

4. CONCLUSIONES Y ANEXOS

4.1. Conclusiones

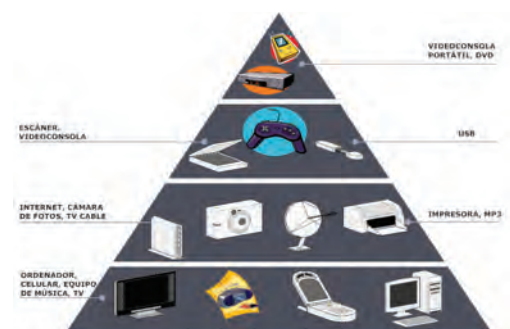
A lo largo de las páginas precedentes se han ido desgranando diversos aspectos y cuestiones sobre cómo es, qué hace y cuáles son los rasgos más definitorios de la Generación Interactiva. Se hace necesario, a modo de conclusión, recuperar las principales líneas de fuerza del tema que nos hemos propuesto explicar. Para ello, proponemos dibujar las principales caras y aristas de la Generación Interactiva en el uso y valoración de las diversas pantallas.

Las respuestas y opiniones de 25.467 escolares de Argentina, Chile, Colombia, Brasil, México, Perú y Venezuela –algunos en la infancia, otros en plena adolescencia y los más mayores superando esa etapa– 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 nos permite caracterizarles como la primera Generación Interactiva iberoamericana.

1. Una generación equipada. Todas las previsiones indican cómo el sector del ocio y del entretenimiento va a ser uno de los campos con mayor crecimiento mundial en los próximos años. De forma quizá silenciosa, una generación provoca parte de estas tendencias: el adolescente –en muchos casos niño todavía– está consiguiendo equiparse para responder a sus necesidades interactivas. Algunos datos de posesión son indicio de ello: el 61% de los niños encuestados (6-9

años) y el 65% de los adolescentes (10-18 años) declararon poseer un ordenador en casa; el 40% de los más pequeños y el 46% entre los mayores afirmó disponer de una conexión a Internet en su hogar; el 42% de los pequeños y el 83% de los adolescentes, por último, poseen un teléfono celular propio. Sin embargo, la posesión, a veces dificultada por las condiciones económicas, no limita el acceso a estas tecnologías interactivas: el 63% de los encuestados de 6 a 9 años navega por la Red, porcentaje que alcanza el 96% a los 17 años, lo que confirma la afinidad de este grupo de edad con los dispositivos digitales.

Gráfico 4.1. PIRÁMIDE DEL EQUIPAMIENTO DE LOS HOGARES LATINOAMERICANOS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°8 «De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa»: N=20.941 escolares de 10 a 18 años.

2. Uso multifuncional de las pantallas. Desde una visión adulta cabe pensar que cada medio, cada pantalla, tiene asignado un cometido bien

definido: el televisor sirve principalmente para entretener o informar, el teléfono celular para comunicarse, los videojuegos para satisfacer necesidades lúdicas, Internet para buscar información y apoyar la faceta más importante –en tiempo y por naturaleza– de los más pequeños: la escuela. Sin embargo, por encima de esta percepción la Generación Interactiva parece definir las pantallas de forma integrada y multifuncional. De algún modo, son medios capaces de dar respuesta a fines muy definidos: por ejemplo, Internet les sirve en sus tareas escolares pero sobre todo les brinda la posibilidad de una conexión permanente con todo lo que les interesa. Basta ver los usos más frecuentes relacionados con la descarga de música, películas, etc. Puede que el teléfono celular se haya inventado para hablar, pero también es posible comunicarse de otras maneras: mensajes de texto, envío de fotos y vídeos. Parece que lo principal de un videojuego es jugar; sin embargo, si es en Red mucho mejor, con posibilidad de chatear y navegar como parte de la actividad lúdica. En definitiva, la Generación Interactiva explora y experimenta con las pantallas para servir a dos aspectos esenciales de su vida: el ocio y la relación social.

Gráfico 4.2. IMPORTANCIA DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES EN INTERNET



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°16 «Cuando visitas páginas Web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?»: N=20.941 escolares de 10 a 18 años.

3. Una generación multitarea. A pesar de la profusión de pantallas en su vida, la Generación Interactiva se muestra capaz de prestarles atención al mismo tiempo que realiza otras tareas. Los datos han confirmado la simbiosis entre un público con dificultades para mantener la atención en una única tarea y unos medios que claramente ofrecen una lectura no lineal. El 70% de los mayores declara comer mientras la televisión está encendida, y en un 39% de los casos hacer la tarea. Incluso un 15% afirma navegar y ver la televisión simultáneamente. El teléfono celular se mantiene encendido mientras están en clase para el 54% de los casos, mientras que acompaña a su tiempo de estudio en un 78% de las ocasiones.

4. Una generación precoz. La experiencia televisiva indica cómo este medio tardó varias décadas en ocupar gran parte de la vida y el tiempo de millones de espectadores. Sin embargo, en el ámbito interactivo el mismo fenómeno está adquiriendo una velocidad vertiginosa: los datos confirman cómo cada vez más se acorta la edad de acceso a las pantallas: por ejemplo, sobre la muestra reseñada casi 6 de cada 10 de los mayores afirman haber obtenido su celular antes de los 12 años.

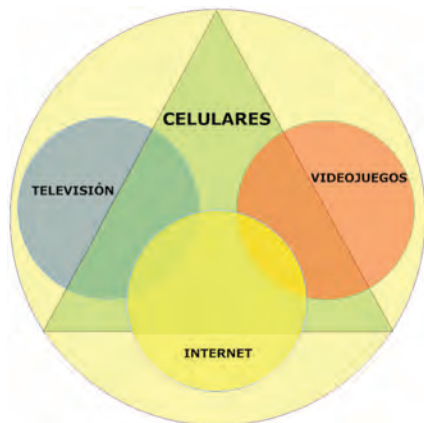
5. Ellas relación; ellos acción. Una mirada a los datos en función del género permite establecer una diferencia básica entre chicos y chicas. Los primeros ven en las pantallas un medio para corresponder a lo que más les interesa: la necesidad de acción. La mayor penetración de los videojuegos, la preferencia sobre una oferta lúdica basada en la competición, el acceso a determinados servicios y contenidos en Internet así lo han confirmado. En el otro extremo se sitúan las féminas y su principal preferencia por un uso relacional de las pantallas: suelen chatear más, prefieren el teléfono celular a otros medios que no permiten tanta interacción con sus iguales y son jugadoras preferiblemente de títulos que les permitan construirse en un entorno de relación social.

6. De la ciberadolescencia a la cibermadurez. La edad es una variable que permite tipificar rasgos esenciales en la Generación Interactiva. La frontera

de los 12 años parece marcar –o más bien reflejar– la entrada en la ciberadolescencia: por ejemplo, los usos de Internet varían a favor de todo aquello que permita una conexión constante con el grupo de iguales; el celular supera el 50% de penetración; y los videojuegos dejan de ser un juego para convertirse en una relación –competitiva o social– con amigos y desconocidos. Entre los que son dos o tres años mayores, parece producirse un cambio en los perfiles de uso y valoración de las diversas pantallas, entrando quizá en un estadio de cibermadurez. La novedad del videojuego se atenúa y gana peso la televisión, incluso frente a Internet. Los consumos se moderan y los medios parecen encontrar otros fines: por ejemplo, se utiliza mejor Internet para estudiar.

7. Una generación movilizada. Sin obviar el actual peso de la gran pantalla o el uso multifuncional que hacen de todas ellas, se perfila un futuro dominado por el teléfono celular. Es la pantalla que les acompaña a todas partes y la que les sirve de nodo para gestionar todas sus actividades y cabe pensar que el ritmo actual de desarrollo e innovación de la tecnología celular les facilitará pronto una herramienta de bolsillo capaz de integrar lo que ahora encuentran en las diversas pantallas: contenidos, ocio e interacción social.

Gráfico 4.3. CONVERGENCIA DE LAS PANTALLAS



Fuente: Elaboración propia.

8. Una generación emancipada. Dos son las cuestiones fundamentales que apoyan este principio: la consolidación de la cultura del dormitorio o la realidad de unos adolescentes que viven en un hábitat propio, aislado de la vida familiar y en muchas ocasiones equipado para abrirse de forma global a un universo interactivo; y el acceso en solitario a las pantallas como la forma más habitual de uso y aprendizaje de los escolares encuestados. Sin embargo, pese a que en muchas ocasiones esta autonomía está fomentada por los adultos –un 27% de los adolescentes, por ejemplo, recibió el celular de manos de sus padres sin pedirlo–, lo cierto es que su preferencia de consumo de medios y pantallas es claramente social: el 36% de los encuestados prefieren más jugar acompañados que solos, y el 51% también opta por ver la televisión acompañada, aunque eso suponga no elegir el contenido.

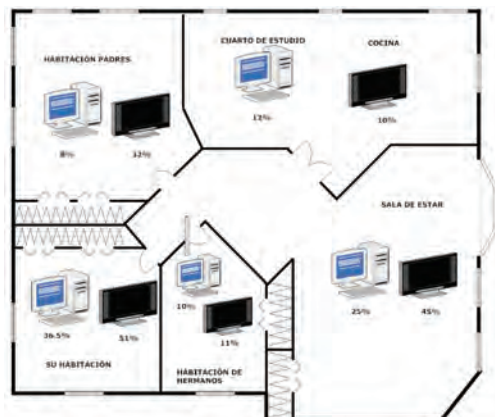
Gráfico 4.4. SOLEDAD CON LAS PANTALLAS



Fuente: Elaboración propia.

9. Aprendo en la escuela, navego en la calle. Aunque las diferencias por países existen, lo cierto es que se aprecia una tendencia clara al acceso a Internet desde el hogar. Sin embargo, en el caso de la Generación Interactiva en Iberoamérica se da una situación de contraste que implica que, al mismo tiempo que un porcentaje significativo de niños aprenden y utilizan Internet en la escuela –30% acceden desde ella, y el 19% cita a un profesor como

Gráfico 4.5. DÓNDE VEN LA TELEVISIÓN EN EL HOGAR(10-18 AÑOS)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°51 «¿Dónde suele estar el televisor o televisores que funcionan en tu casa?» y pregunta N°9 «¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?» N=20.941 escolares de 10 a 18 años.

fuente de aprendizaje—, el uso más habitual sea un lugar público, ajeno al contexto educativo en el que se ha adquirido el conocimiento, y ajeno a la realidad familiar en la que se vive. Los cibercafés aparecen como un lugar estratégico en el uso de Internet de estos menores para el 48% de los jóvenes entre 10 y 18 años.

10. Mediación familiar. Como hemos visto a lo largo de las páginas anteriores, el significativo acceso en solitario a las pantallas no impide demostrar la existencia de familias interactivas: son evidentes los beneficios que consiguen en su cotidiano empeño por acompañar a los menores en sus usos de las tecnologías. Sin embargo, a pesar de esta esperanza, queda mucho camino por recorrer. Son todavía pocos los progenitores implicados en esa mediación familiar, perdiendo la oportunidad de ser referente educativo también en este ámbito crucial. Junto a esto, también se observa cierta fractura digital entre padre y madre: En algunos casos, el primero es referencia educativa para la Generación Interactiva, opción muy minoritaria para las madres. Sin frivolar en los evidentes problemas que esto plantea tam-

bién se abre una oportunidad: padres y madres pueden recuperar espacios y tiempos perdidos si transforman la Generación Interactiva en Familias Interactivas.

11. La escuela: referencia actual y potencial. Aunque queda mucho camino por recorrer, además de las evidentes carencias económicas y técnicas, el ámbito escolar iberoamericano está haciendo un gran esfuerzo para adaptar e integrar el uso de las Tecnologías de la Comunicación y la Información como elemento clave para alcanzar sus objetivos educativos. Los equipos docentes muestran una gran flexibilidad para afrontar las dificultades que plantea equipar centros educativos, formar profesores o cambiar sistemas y formas de trabajo personal y colectivo muy arraigados.

La encuesta realizada indica algunas diferencias claras entre los escolares que navegan y aprenden el uso de la Red en el colegio frente a los que no lo hacen. Los escolares con acceso a Internet desde sus aulas hacen un uso más intensivo en tiempo, en servicios y contenidos. Asimismo, manifiestan una mayor pericia como usuarios, le reconocen mayor utilidad y la consideran imprescindible en un porcentaje más alto; ven en un porcentaje mayor aspectos positivos como el ahorro de tiempo o el aumento de las posibilidades en la comunicación que les ofrece, pero también negativos como el riesgo de generar cierto aislamiento o adicción. En definitiva, la escuela tiene mucho que decir en la formación de la Generación Interactiva y su voz comienza a escucharse con fuerza.

12. Visión y contexto local. Como se ha ido desgranando a lo largo de los capítulos, más allá de la mirada general a los datos aportados por los 25.000 encuestados, se observan innumerables diferencias y particularidades que se completan con la visión aportada por los expertos de cada país y que constituyen la última parte del libro. Esta realidad pone de manifiesto que, pese a que todos los países tienen entre manos un reto común, se requieren soluciones adaptadas a las peculiaridades que presenta la Generación Interactiva en cada lugar. Queda por delante el trabajo de analizar y profundizar en

estas diferencias para poder atender a estas necesidades de un modo más personalizado.

13. Una tarea de todos. «Aquel niño rodeado de ambiente de cariño y seguridad, con intereses y amigos correctos, y dedicado a actividades saludables en sus horas de ocio, tiene una pequeña posibilidad de que la televisión le provoque efectos no deseados.»¹ Esta cita, extraída de uno de los estudios pioneros sobre los efectos de la televisión en los menores, escrita en el año 1961, pone de manifiesto la oportuni-

dad de replantear retos educativos ya existentes. Dicho de otro modo, la llegada masiva de la tecnología interactiva abre un panorama nuevo de posibilidades al tiempo que suscita una oportunidad formativa similar a la que en su momento supuso la aparición del televisor.

Para afrontar esta nueva realidad, interconectada, global y cambiante, es preciso el esfuerzo integrado de todos los agentes implicados en la formación y educación de los menores.

1. Schramm, W.; Lile, J.; Parker, E. B.; *Television in the lives of our children*; Oxford University Press; London, 1961.