

Resultados del estudio “La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas”, primer trabajo de investigación del Foro Generaciones Interactivas en España

INTERNET SUPERA YA A LA TELEVISIÓN Y AL MÓVIL EN LAS PREFERENCIAS DE NIÑOS Y ADOLESCENTES

Cuatro de cada diez jóvenes tiene página web propia o es generador de contenidos digitales y el 70% utiliza las redes sociales

- El 88% de los adolescentes (10 a 18 años) y casi el 71% de los niños (6 a 9 años) son usuarios de Internet. Lo más habitual es que naveguen desde casa (89% de adolescentes y 87,2% de los niños), lo que explica la alta penetración de Internet entre los hogares con menores
- El acceso a la Red se convierte además en un vínculo entre los miembros de la “Generación Interactiva”, en un rasgo de identidad, siendo las posibilidades de comunicación de la Red las que marcan la diferencia. El Messenger encabeza la lista de servicios favoritos (77%), seguido del correo electrónico (65%)
- La penetración del móvil muestra mayores diferencias por edad: mientras que el 29% de los niños declara usar un móvil propio, el porcentaje se eleva al 83% en el caso de los adolescentes, siendo prácticamente del 100% a partir de los 17 años
- Además de precoces consumidores de nuevas tecnologías, la Generación Interactiva se distingue también por su carácter creador. Casi un 40% de los menores internautas encuestados poseen página web propia o han generado alguna vez un contenido digital (blog, fotoblog, espacios para difundir videos...)
- La autonomía frente a las pantallas es otro rasgo diferenciador de esta generación. El 64,9% de los niños utiliza los videojuegos sin compañía, frente al 76,2% de los adolescentes. En el caso de Internet, el 61% de los niños navega solo mientras que el porcentaje sube hasta el 85,5% entre los adolescentes
- En cuanto al tiempo dedicado a cada pantalla, lo más habitual es que se sitúe entre una y dos horas los días lectivos y se incremente los fines de semana, cuando más de un tercio supera las dos horas, el 34% en el caso de la televisión y el 34,5% en el de Internet
- En este nuevo escenario, reconocer las oportunidades y los riesgos que ofrecen las TIC y al mismo tiempo, concienciar, educar y sensibilizar sobre el uso sano de las pantallas (Internet, ordenadores, móviles, televisión y videojuegos) por parte de niños y adolescentes son los retos que animaron a la creación del Foro Generaciones Interactivas



Madrid, 23 de noviembre de 2009.- Internet supera ya a otras pantallas en las preferencias de niños y jóvenes en España. Esta es una de las principales conclusiones del primer estudio elaborado en España desde la Universidad de Navarra por el **Foro Generaciones Interactivas**, “La Generación Interactiva en España. Niños y Adolescentes ante las pantallas”, que esta mañana se ha presentado en Madrid. El acto, donde también se ha presentado el propio Foro, ha contado con la presencia de Iñaki Urdangarín, presidente de honor del Foro Generaciones Interactivas, Guillermo Ansaldo, presidente de Telefónica España, Manuel Echánove, vicepresidente del Foro Generaciones Interactivas, Sebastián Muriel, director general de Red.es, y los autores del estudio Xavier Bringué y Charo Sádaba, de la Universidad de Navarra.

Este estudio, fruto de la actividad realizada por el Foro Generaciones Interactivas desde su constitución el pasado año, muestra y caracteriza a los niños y adolescentes españoles, de edades comprendidas entre los 6 y los 18 años, como una generación que hace un uso intensivo de las nuevas tecnologías. Además, pone de manifiesto los numerosos retos educativos y sociales que se plantean y la necesidad de un compromiso global para fomentar y garantizar un uso adecuado y responsable de las pantallas por parte de los jóvenes.

Precisamente con ese fin nació el Foro Generaciones Interactivas, organización sin ánimo de lucro fundada en diciembre de 2008 por Telefónica, Universidad de Navarra y Organización Universitaria Interamericana (OUI) con la convicción de concienciar, educar y sensibilizar – partiendo de un conocimiento académico de la realidad– sobre el uso sano de las pantallas (Internet, ordenadores, móviles, televisión y videojuegos) por parte de niños y adolescentes.

El informe, editado por Fundación Telefónica, es un estudio único en el país ya que ofrece un panorama de uso de las cuatro pantallas a la vez (Internet, teléfono móvil, videojuegos y televisión) por parte de niños y adolescentes, al tiempo que refleja la incidencia mediadora de importantes ámbitos como la familia o la escuela. Para su elaboración, se han realizado casi 13.000 encuestas a menores de entre 6 y 18 años, de colegios públicos y privados, entre marzo y junio de 2009. Ofrece datos globales de España, así como por distintas zonas: Canarias, Centro, Levante, Noreste, Noroeste, Norte y Sur. Los 113 centros educativos participantes han recibido varios informes con información detallada de los resultados obtenidos. A partir de este diagnóstico se están iniciando diversas actividades formativas dirigidas a los escolares, sus familias y sus profesores.

Perfil de la Generación Interactiva en España

Los resultados del estudio nos presentan **una generación autónoma y autodidacta**, “**movilizada**”, **multitarea**, **creativa** y **precoz** en el uso de las nuevas tecnologías, que aprovecha al máximo las pantallas para comunicarse, conocer, compartir, divertirse y, en menor medida, consumir y que vive en *ciberhogares*, es decir, entornos **equipados** y **conectados**.

Así, el 95% de los niños (entre 6 y 9 años) y el 97% de los adolescentes (de 10 a 18 años) declara que en su casa hay un PC mientras que, antes de cumplir los diez años, el 59% tiene o usa un teléfono móvil y el 71% afirma tener conexión a Internet, porcentaje que se eleva al

82% en el caso de los adolescentes. Ambos datos ponen de manifiesto la alta penetración de Internet entre los hogares con menores, comparado con el 51% que arrojan los datos oficiales del INE sobre el total de los hogares españoles. De hecho, el hogar es, con diferencia, el lugar más habitual de navegación, 89% de adolescentes y 87,2% de los niños, seguido por el colegio, 28,5% de los mayores y el 31% de los niños.

La navegación en solitario es predominante (85%) entre los adolescentes, mientras que más del 30% de los niños navega con algún familiar. Una gran mayoría de los encuestados (70,2%) reconoce que ha aprendido a navegar de forma autónoma, mientras que el 16% ha sido enseñado por sus padres y el 7% por sus profesores. No obstante, el 50% de los adolescentes afirma que los profesores utilizan Internet para explicar sus materias, al tiempo que el uso de estos recursos en la escuela impulsa un uso más intensivo en otros ámbitos, con mayor acceso a contenidos educativos y culturales.

Por otra parte, cabe destacar de forma muy significativa el carácter creador de la Generación Interactiva. El 70% de los menores afirma utilizar las redes sociales y casi el 40% de los menores internautas poseen página web propia o han generado alguna vez contenidos en la Red. Este perfil creativo aumenta con la edad, y a partir de los 16 años el 50% de los jóvenes construyen o administran sus propios blogs o páginas web. Los contenidos más visitados – música, deportes y juegos- son también la temática más frecuente de sus propias páginas web y blogs.

Respecto a su perfil como generación “movilizada”, lo más frecuente es que obtengan el primer móvil entre los 10 y los 12 años. Cabe destacar, además, que la utilidad del teléfono móvil evoluciona con la edad y mientras que los más pequeños lo utilizan básicamente para hablar (72,7%) y jugar (61,2%), los más mayores incluyen además nuevos usos como escuchar música, ver y hacer fotos y videos, entre otros.

Por su parte, la televisión sigue siendo una de las pantallas más presentes en los hogares. De hecho, el 48% de los niños y el 56,5% de los adolescentes tienen tres o más televisores en su hogar, y una de las características de esta generación es que frente al televisor se sitúan como una generación multitarea, es decir, es un medio de acompañamiento para otras actividades (comidas, convivencia familiar, ratos de juegos, navegación, ...).

Finalmente, las preferencias, usos y valoraciones sobre las pantallas estudiadas tienen algunas diferencias significativas en función del sexo de los usuarios. Ellas optan más por la virtualidad comunicativa de las pantallas: enviar y recibir mensajes, hablar y chatear; mientras que ellos lo hacen por el ocio y el entretenimiento: jugar, descargar música y películas. En definitiva, chicas y chicos buscan en las herramientas tecnológicas el modo de resolver sus particulares necesidades: ellas de relación, ellos de acción.

Oportunidades y retos de la nueva Generación Interactiva

En definitiva, los datos del estudio ponen de manifiesto que los jóvenes españoles son una Generación Interactiva que hace un uso intensivo de las nuevas tecnologías. De hecho, las pantallas, forman ya parte del día a día de niños y adolescentes y tienen un enorme potencial, aunque también hay nuevos riesgos y oportunidades que precisan ser identificados y estudiados: por ejemplo, más del 90% utiliza Internet para estudiar o realizar tareas escolares y, al mismo tiempo, un 8% reconoce haber recibido imágenes o mensajes ofensivos a través de la Red. Si a esto añadimos que no es raro que los menores superen a sus padres en el manejo y conocimiento de determinadas pantallas, lo cual dificulta su labor de mediación, se evidencia



claramente la necesidad de un compromiso global para que esta utilización se lleve a cabo de manera responsable.

Así, el **Foro Generaciones Interactivas** tiene esta necesaria vocación global e integradora para representar, aglutinar y servir como herramienta a todas aquellas personas y entidades, públicas y privadas, implicadas en favorecer el uso adecuado de las nuevas tecnologías entre los menores. Actualmente está trabajando en 11 países iberoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Guatemala, México, Perú, Uruguay y Venezuela.

Para cumplir su objetivo, el Foro centra sus áreas de actividad en la **investigación** por parte de expertos, para conocer y definir los rasgos característicos de la Generación Interactiva; en el desarrollo de cursos de **formación** de públicos diversos y la elaboración de materiales educativos útiles para las “Generaciones Interactivas” y en la **difusión** de los resultados de las investigaciones propias y ajenas, para sensibilizar sobre las necesidades y oportunidades de la nueva Generación Interactiva. Además, el Foro realizará labores de asesoramiento para articular medidas de **protección** al menor en su acceso a las diversas tecnologías así como de **reconocimiento** de las buenas prácticas en este ámbito.

Para más información:

www.generacionesinteractivas.org

Diana González

Comunicación Foro Generaciones Interactivas

dianagonzalez@generacionesinteractivas.org

Telf: 669 18 90 77