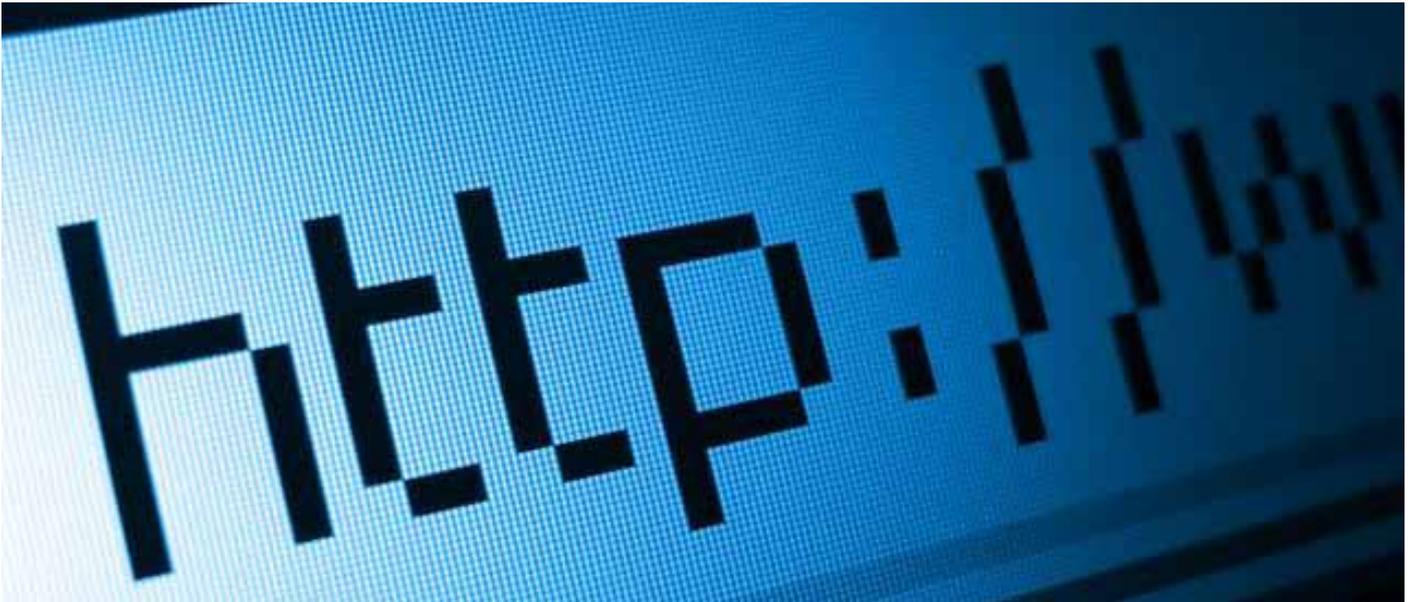


Internet arrincona a la televisión



El Foro Generaciones Interactivas en España, integrado por Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Universitaria Interamericana (OUI), acaba de publicar su primera investigación: “La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas”.

Esta investigación se ha realizado a partir de 13.000 encuestas a menores de 6 a 18 años, pertenecientes a colegios públicos y privados de distintas comunidades autónomas. Su objetivo es reconocer las oportunidades y los riesgos que ofrecen las TIC y concienciar, educar y sensibilizar sobre el uso sano de las pantallas (Internet, ordenadores, móviles, televisión y videojuegos).

Según el Informe, el 88% de los adolescentes y casi el 71% de los niños son usuarios habituales de Internet. Los contenidos más visitados por los adolescentes (música, deportes y juegos) son también la temática más frecuente de sus propias páginas web y blogs. El 95% de los niños y el 97% de los adolescentes 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.

El móvil presenta, sin embargo, mayores diferencias por edad: el 29% de los niños declara usar un móvil propio, pero el porcentaje se eleva al 83% en el caso de los adolescentes, siendo prácticamente del 100% a partir de los 17 años.

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

incrementa los fines de semana. En estos días, más de un tercio de los chicos supera las dos horas, el 34% en el caso de la televisión y el 34,5% en el de Internet.

Los resultados del estudio presentan una generación autónoma y autodidacta, “movilizada”, multitarea, creativa y precoz en el uso de las nuevas tecnologías. Estos adolescentes aprovechan al máximo las pantallas para comunicarse, conocer, compartir, divertirse y, en menor medida, consumir, y viven en ciberhogares, es decir, entornos equipados, conectados. La gran mayoría navega desde casa (el 89% de adolescentes y el 87,2% de los niños).

El acceso a la Red se convierte además en un vínculo entre los miembros de la “Generación Interactiva”, en un rasgo de identidad, en el que las posibilidades de comunicación marcan la diferencia. El Messenger encabeza la lista

de servicios favoritos, seguido del correo electrónico.

Más de dos tercios de los menores utilizan las redes sociales y casi el 40% 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 la mitad de los jóvenes construyen o administran sus propios blogs o páginas web.

Por su parte, la televisión sigue siendo una de las pantallas más presentes en los hogares. De hecho, en el hogar del 48% de los niños y del 56,5% de los adolescentes hay tres o más televisores. Frente al televisor se sitúan como una generación multitarea, es decir, para ellos es un medio de acompañamiento compatible con otras actividades. •

Los resultados del estudio presentan una generación autónoma y autodidacta, “movilizada”, multitarea, creativa y precoz en el uso de las nuevas tecnologías