿Y cuál de ellas tienes? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años, y n.º 71: «De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas (Es posible más de una respuesta)», y de la n.º 72 a la n.º 84: «¿Juegas con...? N = 3.482 (PS2); N = 1.705 (PS3); N = 1.028 (XBox 360); N = 2.681 (Nintendo Wii); N = 2.731 (PSP); N = 3.509 (Nintendo DS), y N = 1.957 (Gameboy) escolares de 10 a 18 años.



Gráfico 5.8. POSESIÓN DE DÚOS DE VIDEOCONSOLAS (6-9 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 19: «¿Y cuál de ellas tienes? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años. En valores absolutos.

niños de 6 a 9 años parece que hay parejas más probables, como tener una Wii y una Nintendo DS o una PSP y una Wii. En estos casos, los chicos parecen más propensos a jugar con varios dispositivos, mientras que ellos pueden tener más claro con cuál prefieren jugar.

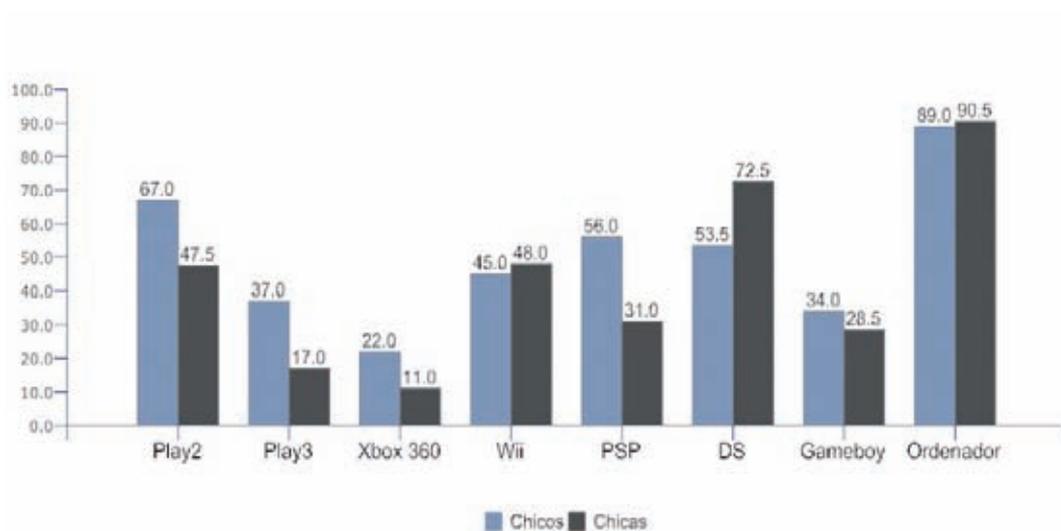
Entre los videojugadores que no poseen una plataforma propia y que, por tanto, utilizan los dispositivos de amigos y familiares si quieren acceder a un dispositivo específico de juego, el ordenador emerge como el principal modo de «videojugar», en el 90% de los casos. Le siguen la Nintendo DS (60%), la PlayStation 2 (60%), la PSP (47%) y la Wii (46%).

En este punto son interesantes los datos por sexo: los chicos que no poseen una videoconsola tienden a jugar más que las chicas. Éstas, por el contrario, no se sienten atraídas por una plataforma que no poseen, con dos excepciones: la Nintendo DS, pues el 72,5% de chicas declaran jugar con ella sin tenerla, y la Wii, con el 48% de jugadoras.

La Xbox 360 y la Gameboy generan menos interés en los no poseedores que el resto de consolas. Tiene sentido que el ordenador sea aquí el principal sustituto de las plataformas específicas de juego, porque éste sí tiene un alto grado de penetración en los hogares, como se ha visto antes.

La variable edad es también relevante en este caso y parece indicar que conforme se acercan a la edad adulta, los chicos y las chicas de este grupo de jugadores no propietarios dejan de jugar con aquellas plataformas que no poseen. En el caso de las chicas es especialmente relevante el caso de la Nintendo DS: a los 11 años el 91% de ellas juega, mientras que a los 17 años el porcentaje se reduce a la mitad: el 44,5%. Por el contrario, la PlayStation ejerce el efecto contrario entre los chicos: a los 18 años, el 46% declara jugar con ella aunque no la tenga, diez puntos por encima de la media. Los motivos que expliquen este fenómeno pueden ser diversos: o bien hay plataformas más asociadas a

Gráfico 5.9. PLATAFORMAS DE JUEGO DE LOS NO PROPIETARIOS DE VIDEOCONSOLAS (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas de la n.º 72 a la n.º 84: «¿Juegas con...? N = 3.482 (PS2); N = 1.705 (PS3); N = 1.028 (XBox 360); N = 2.681 (Nintendo Wii); N = 2.731 (PSP); N = 3.509 (Nintendo DS), y N = 1.957 (Gameboy) escolares de 10 a 18 años.

edades concretas, más infantiles, como la DS, o más adultas, como la Play 3. También puede deberse a que los tipos de juegos son más individuales y, por tanto, convierte a la plataforma en menos «prestable».

Las diferencias por regiones son leves: en la zona Centro (Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha), la PlayStation 2 es la más popular entre

los no propietarios, al igual que la zona Norte (País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja). La DS es la más «prestable» en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón), en la zona Sur (Andalucía y Extremadura), en la zona Noroeste (Galicia y Asturias) y en Canarias. En la zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia) hay un empate entre la Play2 y la DS.

Tabla 5.3. PLATAFORMAS DE JUEGO DE LOS NO PROPIETARIOS DE VIDEOCONSOLAS (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Play2	Play3	Xbox 360	Wii	PSP	DS	Gameboy	Ordenador
Canarias	64	41	21	55	53	65	37	90
Centro	62	31	18	47	50,5	57	33	89
Levante	55	25	17	41	38	55	28	88
Noreste	62	31	17	52	47	65	34	91
Noroeste	57	30	12	43	43	58	35	92
Norte	60	27	15	44	47	58	31	91
Sur	60	28	20	47	48	66	31	89

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas de la n.º 72 a la n.º 84: «¿Juegas con...? N = 3.482 (PS2); N = 1.705 (PS3); N = 1.028 (XBox 360); N = 2.681 (Nintendo Wii); N = 2.731 (PSP); N = 3.509 (Nintendo DS), y N = 1.957 (Gameboy) escolares de 10 a 18 años.

5.1.4. Tipos de juego

Poseer una videoconsola requiere, en la mayor parte de los casos, de disponer de juegos para poder disfrutarla. En muchos casos, la elección de uno u otro dispositivo marca el tipo de juegos, ya que la exclusividad de los catálogos es un valor añadido a la plataforma.

Para conocer los juegos más utilizados por los usuarios, se ha utilizado la lista proporcionada por la web www.cinetic.cc sobre los títulos más vendidos por plataforma en el año 2008.

A la información sobre cuáles son los más populares entre los jóvenes en función de la plataforma se ha añadido en las tablas la calificación PEGI⁴ proporcionada para cada juego.

Puede apreciarse que, en términos generales, los juegos deportivos, y específicamente de fútbol, son los más apreciados por los menores. *ProEvolution Soccer*, *Fifa*, etcétera son muy populares sobre todas las plataformas. En estos casos, la clasificación por edad no supone un problema, ya que están aconsejados para todas las edades.

Hay otro grupo de juegos de acción y combate, como el *Grand Theft Auto*, el *WWE Smackdown*, el *God of War II Platinum*, en algunos casos con mucha popularidad y que, a su vez, aconsejan tener al menos 18 años para disfrutar de ellos.

Existen dos familias de juegos, los *Pokémon* y los *Mario Bros*, que siguen teniendo muchos adeptos entre los usuarios de varias plataformas.

En algunos casos, las propias plataformas determinan juegos de carácter más familiar, como sucede con la Wii y la DS. En ambos casos, la edad de los juegos supera, cuando más, los 12 años, aunque habitualmente se dirigen a todo tipo de público.

Se puede apreciar como en el caso de todas las plataformas, el empuje comercial que eleva a los juegos a las listas de los más vendidos, tiene una repercusión variable en función de la plataforma: hay juegos que son muy reconocidos por los menores, pero otros que no suscitan su atención.

Tabla 5.4. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE PLAYSTATION 2 (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
ProEvolution Soccer 2008	46	+3
Grand Theft Auto: San Andreas Platinum	43	+18
Fifa 08	42	+3
Need of Speed: pro street	38	+3
Pro Evolution Soccer 2009	37	+3
Los Simpson: el videojuego	37	+12
Fifa 09	34	+3
WWE Smackdown! Vs. Raw 2008	34	+16
Singstar: canciones Disney	22	+3
God of War II Platinum	21	+18
Ninguno de estos	13	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 73: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.482 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.5. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE PLAYSTATION 3 (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
ProEvolution Soccer 2009	49%	+3
Call of Duty: Modern Warfare	40%	+16
Beijing 2008: juegos olímpicos	20%	+3
Fifa 09	45%	+3
Assasins Creed	35%	+18
Grand Turismo 5 prologue	30%	+3
Principe of Persia	24%	+12
Metal gear solid 4: guns of the patriots	25%	+18
Pro Evolution Soccer 2008	29%	+3
Grand Theft Auto IV	44%	+18
Fifa 08	25%	+3
Ninguno	16%	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 75: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.705 escolares de 10 a 18 años.

⁴ La Pan European Game Information es un sistema de clasificación por edades que pretende ayudar a los padres a tomar decisiones informadas a la hora de adquirir videojuegos

Tabla 5.6. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE XBOX 360 (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
Grand Theft Auto IV	44,5	+18
Gears of War Classics	36	+18
Halo 3	45	+16
Pro Evolution Soccer 2009	46	+3
Fifa 08	37	+3
Call of Duty: modern warfare	38,5	+16
Lost Odyssey	14	+16
Soul Calibur IV	20,5	+16
Ninja Garden II	26	+18
Ninguno	16	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 77: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.028 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.7. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE NINTENDO WII (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
Wii Play	59	+3
Mario Kart	57	+3
Wii Fit	38	+3
Super Mario Galaxy	38	+3
Super Smash bros brawl	29	+12
Mario Sonic en los JJOO	32,5	+3
Big Brain Academy	23	+3
Triiivial	21	+3
Link	13	+12
Mario Party 8	32	+3
Ninguno	13	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 79: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 2.681 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.8. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE PSP (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
Pro Evolution Soccer 2008	44	+3
Fifa 08	39	+3
Grand Theft Auto: Vice City Stories	44	+18
Tekken: Dark Resurrection Platinum	31	+16
WWE Smackdown! Vs Raw 2008	32	+16
Final Fantasy VII: Crisis Core	23	+16
Fifa 09	40	+3
Los Simpson. El videojuego	33	+12
God of War: Chains of Olympus	28	+18
Buzz! Concurso de bolsillo	32,50	+10
Ninguno	14,50	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 73: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 2.731 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.9. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE NINTENDO DS (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
New Super Mario Bros	60,5	+3
Cocina conmigo	36	+3
Magia en acción	22	+3
42 juegos de siempre	37,5	+12
Brain Training del Dr. Kawashima	55	+3
Mario y Sonic en los JJOO	43	+3
Mario Kart DS	64	+3
Más Brain Training	45	+3
Guitar Hero: on Tour	20	+3
Imagina ser mamá	27	+3
Ninguno	10	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 83: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.509 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.10. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE GAMEBOY (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
Super Mario Bros	56	+3
Boktai: The Sun is in your hand	8	+3
Pokemon Yellow	48	+3
Final Fantasy Tactics Advance	18	+3
Legend of Zelda: DX	24,5	+3
Mario Tennis	25	+3
Dragon Ball Z	26	+3
Asterix y Obelix	19	+7
Los Sims toman la calle	22	+16
Pokémon Esmeralda	51	+3
Ninguno	13	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 85: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.957 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.11. POSESIÓN DE VIDEOJUEGOS DE ORDENADOR (10-18 AÑOS)

	% de popularidad	PEGI
Los Sims 2 y sus hobbies	28	+12
Los Sims megadeluxe	22,5	+12
World of Warcraft	17	+12
World of Warcraft. The Burning Crusade	14	+12
Los Sims: cocina y baño. Accesorios	17	+12
Call of Duty: Modern Warfare	18	+16
Activa tu mente	7	
Sacred 2: Fallen Angel	10	+16
Brain Trainer 2	11	+3
World of Warcraft- Battle Chest	11	+12
Ninguno	42	

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 87: «¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.220 escolares de 10 a 18 años.

5.2. Compañía frente al juego digital

Al igual que el resto de pantallas estudiadas, una cuestión muy relevante en el caso de los videojuegos es su dimensión como experiencia social. En este sentido, el cuestionario interroga sobre con quién suelen compartir los momentos de uso de los videojuegos.

En el caso de los más pequeños, más de dos tercios (65%) se reconocen en situaciones de juego individual sin que existan diferencias por sexo. Por otro lado, los momentos de ocio compartido definen a los iguales como principales acompañantes: los hermanos –seguramente más mayores– constituyen el principal grupo de jugadores acompañantes, seguidos de los amigos. Por último, la experiencia de uso de los videojuegos como un momento familiar compartido con el padre o con la madre es reconocida por tres de cada diez menores.

Los matices en función del sexo al tipo de compañía en el uso de videojuegos pueden verse en el gráfico 5.10. Como hemos dicho, el juego indivi-

dual es una característica que se muestra paritaria. Sin embargo, la dimensión social del videojuego entre las chicas suele convertirse en juego con los hermanos, mientras que en el caso de los amigos, encontramos de nuevo paridad. Por otro lado, la madre suele acompañar con más frecuencia a las chicas y en el caso de los chicos es ligeramente superior la compañía del padre.

A la luz de estos resultados podemos concluir que entre los 6 y los 9 años jugar con videojuegos supone una experiencia individual que se combina con momentos compartidos con iguales y, en menor medida, con los progenitores. Entre los chicos existe un ligero aumento de la intensidad en el uso de esta pantalla y un menor grado de juego compartido. Las chicas juegan menos y lo hacen de forma más social.

En comparación con el grupo de menores de edad similar residente en Iberoamérica, podemos definir a la Generación Interactiva española como más solitaria en el uso de videojuegos, al tiempo que combina esta pauta con una mayor



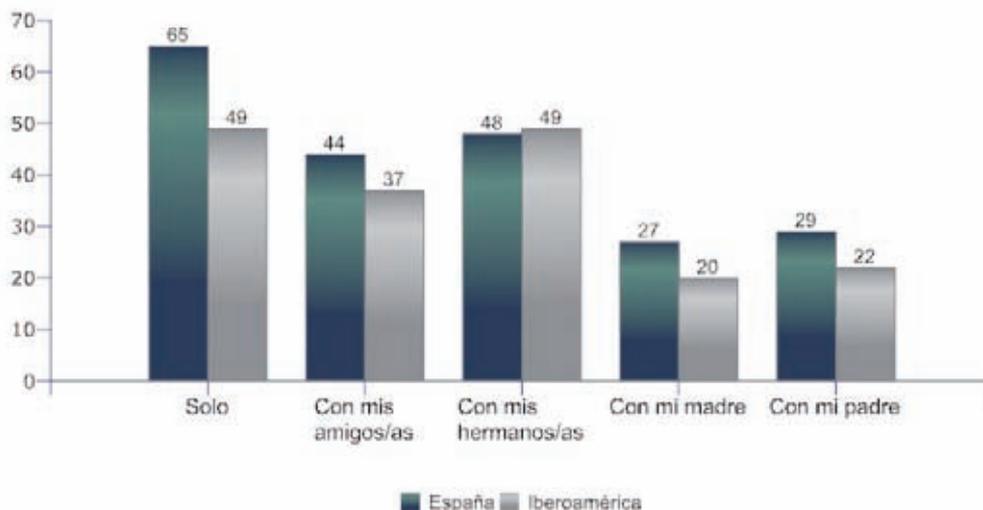
intensidad del juego colectivo cuando esto es posible. Como puede verse en el gráfico, jugar con amigos adquiere mayor intensidad y algo similar ocurre en el caso de los progenitores.

Gráfico 5.10. COMPAÑÍA EN EL JUEGO (6-9 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 20: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 5.11. COMPAÑÍA EN EL JUEGO(6-9AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)

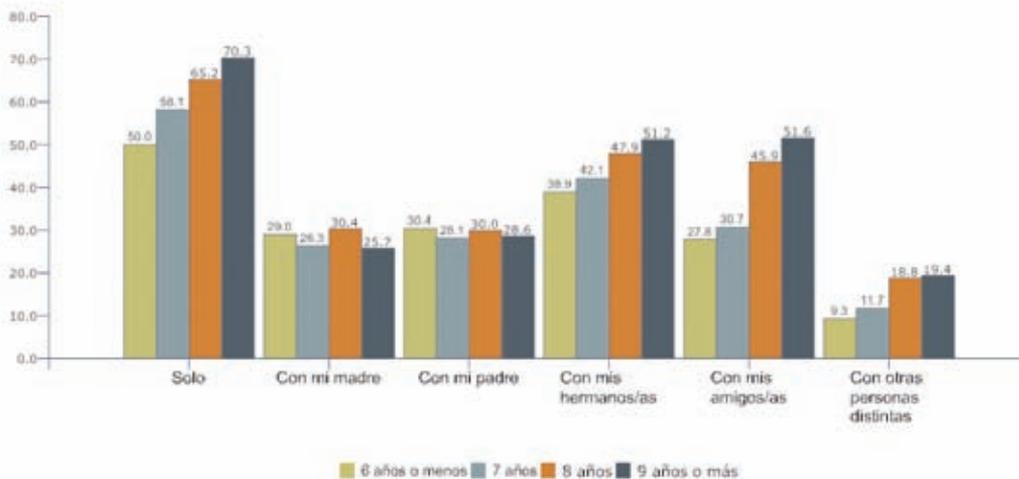


Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008; Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 20: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años.

El tipo de compañía en el juego muestra algunas pautas cambiantes en función de la edad. El juego en solitario tiende a crecer según lo hacen

los precoces jugadores, al tiempo que también lo hace la presencia de hermanos o amigos como acompañantes en los momentos de ocio digital.

Gráfico 5.12. COMPAÑÍA EN EL JUEGO (6-9 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 20: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años.

Tabla 5.12. COMPAÑÍA EN EL JUEGO (6-9 AÑOS, POR ZONA)

	Solo	Con mi madre	Con mi padre	Con mis hermanos/as	Con mis amigos/as	Con otras personas distintas
Canarias	71,4	32,2	33,7	47,4	48,7	22,1
Centro	64,1	28,3	31,9	49,5	43,2	15,7
Levante	60,8	23,8	27,4	49,8	43,6	20,5
Noreste	70,9	30,1	36,3	45,6	49,6	18,6
Noroeste	64,6	21,8	23,7	53,9	54,4	15,3
Norte	74,1	30	28,5	53,3	49,1	20,8
Sur	58,7	25,7	23,9	42,4	36,1	11,9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 20: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años.

La tabla 5.12 nos indica los resultados por zona a la pregunta «¿con quién sueles jugar?». La Generación Interactiva en el País Vasco, Navarra, Cantabria y La Rioja –zona Norte– se muestra como la más solitaria en el uso de los videojuegos; los menores canarios son los que más juegan con su madre y, en el caso del padre, dicha compañía alcanza su valor máximo en Cataluña, Aragón y Baleares. Algo más de la mitad de las zonas Norte y Noroeste suelen jugar con sus hermanos, y también es en el Noroeste donde se alcanza el valor máximo para la opción «juego con mis amigos/as».

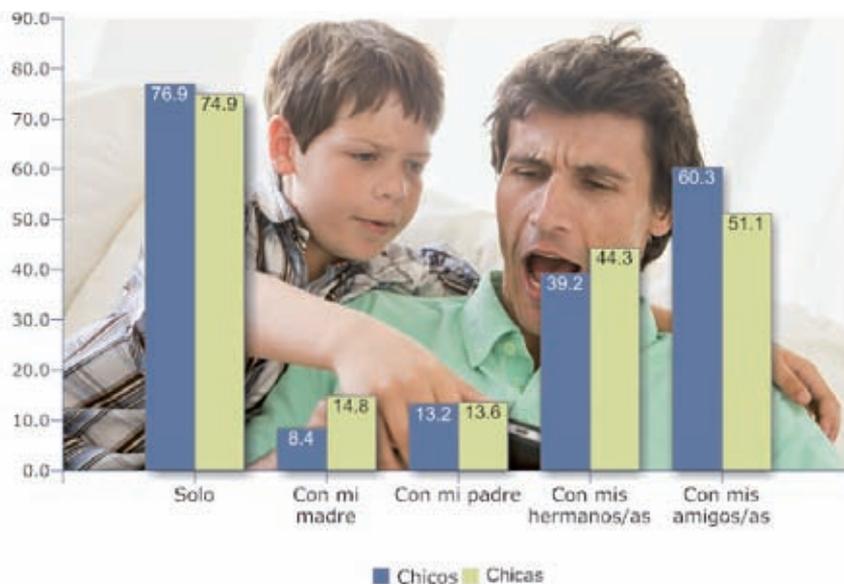
A partir de los 10 años, se producen algunos cambios en el uso de videojuegos como actividad individual y social. En primer lugar, el juego solitario adquiere una fuerza mayor y adquiere una ligera tendencia masculina. Como experiencia social, crece el protagonismo de los iguales –hermanos y amigos– y disminuye el recurso a los progenitores. Los chicos se muestran más dispuestos a compartir momentos de ocio con amigos; las chicas se apoyan más en sus hermanos. Por último, los progenitores pierden opciones y casi el 90% no los tiene como compañeros habituales en el uso de los videojuegos. En definitiva, sobre estas edades se consolida el juego individual de forma creciente, aumenta la posibilidad de juego compartido con iguales –ya sean amigos o hermanos– y los progenitores van perdiendo

protagonismo según sus hijos avanzan hacia la adolescencia.

Una vez más, la comparación con países como Argentina, Chile, Colombia, Brasil, Perú, Venezuela y México permite ver algunas diferencias. En el caso del menor español videojugador, se da una mayor intensidad en todas las posibilidades ofrecidas por la encuesta en el ámbito de compañía de juego. Así, es una generación más solitaria y también más social en el caso de hermanos y amigos. El punto de coincidencia quizá se encuentre en los progenitores, con valores similares en ambos colectivos –gráfico 5.15–.



Gráfico 5.13. COMPAÑÍA EN EL JUEGO (10-18 AÑOS, POR SEXO)



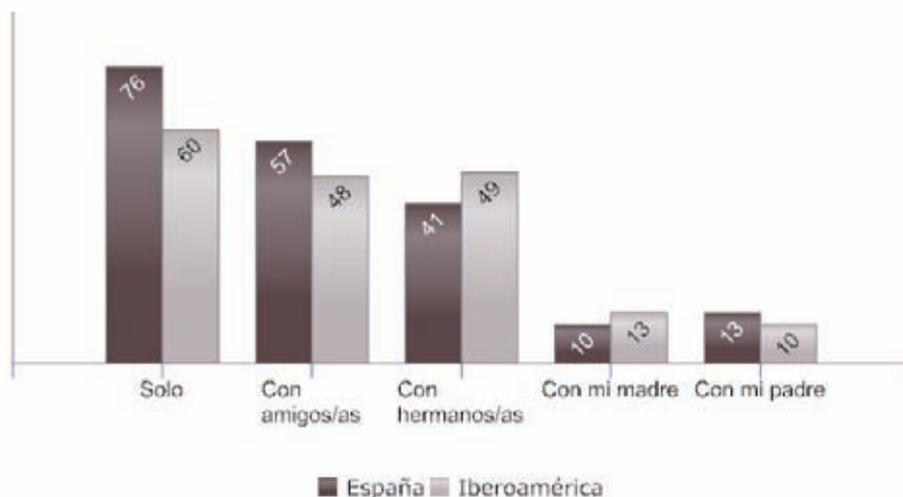
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 92: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.14. EVOLUCIÓN DEL JUEGO INDIVIDUAL, SOCIAL Y FAMILIAR (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 20: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.051 escolares de 6 a 9 años, y n.º 92: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.15. COMPAÑÍA EN EL JUEGO (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 92: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.13. COMPAÑÍA EN EL JUEGO (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Solo	Con mi madre	Con mi padre	Con mis hermanos/as	Con mis amigos/as
Canarias	72,2	12,2	12,4	42,4	59,8
Centro	77,3	10,1	14,2	43	58,8
Levante	74,6	7,7	8,1	37,4	55,7
Noreste	79,3	10,3	16,2	41	56,5
Noroeste	75,9	7,2	8,4	31,9	53,8
Norte	75,3	10,2	13,3	42,3	58,8
Sur	75,7	14,1	15,8	42,6	55,3

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 92: «¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

La citada evolución también tiene su reflejo en los resultados obtenidos según las diversas zonas estudiadas. La incidencia del juego individual se agudiza en el Noreste y la zona Centro. Por último, los videojuegos como experiencia compartida es una característica peculiar también en el Centro –vía hermanos– y Canarias, zona con el valor más elevado en la opción «amigos».





5.3. Tiempo de juego

Jugar a videojuegos constituye una actividad de ocio preferente entre los menores. Este apartado analizará esta cuestión entendida desde el tiempo dedicado a jugar entre semana y los fines de semana.

De lunes a viernes tan sólo el 15% de la Generación Interactiva declara no utilizar en ningún mo-

mento videojuegos, bien sea con el ordenador o la videoconsola. Más de una tercera parte declara una dedicación diaria inferior a una hora; superando ese límite se encuentra el 23% con un consumo de entre una y dos horas, y el grupo de «heavy users» lo configura el 17% con más de dos horas de dedicación. Por último, casi uno de cada diez se declara incapaz a la hora de cuantificar este dato.

Gráfico 5.16. TIEMPO DIARIO DE JUEGO (ENTRE SEMANA FRENTE A FIN DE SEMANA)



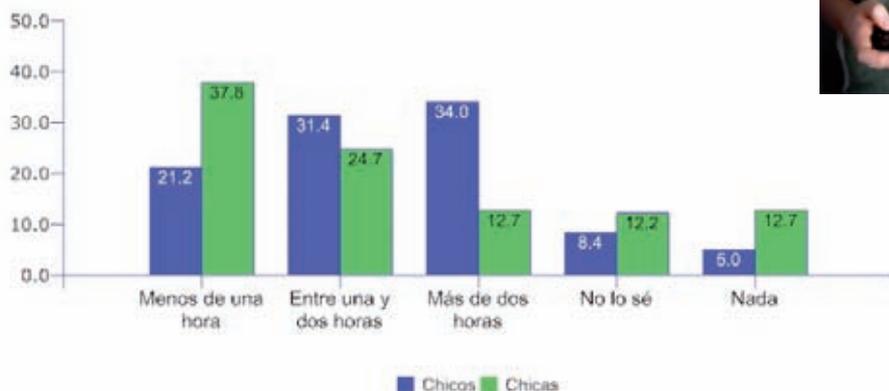
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 88: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?», y n.º 89: «El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.17. TIEMPO DE JUEGO DIARIO ENTRE SEMANA (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 88: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.18. TIEMPO DE JUEGO DIARIO EL FIN DE SEMANA (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 89: «El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

El fin de semana, disminuye el dato de menores que no juegan o juegan menos de una hora y aumentan los casos de consumo medio, definido en el intervalo de «entre una y dos horas» y se produce un crecimiento muy significativo de «heavy users» con consumos diarios superiores a las dos horas.

Chicos y chicas se comportan de forma desigual en el momento de invertir tiempo personal

en el ocio digital. Como ejemplo, podemos tomar los datos referidos al tiempo de uso entre semana en función del sexo de los jugadores: definitivamente, las chicas no juegan o juegan menos tiempo, mientras que los chicos predominan de forma muy significativa cuando el consumo cruza la frontera de los sesenta minutos diarios de dedicación.



Por edad y en los días laborables, los niños más pequeños suelen jugar con más frecuencia menos de una hora y el consumo moderado es más frecuente entre los de 15 y 16 años. También aparecen ciertas diferencias si se considera esta variable en función del sexo, pues son las chicas las que, por lo general, invierten menos tiempo en jugar en todos los intervalos propuestos. Dicho de otro modo, el crecimiento en edad de las féminas significa un abandono de los grupos de consumo elevado a favor de la opción «menos de una hora» o «nunca».

Por zona, en referencia al tiempo invertido en videojuegos, podemos trazar los siguientes perfiles:

Canarias. En días laborables, destaca por obtener el valor más bajo en la opción de consumo ligero, por debajo de una hora diaria de dedicación. Durante el fin de semana este grupo crece hasta situarse en la media, decrece el grupo con una dedicación moderada y aumentan los «heavy users».

Centro. Entre semana se identifica con los valores medios: seis de cada diez dedican no más de dos horas y el 17% supera esa barrera; el resto no juega o no es capaz de calcular el tiempo invertido. El fin de semana disminuyen los casos en los que no se utilizan los videojuegos o una utilización inferior a los sesenta minutos diarios. Aumenta, frente a la media global, el grupo con un consumo entre una y dos horas.

Levante. Considerando los días de la semana laborables, los menores de esta zona se sitúan sobre la media. El fin de semana decae el consumo y, en consecuencia, aumenta ligeramente el grupo que dedica menos de una hora a los videojuegos.

Noreste. Los menores de Cataluña y Baleares obtienen durante los días laborables valores por encima de la media en las opciones de consumo moderado e intenso. Durante el fin de semana, el tiempo de dedicación se intensifica y aumenta el grupo de «heavy users».

Noroeste. Alcanza el valor máximo frente a todas las zonas estudiadas en la opción «de lunes a viernes, juego entre una y dos horas diarias, o más de dos horas». Sin embargo, el sábado y el domingo el consumo se polariza. Crece el grupo de «heavy users» al tiempo que también lo hace el de jugadores «ligeros».

Norte. Se define por una dedicación durante los días laborables que se identifica con la media nacional en todos los intervalos. Durante el fin de semana se produce un aumento de la dedicación a los videojuegos en el caso «juego entre una y dos horas».

Sur. De lunes a viernes, se sitúa por encima de la media el grupo de jugadores con más de dos horas de dedicación y también los que menos juegan. El sábado y el domingo, sin embargo, se suavizan los valores para aquellos que juegan más de dos horas diarias.

Tabla 5.14. TIEMPO DE USO DE VIDEOJUEGOS ENTRE SEMANA (POR ZONA)

	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	No lo sé	Nada
Canarias	32,1	24,1	21,3	11,2	11,3
Centro	36	22,6	14	10,1	17,3
Levante	36,1	23	16,3	8,3	16,3
Noreste	33,3	26	16	8,8	15,9
Noroeste	34,3	25,3	25,5	6,6	8,3
Norte	36,8	23	16,4	8,1	15,6
Sur	38	21,7	17,3	8	15,1

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 88: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.15. TIEMPO DE USO DE VIDEOJUEGOS EN FIN DE SEMANA (POR ZONA)

	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	No lo sé	Nada
Canarias	27,4	23,8	29	10,9	8,8
Centro	25,5	31,1	25,5	9,5	8,5
Levante	29,6	24,8	24,7	12,1	8,7
Noreste	24,6	30,7	29,6	9,2	5,9
Noroeste	30,3	25,5	27,6	9,7	6,8
Norte	25,5	33,1	26,2	8	7,2
Sur	28,8	27,8	25,8	9,7	7,9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 8g: «El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

5.4. El fenómeno del «pirateo»

La descripción realizada hasta aquí nos define a la Generación Interactiva como un grupo situado en vanguardia de uso y aprovechamiento de «nuevas y viejas» pantallas. Lógicamente, los menores interactivos son un grupo heterogéneo y, en sí mismo, contiene otros subgrupos con mayor o menor grado en el conocimiento y uso de los medios de comunicación y las tecnologías. Asimismo, hemos destacado como tendencias presentes y de futuro el aprovechamiento multifuncional de medios, contenidos y soportes en sus muy variadas manifestaciones: descarga de vídeos, fotos y *software*, capacidad para generar contenidos propios, etcétera. Dicha capacidad, combinada con el fuerte componente de relación social y búsqueda de ocio en el uso de las pantallas, explica que el 61% de los videojugadores reconozca tener juegos no originales y, dentro de este colectivo, que el 27% declare que casi todos sus juegos tienen esa procedencia.

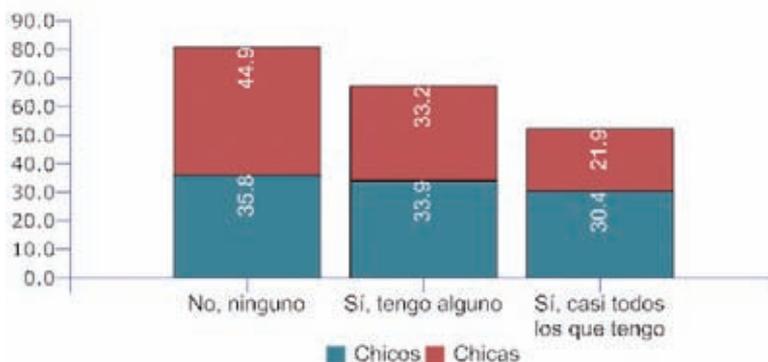
En términos generales, a partir de los 11 años aumenta la frecuencia en la posesión de copias de juegos no originales, situándose en dos de cada tres menores; a partir de 13 años la cifra tiende a aumentar hasta casi alcanzar el 75% en menores de más de 17 años. En función del sexo, la preferencia hacia la copia es más frecuente entre los



chicos, sobre todo en el caso más agudo recogido bajo la posibilidad «casi todos mis videojuegos son pirateados».

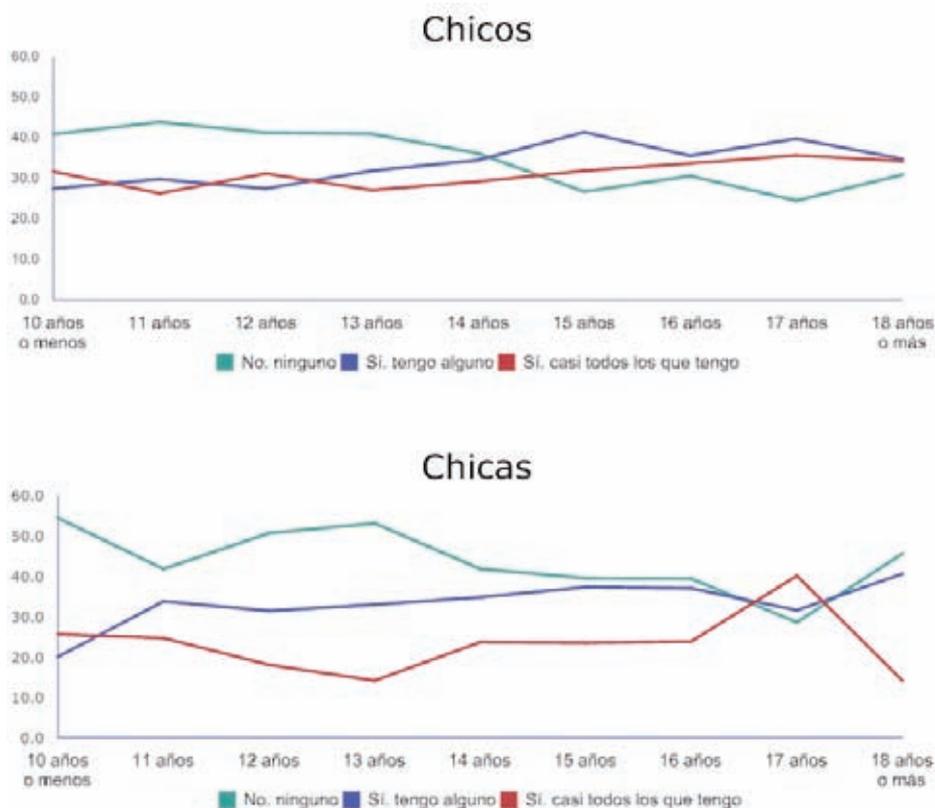
Frente a la misma cuestión ya investigada en Iberoamérica, el videojugador español se define por ser más proclive a obtener copias ilegales de sus juegos: tal como puede verse en el gráfico 5.21, hay casi diez puntos de diferencia entre España e Iberoamérica en el caso de que todos los títulos sean originales y el asunto es similar en el polo opuesto.

Gráfico 5.19. POSESIÓN DE JUEGOS PIRATEADOS (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 90: «¿Tienes juegos pirateados?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.20. POSESIÓN DE JUEGOS PIRATEADOS (10-18 AÑOS, POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 90: «¿Tienes juegos pirateados?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.21. POSESIÓN DE JUEGOS PIRATEADOS (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008; Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 90: «¿Tienes juegos pirateados?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Como puede verse en la tabla 5.16, el Noreste, Canarias y el Noroeste destacan por la preferencia de los menores hacia juegos originales. El término medio lo ocupa la Generación Interactiva de las zonas de Levante, Norte y, en menor medida, Centro. Con clara tendencia hacia el juego no original aparecen los valores para Extremadura y Andalucía: esta zona obtiene en la opción «sí, casi todos» los resultados más elevados, cercanos al 34%.

Las fuentes de procedencia de copias ilegales pueden ser muy variadas. En nuestro caso, se ha interrogado sobre ellas y se ha reducido la posibilidad a tres variantes: el espacio digital de Internet, la interacción social con sus iguales y el comercio tradicional. Según los resultados obtenidos, Internet constituye el principal medio pa-

ra la obtención de copias no originales: así lo afirman el 73% de jugadores que aseguran poseer alguna copia pirata de videojuegos; como segunda opción aparece el recurrir a los amigos, algo frecuente en casi la mitad de los casos. Por último, es menos habitual la compra de estos productos en alguna tienda o en la propia calle (12%).

Con relación al sexo, no existe diferencia alguna entre chicos y chicas en cuanto a la fuente de copias no originales. Según la edad, la preferencia por Internet como herramienta para este tipo de conductas es algo más frecuente a los 12 años y siguientes. En el caso de los amigos, existe una correlación más clara entre esta variable y la posesión de copias ilegales, mientras que su

Tabla 5.16. POSESIÓN DE JUEGOS PIRATEADOS (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	No, ninguno	Sí, tengo alguno	Sí, casi todos los que tengo
Canarias	48,1	31,8	20
Centro	37,3	34,4	28,3
Levante	39,8	32,8	27,5
Noreste	45,2	35,6	19,2
Noroeste	44,3	33	22,7
Norte	39,9	34,2	25,9
Sur	34,2	32,6	33,2

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 90: «¿Tienes juegos pirateados?» N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.



adquisición en tiendas o en la calle es más frecuente en los jugadores más precoces (gráfico 5.23).

Por último, en el caso de las diversas zonas estudiadas, se da una mayor utilización de las descargas vía Internet de copias ilegales en el Noreste y Canarias –casi ocho de cada diez afirman

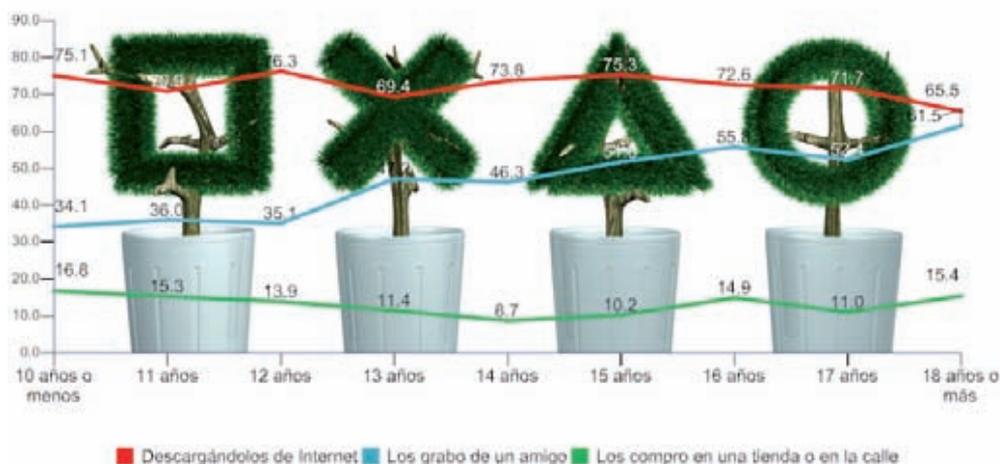
este comportamiento–; los amigos constituyen una fuente importante para casi la mitad de los menores propietarios de copias ilegales en el Norte y Centro, al tiempo que en esta última zona existe también una mayor preferencia frente a la media por la compra en tiendas o en la calle (tabla 5.17).

Gráfico 5.22. FUENTES DE OBTENCIÓN DE VIDEOJUEGOS NO ORIGINALES (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 91: «¿Cómo los consigues? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.542 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.23. FUENTES DE OBTENCIÓN DE VIDEOJUEGOS NO ORIGINALES (10-18 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 91: «¿Cómo los consigues? (Es posible más de una respuesta)». N = 3,542 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.17. FUENTES DE OBTENCIÓN DE VIDEOJUEGOS NO ORIGINALES (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Descargándolos de Internet	Los grabo de un amigo	Los compro en una tienda o en la calle
Canarias	78,4	38,9	14,2
Centro	73,7	47,8	15
Levante	74,4	46,3	9,6
Noreste	77,9	39,5	7
Noroeste	66,7	45,1	13,5
Norte	70,8	47,1	13,8
Sur	71,3	46,8	12

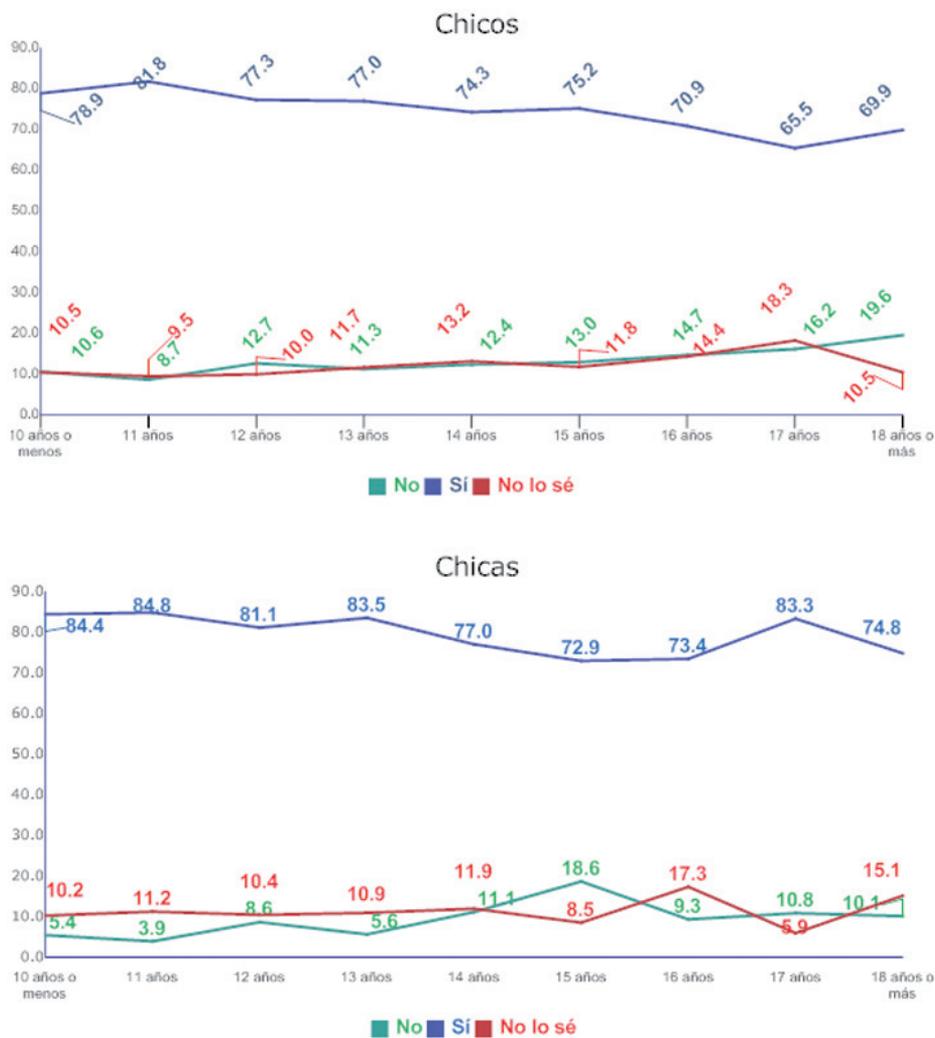
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 91: «¿Cómo los consigues? (Es posible más de una respuesta)». N = 3,542 escolares de 10 a 18 años.

5.5. Mediación familiar

Cualquier actividad realizada por los menores en sus hogares suele estar guiada por unas normas o unos criterios, más o menos explícitos, establecidos por sus progenitores. De forma radical, incluso la ausencia de dichos parámetros indica ya la existencia de una determinada posición educativa de los padres hacia las acciones de sus hijos.

En el caso de los videojuegos, varias preguntas del cuestionario *Generaciones Interactivas* en España exploran la existencia de esa referencia educativa. En primer lugar, se trata de averiguar el grado de conocimiento de los padres sobre el tipo de juegos preferidos por sus hijos; en segundo, se dibujan las consecuencias de la actividad lúdica de los pequeños en forma de discusiones o conflictos familiares, y, por último, se describe la posibilidad de que el acceso a los videojuegos pueda

Gráfico 5.24. CONOCIMIENTO POR PARTE DE LOS PADRES DE LOS DE LOS VIDEOJUEGOS QUE USAN LOS ESCOLARES (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 96: «¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

convertirse en un premio o un castigo por parte de los padres.

El grado de conocimiento de los progenitores sobre los videojuegos que utilizan los menores puede verse en el gráfico 5.24. Según los datos ob-

tenidos, casi el 80% de los menores jugadores afirman que sus padres son conocedores de esta cuestión, opinión más arraigada entre las chicas aunque sean menos «videojugadoras». Es muy significativo, por otro lado, que sean casi los mis-

mos los que opinan desconocer si sus padres están al tanto de esta cuestión como aquellos que afirman que claramente no lo están. Por edad y según la opinión de sus hijos, el conocimiento de los padres tiende a decrecer con alguna excepción aislada. Por último, el conocimiento de los padres por zona no ofrece diferencias demasiado acusadas, aunque quizá sea reseñable que es en el Noroeste donde más desconocimiento existe.

Tabla 5.18. CONOCIMIENTO DE LOS VIDEOJUEGOS QUE USAN LOS ESCOLARES POR PARTE DE LOS PADRES (POR ZONA)

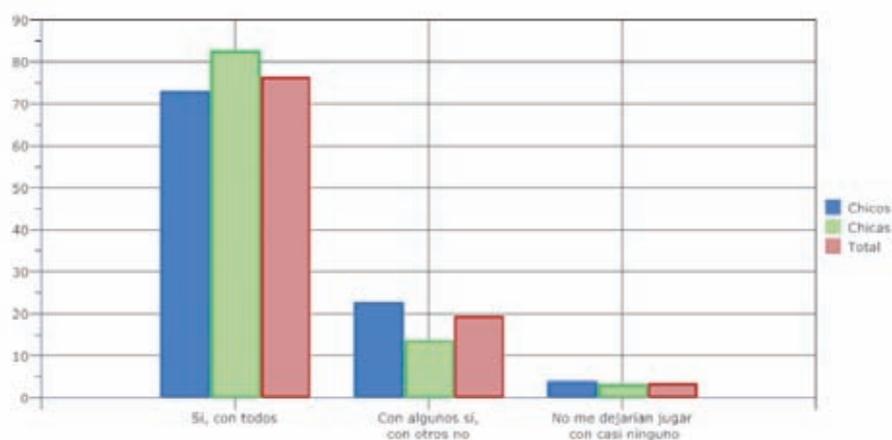
	No	Sí	No lo sé
Canarias	12,1	77,4	10,5
Centro	10,8	75,8	13,4
Levante	10,3	78,9	10,8
Noreste	10,9	78,9	10,2
Noroeste	14,9	70,6	14,5
Norte	10,9	79,4	9,7
Sur	11,5	76,7	11,7

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 96: «¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Exista o no conocimiento paterno, también se ha interrogado a los menores sobre la hipótesis de qué ocurriría si verdaderamente los padres conocieran a fondo el contenido de los videojuegos que utilizan sus hijos. La pregunta aparece formulada en el cuestionario del siguiente modo: «Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?», y las opciones de respuesta han sido: «Sí, con todos», «con algunos sí, con otros no», «no me dejarían jugar con casi ninguno». La primera opción es la mayoritaria y tres cuartas partes de los menores creen que no habría problema ante un escenario de completo conocimiento de los padres. El 20% afirma que, en caso de darse este conocimiento paterno, sufrirían restricciones en algunos casos, y un porcentaje minoritario se sitúa en la opción más radical.

El análisis de las distintas opciones en función de la edad y el sexo de los menores puede verse en el gráfico 5.25. En el caso de la primera opción, las chicas mantienen mayor grado de confianza sobre la ausencia de efectos negativos como resultado de la hipótesis planteada; también, en el caso de la edad, las féminas se

Gráfico 5.25. «SI TUS PADRES SUPIERAN DE QUÉ VAN LOS VIDEOJUEGOS QUE UTILIZAS, ¿TE DEJARÍAN JUGAR CON ELLOS?» (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 97: «Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.19. «SI TUS PADRES SUPIERAN DE QUÉ VAN LOS VIDEOJUEGOS QUE UTILIZAS, ¿TE DEJARÍAN JUGAR CON ELLOS?» (POR ZONA)

	Sí, con todos	Con algunos sí, con otros no	No me dejarían jugar con casi ninguno
Canarias	72,8	22,5	4,7
Centro	74,8	22,6	2,6
Levante	79,7	17,7	2,6
Noreste	74,2	21,9	3,9
Noroeste	73,4	19,8	6,9
Norte	74,2	20,4	5,5
Sur	80,8	15,7	3,5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 97: «Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los juegos, ¿te dejarían jugar con ellos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

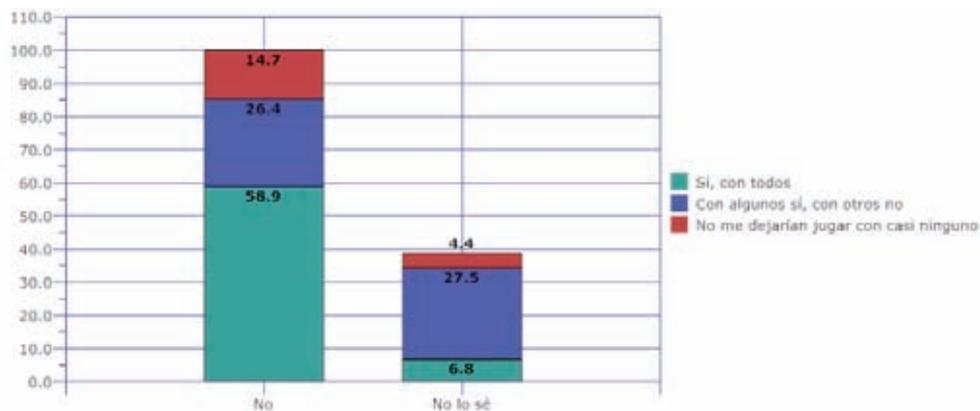
mantiene en valores más constantes para este supuesto.

El escenario de hipotética restricción media presenta una situación inversa a la anterior: en este caso, los chicos adelantan a las chicas al admitir esta posibilidad y son los adolescentes –de 12 a 15 años– los más convencidos. Por último, la opinión «No me dejarían jugar con casi ninguno» es algo más frecuente entre los chicos, sobre todo entre los 13 y los 14 años. En cuanto a las zonas, los menores del Sur y Levante son los que se

muestran más confiados hacia la ausencia de consecuencias en el caso de un mayor conocimiento sobre los videojuegos por parte de sus padres; Canarias y la zona Centro obtienen la mayor puntuación hacia una restricción media y la consecuencia más negativa –no me dejarían jugar con casi ninguno– es una hipótesis con mayor aceptación en el Noroeste.

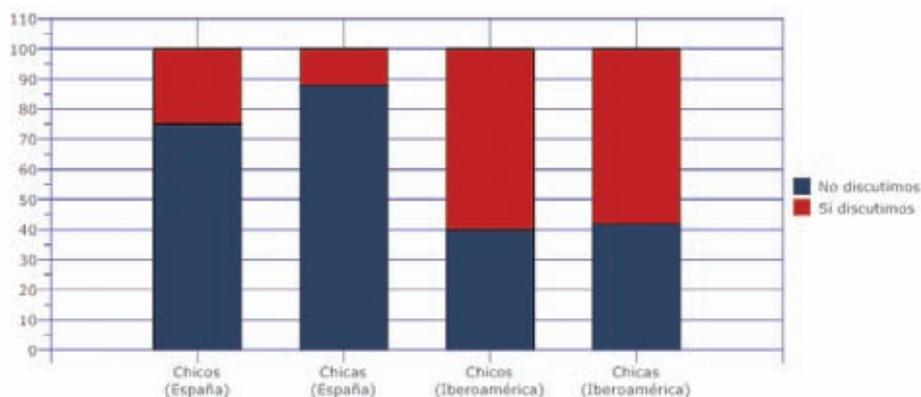
Poner en relación las dos cuestiones anteriores ofrece un análisis particularmente interesante. Como es lógico, los menores que afirman que

Gráfico 5.26. RELACIÓN ENTRE EL DESCONOCIMIENTO DE LOS PADRES Y EL PERMISO PARA JUGAR



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 97: «Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los juegos, ¿te dejarían jugar con ellos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.27. DISCUSIÓN POR EL USO DE LOS VIDEOJUEGOS (POR SEXO, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008; Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 93: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

sus padres conocen los videojuegos que utilizan opinan con mucha mayor frecuencia que, en el caso de que el conocimiento paterno fuera más completo, esto no tendría como consecuencia restricciones de uso; de hecho, tan sólo el 19% se plantea un escenario con algún tipo de penalización. Sin embargo, aquellos que afirman que sus padres no saben qué videojuegos utilizan también son conscientes de las consecuencias que tendría un cambio de situación: uno de cada cuatro afirma que sufriría restricciones si sus padres salieran de la ignorancia.

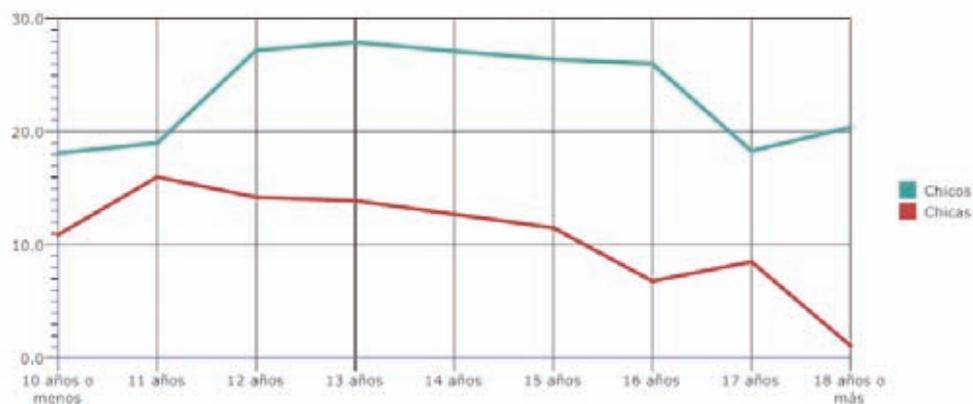
Una segunda cuestión es conocer si el uso de videojuegos entre los menores genera algún tipo de alteración en las normas establecidas por los padres para el desarrollo de tal actividad. De forma global, ese supuesto es afirmativo para el 20% de los jugadores; superando esa media se ubican los varones en consonancia con su mayor uso de esta tecnología. Sin embargo, en Iberoamérica la tendencia es distinta y, en términos generales, los videojuegos causan más conflictos familiares que afectan de modo similar a chicos y chicas.

Como hemos visto, jugar a videojuegos es motivo de conflicto entre padres e hijos en el 20% de los casos. Según la edad y el sexo, tanto las chicas

como los chicos intensifican las discusiones con sus progenitores entre los 12 y los 17 años. El punto más elevado en la frecuencia de estos conflictos lo alcanzan los chicos adolescentes al cumplir los 13 años. En cuanto a las zonas, es en el Noreste donde se alcanza un mayor grado de discusión y en el extremo opuesto se encuentran los escolares de Andalucía y Extremadura.

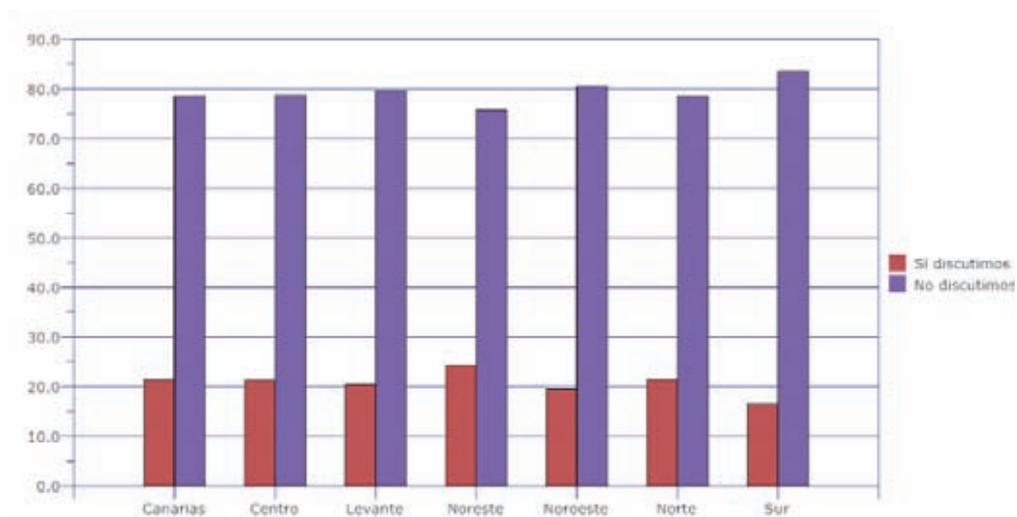
Descrita la probabilidad de que surjan discusiones familiares, queda ver alguno de los motivos que las suscitan. El tiempo de juego es, en términos generales, la principal causa de conflicto; así lo reconoce el 76% de los menores—80% en el caso de los varones—. En segundo lugar y a gran distancia de este motivo, padres e hijos entran en desacuerdo a causa de los momentos de juego escogidos; dicha situación es reconocida por el 32% de los escolares. Por último, el contenido de algunos de los juegos populares entre los menores es motivo de discrepancia parental en el 23% de los casos. En esta cuestión, frente a Iberoamérica podemos afirmar que los jugadores españoles discuten mucho menos con sus padres pero, sin embargo, cuando lo hacen se da con mayor intensidad sobre cada uno de los motivos propuestos por esta investigación—gráfico 5.30—.

Gráfico 5.28. DISCUSIÓN POR EL USO DE LOS VIDEOJUEGOS (POR EDAD Y SEXO)



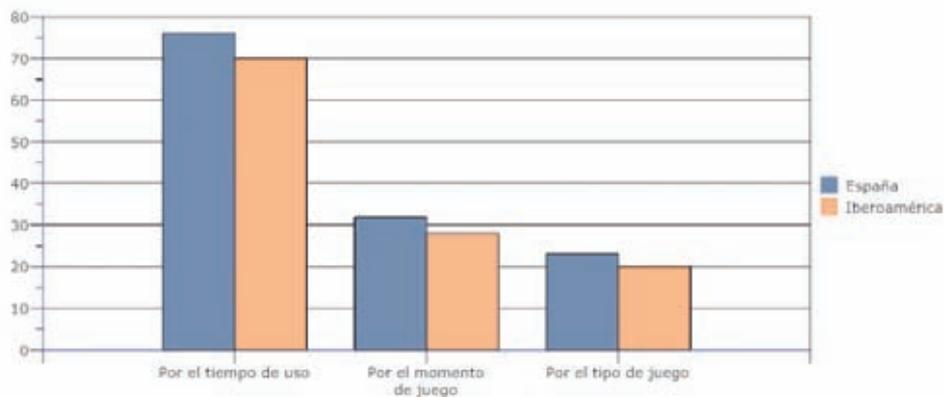
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 93: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.29. DISCUSIÓN POR EL USO DE LOS VIDEOJUEGOS (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 93: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?». N = 5,817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.30. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DE VIDEOJUEGOS (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



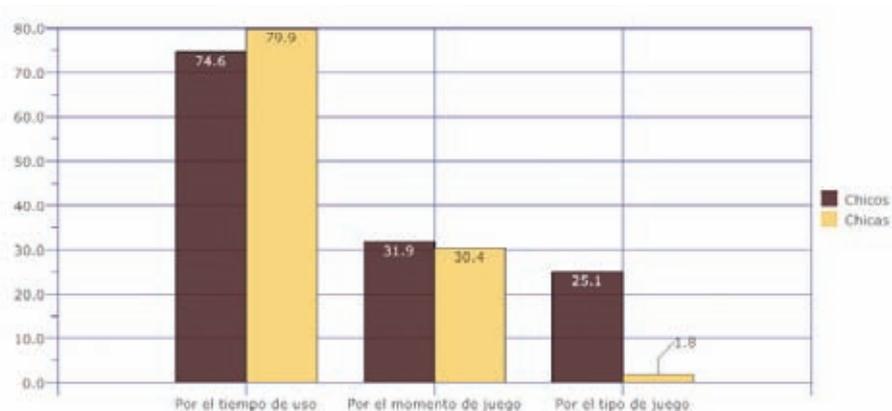
Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008; Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 94: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.176 escolares de 10 a 18 años.

Las diferencias por edad y sexo sobre los motivos de discusión son bastante significativas en el caso del tiempo dedicado al juego. Como puede verse en el gráfico 5.32, entre los 13 y los 16 años crecen de forma significativa, alcanzando el punto máximo en el caso de las chicas de 14 y 17 años.

Por último, zonas como el Centro y el Noreste siguen la pauta general descrita de un mayor con-

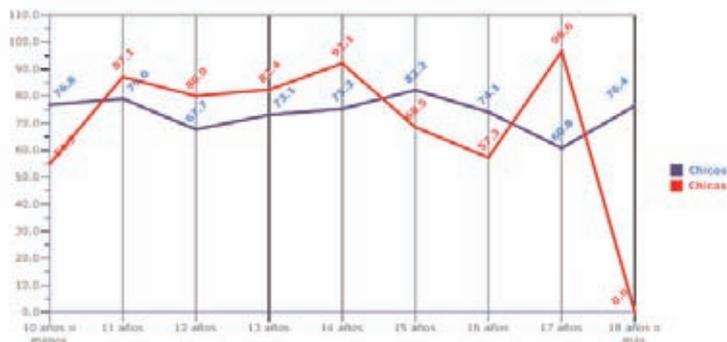
flicto sobre el tiempo de uso, seguido de discusiones por el momento de juego o el tipo de juegos. El Norte es la zona donde más discuten a causa de la selección de momentos inapropiados para realizar esta actividad lúdica y el Noroeste destaca por los conflictos que se generan basados en el tipo de juegos, situación que de forma excepcional se sitúa por encima de la opción: «discuto por el momento en que juego».

Gráfico 5.31. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DE VIDEOJUEGOS (POR SEXO)



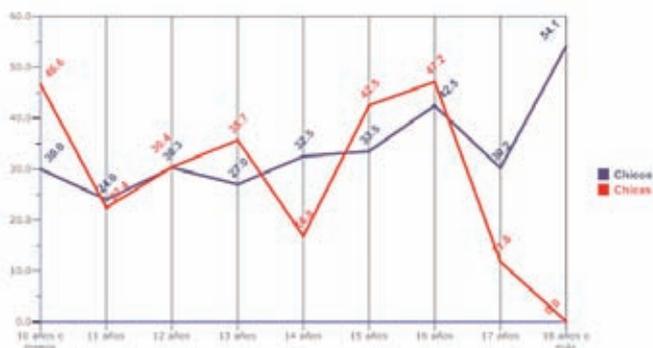
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 94: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.176 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.32. «DISCUTO CON MIS PADRES POR EL TIEMPO QUE PASO JUGANDO» (POR EDAD Y SEXO)



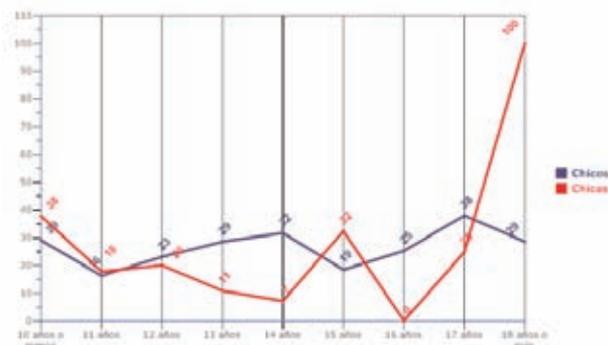
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 94: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.176 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.33. «DISCUTO CON MIS PADRES POR EL MOMENTO DE JUEGO» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 94: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.176 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.34. «DISCUTO CON MIS PADRES POR EL TIPO DE JUEGOS» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 94: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.176 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.20. MOTIVOS DE DISCUSIÓN POR EL USO DE VIDEOJUEGOS (POR ZONA)

	Por el tiempo que paso jugando	Por el momento en el que juego	Por el tipo de juegos
Canarias	67,9	30,5	25
Centro	78,5	32,5	20,2
Levante	75,9	33,7	17,1
Noreste	78,6	29,4	12,2
Noroeste	61,1	23,4	53,7
Norte	76,2	33,5	27,1
Sur	76,6	31,7	27,3

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 94: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.176 escolares de 10 a 18 años.

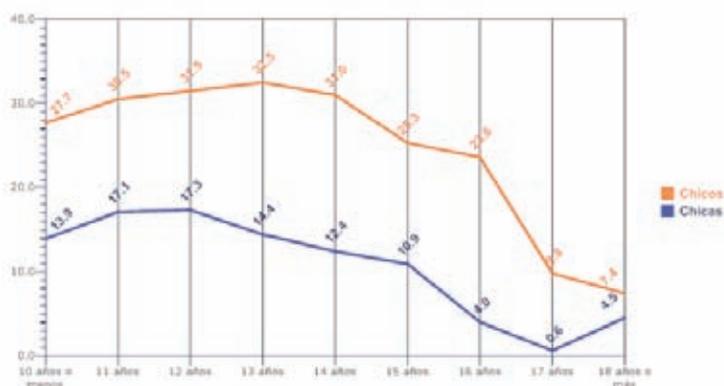
Como hemos visto en el caso de otras pantallas, los videojuegos también pueden convertirse en moneda de cambio como premio o recompensa de otros comportamientos. Dicha posibilidad es reconocida por casi un tercio de los integrantes de la Generación Interactiva; los chicos claramente son los más proclives a ser premiados o castigados en este sentido y, para ambos sexos, las edades de mayor frecuencia en esta estrategia educativa paterna son los 12 y los 13 años.

Tabla 5.21. PREMIOS O CASTIGOS CON VIDEOJUEGOS (POR ZONA)

	No	Sí
Canarias	76,4	23,6
Centro	76,7	23,3
Levante	82,9	17,1
Noreste	76	24
Noroeste	80,1	19,9
Sur	78,7	21,3
Norte	75,4	24,6

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 95: «¿Te premian o castigan con los videojuegos?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.35. PREMIOS O CASTIGOS CON VIDEOJUEGOS (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 95: «¿Te premian o castigan con los videojuegos?». N = 5.817 escolares de 10 a 18 años.

5.6. Valoraciones

5.6.1. Desplazamiento de actividades

Una de las primeras maneras de valorar una pantalla es saber cuánto de prescindible o imprescindible resulta para sus usuarios. El grado de interés que suscitan los videojuegos entre los menores hace, sin ninguna duda, que se desplacen otras actividades cotidianas. La investigación realizada ahonda sobre esta cuestión e interroga por ámbitos de desplazamiento como la familia, los amigos, el estudio o la lectura, el deporte, la televisión, etcétera.

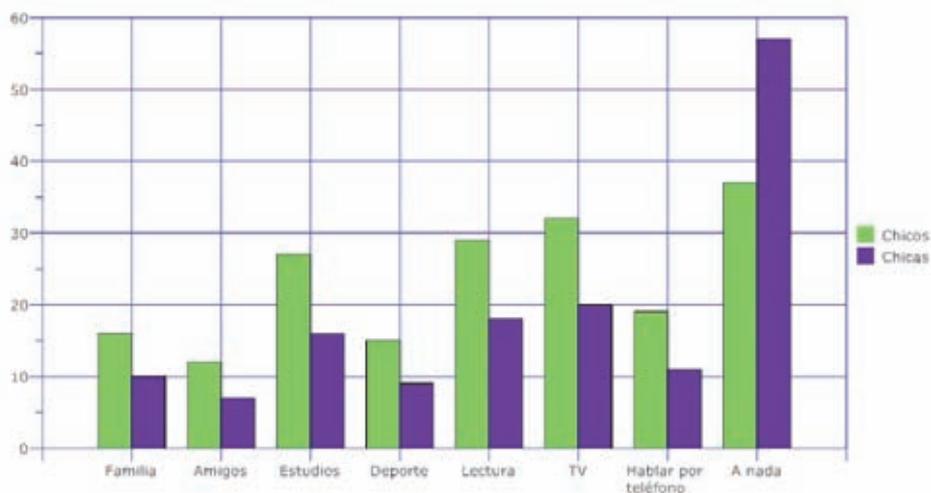
Seis de cada cuatro menores afirman la existencia de este desplazamiento, sobre todo en el caso de la televisión, la lectura y el estudio. En el extremo opuesto, como actividades más «blindadas» frente a una posible sustitución por los videojuegos aparecen los amigos, la familia y el deporte. En el caso de las chicas, la ausencia de desplazamiento aumenta considerablemente y, cuando se da, la televisión es la actividad más vulnerable y los ami-

gos la de menor probabilidad. Los chicos, sin embargo, admiten en mucho mayor grado este fenómeno y lo hacen con mayor intensidad en todas las opciones, como puede verse en el gráfico 5.36. Por último, según la edad, la ausencia de desplazamiento de otras actividades se mantiene constante y, en caso de darse, aumenta de forma directa según crecen los jugadores.

Por zona, la mitad de los menores canarios no reconocen desplazar actividades para dedicar más tiempo a los videojuegos; en el caso de la televisión, el valor máximo se da en el Noroeste, donde también se desplaza con mayor frecuencia el tiempo familiar; la lectura es sustituida por el ocio digital con mayor frecuencia en el Norte. La zona Centro destaca por obtener puntuaciones elevadas frente a la media en el ámbito de la lectura y el estudio. Por último, los menores de Cataluña, Aragón y Baleares destacan por restar tiempo por encima de la media en la opción de hablar por teléfono y, de forma simultánea, son los que reconocen un mayor grado de desplazamiento de forma general.



Gráfico 5.36. DESPLAZAMIENTO DE ACTIVIDADES POR EL USO DE VIDEOJUEGOS (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 98: «¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 5.22. DESPLAZAMIENTO DE ACTIVIDADES POR EL USO DE VIDEOJUEGOS (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Familia	Amigos	Estudios	Deporte	Lectura	TV	Hablar por teléfono	Nada
Canarias	16	14	22	15	27	25	17	49
Centro	14	11	27	13	27	28	16	43
Levante	12	11	23	12	24	30	15	46
Noreste	17	12	20	15	27	28	18	38
Noroeste	12	11	23	16	20	34	16	41
Norte	15	9	20	12	28	30	17	43
Sur	11	9	22	12	23	23	15	47
Total	13	11	23	13	25	28	16	44

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 98: «¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

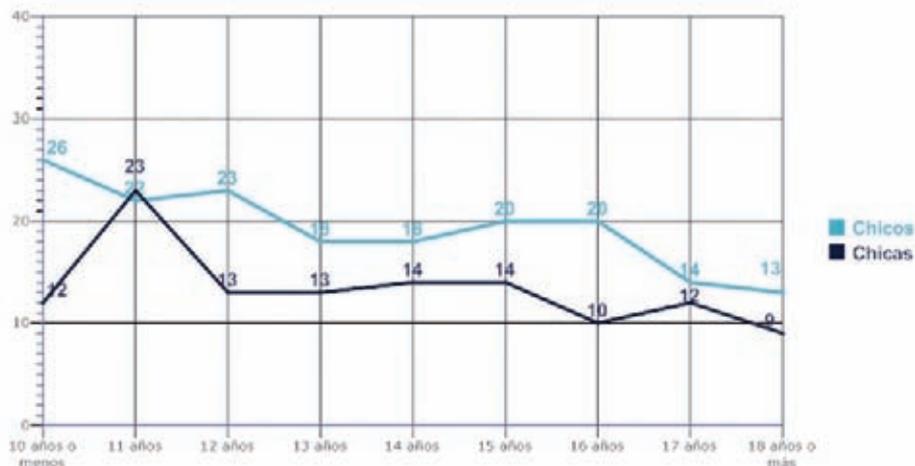
5.6.2 Riesgos y oportunidades

Los videojuegos exigen una capacidad de concentración de sus usuarios que, en algunos casos, puede hacerles perder el sentido de la realidad que les rodea. Esto les convierte en una herramienta muy poderosa, aunque también pone de manifiesto algunos riesgos que puede suponer un uso desmedido.

Violencia

Tan sólo el 18% de los menores reconoce que los videojuegos pueden volverle violento. Este porcentaje es mayor entre los chicos, el 20%, que entre las chicas, el 14%. Y son los chicos entre los 10 y los 16 años quienes más perciben esta posibilidad. Tan sólo las chicas de 11 años se salen de la tónica y citan esta posibilidad en el 23% de los casos.

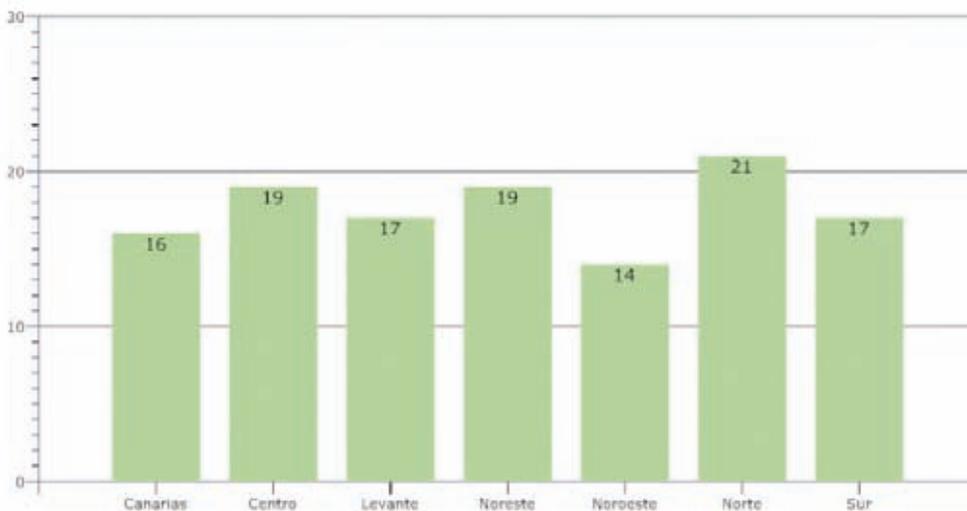
Gráfico 5.37. «LOS VIDEOJUEGOS PUEDEN VOLVERME VIOLENTO» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

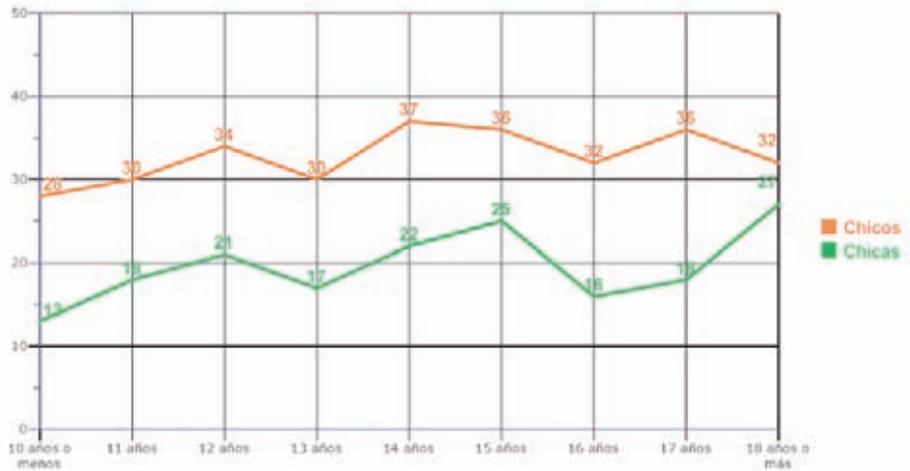
Los menores de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) parecen más ajenos a esta posibilidad, mientras que los de la zona Norte están más concienciados sobre ella.

Gráfico 5.38. «LOS VIDEOJUEGOS PUEDEN VOLVERME VIOLENTO» (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.39. «ESTOY ENGANCHADO A ALGÚN JUEGO O CONOZCO A ALGUNA PERSONA QUE NO PARA DE JUGAR» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

Adicción y dependencia

El riesgo de engancharse a los videojuegos es, sin embargo, más real para los menores que el de la violencia. El 28% lo destaca como algo con lo que está de acuerdo: «Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar». De nuevo son los chicos, principales usuarios de esta pantalla, los que elevan la media: uno de cada tres está en esta situación.

En el caso de las chicas, hay algunas puntas alrededor de los 14 y 15 años, y luego se eleva de nuevo a los 18.

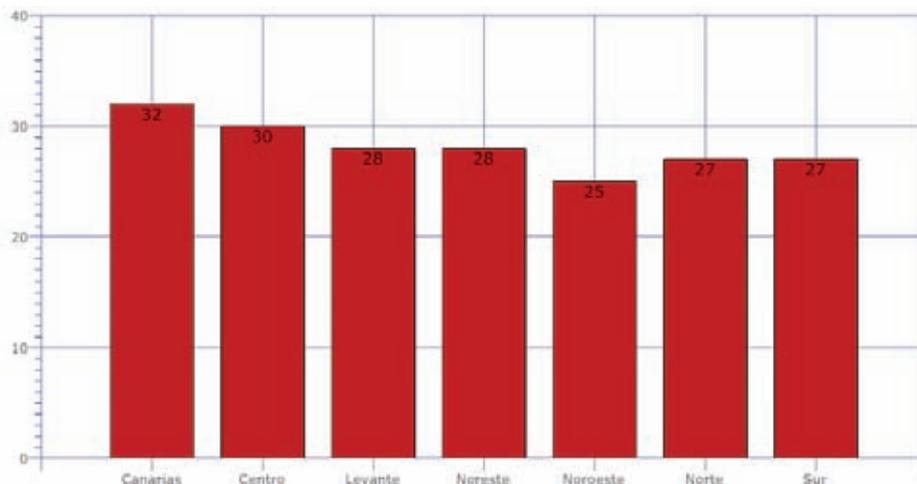
En lo que respecta a diferencias por procedencia geográfica, los menores de Canarias parecen más alerta, mientras que en la zona Noroeste (Galicia y Asturias) parecen sufrir menos este problema.

Acceso a un mundo virtual

Uno de los grandes atractivos de los videojuegos, también para los adultos, es la posibilidad que nos ofrecen de recrear el mundo que nos rodea, desafiar las leyes de la física e incluso las



Gráfico 5.40. «ESTOY ENGANCHADO A ALGÚN JUEGO O CONOZCO A ALGUNA PERSONA QUE NO PARA DE JUGAR» (POR ZONA)



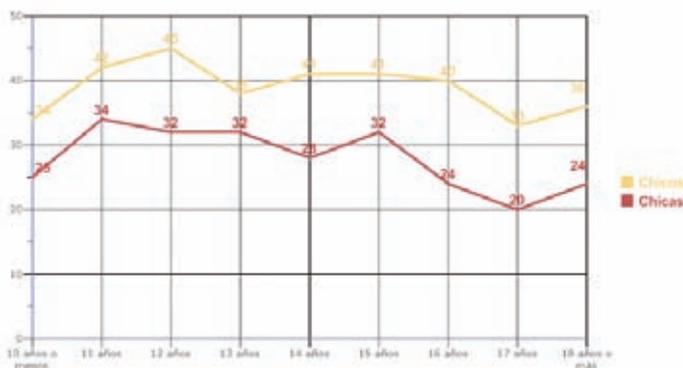
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)» N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

convenciones sociales y culturales de la sociedad donde vivimos. El enunciado «Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real» es, por tanto, un gran atractivo para estos menores. El 36,5% manifiesta su acuerdo con esta frase. De nuevo, más

los chicos que las chicas, con una diferencia superior a los 10 puntos.

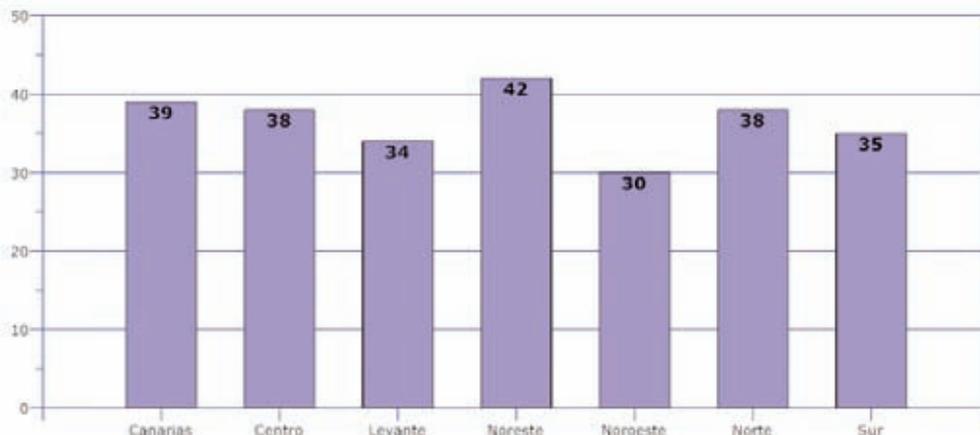
Este atractivo se enfatiza durante la adolescencia, 14 y 15 años en el caso de los chicos, y en el caso de las chicas es simultáneo a sus años de uso más intenso, hasta los 13 años.

Gráfico 5.41 «LOS VIDEOJUEGOS ME PERMITEN HACER COSAS QUE NO PUEDO HACER EN LA VIDA REAL» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.42. «LOS VIDEOJUEGOS ME PERMITEN HACER COSAS QUE NO PUEDO HACER EN LA VIDA REAL» (POR ZONA)



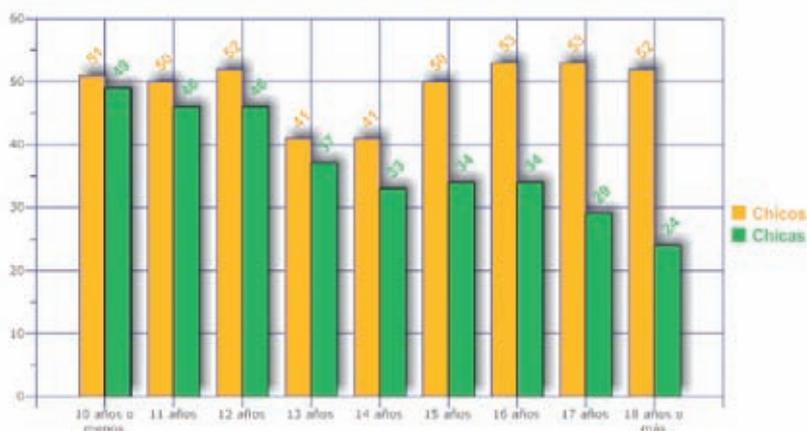
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

Los menores de la zona Noroeste (Galicia y Asturias) son los que menos valoran esta posibilidad de evasión o de mundos paralelos, mientras que en la zona Noreste (Cataluña, Baleares y Aragón) se considera una ventaja respetable.

Compañía en el juego

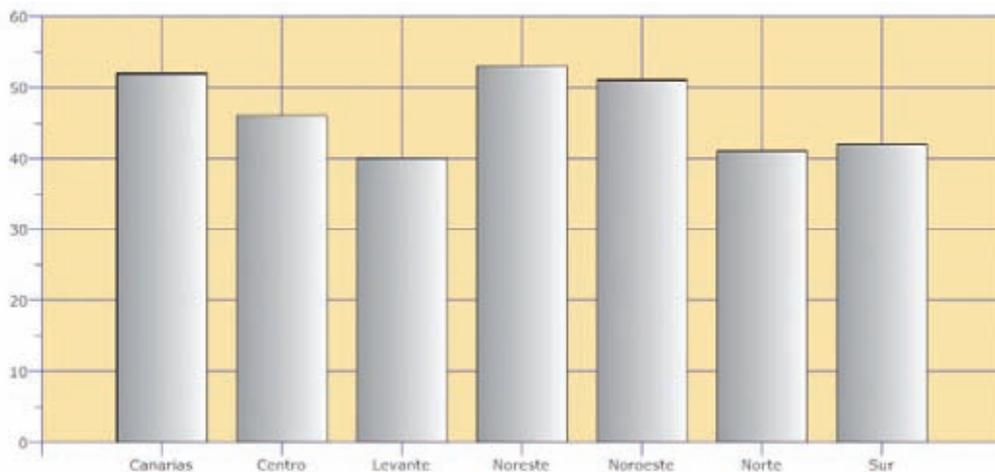
La posibilidad de jugar con otros es muy valorada por los menores: el 45% dice que es mucho más divertido jugar con otros que solo. En el caso de los chicos el acuerdo supera la mayoría en casi todas

Gráfico 5.43. «ES MUCHO MÁS DIVERTIDO JUGAR ACOMPAÑADO/A QUE SOLO/A» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la preguntas n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.44. «ES MUCHO MÁS DIVERTIDO JUGAR ACOMPAÑADO/A QUE SOLO/A» (POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 99: «¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 5.871 escolares de 10 a 18 años.

las franjas de edad, a excepción de los 13-14 años. Entre las chicas más jugadoras, las más pequeñas, esta opinión está igualmente más extendida.

En el caso de la procedencia geográfica, los menores de la zona Noroeste, Noreste y Canarias son mayoritariamente partidarios del juego compartido.

Por el contrario en las zonas Norte y Levante parecen optar en menor grado por esta posibilidad.

5.6.3. Competencia entre pantallas: preferencias

La afinidad de los menores, especialmente los chicos, por los videojuegos marca algunas tendencias peculiares en el caso de las preferencias entre pantallas.

Videjuegos frente a televisión

En la competición entre videojuegos y televisión, los primeros ganan claramente en el grupo de menor edad, 6-9, mientras que entre los mayores la televisión sale vencedora, empujada por la clara deserción de las chicas sobre videojuegos.

Los chicos optan mayoritariamente por los videojuegos hasta los 15 años. Después, aunque los siguen prefiriendo más que la televisión, se hace menos acentuado.

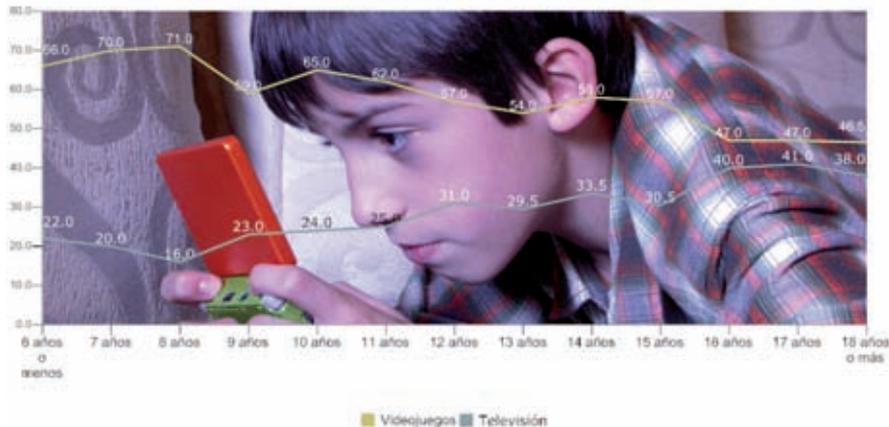
Por su parte, sólo las niñas de 6 años prefieren de manera mayoritaria los videojuegos frente a la televisión. A partir de los 11 años más de una de cada dos opta por la tele, preferencia que se agudiza hasta los 18 años.

Las diferencias en función del ámbito geográfico de residencia de los menores son pocas, pero cabe resaltar que en la zona Sur (Andalucía y Extremadura) tanto chicos como chicas son más partidarios de los videojuegos en ambas franjas de edad, en detrimento de la televisión.

Videjuegos frente a Internet

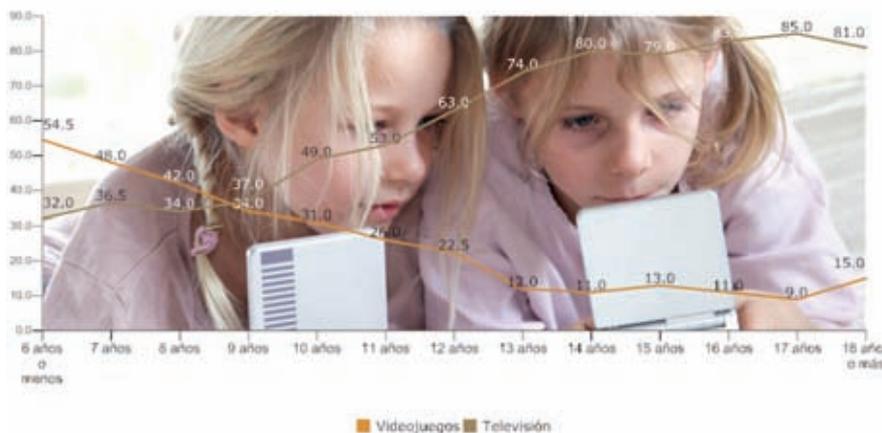
En el caso de tener que optar por Internet o por los videojuegos, la balanza general entre los menores de 10 a 18 años se inclina por Internet: el 57% frente al 32% de los videojuegos. De nuevo, aquí, son las chicas las que marcan la tendencia. Puede guardar relación con la mayor importancia que están adquiriendo los juegos en red, lo que

Gráfico 5.45. VIDEOJUEGOS FRENTE A TELEVISIÓN (CHICOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a las preguntas n.º 29: «Si tuvieras que elegir ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 121: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.46. VIDEOJUEGOS FRENTE A TELEVISIÓN (CHICAS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a las preguntas n.º 29: «Si tuvieras que elegir ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 121: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

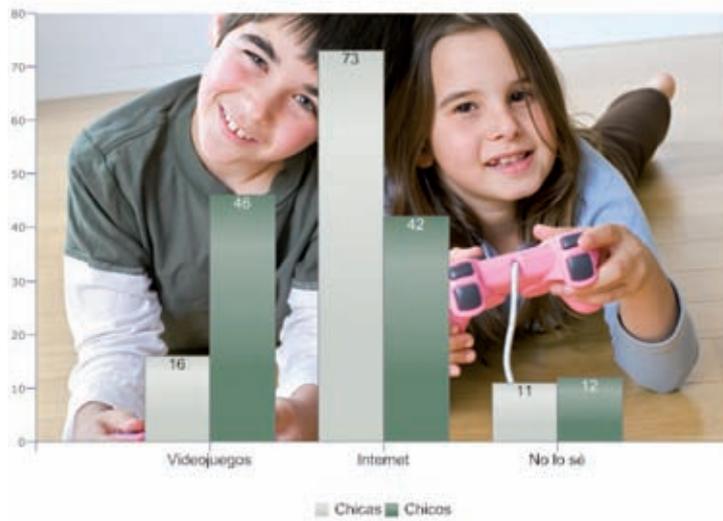
hace que Internet se convierta también en una pantalla para jugar.

En la evolución por edad y sexo de esta preferencia se observa que los chicos alcanzan el equilibrio entre pantallas después de haber empezado con una clarísima preferencia por los

videojuegos, que, a partir de los 16 años se inclina hacia la Red. Las chicas, por su parte, desde los 10 años prefieren Internet y lo tienen más claro conforme crecen.

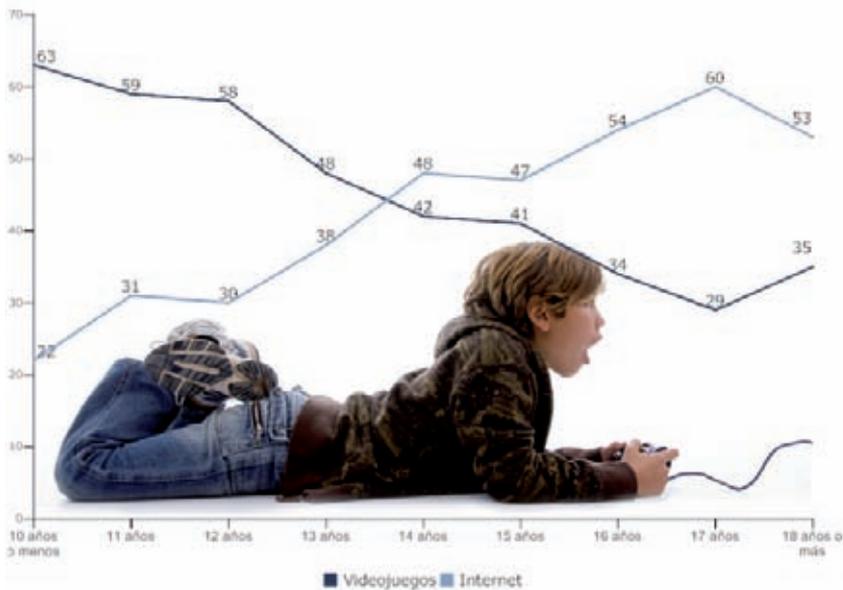
En todas las zonas geográficas las chicas prefieren Internet a los videojuegos. Las de la zona,

Gráfico 5.47. VIDEOJUEGOS FRENTE A INTERNET (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 120: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.48. VIDEOJUEGOS FRENTE A INTERNET (CHICOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 120: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.49. VIDEOJUEGOS FRENTE A INTERNET (CHICAS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 120. «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Levante (Comunidad Valenciana y Murcia), sin embargo, tienen una preferencia más marcada por esta pantalla que la media entre las chicas (el 21,5% por el 16%).

Los chicos, que en general presentan una imagen de más equilibrio, se declaran más videojugadores en las zonas Centro, Sur y Noreste. Por el contrario, los chicos de las zonas Levante, Noroeste y Canarias son más partidarios de Internet. Los menores de la zona Norte presentan un empate técnico en preferencia.

Videojuegos frente a móvil

El teléfono móvil, una pantalla de referencia para esta generación, encuentra un serio contrincante en los videojuegos, sobre todo entre los chicos y las niñas de menor edad.

En el caso de los más pequeños, 6-9 años, la preferencia por el dispositivo móvil queda lejos de la atracción que generan los videojuegos. En el caso de los mayores, aunque en términos genera-

les se da una situación de empate en la preferencia, chicos y chicas muestran una pauta opuesta: los videojuegos son para ellos lo que el móvil para ellas. Y ambos lo tienen bastante claro en su decisión.

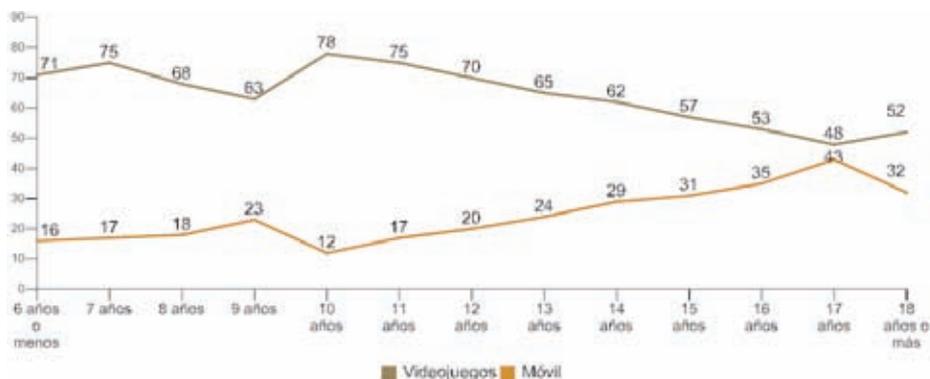
Tabla 5.23. VIDEOJUEGOS FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL

	Videojuegos	Móvil	No lo sé
Niños 6-9	67,5	20	12
Niñas 6-9	44	34	22

	Videojuegos	Móvil	No lo sé
Chicos 10-18	63	27	10
Chicas 10-18	24	651	1

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a las preguntas n.º 31: «Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 123: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.50. VIDEOJUEGOS FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (CHICOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a las preguntas n.º 31: «Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 123: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

De nuevo, es interesante ver la evolución de esta preferencia por edad y sexo. En este caso, la preferencia de los chicos por la pantalla opuesta, el móvil, se comporta de modo diferente a la pareja videojuegos-Internet: la preferencia por los videojuegos se mantiene hasta los 18 años y siempre con mayoría salvo a los 17 años. El teléfono móvil crece en popularidad, pero no logra

superar los juegos como pantalla preferida.

Las chicas, sin embargo, tienen un comportamiento similar al de las otras parejas de pantallas: el móvil, en este caso, gana en popularidad y, a partir de los 12 años, es la opción mayoritaria en las preferencias femeninas. A los 17 años, ocho de cada diez chicas lo prefiere a los videojuegos, que caen a valores poco significativos.

Gráfico 5.51. VIDEOJUEGOS FRENTE AL TELÉFONO MÓVIL (CHICAS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a las preguntas n.º 31: «Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años y n.º 123: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Preferencias entre consolas

Ya se ha podido apreciar que los videojuegos guardan una especial relación con los más pequeños, niños y niñas, y con los chicos. Salvo en el caso de Internet, esta pantalla es su preferida.

Los dispositivos para jugar son múltiples, y existen en el mercado numerosas marcas que ofrecen el suyo propio. Como ya se ha comentado, la elección de uno u otro determinará el tipo de juego, más personal o más social, y también en muchos casos el juego en concreto, ya que cada oferta viene acompañada de un catálogo más o menos exclusivo.

Conocer la preferencia entre las consolas que existen en el mercado también ha parecido relevante para profundizar en cómo es esta Generación Interactiva. En este caso, sólo se ha preguntado a los mayores, 10-18 años, y con dos parejas de consolas: una de salón y otra portátil. Las cuatro opciones presentadas coinciden con las más usadas, de hecho, por los menores como videojugadores.

La opción Wii-PlayStation 3 marca dos modos de jugar muy diferentes. Si bien la Play tiene una gran trayectoria y tradición en el mercado de las consolas, y ha marcado una etapa clave en el desarrollo de los videojuegos, parece ir más dirigida a un jugador muy profesional, que valora la calidad de la imagen y, por tanto, la experiencia del propio juego, y que está dispuesto a pagar el doble por esta consola que por otra. La Wii, producto

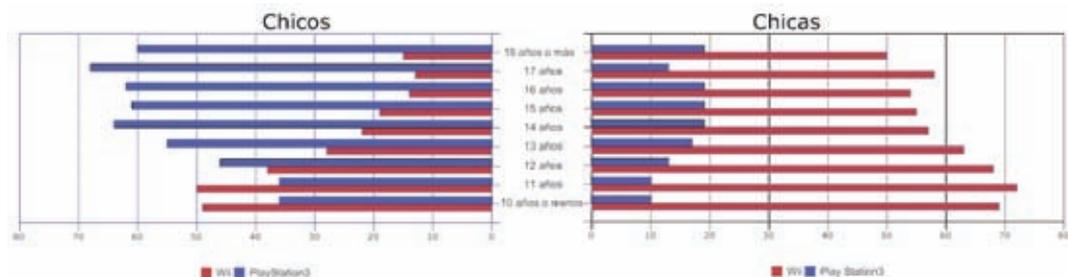
de Nintendo, apareció en el mercado en las navidades de 2006 y fue una auténtica revolución. Ahora mismo lidera las ventas de consolas por encima de la PlayStation 3 y la Xbox. Apunta a un público que busca una experiencia de juego más social y familiar, involucrando a toda la familia y dando gran importancia a la participación en la experiencia.

En la preferencia de los menores españoles tiene un papel importante la variable sexo y, en menor medida, también la edad. Los chicos prefieren mayoritariamente la PlayStation 3 (55%) mientras que las chicas optan por la Wii (61%). Sin embargo, a los niños de 10 y 11 años les atrae más la segunda opción que la primera.

La otra pareja de consolas, en este caso portátiles, está formada por la Nintendo DS y la PSP. De nuevo, Nintendo y Sony, y con características muy similares a las mencionadas antes y atribuidas a las consolas de salón. La tónica de los datos es muy similar: los chicos optan por la PSP (63%) mientras que ellas eligen la Nintendo DS (56%). La variable edad también tiene aquí su importancia, especialmente en el caso de las chicas: a partir de los 15 años, la DS pierde la hegemonía entre ellas, mientras que la PSP va ganando puntos para situarse un poco por encima a los 18 años.

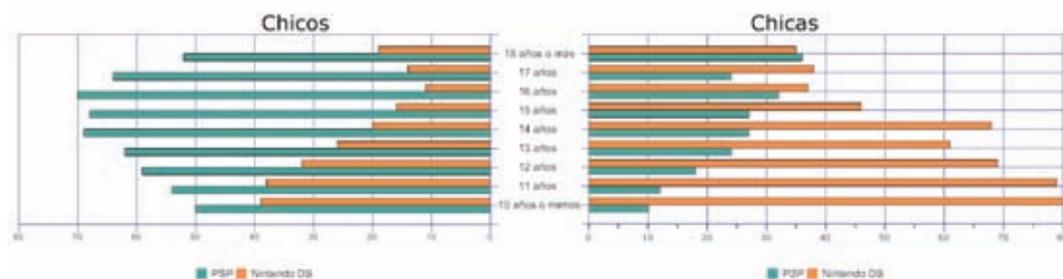
Por estos datos, el perfil de los que se sienten atraídos por las consolas de Sony es de más edad y masculino, mientras que entre los seguidores de Nintendo hay más niños y más chicas.

Gráfico 5.52. NINTENDO WII FRENTE A PLAYSTATION 3 (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 125: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 5.53. PSP FRENTE A NINTENDO DS (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 126: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

5.7. Resumen general del capítulo

5.7.1. Datos nacionales

Acceso y uso

- Casi el 90% de los más pequeños usa videojuegos de forma habitual, y hay muy poca diferencia entre chicos y chicas (el 91,3% y el 88%, respectivamente).
- En el caso de los mayores se aprecia un notable descenso de jugadores (61,1%), y son muchos más los chicos que juegan (73,7%) frente a las chicas (47%).

Aparatos que poseen

- La consola que más suelen poseer los más pequeños, con diferencia (70,8%), es la Nintendo DS, mientras que en el caso de los mayores es la PlayStation 2 (63,4%).
- El 9,6% de los más pequeños dice no tener ninguna de las consolas incluidas en el cuestionario, mientras que esta cifra desciende al 6,3% en el caso de los más mayores.

Aparatos con los que juegan

- La consola favorita de los videojugadores más pequeños para jugar es la Nintendo DS (73,5%).
- En el caso de los mayores, el ordenador predomina de forma aplastante (89,8%), mientras que para los pequeños ésta es la segunda plataforma más popular (65,7%).

A qué juegan

- El juego favorito de quienes juegan a la Nintendo DS es *Mario Kart DS* (63,6%) y el menos popular de los nombrados es *Guitar Hero: On Tour* (19,7%).
- A los jugadores de la PlayStation 2 el juego que más les gusta es *Pro Evolution Soccer 2008* (45,8%) y el que menos *God of War II Platinum* (21,4%).
- El juego más popular entre los jugadores de la Wii es *Wii Play* (59,4%) y el que menos gusta es *Link* (12,9%).

Compañía cuando juegan

- El 64,9% de los pequeños juega solo frente al 76,2% en el caso de los mayores.
- La compañía favorita a la hora de jugar con otras personas son los hermanos en el caso de los pequeños (47,6%) y los amigos en el caso de los mayores (57%).
- Los pequeños juegan más a menudo con su padre que los mayores (el 29,1% frente al 13,3%) y lo mismo sucede en el caso del juego junto a su madre (el 27,4% frente al 10,7%).

Tiempo de juego

- El 59,1% de los mayores juega dos horas o menos entre semana, mientras que esta cifra se reduce al 56,1% durante el fin de semana.

- Entre semana el 16,8% asegura jugar más de dos horas, mientras que durante el fin de semana esta cifra aumenta al 26,3%.
- El 22,4% de los chicos juega más de dos horas entre semana, frente al 6,9% de chicas. Durante el fin de semana estas cifras aumentan al 34% y 12,7%, respectivamente.

El fenómeno del «pirateo»

- El 60,9% de los adolescentes tiene videojuegos pirateados.
- La manera más habitual de conseguir estos juegos piratas es descargándolos de Internet (72,9%) y la menos popular es comprarlos en una tienda o en la calle (12,4%).

Mediación familiar

- El 20,2% discute con sus padres por el uso que hace de los videojuegos, aunque el número de chicos duplica al de chicas (el 24,7% frente al 12,3%).
- El principal motivo de discusión es la cantidad de tiempo que se pasa jugando (75,8%).
- Sólo el 22% de los padres premia o castiga a sus hijos con el uso de videojuegos.

Valoraciones

- El 44,9% asegura que es más divertido jugar acompañado que solo.
- El 28,2% afirma estar enganchado a algún videojuego o conocer a alguien que lo está.
- Tan sólo el 18% cree que los videojuegos pueden volverle violento.

5.7.2. Datos por zona

5.7.2.1. Zona de Canarias

Acceso y uso

- El 95,4% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, y hay muy poca diferencia entre chicos y chicas (el 96% y el 94,9%, respectivamente).

- En el caso de los mayores se aprecia un notable descenso de jugadores (58,6%), y son más los chicos que juegan (71,5%) que las chicas (43,3%).

Aparatos que poseen

- La Nintendo DS es la consola más popular (75,2%), seguida de la Wii (45,7%) y la PlayStation 2 (41,6%).
- La consola que más adolescentes canarios tienen es la PlayStation 2 (69,1%), y ésta es la cifra más alta de toda España.
- Son también los que presentan una mayor posesión de las consolas menos populares a escala nacional: el 31,8% tiene la PlayStation 3 (frente al 23,3% nacional) y el 17,9% la Xbox 360 (frente al 13,7% nacional).

Aparatos con los que juegan

- Los niños juegan sobre todo con la Nintendo DS (80,2%) y el ordenador (74,6%).
- Para los adolescentes canarios la plataforma favorita con diferencia es el ordenador (90,5%). La que menos emplean es la Xbox 360 (21,1%), y así es la cifra más alta de España.

Compañía cuando juegan

- El 71,4% de los niños juega solo, cifra muy similar al 72,2% que representa a los adolescentes.
- El 33,7% de los niños juega con su padre frente al 12,4% en el caso de los adolescentes.
- El 32,2% de los niños juega con su madre frente al 12,2% en el caso de los adolescentes.

Tiempo de juego

- El 56,2% de los adolescentes juega dos horas o menos entre semana, mientras que esta cifra se reduce al 51,2% durante el fin de semana.
- El 21,3% juega más de dos horas entre semana, mientras que durante el fin de semana la cifra aumenta al 29%.

El fenómeno del «pirateo»

- Los adolescentes son los que menos juegos pirateados tienen: el 48,1% afirma no tener ninguno, frente al 39,1% nacional.
- El 78,4% de quienes tienen juegos pirateados los descargan de Internet, la cifra más alta de todas las regiones.
- Los adolescentes son los que menos consiguen los juegos pirateados grabándolos de un amigo: el 38,9% frente al 45,9% nacional.

Mediación familiar

- Sólo el 21,4% de los adolescentes discute con sus padres por el uso que hacen de los videojuegos.
- El principal motivo de discusión es el tiempo que pasan jugando (67,9%), mientras que el tipo de juego es la razón menos frecuente (25%).
- El 12,1% de los padres canarios no saben de qué van los videojuegos que usan sus hijos.

Valoraciones

- Los adolescentes son los que reconocen estar más enganchados a los videojuegos, y aseguran conocer a gente que también está enganchada: el 32% frente al 28,2% nacional.
- Más de la mitad (52,1%) asegura que prefiere jugar acompañado que solo.

5.7.2.2. Zona Centro

Acceso y uso

- Casi el 90% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, habiendo muy poca diferencia entre chicos y chicas (un 91% y 86,8% respectivamente). En el caso de los mayores se aprecia un notable descenso de jugadores (63,1%), y son más los chicos que juegan (72,6%) que las chicas (48,7%).

Aparatos que poseen

- El 71,9% de los niños tiene la Nintendo DS frente al 52,8% en el caso de los adolescentes.
- El 43,9% de los niños tiene la PlayStation 2 (la cifra más alta de España), mientras que en el caso

de los adolescentes la posesión de esta consola aumenta al 64,3%.

Aparatos con los que juegan

- Las plataformas favoritas de los niños para jugar son la Nintendo DS (73,3%) y el ordenador (60,5%).
- La plataforma preferida por los adolescentes para jugar es el ordenador (89,4%), mientras que los que utilizan la Nintendo DS se reducen al 56,8%.
- La consola menos popular es la Xbox 360: sólo el 10,4% de los niños y el 17,7% de los adolescentes la utilizan para jugar.

Compañía cuando juegan

- El 64,1% de los niños y el 77,3% de los adolescentes juegan solos.
- El 28,3% de los niños juega con su madre, frente al 10,1% en el caso de los adolescentes.
- El 31,9% de los niños juega con su padre, cifra que disminuye al 14,2% en el caso de los adolescentes.

Tiempo de juego

- El 58,6% de los adolescentes juega dos horas o menos entre semana, cifra muy similar al 56,6% que lo hace durante el fin de semana.
- El número de adolescentes que no juega nada entre semana (17,3%) se reduce prácticamente a la mitad durante el fin de semana (8,5%).
- Entre semana el 14% juega más de dos horas, cifra que aumenta al 25,5% durante el fin de semana.

El fenómeno del «pirateo»

- Más de la mitad (el 62,7%) de los adolescentes tiene juegos pirateados.
- Casi 3 de cada 4 adolescentes (73,7%) los ha conseguido descargándolos de Internet, mientras que sólo el 15% los ha comprado en la calle o alguna tienda.

Mediación familiar

- Sólo el 21,3% de los adolescentes discute con sus padres por el uso que hacen de los videojuegos.

- El principal motivo de discusión es la cantidad de tiempo que pasan jugando (78,5%).
- El 23,3% de los padres premian o castigan a sus hijos con el uso de videojuegos.
- Sólo el 2,6% de los padres no dejarían jugar a sus hijos con casi ningún videojuego si supieran de qué tratan.

Valoraciones

- El 19,2% reconoce que los videojuegos les pueden volver violentos.
- El 37,85% cree que los videojuegos les permiten hacer cosas que no puede hacer en su vida real.

5.7.2.3. Zona Levante

Acceso y uso

- El 90,3% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, y hay muy poca diferencia entre chicos y chicas (el 92,4% y el 88,8%, respectivamente). En el caso de los mayores se aprecia un notable descenso de jugadores (61,4%), y son más los chicos que juegan (73,1%) que las chicas (50,6%).

Aparatos que poseen

- La consola más popular entre los niños es la Nintendo DS (62,1%), pero esta cifra es la más baja de toda España.
- La consola que más adolescentes tienen es la PlayStation 2 (63,7%).
- Los niños de esta zona son los que presentan una menor posesión de la Xbox 360 (7,7%) y la Wii (37%).
- Los adolescentes de esta zona son los que menos disponen de Wii (32,3%) y Game Boy (36,9%).

Aparatos con los que juegan

- Los niños son los que más juegan con la PlayStation 2 (46,9%) y los que menos con la Nintendo DS (66,3%).
- Los adolescentes de Levante son los que menos juegan con la PlayStation 2 (54,8%), la PlayStation 3 (25,2%) y la Nintendo DS (54,8%).

Compañía cuando juegan

- El 23,8% de los niños juegan con su madre, cifra que baja al 7,7% en el caso de los adolescentes.
- El 27,4% de los niños juega con su padre, mientras que sólo el 8,1% de los adolescentes lo hace.

Tiempo de juego

- El 59,1% de los adolescentes juega dos horas o menos entre semana, cifra que se reduce al 49,5% durante el fin de semana.
- El 16,3% dedican a los videojuegos más de dos horas, tiempo que aumenta al 24,7% durante el fin de semana.
- Los adolescentes levantinos son los que menos saben cuánto juegan durante el fin de semana (12,1%).

El fenómeno del «pirateo»

- El 39,8% de los adolescentes asegura no tener ningún juego pirateado.
- Entre quienes tienen juegos pirateados, el 46,3% los ha grabado de un amigo y sólo el 9,6% los ha comprado en algún lugar.

Mediación familiar

- El 79,6% de los adolescentes no discute nunca con sus padres por el uso que hacen de los videojuegos.
- Los adolescentes levantinos son los que más discuten por el momento del día en que juegan (33,7%).
- Los padres levantinos son los que menos utilizan los videojuegos como premio o castigo con sus hijos (sólo el 17,1%).

Valoraciones

- Los adolescentes de esta zona son los que menos divertido encuentran jugar con otras personas (40,3%).

5.7.2.4. Zona Noreste

Acceso y uso

- El 87% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, y apenas hay alguna diferencia en-

tre chicos y chicas (87,1% y 86,9%, respectivamente). En el caso de los mayores, se aprecia un notable descenso de jugadores (60,6%), y son muchos más los chicos (76,2%) que las chicas (42,8%).

Aparatos que poseen

- El 70,8% de los niños tiene la Nintendo DS, la consola más popular entre ellos. Le siguen la Wii (42,4%) y la PlayStation 2 (37,4%).
- La consola que más adolescentes tienen es la PlayStation 2 (67,5%) seguida muy de cerca por la Nintendo DS (64,2%).
- La consola que menos tienen niños y adolescentes es la Xbox 360 (el 9,8% y el 13,2%, respectivamente).

Aparatos con los que juegan

- La primera opción de los niños para jugar es la Nintendo DS (71,5%), seguida del ordenador (68,8%).
- En el caso de los adolescentes, el ordenador es su plataforma de juego favorita con gran diferencia respecto a las demás (91,3%). Le siguen la Nintendo DS (64,7%) y la PlayStation 2 (62%).
- La consola menos empleada por ambos grupos para jugar es la Xbox 360 (10,4% y 17,2%, respectivamente).

Compañía cuando juegan

- Lo más común es que niños y adolescentes jueguen solos (70,9% y 79,3%, respectivamente).
- Aproximadamente la mitad de cada grupo juega con sus amigos (el 49,6% de los niños y el 56,5% de los adolescentes).
- Los niños que juegan con su madre (30,1%) o su padre (36,3%) prácticamente triplican a los adolescentes que lo hacen (el 10,3% con su madre y el 16,2% con su padre).

Tiempo de juego

- El 59,4% de los adolescentes juega dos horas o menos entre semana, cifra que se reduce al 55,3% durante el fin de semana.

- Entre semana, el 16% de los adolescentes juega más de dos horas, mientras que durante el fin de semana son más los adolescentes que juegan, el 29,6%.
- Mientras que entre semana hay un 15,9% de adolescentes que asegura no jugar nada, esta cifra disminuye hasta el 5,9% los sábados y domingos.

El fenómeno del «pirateo»

- Más de la mitad de los adolescentes (54,8%) tienen juegos pirateados.
- El 77,9% consigue estos juegos pirateados descargándolos de Internet, mientras que tan sólo el 7% (la cifra más baja de España) los compra en la calle o alguna tienda.

Mediación familiar

- Los adolescentes de la zona Noreste son los que más discuten de toda España con sus padres por el uso que hacen de los videojuegos (el 24,3%).
- El principal motivo de discusión es el tiempo que pasan jugando (el 78,6%, que es la cifra más alta). Por el contrario, la razón menos común es el tipo de juego que usan (12,2%, cifra más baja).

Valoraciones

- Los adolescentes de esta zona son los que consideran en mayor medida que es más divertido jugar a videojuegos con otras personas (el 53,3%, la cifra más alta de España).
- Asimismo, son los que también consideran en mayor medida que los videojuegos permiten hacer cosas que no pueden hacerse en la vida real (41,7%).

5.7.2.5. Zona Noroeste

Acceso y uso

- El 82,2% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, y hay poca diferencia entre chicos y chicas (el 86% y 77,9%, respectivamente).

En el caso de los mayores se aprecia un notable descenso de jugadores (56,3%), y el número de chicos que juega (73,7%) prácticamente duplica al de chicas (39,1%).

Aparatos que poseen

- La consola que más niños poseen es, con gran diferencia, la Nintendo DS (el 78,8%). Le sigue de lejos la Wii (el 48,8%).
- En el caso de los adolescentes, no hay una opción mayoritaria tan aplastante. Las dos consolas que más poseen son la Nintendo DS (53,5%) y la PlayStation 2 (52,4%).
- La consola que menos niños tienen es la PlayStation 3 (11,5%), mientras que en el caso de los adolescentes la opción minoritaria es la Xbox 360 (8,3%).

Aparatos con los que juegan

- El aparato favorito de los niños para jugar es la Nintendo DS (78,8%), mientras que para los adolescentes es, de forma aplastante, el ordenador (91,8%, la cifra más alta de España).
- Los niños de esta zona son los que más juegan con la Xbox 360 (20,6%) y los que menos utilizan la Game Boy (17,7%).
- Los adolescentes de la zona Noroeste son los que más utilizan el ordenador (91,8%) y los que menos emplean la Xbox 360 (11,9%).

Compañía cuando juegan

- Los niños de la zona Noroeste son los que más juegan con sus amigos en España (54,4%) en contraposición con los adolescentes, que son los que menos lo hacen de todo el país (53,8%).
- Los niños de esta zona son los que más juegan con sus hermanos (el 53,9%); los adolescentes son los que menos (31,9%).
- Niños y adolescentes son los que menos juegan con su madre de toda España (el 21,8% y el 7,2%, respectivamente).
- El 23,7% de los niños juega con su padre (la cifra más baja), frente al 8,4% de los adolescentes.

Tiempo de juego

- En esta zona no se aprecian grandes diferencias en el tiempo de juego durante el fin de semana y entre semana: de lunes a viernes el 59,6% de los adolescentes juega dos horas o menos, cifra que baja al 55,8% los sábados y domingos. El 25,5% juega más de dos horas y el 27,6% el fin de semana. Finalmente, el 8,3% de los adolescentes asegura no jugar nada entre semana, cifra que desciende hasta el 6,8% durante el fin de semana.

El fenómeno del «pirateo»

- El 55,7% de los adolescentes tiene algún juego pirateado.
- La forma más habitual de conseguirlos es descargarlos de Internet (66,7%), aunque los adolescentes de la zona Noroeste son los que menos lo hacen de toda España.

Mediación familiar

- 1 de cada 5 adolescentes (19,5%) discute con sus padres por el uso que hace de los videojuegos.
- Más de la mitad discute con sus padres por el tipo de videojuegos a los que juega (la cifra más alta de España, con una diferencia notable respecto al resto de zonas).
- Por el contrario, los adolescentes de esta zona son los que menos discuten con sus padres por el tiempo que pasan jugando (61,1%) o el momento concreto en que lo hacen (23,4%).

Valoraciones

- Los adolescentes de esta zona son los que menos piensan que los videojuegos les pueden volver violentos (14%) o que les permiten hacer cosas que no pueden hacer en la vida real (29,5%).

5.7.2.6. Zona Norte

Acceso y uso

- El 86% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, y es muy poca diferencia entre

chicos y chicas (el 89,9% y 82%, respectivamente). En el caso de los mayores, se aprecia un notable descenso de jugadores (57,5%), y son muchos más los chicos (70,7%) que las chicas (41,7%).

Aparatos que poseen

- Los niños de la zona Norte son los que más disponen de la Nintendo DS (82,2%), la Wii (52,5%) y la Game Boy (33,1%).
- La consola que más adolescentes tienen es la PlayStation 2 (64,7%), mientras que la que menos poseen es la Xbox 360 (13,2%).

Aparatos con los que juegan

- Los aparatos que más usan los niños para jugar son la Nintendo DS (84,6%) y el ordenador (77,1%); en ambos casos es la cifra más alta de España.
- La consola con la que menos juegan los niños es la Xbox 360 (9,7%), cifra más baja.
- La herramienta favorita de los adolescentes para jugar es, con gran diferencia, el ordenador (91,4%, cifra más alta de España).
- La consola que menos utilizan los adolescentes de la zona norte es la Xbox 360 (15,5%).

Compañía cuando juegan

- Los niños de esta zona son los que más juegan solos (74,1%).
- Los adolescentes juegan preferentemente solos (75,3%) y con sus amigos (58,8%).
- El número de niños que juega con su madre triplica al de adolescentes que lo hacen (un 30% frente al 10,2%).
- El 28,5% de los niños juega habitualmente con su padre, mientras que en el caso de los adolescentes, esta cifra se reduce al 13,3%.

Tiempo de juego

- La cantidad de adolescentes que juegan dos horas o menos entre semana y durante el fin de semana es bastante similar (el 59,8% frente al 58,6%, respectivamente).

- Entre semana el 16,4% de los adolescentes juega dos horas o más a videojuegos, cifra que aumenta al 26,2% durante el fin de semana.
- El número de adolescentes que no juega nada (15,6%) se reduce a la mitad durante el fin de semana (7,2%).

El fenómeno del «pirateo»

- El 60,1% de los adolescentes tiene juegos pirateados.
- El 70,8% los consigue a través de descargas en Internet; el 47,1% grabándolos de un amigo, y el 13,8% los compra en la calle o alguna tienda.

Mediación familiar

- 1 de cada 5 adolescentes (21,4%) discute con sus padres por el uso que hacen de los videojuegos.
- Los padres de la zona Norte son los que más utilizan el videojuego como premio o castigo con sus hijos adolescentes (24,6%).
- Los padres de la zona Norte son también los que más saben de qué van los videojuegos utilizados por sus hijos adolescentes (el 79,4%).

Valoraciones

—Los adolescentes de la zona Norte son los que más piensan que usar videojuegos les puede volver violentos (el 20,8%).

5.7.2.7. Zona Sur

Acceso y uso

- El 91,8% de los más pequeños usa videojuegos habitualmente, y es muy poca diferencia que hay entre chicos y chicas (el 93,5% y el 90,5%, respectivamente). En el caso de los mayores se aprecia un notable descenso de jugadores (63,3%), y son más los chicos (76,7%) que las chicas (51,2%).

Aparatos que poseen

- La consola que más niños tienen es la Nintendo DS (66,9%), seguida de lejos por la Wii (39,3%).

- Los niños son los que menos disponen de la PSP (el 22,9%).
- En el caso de los adolescentes, la consola que más tienen es también la Nintendo DS (62%), seguida muy de cerca por la PlayStation 2 (61,7%).

Aparatos con los que juegan

- El aparato que más niños emplean para jugar es la Nintendo DS (70,8%) y el ordenador (61%).
- En cuanto al aparato que menos emplean los niños en la zona Sur, se trata de la PSP, con el 23,5% (que es la cifra más baja de toda España).
- Para los adolescentes, el ordenador es la herramienta favorita para jugar (88,9%), seguida con una apreciable diferencia por la Nintendo DS (66,2%).
- La consola que menos usan los adolescentes de esta zona para jugar es la Xbox 360 (20,2%).

Compañía cuando juegan

- El 58,7% de los niños juega solo, la cifra más baja de toda España.
- El 36,1% de los niños en la zona Sur usa videojuegos con sus amigos, porcentaje más bajo de todo el país.
- Los adolescentes de esta zona son los que más juegan a videojuegos con su madre (14,1%) y los segundos que más lo hacen con su padre (15,8%).

Tiempo de juego

- El 59,7% de los adolescentes pasan dos horas o menos con los videojuegos entre semana, mien-

tras que durante el fin de semana esta cifra baja ligeramente al 56,6%.

- El 17,3% de los adolescentes pasa más de dos horas con los videojuegos entre semana. Este porcentaje llega al 25,8% durante el fin de semana.
- El número de adolescentes que no juega nada con videojuegos entre semana (15,1%) se reduce a la mitad durante el fin de semana (7,9%).

El fenómeno del «pirateo»

- Los adolescentes de la zona Sur son los que tienen más juegos pirateados (el 66,8%).
- El 71,3% consigue estos juegos mediante descargas de Internet, el 46,8% los graba de un amigo y el 12% los compra en la calle o en alguna tienda.

Mediación familiar

- Los adolescentes de esta zona son los que menos discuten con sus padres por el uso que hacen de los videojuegos (el 16,5%).
- En uno de cada diez casos (11,5%) los padres no saben de qué van los videojuegos empleados por sus hijos adolescentes.
- El 80,8% de los padres, sabiendo de qué van los videojuegos empleados por sus hijos, les dejarían jugar con todos ellos (es la cifra más alta de España).

Valoraciones

- El 27% de los adolescentes de la zona Sur reconoce estar enganchado o conocer a alguien enganchado a los videojuegos.
- El 16,6% de los adolescentes cree que los videojuegos pueden volverle violento.



6. TELEVISIÓN

6.1. Posesión

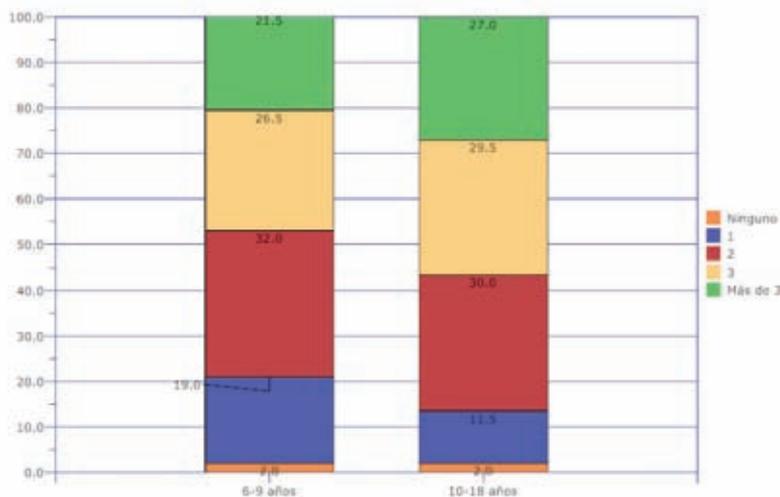
Que la televisión es una pantalla omnipresente no sorprende a nadie. Un porcentaje mínimo de los menores reconoce que en su casa no hay televisor (2%), pero lo más habitual es que en casa haya más de dos. La edad marca también una mayor afluencia de televisiones en el hogar, más habitual entre los de 10 a 18 años.

Y es que tres o más televisores es la pauta mayoritaria en el caso de los adolescentes: el 56,5% de ellos así lo afirma. Entre los más pequeños, tener

dos o tres televisores es la opción más habitual: el 58,5%.

Estos datos contrastan con los obtenidos en la investigación realizada en Iberoamérica entre 2007 y 2008: el 41% de los menores de 6 a 9 años tenía más de tres televisores en su casa. La mayor accesibilidad a esta pantalla, acorde también con la menor penetración del resto, la hace mucho más presente en los hogares de la Generación Interactiva iberoamericana.

Gráfico 6.1. POSESIÓN DE TELEVISORES EN EL HOGAR (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 21: «¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 100: «¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.



La diferencia por sexo es casi imperceptible en el caso de los más pequeños: tan sólo cabe señalar que los niños declaran en mayor medida tener más de tres televisores en casa (el 24% frente al 18% de las niñas). En el caso de los más mayores, 10-18, también se da esta pauta, aunque en un porcentaje mucho más pequeño: el 28% ellos y el 25% ellas.

En lo que se refiere a las diferencias por procedencia geográfica, llama la atención que en la zona Norte (País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja) uno de cada cuatro niños declare tener tan sólo un televisor. En esta zona, además, lo más habitual es tener dos o tres (59%) y es el área donde en menor medida hay más de tres dispositivos.

Entre los menores de 10 a 18 años se reduce sensiblemente la opción «tengo un solo televisor», que alcanza su cota mínima entre los jóvenes de la zona Noroeste (Galicia y Asturias).

Tabla 6.1. POSESIÓN DE TELEVISORES EN EL HOGAR (6-9 AÑOS, POR ZONA)

	Ninguno	1	2	3	Más de 3
Canarias	1	14	36	26	23
Centro	1	13	27	32	27
Levante	2	19	31	27	21
Noreste	3	20	26	32	20
Noroeste	1	13	34	18	34
Norte	2	26	35	24	13
Sur	2	22	35	23	17

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 21: «¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años.

TABLA 6.2. POSESIÓN DE TELEVISORES EN EL HOGAR (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Ninguno	1	2	3	Más de 3
Canarias	5	14	24	30	27
Centro	2	9	29	29	31
Levante	3	10	28	31	28
Noreste	2	18	34	25	22
Noroeste	2	7	30	34	27
Norte	2	15	32	28	22
Sur	1	10	30	31	28

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuesta a la pregunta n.º 100: «¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

6.2. Ubicación habitual del televisor

6.2.1. Localización

El hecho de que en los hogares de esta Generación Interactiva haya más de un televisor multiplica los puntos de acceso. Del esquema pasado de un solo aparato por hogar que congregaba a toda la familia ante los mismos programas y a las mismas horas, se pasa a un escenario mucho más diversificado. Los lugares donde la televisión está presente son más: salón, dormitorios, cocina, salas de trabajo o de juego, lo que permite un consumo individualizado de esta pantalla.

El lugar que ocupan estos televisores es importante en la caracterización de la Generación Interactiva. Es llamativo como ya desde pequeños el propio dormitorio (39%) se convierte en un lugar

habitual de consumo de televisión, aunque la ubicación más frecuente sea el salón o cuarto de estar (78%) y el dormitorio de los padres (38%).

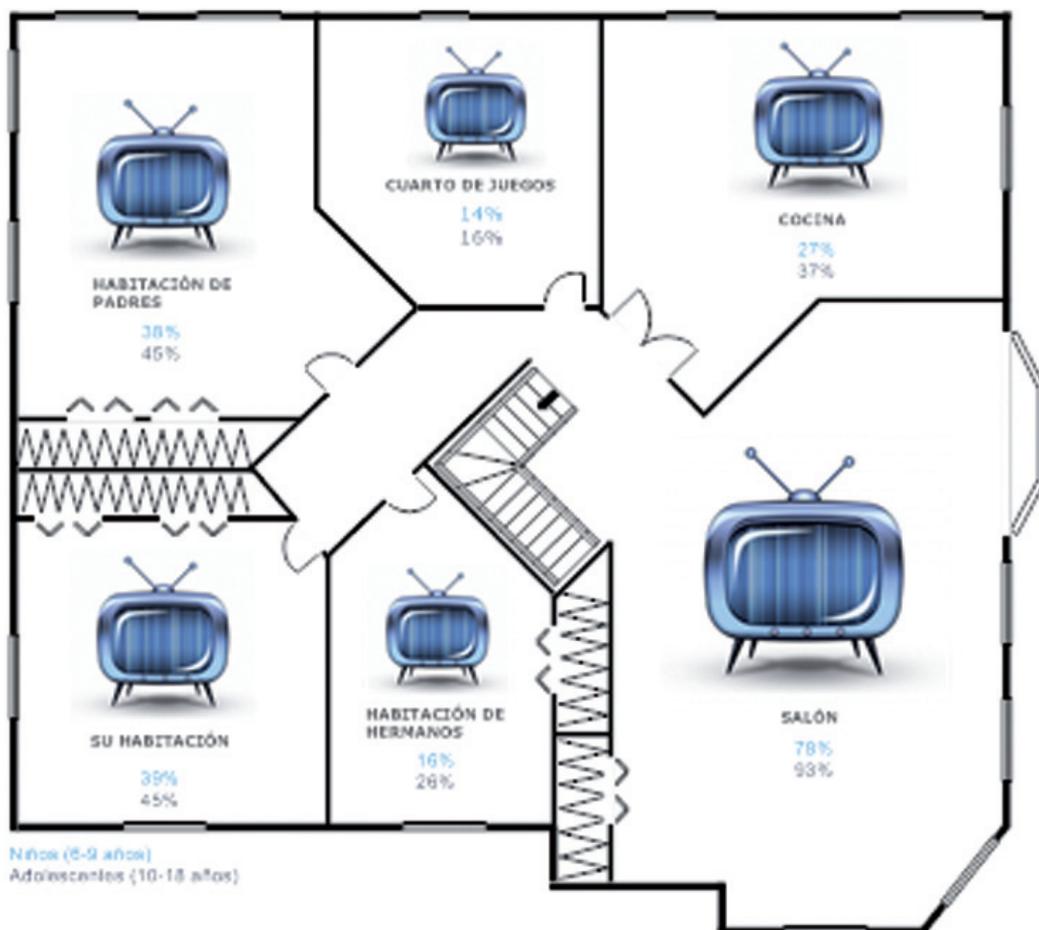
Sin embargo, con la edad la pauta se acentúa: entre los encuestados de 10 a 18 años, el 45% declara tener un televisor en su cuarto, aunque en esta franja de edad, el salón es la opción más declarada, con el 93% de los casos. El dormitorio de los padres se consolida como otro emplazamiento común: el 49% de los padres de escolares entre 10 y 18 años, tienen un televisor en su habitación.

Además de estas localizaciones habituales, la cocina y un cuarto de juegos o similar se dotan también cada vez más de esta pantalla. De hecho, casi en la mitad de los casos, los adolescentes, 10-18 años, afirman tener una tele en la cocina.

La presencia de una televisión en el propio dormitorio está directamente relacionada con la



Gráfico 6.2. UBICACIÓN DE LA TELEVISIÓN EN EL HOGAR (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 22 «¿Dónde están? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.344 escolares de 6 a 9 años, y n.º 101: «¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

edad y con el sexo: son los chicos los que con más frecuencia tienen una en su habitación: desde los 14 años, al menos uno de cada dos tiene un televisor propio. Entre las chicas se mantienen en alrededor de un tercio, pero a partir de los 16 años crece significativamente.

En lo que se refiere a las diferencias en función de la zona geográfica, los menores, 6-9 años, de la

zona Noroeste (Galicia y Asturias) parecen ser los más propensos a un consumo fragmentado del medio televisivo: son los que habitualmente tienen televisor en su dormitorio; también tienen el valor más alto de televisores en el dormitorio de sus padres. Por el contrario, los menores de la zona Norte (País Vasco, Navarra, Cantabria y La Rioja) tienen el dato más bajo de penetración del televi-

Gráfico 6.3. EVOLUCIÓN DE POSESIÓN DE LA TELEVISIÓN EN LA HABITACIÓN (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 22: «¿Dónde están? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.344 escolares de 6 a 9 años, y n.º 101: «¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.3. UBICACIÓN DE LA TELEVISIÓN EN EL HOGAR (6-9 AÑOS, POR ZONA)

	Mi cuarto	Cuarto de un hermano/a	Salón	Cuarto de los padres	Cocina	Cuarto de juegos
Canarias	40	18	86	52	33	13
Centro	35	16	84	39	39	14
Levante	39	20	76	35	32	14
Noreste	35	12	77	38	24	17
Noroeste	46	13	74	52	31	17
Norte	30	14	82	36	19	17
Sur	44	17	69	31	17	11

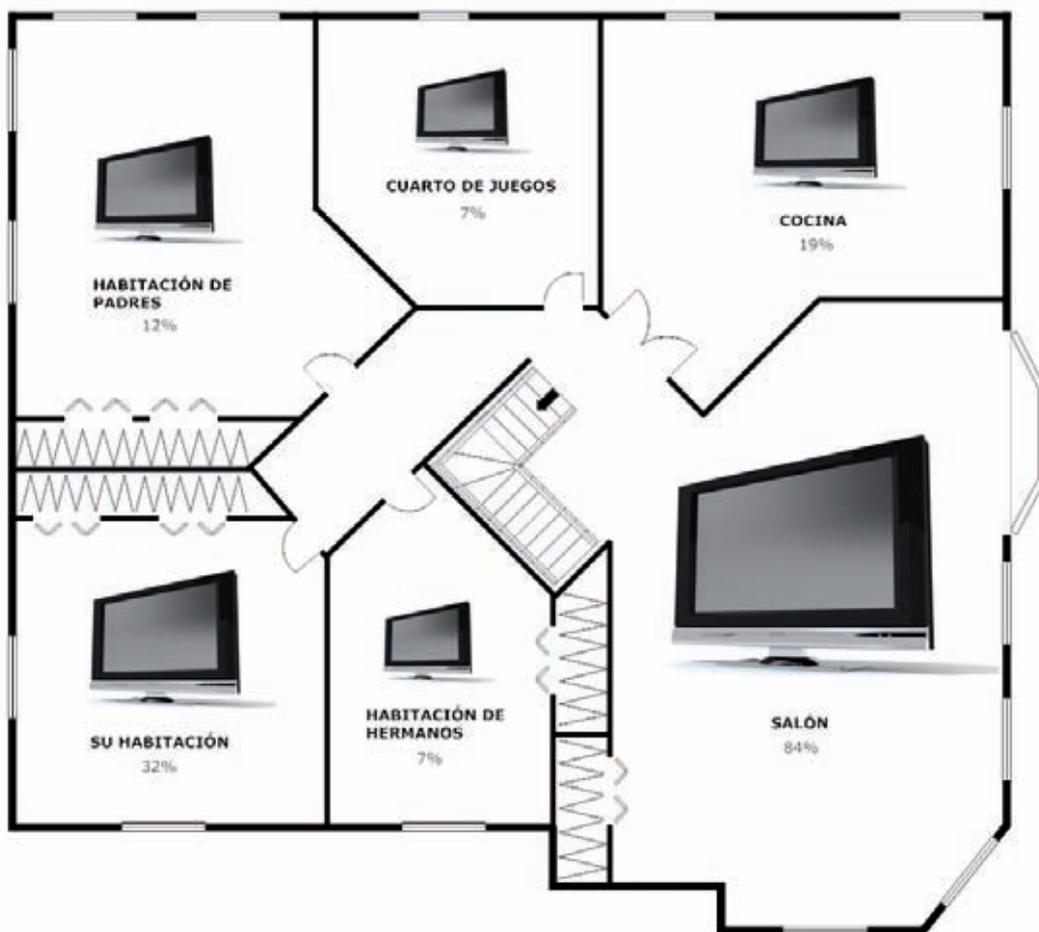
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 22: «¿Dónde están? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.344 escolares de 6 a 9 años.

Tabla 6.4. UBICACIÓN DE LA TELEVISIÓN EN EL HOGAR (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Mi cuarto	Cuarto de un hermano/a	Salón	Cuarto de los padres	Cocina	Cuarto de juegos
Canarias	52	30	86	63	19	15
Centro	48	26	93	48	41	18
Levante	42	29	95	45	48	18
Noreste	37	20	95	47	33	15
Noroeste	43	22	88	58	49	12
Norte	37	21	94	49	34	16
Sur	51	28	94	50	29	16

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 101: «¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.4. LUGAR DE VISIONADO DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 104: «Cuando ves la tele, sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

sor en su habitación y uno de los más altos en el cuarto de estar.

La tendencia entre el grupo de mayor edad señala a los menores de Canarias, seguidos muy de cerca por los de la zona Sur (Andalucía y Extremadura), como los que más tienen una televisión en su cuarto (uno de cada dos). Por el contrario, son los de las zonas Noreste (Cataluña, Aragón y Baleares) y Norte

(País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja) quienes menos disfrutan de esta ubicación. Los adolescentes de estas dos zonas tienen, por el contrario, los niveles más altos de presencia de la tele en el cuarto de estar.

Destacan las zonas Levante y Noroeste por arrojar valores muy altos en todas las ubicaciones, incluida la cocina, donde casi uno de cada dos adolescentes reconoce que hay una tele.

6.2.2. Lugares de visionado

Como ya hemos visto, Internet se caracteriza por permitir un acceso «multilugar», ya sea en casa, en la escuela, en *cibercafés* o utilizando el teléfono móvil. Lo mismo ocurre con los videojuegos en el caso del espectacular éxito de los dispositivos portátiles entre los menores. Frente al resto de pantallas, la televisión se define por ser la más «hogareña»: el domicilio familiar es el lugar donde mayoritariamente los menores acceden a los diversos contenidos televisivos. Por otro lado, la presencia de varios aparatos receptores dentro del propio hogar también posibilita un acceso «multilugar», cuestión que se analizará en este apartado.

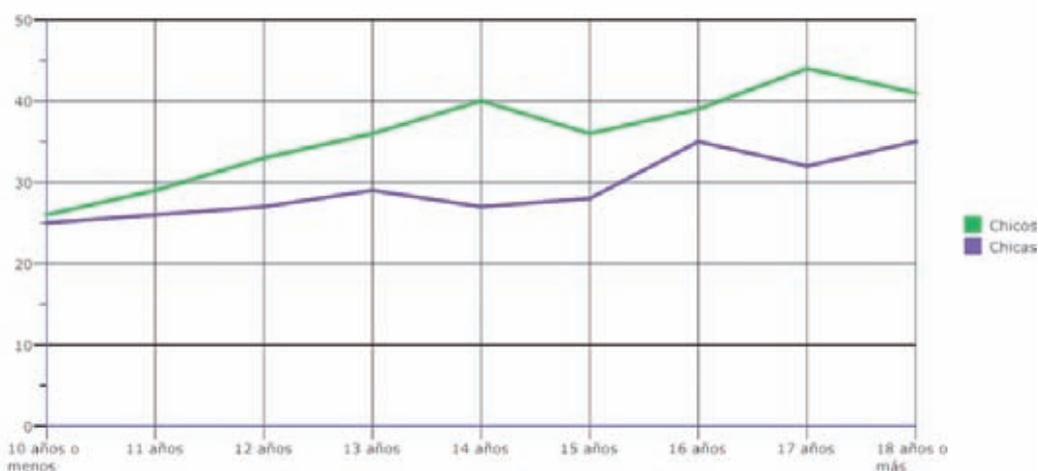
Los datos globales de la investigación realizada definen la sala de estar como el lugar donde más habitualmente ven la televisión. Como segunda opción, el 32% afirma ver la tele en su propio cuarto. Este dato nos indica un matiz que complementa el estereotipo generado durante décadas del televisor como centro de reunión familiar: un tercio de la Generación Interactiva prefiere hacerlo en su propio cuarto y, como veremos más adelante, en solitario. Dos de cada diez



menores ven la televisión en la cocina y el 12% lo hacen en la habitación de los padres. Por último, en mucha menor medida, aparecen opciones como una sala de juegos o la habitación de algún hermano.

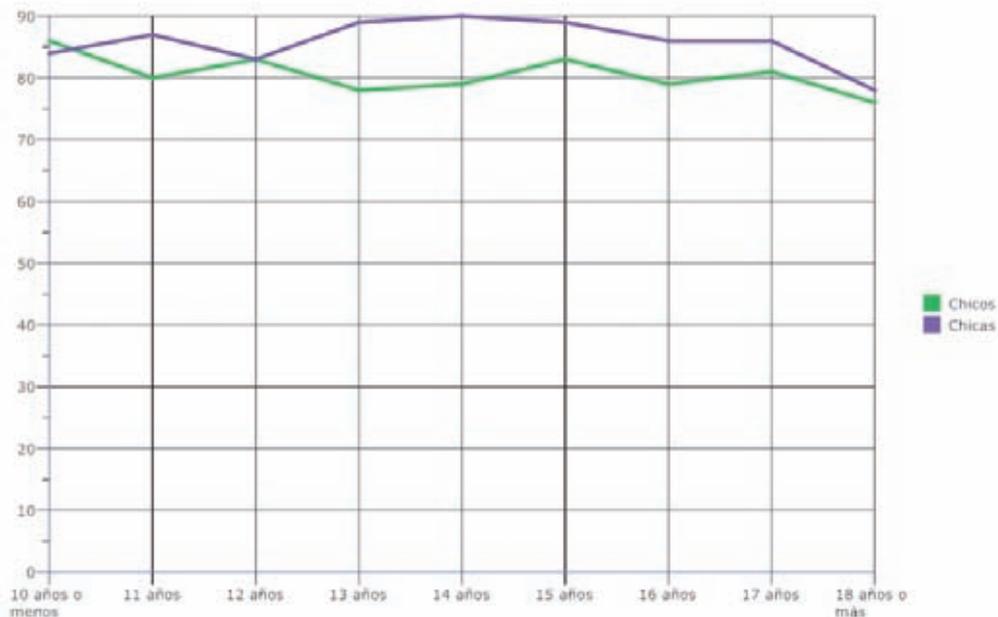
La edad y el sexo de los menores añaden matices a las pautas globales de comportamiento. Como puede verse en el gráfico 6.5, en el caso de los varones el visionado de la televisión en el propio cuarto es superior frente a las chicas, y es un comportamiento con tendencia a aumentar según crecen. Por otro lado, prefieren ver menos la televisión en la sala de estar o la habitación de sus padres.

Gráfico 6.5. «VEO LA TELEVISIÓN EN MI CUARTO» (POR EDAD Y SEXO)



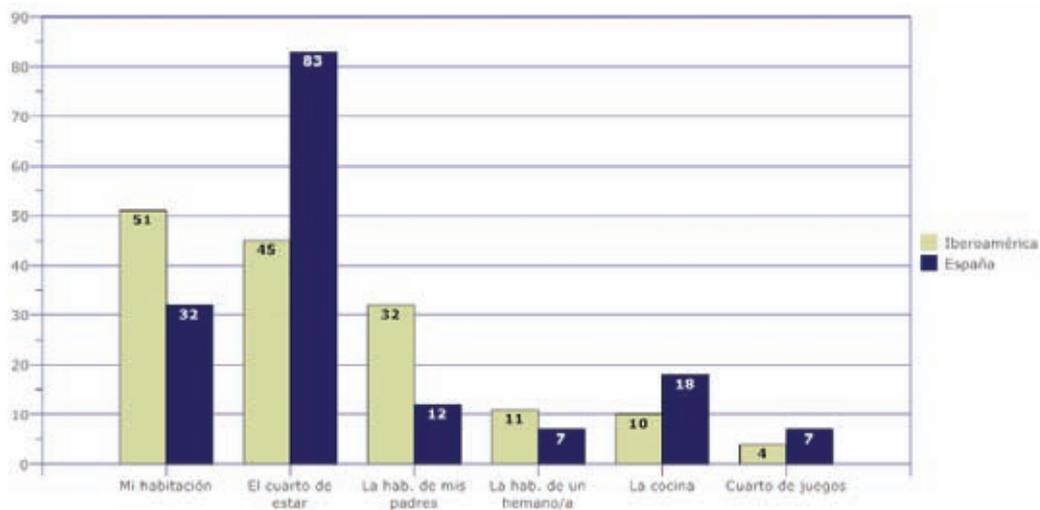
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 104: «Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.6. «VEO LA TELEVISIÓN EN LA SALA DE ESTAR» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 104: «Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.7. LUGAR DE VISIONADO DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008; Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 104: «Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.5. LUGAR DE VISIONADO DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	En mi habitación	En la habitación de un hermano/a	En la habitación de mis padres	En la sala de estar	En la cocina	En un cuarto de juegos
Canarias	40,1	8,3	24,7	75,4	11,8	8,1
Centro	33,4	7	11,4	82,7	19,8	8,2
Levante	31,9	7,9	8,9	82,7	26	7,8
Noreste	26	6,9	12,4	85,9	15,8	6,7
Noroeste	32,4	4,3	10,2	79	24,4	2,7
Norte	28	6	12,9	87,1	16,1	7,8
Sur	35,9	7	12,2	84,4	15,1	7

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 104: «Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

El caso de las chicas es algo distinto. Su preferencia por ver la televisión en el propio dormitorio, aunque aumenta con la edad, está por debajo del dato para los varones. Su sitio para verla es claramente la sala de estar, con valores cercanos al 90% a los 13 y los 14 años. También superan ligeramente a sus iguales de sexo opuesto en el caso de la cocina y la habitación de sus padres.

Al comparar estos datos con el comportamiento de la Generación Interactiva en Iberoamérica, encontramos diferencias realmente significativas. La más destacable es que los menores españoles señalan la sala de estar como el lugar más frecuente para ver la televisión; en Iberoamérica la primera opción es el propio cuarto. O también la diferencia que se da en el caso de la habitación de los padres: recurso frecuente para un tercio de los menores en Iberoamérica, a más de veinte puntos de la media española.

Las diversas zonas estudiadas muestran una pauta similar: la sala de estar es el lugar más habitual para ver televisión, sobre todo en el Norte. La propia habitación se configura como un segundo espacio importante, tal como ocurre entre la Generación Interactiva de Andalucía y Extremadura –zona Sur–. Por otro lado, la cocina es el sitio elegido por una cuarta parte de los menores de Levante y Noroeste. Canarias destaca por ser la zona que más se aparta de la descripción hecha hasta

ahora: son los que más utilizan su propia habitación, la de sus padres y la de los hermanos, en detrimento de la sala de estar y la cocina.

6.3. Tiempo de visionado

La Generación Interactiva se define como una audiencia de especial importancia en el caso de la televisión. Así lo demuestra su acceso casi universal a la pequeña pantalla, como los datos referidos a posesión de aparatos y su ubicación en el



hogar, anteriormente descritos. Se trata ahora, en este apartado, de describir las peculiaridades del tiempo infantil y juvenil dedicado al consumo de contenidos televisivos.

En términos generales, la televisión se configura como una prioridad en la ocupación del tiempo: de lunes a viernes, el tiempo de los menores se reparte casi a partes iguales entre los tres intervalos propuestos: el 24% afirma dedicarle menos de una hora diaria, el 33% lo hace entre una y dos horas y el 27% reconoce ver la televisión más de dos horas.

La pauta sobre el fin de semana varía y según aumenta la disponibilidad de tiempo libre, se produce un desplazamiento del grupo de consumo ligero –menos de una hora– hacia el consumo moderado –entre una y dos horas–. En ambos casos, se mantienen los valores todos los días de la semana para aquellos que afirman no ver nada la televisión o no saben cuánta ven.

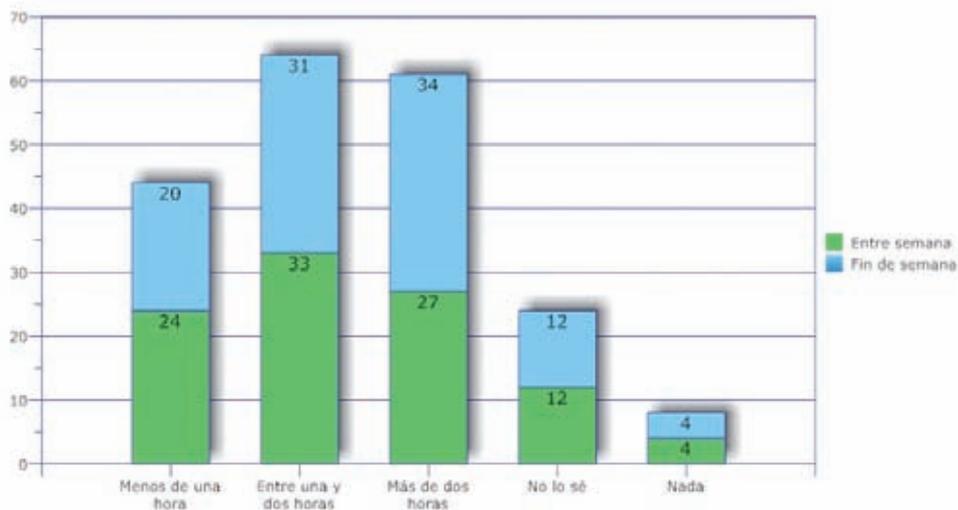
Entre chicos y chicas no hay diferencias significativas en la dedicación semanal a la televisión. Por edad y para todos los días de la semana, el valor máximo en el caso del consumo ligero lo

alcanzan las chicas menores de 10 años; el consumo intermedio es más frecuente entre el público femenino de 16 años, y por encima de la media con una dedicación de más de dos horas se sitúan también las chicas mayores de 17.

En comparación con la Generación Interactiva en Iberoamérica podemos afirmar que ésta se caracteriza por ser más televisiva en cuanto a dedicación de tiempo. Como puede verse en los gráficos 6.9 y 6.10, el intervalo de consumo «pesado» obtiene puntuaciones más elevadas todos los días de la semana.

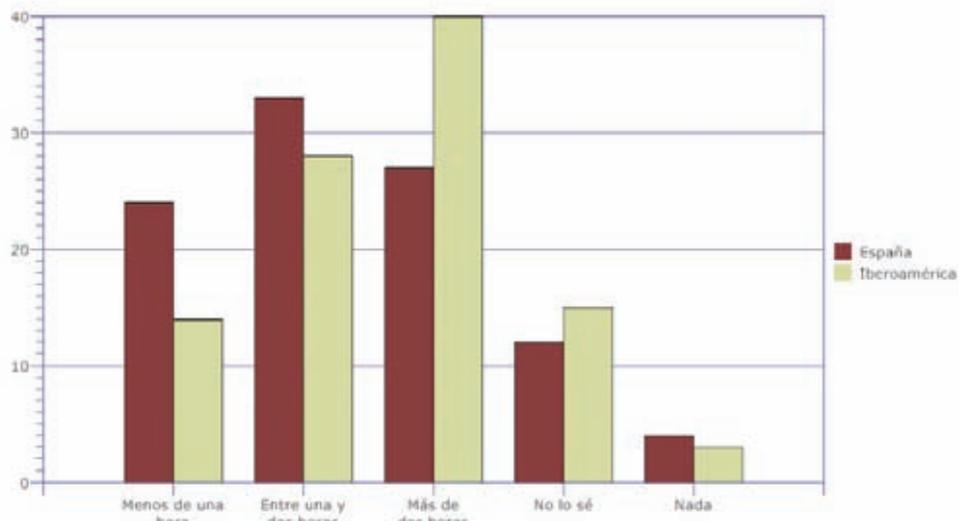
En las zonas Centro y Noreste, niños y jóvenes se caracterizan frente a la media, por una dedicación de tiempo al televisor más intensa durante los días laborables en el intervalo de consumo moderado. De forma más concreta, el perfil del menor telespectador que dedica entre una y dos horas a ver televisión se define como un chico o una chica de entre 15 y 17 años: en este intervalo de edad el índice de respuestas afirmativas es cercano al 40%. Chicas de 13 a 14 años: en ambos casos el índice de respuestas afirmativas supera el 50%.

Gráfico 6.8. TIEMPO DE VISIONADO DE TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES Y FIN DE SEMANA



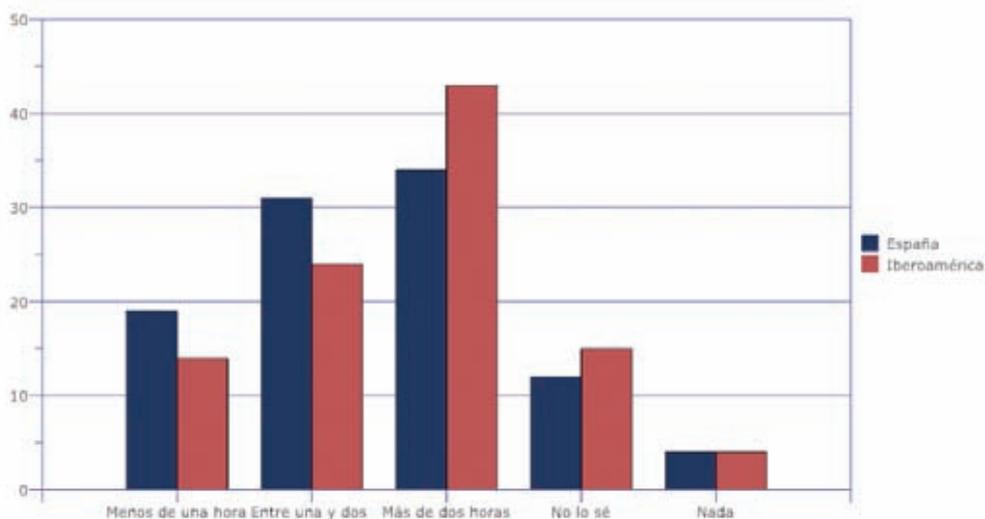
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 102 y 103: «De lunes a viernes o el sábado y domingo ¿cuánto tiempo ves diariamente a televisión en casa?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.9. TIEMPO DE VISIONADO DE TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas» 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 102: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo ves diariamente a televisión en casa?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.10. TIEMPO DE VISIONADO DE TELEVISIÓN LOS FINES DE SEMANA (COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas» 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 103: «El sábado y domingo ¿cuánto tiempo ves diariamente a televisión en casa?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Durante el fin de semana se producen algunos cambios en las pautas de consumo. Éste se intensifica, aunque con un importante matiz: los chicos menores de 13 años abandonan el grupo «Menos de una hora» e incrementan su tiempo de consumo con valores por encima de la media.

El Sur se caracteriza por estar, de lunes a viernes, muy cercano a los valores medios en todos los intervalos de tiempo analizados. En este sentido, casi la mitad de las chicas menores de 10 años declaran ver menos de una hora de televisión diaria durante los días laborables. En el extremo opuesto, con un consumo pesado que supera las dos horas se sitúan escolares de entre 13 y 15 años de ambos sexos. Durante el fin de semana se reduce el grupo de menor consumo y, lógicamente, aumentan los intervalos superiores: casi la mitad de las chicas de 17 años reconocen ver entre una y dos horas de televisión en días festivos.

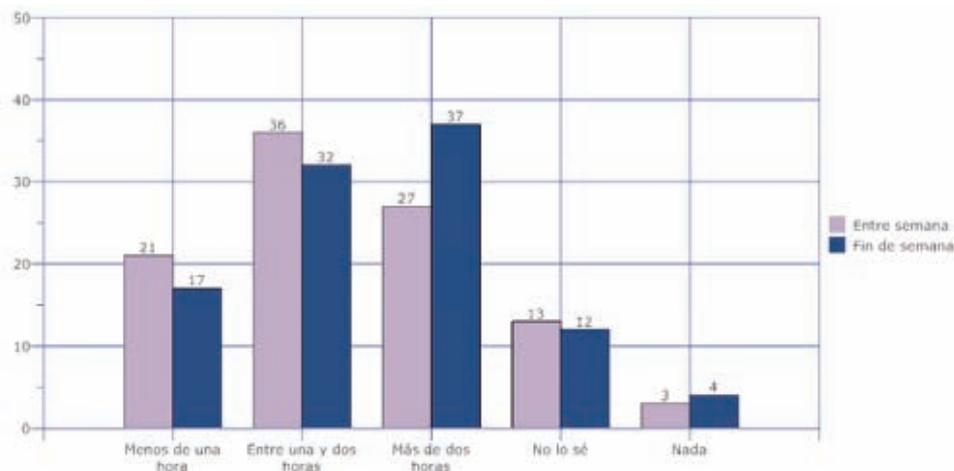
El rasgo más peculiar de los menores levantinos quizá sea su índice de consumo pesado en días laborables: casi un tercio de los escolares afirma ver la televisión más de dos horas. En días festivos se mantiene esta tendencia y el grupo es liderado por las chicas de 17 años –48%–.

De lunes a viernes los menores del Noroeste son proclives a mantener un consumo ligero algo superior a la media; en este sentido, casi la mitad de los chicos de 12 años afirma ver menos de una hora diaria. El fin de semana aumenta ligeramente el grupo de consumo pesado, pero siempre con valores por debajo de la media nacional.

Para un tercio de los menores del Norte, ver la televisión en días laborables supone una actividad que rebasa las dos horas diarias de dedicación; esta actividad es especialmente atractiva para chicas de 15 y 17 años. Durante el fin de semana el consumo se intensifica lo que causa un notable descenso de los índices de consumo para el intervalo menor –menos de una hora–.

Por último, los menores canarios se identifican con la media nacional en el reparto de tiempo dedicado a la televisión en días laborables. Durante esos días los chicos de 13 años son los que menos televisión ven y, en el extremo contrario se sitúan chicos y chicas de más de 17 años. Durante sábados y domingos no se produce un aumento de consumo, a pesar de contar con mayor disponibilidad de tiempo.

Gráfico 6.11. TIEMPO DE VISIONADO DE TELEVISIÓN EN LA ZONA CENTRO



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 102 y 103: «De lunes a viernes o el sábado o domingo ¿cuánto tiempo ves diariamente a televisión en casa?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.



Tabla 6.6. TIEMPO DE VISIONADO DE TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES (POR ZONA)

	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	No lo sé	Nada
Canarias	24,4	32,3	25,9	14,6	2,8
Centro	21,3	35,7	26,8	13	3,2
Levante	24,1	28,5	28,9	13,4	5,1
Noreste	26,3	35,1	23,7	8,4	6,5
Noroeste	27	33,4	25,7	9,8	4,1
Norte	24,5	32,6	28,1	10,8	4
Sur	26,1	31,5	26,7	11,8	3,9
Total	24,4	32,8	26,8	11,8	4,2

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 102: «De lunes a viernes ¿cuánto tiempo ves diariamente a televisión en casa?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.7. TIEMPO DE VISIONADO DE TELEVISIÓN LOS FINES DE SEMANA (POR ZONA)

	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	No lo sé	Nada
Canarias	19	30,4	31,1	15,4	4,1
Centro	16,6	32	35,6	12	3,7
Levante	19,3	27,5	35,8	12,9	4,5
Noreste	16,2	35,5	34,6	10,4	3,3
Noroeste	24,8	33,7	27,2	10,1	4,3
Norte	18,7	31,9	34,3	11	4,1
Sur	23,3	28,3	31,9	11,8	4,8
Total	19,5	30,9	33,6	11,8	4,1

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 103: «El sábado o domingo ¿cuánto tiempo ves diariamente a televisión en casa?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.



6.4. Compañía frente al televisor

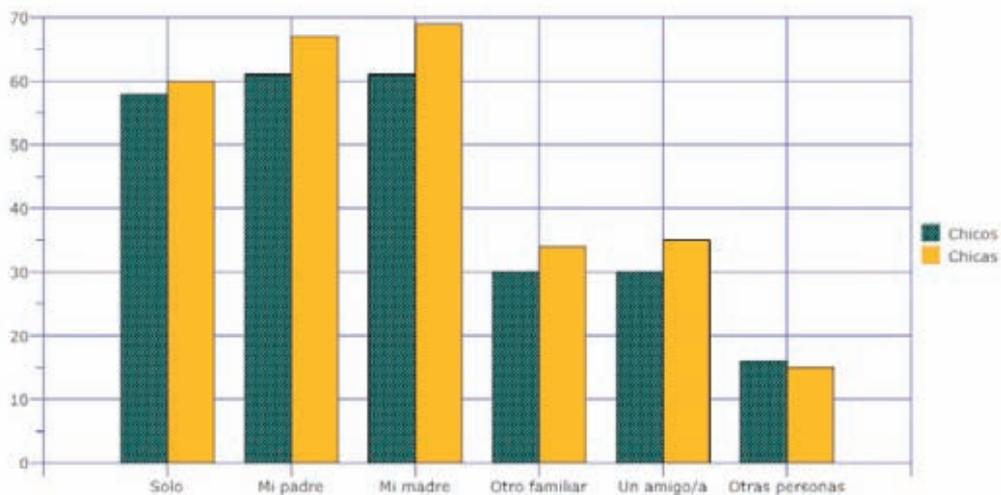
El número de televisores en el hogar y su disposición determinan la cuestión que se analiza en este apartado, al hilo de las respuestas dadas por los menores a la pregunta: «Cuando miras la tele, sueles estar con...».

Sobre los datos globales podemos extraer una primera conclusión que indica la transición de experiencia compartida a experiencia individual en el consumo de televisión. Tal como puede verse en el gráfico 6.12, «ver la tele» implica una mayor probabilidad de desarrollar esa actividad junto a otros miembros de la familia: el padre, la madre y los hermanos son los principales acompañantes. Por otro lado, ver la televisión en solitario se sitúa en cuarto lugar como posibilidad habitual y, en menor medida, suelen hacerlo acompañados de otros familiares o de sus amigos. Dentro de este grupo de precoces telespectadores, las chicas mantienen una mayor tendencia hacia el consumo social o

acompañado aunque, al mismo tiempo, también se sitúan ligeramente por encima de los varones en el caso del consumo en solitario. Por último, frente a Iberoamérica, la pauta de compañía entre los más pequeños tiene diferencias importantes: los menores españoles suelen ver la televisión solos con más frecuencia pero, al mismo tiempo, mantienen un mayor grado de visión conjunta con otras personas, sobre todo en el ámbito familiar.

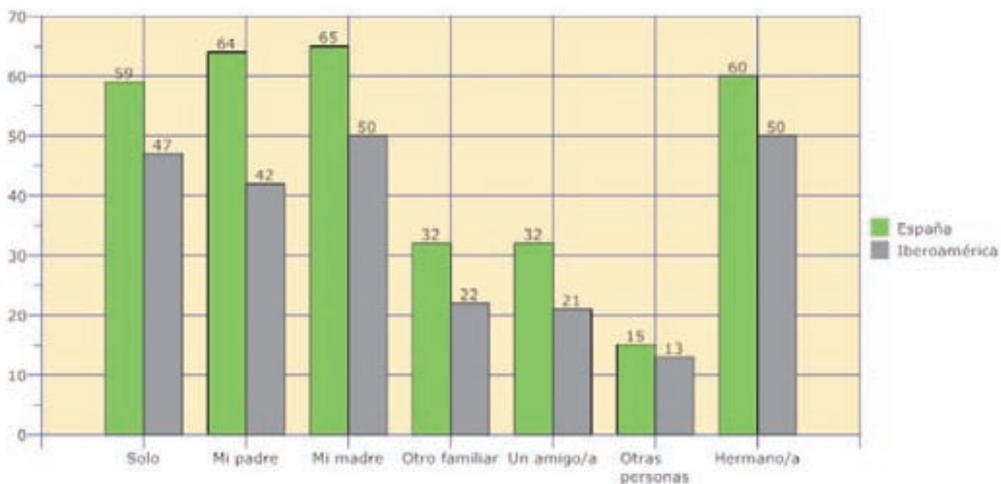
La opción «veo la tele con mi madre» es mayoritaria en el Norte y Canarias y se sitúa por encima de la media en el Centro y Noreste; la compañía del padre es también muy significativa en Canarias. Los hermanos son una compañía destacable para menores de Madrid y las dos Castillas. Por otro lado, la generación más independiente o solitaria frente al televisor y en edades tempranas la constituye el grupo de menores de Canarias y la zona Noroeste frente a sus iguales del Sur y zona Centro, que optan por un consumo más familiar del medio.

Gráfico 6.12. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR (6-9 AÑOS, POR SEXO)



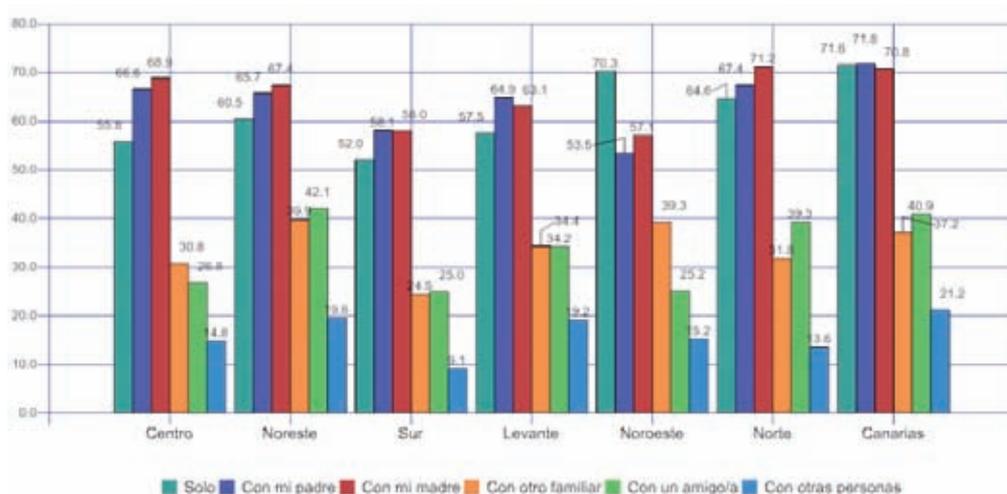
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 23: «Cuando ves la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)». N = 3.344 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 6.13. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR (6-9 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 23: «Cuando ves la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)». N = 3.344 escolares de 6 a 9 años.

Gráfico 6.14. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR (6-9 AÑOS, POR ZONA)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 23: «Cuando ves la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)» N = 3,344 escolares de 6 a 9 años.

Como hemos dicho, según avanza la edad, la presencia de acompañantes en el momento de ver la televisión tiende a convertirse en una actividad solitaria sin perder por ello la dimensión social de esta actividad. Como puede verse en el gráfico 6.15 la opción «veo la tele solo» alcanza el segundo lugar. Sin embargo, la madre sigue siendo otra opción frecuente, y es reconocida por seis de cada diez menores. El padre o los hermanos son acompañantes habituales, siempre con porcentajes que superan la mitad de los casos. Cercanas al 30% se sitúan las opciones de «otros familiares» y la posibilidad de que les acompañen sus iguales.

Estas tendencias, combinadas con las variables de edad y sexo, adquieren algunos matices. Los varones sustituyen a las chicas en el caso del visionado en solitario, opción que crece de forma constante con la edad en ambos sexos. El resto de opciones son lideradas por las chicas, con gran diferencia en el caso de la madre. Por último, existe una paridad casi exacta en el papel del padre como acompañante en los momentos televisivos.

Con relación a los mismos datos obtenidos en Iberoamérica, parece que según los pequeños telespectadores crecen, se iguala la tendencia al visionado en solitario, aunque sigue siendo mayor la presencia de otros acompañantes en el caso español.

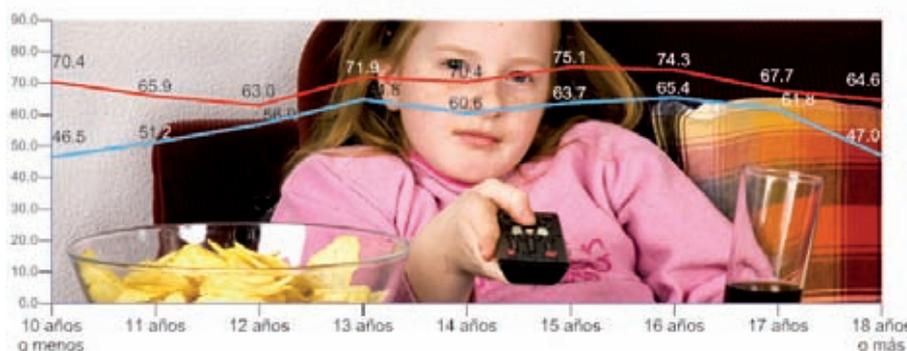


Gráfico 6.15. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR (10-18 AÑOS, POR SEXO)



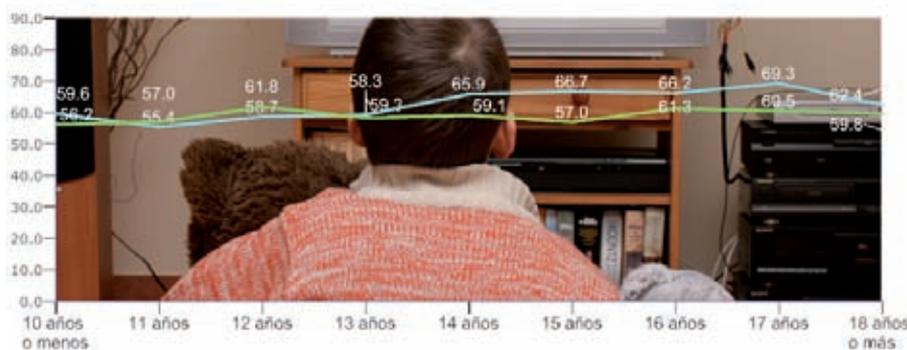
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 105: «Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.16. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR(CHICAS,10-18 AÑOS)



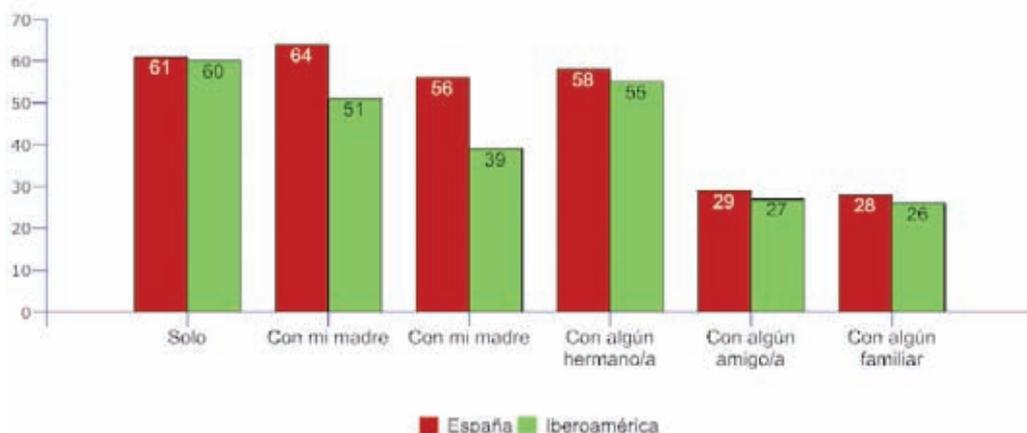
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 105 “Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)”. N=9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.17. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR(CHICOS,10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 105: «Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.18. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR (10-18 AÑOS, COMPARATIVA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMÉRICA)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008. Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 105: «Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.8. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Solo	Con mi padre	Con mi madre	Con algún hermano/a	Con otro familiar	Con un amigo/as
Canarias	63,6	72,2	12,2	12,4	42,4	59,8
Centro	60,8	58,2	63,6	60,1	27,9	30,9
Noreste	59,3	59,1	66,5	61,0	27,5	33,9
Sur	58,6	57,3	66,8	61,1	30,5	27,3
Levante	63,1	59,9	66,4	58,5	28,3	25,9
Noroeste	63,7	45,5	56,5	43,9	25,4	28,4
Norte	62,8	55,1	62,2	58,2	26,9	30,5
Canarias	63,6	46,2	58,0	53,7	27,4	32,0
Total	61,1	56,4	64,1	58,5	28,2	29,5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 105: «Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

La Generación Interactiva de las zonas Norte, Canarias y Levante obtiene valores ligeramente superiores a la media en el caso del visionado en solitario. La edad y el sexo de los telespectadores suponen tres casos distintos: en el Centro, el perfil más acusado de telespectador solitario lo representan las chicas de 17 años; en Levante son los chicos de 15 años, y, finalmente, en Canarias la puntuación máxima se da entre los chicos de 16 años: ocho de cada diez así lo reconoce.

La compañía de la madre es superior a la media en zonas como el Noreste y el Sur. En ambos casos, es más probable que sea una chica a quien se acompañe. El padre es una compañía habitual en el Levante y, al contrario del caso anterior, su compañía es reconocida en mayor medida entre los chicos. Por último, los hermanos son unos compañeros frecuentes de visionado en el Noreste y el Sur.



6.5. Preferencias sobre programas

La Generación Interactiva manifiesta preferencias marcadas sobre los distintos géneros de programas que están disponibles de forma habitual en la parrilla televisiva. En este sentido, las películas de ficción son la preferencia más común para ocho de cada diez menores, sin que existan diferencias sobre este criterio en función del sexo; por edad, es una tendencia que se consolida según crecen los telespectadores.

En segundo lugar aparecen las series, más preferidas por las chicas, sobre todo a partir de los 13 años. Los deportes son un contenido muy atractivo para el 40% de los menores; en este caso, los prefieren mucho más los chicos: el 63% frente al 18% de las chicas.

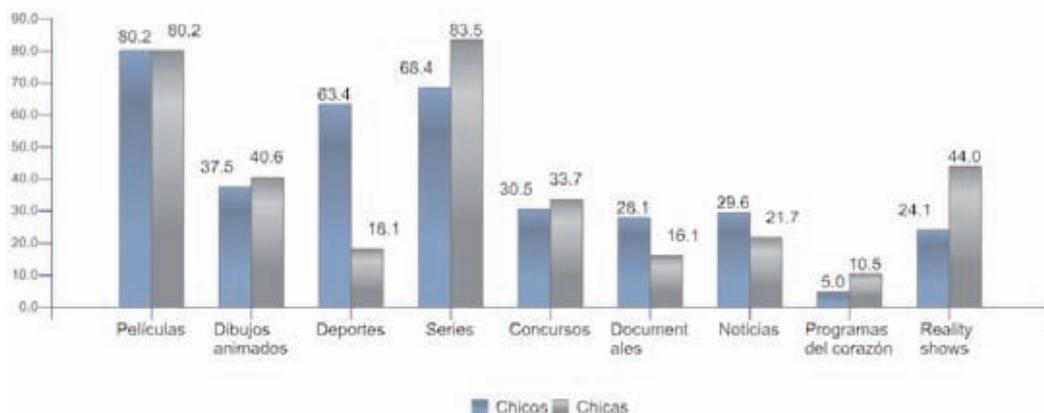
Los dibujos animados obtienen un índice de preferencia muy similar al caso anterior, aunque con mucha mayor paridad. Quizá el dato más destacable es que dicho interés decrece con la edad y es sustituido por el atractivo de películas y series. Un tercio de los menores tienen entre sus programas favoritos aquellos que se basan

en concursos y competiciones. Éste es un género con un interés ligeramente superior entre las chicas. También el 33% reconoce su preferencia sobre el género *reality show*; este tipo de programas interesa principalmente a las chicas, que se sitúan veinte puntos por encima de los chicos en este caso.

Una cuarta parte de los menores tiene afición por documentales y programas de noticias. Dicha preferencia es básicamente masculina y en edades avanzadas. Por último, el 8% reconoce sentir atractivo por los programas del corazón: las chicas de 16 años lideran esta tendencia.

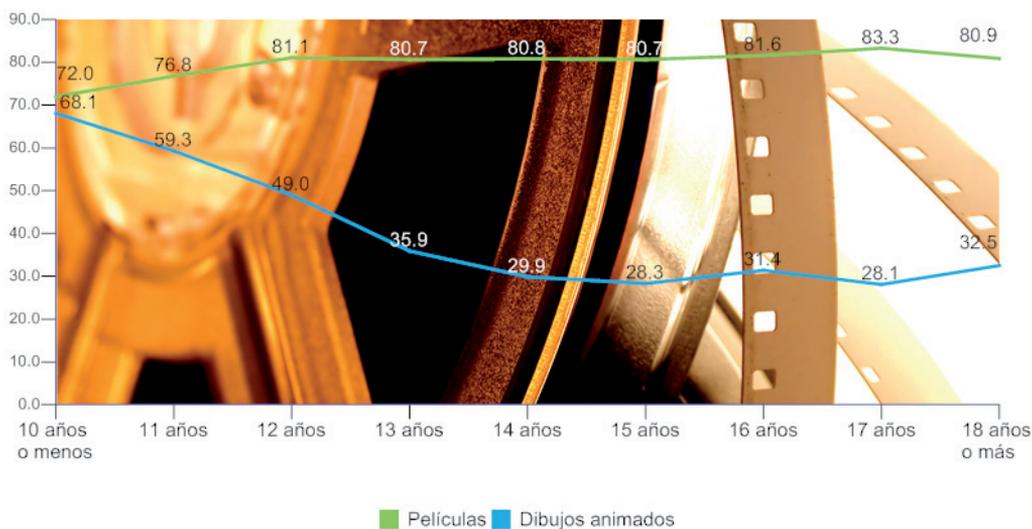
Por zona, son los menores canarios los que más preferencia tienen por las películas; las series de televisión, sin embargo, son más populares en el Noroeste. En el caso de los dibujos animados, obtienen una preferencia por encima de la media en el Sur, Centro y Noreste. En cuanto a los programas de deportes, los menores del Noroeste son los más fieles a este tipo de contenido, mientras que los concursos son más seguidos en Canarias, zona que también lidera la preferencia por los *reality shows*.

Gráfico 6.19. PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PREFERIDOS (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 111: «¿Qué contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.20. PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PREFERIDOS: COMPARATIVA ENTRE PELÍCULAS Y DIBUJOS ANIMADOS (10-18 AÑOS, POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 111: «¿Qué contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.9. PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PREFERIDOS (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Películas	Dibujos animados	Deportes	Series	Concursos	Documentales	Noticias	Programas del Corazón	Reality shows
Canarias	84,0	41,6	43,4	71,9	36,7	31,0	26,8	8,0	40,0
Centro	80,3	38,1	48,5	75,3	33,3	23,5	26,7	6,8	30,6
Levante	80,0	34,7	40,4	73,9	27,6	19,9	23,4	6,6	31,7
Noreste	81,0	43,1	42,1	75,9	29,3	23,6	25,5	6,4	34,3
Noroeste	80,2	34,8	33,3	78,1	29,9	17,9	22,0	6,7	26,7
Norte	79,1	33,3	44,4	76,0	31,2	22,8	27,5	8,8	32,0
Sur	79,7	44,7	36,8	76,3	34,9	21,7	26,6	9,2	39,0

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 111: «¿Qué contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

6.6. Multitarea frente al televisor

El análisis realizado sobre pantallas como Internet, los videojuegos y el teléfono móvil indica la rápida simbiosis de la población infantil y juvenil con todo lo que suponga participación activa del usuario, intercambio y simultaneidad con diversas actividades. Sin embargo, la televisión no pierde fuerza entre las demás pantallas y, a pesar de ser un medio unidireccional, sigue captando el tiempo y el interés de unos menores acostumbrados a la multitarea, tal como veremos en las líneas siguientes.

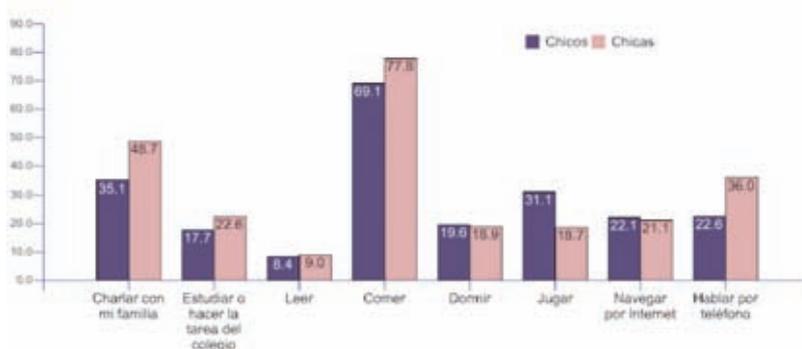
Para los menores, ver la televisión ¿es una tarea excluyente o es compatible con la realización de otras actividades? Los datos nos indican que parece ser más lo segundo: la televisión es un medio de acompañamiento principalmente durante las comidas, los momentos de convivencia familiar y la realización de tareas escolares. También parece no impedir los ratos de juego, la dedicación de tiempo a la navegación por Internet y actividades como hablar por teléfono. En definitiva, ver la televisión se define como una actividad multitarea según los datos globales de la investigación realizada.

El rasgo «multitarea» frente al televisor parece ser más acusado en el caso de las chicas. Tal como puede verse en el gráfico 6.21, la audiencia femenina reconoce con más intensidad ver la tele

mientras realiza otras actividades, salvo en la opción «jugar», «navegar por Internet» y «dormir». Combinando esta tendencia con la variable edad, es posible trazar algunos perfiles multitarea:

- «Como mientras veo la tele». Es la actividad más frecuente, aumenta considerablemente con la edad, sobre todo en el caso de las chicas.
- «Hago las tareas escolares delante del televisor». Posibilidad reconocida por casi dos de cada diez menores, se da con mayor frecuencia entre las chicas a partir de los 16 años –gráfico 6.23–.
- «Hablo con mi familia mientras vemos la tele». De forma global, afecta a más del 42% de los casos. Es una actividad más reconocida por las chicas y la posibilidad de que se dé aumenta con la edad.
- «Duelmo mientras veo la tele». Es habitual para el 20% de los menores, sin diferencias por sexo.
- «Juego». Actividad compatible con la televisión, reconocida por algo más del 25% de los menores. Se da con mayor intensidad en edades tempranas y en el caso de los varones.
- «Navego por Internet». El 20% de los casos reconoce esta posibilidad. Es un comportamiento que crece con la edad y afecta de forma paritaria a ambos sexos.
- «Hablar por teléfono». La tele acompaña las conversaciones telefónicas de los menores en un tercio de los casos, siendo un fenómeno de

Gráfico 6.21. MULTITAREA FRENTE AL TELEVISOR (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 106: «¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.22. «ESTUDIO O HAGO LA TAREA ESCOLAR MIENTRAS VEO LA TELE» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 106: «¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.23. «HABLO POR TELÉFONO MIENTRAS VEO LA TELE» (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 106: «¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.10. MULTITAREA FRENTE AL TELEVISOR (POR ZONA)

	Charlar con mi familia	Estudiar o hacer la tarea del colegio	Leer	Comer	Dormir	Jugar	Navegar por Internet	Hablar por teléfono
Canarias	34,9	23,9	9,5	68,6	21,0	27,1	22,8	30,8
Centro	40,5	18,5	7,4	74,1	19,2	25,5	22,1	31,6
Levante	40,9	23,3	7,9	77,4	24,0	23,1	21,3	22,9
Noreste	43,6	17,9	8,8	69,8	17,4	27,0	19,9	25,9
Noroeste	43,0	16,1	10,9	69,5	17,6	23,7	19,7	24,0
Norte	42,6	17,8	9,9	62,3	18,3	24,4	24,7	32,1
Sur	42,1	22,3	8,8	80,6	18,2	25,9	20,8	30,5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 106: «¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)» N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

marcado carácter femenino, sobre todo a partir de los 14 años.

Los datos por zonas también permiten trazar algunos perfiles peculiares en la combinación de diversas tareas que los menores realizan frente al televisor.

Multitarea intensa. Se da entre la Generación Interactiva de las zonas Sur y Levante. En estos casos, la televisión es un acompañamiento muy frecuente en las comidas –y compatible con las tertulias familiares–. En relación con el ámbito escolar, menores del Levante y Sur acompañan la realización de tareas con el visionado de televisión por encima de la media.

Multitarea media. Implica valores que, por lo general, se acercan a la media global en todas las opciones y se da fundamentalmente en la zona Centro. Niños y jóvenes de estas comunidades autónomas siguen la tónica antes descrita para actividades como la realización de tareas escolares, charlas familiares y el estudio.

Multitarea baja o focalizada. Supone un índice de realización de actividades simultáneas que, por lo general, se sitúa por debajo de la media salvo algunas excepciones. En este sentido, se sitúa, por ejemplo, Canarias, con índices más bajos de actividades multitarea durante las comidas o los ratos de tertulia familiar.

6.7. Mediación familiar

La familia se perfila como un ámbito educativo de especial importancia en el uso y acceso a las pantallas por parte de los jóvenes. En el seno de la comunidad familiar se satisfacen diversas necesidades dedicando tiempo y atención a la amplia oferta de contenidos televisivos, tiempo de ocio a los videojuegos, navegando por Internet, etcétera. Bajo esta perspectiva, el hogar se configura como un espacio donde el joven accede a las pantallas y también adquiere, por interacción con padres y hermanos, pautas y criterios sobre su uso.

Lógicamente, la televisión no escapa a la importante labor mediadora de padres y madres frente a la Generación Interactiva. La investigación realizada permite dar cuenta de la existencia y características de esa labor parental, al hilo de las opiniones de los menores recogidas en el cuestionario, centradas en varios aspectos: las decisiones familiares sobre qué programas ver, sobre la existencia de restricciones en el acceso a determinados contenidos televisivos y el tipo de mediación familiar explorada a través de posibles motivos de discusión como consecuencia del uso de la televisión por parte los menores.

6.7.1. Decisiones sobre contenidos

Los datos expuestos indican el importante peso de la televisión entre todas las pantallas que rodean a la Generación Interactiva. En cierto sentido, los menores son pioneros en el uso y preferencia por los medios considerados novedosos, sin perder por ello interés en los contenidos audiovisuales que les ofrece la televisión. Por otro lado, también parece que la autonomía –quizá por novedad– que manifiestan en el uso y acceso de las nuevas tecnologías también se cumple ante la pequeña pantalla: tal como veremos en este apartado, los menores ejercen un papel importante sobre la elección de contenidos televisivos en el hogar.

La pregunta 110 del cuestionario *Generaciones Interactivas* plantea la cuestión: «Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?» Las posibles respuestas son: «yo mismo», «mi padre», «mi madre», «mis hermanos» y «entre todos, lo negociamos juntos». En términos globales, la opción más reconocida entre los menores es la última: a pesar del considerable número

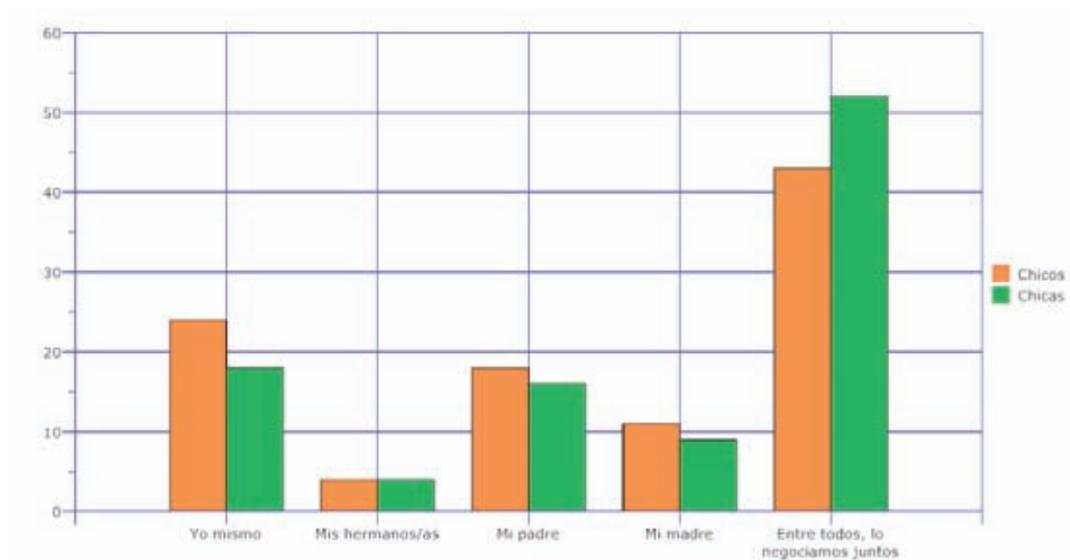
de menores que afirman ver la televisión solos o cuentan con un aparato en sus habitaciones, la televisión sigue siendo algo de «toda la familia». En este sentido, son las chicas las que se muestran más negociadoras, superando el 50% en casi todos los intervalos de edad.

Como segunda opción aparece la respuesta «yo mismo», reconocida por el 20% y con una cifra algo superior en el caso de los chicos –24%–. Lógicamente, la libertad de elección aumenta con la edad, pero lo hace de forma muy suave y sin llegar a superar la cifra del 26%.

En un hogar con niños mayores de 10 años existen pocas posibilidades de que el padre o la madre decidan en exclusiva qué programa mirar. En el primer caso, el 17% reconoce que impera la autoridad paterna y llama la atención que las cifras más elevadas para esta opción provienen de chicas mayores de 17 años. En el segundo, apenas el 10% reconoce que impera el criterio de la madre sobre la programación: los chicos de 13 años son los más fieles a la elección de sus madres. Por último, el criterio de los hermanos tiene un peso muy residual.



Gráfico 6.24. ¿QUIÉN DECIDE QUÉ PROGRAMA MIRAR? (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 110: «Cuándo ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Según las distintas zonas estudiadas, la Generación Interactiva de la zona Noreste y Norte es la que mayor grado democrático alcanza, dentro del hogar, en las decisiones sobre la parrilla televisiva. Como puede verse en el gráfico 6.24, las respuestas a la opción «entre todos negociamos» están claramente por encima de la media.

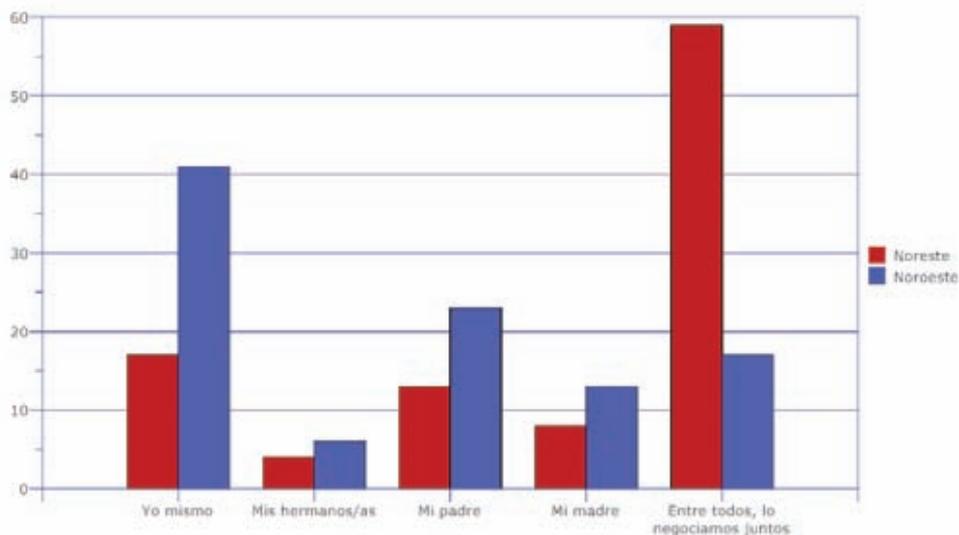
Por último, el extremo opuesto o, dicho de otro modo, la Generación Interactiva más autónoma frente al televisor parece darse en la zona Noroeste: el 41% decide qué programa ver y es muy inferior a la media la posibilidad de una negociación conjunta familiar. El resto de porcentajes son inferiores a los recogidos en las demás zonas del país.

Tabla 6.11. ¿QUIÉN DECIDE QUÉ PROGRAMA MIRAR? (10-18 AÑOS, POR ZONA)

	Yo mismo	Mis hermanos/as	Mi padre	Mi madre	Entre todos, lo negociamos juntos
Canarias	26,2	3,6	14	8,9	47,3
Centro	18,6	4,8	17,7	10	48,9
Levante	21,3	4,4	17,3	11,5	45,5
Noreste	16,7	3,7	13	7,9	58,7
Noroeste	41,4	6,1	23,4	12,5	16,5
Norte	20,1	3,7	14,9	9,6	51,7
Sur	18,8	3,9	17,7	10,6	49

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 110: «Cuándo ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.25. ¿QUIÉN DECIDE QUÉ PROGRAMA MIRAR? (10-18 AÑOS, ZONA NORESTE FRENTE A LA NOROESTE)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 110: «Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

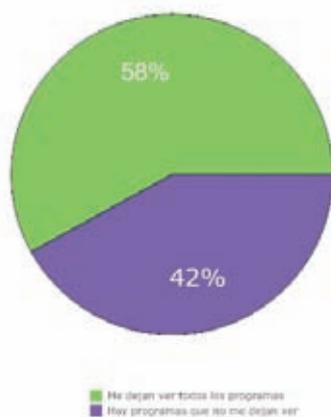
6.7.2. Restricciones sobre contenidos

Una cuestión interesante consiste en averiguar la existencia en el hogar de límites sobre la inmensa oferta de contenidos televisivos a los que se tiene acceso. Interrogados sobre si tienen alguna indicación parental al respecto, el 57% de los menores afirma que, en casa, les dejan ver todos los programas de televisión y el 43% reconoce: «Hay programas que no me dejan ver». Por otro lado, tal como indica el gráfico 6.27, los varones cuentan con una ligera autonomía mayor, en términos generales, frente a la parrilla televisiva o, dicho de otro modo, las chicas parecen ser más conscientes de que, según sus padres, hay programas que no deben ver. Por último, la posibilidad de ver todos los programas aumenta con la edad, pero sin alcanzar un resultado del 100%. De hecho, para uno de cada diez varones alcanzar la mayoría de edad no supone una libertad de elección absoluta frente a los contenidos televisivos.

Respecto a Iberoamérica existe una mayor libertad en el acceso a los contenidos televisivos por parte de los menores españoles. En el primer caso, el 34% reconoció no tener ningún tipo de restricción, dato que aparece más de veinte puntos por debajo del estudio peninsular. También, por edad y sexo, existe un mayor grado de libertad –y más prematuro entre los menores de España–.

La tabla 6.12 identifica los valores sobre esta cuestión en las diversas zonas objeto de estudio. Como puede verse, los menores del Levante y el Noroeste son los que declaran una mayor autonomía para ver todos los programas de televisión. El caso del Levante destaca porque, a partir de los 14 años, casi el 80% responde afirmativamente a esta posibilidad. También es importante el grupo de menores del Sur y Centro; por último, en el Noroeste y Canarias son sitios donde el grupo de menores consciente de alguna restricción parental frente a la parrilla televisiva es más cercano a la media.

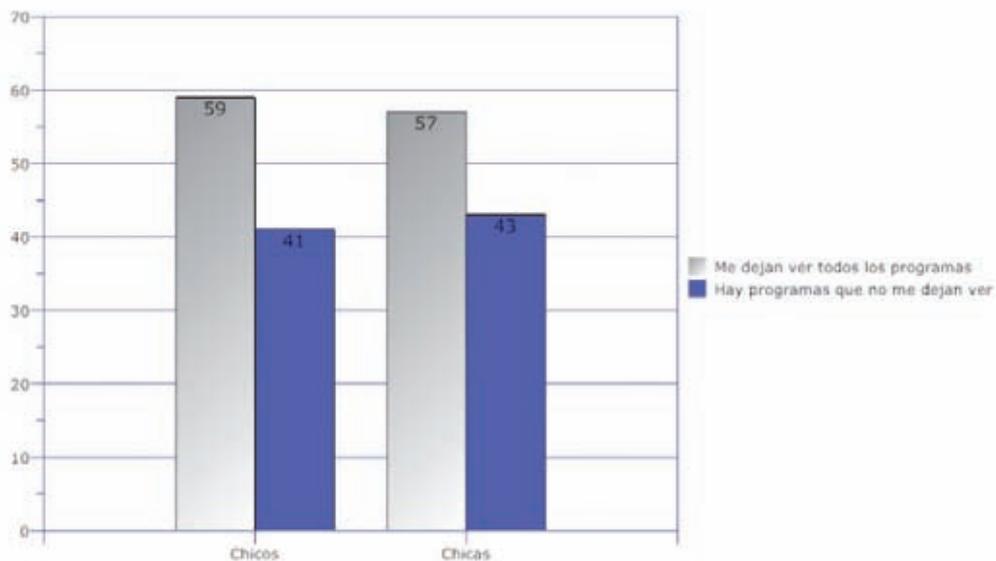
Gráfico 6.26. ME DEJAN VER TODOS LOS PROGRAMAS (GLOBAL)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 112: «¿Hay algún tipo de programa que tus padres no te dejen ver?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

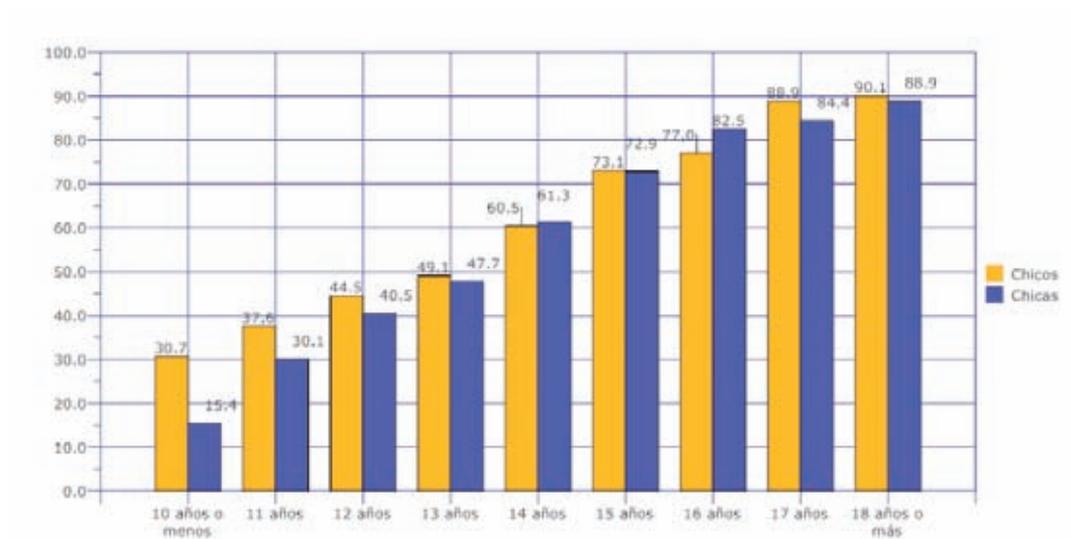


Gráfico 6.27. RESTRICCIÓN SOBRE CONTENIDOS (POR SEXO)



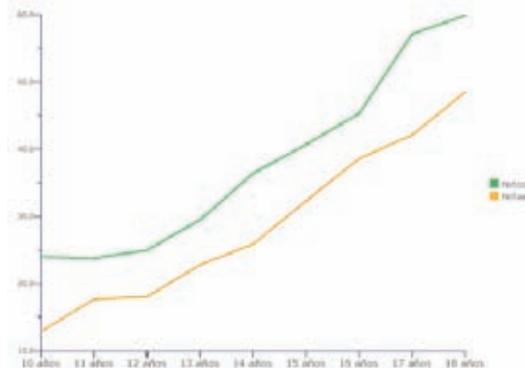
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 112: «¿Hay algún tipo de programa que tus padres no te dejen ver?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.28. ME DEJAN VER TODOS LOS PROGRAMAS (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 112: «¿Hay algún tipo de programa que tus padres no te dejen ver?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.29. IBEROAMÉRICA: ME DEJAN VER TODOS LOS PROGRAMAS (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: «La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas», 2008.

Tabla 6.12. RESTRICCIÓN SOBRE CONTENIDOS (POR ZONA)

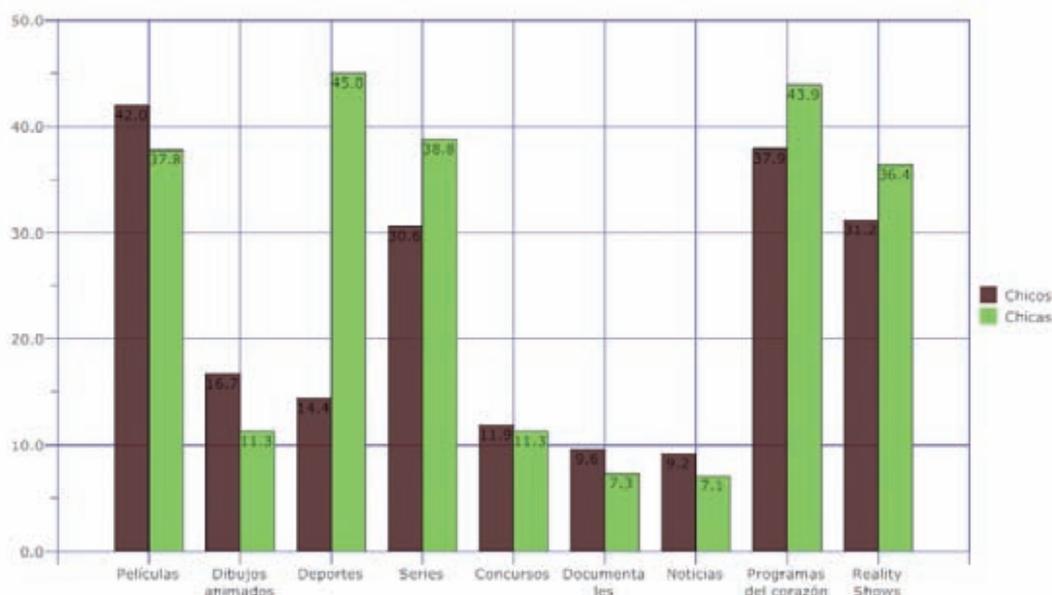
Zona	Me dejan ver todos los programas	Sí, hay programas que no me dejan ver
Canarias	54	46
Centro	58	42
Levante	63	37
Noreste	54	46
Noroeste	60	40
Norte	55	45
Sur	59	41

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 110: «Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Como hemos visto, cuatro de cada diez menores admiten la existencia de cierta restricción parental sobre el uso de la televisión. Esta pauta familiar se distribuye sobre los distintos géneros televisivos del siguiente modo: los «programas del corazón» ocu-

pan el primer puesto en la lista de contenidos «prohibidos» por los padres según la opinión del 41% de los menores; en segundo lugar y con un dato muy similar aparecen las películas; el tercer puesto lo comparten las series y los *reality shows*. En cuarto

Gráfico 6.3o. SEGÚN TUS PADRES, ¿QUÉ PROGRAMAS NO TE DEJAN VER? (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 113: «¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.893 escolares de 10 a 18 años.

lugar se sitúan los dibujos animados, los deportes y los concursos, pero siempre con valores que no superan el 14%. En función del sexo, las chicas tienen mayores restricciones en el visionado de series, programas del corazón y *reality shows*. Los chicos están más condicionados por sus padres en el caso de las películas, los dibujos animados y los deportes.

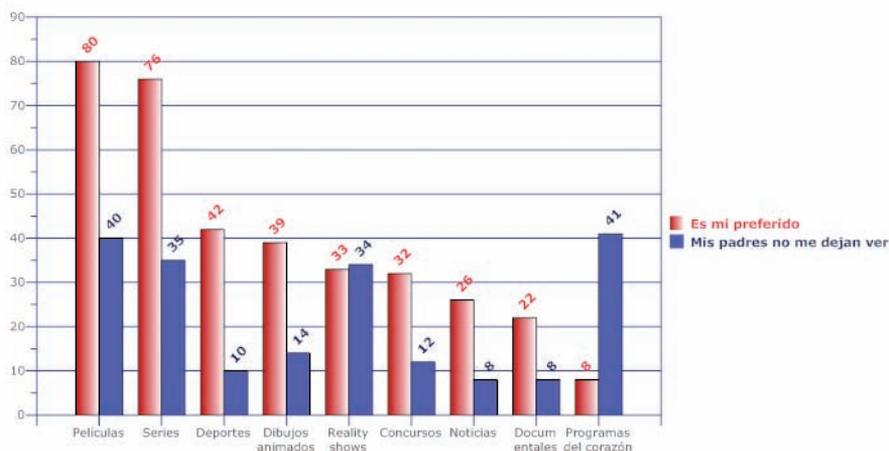
La restricción sobre el género de ficción basado en películas es algo más marcada para los menores de Cataluña, Aragón y Baleares –zona Noroeste– y también en el caso del Sur, donde también existe un mayor control parental sobre los programas de dibujos animados. En el caso de los deportes, son los escolares canarios los

Tabla 6.13. SEGÚN TUS PADRES, ¿QUÉ PROGRAMAS NO TE DEJAN VER? (POR ZONA)

	Películas	Dibujos animados	Deportes	Series	Concursos	Documentales	Noticias	Programas del corazón	Reality shows
Canarias	42,2	14,2	13	32,4	16,7	14,4	18,6	33,3	29,9
Centro	38,3	13,8	10,2	33,2	9,6	6,6	8,2	40,7	34,1
Levante	37,8	12,9	7,8	34,1	13,9	9,1	9,1	42,7	31,1
Noreste	38,5	10,8	8,2	36,2	8,7	7,2	6,9	42,6	36
Noroeste	44,9	13,8	8,2	33	9,8	13,6	4,1	37,3	39,1
Norte	33,4	11,2	9,1	31,7	10,6	6,7	6,5	46,1	33,1
Sur	46,1	18,7	10,6	38,3	14,1	9,2	8,6	38	33,1

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 113: «¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.893 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.31. CONTENIDOS PREFERIDOS Y RESTRICCIÓN PARENTAL



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 111: «¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)» y n.º 113: «¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)». N = 3.893 escolares de 10 a 18 años.

que lideran una supuesta prohibición determinada por los padres. En Galicia y Asturias las series son un tipo de programa con especial vigilancia paterna. Por último, padres y madres de la zona Norte establecen un criterio claro sobre la inconveniencia de algunos programas del corazón y algo similar ocurre en el Noroeste con los *reality shows*.

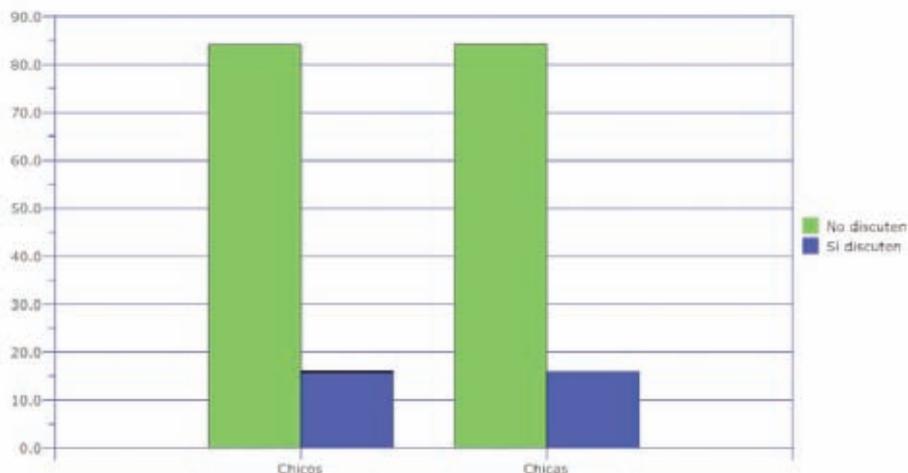
Una última cuestión interesante consiste en comparar las preferencias de los menores sobre los diversos géneros televisivos y el grado de restricción parental que se da en cada uno de ellos. Como puede verse en el gráfico 6.31. En el caso de los géneros más populares el grado de restricción parental afecta a la mitad de los menores. Por otro lado, existe una coincidencia entre la preferencia de los menores sobre los *reality shows* y la restricción paterna hacia los mismos y, por último, es significativo el desfase que obtiene la opción de los programas del corazón: resultan poco atractivos para los menores, pero su grado de restricción es elevado. Queda por ver, en futuras investigaciones si lo segundo puede ser una causa que explique lo primero.

6.7.3. Discusiones familiares

La existencia o no de mediación parental frente al televisor puede verse manifestada en múltiples consecuencias. Una de ellas se ve reflejada en las discusiones o conflictos que surgen, entre padres e hijos, por el uso que estos últimos hacen del televisor, y en este sentido, hemos interrogado a los menores.

Ponerse frente al televisor no supone conflicto alguno con sus padres para la mayoría de los integrantes de la Generación Interactiva, superando ligeramente las chicas a los varones en esta cuestión. Por edad se reproduce una pauta que parece lógica: son los más mayores los que menos discuten y la problemática se intensifica en el periodo adolescente. El gráfico 6.32 permite el análisis de algunas peculiaridades al respecto. Como puede observarse, según la edad y el sexo de los teleespectadores, los chicos discuten con sus padres en mayor medida que las chicas, y a todas las edades, salvo en el caso de los 14 años. También se observa un descenso algo abrupto de las discusiones en función de la edad entre las chicas: a partir de los

Gráfico 6.32. ¿DISCUTES CON TUS PADRES POR EL USO QUE HACES DE LA TELEVISIÓN? (POR SEXO)



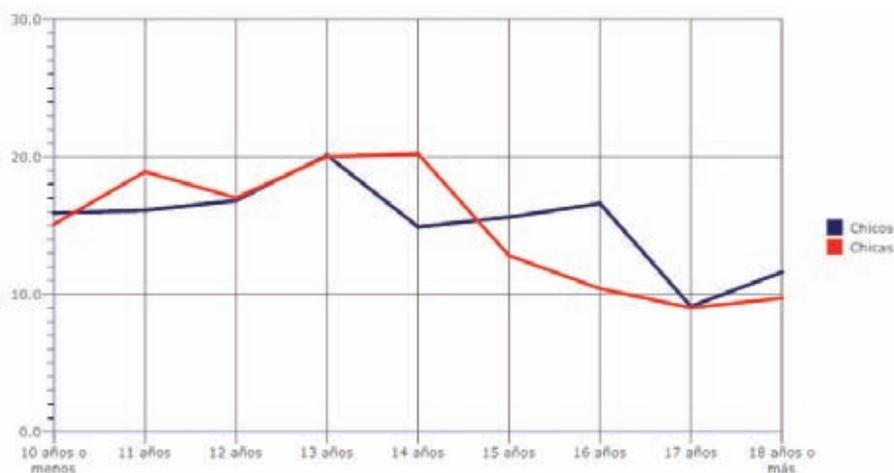
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 107: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la TV?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

15 años parece que se inicia un descenso paulatino de conflictos familiares con motivo del uso del televisor.

Los datos relativos a cada zona definen a la Generación Interactiva del Noroeste como el grupo

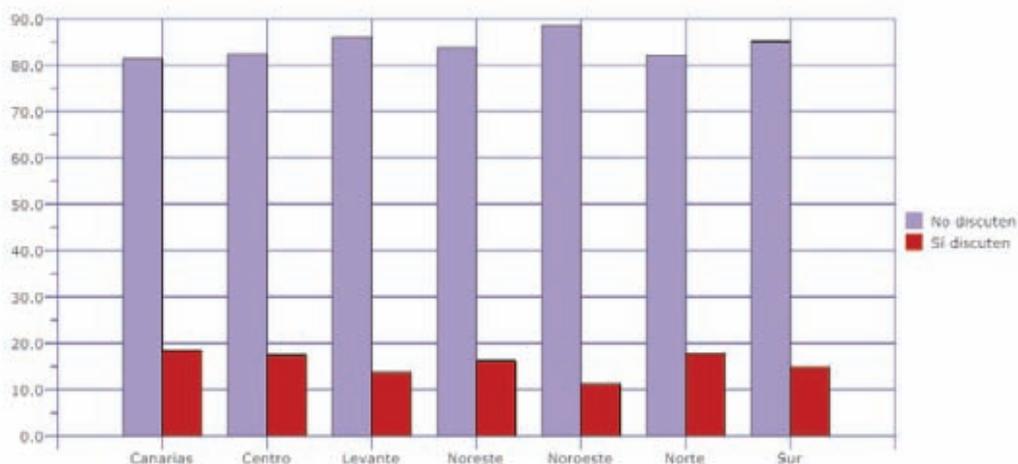
con mayor ausencia de conflictos familiares en su faceta como telespectadores. El Levante y el Sur siguen esta pauta, y Canarias es el lugar donde los menores suelen tener más discusiones con sus padres.

Gráfico 6.33. DISCUTES CON TUS PADRES POR EL USO QUE HACES DE LA TELEVISIÓN (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 107: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la TV?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.34. ¿DISCUTES CON TUS PADRES POR EL USO QUE HACES DE LA TELEVISIÓN? (POR ZONA)

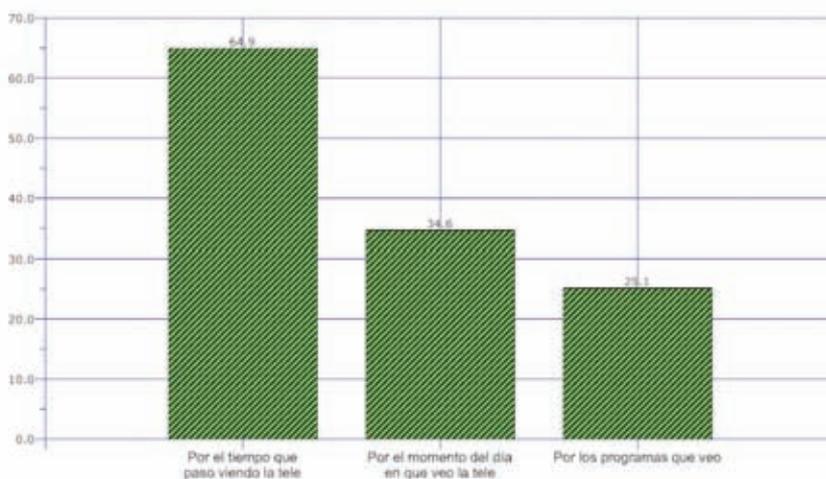


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 107: «¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la TV?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Una vez localizada y descrita la existencia de cierta mediación familiar desde su expresión como conflictos o discusiones entre padres e hijos es posible tipificar los motivos principales de discusión. Así, para los que discuten, lo hacen de forma

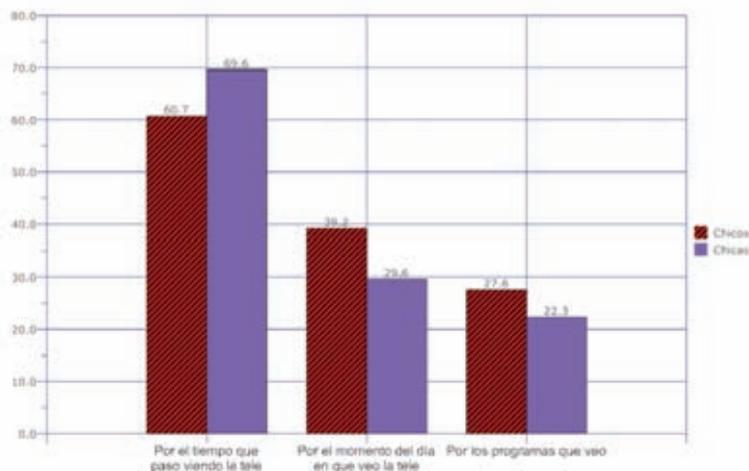
mayoritaria a causa del tiempo que pasan frente al televisor, tal como puede verse en el gráfico 6.35; algo más de un tercio son recriminados por ver la televisión en momentos inadecuados, y, con mucha menor frecuencia, el conflicto entre padres

Gráfico 6.35. MOTIVOS DE DISCUSIÓN CON LOS PADRES POR EL USO DEL TELEVISOR



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 108: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.36. MOTIVOS DE DISCUSIÓN (POR SEXO)



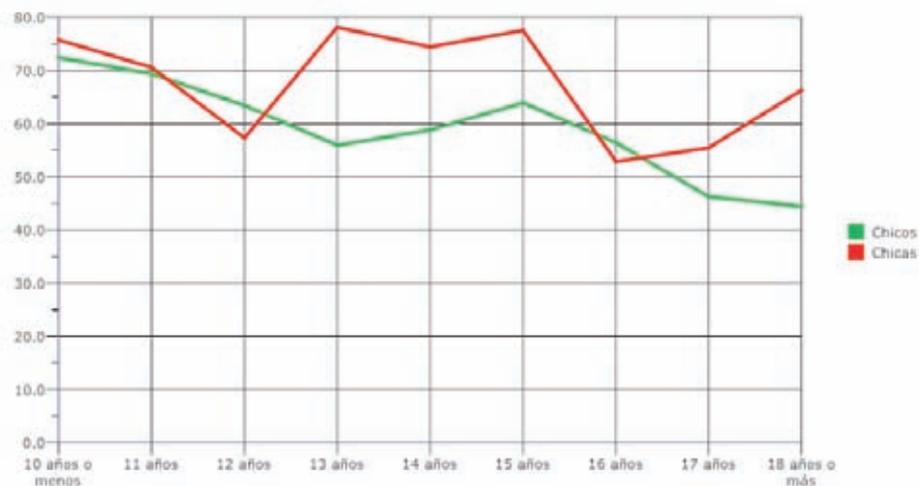
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 108: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

e hijos tiene su origen en los contenidos vistos por los menores. Por otro lado, discutir con motivo del tiempo de consumo es algo más frecuente entre las chicas; el momento de visionado parece ser una causa de discusión entre los chicos, al igual que en caso de una discusión basada en la naturaleza de determinados contenidos televisivos.

El caso de la discusión por el tiempo de consumo se da, como ya hemos visto, con mayor frecuencia entre las chicas. A este respecto, si consideramos también las distintas edades de los telespectadores, la posibilidad de conflicto, en el caso de las chicas, es intensa hasta los 16 años y parece repuntar a partir de los 18. Los chicos, sin



Gráfico 6.37. DISCUTO CON MIS PADRES POR EL TIEMPO DE CONSUMO DE TELEVISIÓN (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 108: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

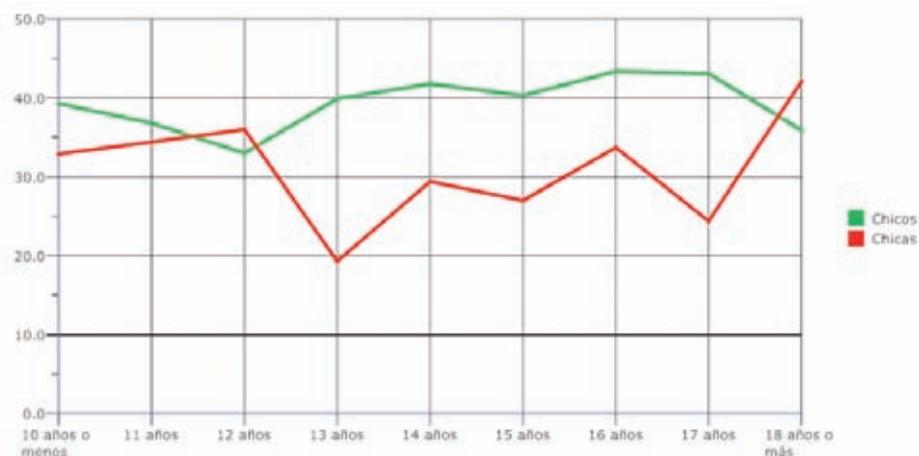
embargo, muestran una pauta descendente en función de la edad, con alguna excepción esporádica.

Discutir por la elección de los momentos para ver programas televisivos ofrece, según la

edad y el sexo, una pauta distinta al caso anterior.

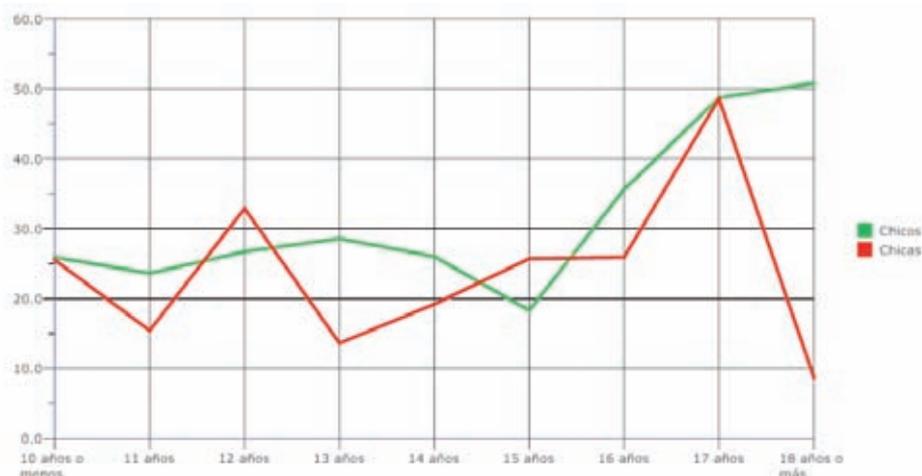
Por último, la discusión basada en el tipo de programas vistos es intensa a partir de los 16 años en el caso de los chicos.

Gráfico 6.38. DISCUTO CON MIS PADRES POR EL MOMENTO DE CONSUMO DE TELEVISIÓN (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 108: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.39. DISCUSO CON MIS PADRES POR EL TIPO DE PROGRAMAS QUE VEO (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 108: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.14. MOTIVOS DE DISCUSIÓN (POR ZONA)

	Por el tiempo que paso viendo la televisión	Por el momento del día que veo la tele	Por los programas que veo
Canarias	77,2	29,5	21,2
Centro	64	39	25,4
Levante	68,9	29,3	18,4
Noreste	66,1	38,1	22,5
Noroeste	81,2	27	20
Norte	65,5	40,6	27,6
Sur	56,2	29,2	29,9

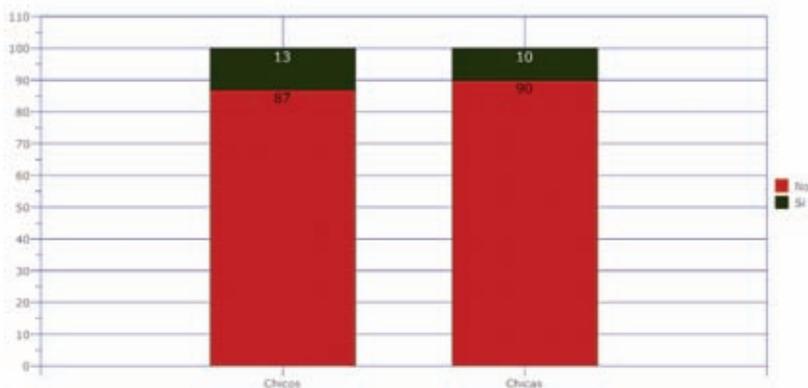
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 108: «¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

El tiempo de dedicación al medio televisivo es el motivo principal de discusión en zonas como el Noroeste y Canarias, aunque estas zonas están por debajo de la media en las otras dos posibilidades de conflicto.

Discutir sobre el momento es algo reconocido por cuatro de cada seis menores y el conflicto derivado del tipo de programas aparece liderado por los menores de Andalucía y Extremadura –zona Sur–.

Por último, es muy poco frecuente que los padres basen sus premios o castigos en la posibilidad de acceso a la televisión por parte de sus hijos, ya que, al respecto, tan sólo el 12% reconoce este hecho. En caso de darse esta estrategia, es más frecuente entre las chicas y, lógicamente, desciende con la edad en ambos sexos. Como «arma educativa», limitar o ampliar el acceso a la televisión es algo más frecuente en familias del Noroeste y Noroeste de España.

Gráfico 6.4o. ¿TE PREMIA O CASTIGAN CON EL USO DE LA TELEVISIÓN? (POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 109: «¿Te castigan o premian con la televisión?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 6.15. ¿TE PREMIA O CASTIGAN CON EL USO DE LA TELEVISIÓN? (POR ZONA)

	No	Sí
Canarias	88,7	11,3
Centro	87	13
Levante	91,5	8,5
Noreste	85,9	14,1
Noroeste	88,1	11,9
Norte	84,7	15,3
Sur	91,2	8,8

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 109: «¿Te castigan o premian con la televisión?». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.



6.8. Valoraciones

Ya se ha visto como el ocio mediado por la tecnología, el ocio digital, es el preferido mayoritariamente por la Generación Interactiva. Y teniendo en cuenta que su grado de posesión de distintos dispositivos es notable, será interesante conocer cuáles son sus valoraciones sobre la televisión, así como conocer sus preferencias entre las pantallas que les rodean.

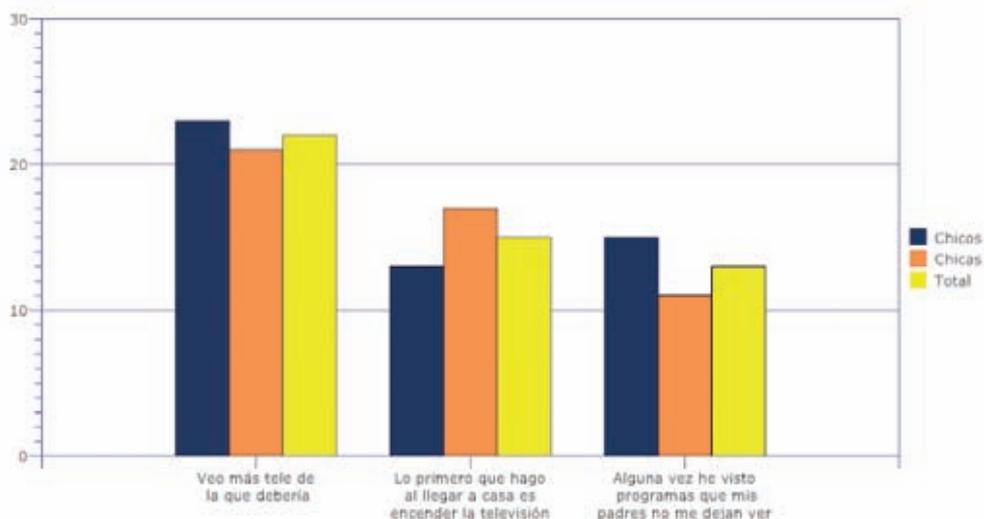
Se ha podido apreciar también que la televisión es la pantalla que más presencia y notoriedad tiene entre esta generación: no sólo está presente en los hogares (98%), sino que, además, lo más habitual es que haya, al menos, dos televisores por hogar (86%).

Valoraciones generales sobre la televisión

Como en el resto de pantallas, al grupo de 10-18 años se le pidió que valorase una serie de afirmaciones sobre sus hábitos de consumo de televisión, sus situaciones de consumo y su actitud respecto al contenido televisivo.

Merece la pena recordar algunos datos que se han aportado antes en este capítulo: el grupo de edad de 10-18 años consume la televisión de un modo moderado. Sólo uno de cada cuatro, el 27%,

Gráfico 6.41. HÁBITOS DE RIESGO EN EL CONSUMO DE TELEVISIÓN (10-18 AÑOS, POR SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 114: «¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

declara ver más de dos horas de televisión de lunes a viernes, mientras que la gran mayoría, el 60%, ve más de una hora. En el caso de la Generación Interactiva iberoamericana, este grupo de edad declaraba ver más de dos horas entre semana en el 40% de los casos. Teniendo en cuenta que en 2008 la media de consumo diario televisivo en España era de 227 minutos (3 horas y 47 minutos), los menores no parecen constituir el grupo de *heavy users* del medio.

6.8.1. Hábitos de riesgo

A la luz de los datos, los menores se muestran prudentes y moderados cuando se refieren a su consumo de televisión. De hecho, sólo uno de cada cinco declara que «ve más televisión de la que debería», y un porcentaje pequeño, el 15%, declara que «nada más llegar a casa enciende la televisión». Sin embargo, entre los menores iberoamericanos, entre quienes el consumo de televisión es mayor, el 42% declaraba encender la

tele nada más llegar a casa, dato muy por encima del recogido entre los adolescentes españoles. Parece claro, también en función de las preferencias manifestadas hacia las pantallas y de las que se hablará a continuación, que la televisión tiene más competencia, especialmente Internet

Respecto al hecho de aventurarse a ver programas sobre los que pesa una prohibición más o menos expresa de los padres, los menores también se muestran respetuosos en su mayoría, y tan sólo uno de cada diez manifiesta haberlo hecho. Es probable, aunque esto no se les ha preguntado en esta ocasión, que accedan a estos contenidos a través de Internet, lo que implicaría que escapan de la mediación parental y que la norma no es realmente eficaz. Se puede apreciar una intensificación de esta práctica entre los 12 y los 15 años, y luego se modera de nuevo.

Las diferencias entre chicos y chicas son mínimas en estos puntos, aunque se inclinan un poco más

TABLA 6.16. SITUACIONES DE CONSUMO DE LA TELEVISIÓN

	Chicos	Chicas	Total
Me gusta más ver la tele acompañado/a que solo/a	34	35	35
Me encanta hacer zapping	24	26	25

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 114: «¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)». N = 1.479 escolares de 10 a 18 años.

hacia los chicos en lo que hace referencia a saltarse una prohibición o a la percepción de ver más televisión de la que deberían. Ellas, por su parte, parecen más dispuestas a encender la televisión nada más llegar a casa. Los más pequeños, entre los 10 y los 11 años, son más autocríticos respecto a su consumo de televisión y consideran que ven más de la cuenta.

6.8.2. Situaciones de consumo de televisión

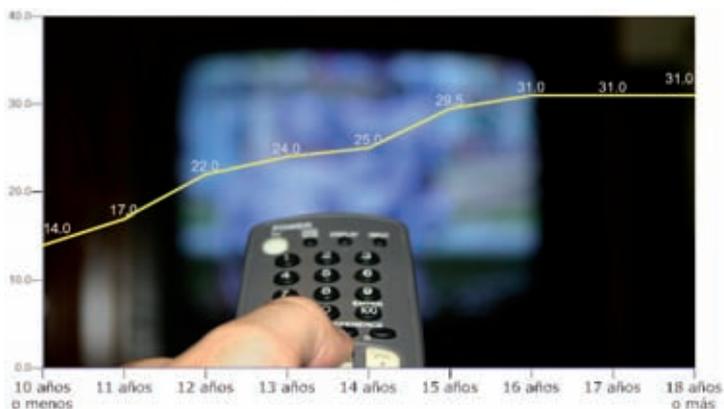
Situaciones de consumo de la televisión

Entre el grupo de los adolescentes, que ya se han declarado consumidores moderados de televisión, el consumo en compañía tampoco parece ser el más preferido, algo que sí sucedía entre la Generación Interactiva en Iberoamérica: el 51% manifestaba optar

por ver la tele con otros. El dato, sin embargo, coincide con lo que sucede entre el total de la población española: en 2008 la situación más habitual de consumo fue la individual –el 44,2% de los casos– frente al 37,9% que ve la tele con otra persona (consumo dual), y el 17,8% que la ve habitualmente en grupo⁵. El sexo no implica ninguna diferencia en este caso, aunque sí lo hace la edad: entre los 10 y los 11 años, más del 40% prefieren ver la tele acompañados mientras que a los 18 años, tan sólo lo hace el 23%.

Una vez delante de la pantalla, uno de cada cuatro menores opta por hacer *zapping*, actividad que, además, les gusta de un modo especial. Que el 25% de este grupo de espectadores consuma la televisión haciendo *zapping* no deja de ser un dato para la reflexión. Además, hay una relación clara con la edad en este punto, lo que también puede indicar una pauta de aprendizaje en el uso del medio.

Gráfico 6.42. «ME ENCANTA HACER ZAPPING» (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 114: «¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

⁵ Estudio elaborado por Barlovento Comunicación a través de datos de T. N. Sofres.

TABLA 6.17. VALORACIONES SOBRE EL CONSUMO DEL CONTENIDO

	Chicos	Chicas	Total
Elijo el programa antes de encender la televisión	16	15	15
Suelo enviar SMS para votar en concursos	2,5	2	2
Suelo enviar SMS a la TV para que aparezca en pantalla	2	1	1,5
Me aburre la televisión	15,5	14	15

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 114 "¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases?" N=9.319 escolares de 10 a 18 años.

Valoraciones sobre el consumo del contenido

Si el *zapping* es una práctica que afecta a uno de cada cuatro menores, no es de extrañar que sólo el 15% encienda la televisión para ver un programa que ya ha elegido y espera ver. La improvisación en el consumo parece ser la pauta habitual, aunque, de nuevo, los más pequeños parecen más orientados a un consumo específico: a los 10 y 11 años el 20% declara elegir antes de encender la tele.

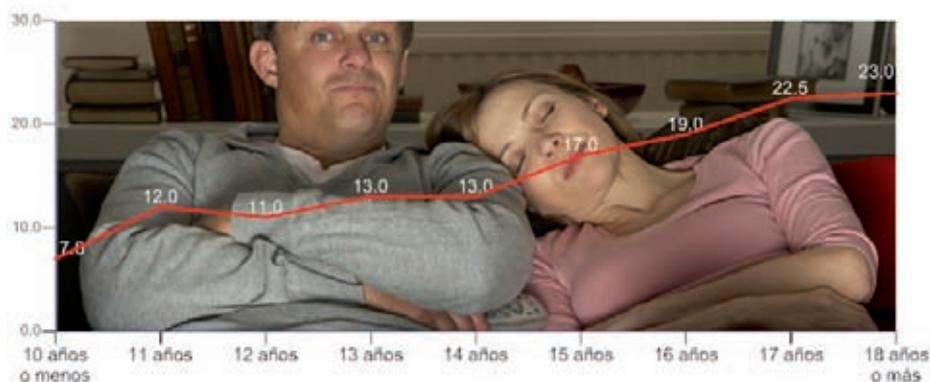
El envío de mensajes de texto a programas televisivos, bien sea para participar en votaciones, o para enviar mensajes que aparezcan en pantalla, no parece ser en absoluto una práctica común entre los menores. Puede guardar algu-

na relación con el coste de envío de estos mensajes.

En términos generales, la televisión aburre al 15% de los menores de 10 a 18 años con apenas incidencia de la diferencia entre sexos. Sin embargo, es interesante observar la diferencia que la edad aporta a esta consideración: a mayor edad, más aburrimiento (y más *zapping*, también, como se ha visto).

Las diferencias por procedencia geográfica de los menores son, en general, mínimas. Los menores de la zona Norte (País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja), zona Levante (Comunidad Valenciana y Murcia) y Canarias son los más críticos sobre su excesivo consumo de televisión: uno de cada cuatro cree que ve demasiada tele.

Gráfico 6.43 «ME ABURRE LA TELE» (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 114: «¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

«Llegar a casa y encender la tele» es algo más habitual entre los menores de la zona Sur (Andalucía y Extremadura) que entre el resto: el 18% declara hacerlo.

«Prefiero ver la televisión acompañado/a que solo/a» es elegido de modo especial entre los adolescentes de la zona Noreste (Cataluña, Aragón y Baleares), donde el 41% se manifiesta a favor de esta práctica.

Aunque hay pocas diferencias con el resto de zonas, los menores de la zona Centro (Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León) parecen más inclinados a hacer *zapping*, son el 27%.

En Canarias es donde se dan los datos de más envíos de mensajes de texto tanto a concursos como a programas de televisión: el 6% declara participar en sorteos o concursos y el 3,5%, enviar mensajes para que aparezcan en la pantalla de los programas.

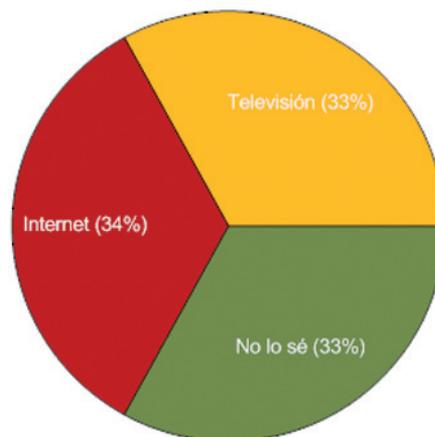
Competencia entre pantallas: preferencias

La televisión, como se ha visto, mantiene una presencia hegemónica en el hogar de la Generación Interactiva, pero no tiene asegurada su continuidad como pantalla principal, ya que las nuevas plataformas interactivas están asentándose en la vida de este grupo de edad, y en su dieta de medios, con fuerza. Esto apunta a una complementariedad entre todos los dispositivos que rodean a este grupo de edad, televisión incluida.

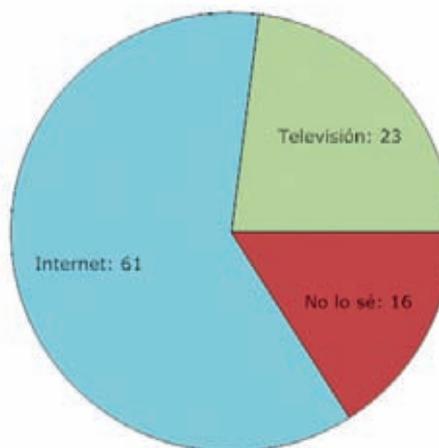
En la competencia entre pantallas, y del mismo modo que sucedía entre la Generación Interactiva iberoamericana los menores españoles, salvo excepciones, manifiestan una preferencia general hacia Internet frente a la televisión. Ya se ha visto que los más pequeños, 6-9 años, tienen dudas a la hora de seleccionar un favorito y las niñas, las que más dudan, son también las que se inclinan más hacia Internet como favorita. También se ha visto cómo la situación se clarifica entre los adolescentes que optan por la Red frente a la televisión, aunque esta vez la balanza se inclina hacia los chicos.

Gráfico 6.44. TELEVISIÓN FRENTE A INTERNET (POR EDAD)

6 a 9 años

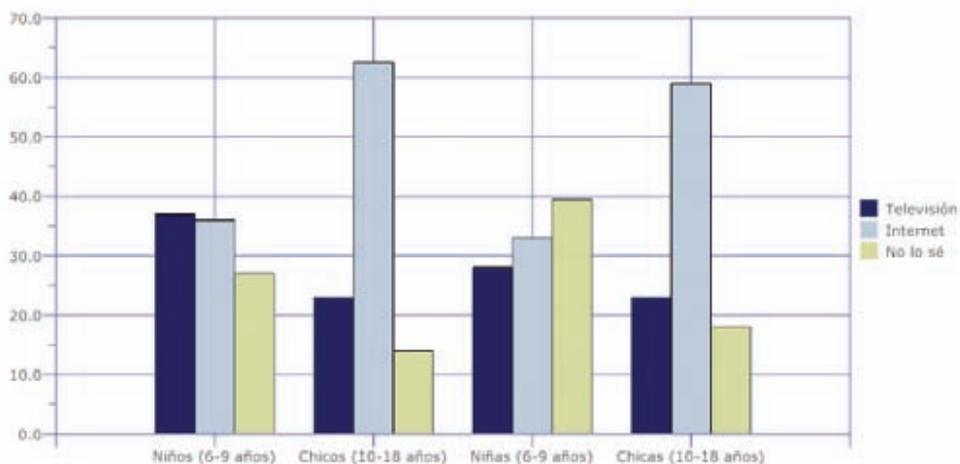


10 a 18 años



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 118: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.45. TELEVISIÓN FRENTE A INTERNET (POR EDAD Y SEXO)



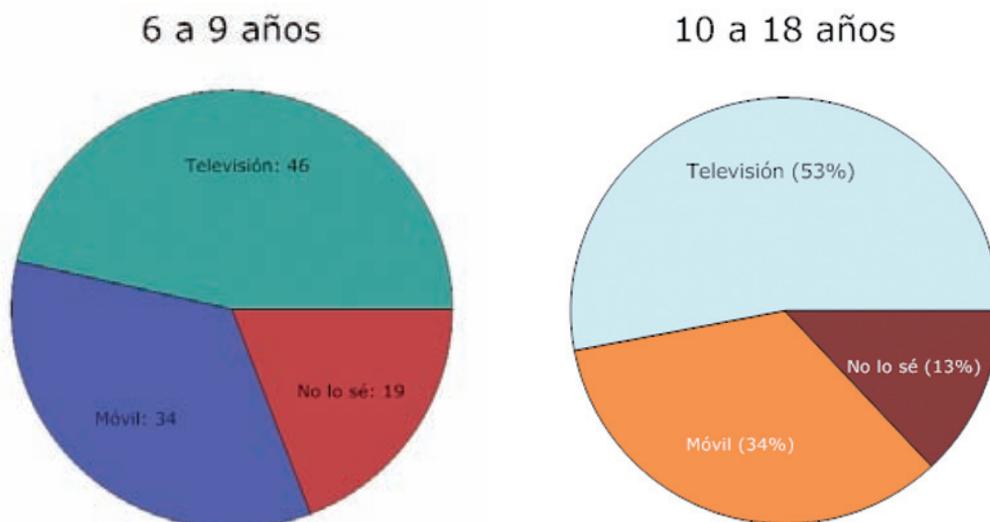
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 118: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

La preferencia de Internet es, pues, clara respecto a la televisión. Niños y, sobre todo, adolescentes se sienten más atraídos por esta nueva pantalla que se convierte en lo que la televisión fue para generaciones anteriores. Además, multiplica las posibilidades de acceso a contenidos, de creación de otros propios, de comunicación con iguales y se convierte en un vínculo entre los miembros de esta generación.

La preferencia respecto al móvil está más discutida y el sexo marca una clara diferencia: en el caso de los más pequeños las niñas dudan más y, aunque prefieren la televisión, la diferencia entre ambas opciones es mucho menor que en el caso de los niños; entre los de mayor edad, y aunque ambos prefieren la televisión, la diferencia entre pantallas en el caso de los chicos es casi de 20 puntos, mientras que entre las chicas es mucho menor (7,5%). No obstante, mientras que entre los chicos mayores la televisión siempre es más preferida, a partir de los 14 años las chicas marcan una clara preferencia hacia el móvil que se acentúa a los 16: a esta edad el 52% opta por el móvil frente al 36% que lo hace por la televisión.

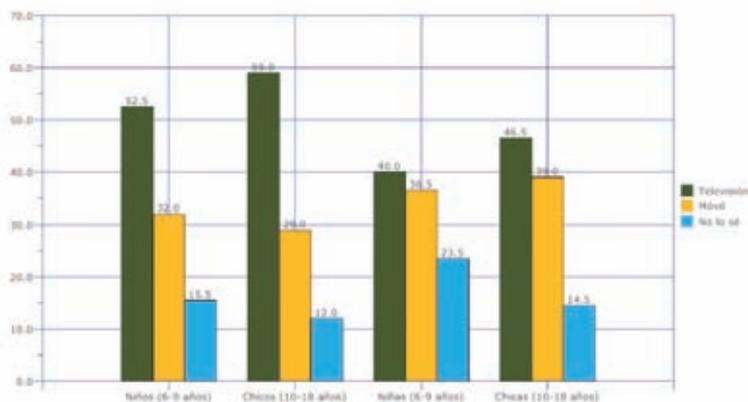


Gráfico 6.46. TELEVISIÓN FRENTE AL MÓVIL (POR EDAD)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 122: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 6.47. TELEVISIÓN FRENTE AL MÓVIL (POR EDAD Y SEXO)



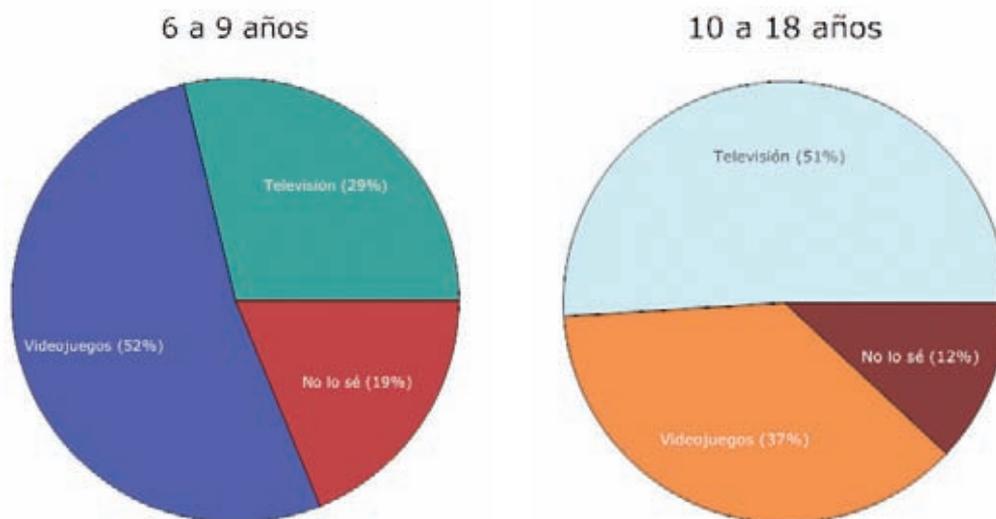
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 122: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

La competencia de la televisión con los videojuegos deja un panorama diferente. Entre los más pequeños, niños y niñas, los videojuegos son preferidos a la televisión, aunque mayoritariamente entre ellos. Con el cambio de franja de edad, los

chicos siguen optando de forma mayoritaria por los videojuegos, mientras que las chicas lo hacen por la televisión de modo masivo.

Tanto las valoraciones que la televisión suscita entre los menores, como los datos de preferencias

Gráfico 6.48. TELEVISIÓN FRENTE A LOS VIDEOJUEGOS (POR EDAD)

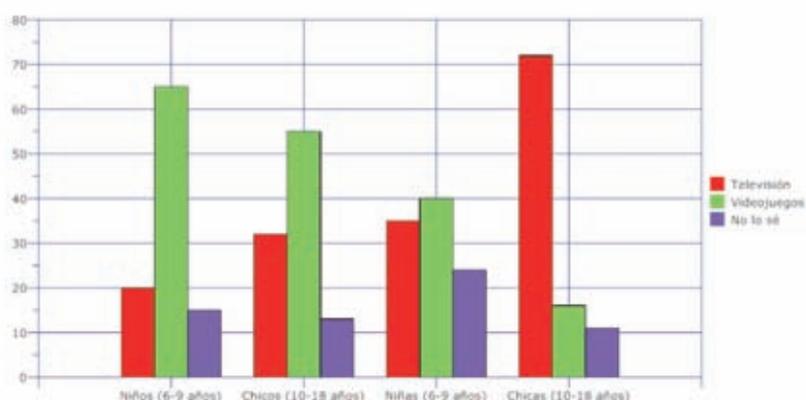


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 121: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

entre pantallas indican que estamos, efectivamente, ante un cambio de ciclo o de paradigma. Internet genera ahora las adhesiones y la intensidad en el uso que antes se llevaba la televisión, que adopta un nuevo papel, secundario o terciario,

para estos adolescentes. Sin embargo, crece el consumo de contenidos audiovisuales a través de las otras pantallas, Internet y móvil, por lo que se hace preciso un reajuste en la definición de la televisión.

Gráfico 6.49. TELEVISIÓN FRENTE A LOS VIDEOJUEGOS (POR EDAD Y SEXO)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 121: «De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

6.9. Resumen general del capítulo

6.9.1. Datos nacionales

Acceso

- En líneas generales, todos los encuestados disponen de un aparato de televisión. Únicamente el 2% no lo posee.
- Además, la posesión de televisión implica más de un aparato. De hecho, el 48% de los niños y el 56,5% de los adolescentes tienen tres o más televisores en su hogar.

Ubicación

- El lugar habitual para ubicar el televisor es el salón (hasta el 93% entre los mayores).
- Sin embargo, casi el 40% de los más pequeños y uno de cada dos de los mayores disponen de televisión en su propio dormitorio. Este hecho es más acusado entre los varones, con una diferencia de hasta 15 puntos porcentuales por encima de las chicas.
- La ubicación no siempre determina el lugar para ver la televisión, puesto que entre los adolescentes es el 32% los que usan la televisión en su cuarto, casi el 20% de los que la tienen.

Tiempo de visionado

- Entre semana lo más habitual es ver la televisión entre una y dos horas, aunque el 27% afirma verla más de dos horas.
- Por otro lado, el fin de semana el uso aumenta hasta alcanzar el 34% los casos que ven la televisión más de dos horas. Además, es significativo que en ambos periodos hay un 12% que no sabe medir el tiempo de visionado.

Compañía

- A pesar de que el 59% de los pequeños, entre 6 y 9 años, reconoce ver la televisión sin compañía, son muchos los que la ven en familia: con la madre

(65%), con el padre (64%) o con los hermanos (60%).

- Tres de cada cinco adolescentes ven la televisión sin compañía, aunque el contacto con la familia sigue siendo muy importante.

Contenidos

- Los programas preferidos son: películas (80,2%), series (75,6%) y deportes (41,9%).
- Los menos preferidos serían: programas del corazón (7,7%) y las noticias (25,8%).

Multitarea

- Lo más frecuente es comer mirando la tele.
- Otras actividades son hablar con la familia (42%) e incluso navegar por Internet (20%) o dormir (20%).

Mediación familiar

- Un 20% elige de forma autónoma los programas que quiere ver; en el 27% de los casos esta decisión recae en el padre o la madre. Con todo, el 47,6% afirma que negocian entre todos qué programa ver.
- El 16% afirma que discute con sus padres por la televisión, especialmente por el tiempo de visionado (65%).
- Existe algún tipo de prohibición en cuanto a los contenidos televisivos: sobre todo películas, series y *reality shows*.

Valoraciones

- El 42% declara encender la televisión nada más llegar a casa e incluso el 22% reconoce que ve más televisión de la que debería ver.
- Por otro lado, el 13% de los adolescentes reconoce que alguna vez ha visto algún programa que sus padres no le dejan ver (sobre todo los chicos, con el 15% frente al 11% de las chicas).
- Un tercio de los encuestados afirma que les gusta más ver la televisión acompañados que solos.

6.9.2. Datos por zona

6.9.2.1. Zona Canarias

Acceso

- Prácticamente todos los niños de Canarias (99,6%) disponen de televisor en su hogar, y hay un 85,1% que tiene dos o más.
- En el caso de los adolescentes, las cifras son también muy altas: el 94,7% tiene televisión, y el 80,7% dispone de dos o más televisores en su casa.

Ubicación

- Los niños canarios son los que aseguran tener el mayor número de televisiones ubicadas en el salón (86,4%).
- En el caso de los adolescentes, el 86,2% tiene un televisor en el salón; es la cifra más baja de toda España.
- El 39,9% de los niños tiene televisión en su habitación. En el caso de los adolescentes, la cifra asciende al 51,7% y resulta la más alta de España.
- Los adolescentes son los que tiene un mayor número de televisores en la habitación de un hermano (29,8%) y los que menos televisiones tienen en la cocina (18,8%).

Tiempo de visionado

- El 58,2% de los adolescentes ve más de una hora de televisión entre semana, cifra que asciende al 61,5% durante el fin de semana.
- Entre semana tan sólo el 2,8% asegura no ver nada de televisión, la cifra más baja de España. Cabe destacar que durante el fin de semana esta cifra llega hasta el 4,1%.
- Los adolescentes son los que menos saben cuánto tiempo pasan viendo la televisión, tanto entre semana (14,6%) como durante el fin de semana (15,4%).

Compañía

- Los niños son los que más ven la televisión solos de toda España (71,6%). Sin embargo, el número

de adolescentes que ve la televisión sin compañía es menor: el 63,6%.

- Asimismo, los niños son los que más ven la televisión en compañía de su padre (el 71,8%), mientras que en el caso de los adolescentes la cifra desciende hasta el 46,2%.

Contenidos

- Los contenidos favoritos de los adolescentes son las películas (84%), las series (71,9%) y los deportes (43,4%).
- Los adolescentes son a quienes más les gusta de toda España los *reality shows* (40%), los concursos (36,7%) y los documentales (31%).

Multitarea

- Las tareas que realizan más frecuentemente mientras miran la televisión son comer (68,6%), charlar con la familia (34,9%) y hablar por teléfono (30,8%).
- Los adolescentes son, además, los que más juegan mientras ven la televisión (27,1%) y los que con más frecuencia hacen a la vez los deberes (23,9%).

Mediación familiar

- Los jóvenes son también los que más discuten con sus padres por el uso que hacen de la televisión (18,5%).
- Más de uno de cada diez padres les castiga o premia con el uso de la televisión.
- El 26,2% de los adolescentes elige por sí mismos el programa que quiere ver.
- Los programas que más les prohíben ver sus progenitores son las películas (42,2%), los programas del corazón (33,3%) y las series (32,4%).

Valoraciones

- El 34% de los adolescentes prefiere ver la televisión en compañía de otros.
- Una cuarta parte (25,7%) afirma ver más televisión de la que debería.
- El 14,9% dice que la televisión le aburre.
- Más de uno de cada diez asegura haber visto programas prohibidos por sus padres (11,9%).

6.9.2.2. Zona Centro

Acceso

- Prácticamente, todos los niños y adolescentes de esta zona tienen televisión en sus hogares (el 99,3% y el 98%, respectivamente).
- Son más de la mitad los niños y adolescentes que tienen tres televisores o más en sus casas (el 59% y el 59,9%, respectivamente).

Ubicación

- En el caso de los niños, el lugar donde se encuentra más comúnmente el televisor es el salón (84,1%), seguido bastante de lejos por la cocina (el 39,4%, que es la cifra más alta de España) y la habitación de sus padres (39,3%).
- Más de uno de cada tres niños (35,2%) tiene televisor en su propia habitación.
- Respecto a los adolescentes, los lugares más comunes en los que está la televisión son la sala de estar (93,2%), la habitación de sus padres (48,5%) y su propia habitación (47,9%).
- Cabe destacar que el 18,5% de los adolescentes asegura que la televisión se encuentra en un cuarto de juegos; ésta es la cifra más alta de España.

Tiempo de visionado

- Entre semana, el 62,5% de los adolescentes ve más de una hora de televisión diaria, mientras que durante el fin de semana esta cifra asciende al 67,6%.
- Sin embargo, son más los que no ven nada de televisión durante el fin de semana (3,7%) que entre semana (3,2%).

Compañía

- Los niños ven preferentemente la televisión con su madre (68,9%), con su padre (66,6%) o solos (55,8%).
- Los adolescentes habitualmente ven la televisión con su madre (63,6%), solos (60,8%) o con un hermano (60,1%).

Contenidos

- Los contenidos televisivos preferidos por los adolescentes son las películas (80,3%) y las series (75,3%).
- Por el contrario, los programas que menos les gustan son los del corazón (6,8%) y los documentales (23,5%).

Multitarea

- Lo más habitual para los adolescentes mientras ven la televisión es comer (74,1%), charlar con su familia (40,5%) y hablar por teléfono (31,6%).
- Los adolescentes de la zona centro son los que menos leen de toda España mientras ven la televisión (7,4%).

Mediación familiar

- El 17,5% de los adolescentes discute con sus padres por el uso que hacen de la televisión.
- Los principales motivos de discusión son el tiempo de visionado (64%), el momento (39%) y el tipo de programas que ven (25,4%).
- El 13% de los padres usa la televisión como premio o castigo con sus hijos.
- Los programas en torno a los cuales los padres imponen más prohibiciones son los del corazón (40,7%), las películas (38,3%) y los *reality shows* (34,1%).

Valoraciones

- Más de una cuarta parte de los adolescentes asegura que les encanta hacer *zapping* (27,4%).
- El 22,9% afirma ver más televisión de la que debería.
- El 14,1% reconoce ver programas que están prohibidos por sus padres.

6.9.2.3. Zona Levante

Acceso

- Prácticamente todos los niños y adolescentes de Levante disponen de televisión en su hogar: el 97,5% en el caso de los pequeños y el 97% en el de los mayores.

- Además, el 78,7% de los pequeños tiene dos o más televisores que funcionen, cifra que asciende al 87,3% en el caso de los mayores.

Ubicación

- El 39,5% de los niños tiene televisión en su propia habitación; este dato asciende ligeramente hasta el 41,7% entre los adolescentes.
- En ambos casos, son más los chicos que tienen televisión en su cuarto (el 48,2% los pequeños y el 52,3% los mayores) que las chicas (33,6% y 32,1%, respectivamente).

Tiempo de visionado

- Entre semana el 57,4% de los adolescentes ve más de una hora de televisión diaria, cifra que llega al 63,3% durante el fin de semana.
- Además, el 5,1% de los adolescentes declara no ver nada de televisión entre semana, mientras que el sábado y el domingo este número se reduce al 4,5%.

Compañía

- Ver la televisión solo es muy común tanto para los pequeños (57,5%) como para los mayores (63,1%).
- Casi dos de cada tres niños ven la televisión tanto con su padre (64,9%) como con su madre (63,1%).
- El 59,9% de los adolescentes ve la televisión con su padre, y dos de cada tres, con su madre (66,4%).

Contenidos

- Lo que más gusta ver a los adolescentes en la televisión son películas (80%) y series (73,9%).
- Lo que menos les gusta son los documentales (19,9%) y las noticias (23,4%).

Multitarea

- Mientras ven la televisión, el 77,4% de los adolescentes aprovecha para comer y el 40,9% charla con su familia.
- Los adolescentes de Levante son los que más duermen de España mientras están sentados frente al televisor (24%).

- Por otro lado, los adolescentes en esta zona son los que menos juegan mientras ven la televisión (el 23,1%).

Mediación familiar

- El 13,8% de los adolescentes discute con sus padres por el uso que hacen de la televisión.
- Los adolescentes de Levante son los que menos discuten con sus padres en España por el tipo de programa (18,4%). Los otros motivos de discusión son el tiempo que pasan viendo la televisión (68,9%) y el momento del día (29,3%).
- Los padres de Levante son los que menos utilizan la televisión como premio o castigo con sus hijos (8,5%).
- El 63,5% de los padres deja ver a sus hijos todo tipo de programas.

Valoraciones

- Casi uno de cada cuatro adolescentes reconoce que ve más televisión de la que debería (24,7%).
- Al 31,2% le gusta más ver la televisión en compañía de otros.
- Por otro lado, el 15,3% asegura que la televisión le aburre.

6.9.2.4. Zona Noreste

Acceso

- Prácticamente todos los niños y adolescentes tienen televisión en casa, más del 97%.
- Asimismo, más de tres de cada cuatro tiene una televisión o más (80,2% mayores y 77,8% pequeños).

Ubicación

- La sala de estar es el lugar donde más frecuentemente se sitúa el televisor. Le siguen la habitación de los padres y la del encuestado.
- Hay un 37,1% de los mayores y un 38,5% de los pequeños que tiene la televisión en su propia habitación.
- Sin embargo, el lugar desde donde más ven la televisión es la sala de estar (85,9%). El siguiente

sitio más habitual es la habitación del adolescente (26%). Este dato es el menor comparado con el resto de zonas.

Tiempo de visionado

- Ya sea entre semana, sábado o domingo, la mayoría ve televisión entre una y dos horas diarias (35,1% y 35,5%, respectivamente).
- Es importante señalar que algunos encuestados no ven nada la televisión: son el 6,5% entre semana y el 3,3% el fin de semana.

Compañía

- Padres y hermanos son la compañía más habitual a la hora de ver televisión.
- Más de la mitad ve la televisión solo (el 59,3% de adolescentes y el 60,5% niños).

Contenidos

- Películas (81%), series (75,9%) y dibujos animados (43,1%) son los contenidos favoritos de estos adolescentes.
- Lo que menos les gusta son los programas del corazón (6,4%).

Multitarea

- Cuando están viendo la televisión, la mayoría suele comer (69,8%), charlar con su familia (43,6%) o jugar (27%).
- En el lado opuesto, el 17,4% duerme y el 8,8% lee.

Mediación familiar

- El 83,8% de los adolescentes no discute con sus padres por el uso que hacen de la televisión.
- El 16,2% que discute lo hace, sobre todo, por el tiempo que pasa viendo el televisor (66,1%) o por el momento del día (38,1%). Además, al 14,1% le premian o le castigan con la televisión.
- A la hora de decidir qué programa ver, esta zona es en la que más negocian entre todos (el 58,7%). Llama la atención que, aunque con bastante diferencia, la siguiente persona que decide es el propio encuestado (16,7%).

- A casi la mitad de los adolescentes les prohíben ver algún programa (46,4%). Son en su mayoría del corazón o alguna película (42,6% y 38,5%).

Valoraciones

- Casi el 20% cree que ve más televisión de la que debería.
- El 11,7% ha visto alguna vez algún programa que sus padres no le dejaban ver.
- Al 13% le aburre la televisión y al 27,1% le encanta hacer *zapping*.
- El 3,5% suele enviar mensajes para votar en concursos y el 1,8% suele enviarlos para que aparezcan en la televisión.

6.9.2.5. Zona Noroeste

Acceso

- Respecto a la posesión, más del 97% de los adolescentes y más del 99% de los niños tienen por lo menos una televisión en casa.
- La mayoría de los encuestados de 10-18 años tienen tres televisores (34,1%). Y la mayoría de los de 6-9 años dos (34,4%). Cabe señalar que este porcentaje de los pequeños es muy similar al de los que tienen más de tres televisores (33,7%).

Ubicación

- Como en el resto de zonas, la televisión se suele encontrar en la sala de estar (88,3% adolescentes y 74,3% niños) o en el cuarto de los padres (57,7% adolescentes y 52,5% niños).
- Más del 40% de los mayores y de los pequeños tiene televisión en su habitación. Los pequeños son los que más la tienen en su cuarto, con casi el 46%.
- Respecto al lugar donde ven la televisión, el 79% lo hace desde la sala de estar, el 32,4% desde su propia habitación y el 24,4% desde la cocina.

Tiempo de visionado

- El 59% ve la televisión, por lo menos, una hora al día entre semana. Este dato se mantiene muy similar el fin de semana, con casi el 61%.

- Más concretamente, la mayoría ve entre una y dos horas diarias (de lunes a viernes el 33,4% y sábados y domingos, el 33,7%).

Compañía

- Suelen ver la televisión solos (63,7% adolescentes y 70,3% niños). El porcentaje de los adolescentes es el mayor de los encuestados de 10-18 años.
- Después, la compañía más común son padres y hermanos.

Contenidos

- Los contenidos favoritos son películas (80,2%) y series (78,1%). Destaca que por zonas son los que más series ven.
- Con bastante diferencia, les siguen los dibujos animados (34,8%) y los deportes (33,3%).

Multitarea

- Cuando están viendo la televisión casi el 70% suele comer, el 43% charla con su familia y el 24% habla por teléfono.
- Las actividades educativas y culturales son lo que menos realizan cuando están viendo televisión: el 16,1% estudia o hace la tarea y el 9,9% lee.

Mediación familiar

- De toda la muestra nacional son los que menos discuten con sus progenitores por el uso que hacen del televisor. Son el 11,3%.
- El origen de la mayor parte de las discusiones está en el tiempo que pasan viendo la televisión (con el 81,2% son los que más discuten por esta razón). En menor medida, el 27% de las discusiones son por el momento del día en que la ven y el 20% por los programas.
- Son los adolescentes quienes más poder tienen a la hora de decidir qué programa mirar (el 41,4% decide qué programa ver). Curiosamente, son el caso en el que menos se decide entre todos juntos (16,5%).
- Al 39,5% sus padres no le deja ver algún programa. Casi el 45% tiene prohibido ver alguna pelí-

cula, el 39,1% *reality shows* y el 37,3% programas del corazón.

Valoraciones

- A más del 35% le gusta ver la televisión acompañado.
- De todas las zonas son los que menos encienden el televisor nada más llegar a casa (8,3%), y los que menos eligen el programa que van a ver antes de encenderlo (13,2%).
- El 12% ha desobedecido alguna vez a sus padres viendo un programa que tenía prohibido.
- La televisión no es divertida para todos los encuestados, al 14,8% le aburre.

6.9.2.6. Zona Norte

Acceso

- Más del 95% de los encuestados de 10-18 años y más del 98% de los de 6-9 años tienen uno o más televisores en casa.
- Por el contrario, hay un 1,8% de los mayores y un 1,7% de los pequeños que no tienen televisión en su hogar.

Ubicación

- Habitualmente, la televisión se encuentra en la sala de estar (en el 94,2% en el caso de los adolescentes y en el 82,5% de los niños), en la habitación de los padres (49% adolescentes y 36,1% niños) o en la del propio encuestado (36,8% adolescentes y casi 30% niños).
- El cuarto de juegos es donde menos se sitúa la televisión tanto para mayores como para pequeños (16,3% y 17,2%, respectivamente).
- El lugar donde ven el televisor la mayoría es la sala de estar: el porcentaje es del 87,1%, el mayor de toda la muestra nacional. Le sigue la habitación del adolescente, con el 28%.

Tiempo de visionado

- El 60,7% ve una o más horas diarias la televisión de lunes a viernes. El fin de semana este porcentaje es algo superior, el 66,2%.

- Los que entre semana la ven menos de una hora o nada al día son el 28,5%. El sábado o domingo son el 22,8%.

Compañía

- Los adolescentes ven en su mayoría la televisión solos (62,8%). Después, la madre y algún hermano son los que más les hacen compañía. Los niños la ven con sus padres (el 71,2% con su madre y el 67,4% con su padre) y solos (64,6%).
- En el lado opuesto, con los que menos la ven son con otros familiares.

Contenidos

- Lo que más les gusta son películas (79,1%), series (76%) y deportes (44,4%).
- Los documentales (22,8%) y programas del corazón (8,8%) es lo que menos prefieren.

Multitarea

- Al igual que el resto de España, mientras ve la televisión más del 60% come, el 42,6% conversa con su familia y el 32,1% habla por teléfono.
- Navegar por Internet (24,4%) y jugar (24,4%) son otras actividades que realizan mientras ven televisión.

Mediación familiar

- La televisión causa discusiones entre los adolescentes y sus padres en el 17,8% de los casos.
- El tiempo que pasan viendo el televisor es en más de la mitad de las veces (65,5%) la causa de las discusiones. Son a los que más les premian o les castigan con el uso de la televisión, el 15,3%.
- Cuando hay que decidir qué programa ver, el 51,7% lo decide entre todos. Después, es el adolescente quien decide, con el 20,1%.
- Un poco menos de la mitad (45%) tiene prohibido ver algún tipo de contenido. Programas del corazón, películas y *reality shows* son lo que no les dejan ver en la mayoría de los casos.

Valoraciones

- Un adolescente de cada cuatro cree que ve más televisión de la que debería.

- A más del 30% le gusta ver más la televisión con alguien que solo.
- Son los que más han visto algún programa que tenían prohibido, el 14,5%.
- El 2,1% reconoce enviar mensajes para que aparezcan en pantalla.

6.9.2.7. Zona Sur

Acceso

- El 98,8% de los mayores y el 97,6% de los pequeños tiene una o más televisiones en su hogar.
- Hay un 1,2% de los adolescentes y un 2,3% de niños que no tiene ningún televisor en casa.

Ubicación

- El televisor se sitúa habitualmente en la sala de estar (el 93,8% de mayores y el 69,3% de pequeños).
- La habitación del encuestado es el segundo lugar donde se suele ubicar el televisor: casi el 51% adolescentes y el 44,5% niños.
- Estos datos se corresponden también con el sitio desde donde más ven la televisión; la mayoría lo hace desde la sala de estar (84,4%) o desde su cuarto (35,9%).

Tiempo de visionado

- Entre semana ven la televisión una o más horas al día el 58,2%. Este porcentaje aumenta ligeramente el fin de semana con el 60,2%.
- El 3,9% de lunes a viernes y el 4,8% el sábado y el domingo no ve nada de televisión.

Compañía

- La familia (padres y hermanos) tiene mucha importancia a la hora de acompañar al adolescente cuando ve la televisión.
- Asimismo, el 58,6% de los mayores y el 52% de los pequeños ve televisión sin compañía.

Contenidos

- Sus contenidos favoritos son similares a los del resto de zonas: películas (79,7%), series (76,3%) y dibujos animados (44,7%).

- Con bastante diferencia, lo que menos les gusta son los programas del corazón (9,2%). Sin embargo, este dato es el mayor de toda la muestra nacional.

Multitarea

- Cuando ven televisión, lo que más hacen es comer. Por zonas, son los que tienen el porcentaje más alto (80,6%). También charlan con su familia (42,1%) o hablan por teléfono (30,5%).
- Las actividades que menos llevan a cabo son leer (8,8 %) y dormir (18,2%).

Mediación familiar

- Casi el 15% discute con sus padres por el uso de la televisión.
- El principal motivo de discusión es el tiempo que dedican a esta pantalla (56,2%). Después, y de manera muy igualada, por el momento del día en que la ven (29,2%) y por los programas (casi 30%).

Al 8,8% les castigan o premian con la televisión.

- Casi la mitad elige qué programa ver de manera conjunta, lo negocian entre todos. En el lado opuesto, los que menos deciden son los hermanos. Y en el 18,8% de los casos es el propio adolescente el que elige el programa.
- A más del 40% sus padres le prohíben ver algún contenido. Son a los que más les prohíben ver películas (46,1%). Tras éstas y de manera similar, no les dejan ver series ni programas del corazón (38,3% y 38%, respectivamente).

Valoraciones

- Uno de cada cinco adolescentes ve más televisión de la que debería.
- Son a los que más les aburre la televisión, así lo afirma casi el 17%.
- Al 24,3% le encanta hacer *zapping*.
- Nada más llegar a casa son los que más encienden la televisión, el 17,8%.

7. CONCLUSIONES

Los capítulos precedentes muestran diversos aspectos y cuestiones sobre cómo es, qué hace y qué piensa acerca de la tecnología la Generación Interactiva española. Recuperamos, a modo de conclusión, las principales líneas de fuerza que dibujan las caras y las aristas de este grupo de edad.

Las respuestas y opiniones de 12.919 escolares de entre 6 y 18 años han acompañado gran parte de las páginas de este libro. Al hilo de toda la información manifestada por este numeroso grupo, podemos definir una serie de rasgos que la caracterizan.

1. «Ciberhogares»

La existencia de una Generación Interactiva se explica desde la convivencia habitual de niños y adolescentes con los múltiples dispositivos propios de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Estas tecnologías, que se caracterizan por ser digitales y por facilitar la interactividad, generan una nueva tipología de usuario que, lejos de una audiencia pasiva o limitada en sus posibilidades a una mera elección, se convierte en auténtico protagonista de la llamada Sociedad de la Información.

Niños y adolescentes son claros exponentes de este nuevo usuario, habituado a controlar el flujo de la información a la que accede, los procesos de comunicación en los que participa y a generar sus propios contenidos para uso y disfrute propio o compartido.

Todo se explica al observar que la Generación Interactiva en España vive en hogares tecnológicamente más equipados que la media nacional. Tal como demuestran estudios nacionales e internacionales previos, el hecho de que haya menores en casa parece ser una variable vinculada con la mayor profusión de tecnología en el ámbito doméstico. En el caso que nos ocupa, el paso de la infancia a la adolescencia, es un factor determinante que multiplica la posibilidad de tener acceso a diversos dispositivos tecnológicos.

El ordenador compite ya con la televisión en grado de penetración: el 95% de los niños entre 6 y 9 años declaran que en su casa hay un PC, mientras que la cifra alcanza el 97% entre los de 10 a 18 años. La conexión a Internet es un servicio del que disfrutan el 71% de los más pequeños y el 82% de los adolescentes. Mientras que el 29% de los niños declara usar un móvil propio, el porcentaje se eleva al 83% en el caso del grupo 10-18, y alcanza prácticamente el 100% entre los mayores de 17 años.

La edad es tan importante que en el caso del grupo de edad 10-18 años, la mayoría dispone de todos los dispositivos por los que se les ha preguntado con la excepción de la televisión de pago y de los discos duros multimedia, que, sin embargo, presentan niveles muy altos de penetración (el 44% y el 39%, respectivamente). De entre todos, destaca el salto en posesión de los MP3/MP4/iPod, que pasa del 49% entre los más pequeños al 80,5% entre los mayores. Está claro que la música

es un elemento permanente en la vida de los jóvenes, como también se puede apreciar en sus contenidos favoritos en la Red.

Tabla 7.1. EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO DE LOS HOGARES DE LA GENERACIÓN INTERACTIVA (EN GENERAL)

	Entre 6 y 9	Entre 10 y 18
PC	95	97
Red	71	82
Portátil	53,5	57
Impresora	61	77
Escáner	31,5	55
Webcam	30	55
USB	-	65
MP3/MP4/iPod	49	80,5
Fotos digitales	70,5	82
Vídeo digital	49	55
TV de pago	40	44
Equipo de música	56	80
Teléfono fijo	63	75
DVD	82	86
Disco duro multimedia	34	39

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 24: «De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 115: «De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

2. Una generación precoz

La experiencia sobre la televisión nos define al público infantil como el que, en cuestión de tiempo, menos le dedica frente a otros intervalos de edad. También, desde los contenidos parece que este grupo ha quedado circunscrito al «kidvid gueto» de los sábados por la mañana, momento por excelencia dedicado a la programación infantil. Sin embargo, al hablar del teléfono móvil, Internet y los videojuegos el concepto de gueto parece diluirse: los niños integran de forma precoz en sus vidas todas estas pantallas, y lo hacen mediante un uso intensivo: antes de cumplir los 10 años, el 59% tiene o usa el teléfono móvil, el 71% dispone de conexión a Internet en su casa y nueve de cada diez tiene acceso a los videojuegos.

3. Una «generación móvil»

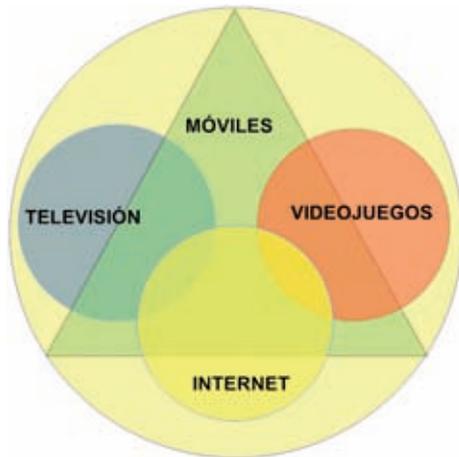
La elevada penetración del móvil, el 29% de los niños y el 83% de los adolescentes, así como la variedad de funciones que éste cumple, hace que se configure como la pantalla del presente y del futuro entre esta generación. El móvil les permite comunicarse, acceder a contenidos, entretenerse, crear y también es muy útil en tareas de organización personal.

Gráfico 7.1. PIRÁMIDES DEL EQUIPAMIENTO DE LOS HOGARES ESPAÑOLES POR RANGO DE EDAD



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 24: «De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa». N = 3.402 escolares de 6 a 9 años, y n.º 115: «De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa». N = 9.517 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 7.2. CONVERGENCIA DE LAS PANTALLAS



Fuente: Elaboración propia.

El 94% de los menores declara usarlo para hacer o recibir llamadas y el 80% envía mensajes de texto. También para consumir contenidos, especialmente música (64%), fotos y vídeos (50%) se apoyan en el móvil. El teléfono es una herramienta para el ocio: el 44% lo utiliza para jugar; les facilita crear sus propios contenidos: fotos (71%) o vídeos (57%). Y el carácter más funcional del móvil lo presenta como un dispositivo útil, que ayuda a la organización: el móvil es un reloj (60%), un despertador (60%), una agenda electrónica (45%) o una calculadora (49%).

La versatilidad de esta pequeña pantalla hace que, con la edad, se convierta en un dispositivo cada vez más imprescindible y que, en términos de preferencia, gane a la televisión y a los videojuegos. Hay que añadir que el elevado nivel de posesión y de uso entre las chicas le da un carácter más femenino.

4. ¿Consciente de los riesgos?

La lectura del informe y el análisis de los datos nos presentan una generación muy equipada y que hace un uso intensivo de las pantallas a las que tienen

acceso. Pero está claro que estas tecnologías pueden ser la puerta o el detonante de algunos problemas, o fomentar determinadas conductas de riesgo que puedan ponerles en peligro. Los menores parecen conscientes de la existencia de estos riesgos, aunque de manera desigual. Al mismo tiempo que parecen prudentes a la hora de valorar la tecnología, también confiesan tener hábitos o pautas de conducta que pueden ser peligrosas.

Mientras que el 78% de los menores usuarios de Internet otorga a esta plataforma la consideración de bastante o muy útil porque facilita la comunicación y ahorra tiempo, más de la mitad, el 61%, cree que «Internet puede hacer que alguien se enganche». Sin embargo, el 63% manifiesta su desacuerdo con que «Internet puede hacer que me aisle de mis amigos y familiares». El 15%, por su parte, afirma que tiene amigos virtuales, aunque no los conoce en persona, cosa que sí sucede para dos de cada diez (21%).

En lo que se refiere al uso de los móviles, hay que destacar que, pese a sus elevados niveles de uso, el 80% cree que no pasaría nada en su vida «si me quedara dos semanas sin móvil». El 7% declara: «alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del móvil», mientras que el 12% declara haber enviado este tipo de mensajes con el fin de ofender a alguien. El 58% de los menores, sin embargo, no percibe ningún riesgo, ni activo ni pasivo, en el uso del móvil. Las chicas parecen más condescendientes con esta pantalla: mientras que el 54% de los chicos no ve ninguna pega a su uso, el porcentaje entre las chicas alcanza el 63%.

La familiaridad de la Generación Interactiva con las pantallas es innegable, por lo que habría que asegurar que conocen también los riesgos, directos e indirectos, pasivos o activos, a los que se pueden enfrentar si hacen un uso poco reflexivo.

5. ¿Ell@s?

Los datos muestran que hay diferencias significativas en los usos y las preferencias que chicos y chicas manifiesta acerca de las pantallas. Así,

mientras que entre las chicas, el móvil es especialmente popular, y hacen un uso mucho más intensivo, en el caso de los videojuegos, podría decirse lo contrario: los chicos prefieren esta pantalla desde más pequeños y sus preferencias son mucho más claras y sostenidas en el tiempo.

También en los usos hay diferencias: ellas optan más por la virtualidad comunicativa de las pantallas, enviar y recibir mensajes, hablar, chatear, y ellos por el ocio y el entretenimiento, jugar, descargar películas y música.

Todo esto nos plantea un escenario en el que chicos y chicas buscan en las herramientas tecnológicas el modo de resolver sus particulares necesidades: ellas de relación, ellos de acción.

6. Una generación autónoma

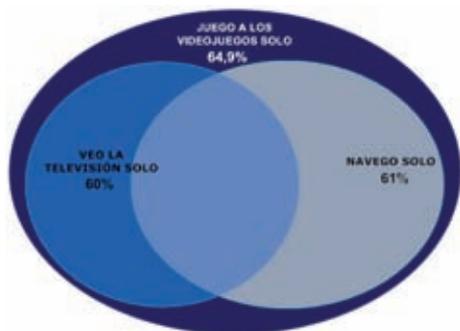
La falta de autonomía siempre se ha considerado un rasgo definitorio de la infancia o la adolescencia. Sin embargo, al tratarse de tecnología y, más en concreto, de las pantallas estudiadas, nos encontramos ante una generación plenamente autónoma. Por un lado, son autodidactas en la incorporación de Internet en sus vidas: el 70% afirma haber aprendido a manejar este medio sin ningún tipo de ayuda. Por otro, se generaliza la «cultura del dormitorio» como uno de los rasgos fuertes

del colectivo investigado: el 36% tiene el ordenador en su cuarto, y en el caso de la televisión, es un 45%. Por último, pese a que en algunas ocasiones esta autonomía está fomentada por los adultos – el 18% de los adolescentes, por ejemplo, recibió el teléfono móvil de sus padres sin pedirlo–, lo cierto es que su preferencia de consumo de medios y pantallas es claramente social: el 45% prefiere más jugar acompañado que solo, cifra idéntica también para aquellos que optan por ver la televisión en compañía de otros, aunque eso suponga alcanzar un consenso sobre la elección de los contenidos.

7. Cinco dimensiones de uso de las pantallas

La visión de la funcionalidad de las distintas pantallas por parte de la Generación Interactiva es mucho más amplia y concreta. Así, para muchos adultos, el sentido principal de la televisión es informar o entretener, el teléfono móvil básicamente es útil para comunicarse, los videojuegos constituyen una herramienta importante para satisfacer necesidades de ocio y el principal sentido que se le pueda dar a Internet es ser un medio en la búsqueda de información o como apoyo de la importante faceta escolar.

Gráfico 7.3 SOLEDAD CON LAS PANTALLAS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a las preguntas n.º 26: «La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...». N = 8.373; n.º 92: «¿Con quién sueles jugar?» N = 5.817, y n.º 105: «Cuando ves la televisión sueles hacerlo...». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 7.4. IMPORTANCIA DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES EN INTERNET



Fuente: Elaboración propia.

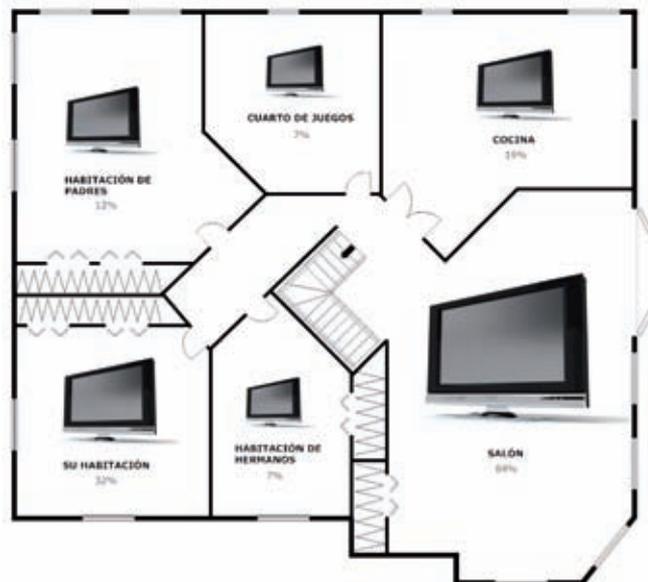
Sin embargo, a pesar de esta percepción obvia, la Generación Interactiva parece ir mucho más allá descubriendo nuevas dimensiones de uso – integradas y multifuncionales– aplicables a casi todas las pantallas. Dicho de otro modo, su visión sobre las pantallas se basa en verlas como medios para fines muy concretos: por ejemplo, Internet les sirve en su trabajo escolar, pero sobre todo les brinda la posibilidad de una conexión permanente con sus iguales a través de las redes sociales y con todo aquello que les interesa. Así lo demuestran los principales usos de la Red relacionados con la descarga de películas, música, etcétera. Parece que el teléfono móvil se ha ideado para hablar, pero también permite comunicarse de otras muchas maneras: mensajes de texto, envío de fotos y vídeos, etcétera. Puede que lo más atractivo de un videojuego sea jugar; sin embargo, la experiencia lúdica alcanza otra dimensión si se desarrolla con otras personas a través de la Red.

En definitiva, la Generación interactiva aprovecha al máximo las pantallas para actuar en cinco ejes fundamentales: comunicar, conocer, compartir, divertirse y consumir.

8. Una generación multitarea

Junto con el sentido poliédrico que toman las pantallas, se desarrolla otro cambio sustancial en la actividad de los menores: se trata del tránsito desde la acción y atención lineal a la multidimensional. Navegar por Internet o utilizar un videojuego supone aprender a gestionar multitud de recorridos con distintos desenlaces. Y esta capacidad de atención simultánea también se refleja en la acción: dicho de otro modo, la posibilidad de hacer varias cosas a la vez se ha convertido de capacidad en necesidad. Así, el 75% mantiene su móvil encendido aunque esté estudiando. Y el 73% ve la tele mientras come; casi la mitad mantienen tertulias familiares ante el televisor.

Gráfico 7.5. LUGAR DE VISIONADO DE TELEVISIÓN EN EL HOGAR (10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en España. Respuestas a la pregunta n.º 104: «Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)». N = 9.319 escolares de 10 a 18 años.

9. ¿Familias interactivas?

A lo largo de estas páginas hemos definido la Generación Interactiva como precoz, autónoma, multitarea... Sin embargo, esto no limita la intervención de los padres sobre esta faceta de los hijos ni que tampoco se pueda hablar de la existencia de verdaderas familias interactivas: en estos casos, son evidentes los beneficios que consiguen en su esfuerzo constante por acompañar a los menores en los usos de las tecnologías. Sin embargo, a pesar de que lo anterior sea cierto, integrar a padres e hijos en la nueva dimensión de las TIC parece ser un proyecto de largo recorrido. Son todavía pocos los progenitores implicados en esta mediación familiar, perdiendo la oportunidad de ser referente educativo también en este ámbito crucial. Por otro lado, se observa una distinta intervención del padre y la madre en este sentido: en algunos casos, el primero es referencia educativa para la Generación Interactiva, mientras que la madre sigue siéndolo en el mundo *offline*, sobre todo como referencia educativa en el ámbito escolar. Sin menospreciar los evidentes problemas que esto plantea surge, al mismo tiempo, una oportunidad: se trata de que padres y madres descubran y recuperen espacios y tiempos perdidos al transformarse en verdaderas familias interactivas.

10. La escuela: ámbito de referencia real y potencial

Si desde la aparición de novedades como Internet y los videojuegos existe un ámbito implicado en su transformación como medio para la formación de los menores, éste ha sido el escolar. Son muy numerosos los equipos docentes que, con gran flexibilidad, han afrontado las dificultades que plantea equipar centros educativos, formar profesores y cambiar sistemas y formas de trabajo personal y colectivo muy arraigados para conseguir integrar las tecnologías en las aulas.

Al hilo de la investigación realizada, puede verse este importante papel de la escuela al situar los

menores a sus maestros como referencia de aprendizaje en el uso de las pantallas interactivas, o el grado de uso de las mismas en la realización de tareas escolares o como apoyo en el estudio personal. Es evidente que la necesidad de equipar el sistema escolar y formar a los profesores en este cambio ya tiene sus consecuencias positivas en los alumnos. Quizá ahora sea el momento de plantearse un nuevo reto: la escuela como referente también del buen uso de las pantallas.

11. La Generación Interactiva en España y en Iberoamérica

Las diferencias entre la Generación Interactiva en Iberoamérica y en España son muchas, pero podría decirse que lo interesante es que marcan una tendencia respecto a las pautas de uso y de consumo de las pantallas que viene marcada por la diferencia esencial en equipamiento: los menores españoles tienen mucho más acceso directo a muchas más pantallas y dispositivos digitales que sus congéneres iberoamericanos. Esto, de modo natural, supone diferencias en el uso y en las preferencias. Por ejemplo, el hecho de que casi en tres de cada cuatro hogares de menores en España haya una conexión a Internet modifica el uso que se hace de la Red, y también los lugares de acceso. En muchos países iberoamericanos el principal uso de Internet se realiza desde lugares públicos o *cibercafés*, opción muy minoritaria en el caso de España.

Por otro lado, el hecho de que la televisión sea la pantalla más habitual en los hogares iberoamericanos hace peculiares sus pautas de uso y consumo de este medio: es más habitual que los menores dispongan de una televisión en su cuarto, que la vean solos y la consuman durante más tiempo tanto entre semana como los fines de semana.

Las preferencias y las valoraciones de las pantallas, sin embargo, nos sitúan en escenarios muy similares, donde las más interactivas, el móvil e Internet, son preferidas a las más tradicionales como la televisión.

12. Una tarea de todos

Los menores, niños y adolescentes, viven inmersos en una realidad tecnológica que dista mucho de la que los adultos conocimos como niños. Esto dificulta en ocasiones nuestra comprensión acerca de en qué medida puede afectar a su desarrollo que las nuevas tecnologías medien sus procesos de socialización, comunicación, educación, ocio y entretenimiento.

Una respuesta espontánea a esta situación, y sin duda justificada, sería restringir el uso que los menores hacen de las pantallas. Sin embargo, la

dificultad y la conveniencia de esta tarea, que alejaría a los menores en muchas ocasiones de sus amigos, e incluso de sus tareas escolares, hacen necesario replantearse la respuesta que desde el mundo adulto se ofrece ante este nuevo reto.

Esta respuesta, sin duda, pasa por una nueva mirada, capaz de reconocer las oportunidades que las TIC ofrecen, al tiempo que identifica los riesgos generales y personales que plantean. El apoyo a los padres y a los educadores en esta tarea debería ser total por parte de la sociedad, las empresas, las instituciones y las administraciones públicas.

8. ANEXOS

8.1 Datos de la muestra

Total nacional

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	3.402
	10-18 años	9.517
Sexo	Masculino	6.776
	Femenino	6.143
Edad	6 años o menos	333
	7 años	578
	8 años	919
	9 años o más	1.572
	10 años o menos	423
	11 años	1.253
	12 años	1.352
	13 años	1.406
	14 años	1.383
	15 años	1.526
Etapa escolar	16 años	1.151
	17 años	685
	18 años o más	337
	Primaria	5.078
	Secundaria-bachiller	7.841
Titularidad del colegio	Público	8.720
	Privado	4.199
TOTAL		12.919

Zona Canarias

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	347
	10-18 años	454
Sexo	Masculino	419
	Femenino	383
Edad	6 años o menos	8
	7 años	60
	8 años	83
	9 años o más	195
	10 años o menos	33
	11 años	63
	12 años	60
	13 años	64
	14 años	69
	15 años	47
Etapa escolar	16 años	42
	17 años	52
	18 años o más	25
	Primaria	466
	Secundaria-bachiller	335
Titularidad del colegio	Público	603
	Privado	198
TOTAL		801

Zona Centro

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	666
	10-18 años	2.279
Sexo	Masculino	1.841
	Femenino	1.102
Edad	6 años o menos	76
	7 años	121
	8 años	204
	9 años o más	265
	10 años o menos	60
	11 años	278
	12 años	332
	13 años	302
	14 años	308
	15 años	400
Etapa escolar	16 años	333
	17 años	189
	18 años o más	78
	Primaria	1.205
	Secundaria-bachiller	1.740
Titularidad del colegio	Público	1.735
	Privado	1.210
TOTAL		2.945

Zona Levante

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	499
	10-18 años	1.331
Sexo	Masculino	842
	Femenino	988
Edad	6 años o menos	81
	7 años	119
	8 años	145
	9 años o más	154
	10 años o menos	56
	11 años	204
	12 años	109
	13 años	141
	14 años	193
Etapa escolar	15 años	228
	16 años	194
	17 años	129
	18 años o más	79
	Primaria	855
	Secundaria-bachiller	975
Titularidad del colegio	Público	1.283
	Privado	546
TOTAL		1830



Zona Noreste

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	459
	10-18 años	1.075
Sexo	Masculino	802
	Femenino	732
Edad	6 años o menos	20
	7 años	42
	8 años	135
	9 años o más	262
	10 años o menos	58
	11 años	141
	12 años	308
	13 años	263
	14 años	96
	15 años	86
Etapa escolar	16 años	100
	17 años	22
	18 años o más	1
	Primaria	761
	Secundaria-bachiller	773
Titularidad del colegio	Público	914
	Privado	620
TOTAL		1.534

Zona Noroeste

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	226
	10-18 años	693
Sexo	Masculino	465
	Femenino	454
Edad	6 años o menos	4
	7 años	37
	8 años	53
	9 años o más	132
	10 años o menos	26
	11 años	81
	12 años	84
	13 años	115
	14 años	56
	15 años	115
Etapa escolar	16 años	86
	17 años	74
	18 años o más	55
	Primaria	388
	Secundaria-bachiller	531
Titularidad del colegio	Público	648
	Privado	271
TOTAL		919



Zona Norte

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	333
	10-18 años	1.425
Sexo	Masculino	944
	Femenino	813
Edad	6 años o menos	0
	7 años	19
	8 años	97
	9 años o más	216
	10 años o menos	35
	11 años	199
	12 años	166
	13 años	193
	14 años	291
	15 años	263
Etapa escolar	16 años	136
	17 años	94
	18 años o más	47
	Primaria	693
	Secundaria-bachiller	1.065
Titularidad del colegio	Público	1.082
	Privado	676
TOTAL		1.758

Zona Sur

	Tipo	Muestra
Tipo de cuestionario	6-9 años	874
	10-18 años	2.260
Sexo	Masculino	1.463
	Femenino	1.670
Edad	6 años o menos	144
	7 años	179
	8 años	202
	9 años o más	348
	10 años o menos	155
	11 años	288
	12 años	293
	13 años	329
	14 años	370
	15 años	388
Etapa escolar	16 años	259
	17 años	126
	18 años o más	52
	Primaria	1.493
	Secundaria-bachiller	1.641
Titularidad del colegio	Público	2.456
	Privado	678
TOTAL		3.134



8.2 Cuestionarios

Cuestionario de 1º a 4º de primaria (6-9 años)

1. ¿A qué curso vas?

- 1º de primaria
- 2º de primaria
- 3º de primaria
- 4º de primaria

2. ¿Cuántos años tienes?

- 6 años o menos
- 7 años
- 8 años
- 9 años o más

3. Sexo

- Masculino
- Femenino

4. ¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)

- Mi padre
- Mi madre
- Un hermano o hermana
- 2 hermanos o/y hermanas
- 3 hermanos o/y hermanas
- 4 hermanos o/y hermanas
- 5 hermanos o/y hermanas o más
- Mi abuelo o/y abuela
- Otras personas

5. ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?

- Irme a mi habitación a leer, navegar, jugar o escuchar música solo
- Navegar, jugar a la videoconsola, ver la tele, hablar por teléfono
- Leer, estudiar, irme a dormir
- Hablar con mi familia

6. ¿Tienes ordenador en casa?

- No (pasa a la pregunta 9)
- Sí

7. ¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?

- En mi habitación
- En la habitación de un hermano/a
- En la habitación de mis padres
- En la sala de estar
- En un cuarto de trabajo, estudio o similar
- Es portátil

8. ¿Hay conexión a Internet en tu casa?

- No
- Sí

9. Tengas o no Internet en casa ¿sueles utilizarlo?

- No (pasa a la pregunta 13)
- Sí

10. ¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)

- Para visitar páginas Web
- Para compartir vídeos, fotos, presentaciones... (YouTube, Flickr, SlideShare, Scribd...)
- Para usar el correo electrónico (*e-mail*)
- Para descargar música
- Para chatear o usar el Messenger
- Para utilizar redes sociales (Facebook, Tuenti...)

11. ¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta)

- En mi casa
- En el colegio
- En un *cibercafé*
- En un lugar público (biblioteca, centros de actividades...)
- En casa de un amigo
- En casa de un familiar

12. La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta)

- Solo
- Con amigos y/o amigas
- Con hermanos y/o hermanas
- Con mi padre
- Con mi madre
- Con otros familiares (primos, tíos, etcétera)
- Con un profesor o profesora

13. ¿Utilizas algún teléfono móvil?

- No (pasa a la pregunta 17)
- Sí, el mío
- Sí, el de otras personas (mis padres, hermanos, etcétera)

14. ¿Cómo conseguiste el teléfono móvil?

- Pedí que me lo compraran
- Fue un regalo
- Me lo dieron mis padres

15. Con el móvil sueles... (Es posible más de una respuesta)

- Hablar
- Enviar mensajes
- Jugar
- Navegar en Internet
- Otras cosas

16. ¿Con quién sueles comunicarte? (Es posible más de una respuesta)

- Con mi madre
- Con mi padre
- Con mis hermanos y/o hermanas
- Con otros familiares (primos, tíos, abuelos, etcétera)
- Con los amigos y/o amigas

17. ¿Juegas con videojuegos o juegos de ordenador?

- No (pasa a la pregunta 21)
- Sí

18. ¿Con qué aparatos juegas? (Es posible más de una respuesta)

- PlayStation 2
- PlayStation 3
- Xbox 360
- Wii
- PSP
- Nintendo DS
- Game Boy
- Ordenador

19. ¿Y cuál de ellas tienes? (Es posible seleccionar más de una respuesta)

- PlayStation 2
- PlayStation 3
- Xbox 360
- Wii
- PSP
- Nintendo DS
- Game Boy
- Ninguna de las anteriores

20. ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)

- Solo
- Con mi madre
- Con mi padre
- Con mis hermanos y/o hermanas
- Con los amigos y/o amigas
- Con otras personas distintas

21. ¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?

- Ninguno (pasa a la pregunta 24)
- Uno
- Dos
- Tres
- Cuatro o más

22. ¿Dónde están? (Es posible más de una respuesta)

- Mi habitación
- La habitación de un hermano/a
- El salón o cuarto de estar
- La habitación de mis padres

- En la cocina
- En un cuarto de juegos (para la videoconsola)
- Otros sitios

**23. Cuando ves la tele, sueles estar con...
(Es posible más de una respuesta)**

- Solo
- Mi padre
- Mi madre
- Algún hermano/a
- Otro familiar
- Un amigo/a
- Otras personas

24. De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa:

- Ordenador portátil
- Impresora
- Escáner (copia fotos en papel, libros, etcétera, al ordenador)
- Webcam
- MP3/MP4/iPod
- Cámara de fotos digital
- Cámara de vídeo digital
- Televisión de pago (digital o por cable: Digital Plus, ONO, Imagenio, etcétera)
- Equipo de música
- Teléfono fijo
- DVD
- Disco duro multimedia (para bajar películas de Internet y verlas en la televisión)
- Ninguna de éstas, tengo otras

**25. ¿Cómo consigues tu propio dinero?
(Es posible más de una respuesta)**

- Paga semanal
- Cuando necesito algo, pido y me lo dan
- En cumpleaños, fiestas, Navidad o días especiales
- Hago algún trabajo en casa
- Hago algún trabajo fuera de casa
- No me dan dinero

26. ¿Con cuáles de estas frases estás de acuerdo?

- Tengo más dinero del que necesito
- Tengo el dinero suficiente para mis necesidades
- Tengo menos dinero del que necesito

27. Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?

- Internet
- Televisión
- No lo sé

28. Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?

- Internet
- Teléfono móvil
- No lo sé

29. Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?

- Videojuegos
- Televisión
- No lo sé

30. Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?

- Teléfono móvil
- Televisión
- No lo sé

31. Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?

- Teléfono móvil
- Videojuegos
- No lo sé

**Cuestionario 5º de primaria en adelante
(10-18 años)**

1. ¿En qué curso estás?

- 5º de primaria
- 6º de primaria
- 1º de ESO
- 2º de ESO
- 3º de ESO
- 4º de ESO
- 1º de bachillerato
- 2º de bachillerato

- 1º de formación profesional de grado medio
- 2º de formación profesional de grado medio

2. ¿Cuántos años tienes?

- 11 años
- 12 años
- 13 años
- 14 años
- 15 años
- 16 años
- 17 años
- 18 años o más

3. Sexo

- Masculino
- Femenino

4. Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)

- Mi padre
- Mi madre
- Un hermano/a
- 2 hermanos/as
- 3 hermanos/as
- 4 hermanos/as
- 5 hermanos/as o más
- Mi abuelo/a
- Otras personas

5. ¿Cuál es la profesión de tu padre?

- Está desempleado
- Es jubilado
- Trabaja en el hogar
- Desempeña un oficio (trabaja en una fábrica, en mantenimiento, es albañil, obrero, carpintero, agricultor, mecánico, mozo, personal de seguridad, etcétera)
- Realiza un trabajo técnico (maestro, ingeniero técnico, bancario, etcétera)
- Realiza un trabajo de grado universitario (médico, abogado, arquitecto, ingeniero, dentista, etcétera)
- No lo sé/Otro

6. ¿Cuál es la profesión de tu madre?

- Está desempleada
- Es jubilada
- Trabaja en el hogar
- Desempeña un oficio (trabaja en una fábrica, en mantenimiento, carpintera, agricultora, mecánica, personal de seguridad, etcétera)
- Realiza un trabajo técnico (técnico en computación, secretaria, diseñadora, fotógrafa, *chef* de cocina, cajera de banco, enfermera, comercial, militar, etcétera)
- Realiza un trabajo de nivel universitario (abogada, arquitecta, ingeniera, dentista, farmacéutica, profesora, psicóloga, médico, etcétera)
- No lo sé/Otro

7. ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?

- Irme a mi habitación a leer, navegar, jugar o escuchar música solo
- Navegar, jugar, ver la tele con mi familia
- Leer, estudiar, irme a dormir
- Hablar con mi familia

8. ¿Qué lees?

- Nada
- Sólo las lecturas obligatorias del colegio
- Otras lecturas: libros, revistas o cómics

9. ¿Cuántas horas al día estudias o haces la tarea entre semana?

- Nada
- 30 minutos
- Entre 30 minutos y una hora
- Entre una y dos horas
- Entre dos y tres horas
- Más de tres horas

10. ¿Cuántas horas al día estudias o haces la tarea los fines de semana?

- Nada
- 30 minutos
- Entre 30 minutos y una hora

- Entre una y dos horas
- Entre dos y tres horas
- Más de tres horas

11. ¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?

- No (pasa a la pregunta 13)
- Sí

12. ¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea? (Es posible más de una respuesta)

- Voy a una academia
- Tengo un profesor particular
- Me ayudan mis hermanos/as
- Me ayuda mi padre
- Me ayuda mi madre

13. Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente?

- En mi habitación
- En la habitación de un hermano/a
- En una sala de estudio
- En la sala de estar
- En la cocina

14. ¿Te ayudas del ordenador o Internet para realizar los deberes o estudiar?

- No (pasa a la pregunta 16)
- Sí

15. ¿Qué tipo de herramientas utilizas para ello? (Es posible más de una respuesta)

- Internet: Buscadores y páginas web
- CD interactivo
- Enciclopedias digitales
- Word, Power Point, Excel, etcétera para realizar textos y presentaciones

16. La última vez que te dieron las notas, ¿cuáles de estas asignaturas aprobaste?

- Todas
- Matemáticas
- Lengua y Literatura

- Historia/Geografía
- Idiomas
- Conocimiento del Medio Ciencias (Física, Química, Biología, etcétera)
- Otra

17. ¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?

- No, ninguno
- Sí, algunos (menos de la mitad)
- Sí, casi todos (más de la mitad)
- Sí, todos

18. ¿Tienes ordenador en casa?

- No (pasa a la pregunta 22)
- Sí

19. ¿Dónde está el ordenador que más utilizas en tu casa?

- En mi habitación
- En la habitación de un hermano/a
- En la habitación de mis padres
- En la sala de estar
- En un cuarto de trabajo, estudio o similar
- Es portátil

20. ¿Tienes Internet en tu casa?

- No (pasa a la pregunta 22)
- Sí

21. ¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa (antivirus, filtro de contenidos)? (Es posible más de una respuesta)

- No
- No lo sé
- Sí, tengo un filtro
- Sí, tengo un antivirus
- Sí, pero no sé lo que es

22. TENGAS O NO INTERNET EN CASA ¿SUELES UTILIZARLO?

- No (pasa a la pregunta 51)

Sí

23. De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?

- Menos de una hora
- Entre una y dos horas
- Más de dos horas
- Nada
- No lo sé

24. El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?

- Entre una y dos horas
- Más de dos horas
- Nada
- No lo sé

25. ¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta)

- En mi casa
- En el colegio
- En un *ciber*
- En un lugar público (biblioteca, centros de actividades, etcétera)
- En casa de un amigo
- En casa de un familiar

26. La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta)

- Solo
- Con amigos
- Con hermanos
- Con mi padre
- Con mi madre
- Con mi novio/a
- Con un profesor/a

27. ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta)

- Nadie, he aprendido yo solo
- Algún hermano/a

- Mi novio/a
- Algún amigo
- Mi padre
- Mi madre
- Algún profesor/a del colegio

28. ¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? (Es posible más de una respuesta)

- Familia
- Amigos/as
- Estudios
- Deporte
- Lectura
- Televisión
- Videojuegos
- Hablar por teléfono
- A nada

29. ¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)

- Para visitar páginas web
- Envío de SMS
- Compartir videos, fotos. Presentaciones, etcétera (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd)
- Para usar el correo electrónico (*e-mail*)
- Televisión digital
- Radio digital
- Para usar programas (Word, Excel)
- Para descargar música, películas o programas
- Comprar o vender (Ebay, Segundamano.es, etcétera)
- Foros o listas de correo
- Blogs*
- Fotologs*
- Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)

30. Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar? (Es posible más de una respuesta)

- Deportes

- Software e informática
- Programación de televisión
- Noticias
- Educativos
- Culturales
- Juegos
- Música
- Humor
- Concursos
- Adultos

31. ¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?

- Con chat
- Con Messenger
- Con las dos anteriores
- Con ninguna de las anteriores (pasa a la pregunta 36)

32. Mientras chateas o estás en el Messenger...

- Siempre me muestro como soy
- A veces finjo ser otra persona
- Siempre finjo ser otra persona

33. Mientras chateas o estas en el Messenger ¿usas webcam?

- Nunca
- A veces
- Siempre

34. Mientras chateas o estas en el Messenger, ¿con quien sueles hablar? (Es posible más de una respuesta)

- Con mis amigos
- Con mi familia
- Con amigos virtuales

35. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?

- No tengo ninguno
- Tengo, pero no los conozco
- Tengo y he conocido alguno

36. ¿Sueles usar Internet para jugar en red?

- No (pasa a la pregunta 39)
- Sí

37. ¿A qué tipo de juegos en red has jugado últimamente? (Es posible más de una respuesta)

- Juegos de comunidad virtual (*The Sims*, etcétera)
- Juegos de carreras (*Need for Speed*, *Death Race*, *Shangay Street Racer*, etcétera)
- Juegos de estrategia y batalla (*Teeken*, *Counter Strike*, etcétera)
- Juegos de deportes (*FIFA 2008*, etcétera)
- Juegos de mesa y cartas (póquer, parchís, *Trivial*, *Pictionary*, etcétera)
- Casinos (*Casino Mónaco*, *Casino Tropez*...)
- Juegos de rol (*Virtual Galaxy*, *Guild Wars*, *Solaris*, etcétera)
- A ninguno

38. Si utilizas los juegos en red donde puedes jugar con otras personas a través de Internet ¿estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)

- Juego en red con mi grupo de amigos
- Jugar en red te permite hacer amigos
- No estoy de acuerdo con ninguna

39. ¿Sueles utilizar redes sociales (Tuenti, Facebook, etcétera)?

- No (pasa a la pregunta 41)
- Sí

40. ¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar? (es posible más de una respuesta)

- Facebook
- Orkut
- Hi5

- Tuenti
- MySpace
- WindowsLiveSpaces
- LinkedIn
- Sonico
- Otras redes sociales

41. ¿Has hecho alguna página web o algún blog?

- No (pasar a la pregunta 44)
- Sí



42. ¿Con qué contenido? (Es posible más de una respuesta)

- Deportes
- Software* e informática
- Programación de televisión
- Noticias
- Educativos
- Culturales
- Juegos
- Música
- Humor
- Concursos
- Adultos
- Historia Personal

43. ¿Qué es lo que te parece más útil de tener una web o blog propia? (Es posible más de una respuesta)

- Expresar mi opinión
- Compartir información con conocidos
- Darme a conocer y hacer amigos
- Escribir sobre lo que me gusta
- Me sirve de desahogo
- Ser útil para otros interesados en el tema
- Poder contar a todo el mundo lo que no puedes contar en persona

44. ¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)

- Me pongo nervioso o me enfado cuando no puedo o no me dejan navegar
- Creo que puedo poner cualquier foto/ vídeo mía en Internet
- Creo que puedo poner cualquier foto/ vídeo de mis amigos o familiares en Internet
- No hay ningún problema por que desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal
- No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger
- Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet
- He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos, vídeos, comentarios, etcétera)
- Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios, etcétera)
- No estoy de acuerdo con ninguna

45. ¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?

- No (pasa a la pregunta 47)
- Sí



46. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)

- Por el tiempo que paso conectado/a
- Por el momento del día en el que me conecto
- Por lo que hago mientras estoy conectado/a

47. ¿Te premian o te castigan con el uso de Internet?

- No
- Sí

48. ¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet? (Es posible más de una respuesta)

- Me preguntan qué hago
- Echan un vistazo
- Me ayudan, se sientan conmigo
- Están en la misma habitación
- Comprueban después por dónde he navegado
- Miran mi correo electrónico
- Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia, etcétera
- Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet
- No hacen nada

49. Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer? (Es posible más de una respuesta) Señala qué cosas te prohíben tus padres

- Comprar algo
- Chatear o usar el Messenger
- Dar información personal
- Suscribirme a algún boletín o lista de correo
- Acceder a una red social (tipo Facebook) o a una comunidad virtual (tipo Habbo)
- Descargar archivos (programas, música, películas, etcétera)
- Ver vídeos o fotos
- Colgar fotos o videos
- Enviar mensajes a teléfonos móviles
- Enviar correos electrónicos
- Jugar
- No me prohíben nada

50. Cuando utilizas Internet ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?

- Un principiante
- Tengo un nivel medio
- Mi nivel es avanzado
- Soy todo un experto

51. Señala cuánto de acuerdo estás con las siguiente frase: «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación»

- Nada
- Poco
- Bastante
- Mucho

52. Señala cuánto de acuerdo estás con las siguiente frase: «Internet puede hacer que alguien se enganche»

- Nada
- Poco
- Bastante
- Mucho

53. Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: «Internet puede hacer que me aisle de mis amigos y familiares»

- Nada
- Poco
- Bastante
- Mucho

54. ¿Tienes móvil propio?

- No (pasa a la pregunta 70)
- Sí
- No, pero uso el de otras personas

55. ¿A qué edad tuviste tu primer teléfono móvil?

- A los 8 años o menos
- A los 9 años
- A los 10 años
- A los 11 años
- A los 12 años
- A los 13 años
- A los 14 años
- A los 15 años
- Con más de 15 años

56. ¿Cómo conseguiste tu primer teléfono móvil?

- Me lo compraron mis padres sin pedirlo

- Me lo compraron mis padres porque se lo pedí
- Me lo compraron otros familiares
- Me lo compré yo mismo
- Fue un regalo de cumpleaños, Navidad, comunión...
- Lo heredé de otra persona

57. ¿Qué tipo de teléfono tienes actualmente?

- Comprado nuevo
- De segunda mano

58. ¿Quién paga habitualmente el gasto de tu móvil?

- Yo mismo
- Mis padres
- Otros

59. ¿Qué tipo de medio de pago tienes para el teléfono?

- Es de tarjeta
- Es de contrato
- No lo sé

60. ¿Sabes cuánto gastas mensualmente en el teléfono móvil?

- No lo sé
- 5 euros o menos
- Entre 5 y 10 euros
- Entre 10 y 20 euros
- Entre 20 y 30 euros
- Más de 30 euros

61. El móvil te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)

- Hablar
- Enviar mensajes
- Chatear
- Navegar por Internet
- Jugar
- Como reloj o como despertador
- Ver fotos y/o vídeos
- Hacer fotos

- Grabar vídeos
- Como agenda
- Como calculadora
- Escuchar música o la radio
- Ver la televisión
- Descargas (fotos, juegos, fondos, tonos, etcétera)

62. ¿Con qué personas sueles comunicarte más con el móvil? (Es posible más de una respuesta)

- Con mi madre
- Con mi padre
- Con mis hermanos/as
- Con otros familiares
- Con los amigos/as
- Con mi novio/a

63. Si me quedara dos semanas sin móvil...

- Mi vida cambiaría a mejor
- Mi vida cambiaría a peor
- No pasaría nada

64. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces del móvil?

- No (pasa a la pregunta 66)
- Sí

65. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)

- Por el tiempo que lo uso
- Por el momento del día en el que lo uso
- Por el gasto que hago

66. ¿Te castigan o premian con el uso del móvil?

- No
- Sí

67. ¿En cuál de estas situaciones apagas el móvil? (Es posible más de una respuesta):

- Cuando estoy en clase
- Cuando estoy estudiando

- Cuando estoy con mi familia comiendo, viendo la tele, etcétera
- Cuando estoy durmiendo
- No lo apago nunca

69. ¿Sueles recibir mensajes o llamadas de noche cuando ya estás en la cama?

- Nunca
- Algunos días
- Casi todos los días
- Todos los días

70. ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)

- He utilizado el móvil para enviar mensajes, fotos o videos ofensivos contra alguien
- Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del teléfono móvil
- Conozco a alguna persona que está enganchada al móvil
- He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas
- No estoy de acuerdo con ninguna

70. Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?

- No (pasa a la pregunta 100)
- Sí

71. De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas (Es posible más de una respuesta)

- PlayStation 2
- PlayStation 3
- Xbox 360
- Wii
- PSP
- Nintendo DS
- Game Boy
- No tengo ninguna

72. ¿Juegas con la Playstation 2?

- No (pasa a la pregunta 74)
- Sí

73. PlayStation 2 ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Pro Evolution Soccer 2008*
- Fifa 08*
- Need of speed: pro street*
- WWE Smackdown! Vs Raw 2008*
- Pro Evolution Soccer 2009*
- Fifa 09*
- Grand Theft Auto: San Andreas Platinum*
- God of War II Platinum*
- Los Simpson: el videojuego*
- Singstar: canciones Disney*
- Ninguno

74. ¿Juegas con la Playstation 3?

- No (pasa a la pregunta 76)
- Sí

75. PlayStation 3: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Pro Evolution Soccer 2009*
- Call of Duty: Modern Warfare*
- Beijing 2008: juegos olímpicos*
- FIFA 09*
- Assasins Creed*
- Grand turismo 5 prologue*
- Prince of Persia*
- Metal gear solid 4: guns of the patriots*
- Pro Evolution Soccer 2008*
- Grand Theft Auto IV*
- Fifa 08*
- Ninguno

76. ¿Juegas con la Xbox 360?

- No (pasa a la pregunta 78)
- Sí

77. Xbox 360: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Grand Theft Auto IV*
- Gears of War Classics*
- Halo 3*
- Pro Evolution Soccer 2009*
- FIFA 08*
- Call of duty: modern warfare*
- Assasin's creed*
- Lost Odyssey*
- Soul calibur IV*
- Ninja Gaiden II*
- Ninguno

78. ¿Juegas con la Nintendo Wii?

- No (pasa a la pregunta 80)
- Sí

79. Nintendo Wii: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Wii Play*
- Mario Kart*
- Wii Fit*
- Super Mario galaxy*
- Super smash bros brawl*
- Mario y Sonic en los juegos Olímpicos*
- Big Brain academy*
- Triiivial*
- Link's crossbow training + Wii Zapper*
- Mario Party 8*
- Ninguno

80. ¿Juegas con la PSP?

- No (pasa a la pregunta 82)
- Sí

81. PSP: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Pro Evolution Soccer 2008*
- FIFA 08*
- Grand Theft Auto: Vice City Stories Platinum*
- Tekken: Dark Resurrection Platinum*
- WWE Smackdown! vs Raw 2008*
- Final Fantasy VII: Crisis Core*
- FIFA 09*
- Los Simpson - El videojuego*
- God of War: Chains of Olympus*
- Buzz! Concurso de bolsillo*
- Ninguno

82. ¿Juegas con la Nintendo DS?

- No (pasa a la pregunta 84)
- Sí

83. Nintendo DS: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- New Super Mario Bros*
- Cocina conmigo*
- Magia en acción*
- 42 juegos de siempre*
- Brain Training del Dr. Kawashima*
- Mario y Sonic en los Juegos Olímpicos*
- Mario Kart DS*
- Más Brain Training*
- Guitar Hero: On Tour*
- Imagina ser mamá*
- Ninguno

84. ¿Juegas con la Gameboy?

- No (pasa a la pregunta 86)
- Sí

85. Game Boy: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Super Mario Bros*
- Boktai: The Sun Is In Your Hand*
- Pokémon Yellow*

- Final Fantasy Tactics Advance*
- Legend of Zelda: DX*
- Mario Tennis*
- Dragon Ball Z*
- Asterix y Obelix*
- Los Sims toman la calle*
- Pokémon Esmeralda*
- Ninguno

86. ¿Juegas con el ordenador?

- No (pasa a la pregunta 88)
- Sí

87. Ordenador: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Los Sims 2 y sus hobbies*
- Los Sims megaluxe*
- World of Warcraft*
- World of Warcraft - The Burning Crusade*
- Los Sims: cocina y baña - accesorios*
- Call of Duty: Modern Warfare*
- Activa tu mente*
- Sacred 2: Fallen Angel*
- Brain Trainer 2*
- World of Warcraft- Battle Chest*
- Ninguno

88. De lunes a viernes ¿cuanto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?

- Menos de una hora
- Entre una y dos horas
- Más de dos horas
- No lo sé
- Nada

89. El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?

- Menos de una hora
- Entre una y dos horas
- Más de dos horas

- No lo sé
- Nada

90. ¿Tienes juegos pirateados?

- No, ninguno (pasa a la pregunta 92)
- Sí, tengo alguno
- Sí, casi todos los que tengo

91. ¿Cómo los consigues? (Es posible más de una respuesta)

- Descargándolos de Internet
- Los grabo de un amigo
- Los compro en una tienda o en la calle

92. ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)

- Juego solo
- Con mi madre
- Con mi padre
- Con mis hermanos/as
- Con los amigos/as

93. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?

- No (pasa a la pregunta 95)
- Sí

94. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)

- Por el tiempo que paso jugando
- Por el momento en el que juego
- Por el tipo de juegos

95. ¿Te premian o te castigan con los videojuegos?

- No
- Sí

96. ¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?

- No

- Sí
- No lo sé

97. Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?

- Sí, con todos
- Con algunos sí, con otros no.
- No me dejarían jugar con casi ninguno

98. ¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos? (Es posible más de una respuesta)

- Familia
- Amigos/as
- Estudios
- Deporte
- Lectura
- Televisión
- Hablar por teléfono
- A nada

99. ¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)

- Estoy enganchado/a a algún juego, o conozco alguna persona que, en cuanto llega a casa, no para de jugar
- Los videojuegos pueden volverme violento
Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a
- Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real
- No estoy de acuerdo con ninguna

100. ¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?

- Ninguno (pasa a la pregunta 115)
- 1
- 2
- 3
- Más de 3

101. ¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)

- En mi habitación
- En la habitación de un hermano/a
- En la habitación de mis padres
- En la sala de estar
- En la cocina
- En un cuarto de juegos

102. De lunes a viernes ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?

- Menos de una hora
- Entre una y dos horas
- Más de dos horas
- No lo sé
- Nada

103. El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?

- Menos de una hora
- Entre una y dos horas
- Más de dos horas
- No lo sé
- Nada

104. Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)

- En mi habitación
- En la habitación de un hermano/a
- En la habitación de mis padres
- En la sala de estar
- En la cocina
- En un cuarto de juegos

105. Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)

- Solo
- Con mi padre
- Con mi madre
- Con algún hermano/a
- Con otro familiar
- Con un amigo/a

106. ¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)

- Estudiar o hacer la tarea del colegio
- Comer
- Navegar por Internet
- Hablar por teléfono
- Leer
- Dormir
- Charlar con mi familia
- Jugar

107. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la TV?

- No (pasa a la pregunta 109)
- Sí

108. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)

- Por el tiempo que paso viendo la tele
- Por el momento del día en el que veo la tele
- Por los programas que veo

109. ¿Te castigan o premian con la televisión?

- No
- Sí

110. Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?

- Yo mismo
- Mis hermanos/as
- Mi padre
- Mi madre
- Entre todos, lo negociamos juntos

111. ¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)

- Películas
- Dibujos animados
- Deportes
- Series
- Concursos

- Documentales
- Noticias
- Programas del corazón
- Reality shows* (*Gran Hermano*, *Supervivientes*, *Operación Triunfo*, etcétera)

112. ¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?

- Me dejan ver todos los programas (pasa a la pregunta 114)
- Sí, hay programas que no me dejan ver

113. ¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)

- Películas
- Dibujos animados
- Deportes
- Series
- Concursos
- Documentales
- Noticias
- Programas del corazón
- Reality shows*

114. ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)

- Veo más tele de la que debería
- Me gusta más ver la tele acompañado/a que solo/a
- Alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver
- Me aburre la televisión
- Elijo el programa antes de encender la televisión
- Me encanta hacer *zapping*
- Suelo enviar SMS para votar en concursos
- Suelo enviar SMS a la TV para que aparezcan en pantalla
- Lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión
- No estoy de acuerdo con ninguna

115. De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:

- Ordenador portátil
- Impresora
- Escáner
- Webcam
- USB o disco duro externo
- MP3/MP4/iPod
- Cámara de fotos digital
- Cámara de vídeo digital
- Televisión de pago (digital o por cable: Digital Plus, ONO, Imagenio, etcétera)
- Equipo de música
- Teléfono fijo
- DVD
- Disco duro multimedia (para bajar películas y verlas en la televisión)
- Ninguna de estas, tengo otras

116. ¿Cómo consigues tu propio dinero? (Es posible más de una respuesta)

- Paga semanal
- Cuando necesito algo pido y me dan
- En cumpleaños, fiestas, Navidad o días especiales
- Hago algún trabajo en casa
- Hago algún trabajo fuera de casa
- No me dan dinero

117. ¿Con cuáles de estas frases estás de acuerdo?

- Tengo más dinero del que necesito
- Tengo el dinero suficiente para mis necesidades
- Tengo menos dinero del que necesito

118. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Internet
- Televisión
- No lo sé

119. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Internet

- Teléfono móvil
- No lo sé

120. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Internet
- Videojuegos
- No lo sé

121. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Videojuegos
- Televisión
- No lo sé

122. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Teléfono móvil
- Televisión
- No lo sé

123. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Teléfono móvil
- MP3/ MP4/ iPod
- No lo sé

124. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Teléfono móvil
- Videojuegos
- No lo sé

125. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- Wii
- PlayStation 3
- No lo sé

126. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?

- PSP
- Nintendo DS
- No lo sé

8.3. Índice de tablas y gráficos

Capítulo 2 Metodología

TABLAS

- Tabla 2.1. Primaria, E.S.O. y Bachillerato en España (excluyendo Ceuta y Melilla) 36
- Tabla 2.2. Centros por Comunidades Autónomas 36
- Tabla 2.3. Margen de error por regiones. Muestra válida 37
- Tabla 2.4. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva 42
- Tabla 2.5. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva (por edad y sexo) 42
- Tabla 2.6. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva (6-9 años, por zona) 43
- Tabla 2.7. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva (10-18 años, por zona) 43
- Tabla 2.8. Diferencias de equipamiento entre España e Iberoamérica (10-18 años) 44

GRÁFICOS

- Gráfico 2.1. Descripción general de la muestra (por zona) 37
- Gráfico 2.2. Descripción general de la muestra (por etapa escolar) 38
- Gráfico 2.3. Descripción general de la muestra (por titularidad del colegio) 38
- Gráfico 2.4. Descripción general de la muestra (por edad) 38
- Gráfico 2.5. Encuestados que viven con el padre y la madre (por edad) 38
- Gráfico 2.6. Encuestados que viven en familias monoparentales (por edad) 39
- Gráfico 2.7. Número de hijos únicos frente al número de familias numerosas (por edad) 39
- Gráfico 2.8. Encuestados que viven con un abuelo/a (por edad) 40
- Gráfico 2.9. Ocupación laboral del padre y de la madre (10-18 años) 40

Capítulo 3 Internet

TABLAS

- Tabla 3.1. Ubicación del ordenador en el hogar (por edad y sexo) 48
- Tabla 3.2. Ubicación del ordenador en el hogar (6-9 años, por zona) 49
- Tabla 3.3. Ubicación del ordenador en el hogar (10-18 años, por zona) 49
- Tabla 3.4. Vinculación de la presencia de ordenador en el hogar y posesión de conexión a Internet (por zona) 52
- Tabla 3.5. Posesión de conexión a Internet sobre los que tienen ordenador (6-9 años, por zona y sexo) 53

- Tabla 3.6. Posesión de sistemas de protección (10-18 años, por zona) 54
- Tabla 3.7. Lugar de navegación (10-18 años, por zona) 58
- Tabla 3.8. Tiempo de navegación entre semana y fines de semana (10-18 años, por zona) 62
- Tabla 3.9. Desplazamiento de actividades por el uso de Internet (10-18 años, por zona) 66
- Tabla 3.10. Compañía en el uso de Internet (10-18 años, por zona) 70
- Tabla 3.11. Uso de servicios de Internet (10-18 años, por zona) 86
- Tabla 3.12. Contenidos visitados en Internet (10-18 años) 92
- Tabla 3.13. Creación de contenidos por tipo (por zona) 98
- Tabla 3.14. Índice de penetración de la lectura (10-18 años, por zona) 101
- Tabla 3.15. Horas de estudio entre semana y fin de semana (por zona) 103
- Tabla 3.16. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por zona) 105
- Tabla 3.17. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por zona) 106
- Tabla 3.18. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por zona) 109
- Tabla 3.19. Mediación familiar en Internet 121
- Tabla 3.20. Prohibiciones en Internet (10-18 años, por zona) 124
- Tabla 3.21. Motivos de discusión (por zona) 126
- Tabla 3.22. Preferencia entre pantallas: Internet frente al móvil (por edad y sexo) 128
- Tabla 3.23. Preferencia entre pantallas: Internet frente a los videojuegos (por edad y sexo) 128
- Tabla 3.24. Uso de webcam (por edad) 140
- Tabla 3.25. Interlocutores en el uso de chat o Messenger (por edad) 141
- Tabla 3.26. Valoración del nivel de usuario de Internet (por edad) 146

GRÁFICOS

- Gráfico 3.1. Penetración de ordenadores en los hogares españoles 46
- Gráfico 3.2. Acceso a Internet y ordenador (por tipo de hogar) 46
- Gráfico 3.3. Equipamiento en el hogar (por tipo de hogar) 47
- Gráfico 3.4. Posesión ordenador (por zona) 47
- Gráfico 3.5. Ubicación del ordenador en el hogar (por edad) 48
- Gráfico 3.6. Espacios de uso del ordenador en el hogar (por edad) 49
- Gráfico 3.7. Ubicación del ordenador en lugares familiares o compartidos (por zona) 50
- Gráfico 3.8. Household Internet access by household type 51
- Gráfico 3.9. Evolución de la conexión a Internet (por edad y sexo) 52
- Gráfico 3.10. Posesión de sistemas de protección en el hogar (por sexo) 54

- Gráfico 3.11. Usuarios de Internet (10-18 años, por zona) 56
- Gráfico 3.12. Lugar de navegación (6-9 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 56
- Gráfico 3.13. Lugar de navegación (6-9 años, por zona) 57
- Gráfico 3.14. Lugar de navegación: hogar frente a los cibercafés (10-18 años, por zona) 58
- Gráfico 3.15. Usuarios de Internet en el colegio (10-18 años) 59
- Gráfico 3.16. Lugar de navegación (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 60
- Gráfico 3.17. Tiempo de conexión de lunes a viernes (10-18 años) 61
- Gráfico 3.18. Tiempo de conexión en fin de semana (10-18 años) 61
- Gráfico 3.19. Tiempo de conexión en fin de semana (10-18 años) 63
- Gráfico 3.20. Desplazamiento de actividades para navegar por Internet (10-18 años, por sexo) 64
- Gráfico 3.21. Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades (10-18 años) 65
- Gráfico 3.22. Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 66
- Gráfico 3.23. Compañía en el uso de Internet (6-9 años) 69
- Gráfico 3.24. Compañía en el uso de Internet (6-9 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 69
- Gráfico 3.25. Compañía en el uso de Internet (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 70
- Gráfico 3.26. Compañía en el uso de Internet (10-18 años, por zona) 71
- Gráfico 3.27. ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (10-18 años) 72
- Gráfico 3.28. «He aprendido a navegar solo» (10-18 años, por edad y sexo) 72
- Gráfico 3.29. «Me ha enseñado a manejar Internet mi padre o mi madre» (10-18 años, por edad) 73
- Gráfico 3.30. Maestros en el aprendizaje de Internet (10-18, comparativa entre España e Iberoamérica) 74
- Gráfico 3.31. Servicios utilizados en Internet (comparativa niños y adultos) 75
- Gráfico 3.32. Servicios utilizados en Internet (6-9 años) 75
- Gráfico 3.33. Servicios utilizados en Internet (10-18 años) 76
- Gráfico 3.34. Dimensiones en el uso de Internet 76
- Gráfico 3.35. Total de sitios en todos los dominios de septiembre de 1995 a junio de 2009 77
- Gráfico 3.36. Redes Sociales en el mundo 78
- Gráfico 3.37. Usuarios de redes sociales (10-18 años, por edad y sexo) 79
- Gráfico 3.38. Usuarios de redes sociales (10-18 años, por zona) 79
- Gráfico 3.39. Redes Sociales en España según su función y público 80
- Gráfico 3.40. Usuarios de redes sociales por red social (10-18 años) 80
- Gráfico 3.41. Lugar de uso de Internet sean o no usuarios de redes sociales (10-18 años) 81
- Gráfico 3.42. Usuarios de Tuenti y Facebook (por edad y sexo) 81
- Gráfico 3.43. Usuarios de redes sociales (por zona) 83
- Gráfico 3.44. Preferencias sobre el tipo de juego en red (por sexo) 84
- Gráfico 3.45. Motivos para jugar en red (por sexo) 84
- Gráfico 3.46. Servicios utilizados en Internet (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 85
- Gráfico 3.47.1 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Canarias 87
- Gráfico 3.47.2 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Centro 88
- Gráfico 3.47.3 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Levante 88
- Gráfico 3.47.4 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Noreste 88
- Gráfico 3.47.5 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Noroeste 89
- Gráfico 3.47.6 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Norte 89
- Gráfico 3.47.7 Servicios más y menos utilizados en Internet en la zona Sur 89
- Gráfico 3.48. Acceso a diversos contenidos en Internet (10-18 años) 90
- Gráfico 3.49. Acceso a diversos contenidos en Internet (10-18 años, por sexo) 91
- Gráfico 3.50. Acceso a contenidos en Internet (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 93
- Gráfico 3.51. Uso de contenidos de música y juegos por países (10-18 años) 94
- Gráfico 3.52. Uso del Messenger y la WWW por países (10-18 años) 94
- Gráfico 3.53. Creadores de contenidos «¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?» (10-18 años) 95
- Gráfico 3.54. Creadores de contenidos «¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?» (10-18 años, por edad y sexo) 96
- Gráfico 3.55. Creadores de contenidos «¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?» (10-18 años, por zona) 97
- Gráfico 3.56. Creadores en Internet frente a consumidores de Internet 97
- Gráfico 3.57. Contenido de páginas web y blogs propios 98
- Gráfico 3.58. Utilidad de tener una página web o blog propio (por sexo) 99
- Gráfico 3.59. Índice de penetración de la lectura (10-18 años) 101
- Gráfico 3.60. Horas de estudio personal y de realización de tareas escolares. 102
- Gráfico 3.61. Horas de estudio personal y realización de tareas escolares (por sexo) 102

- Gráfico 3.62. Lugar habitual de estudio 104
- Gráfico 3.63. Realización de tareas escolares o estudio en su propia habitación (por edad) 104
- Gráfico 3.64. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por sexo) 105
- Gráfico 3.65. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares 105
- Gráfico 3.66. Utilización del ordenador o Internet en el estudio personal o la realización de tareas escolares (por edad y sexo) 106
- Gráfico 3.67. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por sexo) 107
- Gráfico 3.68. Profesores que usan Internet en el colegio 108
- Gráfico 3.69. Profesores que usan Internet en el colegio (comparativa entre España e Iberoamérica) 109
- Gráfico 3.70. Profesores que usan Internet en el colegio (por zona) 110
- Gráfico 3.71. Lugar de conexión a Internet (por acceso o no desde el colegio) 110
- Gráfico 3.72. Servicios utilizados en Internet (por acceso o no desde el colegio) 111
- Gráfico 3.73. Contenidos visitados en Internet (por acceso o no desde el colegio) 112
- Gráfico 3.74. Acceso a contenidos para adultos (por acceso o no desde el colegio y sexo) 113
- Gráfico 3.75. Creación de contenidos (por acceso o no desde el colegio) 113
- Gráfico 3.76 «Cuando chateo o estoy en el Messenger...» (por acceso o no desde el colegio) 114
- Gráfico 3.77. «Cuando navego...» (por acceso o no desde el colegio) 114
- Gráfico 3.78. «Mientras me conecto, mis padres...» 115
- Gráfico 3.79. Discusión en el hogar por el uso de Internet (por acceso o no desde el colegio) 116
- Gráfico 3.80. Motivos de discusión por el uso de Internet (por acceso o no desde el colegio) 116
- Gráfico 3.81. Sistemas de protección en el hogar (por acceso o no desde el colegio) 117
- Gráfico 3.82. Valoración del nivel de usuario de Internet (por acceso o no desde el colegio) 117
- Gráfico 3.83. «Estoy bastante o muy de acuerdo con...» (por acceso o no desde el colegio) 118
- Gráfico 3.84. Mediación activa y ausencia de mediación en Internet 119
- Gráfico 3.85. «Mientras me conecto, mis padres...» (comparativa entre España e Iberoamérica) 120
- Gráfico 86.1 «Mientras me conecto, mis padres...» (por sexo) 120
- Gráfico 3.86.2. Mediación de los padres ante Internet. Educadores frente a control (10-18 años) 121
- Gráfico 3.87. Prohibiciones en Internet (10-18 años, por sexo) 123
- Gráfico 3.88. «No discuto nunca con mis padres por el uso que hago de Internet» (por edad y sexo) 124
- Gráfico 3.89. Motivos de discusión con los padres sobre el uso de Internet 125
- Gráfico 3.90. Internet frente a la Televisión (por edad y sexo) 127
- Gráfico 3.91. Internet frente al Teléfono móvil (por edad y sexo) 128
- Gráfico 3.92. Preferencia de actividades (6-9 años) 129
- Gráfico 3.93. Preferencia de actividades (10-18 años) 130
- Gráfico 3.94. Preferencia de tipo de ocio (por edad) 130
- Gráfico 3.95. Dependencia y adicción a Internet 132
- Gráfico 3.96. «Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet» (por edad y sexo) 133
- Gráfico 3.97. «Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet» (por edad y sexo) 134
- Gráfico 3.98. «No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal» (por edad y sexo) 135
- Gráfico 3.99. «No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger» (por edad y sexo) 136
- Gráfico 3.100. «Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet» (por edad y sexo) 136
- Gráfico 3.101. «He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos, vídeos, comentarios)» (por edad y sexo) 137
- Gráfico 3.102. «Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios)» (por edad y sexo) 138
- Gráfico 3.103. Actitudes en el chat o Messenger (comparativa entre España e Iberoamérica) 138
- Gráfico 3.104. Actitudes en el chat o Messenger (por edad) 139
- Gráfico 3.105. «A veces finjo ser otra persona» (por edad y sexo) 140
- Gráfico 3.106. Utilización de webcam en el uso de chat o Messenger 140
- Gráfico 3.107. Interlocutores en el uso de chat o Messenger (por sexo) 107
- Gráfico 3.108. Relación con amigos virtuales (por sexo) 142
- Gráfico 3.109. «Tengo amigos virtuales y he conocido a alguno» (15- 18 años, por edad, por sexo) 143
- Gráfico 3.110. «No tengo ningún amigo virtual» (10-13 años, por edad, por sexo) 143
- Gráfico 3.111. Relación con amigos virtuales (por zona) 144
- Gráfico 3.112. Relación con amigos virtuales (comparativa entre usuarios de redes sociales frente a no usuarios) 144
- Gráfico 3.113. Relación con amigos virtuales (comparativa usuarios de redes sociales frente a no usuarios y sexo) 145
- Gráfico 3.114. Valoración del nivel de usuario de Internet (por sexo) 145
- Gráfico 3.115. «Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación» (por sexo) 147
- Gráfico 3.116. «Internet puede provocar que alguien se enganche» (por sexo) 147
- Gráfico 3.117. «Internet puede provocar que me aisle» (por sexo) 147

Capítulo 4 Teléfono móvil

TABLAS

Tabla 4.1. Utilización de teléfono móvil (por zona y edad) 165

Tabla 4.2. Edad de adopción de teléfono móvil (10-18 años) 165

Tabla 4.3. Teléfono móvil actual (10-18 años, por edad y sexo) 168

Tabla 4.4. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil de 6 a 9 años (sobre los que tienen teléfono propio) 171

Tabla 4.5. Interlocutores en el uso del teléfono móvil (10-18 años, por zona) 173

Tabla 4.6. Usos del teléfono móvil (10 a 18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 175

Tabla 4.7. Usos del teléfono móvil (10-18 años, por zona) 176

Tabla 4.8. Momentos en los que el móvil está apagado (10-18 años, por zona) 179

Tabla 4.9. «Recibo llamadas y mensajes cuando ya estoy en la cama» (10-18 años, por zona) 180

Tabla 4.10. Medio de pago en el teléfono móvil (por zona) 182

Tabla 4.11. Gasto mensual en el teléfono móvil (por zona) 184

Tabla 4.12. Financiación del gasto en el teléfono móvil (por zona) 186

Tabla 4.13. Motivos de discusión por el uso del teléfono móvil (10-18 años, por zona) 189

Tabla 4.14. Televisión frente al teléfono móvil (6-9 años) 192

Tabla 4.15. Televisión frente al teléfono móvil (10-18 años) 192

Tabla 4.16. mp3/mp4/iPod frente al teléfono móvil (10-18 años) 193

Tabla 4.17. Videojuegos frente al teléfono móvil (10-18 años) 193

Tabla 4.18. «Si me quedara dos semanas sin móvil...» (por sexo) 195

Tabla 4.19. «Si me quedara dos semanas sin móvil...» (por zona) 195

Tabla 4.20. «Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del móvil» (por edad y sexo) 195

Tabla 4.21. «He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas» (por edad y sexo) 197

Tabla 4.22. «He utilizado el móvil para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien» (por sexo) 198

Tabla 4.23. «Conozco a alguna persona que está enganchada al móvil» (por edad y sexo) 199

Tabla 4.24. «No estoy de acuerdo con ninguno de los riesgos del móvil» (por edad y sexo) 199

GRÁFICOS

Gráfico 4.1. Expansión de las TIC entre 1998 y 2008 161

Gráfico 4.2. Crecimiento y distribución de la telefonía móvil 162

Gráfico 4.3. Evolución del número de clientes de telefonía móvil en España 163

Gráfico 4.4. Posesión de teléfono móvil propio (por edad) 164

Gráfico 4.5. Posesión de teléfono móvil propio (por edad y sexo) 164

Gráfico 4.6. Edad de adopción de teléfono móvil (10-18 años, por sexo) 166

Gráfico 4.7. Comparativa entre los usuarios que accedieron al teléfono móvil entre los 8-9 años y los 10-11 años (por zona) 166

Gráfico 4.8. Adopción del primer teléfono móvil (6-9 años) 167

Gráfico 4.9. Adopción de teléfono móvil (6-9 años, por sexo) 167

Gráfico 4.10. Adopción del primer teléfono móvil (10-18 años) 167

Gráfico 4.11. Teléfono móvil actual (10-18 años) 168

Gráfico 4.12. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (6-9 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 169

Gráfico 4.13. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (6-9 años) 169

Gráfico 4.14. Comparativa de comunicación con la madre y los amigos (chicas, 6-9 años, por edad) 170

Gráfico 4.15. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 171

Gráfico 4.16. Comparativa de comunicación con la madre y los amigos (chicas, 10-18 años, por edad) 172

Gráfico 4.17. Usos del teléfono móvil (6-9 años) 174

Gráfico 4.18. Usos del teléfono móvil (6-9 años) 174

Gráfico 4.19. Actividades realizadas con el móvil (10-18 años) 176

Gráfico 4.20. Momentos en los que el móvil está apagado (10-18 años) 178

Gráfico 4.21. «Momentos en los que el móvil está apagado» (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 179

Gráfico 4.22. «Recibo llamadas y mensajes cuando ya estoy en la cama» (10-18 años, por sexo) 180

Gráfico 4.23. Medio de pago en el teléfono móvil (por edad) 181

Gráfico 4.24. Desconocimiento del gasto mensual en el móvil (por edad y sexo) 182

Gráfico 4.25. Gasto en el teléfono móvil 182

Gráfico 4.26. Gasto mensual en el teléfono móvil (por sexo) 183

Gráfico 4.27. Gasto mensual en el teléfono móvil (por edad) 184

Gráfico 4.28. Financiación del gasto en el teléfono móvil (comparativa entre España e Iberoamérica) 185

Gráfico 4.29. Financiación del gasto en el teléfono móvil en España (por edad) 185

Gráfico 4.30. Financiación del gasto en el teléfono móvil en Iberoamérica (por edad) 186

Gráfico 4.31. Financiación del gasto en el teléfono móvil (por sexo) 186

Gráfico 4.32. Discusiones por el uso del teléfono móvil (10-18 años, por edad y sexo) 187

Gráfico 4.33. Discusiones por el uso del teléfono móvil (10-18 años, por zona) 188

Gráfico 4.34. Motivos de discusión por el uso del teléfono móvil (10-18 años, por sexo) 188

- Gráfico 4.35. Motivos de discusión por el uso del teléfono móvil (10-18 años, por edad) 189
- Gráfico 4.36. El teléfono móvil como premio o castigo (por edad y sexo) 190
- Gráfico 4.37. El teléfono móvil como premio o castigo (por zona) 190
- Gráfico 4.38. Internet frente al teléfono móvil (6-9 años) 191
- Gráfico 4.39. Internet frente al teléfono móvil (10-18 años) 191
- Gráfico 4.40. Convergencia de las pantallas 194
- Gráfico 4.41. «Si me quedara dos semanas sin móvil...» (Iberoamérica, 10-18 años) 194
- Gráfico 4.42. «Si me quedara dos semanas sin móvil...» (España, 10-18 años) 195
- Gráfico 4.43. «Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del móvil» (por zona) 197
- Gráfico 4.44. «He recibido mensajes obscenos o de desconocidos» (por zona) 197
- Gráfico 4.45. «He utilizado el móvil para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien» (por zona) 198
- Gráfico 4.46. «Conozco a alguna persona que está enganchada al móvil» (por zona) 198

Capítulo 5 Videojuegos

TABLAS

- Tabla 5.1. Posesión de plataformas de juego (por edad y sexo) 215
- Tabla 5.2. «Tengo la plataforma y la uso para jugar» (por edad) 215
- Tabla 5.3. Plataformas de juego de los no propietarios de videoconsolas (10-18 años, por zona) 217
- Tabla 5.4. Posesión de videojuegos de PlayStation 2 (10-18 años) 218
- Tabla 5.5. Posesión de videojuegos de PlayStation 3 (10-18 años) 218
- Tabla 5.6. Posesión de videojuegos de Xbox 360 (10-18 años) 219
- Tabla 5.7. Posesión de videojuegos de Nintendo Wii (10-18 años) 219
- Tabla 5.8. Posesión de videojuegos de PSP (10-18 años) 218
- Tabla 5.9. Posesión de videojuegos de Nintendo DS (10-18 años) 219
- Tabla 5.10. Posesión de videojuegos de Gameboy (10-18 años) 220
- Tabla 5.11. Posesión de videojuegos de ordenador (10-18 años) 220
- Tabla 5.12. Compañía en el juego (6-9 años, por zona) 223
- Tabla 5.13. Compañía en el juego (10-18 años, por zona) 225
- Tabla 5.14. Tiempo de uso de videojuegos entre semana (por zona) 228
- Tabla 5.15. Tiempo de uso de videojuegos en fin de semana (por zona) 229
- Tabla 5.16. Posesión de juegos pirateados (10-18 años, por zona) 231
- Tabla 5.17. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (10-18 años, por zona) 232
- Tabla 5.18. Conocimiento de los videojuegos que usan los escolares por parte de los padres (por zona) 235
- Tabla 5.19. «Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?» (por zona) 236
- Tabla 5.20. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (por zona) 241
- Tabla 5.21. Premios o castigos con videojuegos (por zona) 241
- Tabla 5.22. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (10-18 años, por zona) 243
- Tabla 5.23. Videojuegos frente al teléfono móvil 251

GRÁFICOS

- Gráfico 5.1. Evolución de videojuegos por plataforma 209
- Gráfico 5.2. Distribución mundial del mercado de videojuegos 210
- Gráfico 5.3. Evolución del mercado de videojuegos en Europa 210
- Gráfico 5.4. Jugadores de videojuegos o juegos de ordenador (por edad y sexo) 212
- Gráfico 5.5. Videojugadores (por edad y zona) 212
- Gráfico 5.6. Videojugadores en Iberoamérica (por sexo) 213
- Gráfico 5.7. Posesión de plataformas de juego (por edad) 214
- Gráfico 5.8. Posesión de dúos de videoconsolas (6-9 años, por sexo) 216
- Gráfico 5.9. Plataformas de juego de los no propietarios de videoconsolas (10-18 años, por sexo) 217
- Gráfico 5.10. Compañía en el juego (6-9 años, por sexo) 221
- Gráfico 5.11. Compañía en el juego (6-9 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 222
- Gráfico 5.12. Compañía en el juego (6-9 años, por edad) 222
- Gráfico 5.13. Compañía en el juego (10-18 años, por sexo) 224
- Gráfico 5.14. Evolución del juego individual, social y familiar (por edad) 224
- Gráfico 5.15. Compañía en el juego (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 225
- Gráfico 5.16. Tiempo diario de juego (entre semana frente a fin de semana) 226
- Gráfico 5.17. Tiempo de juego diario entre semana (por sexo) 227
- Gráfico 5.18. Tiempo de juego diario el fin de semana (por sexo) 227
- Gráfico 5.19. Posesión de juegos pirateados (10-18 años, por sexo) 230
- Gráfico 5.20. Posesión de juegos pirateados (10-18 años, por edad y sexo) 230
- Gráfico 5.21. Posesión de juegos pirateados (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 231

Gráfico 5.22. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (10-18 años) 232

Gráfico 5.23. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (10-18 años, por edad) 233

Gráfico 5.24. Conocimiento por parte de los padres de los videojuegos que usan los escolares (por edad y sexo) 234

Gráfico 5.25. «Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?» (por sexo) 235

Gráfico 5.26. Relación entre el desconocimiento de los padres y el permiso para jugar 236

Gráfico 5.27. Discusión por el uso de los videojuegos (por sexo, comparativa entre España e Iberoamérica) 237

Gráfico 5.28. Discusión por el uso de los videojuegos (por edad y sexo) 238

Gráfico 5.29. Discusión por el uso de los videojuegos (por zona) 238

Gráfico 5.30. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (comparativa entre España e Iberoamérica) 239

Gráfico 5.31. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (por sexo) 239

Gráfico 5.32. «Discuto con mis padres por el tiempo que paso jugando» (por edad y sexo) 240

Gráfico 5.33. «Discuto con mis padres por el momento de juego» (por edad y sexo) 240

Gráfico 5.34. «Discuto con mis padres por el tipo de juegos» (por edad y sexo) 240

Gráfico 5.35. Premios o castigos con videojuegos (por edad y sexo) 241

Gráfico 5.36. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (10-18 años, por sexo) 243

Gráfico 5.37. «Los videojuegos pueden volverme violento» (por edad y sexo) 244

Gráfico 5.38. «Los videojuegos pueden volverme violento» (por zona) 244

Gráfico 5.39. «Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar» (por edad y sexo) 245

Gráfico 5.40. «Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar» (por zona) 246

Gráfico 5.41. «Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real» (por edad y sexo) 246

Gráfico 5.42. «Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real» (por zona) 247

Gráfico 5.43. «Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a» (por edad y sexo) 247

Gráfico 5.44. «Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a» (por zona) 248

Gráfico 5.45. Videojuegos frente a televisión (chicos, por edad) 249

Gráfico 5.46. Videojuegos frente a televisión (chicas, por edad) 249

Gráfico 5.47. Videojuegos frente a Internet (10-18 años, por sexo) 250

Gráfico 5.48. Videojuegos frente a Internet (chicos, por edad) 250

Gráfico 5.49. Videojuegos frente a Internet (chicas, por edad) 251

Gráfico 5.50. Videojuegos frente al teléfono móvil (chicos, por edad) 252

Gráfico 5.51. Videojuegos frente al teléfono móvil (chicas, por edad) 252

Gráfico 5.52. Nintendo Wii frente a PlayStation 3 (por edad y sexo) 253

Gráfico 5.53. PSP frente a Nintendo DS (por edad y sexo) 254

Capítulo 6 Televisión

TABLAS

Tabla 6.1. Posesión de televisores en el hogar (6-9 años, por zona) 264

Tabla 6.2. Posesión de televisores en el hogar (10-18 años, por zona) 264

Tabla 6.3. Ubicación de la televisión en el hogar (6-9 años, por zona) 267

Tabla 6.4. Ubicación de la televisión en el hogar (10-18 años, por zona) 267

Tabla 6.5. Lugar de visionado de televisión en el hogar (10-18 años, por zona) 271

Tabla 6.6. Tiempo de visionado de televisión de lunes a viernes (por zona) 275

Tabla 6.7. Tiempo de visionado de televisión los fines de semana (por zona) 275

Tabla 6.8. Compañía frente al televisor (10-18 años, por zona) 280

Tabla 6.9. Programas de televisión preferidos (10-18 años, por zona) 283

Tabla 6.10. Multitarea frente al televisor (por zona) 285

Tabla 6.11. ¿Quién decide qué programa mirar? (10 a 18 años, por zona) 287

Tabla 6.12. Restricción sobre contenidos (por zona) 290

Tabla 6.13. Según tus padres ¿qué programas no te dejan ver? (por zona) 291

Tabla 6.14. Motivos de discusión (por zona) 297

Tabla 6.15. ¿Te premian o castigan con el uso de la televisión? (por zona) 298

Tabla 6.16. Situaciones de consumo de la televisión 300

Tabla 6.17. Valoraciones sobre el consumo del contenido 301

GRÁFICOS

Gráfico 6.1. Posesión de televisores en el hogar (por edad) 263

Gráfico 6.2. Ubicación de la televisión en el hogar (6-9 años) 266

Gráfico 6.3. Evolución de posesión de la televisión en la habitación (por edad y sexo) 267

- Gráfico 6.4. Lugar de visionado de televisión en el hogar (10-18 años) 268
- Gráfico 6.5. «Veo la televisión en mi cuarto» (por edad y sexo) 269
- Gráfico 6.6. «Veo la televisión en la sala de estar» (por edad y sexo) 270
- Gráfico 6.7. Lugar de visionado de televisión en el hogar (comparativa entre España e Iberoamérica) 270
- Gráfico 6.8. Tiempo de visionado de televisión de lunes a viernes y fin de semana 271
- Gráfico 6.9. Tiempo de visionado de televisión de lunes a viernes (comparativa entre España e Iberoamérica) 272
- Gráfico 6.10. Tiempo de visionado de televisión los fines de semana (comparativa entre España e Iberoamérica) 272
- Gráfico 6.11. Tiempo de visionado de televisión en la zona Centro 273
- Gráfico 6.12. Compañía frente al televisor (6-9 años, por sexo) 277
- Gráfico 6.13. Compañía frente al televisor (6-9 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 277
- Gráfico 6.14. Compañía frente al televisor (6-9 años, por zona) 278
- Gráfico 6.15. Compañía frente al televisor (10-18 años, por sexo) 279
- Gráfico 6.16. Compañía frente al televisor (chicas, 10-18 años) 279
- Gráfico 6.17. Compañía frente al televisor (chicos, 10-18 años) 279
- Gráfico 6.18. Compañía frente al televisor (10-18 años, comparativa entre España e Iberoamérica) 280
- Gráfico 6.19. Programas de televisión preferidos (10-18 años, por sexo) 282
- Gráfico 6.20. Programas de televisión preferidos: comparativa entre películas y dibujos animados (10-18 años, por edad) 282
- Gráfico 6.21. Multitarea frente al televisor (por sexo) 284
- Gráfico 6.22. «Estudio o hago la tarea escolar mientras veo la tele» (por edad y sexo) 284
- Gráfico 6.23. «Hablo por teléfono mientras veo la tele» (por edad y sexo) 284
- Gráfico 6.24. ¿Quién decide qué programa mirar? (10-18 años, por sexo) 287
- Gráfico 6.25. ¿Quién decide qué programa mirar? (10-18 años, zona Noreste frente a Noroeste) 288
- Gráfico 6.26. Me dejan ver todos los programas (Global) 289
- Gráfico 6.27. Restricción sobre contenidos (por sexo) 289
- Gráfico 6.28. Me dejan ver todos los programas (por edad y sexo) 290
- Gráfico 6.29. Iberoamérica: me dejan ver todos los programas (por edad y sexo) 290
- Gráfico 6.30. Según tus padres ¿qué programas no te dejan ver? (por sexo) 291
- Gráfico 6.31. Contenidos preferidos y restricción parental 292
- Gráfico 6.32. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión? (por sexo) 293
- Gráfico 6.33. Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión (10-18 años, por sexo) 293
- Gráfico 6.34. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión? (por zona) 294
- Gráfico 6.35. Motivos de discusión con los padres por el uso del televisor 294
- Gráfico 6.36. Motivos de discusión (por sexo) 295
- Gráfico 6.37. Discuto con mis padres por el tiempo de consumo de televisión (10-18 años, por sexo) 296
- Gráfico 6.38. Discuto con mis padres por el momento de consumo de televisión (por sexo) 296
- Gráfico 6.39. Discuto con mis padres por tipo de programas que veo (por sexo) 297
- Gráfico 6.40. ¿Te premian o castigan con el uso de la televisión? (por sexo) 298
- Gráfico 6.41. Hábitos de riesgo en el consumo de televisión (10-18, por sexo) 299
- Gráfico 6.42. «Me encanta hacer zapping» (10-18 años) 300
- Gráfico 6.43. «Me aburre la tele» (10-18 años) 301
- Gráfico 6.44. Televisión frente a Internet (por edad) 302
- Gráfico 6.45. Televisión frente a Internet (por edad y sexo) 303
- Gráfico 6.46. Televisión frente al Móvil (por edad) 304
- Gráfico 6.47. Televisión frente al Móvil (por edad y sexo) 304
- Gráfico 6.48. Televisión frente a Videojuegos (por edad) 305
- Gráfico 6.49. Televisión frente a Videojuegos (por edad y sexo) 305

Capítulo 7 Conclusiones

TABLAS

Tabla 7.1. Equipamiento tecnológico de los hogares de la generación interactiva (en general) 316

GRÁFICOS

- Gráfico 7.1. Pirámides del equipamiento de los hogares españoles por rango de edad 316
- Gráfico 7.2. Convergencia de las pantallas 317
- Gráfico 7.3. Soledad con las pantallas 318
- Gráfico 7.4. Importancia de las principales actividades en Internet 318
- Gráfico 7.5. Lugar de visionado de televisión en el hogar (10-18 años) 319

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC): <http://www.aimc.es/>
- Aufderheide, P. (7-9 diciembre 1992). *Aspen Media Literacy Conference Report-Part II: Proceedings and Next Steps*. Queenstown: Center for Media Literacy. Disponible en: http://www.medialit.org/reading_room/article356.html [Accedido el 7 de septiembre de 2009]
- Austin, E. W., Bolls, P., Fujioka, Y. & Engelbertson, J. (1999). How and Why Parents Take on the Tube. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 43, 175-192.
- Bringué, X. & Sádaba, C. (coord.). (2008). *La Generación Interactiva en Iberoamérica: Niños y Adolescentes ante las Pantallas*. Barcelona: Colección Fundación Telefónica, Editorial Ariel.
- Buckingham, D. & Domaille, K. (2003). Where are we Going and how can we Get There? En Von Feilitzen, C. & Carlsson, U. (eds.), *Promote of protect? Perspectives on media literacy and media regulations*. Göteborg: Nordicom.
- Cadilla, M. & Alcoceba, J. A. (coord.). (2007). *Jóvenes y Medios de Comunicación en España: Base de Datos y Repertorio Bibliográficos*. Madrid: INJUVE.
- Carlsson, U. (ed.). (2006). *Regulation, Awareness, Empowerment: Young People and Harmful Media Content in the Digital Age*. Göteborg: Nordicom.
- Castells, P. & Bofarull, I. (2002). *Enganchados a las Pantallas: Televisión, Videojuegos, Internet y Móviles*. Barcelona: Planeta.
- Consejo Audiovisual de Andalucía: <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/>
- Consejo Audiovisual de Cataluña: <http://www.cac.cat/>
- Consejo Audiovisual de Navarra: <http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/index.htm>
- García Matilla, A. (2004). ¿Qué debería ser hoy la alfabetización en medios? Por una visión interdisciplinar, transversal, integrada, global... y también política, de la alfabetización audiovisual y multimedia. Fragmento de la ponencia presentada en el Chelsea Art Museum de Nueva York sobre “*Media Literacy: Art or /and Social Studies?*”, 6-12 de junio. Disponible en: <http://www.airecomun.com/>
- García, A., Callejo, J. & Walzer, A. (2004). *Los Niños y los Jóvenes Frente a las Pantallas: Situación de los Medios de Comunicación y las Nuevas Tecnologías de la Información en España en el Ámbito de la Infancia y la Adolescencia*. Madrid: INJUVE, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Garitaonandia, C. & Garmendia, M. (2007). *Cómo Usan Internet los Jóvenes: Hábitos, Riegos y Control Parental*. LSE, London: EU Kids Online.
- Gentile, D. A. & Anderson, C. A. (2003). Violent Video Games: The Newest Media Violence Hazard. En Gentile, D. A. (ed.), *Media Violence and Children: A Complete Guide for Parents and Professionals*. Westport: Praeger Publishers.
- Hasebrink, U., Livingstone, S. & Haddon, L. (2008). *Comparing children’s online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online*. London: EU Kids Online.
- Himmelweit, A. N. & Oppenheim, P. V. (1958). *Television and the Child: An Empirical Study of*

- the Effect of Television on the Young*. Nueva York: Oxford University Press.
- Ito, M. et al (2008). *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Chicago: The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. Disponible en: <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/report>
 - Jones, S. & Fox, S. (2009). *Generations Online 2009*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
 - Katz, J. E. (2006). *Magic in the Air: Mobile Communication and the Transformation of Social Life*. New Brunswick: Transaction Publishers.
 - Kundanis, R. (2003). *Children, Teens, Families, and Mass Media: the Millennial Generation*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
 - Lenhart, A. et al (2008). *Teens, Video Games, and Civics*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
 - Lenhart, A., Madden, M. & Hitlin, P. (2005). *Teens and Technology: Youth are Leading the Transition to a Fully Wired and Mobile Nation*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
 - Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online: Final Report*. LSE, London: EU Kids Online. (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5).
 - Livingstone, S. (2003). Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda. *New Media & Society* 5(2), 147-166.
 - Llopis, R. (2004). La Mediación Familiar del Consumo Infantil de Televisión: un Análisis Referido a la Sociedad Española. *Comunicación y Sociedad* 17(2), 125-147.
 - Macgill, A. R. (2007). *Parent and Teenager Internet Use*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
 - Malamuth, N. M. & Impett, E. A. (2001). *Research on Sex in the Media*. En Singer, D. G. & Singer, J. L., *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
 - Nielsen (2009). *Global Faces and Networked Places: A Nielsen Report on Social Networking's New Global Footprint*. Nueva York: The Nielsen Company.
 - Prensky, M. (octubre 2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*. NCB University Press 9(5).
 - Red.es (2005). *Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información: Análisis de la Relación con las TIC en el Hogar*. Madrid: Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
 - Rideout, V., Roberts, D. F. & Foehr, U. G. (2005). *Generation M: Media in the Lives of 8-18 Year-olds. Full Report*. Menlo Park: The Henry J. Kaiser Family Foundation.
 - Schramm, W., Lyle, J. & Parker, E. B. (1961). *Television in the Lives of our Children*. Londres: Oxford University Press.
 - Schulz, W. (ed.). (2006). *Final Report. Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector*. Study for the European Commission, Directorate Information Society and Media. Hamburgo: Hans-Bredow Institut.
 - Strasburger, V. C. & Wilson, B. J. (con la colaboración de Funk, J. B., Donnerstein, E. & McCannon, B.). (2002). *Children, Adolescents, and the Media*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
 - Torregrosa, J. F. (2003). ¿Por qué es necesaria hoy una educación para los medios? *Pueblos* junio de 2003, pp. 22-23.
 - Valkenburg, P. M. (2004). *Children's Responses to the Screen: A Media Psychological Approach*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
 - Valor, J. & Sieber, S. (coord.). (2004). *Uso y Actitud de los Jóvenes hacia Internet y la Telefonía Móvil*. Madrid: e-business center, PwC & IESE.
 - Von Feilitzen, C. & Carlsson, U. (eds). (2000). *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg: the UNESCO.
 - Wartella, E. (1996). Electronic Childhood. En Dennis, E. E. & Pease, E. C. (eds.), *Children and the Media*. New Brunswick: Transaction Publishers.
 - Wartella, E., O'Keefe, B., Scantilin, R. (2000). *Children and Interactive Media. A Compendium of Current Research and Directions for the Future*. Nueva York: The Markle Foundation.

