



**La Generación  
Interactiva en Andalucía**  
Niños y adolescentes  
ante las pantallas

Xavier Bringué / Charo Sádaba

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Niños y adolescentes ante las pantallas



# LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

## Niños y adolescentes ante las pantallas

Xavier Bringué  
Charo Sádaba



*Telefónica*

Fundación Telefónica

© Xavier Bringué Sala y Charo Sádaba Chalezquer  
Foro Generaciones Interactivas, 2011

Gran Vía, 28  
28013 Madrid (España)

Fotografías de cubiertas: Fotolia  
Fotografías de interior: Fotolia

Primera edición: Enero de 2011

ISBN: 84-8081-204-4  
Depósito Legal: M-17114-2011

Diseño y maquetación: Gráficas Egúzkiza  
Impresión y encuadernación:  
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

1. Presentación.....	7
2. Introducción.....	9
Hogares, ciudadanos y empresas.....	9
Actuaciones de la Administración andaluza en el ámbito de la SIC.....	10
La Administración andaluza, las TIC y el menor.....	13
3. Redes sociales y menores: equipamiento.....	21
3.1. Datos generales.....	22
4. Internet, la pantalla que lo envuelve todo.....	25
4.1. Equipamiento.....	25
4.2. Multiacceso.....	33
4.3. Tiempo de uso.....	38
4.4. Compañía en la navegación.....	48
4.5. Usos y contenidos.....	55
4.6. Creadores digitales.....	67
4.7. Mediación educativa.....	71
4.8. Valoraciones y actitudes.....	89
5. Teléfono móvil.....	109



## Índice

### 6

5.1. Penetración de la telefonía móvil .....	111
5.2. Interlocutores .....	118
5.3. Usos del móvil .....	123
5.4. Momentos de uso.....	127
5.5. El gasto en teléfono móvil .....	131
5.6. Mediación educativa .....	135
5.7. Valoraciones y actitudes .....	137
5.7.1. Móvil y Televisión .....	138
<b>6. Videojuegos: diversión y ocio .....</b>	<b>147</b>
6.1. Posesión y uso .....	148
6.2. Compañía frente al juego digital .....	153
6.3. Tiempo de juego .....	155
6.4. Corsarios digitales .....	156
6.5. Mediación familiar .....	159
6.6. Valoraciones y actitudes .....	165
<b>7. La televisión en Andalucía: la pantalla eina .....</b>	<b>171</b>
7.1. Posesión y ubicación .....	171
7.2. Tiempo de visionado.....	179
7.3. Compañía frente al televisor.....	181
7.4. Preferencias de contenido .....	185
7.5. Multitarea frente al televisor .....	187
7.6. Mediación familiar. ....	191
7.7. Valoraciones y actitudes.....	202
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>205</b>
<b>0. Anexos.....</b>	<b>267</b>
9.1. Cuestionarios .....	209
9.2. Índice de Gráficos.....	237



# 1 / Presentación

En noviembre del año 2009 se presentó el estudio *La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Los resultados de la investigación ponían de manifiesto lo que a estas alturas ya nadie se atreve a poner en duda: la especial afinidad que se desprende de la relación entre los más jóvenes y la tecnología.

Muchas son las expresiones utilizadas para describir a este grupo: nativos digitales, generación digital..., pero todas ellas encierran, a partes iguales, la admiración del mundo adulto por la rapidez y la facilidad con la que los menores han aprendido y adoptado las TIC, y cierto temor a que esta afinidad a veces incomprensible constituya otra brecha que nos aleje de ellos y dificulte la necesaria protección y atención que este público requiere. Porque las grandes posibilidades que la tecnología encierra no pasan desapercibidas, pero tampoco lo hacen los peligros que rodean su uso intensivo.

Los esfuerzos, a nivel institucional, por analizar este fenómeno y proporcionar a los agentes educativos las herramientas necesarias para afrontarlo son numerosos y de gran calidad. Las campañas de sensibilización se suceden en todos los ámbitos, aunque en la mayor parte de los casos el énfasis se pone en los peligros que encierran las TIC. Con el ánimo de



## 1 / Presentación

ofrecer una imagen más completa de esta realidad, nace en diciembre de 2008 el Foro Generaciones Interactivas. Su objetivo es generar conocimiento específico que permita establecer acciones y pautas educativas desde la cercanía y la realidad con el ánimo de asegurar que la tecnología ayude a formar mejores personas, más preparadas para el presente y para afrontar el futuro.

Entre marzo y junio del año 2009 casi 1600 menores de la Comunidad Autónoma de Andalucía participaron en el estudio promovido por el Foro. El objetivo del trabajo era, por un lado, proveer a los centros educativos participantes de una imagen realista de la relación que sus alumnos mantenían con las TIC; con este fin, todos los colegios participantes recibieron un informe personalizado que identificaba los principales retos y oportunidades a los que sus alumnos se enfrentaban en el uso de la tecnología. Por otra parte, el trabajo también pretendía ofrecer una información representativa de los menores escolarizados en la Comunidad Autónoma de Andalucía que permitiera a los poderes públicos, a las instituciones privadas y a la sociedad en general ser consciente de la importancia que tienen las tecnologías de la información y de la comunicación en la vida de sus jóvenes. Y este es el trabajo que aquí se recoge.

Las principales líneas de fuerza identifican a esta generación de niños, adolescentes y jóvenes adultos, 6-18 años, como un grupo altamente familiarizado con la tecnología, de la que disponen en gran medida como algo propio, cercano y personal. Estos dispositivos, Internet, el móvil, el ordenador, los videojuegos, la televisión, les sirven para muchas cosas, aunque la relación social con sus iguales y el entretenimiento son los motivos fundamentales para usarlas. El estudio, la realización de tareas académicas, también ocupa un tiempo, aunque es marginal comparado con la importancia de las dimensiones social y de ocio. La distancia que separa a los menores de sus educadores, padres, madres y profesores, es amplia en la competencia tecnológica, lo que plantea un escenario de riesgos y oportunidades educativas que merece la pena estudiar con atención.

Es tarea de todos conocer esta realidad para prestar a esta nueva generación la atención y la ayuda necesaria que asegure que el uso de la tecnología maximiza las oportunidades de crecimiento personal y profesional al tiempo que reduce los peligros a los que puedan enfrentarse.



## 2 / Introducción

### HOGARES, CIUDADANOS Y EMPRESAS

El equipamiento de Internet en los hogares andaluces, según el estudio 'La Sociedad de la Información en España 2009' de la Fundación Telefónica –que recoge datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de la Tecnología de la Información y la Comunicación de Hogares (TIC-H) que realiza cada año el Instituto Nacional de Estadística (INE)–, ha sido uno de los indicadores en los que más se ha avanzado, alcanzando más de la mitad de la población. El número de hogares andaluces equipados con algún tipo de ordenador sigue en continuo crecimiento y la tecnología de Banda Ancha se utiliza en casi el 39% del total de ellos, que representan el 88,9% de los hogares con acceso a Internet. Las variaciones porcentuales anuales observadas en el último año (2009) son del 12,32% en los hogares con acceso a Internet y del 10,97% en los que cuentan con acceso a Internet a través de Banda Ancha. Anteriormente, desde 2004, el incremento de hogares andaluces con acceso a Banda Ancha ha sido de 27,40 puntos porcentuales. Le siguen los hogares con acceso a Internet, con 17,70 puntos porcentuales, y los hogares con ordenadores, con un incremento de 11,50 puntos porcentuales. El móvil está presente



## 2 / Introducción

10

en el 90,1% de los hogares andaluces, aunque esta presencia ya era importante en 2004.

Al igual que ocurre con el equipamiento en los hogares, también ha crecido el uso de las TIC entre los usuarios y usuarias. El 61,77 % de la población utilizó el ordenador alguna vez durante el año 2008 y el 56,29 % se conectó a Internet alguna vez en el mismo periodo. El mayor incremento se observa en el uso de Internet con una variación porcentual mayor del 6,41% en el último año. Internet ha sido la tecnología que más ha crecido en uso, con un incremento de 18,2 puntos porcentuales desde 2004. El uso del ordenador también ha crecido de forma notable. Hasta 2007 las compras electrónicas han ido creciendo pausadamente. En 2008 se observa un estancamiento respecto al año anterior presumiblemente debido a la crisis.

En el ámbito empresarial, y según datos basados en la Encuesta de uso de Tecnologías de la Información y de la Comunicación y del correo electrónico en las empresas, realizada por el INE, se observan variaciones positivas en todo lo relacionado con las TIC en las empresas de la comunidad andaluza. Como ocurre en el caso de los hogares, casi la totalidad de las empresas (el 98%) utilizan el acceso a Internet por Banda Ancha. Se subraya igualmente que la variación anual de empresas con sitio web ha sido de 11,33%. Además, destaca el incremento producido en las empresas con correo electrónico que se ha incrementado en 18,67 puntos porcentuales y el de empresas con conexión a Banda Ancha que ha crecido 14 puntos.

### **ACTUACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN ANDALUZA EN EL ÁMBITO DE LA SIC**

Respecto al uso de las nuevas tecnologías en el entorno de la Administración, cabe destacar, por ejemplo, que la Junta de Andalucía tiene operativos en la red más de 600 trámites y procedimientos. Entre estos servicios están los que permiten solicitar cita con el médico de cabecera y pediatra, pedir una segunda opinión médica, consultar las ofertas de cursos de formación ocupacional, pedir certificaciones tributarias, inscribirse en oposiciones, formalizar el pago de la mayor parte de los impuestos, pedir subvenciones, ayudas y becas, solicitar el Carnet Joven o la tarjeta Andalucía 65.



La mayoría de estos servicios requieren firma y acreditación digital, y en este sentido, Andalucía se sitúa como la primera Comunidad Autónoma en número de certificados digitales de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre – Real Casa de la Moneda (FNMT-RCM), con más de 535.000, que representan casi un 28% del total nacional. Para potenciar aún más el uso del certificado digital, la Junta de Andalucía ha creado 1.265 oficinas de acreditación y ha formado a 3.442 registradores.

Por otra parte, a finales del 2007 se puso en marcha el entorno multinacional ‘Clara’, accesible desde el portal de la Junta de Andalucía. ‘Clara’ es la plataforma tecnológica que permite acceder a todos los trámites que las distintas Consejerías y Agencias Administrativas ponen a disposición de la ciudadanía y de las empresas. A través de esta plataforma que conecta con la Trayectoria Digital de la Ciudadanía, los ciudadanos y las ciudadanas, en todo momento y desde cualquier lugar, también podrán acceder información detallada de sus trámites con la Administración Andaluza.

Este esfuerzo para que la ciudadanía pueda emprender trámites y procedimientos en Internet, se ha reflejado en un incremento de actividad del Registro Electrónico. La Junta de Andalucía superó por primera vez la cifra del 1.200.000 entradas telemáticas en el año 2008, incrementándose en un 50 % la cifra de 2007. Esto supone que más del 14% de las presentaciones de documentos realizadas en los registros de la Junta de Andalucía se hicieron a través de Internet.

El portal institucional [www.juntadeandalucia.es](http://www.juntadeandalucia.es), desarrollado con software libre, ofrece gran número de servicios de información y consultas. El Portal cuenta con una media de más de 106 millones de páginas visitadas, cerca de 15 millones de visitas registradas y las visitas de más de 6,5 millones de personas distintas, según recoge el Informe de la Fundación Telefónica 2009. Además, desde este mismo portal, se ofrece a la ciudadanía andaluza un buzón de correo gratuito con capacidad de 250 MB denominado «correo andaluz», que cuenta ya con 208.100 personas usuarias, de las cuales casi 11.200 residen fuera de Andalucía y 99.820 son mujeres. Todos estos sistemas de información se comunican a través de una red corporativa que es la mayor de España y que interconecta a más de 8.800 centros, de los cuales aproximadamente 7.000 lo hacen mediante Banda Ancha.



Respecto al software libre, la Junta de Andalucía se ha convertido en la primera administración española que pone a disposición de todos los ciudadanos, empresas e instituciones públicas el código fuente de los programas y aplicaciones informáticas de su propiedad, así como la documentación asociada a los mismos, que tendrán el carácter de software libre. Esta decisión se materializó en la Orden de 21 de febrero de 2005 de disponibilidad pública del software de la Junta de Andalucía, desde el convencimiento del fuerte impulso tecnológico regional que va a suponer esta medida, ya que permite a empresas de cualquier sector e incluso a otras administraciones locales aprovechar las mismas soluciones de software libre desarrolladas por el Gobierno andaluz, mejorando así su competitividad y pudiendo ampliar su mercado potencial con desarrollos más asequibles.

Para ello, la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa viene elaborando un catálogo en el que se están recogiendo todos los programas y aplicaciones de las distintas consejerías y organismos autónomos de la Junta de Andalucía. El resultado es un repositorio interactivo en el que se ya se han volcado más de 230 aplicaciones y programas, a las que pueden acceder ciudadanos, instituciones y empresas a través de internet ([www.juntadeandalucia.es/repositorio](http://www.juntadeandalucia.es/repositorio)), tanto de forma directa, como a través de solicitud y convenios específicos.

En cuanto a la implantación de ordenadores en centros educativos (alrededor de 250.000 centralizados en red), es destacable el esfuerzo realizado en la dotación de infraestructuras, mostrando Andalucía un resultado considerablemente mejor que la media nacional, situándose en 6,6 ordenadores por alumno/a en primaria y 3,79 en secundaria, mientras que a nivel nacional, se corresponde a 10,01 y 7,1 respectivamente. Estos datos serán claramente superados con la incorporación de Andalucía al Plan Escuela 2.0. Con ello, 17.500 profesoras y profesores, 175.000 alumnos y alumnas de 5º y 6º de Primaria dispondrán de un ordenador portátil y serán instaladas más de 6.500 aulas digitales con pizarra digital interactiva, cañón de proyección, sonido, y WIFI. Durante el curso 2008/09 se realizaron 2.180 actividades en las que participaron 35.000 docentes; durante el presente curso está previsto realizar 2.200 actividades en las que participarán más de 35.300 docentes.



Respecto a las corporaciones locales, la Junta de Andalucía ha desarrollado un «Modelo TIC de Ayuntamiento Digital» que consiste en una plataforma de tramitación y administración inteligente, desplegable en su conjunto o parcialmente en algunos de sus componentes, que permitirá impulsar la administración inteligente y poner a disposición de las administraciones locales de Andalucía un producto fundamental para poder adaptarse a los requerimientos tecnológicos y de tramitación electrónica que establece la Ley 11/2007 de Acceso Electrónico de la Ciudadanía a los Servicios Públicos.

Junto a esto se ha puesto en marcha una orden de incentivos para la modernización de las administraciones locales, que en sus tres primeras convocatorias ha incentivado 596 proyectos con un importe de más de 36 millones de euros. En la actualidad (año 2009) el número de ayuntamientos con portal web es de aproximadamente 605, lo que representa el 78,5% del total de ayuntamientos, mientras que en 2005 este porcentaje era el 59,36%. En cuanto a trámites electrónicos disponibles en el ámbito de la administración local se contabilizan 369, lo que supone un 47,9% frente a un 22,95% en 2005.

En el ámbito de la Justicia se sigue aumentando el número de juzgados de paz con conectividad: se ha llegado al 85%.

## LA ADMINISTRACIÓN ANDALUZA, LAS TIC Y EL MENOR

En materia de Sociedad de la Información en la Comunidad Autónoma Andaluza, el Ejecutivo regional ha llevado a cabo algunas otras iniciativas. Por ejemplo, el denominado Decreto del Menor o Decreto 25/2007, de 6 de febrero, por el que Andalucía se convirtió en la primera comunidad autónoma en disponer de una normativa específica de esta materia. Este decreto establece medidas para el fomento, la prevención de riesgo y la seguridad en el uso de Internet y las TIC por parte de las personas menores. En el marco de este Decreto, la Junta de Andalucía ha puesto a disposición de la ciudadanía diferentes servicios:

### a) Portal Kiddia

En 2008 se llevó a cabo la puesta en producción y el lanzamiento del portal web *www.kiddia.org*. Este portal tiene como objeto fundamental for-



## 2 / Introducción

14

mar a los andaluces menores de 12 años en el uso correcto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), así como a sus padres, madres, tutores legales y profesionales de la educación. En este portal las personas menores tienen un espacio seguro donde dar sus primeros pasos en Internet, pueden crear su primer blog personal y encontrar juegos formativos e información de su interés. *www.kiddia.org* está pensado por y para menores de hasta 11 años con el objetivo de motivarles para que lo utilicen como red de encuentro con otros niños y como espacio interactivo que ellos mismos pueden construir contando sus propias historias, creando sus blogs y haciendo uso de su imaginación y creatividad. En él encontrarán juegos, concursos, foros, talleres interactivos... Es un espacio donde pueden navegar con total seguridad y libertad, divertirse mientras aprenden a utilizar y aprovechar las nuevas tecnologías.

Por su parte, las personas adultas disponen de valiosas herramientas de ayuda tales como guías para la educación de los menores en el uso de las TIC, o un foro donde poder expresar sus dudas y opiniones sobre los menores y las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo, es un portal familiar ya que son los adultos los que deben compartir el ocio y la información que sus hijos reciben a través de Internet. En el portal los padres y tutores pueden encontrar información, consejos y actividades para ayudarles a conocer las nuevas tecnologías en familia, para navegar junto a sus hijos. Encontrarán filtros de contenido, una guía multimedia de formación TIC y foros en los que podrán realizar consultas a expertos sobre las nuevas tecnologías. Los docentes también tienen su rincón en Kiddia, donde se recogen consejos y recomendaciones para integrar las nuevas tecnologías en el aula y utilizarlas como una herramienta con muchas posibilidades para el desarrollo de los alumnos.

Para garantizar la seguridad de los contenidos publicados en el portal y resolver las dudas planteadas en sus foros, un equipo multidisciplinar de técnicos informáticos, diseñadores y pedagogos participa directamente en el proyecto, realizando labores de revisión de contenidos y atención de consultas.

### b) Filtros de Contenidos

En Andalucía, se ha producido un significativo incremento en el uso del ordenador, Internet y el móvil por los niños entre 10 y 15 años desde 2004



a 2009. Así, en 2009, según la última encuesta de Equipamiento y Uso de las TIC en los hogares (2009) del INE, el número de usuarios de ordenador en este rango de edad es del 93,4%, incrementándose en más de 35 puntos el porcentaje del último semestre de 2004 (58,1%). En el uso de Internet, la evolución ha sido del 47,6%, en 2004, al 80,7% en 2009. Siete de cada diez niños andaluces navegan en sus hogares y el 82,4% lo hace como medio de ocio, música y juegos. Y en el uso del móvil, se ha pasado del 41,4% en 2004 al 69,3,1% en 2009 respectivamente.

En el 83% de los hogares en los que alguno de los niños (de 10 a 15 años) se conecta a Internet se controla su acceso a determinados sitios o contenidos, según la última encuesta de Control de Acceso a Internet de los niños del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2009). De éstos, el 86,3% de los hogares utilizan como principal medio de control o restricción de acceso el control personal (horarios, web visitadas,...). El empleo de programas o herramientas de filtrado o bloqueo que impidan el acceso a determinados sitios web sólo es utilizado por el 44,9% de los hogares que controlan a los menores.

En enero de 2008 se puso en producción la plataforma de descarga de filtros de contenidos (<http://juntadeandalucia.es/filtrodecontenidos/>) desde la que se ofrece de forma gratuita a la ciudadanía andaluza una licencia anual para la descarga de un filtro de contenidos que permite a los padres y a las madres decidir sobre tipo de contenidos accesibles por sus hijos y sobre el horario permitido para la conexión a Internet.

El filtro de contenidos de Internet para la protección de menores ha superado las 6.000 descargas (datos de septiembre de 2009). Un total de 6.024 familias andaluzas utilizan ya este programa gratuito de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, que bloquea el acceso a determinadas páginas que no son apropiadas para los niños. El filtro de contenidos se puede descargar en el portal [www.kiddia.org](http://www.kiddia.org)

El filtro selecciona entre 25 categorías de temas conflictivos, como pornografía, azar, construcción de explosivos, violencia, drogas o páginas que inciten a la anorexia. También se puede limitar el acceso a 'chats', programas de mensajería instantánea, páginas de publicidad, direcciones desde las que se pueden realizar compras, así como a las páginas que contengan 'spyware' o programas que recopilan información del



ordenador y después la transmiten a otras entidades. El filtro puede también limitar el máximo de horas diarias de navegación, así como las franjas horarias en las que se puede entrar en la red.

### c) Guías de formación TIC «Educar para proteger»

En 2008 se elaboró la Guía multimedia de formación TIC para padres y madres de menores de 3 a 11 años. La versión imprimible en de esta guía está disponible para la ciudadanía en [www.kiddia.org](http://www.kiddia.org).

Desde octubre a diciembre de 2008 se realizaron, en conjunción con la Consejería de Educación, 1.100 jornadas formativas divulgativas de la Guía de formación TIC «Educar para proteger», y del portal [www.kiddia.org](http://www.kiddia.org) en centros TIC de primaria y secundaria.

En breve se podrá también descargar una guía destinada a padres y madres de adolescentes.

### d) Estudio Nuevas Tecnologías e Infancia y Adolescencia

A lo largo del año 2008 se realizó el estudio «Nuevas Tecnologías e Infancia y Adolescencia 2008» que analiza las características específicas sobre el uso de Internet y las TIC por los menores andaluces, así como los riesgos y tendencias de su utilización por la población menor. Fue elaborado por el Observatorio de la Infancia de Andalucía, de la Consejería para la Igualdad, a través de un convenio con la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

Este primer informe 'Nuevas Tecnologías e Infancia y Adolescencia 2008' concluyó que los niños andaluces utilizan las nuevas tecnologías con un enfoque lúdico en el caso de los más pequeños, y que a medida que aumenta la edad, cobra también protagonismo para la comunicación con otras personas. La mayoría de los menores ha integrado el uso del ordenador y de Internet en su actividad cotidiana y diaria. El estudio resalta que los padres no son muy conocedores de la existencia de filtros de contenidos que bloquean el acceso y que no saben utilizarlos. Sólo el 32,7% de los hogares andaluces aseguran que realizan el control a través de estas herramientas. De hecho, la regulación parental se reduce en su mayoría al número de horas que permanece el menor delante de la pantalla o a evitar que el uso interfiera en otras obligaciones como el estudio. Los menores recurren poco a sus padres ante dificultades



relacionadas con el uso de Internet porque los perciben como menos habilidosos digitalmente. Otra de las conclusiones destacables del informe es que los menores en su mayoría hacen un uso benévolo de las TIC y de Internet en particular por lo que los casos de usos perversos son excepcionales por parte de los menores. En cambio, en el tratamiento que se hace en los medios de comunicación sobre estos temas se ve que el 50% de las noticias hablan de usos fraudulentos o perversos (redes de proxenetas, grabaciones, bullying)... Y la mayoría de las noticias sobre juegos sólo hablan de los violentos.

Más recientemente, el Observatorio de la Infancia en Andalucía ha publicado “Actividades y usos de las TIC entre las chicas y los chicos en Andalucía. Informe 2010”. Es uno de los resultados del proyecto *Creecer en Red* impulsado por la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, que pretende fomentar la prevención, seguridad y formación de los menores y sus familias en un entorno TIC. El informe presenta los resultados de una encuesta realizada en marzo de 2009 a 1212 chicos y chicas de entre 9 y 16 años. Sus interesantes y necesarios datos pueden consultarse online de modo gratuito<sup>1</sup>.

## OTRAS INICIATIVAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Por otra parte, en 2008 la Administración andaluza llevó a cabo el desarrollo, implantación y puesta en producción del portal Edukanda, un repositorio Web de recursos formativos multiformato y multipropósito, cuya finalidad es ofrecer contenidos genéricos no reglados y orientados a la ciudadanía. Se trata de dar a conocer cómo las TIC mejoran el bienestar personal, social, económico y cultural.

Además, la Junta de Andalucía creó la Red Guadalinfo, que la conforman los centros de Acceso Público a Internet en Banda Ancha creados en 636 municipios andaluces de menos de 10.000 habitantes, a lo que se sumaron durante 2008, otros 56 centros en municipios de menos de

<sup>1</sup> [http://observatoriociudadaniadigital.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=234%3Ainforme-actividades-y-usos-de-las-tic-entre-los-chicos-y-chicas-de-andalucia&catid=90%3Apublicaciones&Itemid=124](http://observatoriociudadaniadigital.org/index.php?option=com_content&view=article&id=234%3Ainforme-actividades-y-usos-de-las-tic-entre-los-chicos-y-chicas-de-andalucia&catid=90%3Apublicaciones&Itemid=124)



20.000 habitantes. Actualmente, la Red Guadalinfo se compone además de 42 CAPI (Centros de Acceso Público a Internet) en las barriadas más desfavorecidas y con mayor riesgo de exclusión social de las ocho capitales andaluzas. Desde su puesta en marcha hasta hoy, Guadalinfo supera ya el medio millón de usuarios, convirtiéndose en la red social más grande de Andalucía. Sólo en el último año (2009), 100.000 nuevos andaluces se han sumado al proyecto Guadalinfo, alcanzando ya los 504.600 usuarios, con un predominio de las mujeres (53,74%) frente a los hombres (46,26%). Por otra parte, los jóvenes suponen el 53,82% del total de personas usuarias de los centros. A lo largo de 2008 se han realizado 20.623 actividades. Actualmente Guadalinfo se orienta con una nueva estrategia cuyo objetivo es convertir las TIC en herramienta al servicio de las necesidades de las personas. Un primer paso en esta dirección ha sido la puesta en marcha de medidas para mejorar la accesibilidad para la discapacidad en los centros. En los CAPIS se han registrado hasta el momento 18.958 personas usuarias y se han realizado cerca de 2000 actividades.

El nuevo Plan Estratégico 2009-2012 de Guadalinfo es un documento que pretende dar un paso más y superar el papel de formadores e informadores que han venido desempeñando estos centros hasta estos momentos, para convertirse en verdaderos transformadores de su entorno y avanzar hacia la Andalucía Sostenible. De este modo, la Red Guadalinfo afronta una nueva fase de consolidación y potenciación de sus servicios tras la etapa de implantación y extensión que ha experimentado desde que se pusiera en marcha hace cinco años. Ahora, pasan a desempeñar un nuevo rol de creadores de oportunidades, prestando nuevos servicios como asesoramiento en la búsqueda de empleo, creación de redes de contacto profesionales, promoción de ideas emprendedoras o impulsar la gestión telemática con medidas de motivación para la participación ciudadana.

Otra iniciativa se realizó a finales de 2006, cuando la Junta de Andalucía puso en marcha el proyecto «Andalucía Compromiso Digital» con el objetivo de incorporar las nuevas tecnologías como nuevos valores sociales para el acercamiento, promoción y divulgación de los servicios y beneficios de la Sociedad de la Información a la población. Este proyecto basa su actividad en la labor de voluntariado, el uso optimizado



de recursos públicos y la utilización de herramientas formativas adecuadas. En la actualidad (2009) el proyecto, cuenta con 11.620 personas usuarias registrados y 1.049 personas voluntarias, cerca de 8.900 usuarios han recibido como mínimo un «acompañamiento digital». Desde el inicio del proyecto se han realizado más de 37.000 de estos acompañamientos.

En el ámbito legislativo, la Ley 9/2007 de 22 de octubre de la Administración de la Junta de Andalucía establece en su artículo 7 que la aplicación de las TIC en la Administración estará orientada a mejorar su eficacia, aproximarla a la ciudadanía y agilizar la gestión administrativa.

En este sentido la Junta de Andalucía se ha dotado de tres instrumentos de planificación estratégica. En primer lugar se desarrolló el Plan de Innovación y Modernización de Andalucía (P.I.M.A.) que se constituye como marco necesario para hacer realidad el proyecto de transformación de la cultura social y económica de Andalucía. Posteriormente se desarrollaron el Plan Andalucía Sociedad de la Información aprobado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 26 de diciembre de 2006 se aprueba 2007-2010 (PASI) y la Estrategia de Modernización de los Servicios Públicos aprobada por acuerdo de Consejo de Gobierno de 20 de junio de 2006.

Estos tres planes definen en conjunto la Estrategia Pública Digital, que se basa en un plan de acción aprobado por la Comisión Interdepartamental para la Sociedad de la Información y se rige por principios como orientar la Administración hacia una gestión por procesos; que la simplificación Administrativa sea el objetivo principal que rijan los procesos de normalización y racionalización de los procedimientos; hacer de las empleadas y empleados públicos pieza clave en la gestión del cambio; intentar que la organización se adapte a los objetivos y no los objetivos a la organización; que el conocimiento sea el elemento fundamental sobre el que basculen los procesos de toma de decisiones, planificación y gestión; procurar que la Administración se acerque a la ciudadanía y no la ciudadanía a la Administración; y utilizar las TIC como un instrumento y no como un fin.

Para que la Estrategia Pública Digital de la Junta de Andalucía pueda aplicarse de una forma efectiva se ha desarrollado un plan de acción



## 2 / Introducción

20

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

que concreta con mayor detalle las actuaciones a llevar a cabo y que se basa en tres conceptos: la interoperabilidad, la calidad y el control y la reutilización.



## 3 / Metodología

Para la realización de este estudio, “La Generación Interactiva en España” se ha desarrollado, como herramienta de investigación un cuestionario *online*. Éste, ha sido adaptado a la edad de los encuestados dando como resultados dos formatos diferenciados. Una primera encuesta contaba con 31 preguntas para los niños entre 1º y 4º de Primaria. El segundo cuestionario, para el resto de alumnos en edad escolar, constaba de 126 preguntas.

Las encuestas estaban alojadas en la web del Foro Generaciones Interactivas [www.generacionesinteractivas.org](http://www.generacionesinteractivas.org) y la recogida de datos se realizó en las aulas informáticas de los colegios, aunque en algunos casos fue necesario el encuestado en papel por diversas causas. A cada centro educativo se le asignó un usuario y contraseña único para acceder a los cuestionarios de forma controlada y protegiendo la identidad de los participantes, ya que a los alumnos nunca se les solicitó información personal.

El diseño y la estructura de la encuesta permitió que no se produjesen repetición de respuestas por un mismo usuario o que dejase preguntas sin responder. Además, hay otros dos elementos de control que aseguran



la calidad de la información recopilada: la limitación temporal para responder al 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, que sí puede darse en otro tipo de encuestas.

La selección de este modelo de recogida de datos presenta múltiples ventajas. En primer lugar, y como más importante, la realización de la encuesta en un entorno conocido para el alumno. Por un lado, en el colegio donde conocen el aula, los ordenadores, los docentes, etc.; y por otro, a través de Internet pues están familiarizados con la informática y se desenvuelven correctamente a la hora de rellenar la encuesta. 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 objetivos 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. El segundo objetivo es el de 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 el tamaño muestral depende en gran medida de la frecuencia del desenlace estudiado y del número de parámetros que se incluyen finalmente en los modelos multivariantes.

## 3.1. DATOS GENERALES

### 3.1.1. Descripción general del universo de investigación

El universo de estudio de la presente investigación son alumnos matriculados en Primaria, E.S.O. y Bachillerato en España, excluyendo Ceuta y Melilla. Según los datos publicados por el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, en el curso 2006-2007, este universo lo confi-



guran un total de 4.945.951 alumnos, repartidos en 18.065 centros (ver tabla 1).

**Tabla 3.1. 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
<b>TOTAL</b>	<b>18.065</b>	<b>4.945.951</b>

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](http://www.mepsyd.es/mecd/jsp/plantilla.jsp?id=310&area=estadisticas&contenido=/estadisticas/educativas/eenu/result_det/2006/resultados.html)

### 3.1.2. Descripción general de la muestra

En primer lugar se procede a la elección de centros escolares. Para ello, se aplica un muestreo bietápico. En la primera etapa, se aplica 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 estableció una muestra de 78 centros, 55 públicos y 23 privados, cuyo reparto por Comunidades se muestra en la tabla 2. La selección de los centros en la segunda etapa del muestreo se realizó mediante muestreo aleatorio simple.

**Tabla 3.2. Centros por CC.AA.**

	Centros Públicos	Centros Privados	Total 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



### 3 / Metodología

24

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

	Centros Públicos	Centros Privados	Total Centros
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
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>23</b>	<b>78</b>

Fuente: Elaboración propia

Una vez se logra la colaboración del centro escolar, los alumnos se eligen mediante muestreo por conveniencia, participando los alumnos matriculados en Primaria, E.S.O. y Bachillerato que acudan al centro durante los días que se prolongue el trabajo de campo. La recogida de datos se realizó durante los meses de marzo a junio de 2009.

La muestra diseñada era de 21.500 escolares, suponiendo que en los 78 centros participase un número de alumnos similar al promedio según su Comunidad Autónoma y titularidad. Finalmente la muestra alcanzada ha sido de 13.414 alumnos. Suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ , el margen de error es 0,85%, un nivel superior al diseñado (0,67%) pero con amplias garantías para continuar con el estudio. El número de colegios participantes ha superado los 78 previstos, con 113 centros.

En el caso del estudio sobre la Generación Interactiva en la Comunidad Autónoma de Andalucía, la muestra alcanzada ha sido de 1596 escolares: 369 pertenecen al grupo 1º a 4º de Primaria y 1237 son de cursos superiores hasta segundo de Bachillerato. La muestra respeta la distribución de este universo según las variables edad, sexo y titularidad de los centros educativos. Para un muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ , el margen de error es 1,88%.



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

### 4.1. EQUIPAMIENTO

Aunque la evolución de la tecnología ha separado el binomio ordenador personal-conexión a Internet como algo imprescindible, ya que hoy en día el acceso a la red de redes se puede realizar a través de múltiples dispositivos –smartphones, videoconsolas, PDA– la penetración de ordenadores en los hogares sigue siendo un dato clave en la evaluación del desarrollo de la Sociedad de la Información en un país o región. Todavía sigue siendo la opción mayoritaria para acceder a Internet, y aunque la propia concepción del ordenador se diversifica con la llegada de notebooks y la creciente generalización del portátil, sigue siendo un componente esencial.

En el caso de los menores andaluces, se podría afirmar que la penetración de este dispositivo es prácticamente universal. El 92,7% de los más pequeños (6-9 años) y el 95,7% en el caso de los mayores (10-18 años) afirma tener un ordenador en casa. A pesar del elevado número de menores que disponen de ordenador en Andalucía, los porcentajes obtenidos son ligeramente inferiores a la media nacional donde los resultados revelaron que el 95% de los menores de 9 años, y el 97% de los que tienen edades comprendidas entre los 10-18 años afirman disponer



de un ordenador en su casa.

Estos porcentajes constatan que los hogares con menores tienen una penetración media del ordenador superior a la media de la población española en su conjunto, ya que en este último caso, según el INE, el 63,6% contaban con ordenador en 2008. La diferencia de estos datos nacionales globales con los obtenidos en esta investigación que analiza los usos tecnológicos de los menores de 18 años andaluces, 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 EEUU, en el año 2000, 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 de un 15% a un 52% de penetración<sup>2</sup>. Algo similar sucedió en otros países occidentales durante esos años como pone de manifiesto Vickery (2002) en un informe para la OECD<sup>3</sup>.

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 que “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).

El sexo de los menores no es una variable que condicione de forma significativa el hecho de contar o no con un ordenador en el hogar. De hecho, son más las niñas andaluzas menores de 9 años las que disponen de

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), OECD Information Technology Outlook.



ordenador (93,9% de chicas, frente al 91,1% de chicos), mientras que en el caso de los mayores de 10 años, el porcentaje de adolescentes varones con ordenador (96,5%) supera el de las féminas (94,8%). Tampoco se han detectado diferencias relevantes al analizar la posesión por ordenador en cada tramo anual de edad.

La ubicación del ordenador que más utilizan en el hogar (del conjunto de los que disponen de uno en casa) también es un dato relevante. La penetración de ordenadores, como se ha constatado en los párrafos anteriores, es superior en los hogares donde hay niños, por lo que no sorprende que su propio dormitorio sea la opción más habitual para colocarlo. En este caso, la edad sí que marca una clara diferencia: los andaluces más mayores disponen de un PC en su dormitorio en un 32,9%, frente al 23,6% de los más pequeños, siendo ésta la opción prioritaria para ubicar esta pantalla en el primer caso y la segunda entre los menores de 9 años. Los porcentajes obtenidos de las entrevistas realizadas en Andalucía sobre esta cuestión están por debajo de la media de los resultados obtenidos al realizar esta investigación sobre la muestra nacional, ya que en este último caso, el 36% de los mayores y el 28% de los más pequeños afirman disponer el ordenador en su cuarto<sup>4</sup>.

Si para los más adolescentes andaluces mayores de 10 años su dormitorio es la opción prioritaria donde está ubicado el ordenador que utilizan, la sala de estar es el segundo lugar preferente, habitación seleccionada por un 17,5% de los encuestados. En el caso de los menores de 6 a 9 años, la prioridad se invierte. Su dormitorio, como ya se ha descrito en el párrafo anterior es la segunda habitación más frecuente en la que ubican esta pantalla, siendo la sala de estar el lugar preferente, respaldado por un 24,8% de los niños andaluces encuestados.

En lo que a esta pregunta se refiere, es interesante el dato que arroja la respuesta: “el ordenador es portátil”: el 20,2% de los adolescentes responde que ésta es la opción de uso en su hogar, frente al 16,3% de los más pequeños.

4 Cfr. La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 48.



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

Aunque en términos generales, como puede constatarse en el siguiente gráfico, la variable género no marca diferencias notables en las respuestas dadas por los menores andaluces, pueden destacarse dos excepciones a esta afirmación. Por una parte los chicos, tanto los mayores de 10 años, como los menores de esa edad disponen de un ordenador en su habitación con mayor frecuencia que las chicas. Si el 35,4% de los varones de entre 10 y 18 años ubicaron en su cuarto, el porcentaje de féminas desciende al 29,9%. En el caso de los menores de 9 años, la diferencia porcentual es incluso superior: 27,4% de los niños, frente al 20,8% de las niñas, como puede corroborarse en el siguiente gráfico. La segunda diferencia destacable por sexos se produce entre los menores con edades de entre 6 y 9 años que afirman disponer de un portátil. En este grupo, al contrario que sucedía en el caso anterior, el porcentaje de chicas supera al de chicos en 6 puntos porcentuales: 20,3% de las niñas, frente al 14,3% de los niños.

Gráfico 1. Ubicación del ordenador en el hogar (de 6 a 9 años, por sexo).

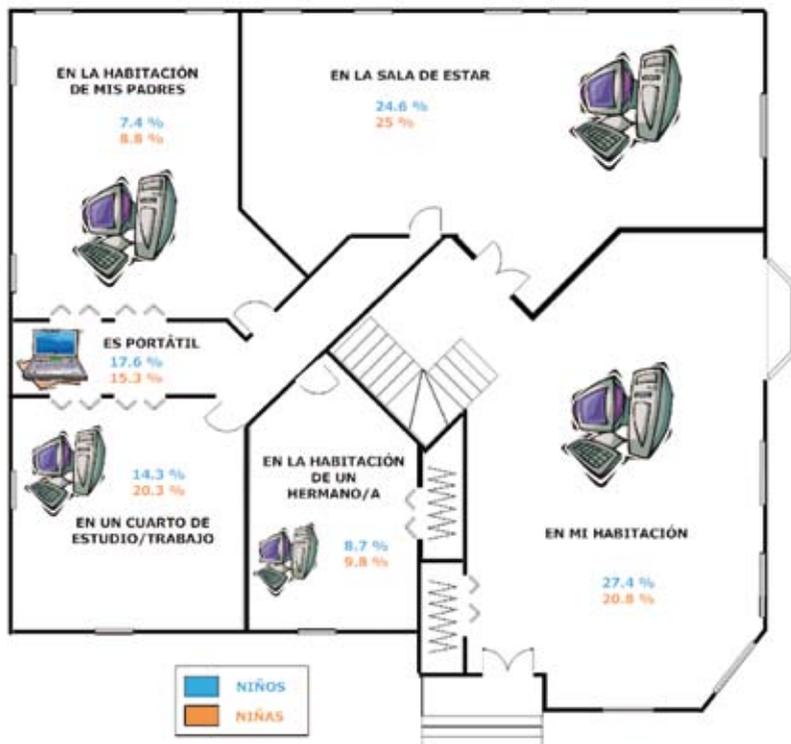
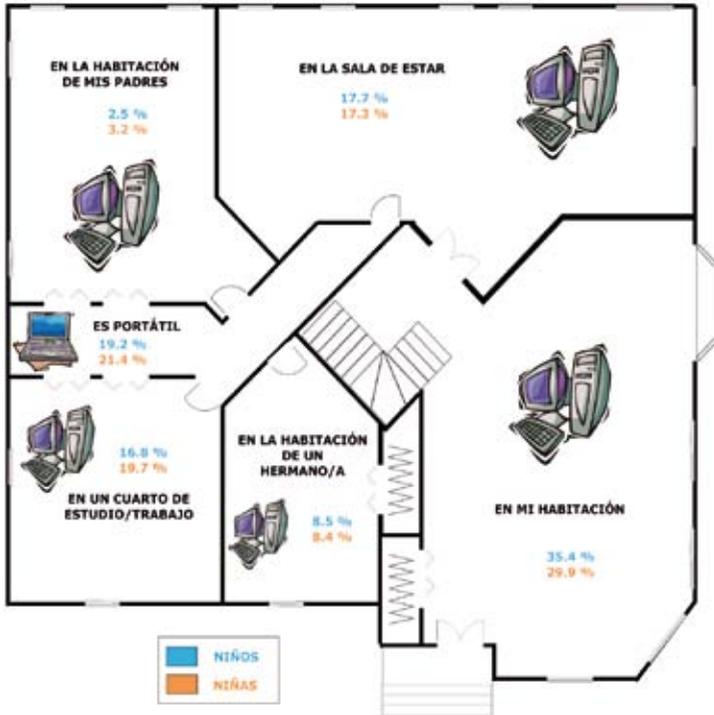




Gráfico 2. Ubicación del ordenador en el hogar (de 10 a 18 años, por sexo).



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 temática, que será objeto de un análisis posterior.

Al igual que sucedía en la muestra nacional, los datos confirman que en Andalucía, 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 o un cuarto de estudio) son porcentualmente muy superiores a quienes lo ubican en espacios exclusivos. Suponen el 50,8% de las respuestas, frente al 32,9% que reconoce que posee el ordenador en espacios más exclusivos (su dormitorio o el de un hermano).

Los datos cambian al analizar las respuestas ofrecidas por esta cuestión por los adolescentes andaluces. El 41,4% declara disfrutar del PC en un espacio más reservado, frente al 38,4% que lo hace en un entorno más



familiar y compartido. La comparativa con los porcentajes obtenidos al respecto en el estudio realizado en el conjunto de España permiten afirmar que, en Andalucía, el porcentaje de adolescentes que disfrutan de esta pantalla en un lugar exclusivo está por debajo de la media nacional situada en el 45%, mientras que, por el contrario, quienes afirman que está ubicado en espacios compartidos están por encima de la media citada en el 37%. Quedan fuera de esta apreciación los ordenadores portátiles, que son susceptibles de pertenecer a ambas esferas.

### 4.1.1. Acceso a Internet en el hogar

Poseer un ordenador en casa está 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 81,7% de los más pequeños afirman tener conexión a Internet en casa, porcentaje que se eleva al 91,3% entre los más mayores. Ambos porcentajes son significativamente superiores (entre nueve y diez puntos porcentuales) a los obtenidos en este mismo estudio realizado a nivel nacional, donde el 71% de los niños y el 82% de los adolescentes afirmaron tener conexión a Internet en casa<sup>5</sup>. Estos datos permiten concluir que la penetración de Internet en los hogares andaluces en los que habitan menores es significativamente superior a la media nacional.

Si comparamos estos datos con la penetración de Internet en el conjunto de hogares españoles donde, según el INE, el 51% están conectados a la red, podemos concluir, que al igual que sucedía en el caso de la posesión de ordenadores, estos datos evidencian la alta penetración de Internet dentro de los hogares en los que habitan menores. Esta realidad no es exclusiva de España, sino que también hay estudios en otros países occidentales en los que se constata que la presencia de niños en el hogar es una variable que acelera la conexión a Internet.

<sup>5</sup> Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 51.

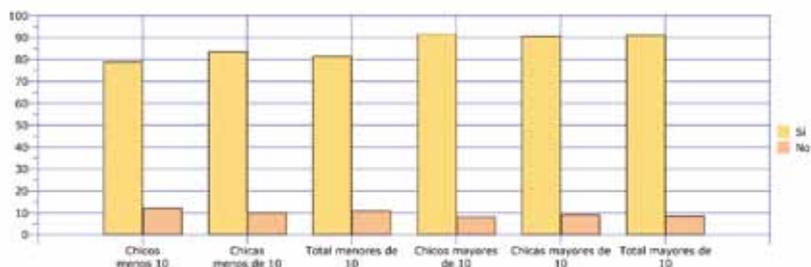


### 4.1.2. Penetración de Internet: diferencias por sexos y edad

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 en Andalucía. Mientras que el 81,7% 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 91,3%, tal y como se ha mencionado en el párrafo anterior. Del análisis de los datos también merece la pena destacar que, sobre esta cuestión, no se detectan grandes oscilaciones porcentuales en los tramos anuales que van de los 10 a los 18 años. A pesar de esta realidad, resulta interesante destacar que los dos tramos de edad donde la conexión a Internet conglobera un porcentaje menor son: entre los de 18 años (82,6%); y entre los de 15 años (89,3%).

Por último, en lo que respecta a la posesión de Internet en el hogar, los datos evidencian que la variable sexo no ofrece diferencias significativas en el caso de los mayores, 91,7% de chicos frente al 90,7% de chicas. Por el contrario sí que se aprecian diferencias entre los más pequeños, de 6 a 9 años: las niñas andaluzas superan a los chicos en la disponibilidad de Internet en casa en casi 5 puntos porcentuales: 79% de niños, frente al 83,7% de niñas.

Gráfico 3. Conexión a Internet desde casa (por sexo).



### 4.1.3. Sistemas de protección

Sobre la existencia de algún tipo de control de acceso a los contenidos de Internet la respuesta mayoritaria de los adolescentes andaluces es negativa: sólo el 19,4% de los menores de entre 10 y 18 años reconoce



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

32

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

tener un filtro en su conexión a la red. A pesar de ser un porcentaje bajo, éste es casi dos puntos y medio superior a la media nacional, donde sólo un 17% de los adolescentes reconoció tener algún filtro<sup>6</sup>.

Merece la pena detallar que apenas existe diferencia si analizamos estos datos bajo la variable sexo. El 19,1% de las chicas andaluzas y el 19,6% de los chicos de 10 a 18 años tienen un filtro de contenidos en su conexión doméstica a Internet. Al analizar estos datos por tramos anuales de edad, en conjunto, los que tienen 14 años son el grupo que porcentualmente más afirman tener filtro: el 21,4% de ellos. Entre los chicos, sin embargo, es el grupo de los que tienen 15 años entre quienes el 24,4% suscribió esta afirmación. Entre las chicas, las que tienen 13 y 17 años son los dos tramos anuales donde un mayor porcentaje de ellas afirman disponer de filtro en su conexión doméstica: 22,4%.

Los adolescentes andaluces afirman que la mayoría de los ordenadores con conexión disponen de un antivirus: un 73%, porcentaje superior al obtenido en la muestra nacional donde el porcentaje de quienes afirmaban tener antivirus se reducía al 68% de los casos<sup>7</sup>. La diferencia en razón al sexo es aquí casi inexistente: el 72,8% de los chicos y el 73,2% de las chicas disponen de esta forma de protección.

Habría que matizar estos datos señalando que casi un 22% de los menores, o no sabe si dispone de algún tipo de sistema de protección (bien filtro de contenidos a la red o antivirus en el ordenador), 12,1%; o no son capaces de identificar de qué tipo se trata, 9,8%. Las chicas, en términos generales, se muestran más desconocedoras o confusas sobre la existencia de estos sistemas que los chicos. Mientras que un 11,2% de los chicos dicen no saber si tienen o no instalado un filtro, el porcentaje se eleva al 13,2% en el caso de las chicas. La diferencia por sexo es algo mayor en el caso de quienes afirman tener un sistema de protección, pero desconocen de cuál se trata: 8,7% de varones, frente al 11,2% de las féminas. Aunque en términos generales este desconocimiento se atenúa con la edad, se mantiene la diferencia de percepción por sexo.

<sup>6</sup> Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 53

<sup>7</sup> Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 53



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.

## 4.2. MULTIACCESO

La vida del menor se explica fundamentalmente por el tiempo que pasa en casa, en el colegio o 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 consiguió, por ejemplo, aumentar exponencialmente la venta de aparatos de televisión durante los años sesenta 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 *kidvid ghetto* de los sábados por la mañana. De modo similar, esta estrategia sigue presente en la venta de servicios de televisión por cable o 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 finalidad del usuario. Al hilo de la investigación realizada, estas dos cuestiones arrojan resultados y conclusiones muy particulares. Veámoslas 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 andaluza es casi universal en cuanto al uso. Entre los más pequeños –6 a 9 años– el 75,6% afirman ser internautas, porcentaje que se incrementa hasta el 86,4% en el caso de los más mayores –10 a 18 años –, porcentaje algo inferior a la media nacional situada en este caso en el 88%<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 56



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

34

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Por edades, y de forma global, la utilización de Internet en Andalucía, al igual que en el resto de España, aumenta con el paso del tiempo. Si como ya hemos apuntado entre los 6 y los 9 años la media de internautas en esta Comunidad Autónoma es del 79,7%, el porcentaje aumenta de forma gradual a partir de entonces: 85,4% a los 11 años; 89,3% a los 14 años; hasta el 92% a los 18.

Por último, las diferencias en el uso de Internet según el sexo no son muy significativas entre los mayores, sólo tres puntos porcentuales de diferencia a favor de los varones. Quizá un dato que merece ser destacado es que, en el caso de las féminas, los 15 es la edad en la que se supera el 90% de internautas, mientras que en el caso de los varones, ese porcentaje se alcanza cuando tienen 14 años. Tampoco, la variable sexo marca diferencias significativas entre los más pequeños, siendo en este caso los porcentajes casi idénticos, con sólo unas décimas más entre las niñas: 75,7% de ellas, frente al 75,4% de ellos.

### 4.2.1. ¿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, trataremos 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 fragmentada. Entre los andaluces más pequeños, el propio hogar es el sitio más habitual para navegar –91,4%–, seguido de la escuela –26%–, la casa de los familiares –25,1%– seguidos de otros lugares con porcentajes que no superan el 16%.

Si se comparan estos porcentajes con los obtenidos en el estudio realizado sobre la muestra nacional, se obtienen algunas diferencias. El porcentaje de niños andaluces (de 6 a 10 años) que se conectan desde el hogar es superior a la media nacional: 91,4%, frente al 87% de los españoles. Por el contrario, los niños andaluces están por debajo de la media nacional en lo que respecta a la conexión desde el colegio situada en el 31%.



El respaldo obtenido para cada respuesta en función de la variable género es similar entre ambos sexos, con la excepción del acceso a la red desde el colegio, donde el porcentaje de niñas que afirman conectarse desde este lugar supera de forma significativa a los niños: 30,1%, frente al 20,5%.

Frente a las generaciones interactivas de otros países como Argentina, Chile, Brasil, México, etc. aquí aparece un rasgo muy distintivo: los menores españoles y andaluces 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, etc.<sup>9</sup>

Sobre los adolescentes andaluces más mayores, la encuesta realizada admitía la misma variedad de lugares habituales para acceder a la Red: el propio hogar, la escuela, ciber-cafés, 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, al igual que sucedía con los más pequeños, aparece en primer lugar el propio hogar para un 92,3% de los menores. La casa de un amigo se sitúa como segunda alternativa, con un porcentaje significativamente inferior 31,4%, siendo la casa de un familiar la tercera ubicación más frecuente de conexión con un 26,5%. También es relevante destacar que un 23,7% de ellos afirmen acceder desde el colegio. Los otros dos lugares alternativos son minoritarios: 7,7% desde cibercentros y 5,9% desde lugares públicos como bibliotecas.

Merece la pena incidir en el aumento del porcentaje de menores que suscriben el acceso desde la casa de un amigo entre los dos tramos de edad analizados (6-10 años y 10-18). El porcentaje casi se duplica en el caso de los adolescentes, pasando del 15,9% entre los pequeños para situarse en el 31,4% de los mayores.

Con respecto a los resultados obtenidos en la investigación nacional, se detecta coincidencia en la prioridad que los adolescentes otorgan a los dos primeros lugares de acceso, aunque los porcentajes son superiores en la muestra andaluza, ya que en la nacional, un 89% de los adolescentes

<sup>9</sup> Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 56



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

36

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

afirmó acceder desde casa y un 29% desde la de un amigo<sup>10</sup>. En lo que respecta a la tercera posición no hay coincidencia entre la muestra andaluza y la nacional. En esta última, el tercer lugar prioritario de acceso, lo ocupa en colegio, con un 28,5%, mientras que la escuela ocupa entre los andaluces la cuarta posición con un 23,7% de la muestra, tal y como se ya se ha mencionado en el párrafo anterior. En lo que respecta al resto de lugares de acceso es interesante destacar que los adolescentes andaluces se conectan a Internet de manera algo más frecuente desde casa de un familiar, superando en punto y medio el respaldo de la cuarta parte de la muestra que, por poco, no llegaba alcanzarse en el estudio nacional. Son alternativas minoritarias –entre el 5% y el 8% en el caso andaluz, y entorno al 10% en el estudio español–, lugares como bibliotecas o cibercentros.

Por tramos anuales de edades, y al contrario de lo que sucedía en la muestra nacional, en Andalucía se aprecian diferencias significativas sobre el lugar de acceso a Internet entre los adolescentes. En lo que al acceso desde casa respecta, la cota máxima se alcanza a los a los 12 años, con un 96,4% de respaldo, y la cota mínima a los 18 años, con un 84,8%. En lo relativo a la escuela, parece darse una correlación entre uso y edad de quienes acceden. Aunque en términos globales decrece el porcentaje de quienes se conectan desde el colegio en la adolescencia (26% menores de 10 años, frente al 23,7% de los mayores de 10), el acceso desde esta ubicación vuelve a incrementarse a partir de los 13 años, edad en la que un 26,5% suscribe esta opción, hasta alcanzar el 28,9% entre los que tienen 15 años. A partir de esa edad, el porcentaje tiende a decrecer hasta situarse en el 20,7% de los que tiene 18 años. Por el contrario, el acceso desde lugares públicos aumenta de forma significativa entre los andaluces a medida que cumplen años. Si a los 10 años sólo un 2% afirma acceder desde un “ciber”, y un 4,7% dice conectarse desde un lugar público, a los 18 años son el 8,7% de ellos los que suscriben la conexión desde el “ciber”, y el 9,8% los que navegan desde lugares públicos. La edad también repercute en el porcentaje de adolescentes que

---

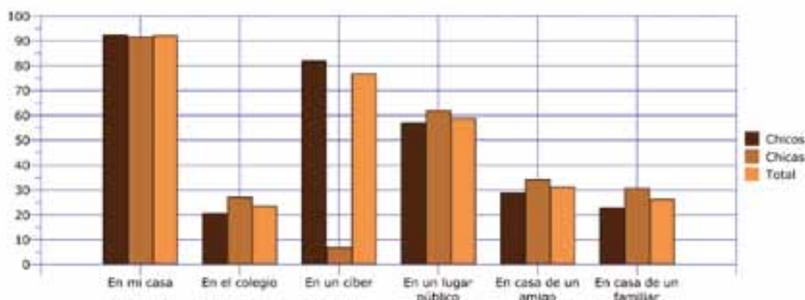
<sup>10</sup> Con la pretensión de no ser repetitivos, a partir de este momento, y salvo que se apunte a pie de página lo contrario, todos los datos que aluden a una investigación similar realizada a nivel nacional sobre menores con edades comprendidas entre los 6 y los 18 años han sido obtenidos del libro: La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas.



se conectan desde casa de un amigo. Si a los 10 años el 16,8% afirmaba navegar desde esa ubicación, a los 18 años, casi el doble, 29,3% suscribe este punto de acceso, que alcanza su cota máxima a los 15 años, edad a la que un 40,5% de los adolescentes andaluces dicen navegar desde este lugar. Por el contrario, el porcentaje de adolescentes residentes en esta Comunidad que afirman navegar desde casa de un familiar tiende a decrecer con el incremento de edad. Si a los 10 años el porcentaje que afirmaban acceder a la red desde esta ubicación era el 31,4%, a los 17 años, el porcentaje se reduce a menos de la mitad: 14,1%

Al analizar los datos teniendo presente la variable género, como puede apreciarse en los siguientes gráficos, se evidencia que el porcentaje de chicas adolescentes supera al de chicos cuando se conectan en casa de un amigo (34,3%, frente al 29%); en casa de un familiar (30,8%, frente al 22,9%); en el colegio (27,3%, frente al 20,7%) o desde los lugares públicos como bibliotecas y centros de actividades (6,2%, frente al 5,7%). En el resto de lugares analizados, el porcentaje de varones supera al de las féminas, aunque sin que la diferencia porcentual sea significativa, como puede constatarse en los siguientes gráficos.

**Gráfico 4. Uso de Internet (de 10 a 18 años, por sexo).**



En el caso de los menores de 10 años, el porcentaje de niñas que se conectan desde casa de un amigo, desde casa de un familiar o desde el colegio también supera al de los niños. Sin embargo, los niños que acceden desde un lugar público, al contrario de los que sucedía entre los adolescentes, superan a las niñas, (7,3% frente al 6,4%). También merece la pena destacar que en este tramo de edad el porcentaje de niños



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

38

(3,4%) que navegan desde un “ciber” duplica al de niñas (1,4%), como puede comprobarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 5. Uso de Internet (de 6 a 9 años, por sexo).



En cuanto al lugar de acceso a Internet es posible comparar algunas tendencias de los menores andaluces frente a las de sus iguales iberoamericanos. En términos generales, si bien ambas generaciones comparten el rasgo de multiacceso, en el caso de Andalucía se da una mayor definición del hogar como sitio preferente para navegar –dato que sin duda tiene una directa relación con una mayor penetración de Internet en este ámbito–. Este hecho fuerza que los menores iberoamericanos naveguen más desde la escuela o los cibercafés<sup>11</sup>.

Acabaremos este apartado destacando una consecuencia positiva que se deriva de los datos aportados en este epígrafe. Al ser el hogar el sitio más habitual de conexión entre los niños y adolescentes andaluces, la potencial tarea educadora de los adultos en la mediación entre los menores y el acceso a los diversos contenidos de Internet puede realizarse con mayor efectividad. Ahondaremos más en la cuestión de mediación en los siguientes apartados.

### 4.3. TIEMPO DE USO

Los resultados de la investigación realizada permiten definir a una generación con gran capacidad –o por lo menos potencial– para mantener-

11 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p.60



se 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.

De lunes a viernes, y en términos generales, entre los adolescentes andaluces, el grupo más numeroso es el que reconoce dedicarle menos de una hora (32,9%), seguidos de cerca por quienes afirman dedicar entre una, y dos horas al día (25,8%). Quienes suscriben dedicarle más de dos horas diarias suponen algo menos de la cuarta parte de la muestra analizada: 23,3%.

Resulta también significativo que un 9,7% de los adolescentes andaluces no utilicen nunca Internet entre semana y que el 8,4% afirme no saber cuantificar el tiempo diario de dedicación a la Red, dato, este último, con cierta relevancia educativa. En definitiva, de lunes a viernes y según el tiempo de navegación, casi el 60% de la Generación Interactiva andaluza navega entre menos de una hora y dos horas diarias.

Como se evidencia en las siguientes gráficas si comparamos estos resultados con los obtenidos en la investigación que se realizó sobre la muestra nacional, podemos afirmar que el porcentaje de adolescentes andaluces que se conectan menos de una hora al día es superior a la media nacional (32,9%, frente al 28%), mientras que sucede lo contrario con los que se conectan entre una y dos horas (25,8% de andaluces, frente al 29% de españoles). También es inferior el porcentaje de adolescentes que se conectan en Andalucía más de dos horas al día entre semana, frente a quienes en la muestra nacional admitieron conectarse ese tiempo: 23,3%, frente al 28%. Es interesante destacar además, que no hay coincidencia entre los que en ambas muestras afirman no conectarse nada (9,7% de los andaluces, y 6% de los nacionales). Por último, el porcentaje de quienes no tienen identificado el tiempo que se conectan es similar en los dos estudios: 9% de la muestra nacional y 8,4% de la muestra andaluza.

Al analizar el tiempo de conexión entre semana bajo la variable sexo, apreciamos como el porcentaje de chicos que se conecta entre una y dos



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

40

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

horas supera al de las chicas: 27,5% de los varones, frente al 23,8% de las féminas. Por el contrario, los porcentajes de chicas que se conecta menos de una hora (33,9%), o las que no se conectan nada (11,4%) son superiores a los de los chicos, 32% y 8,4% respectivamente.

También merece la pena destacar que la variable sexo no marca diferencias porcentuales significativas entre los adolescentes andaluces *hard user* (quienes dedican más de dos horas diarias) ya que los porcentajes de chicas (22,2%) y de chicos (24,2%) incluidos en esta tipología difieren sólo en dos puntos. Por último, tampoco hay una diferencia significativa, 8 décimas porcentuales, entre las féminas (8%) y los varones (8,8%) que admiten no saber el tiempo que destinan a navegar entre semana.

Al analizar por tramos anuales de edad los datos obtenidos sobre el tiempo que los adolescentes andaluces dedican a navegar entre semana, merece la pena destacar que los 15 años, los 17 y los 18 años concentran los mayores porcentajes de *hard user* ya que acumulan el mismo porcentaje en los dos primeros tramos anuales mencionados, el 32,9%, y el 32,6% de los que tienen 18 años.

El análisis por tramos anuales de edad muestra también una correlación entre la edad y el tiempo dedicado a navegar. Conforme aumenta la edad, disminuye el porcentaje de adolescentes que afirman no navegar nada. Si a los 10 años un 23,5% de los andaluces afirmaba no navegar nada, entre los que tienen 18 años el porcentaje se reduce al 3,3%. Por el contrario, entre los que dedican entre una y dos horas, o más de dos horas, los porcentajes aumentan en correlación con la edad. Si a los 10 años, un 14,1% afirma navegar entre una, y dos horas, el doble de los que tienen 18 suscriben esta afirmación: 28,3%. La diferencia porcentual es todavía más significativa entre quienes refrendan conectarse a Internet más de dos horas diarias. Si a los 10 años sólo un 6% navega más de dos horas, el 32,6% de los que tienen 18 suscriben esta afirmación, tal y como se ha apuntado en párrafos anteriores.

### 4.3.1. Los fines de semana

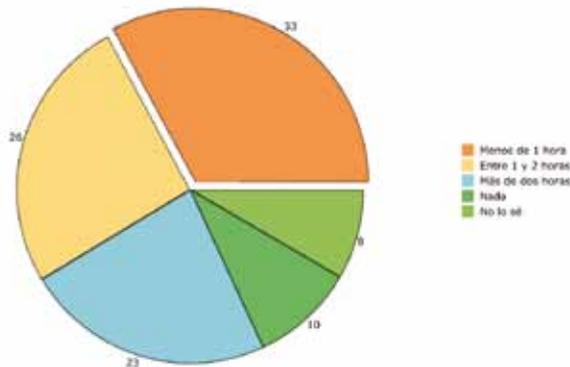
Durante el fin de semana, las pautas de dedicación y uso a Internet entre los adolescentes andaluces cambian considerablemente frente a los



datos descritos relativos a los días laborables. Una mayor disponibilidad de tiempo provoca un considerable aumento de casos que afirman navegar más de dos horas: del 23,3% entre semana, al 33,2% los festivos. Lógicamente, esto provoca que el grupo con un consumo menor a una hora decazca hasta situarse entorno al 24,8% los fines de semana. El colectivo de adolescentes que navegan entre una y dos horas sólo se incrementa menos de dos puntos porcentuales con respecto a los días laborables, alcanzando el 27,1%, tal y como puede corroborarse en el siguiente gráfico.

Los porcentajes obtenidos al analizar el tiempo que los adolescentes andaluces destinan los fines de semana a navegar por Internet difieren significativamente de los datos obtenidos sobre esta temática en la muestra nacional. La comparación de ambas investigaciones permite afirmar que el colectivo de adolescentes andaluces que dedican los fines de semana menos de una hora a navegar por la Red es superior a la media nacional: 24,8%, frente al 20%. Por el contrario, el porcentaje de andaluces que destinan los fines de semana entre una y dos horas (27,1%) y los que destinan más de dos horas (33,2%) están por debajo de la media nacional, situada en el 28% y 34% respectivamente.

**Gráfico 6. Tiempo de conexión entre semana en Andalucía.**





#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

42

Gráfico 7. Tiempo de conexión entre semana en España.

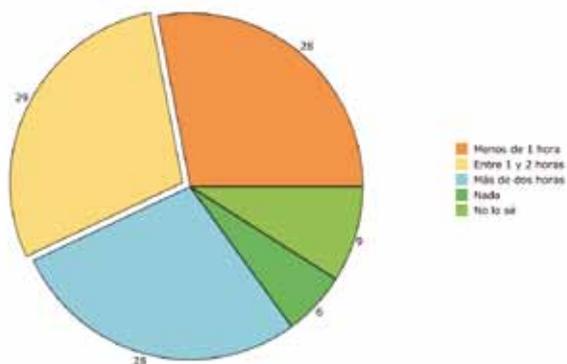


Gráfico 8. Tiempo de conexión el fin de semana en Andalucía.

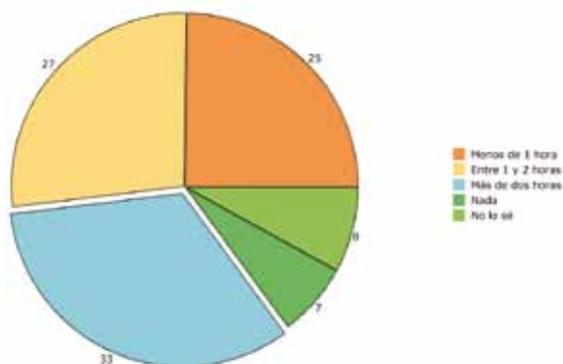
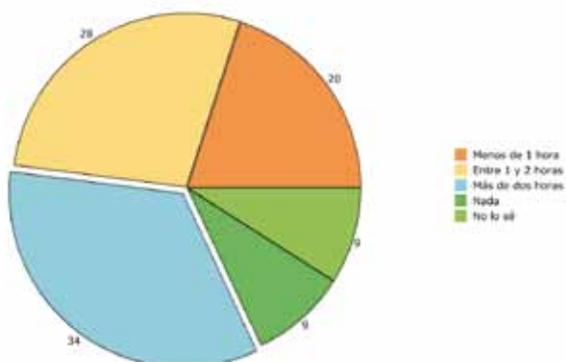


Gráfico 9. Tiempo de conexión el fin de semana en España.



Según la investigación realizada, la edad también añade matices sobre el tiempo dedicado a Internet los fines de semana. Al igual que sucedía



entre semana, la mayoría de los más pequeños –de 10 a 11 años– se incluyeron en el grupo de los que dedican menos de una hora diaria, superando siempre el 30% de los que tienen esa edad y llegando a alcanzar incluso porcentajes por encima del 50%.

Al analizar por tramos anuales de edad los datos obtenidos sobre el tiempo que los adolescentes andaluces dedican a navegar durante el fin de semana, merece la pena destacar que, al igual que sucedía entre semana, son los más mayores, a partir de 14 años los que concentran el mayor porcentaje de *hard user*, siendo los de esta edad quienes acumulan el mayor porcentaje de menores que dedican más de dos horas a navegar: 45,3%. Por el contrario, entre los que dedican menos de una hora diaria los fines de semana, destacan los que tienen menos de 12 años: el 52,3% de los que tienen 10; y el 37,3% de los que tienen 11, etc.

La correlación detectada entre la edad y no navegar nada no es exclusiva de los días laborales, sino que permanece también los fines de semana: conforme aumenta la edad disminuye el porcentaje de adolescentes que afirman no navegar nada. Si a los 10 años, un 10,1% se incluyó en esta opción, a los 17 años, sólo el 6,5%, rompiendo la pauta descrita los que tienen 18 años, entre quienes un 16,3% afirmaron no conectarse a la Red los fines de semana. Sin embargo, es interesante destacar que en términos globales, el porcentaje de adolescentes que no navega nada disminuye los fines de semana: del 9,7% al 6,9%.

Al analizar el tiempo de conexión durante los fines de semana bajo la variable sexo, apreciamos como el porcentaje de chicos que se conecta entre una y dos horas, al igual que sucedía los días laborales, también supera al de las chicas, aunque la diferencia porcentual es inferior: 28,3% de los varones, frente al 25,6% de las féminas. También es inferior el porcentaje de chicas que se conectan menos de una hora (24,2%), frente al 25,2% de los chicos, al contrario de lo que sucedía durante los días laborales donde el porcentaje de féminas, superaba al de varones. Es interesante destacar el significativo descenso porcentual en ambos sexos que se produce al comparar los datos de quienes suscribieron esta opción los días laborales con festivos. Si entre semana el 32% de los chicos y el 33,9% de las chicas admitían conectarse menos de una hora, estos porcentajes decrecen hasta el 25,2% en el caso de los varones, y el 24,2% en el caso de las féminas, como hemos mencionado antes.



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

44

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Por último, resulta interesante destacar que el porcentaje de chicas que afirman no saber cuanto navegan durante los fines de semana (9,4%) es inferior al porcentaje de quienes suscribieron también esta afirmación para los días laborales (11,4%). También disminuye el porcentaje de varones que afirmaron no saber el tiempo destinado a navegar fines de semana (6,9%) con respecto a los laborales (8,4%).

También merece la pena destacar que la variable sexo, al igual que sucedía entre semana, no marca diferencias porcentuales los fines de semana entre los adolescentes andaluces *hard user*. Si bien es cierto que con respecto a los días laborales, los fines de semana los porcentajes de quienes destinan más de dos horas a navegar aumentan mucho en ambos sexos, el porcentaje de chicas supera al de chicos por sólo unas décimas: 33,6%, frente al 32,9%.

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 andaluces. El dato de un consumo diario superior a dos horas para casi un cuarto de los escolares en días laborables y un 33,2% 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 o el hogar de amigos y familiares también son sitios idóneos para el desarrollo de esta actividad.

### 4.3.2. ¿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?...

La investigación realizada a los adolescentes andaluces permite dar respuesta a estas cuestiones al preguntar directamente por aquellas actividades que los adolescentes que residen en esta Comunidad han desplazado 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.

Entre los adolescentes andaluces el efecto “desplazamiento” es reconocido, al igual que sucedía en el estudio realizado a nivel nacional, casi 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 o 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 adolescentes andaluces es la televisión: en términos absolutos es la opción más señalada. Más de 3 de cada 10 casos, el 30,9%, para ser exacto. Este dato permite afirmar que desplazamiento de la Televisión por parte de Internet en Andalucía es inferior a la media nacional donde el 33,4% de los adolescentes hicieron suya esta opción. En menor medida, pero dentro del ámbito del ocio audiovisual se ven perjudicados los videojuegos frente a Internet en un 23% de situaciones, y un 13,9% reconoce un desplazamiento del uso del teléfono móvil a favor de Internet, porcentajes similares a los que se obtuvieron sobre estas mismas cuestiones en el estudio realizado en el ámbito nacional donde, un 24% admitió haber desplazado los video juegos a favor de Internet, y un 15% el uso del teléfono móvil.

Por edades, coincidiendo con los datos obtenidos en la muestra nacional, existe un mayor efecto de desplazamiento de la televisión a partir de los



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

46

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

15 años mientras que, por debajo de esa edad, la pantalla más damnificada son los videojuegos. En el caso del teléfono móvil, son los andaluces de entre 11 y 15 años los que más afirman haberlo dejado de usar para dedicar su tiempo a Internet.

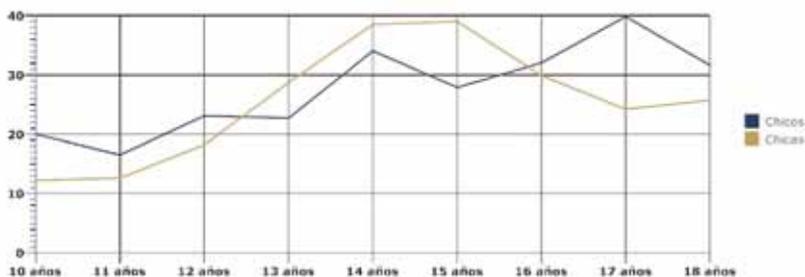
Por último, es interesante destacar que, al igual que sucedía en la investigación realizada a nivel nacional, existen ciertos matices por género. Coincidiendo con la tendencia obtenida del estudio nacional, de la investigación a los adolescentes andaluces se deduce que las chicas dejan de ver televisión para navegar (32% de féminas, frente al 30% de varones); mientras que los chicos prefieren retraer tiempo de los videojuegos, (25,2% de chicos, frente al 20,3% de chicas).

Un segundo ámbito desplazado son las actividades educativas. Para el 26,8% navegar por Internet supone restar tiempo de estudio o de realización de tareas escolares, porcentaje casi coincidente con la media nacional que sitúa el desplazamiento de esta actividad en un 27%. Cerca de este dato, aparece la lectura, actividad que un 25,9% de los adolescentes andaluces admiten haber dejado de realizar para navegar por Internet. Este porcentaje también es casi idéntico a la media nacional situada en el 26%.

Por edades, 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, al igual que sucedía en el ámbito nacional. Coincidiendo con lo que sucedía en la muestra nacional, en el caso de Andalucía también se produce una ligera ventaja de los chicos frente a las chicas. Aportamos a continuación algunos datos que refrendan estas afirmaciones. Si el 16,5% de los niños de 11 años admite haber dejado de estudiar para navegar, a los 16 años el porcentaje asciende al 32%, alcanzando a los 17 años el 39,8% de los adolescentes andaluces que tienen esa edad. Aunque esta correlación se produce en ambos sexos, como ya se ha mencionado, el porcentaje de chicas que han desplazado el estudio es inferior en todos los tramos anuales, con una única excepción, el tramo de lo 14 a los 15 años, donde el porcentaje de ellas que afirman haber dejado de estudiar les supera a ellos de forma significativa, como puede apreciarse en el siguiente gráfico.



**Gráfico 10. Evolución por edad del desplazamiento del estudio por Internet (por edad y sexo).**



En lo que respecta al desplazamiento de la lectura, el 26,7% de los varones lo suscriben, frente al 24,9% de las féminas, alcanzado la cota máxima de refrendo a esta afirmación entre quienes tienen 14 años en ambos sexos: 35% de los chicos y el 30,1% de las chicas.

En tercer lugar, los jóvenes internautas andaluces 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 15,9% de los casos y, en menor medida, también lo es el tiempo dedicado a los amigos –7,3%– Ambos porcentajes difieren sólo en unas décimas a los obtenidos en la investigación nacional. Por último, es significativo que un 16,7% recurra a tiempo dedicado a actividades deportivas para poder acceder a la Red, porcentaje superior a la media nacional donde el 15% de los adolescentes encuestados reconoció el desplazamiento de esta actividad.

La comparativa de estos datos con las mismas pautas en el caso de la Generación Interactiva latinoamericana 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 y los amigos. En estos dos casos, los adolescentes andaluces, al igual que sucedía con los adolescentes españoles, se sitúan por debajo de sus colegas iberoamericanos en el desplazamiento de estas actividades<sup>12</sup>.

12 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 66



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

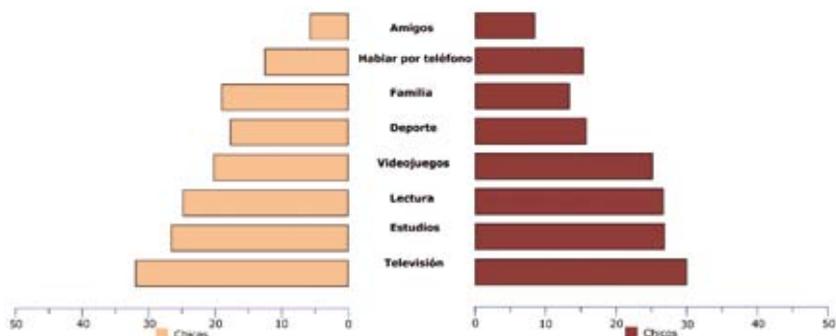
48

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Gráfico 11. Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades.



Gráfico 12. Desplazamiento de actividades para navegar por Internet (por sexo).



### 4.4. 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 puntual al hilo de contenidos y eventos de especial trascendencia puntual 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 sido capaz de 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?...

La respuesta a éstas 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, que se realizó a adolescentes y niños andaluces, podemos trazar algunas conclusiones interesantes. Para ello, nos referiremos primero al grupo de los más pequeños –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 6 de cada 10 niños, 59,2% para ser exactos, reconocen navegar sin compañía de otras personas. “Navego solo” es la opción más reconocida, casi dos puntos por debajo de la media nacional situada en esta cuestión en el 61%. Por otro lado, la opción de navegación conjunta admite varias posibilidades. Para el 28,4% consiste en navegar con hermanos, y para el 28,4% con amigos, porcentajes ambos inferiores al de quienes admiten la navegación conjunta con el padre, 32,9%, o con la madre 31,6%. Por último, alcanza una frecuencia menor la posibilidad de compartir navegación con otros familiares –16,6%– o con profesores –10,2%–. Todos los porcentajes obtenidos en esta investigación sobre con quién navegan los menores con-



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

50

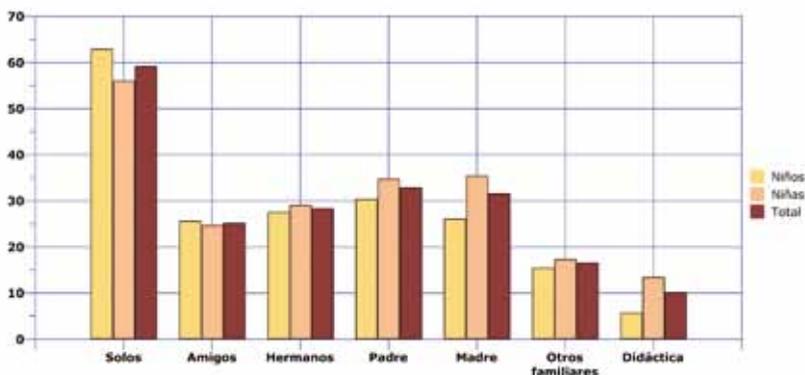
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

siguieron un respaldo inferior al obtenido en el estudio nacional, donde afirmaron navegar acompañados: el 32,4% con hermanos; el 28,4% con amigos; el 17,7% con profesores y el 20% con otros familiares.

Por sexos, el porcentaje de chicas que navegan en compañía de otras personas, supera siempre al de los chicos (con la excepción de los amigos como detallamos a continuación), siendo especialmente significativa en la navegación con la madre (35,5% de niñas, frente al 26,2% de niños), y con los profesores, donde el número de niñas que lo suscriben (13,5%) duplica al de niños (5,8%). Por el contrario, los varones superan a las féminas en la navegación con la presencia de amigos, aunque la diferencia porcentual es inferior a un punto porcentual: 25,7% ellos, frente al 24,8% ellas.

Navegar en solitario es sin lugar a dudas la forma más frecuente de utilizar Internet entre los menores andaluces. Sin embargo, esta situación no es única, con lo cual podría hablarse de que más que aislamiento puede indicar autonomía al ser compatible con situaciones de uso compartido de la Red. Además, los progenitores, que son las personas más idóneas para compartir la experiencia de una navegación conjunta, tal y como hemos descrito, en el caso de los menores andaluces son los que encabezan el ranking de navegación conjunta con sus hijos, como puede apreciarse en la siguiente gráfica.

**Gráfico 13. Compañía de los menores (de 6 a 9 años, por sexo).**



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 andaluces 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<sup>13</sup>.

Las tendencias marcadas por los más pequeños se consolidan, incluso se radicalizan, en el grupo que les sigue. Para los más mayores navegar en Internet es una actividad autónoma, con marcado carácter social y escasa mediación adulta, ya sean progenitores o docentes. El 83,7% 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 40,9% de los casos; la posibilidad de navegación conjunta con amigos adquiere, por otro lado, cierto rasgo femenino –44,2% las chicas, versus 38,1% los chicos–. Los hermanos tienen un peso significativo como compañeros de navegación ya que casi un 30% lo afirman y es poco frecuente la navegación conjunta con el padre, la madre o algún profesor, tal y como puede constatarse en el siguiente gráfico.

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

El porcentaje de adolescentes andaluces que navegan solos supera al del los menores de 10 años en casi un 25%. Además, los padres, dejan de ser los acompañantes prioritarios, como sucedía con los más pequeños, y los iguales, principalmente los amigos (40,9%), y los hermanos, (29,3%) ocupan ese lugar.

Al analizar de manera desglosada por tramos anuales de edad los datos obtenidos en la investigación, se han encontrado algunas diferencias significativas que describimos a continuación. Lo más relevante detectado es que hay una correlación decreciente entre la edad y el porcentaje de presencia en la navegación de los padres, madres y hermanos. A mayor edad, menor porcentaje de compañía en todos los casos citados. La com-

13 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 69



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

52

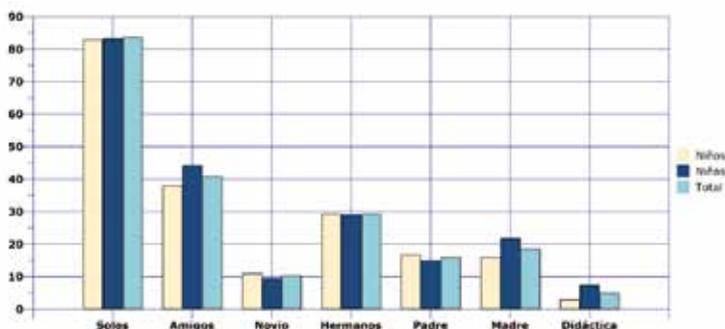
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

pañía de hermanos disminuye desde el 31,5% de los de 10 años, hasta el 22,8% en el caso de los de 18 años. La presencia del padre, del 32,2% a los 10 años hasta el 9,8% a los 18 años; y la de la madre del 36,2%, al 12% en los tramos anuales citados. Además, es interesante destacar que el tramo de los 15 años concentra los mayores porcentajes de navegación en soledad (90,4%) y de navegación en compañía de iguales (51,9%).

El análisis de la variable género en esta temática aporta datos interesantes. Si bien en lo que respecta a compañía de navegación, en los menores el porcentaje de niñas superaba casi siempre al de niños, no sucede lo mismo en el caso de los adolescentes. Las chicas adolescentes son más partidarias que los chicos a la hora de navegar en compañía de sus amigos: 44,2%, frente al 38,1%; y en presencia de sus profesores, donde el porcentaje de féminas duplica al de los varones que optan por esta compañía: 7,4% ellas, frente al 3% ellos. La presencia de la madre también es más frecuente en ellas que en ellos: 21,8%, frente al 16%. Por el contrario los chicos prefieren con mayor frecuencia que las chicas la compañía de las novias: 11% frente al 9,4%; del padre, 16,9% frente al 15%; y de los hermanos aunque, en este caso, la diferencia es sólo de dos décimas porcentuales entre los dos géneros.

Por último, es interesante destacar que si bien entre los menores de 10 años, el porcentaje de niños que navegaban en solitario superaba al de las niñas, en el caso de los adolescentes la pauta se mantiene. El porcentaje de chicas que navegan sin la compañía de nadie (83,3%) es inferior al de los chicos, (83,9%), aunque como puede apreciarse, la diferencia es mínima.

**Gráfico 14. Compañía en la navegación de los adolescentes (de 10 a 18 años, por sexo).**





Muy relacionada 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 general, la Generación Interactiva andaluza, al igual que la española se define como autónoma por el uso mayoritariamente en solitario que hace de la Red y, lógicamente, también se reconoce como autodidacta: el 69,2% de los internautas andaluces contestan afirmativamente a la posibilidad “He aprendido solo a utilizar Internet”, porcentaje unas décimas por debajo de la media nacional situada en el 70%.

Por otro lado, en caso de haber recibido ayuda en su formación como internautas, ésta procede básicamente de los hermanos (14,7%), seguidos muy de cerca por quienes afirman haber aprendido del padre (13,6%). El resto de opciones son significativamente inferiores, afirmando haber sido instruidos al respecto por profesores, el 7,4%; por la madre o de amigos un porcentaje coincidente, el 5,7%; y por el novio, 1,6%.

Si comparamos estos datos con los obtenidos en el estudio sobre la muestra nacional, encontramos bastantes similitudes, aunque también se detectan algunas variaciones. Las dos más relevantes son: el porcentaje de adolescentes andaluces que afirman haber aprendido de su padre (13,6%) está por encima de la media nacional situada en el 11%; mientras que el número de andaluces que afirman haber aprendido de sus profesores, está por debajo de la media: 7,4% frente al 10%.

Por sexos, 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 71,2% de los varones afirma haber aprendido solos frente al 66,8% de las mujeres. Combinar este dato con las diversas edades de los encuestados también permite extraer alguna conclusión interesante. Tal como hemos afirmado, los chicos son más independientes al mismo tiempo que, en términos generales, en ambos casos la autonomía correlaciona directamente con la edad: los más mayores aprendieron solos, como se evidencia en el siguiente gráfico. Merece la pena destacar que la cota máxima de aprendizaje autónomo la alcanzan los varones a los 17 años, edad en la que un 86,1% de ellos lo suscriben, y a los 15 años en el caso de las chicas, tramo de edad en el que un 80,5% de ellas lo afirman.



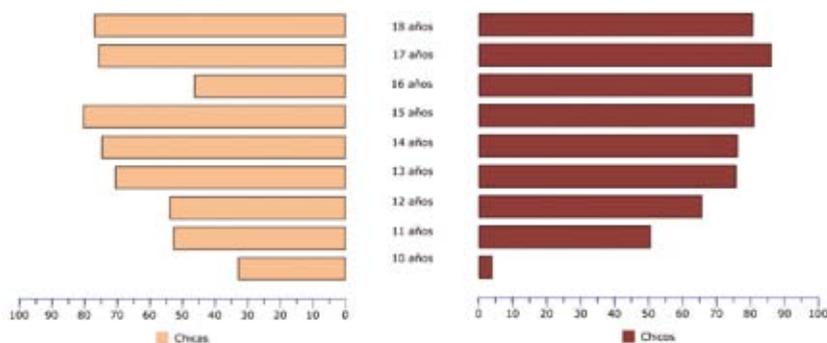
#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

54

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Además, la investigación revela que sobre todo por debajo de los 14 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 del padre, de la madre y del profesor como guías de aprendizaje en el uso de Internet en el caso de menores por debajo de los 12 años, con una presencia más acusada en el caso de las chicas. Aportamos algunos datos que avalan estas afirmaciones. El 33,6% de los adolescentes de 10 años afirmó que su padre les había enseñado (36,5% de ellas, frente al 30,7% de ellos). El 16,1% de los que tienen esa edad, que habían aprendido de su madre (12% de varones frente al 20,3% de féminas). Y por último, el 11,2% de los andaluces de 11 años afirmó que su profesor le había enseñado (11,2% de ellas frente al 8,5% de ellos).

Gráfico 15. “He aprendido a navegar solo” (por edad y sexo).



Por último, en el aprendizaje autónomo o guiado de los menores de este grupo existen diferencias significativas entre los datos de Andalucía y España con los de Iberoamérica. Los menores españoles y los andaluces se muestran más autodidactas como internautas, mientras que sus iguales de Argentina, México, Brasil, etc. parecen aprender más de sus iguales –hermanos y amigos– y profesores<sup>14</sup>.

14 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 74



## 4.5. USOS Y CONTENIDOS

### 4.5.1. 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 como “Nativos Digitales” por ser su contacto con las diversas pantallas connatural a su crecimiento, 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 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. Algunas investigaciones constatan que si bien para los adultos, Internet es un medio fundamental de comunicación sincrónica y ocio; para la Generación Interactiva, la Red es aprovechada como fuente de contenidos y comunicación asincrónica<sup>15</sup>.

La investigación realizada con los adolescentes y menores andaluces 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 se describe a continuación.

Los resultados constatan que 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, un 56,9% de los niños andaluces utiliza Internet para visitar páginas web, algo menos de un tercio (29,9%) lo usa para descargar música; un 25,3% para chatear; y un 22,1% para descargarse fotos y vídeos; el 18% tiene correo electrónico; y un 8,6 % se inicia en el

15 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 75



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

56

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

uso de las redes sociales. A pesar de ser porcentajes elevados que refrendan la premisa realizada, es preciso matizar que los menores andaluces están por debajo de la media española en todos estos usos.

La variable género muestra que las niñas menores de 9 años superan a los niños, sobre todo, en el uso de Internet para visitar páginas web (58% frente al 55,4%), o para descargar música (33,8% frente al 24,7%). Por el contrario el porcentaje de chicos es mayor que el de las chicas en el uso de Internet para compartir fotos y vídeos (23,6% frente al 20,9%); para chatear (28,9% frente al 22,75%); siendo la diferencia por géneros más abultada todavía en el uso redes sociales, donde los porcentajes casi se duplican: 11,5% frente al 6,4%.

Estos datos, corroboran que, tal y como hemos dicho, los menores internautas andaluces también realizan un uso variado y global de las múltiples posibilidades que ofrece Internet. Sin embargo, como veremos a continuación, en el caso de los adolescentes andaluces, al igual que sucede con sus iguales en el resto de España, sus preferencias de uso aparecen polarizadas según cuatro grandes categorías 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 16. Importancia de las principales actividades en Internet.



Fuente: Elaboración propia



A continuación, partiendo de la tipología recogida en la imagen anterior, exponemos los datos más significativos del tipo de actividades que los adolescentes andaluces desarrollan en Internet, contrastando estos datos con los porcentajes que se obtuvieron en el estudio realizado sobre este mismo segmento de población a nivel nacional.

**Comunicar.** La relación social aparece como fin principal. El medio idóneo lo constituye el uso del Messenger. Con un 77% de los adolescentes a nivel nacional y el 73,7% de los andaluces encabeza el ranking de servicios más utilizados por la Generación Interactiva. El Messenger proporciona una comunicación sincrónica, a tiempo real, con personas o grupos previamente seleccionados. Por edades, el consumo crece a partir de los 12 años, tramo anual en el que se supera el 70% de respaldo por parte de los adolescentes. En términos globales tiene mayor atractivo entre las chicas: 81,4% de uso frente al 67,3% de los varones.

Otra herramienta ampliamente utilizada es el correo electrónico. Su carácter asincrónico no es obstáculo para que el 65% de los adolescentes españoles y el 64,7% de los andaluces lo utilice. A partir de los doce años el consumo supera el 60% de los casos, y en términos globales, al igual que sucedía con el Messenger, se da una preferencia mayor en su uso entre las chicas: 69% frente al 61,2% 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. Un 30% de los adolescentes españoles y un 33,8% de los andaluces los utilizan, con una incidencia mayor entre las chicas de esta Comunidad (37,5% frente al 29,8%). En términos globales, su empleo de esta herramienta aumenta con la edad: desde el 20,1% a los 10 años, hasta el 34,8% a los 18, alcanzado la cota máxima de refrendo a los 15 años, edad en la que un 41,9% de ellos suscriben su uso.

En cuarto lugar, un 18,9% de los adolescentes andaluces y un 20% de los españoles utilizan la Red como medio para el envío de mensajes SMS. Por último, tan sólo un 2,8% de los menores andaluces afirma entrar en salones de Chat, porcentaje siete décimas por encima de la media nacional. En este caso la variable sexo marca una diferencia porcentual relevante, el número de chicos (4,3%) casi quintuplica al de chicas (0,9%) que lo utilizan en la Comunidad Andaluza.



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

58

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Los datos expuestos hasta el momento revelan que, si bien las actividades comunicativas a través de Internet gozan de muy buena salud entre el conjunto de los adolescentes españoles, la actividad de los menores andaluces se sitúa en varios de los casos descritos por encima de la media nacional.

**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 hay 2,1 millones de nuevos sitios en la Red (Investigación realizada por Netcraft en junio de 2009, en la que han trabajado con 238.027.855 entradas). La posibilidad de navegar por el ingente océano digital es aprovechada por el 76% de los adolescentes españoles y por el 76,2% de los andaluces, a través de la búsqueda de diversos contenidos alojados en la World Wide Web. Las búsquedas que los chicos de la Comunidad Autónoma que analizamos en esta obra realizan superan al de las chicas: 78,2%, ellos, frente al 73,8%, ellas.

También, fruto de esta actividad, el 66,5% de los adolescentes andaluces reconoce la utilización de servicios que les permiten descargar música, películas, programas informáticos, etc. En este caso, al contrario de lo que sucedía en la actividad anterior, las chicas superan a los chicos: 67,9% frente al 65,3%. El porcentaje de menores que emplean estos servicios incrementa conforme aumenta la edad de los adolescentes, alcanzando la cota máxima, 81,5%, entre los que tienen 18 años.

**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 adolescentes españoles y el 56,9% de los andaluces afirman utilizar servicios para compartir, con otros, fotos y vídeos, a través de plataformas como Youtube o Flickr. Además, un 25% de la muestra nacional y un 19,8% de la muestra andaluza afirma utilizar blogs para compartir contenidos con sus iguales, objetivo idéntico al pretendido por parte del 33% de los nacionales, y un 21,2% de los andaluces que usan fotoblogs. En el caso de los fotoblogs, el porcentaje de chicas andaluzas (24,5%) supera al de los chicos que residen en esta Comunidad (18,5%).

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 pro-



clama 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<sup>16</sup>.

Esta forma relativamente novedosa de compartir intereses y mantener relaciones ha sido rápidamente adoptada por la Generación Interactiva española y andaluza. Los resultados del estudio realizado nos indican que un 71% de los adolescentes encuestados en la muestra nacional y un 73,6% de los andaluces las utiliza, con un predominio de los chicos, frente a las chicas. En el caso de Andalucía: 74,6% frente al 72,4%. Por edades, a partir de los 14 años el uso de redes sociales supera el 88%, hasta alcanzar una cota máxima de uso del 90,4% a los 15 años.

De modo similar a la distribución del uso de las diversas redes sociales que se da de forma universal, los casos español y andaluz también tiene sus particularidades. 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 en la muestra nacional con un 60% de usuarios entre todos los utilizan Internet, alcanzando en la Comunidad Andaluza un porcentaje más abultado: el 68,2%. Le sigue a bastante distancia Facebook con un 21% de penetración nacional y un 18,5% en Andalucía. Si a nivel nacional en tercer lugar se posiciona Windows Live Spaces con un 14%, seguida de MySpace y Hi5, ambas con un 12%, en Andalucía Hi5 supera a MySpace, como detallamos a continuación. En esta Comunidad, la tercera posición la ocupa Windows Live Spaces (15,4%); seguida de Hi5, con un 13,3%; y de MySpace, con un 12%; y de otras redes sociales (11,3%). El resto de opciones no supera en Andalucía el 2%, salvo en el caso de "Sonico", 8,3%. Estos datos evidencian que en esta Comunidad el uso de redes sociales está más extendido que en el resto del Estado ya que, como se ha descrito, los

16 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 78



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

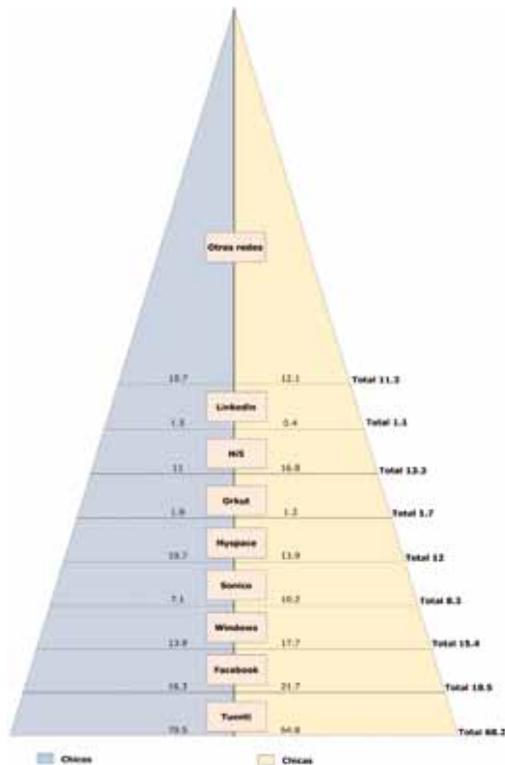
60

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

porcentajes obtenidos en ella superan, en la mayoría de los casos, los datos nacionales.

Por último, es interesante incidir en que, al introducir la variable sexo, se constata cierto sesgo femenino o masculino en la utilización de las redes analizadas tal y como se aprecia en la gráfica aportada a continuación. Las redes en las que el perfil masculino es superior son: Tuenti, (70,5% hombres frente al 64,8% mujeres); Orkut, (1,9% chicos frente al 1,3% chicas); y linkedIn (1,5% varones frente al 0,4% de féminas). La supremacía en el uso del resto de redes analizadas por parte de las chicas se constata sobre todo en Facebook (21,7% chicas frente al 16,3% hombres) y en Hi5 (16,8%, frente al 11%). En Windows Live Spaces, en MySpace o en Sonico la diferencia entre ambos sexos es inferior siempre a 4 puntos porcentuales, siendo en todas ellas superior la cuantía de chicas que las emplean.

Gráfico 17. Uso de redes entre adolescentes (por sexo).

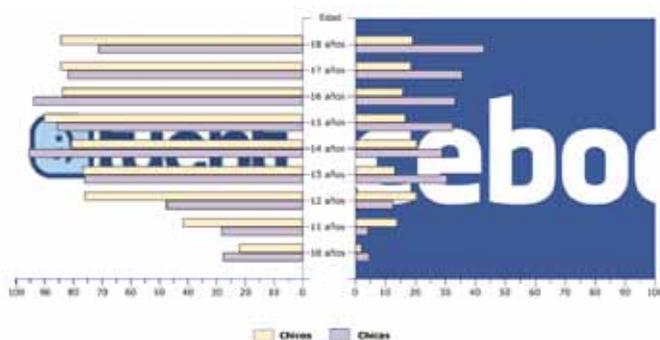




Un análisis de la preferencia sobre las dos redes sociales más populares en Andalucía en función de la edad y sexo el permite extraer algunas conclusiones. Tuenti es más popular entre los chicos que entre las chicas en todas las edades, con dos únicas excepciones, los 14 años (95,7% frente al 80,9%) y los 16 años (94,1% frente al 84,1%), donde el porcentaje de las féminas que emplean ambas redes supera de forma significativa al de los varones, como lo evidencian los datos que se han aportado. A partir de los 13 años, esa red da un salto en su índice de penetración en ambos sexos superando el 70%. Su mayor éxito se alcanza entre las chicas cuando ellas cumplen los 14 años (el 95,7% de las que tienen esa edad la utilizan) y cuando ellos cumplen 15 años (90,5%). Sin embargo, esta penetración casi total disminuye de forma ligera a partir de los 17 años en ambos sexos, como puede constatarse en el siguiente gráfico.

En el caso de Facebook, aunque la preferencia por sexo en términos generales es mayor en el caso de las chicas, como ya se ha mencionado anteriormente, la preferencia por esta red social es mayor entre los chicos de 11 y 12 años, siendo superior el porcentaje de chicas en el resto de tramos anuales de edad. El máximo porcentaje de penetración de esta red se produce entre los adolescentes andaluces a los 14 años en el caso de los varones (20,6%) y a los 18 entre las chicas (42,9%). Si en el caso de los chicos podemos hablar de una tendencia fluctuante que oscila en la mayoría de los tramos anuales entre el 5% y el 20%, en el caso de las féminas, se aprecia con toda claridad una pauta ascendente del porcentaje de chicas que afirman usarla, conforme éstas cumplen años. Si a los 10 años sólo un 4,7% afirma usarla, entre las que tienen 13 años, el porcentaje es del 30,6%, para alcanzar el 42,9% a los 18 años.

**Gráfico 18. Usuarios de Tuenti y Facebook (por edad y sexo).**





**Divertirse.** La realidad poliédrica de Internet permite descubrir una de las sus caras con mayor atractivo para la Generación Interactiva: el componente lúdico. Por un lado, el 60% de los adolescentes nacionales y el 59,5% de los andaluces reconocen utilizar Internet para el desarrollo de juegos online, actividad más frecuente entre los varones. De hecho, el 64,8% de los chicos utilizan servicios de juego en red, frente al 53% de chicas que admiten el uso de Internet con esta finalidad. En este sentido, también las preferencias sobre el tipo de juegos varían significativamente entre chicos y chicas.

En la muestra andaluza, para los varones, son altamente atractivos los juegos de carreras (47,7% chicos frente al 22,8% chicas), los de estrategia (54,7% frente al 18,2%), los de deportes (49,8% frente al 19,8%), los juegos de rol (26,7% frente al 11,3%) y los juegos de Casinos (10,2% frente al 5,3%). Tal y como se aprecia en los datos aportados, en todos los casos mencionados, el porcentaje de chicos que afirman jugar a cada una de las tipologías, no sólo duplica al porcentaje de chicas, sino que en algunos casos incluso, el porcentaje femenino es triplicado por el masculino.

Por el contrario, las chicas andaluzas se decantan más por los juegos de comunidad virtual, donde más del doble de chicas (52,2%) que de chicos (31,9%) afirman entretenerse con ellos; así como por los juegos de mesa (29,9% de féminas, frente al 26,3% de varones).

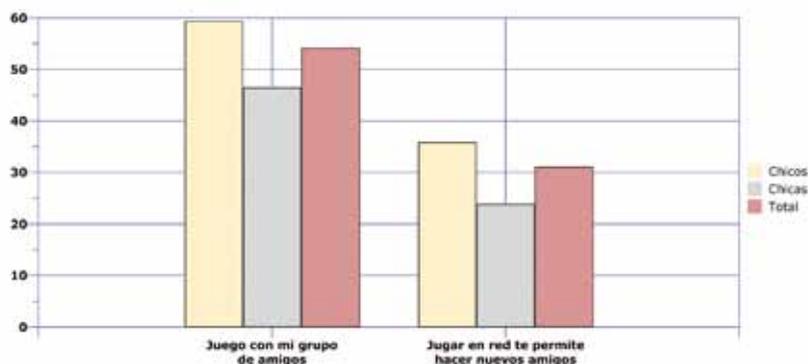
Por último, es interesante destacar que, las preferencias de los juegos marcadas según la variable género descritas con detalle en el caso andaluz coinciden, en términos generales, con las preferencias lúdicas que afirmaron tener chicas y chicos de la muestra nacional, aunque con cierta variación porcentual.

Por otro lado, para los jugadores en red andaluces, 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, tal como puede verse en el siguiente gráfico. En ambos casos el porcentaje de chicos es considerablemente superior al de las chicas. Los chicos suscriben en más de 10 puntos porcentuales más que las chicas la afirmación “jugar en red te permite hacer amigos” y la diferencia porcentual es muy similar en el caso de la declaración: “Juego en red con mi grupo de amigos”.



Por último, es interesante destacar que, en términos generales, el interés de jugar con amigos en red se incrementa de forma progresiva al aumento de edad, alcanzando esta afirmación el 62,5% de respaldo a los 18 años. El uso del juego en la red para hacer nuevos amigos alcanza su cota máxima a los 17 años en el caso de los chicos (50,8%) y a los 18 en el caso de las chicas (42,9%).

**Gráfico 19. Motivos para jugar en red (por sexo).**



Internet proporciona también momentos de ocio como soporte de servicios de radio o televisión digital. Su uso entre la Generación Interactiva no es muy frecuente, 15% en la muestra nacional y 13,6% en la muestra andaluza, en el caso de la televisión; y 8% en la muestra nacional y 8,2% en la andaluza, para la radio. A pesar de no ser porcentajes elevados, ésta es una práctica con tendencia clara a aumentar en el futuro.

Además, es interesante destacar que Internet se configura como una herramienta fundamental de ocio porque permite acceder y descargar contenidos de gran interés para los menores: películas, vídeos, juegos, etc. Un 69% de los adolescentes españoles y un 66,5% de los que residen en la Comunidad andaluza afirman realizar esta actividad de forma regular. La descarga de este tipo de contenidos es más habitual entre chicas (67,9%), que entre los chicos (65,3%). Esta práctica en la Red alcanza su máximo porcentaje de cota a los 18 años, edad en la que el 81,5% de los adolescentes andaluces afirma descargarse de Internet este tipo de contenidos.

**Consumir.** Por último, la Red sirve también a los adolescentes andaluces y españoles como plataforma para adquirir o vender multitud de pro-



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

64

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

ductos y servicios. Lógicamente, esta posibilidad no es muy frecuente entre los menores por las exigencias peculiares de las transacciones comerciales vía Internet: registro de datos personales, pago con tarjeta de crédito, etc. Sin embargo, pese a esas condiciones, un 8% de los menores de la muestra nacional afirma utilizar Internet para comprar, porcentaje que se reduce al 6,5% en el caso de Andalucía.

En esta Comunidad Autónoma, el porcentaje de chicos que compra en la red triplica al porcentaje de chicas que emplean la red para realizar transacciones: 9,5% frente al 2,9%. En el caso de los varones, conforme aumenta la edad de los adolescentes, también se incrementa el porcentaje de menores que usan la Red con esta finalidad, alcanzando la cota máxima a los 18 años: 19,3%. La correlación descrita también se produce en el caso de las chicas, aunque en porcentajes menores de refrendo y con algunos picos de descenso a los 13 y 14 años.

### 4.5.2. 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 tres centros de interés. En primer lugar, aparecen los contenidos relativos al ocio como, por ejemplo: la música, los juegos, el humor, deportes, noticias, aficiones, etc. En segundo lugar, aquellos que obtienen la calificación de educativos 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 las Generaciones Interactivas española y andaluza. El primero lo constituye la búsqueda de experiencias de ocio en el acceso a Internet. Dicho de otro modo, entre los adolescentes andaluces, algunos de los contenidos incluidos en esta categoría, al igual que sucedía en la muestra nacional, son los que mayores puntuaciones obtienen, destacando la música (74,6%), los juegos (66,6%), el humor (36,7%) o los deportes (39,3%), como puede constatarse en la siguiente gráfica. Junto a esto, también existe una forma de divertirse o una búsqueda de lo adulto en esta generación. Aunque el dato no sea elevado, un 13% de la muestra



nacional reconoce visitar sitios calificados por ellos mismos como “para adultos”, porcentaje que disminuye algo más de dos puntos porcentuales en el caso de los adolescentes andaluces (10,9%).

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 término medio, al igual que sucedía en el estudio nacional, sólo uno de cada diez menores declara visitar habitualmente recursos educativos (13,1%), o culturales (10%).

Al igual que se deducía de la investigación nacional, en la muestra andaluza se detecta preferencia y uso frecuente de determinados contenidos en relación, como es lógico, con la edad y el sexo de los internautas. Los más pequeños de los adolescentes, hasta los 12 años, se decantan principalmente por la búsqueda de contenidos relacionados con juegos. Por ejemplo, en Andalucía, el 76,5% de los que tienen 10 años y el 81,5% de los que tienen 11, afirman estar acostumbrados a visitar estos contenidos cuando visitan páginas web. Aunque sean de naturaleza absolutamente distinta, los menores andaluces con edades comprendidas en este tramo de edad también visitan con frecuencia páginas de naturaleza educativa, alcanzando a los 10 años la cota más elevada de esta opción: 20,8%. Salvo estas excepciones, el acceso al resto de contenidos crece según aumenta la edad de los navegantes.

Al igual que sucedía en la muestra nacional, por sexos, en Andalucía, también las chicas mantienen una mayor preferencia sobre contenidos musicales (83,6% féminas frente al 67,2% varones); educativos (16% frente al 10,7%); y de la programación en televisión (29,9% frente al 17,9%). Los chicos, sin embargo, prefieren claramente los deportes (59,6% varones frente al 14,6% féminas); contenidos relacionados con software e informática (18,4% frente al 9,1%); y todo aquello que esté relacionado con el humor (42,8% frente al 29,2%). También es muy significativa la preferencia destacada por los contenidos “adultos” que tienen los adolescentes varones andaluces: 17,8% frente al 2,5% de chicas. El porcentaje de los varones está por debajo de la media nacional y el de las féminas por encima de la media nacional, situada en el 22% para los chicos y el 2% para las chicas. Por último, en Andalucía, los contenidos de concursos, de noticias y los contenidos culturales son los únicos cuya preferen-

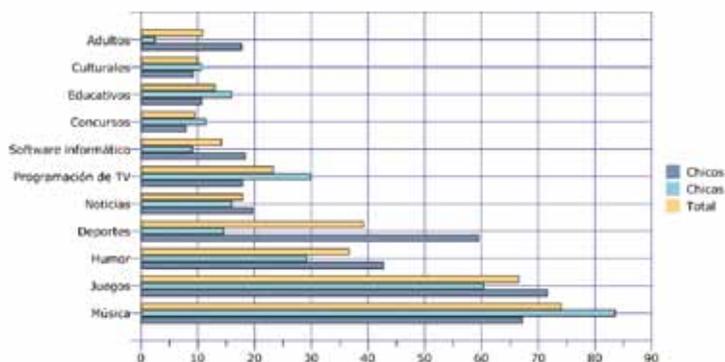


#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

66

cia de acceso no se ve afectada de forma considerable por el género de sus usuarios, como puede constatarse en el siguiente gráfico.

**Gráfico 20. Contenidos visitados por los adolescentes (por sexo).**



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 andaluces, españoles y sus colegas iberoamericanos permite extraer, de modo conclusivo, algún otro rasgo definitorio de esta generación.

En primer lugar, los tres 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, etc. son ampliamente visitados por menores, vivan en Argentina, Chile, México, España o Andalucía. 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, como se ha demostrado en investigaciones que han precedido a ésta, los menores navegan más desde las escuelas y no tanto desde sus hogares como ocurre en España y en Andalucía. Por último, se puede afirmar que la Generación Interactiva española y, en un porcentaje por debajo de la media nacional, la andaluza, acceden con mayor frecuencia a contenidos considerados para adultos, en comparación con sus colegas iberoamericanos<sup>17</sup>.

17 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 93



Dicho de otro modo, menores de distintos países y de regiones tienen en común el uso de servicios como el Messenger, el correo electrónico o la propia World Wide Web. Sobre los contenidos ocurre algo similar: niños y jóvenes separados por grandes distancias físicas, culturales, educativas, etc. se unen en Internet como usuarios principales de contenidos únicos. La música, los deportes, los juegos, etc. 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 se ha constatado en investigaciones que han precedido a ésta<sup>18</sup>.

#### 4.6. CREADORES DIGITALES

Hasta aquí la Generación Interactiva andaluza, al igual que sucedía con la española, 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 su naturaleza la posibilidad de contribuir al medio, de pasar de espectador a emisor configurando contenidos propios. Este rasgo es investigado 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.

Un 29% de los adolescentes andaluces encuestados afirmaron haber hecho alguna página web o algún blog, porcentaje significativamente inferior a la media nacional, situada en el 40%.

Por edades, en Andalucía, al igual que se deducía de la investigación nacional, el porcentaje de creadores aumenta de forma paralela a la edad de los internautas. Si a nivel nacional en lo que respecta a creación de páginas y blogs se da un salto cualitativo en la posibilidad de configurar contenidos a partir de los 14 años, lo mismo sucede en Andalucía. En

18 Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 94



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

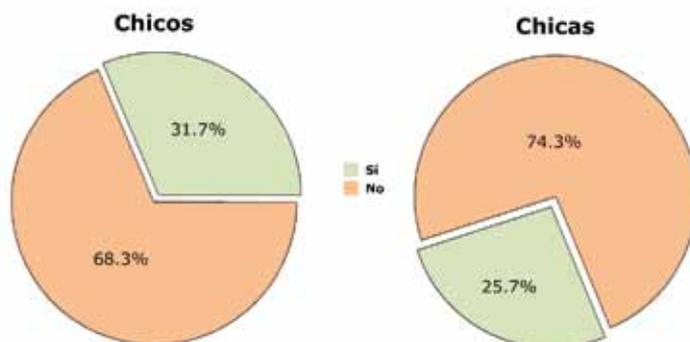
68

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

esta Comunidad Autónoma, a los 13 años un 23,2% afirman crear sus contenidos. A los 14, el porcentaje asciende al 31,8% para alcanzar su cota máxima entre los que tienen 16 años, edad en la que un 42% de ellos se define como creador de páginas web o blog.

Según el sexo, es interesante constatar que en Andalucía, el porcentaje de chicos creadores de contenidos (31,7%) es seis puntos superior al de las chicas (31,7%). También es significativo que son los 16 años en ambos géneros la edad en la que se supera el 40% de refrendo a esta cuestión.

**Gráfico 21. Menores de 10-18 que han creado su web, fotolog o blog (por sexo).**



El contenido de las creaciones interactivas de los adolescentes andaluces, al igual que sucedía en el estudio nacional, guarda estrecha relación con sus preferencias en el momento de utilizar Internet. Así, los contenidos más visitados: música, deportes o juegos, son también las temáticas más frecuentes de sus propias páginas web o blogs, como se describe a continuación.

La música, como puede apreciarse en el siguiente gráfico, es la temática elegida por el 49,9% de los adolescentes andaluces que crean contenidos, porcentaje inferior a la media nacional situada en el 51% de los casos. La preferencia por este tipo de contenidos tiene en Andalucía, coincidiendo con la tendencia nacional, un claro tono femenino. El 58,5% de las chicas crean páginas con contenidos musicales, siendo el 44,2% de los chicos los que apuestan por la creación de este tipo de contenidos. Los deportes son elegidos como tema de creación por un tercio de los internautas nacionales y por algo más, el 35,3% de los andaluces. En este

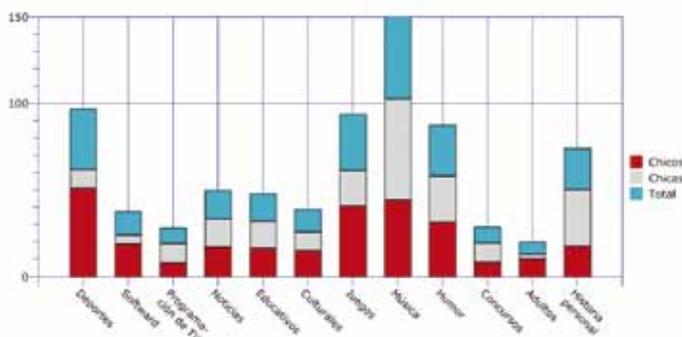


caso, la tendencia por sexos se invierte y son los chicos residentes en esta Comunidad los que más páginas web deportivas generan: 51,7% de los varones frente a sólo 10,9% de las féminas. El 32,7% de los andaluces crean páginas que contienen juegos, siendo superior también el número de chicos que de chicas, aunque la diferencia porcentual es inferior al caso anterior: 40,8% de varones frente al 20,5% de las féminas.

Contar la propia historia personal, a modo de diario, en Andalucía, es una preferencia para más de uno de cada cuatro creadores, exactamente para el 23,7%. Esta opción en esta Comunidad, al igual que se deducía del estudio nacional, es claramente femenina, ya que en Andalucía el porcentaje de chicas que apuestan por este tipo de contenidos alcanza el 32,9%, frente al 17,6% de los varones. Por último, el estudio realizado muestra un 7,3% de menores que declara incluir en sus propias creaciones contenidos considerados para adultos, realidad con un claro sesgo masculino. El 10,3% de los chicos admiten añadir este tipo de contenidos en las páginas que ellos crean, frente al 2,7% de las chicas.

La edad también es una variable que incide en la creación por parte de los adolescentes de unos contenidos o de otros. El estudio en Andalucía evidencia que en el caso de la creación de web con contenidos televisivos, de juegos o de música se produce una correlación inversa entre la edad y la apuesta por incluir este tipo de contenidos. Por ejemplo, si el 20,8% de los adolescentes andaluces de 10 años que tienen web afirman incluir contenidos de programación de televisión en ellas, el porcentaje se reduce al 12,6% a los 15 años y desciende al 5,7% a los 18 años.

**Gráfico 22. Contenidos de las páginas creadas por los adolescentes (de 10 a 18 años, por sexo).**



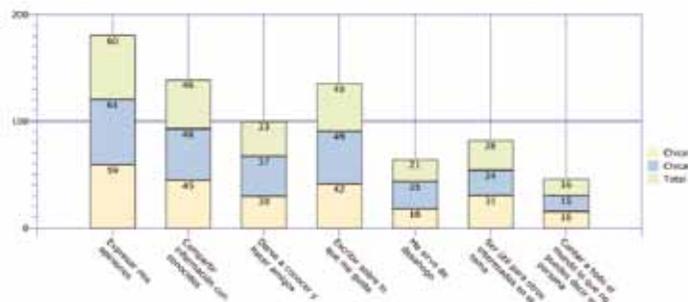


### 4.6.1. Motivación para crear páginas webs y blogs

Una última cuestión es ahondar en los motivos que provocan, entre los menores, dar el salto de usuarios a creadores de contenidos. Según la investigación realizada, en primer lugar aparece la posibilidad de expresar la propia opinión (60,2%); junto al hecho de poder compartir información con personas conocidas (46,2%). Al mismo tiempo, crear contenidos digitales les permite escribir sobre sus gustos (44,7%), opción con un sesgo femenino, como puede apreciarse en el siguiente gráfico: 49,2% de chicas frente al 41,6% de chicos. Crear contenidos también les permite darse a conocer y, también, hacer nuevas amistades, motivo elegido por un 33% de los adolescentes andaluces. De forma menos acusada son reconocidos motivos: la utilidad para otros usuarios interesados en un mismo tema (27,9%), la posibilidad de desahogarse en la realización de esta actividad (21,1%) o el poder contar cosas o aspectos que no se pueden transmitir en primera persona (15,5%).

Aunque la edad no es una variable que genere divergencias porcentuales abultadas en las motivaciones que los adolescentes andaluces tienen para crear sus propias webs o blogs, sí que se puede hablar de motivaciones más frecuentes en cada uno de los géneros. Como puede apreciarse en el siguiente gráfico, “expresar mi opinión”, “darse a conocer y hacer amigos”, “escribir sobre lo que me gusta”, “compartir información con conocidos” y “me sirve de desahogo”, son cinco motivaciones elegidas por un porcentaje superior de chicas. Por el contrario el porcentaje de chicos supera al de chicas cuando la motivación para realizar una web radica en “ser útil para otros interesados en el tema” o “contar a todo el mundo lo que no puedes decir en persona”.

**Gráfico 23. Utilidad de tener una página web o blog propio (de 10 a 18 años, por sexo).**





## 4.7. MEDIACIÓN EDUCATIVA

Internet se configura, según los resultados expuestos hasta aquí, como una actividad preferente entre los adolescentes andaluces. 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 de Internet por parte de docentes en sus clases para 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.

### 4.7.1. 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 españoles y el 98,8% de los andaluces, reconocen leer de forma habitual, ya sean las lecturas obligatorias del colegio o bien otros libros, revistas y comics. En este sentido, al igual que sucedía a nivel nacional, es destacable el carácter “libre” que adquiere el interés por esta actividad al ser superior la opción de otras lecturas –libros, revistas, comics, etc.,– frente a aquellos textos que deben leer de forma obligatoria por indicación de sus profesores, como se describe a continuación.

La comparativa entre los datos obtenidos de las dos investigaciones, nacional y regional, constata que los menores andaluces son más aficionados a la lectura, siendo mayor la diferencia porcentual en la lectura libre. Si el 59% de los menores nacionales afirmó realizar otras lecturas como libros, revistas o comics, en Andalucía, el número de adolescentes que suscriben esta afirmación asciende al 64,7%. En lo que a las lecturas escolares respecta, la diferencia porcentual es algo menor, 30,8% en Andalucía y 34,3% en el Estado. Por último, es interesante mencionar que, si un 11% de los adolescentes españoles, afirmó no leer nada, este porcentaje desciende hasta el 10% en el caso de los andaluces.



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

72

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Por sexos, en Andalucía, al igual que sucede en España, la investigación constata una mayor afición hacia la lectura libre por parte de las chicas (73,5% de andaluzas frente al 56,9% de los andaluces) y una mayor circunscripción a la lectura obligatoria entre los varones (40,5% frente al 27%). La variable sexo, en el caso de la Comunidad Autónoma que se está analizando en esta obra, marca también una clara diferencia entre los chicos que afirman no leer nada, 14,2% y las chicas que hacen suya esta afirmación, 4%, casi triplicando los primeros a las segundas. En función de la edad, al igual que sucedía en el resto del Estado, el interés por esta actividad decae ligeramente según incrementa el valor de esta variable, siendo bastante más acusado el descenso en la lectura libre. Si el 80% de los que tienen 10 años dicen leer este tipo de libros y revistas, sólo el 60% de los que tienen 18 años suscriben esta afirmación.

Como es lógico, el estudio o la realización de tareas escolares en casa ocupa una parte importante del tiempo de la Generación Interactiva. El gráfico aportado a continuación nos muestra los valores de esta cuestión, tanto en días laborables, como durante los fines de semana en la Comunidad andaluza. Sobre estos datos, merece la pena comentar la escasa presencia de casos que afirmen no estudiar nada (3,3% entre semana y 9,8% los fines de semana), siendo el tiempo más frecuente dedicado a esta actividad entre una y dos horas, o bien, entre 30 minutos y una hora. Las tendencias descritas son idénticas a las obtenidas en la investigación nacional.

También es destacable el elevado número de adolescentes andaluces, (casi una cuarta parte) que afirman estudiar más de dos horas diarias, (24,8% entre semana y el 18,3% los fines de semana), porcentaje por encima de la media nacional en los días laborales y similar a la media para los festivos, ya que en España, casi dos de cada diez reconocen estudiar más de dos horas diarias. Por último, y coincidiendo con lo que sucede en el Estado, se da una mayor incidencia del estudio personal durante los días laborables, mientras que el fin de semana parece estar reservado a la realización de otras tareas más relacionadas con el ocio, como puede verse en el siguiente gráfico.

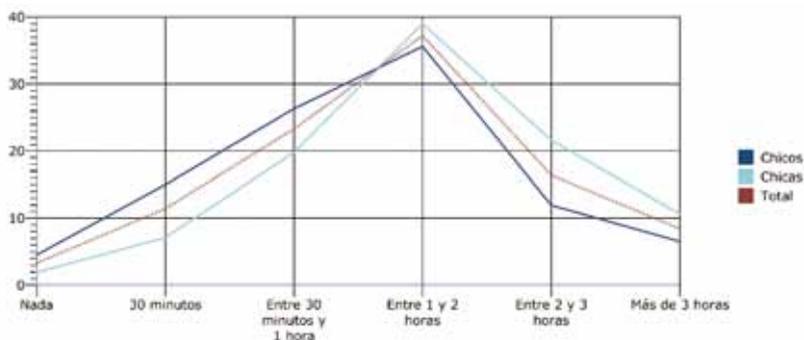
Por edades existe una lógica correlación entre los años y el tiempo de dedicación al estudio que también se produce a nivel nacional. El grupo de hasta once años prevalece en el intervalo “30 minutos” o “entre 30



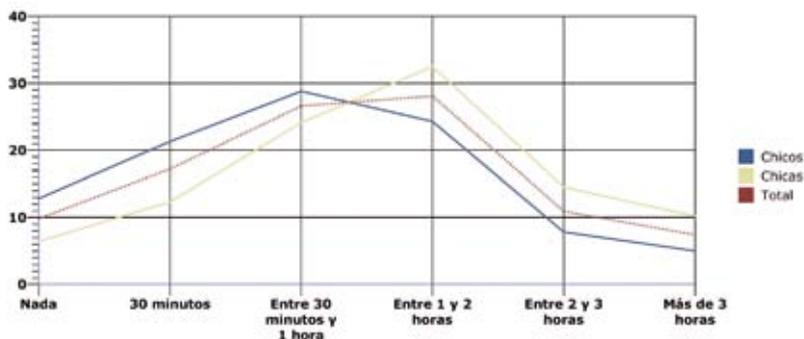
minutos y una hora”, los adolescentes entre 12 y 15 años son mayoría en la situación “entre una y dos horas” y, por encima de este tiempo, se sitúan aquellos escolares que ya han cumplido los 16 años.

Por otro lado, son relevantes las diferencias en función del sexo que se dan sobre esta cuestión. A nivel nacional, las chicas reconocen una mayor dedicación al estudio en casi todos los intervalos. En el caso de Andalucía, también sucede esto, siendo relevante que las féminas superan a los varones en todos los tramos horarios superiores a la hora de dedicación, tanto entre semana como los días festivos, como puede observarse en el siguiente gráfico.

**Gráfico 24. Horas de estudio personal y de realización de tareas escolares entre semana (por sexo).**



**Gráfico 25. Horas de estudio personal y realización de tareas escolares el fin de semana (por sexo).**





#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

74

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

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, definiendo el propio dormitorio como el sitio preferente para el trabajo personal un 70,6% de los españoles y un 67,2% de los andaluces. De forma mucho menos generalizada, en Andalucía, como también sucedía en el resto del Estado, aparecen la sala de estar (13,8%), una sala de estudio (12,14%) o la cocina (4,9%) como lugares habituales de estudio. En el caso de los andaluces, por edades, es a los 18 cuando se le da al propio cuarto un mayor uso como “centro de operaciones”, estudiando en él el 77% de los adolescentes de esa edad, residentes en esa Comunidad.

En lo que respecta a la ubicación elegida para estudiar, el porcentaje de chicos que optan por su dormitorio supera al de las chicas: 68,8% frente al 65,3%. Por el contrario, en el resto de ubicaciones analizadas, el número de féminas es siempre superior, salvo en el caso de la cocina, donde el mismo porcentaje de ambos géneros afirman estudiar en este espacio: 4,9%.

Una segunda cuestión sobre el tiempo de estudio de la generación Interactiva fuera del colegio hace referencia a si existe algún tipo de ayuda personal durante esos momentos y, en su caso, de qué tipo es. Al respecto, en Andalucía, coincidiendo con lo que sucede a nivel nacional, casi dos tercios de los menores declaran plena autonomía en la realización de las tareas escolares o en los momentos de estudio, el 64,1% en el caso de la Comunidad analizada. A nivel estatal, las chicas que afirman realizar las tareas escolares de forma autónoma, superan a los chicos, situación que se invierte en el caso de Andalucía, donde el 62,2% de las féminas afirman no tener ayuda, dato que asciende al 65,7% en el caso de los varones. Curiosamente a pesar del incremento de dificultad de los conocimientos adquiridos conforme los adolescentes pasan de curso, el porcentaje de refrendo a la afirmación “no tengo ningún tipo de ayuda” aumenta con la edad. Si a los 10 años, el 57,6% hacían suya la afirmación, a los 18 años son el 80% los que la suscriben.

En Andalucía, al igual que sucedía en el resto del Estado, es la propia familia se constituye como la principal ayuda en la realización de tareas escolares. Un 47,7% de los andaluces que tienen respaldo de alguien en la realización de sus deberes escolares afirma que la madre constituye



su apoyo en esta labor, ascendiendo este porcentaje a la mitad de la muestra en el estudio nacional. También en Andalucía, la implicación del padre en estas tareas (33,2%) está por debajo de la media nacional situada en el 37%. El porcentaje de menores que afirman contar con la ayuda de sus hermanos casi coincide en Andalucía con la media nacional: el 24% de los españoles frente al 23,7% de los andaluces. Además de estas posibilidades, un 16,1% de los andaluces acuden a una academia, mientras que en el estudio realizado en el conjunto de España, dos de cada diez escolares recibían apoyo en ese tipo de centros. Por último, la ayuda de profesores particulares es más frecuente también en España que en esta Comunidad. Si en el primer caso casi un tercio reconoce contar con el apoyo de un profesor particular, el 29% suscribe esta afirmación en la Comunidad de Andalucía.

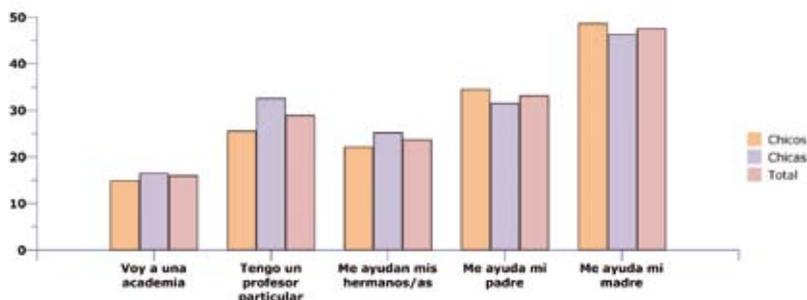
Según el sexo, si a nivel nacional las chicas suelen contar con más ayuda en casi todas las opciones menos en el caso del padre, cuya intervención es mayor en los varones, en Andalucía, como puede apreciarse en el siguiente gráfico, no sólo el número de varones supera al de las féminas en la realización de tareas con la ayuda del padre, sino también en el caso de contar con el respaldo de la madre. Además, la diferencia con las féminas es menor a un punto porcentual en el caso de academias. A pesar de estas variaciones y coincidiendo con lo que sucedía en España, apenas hay diferencia porcentual entre sexos en la mayor parte de las opciones, con la excepción del apoyo de un profesor particular, donde la diferencia porcentual supera el 7%.

Por último, y coincidiendo con la tendencia observada en el estudio nacional, según aumenta la edad de los escolares andaluces se observa una tendencia decreciente en las ayudas de tipo familiar, que son sustituidas por apoyos externos como un profesor particular o una academia. En concreto, en Andalucía, el 24,6% de los que tienen 16 años acuden a una academia y el 55% de los que tienen 18 cuentan con el apoyo de un profesor particular, mientras que, entre los que tienen 17 años, sólo el 18,9% cuenta con el apoyo de la madre; exactamente el mismo porcentaje afirman contar con el asesoramiento del padre y el 9,4% con el de los hermanos.



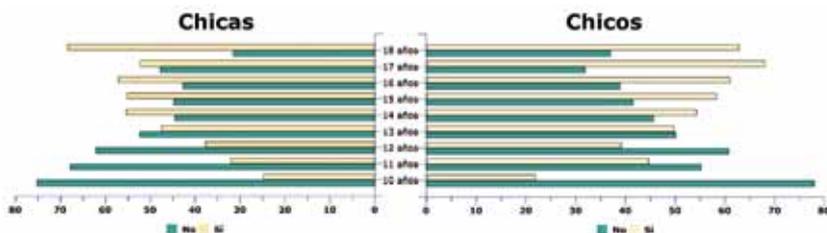
#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

Gráfico 26. Tipo de ayuda en el estudio o realización de tareas escolares (por sexo).



La tercera cuestión relacionada con el estudio tiene que ver con el grado de uso de las tecnologías en la realización de las tareas escolares. Según la investigación realizada, un 56% de los españoles y el 51,7% de los andaluces reconocen apoyarse en el ordenador o en Internet. Si en el estudio nacional apenas se apreciaban diferencias en función del sexo, en Andalucía, el número de chicas que emplean tecnologías para la ejecución de sus tareas supera en casi 4 puntos porcentuales al de los chicos: 53,8% ellas frente al 50% de ellos. La edad, al igual que en el estudio nacional, aporta matices en la investigación andaluza. El uso de las tecnologías crece de forma constante en correlación a la edad sin que haya diferencias significativas por sexo y, a partir de los catorce años, son más de la mitad los que afirman usarlas, alcanzando el 65% entre los que tienen 18 años.

Gráfico 27. Utilización del ordenador o Internet en el estudio personal o la realización de tareas escolares (por edad y sexo).



En lo que respecta a las tecnologías de apoyo más usadas por parte de los adolescentes al realizar sus tareas escolares, hay una coincidencia en la prioridad de las herramientas posibles en los estudios realizados



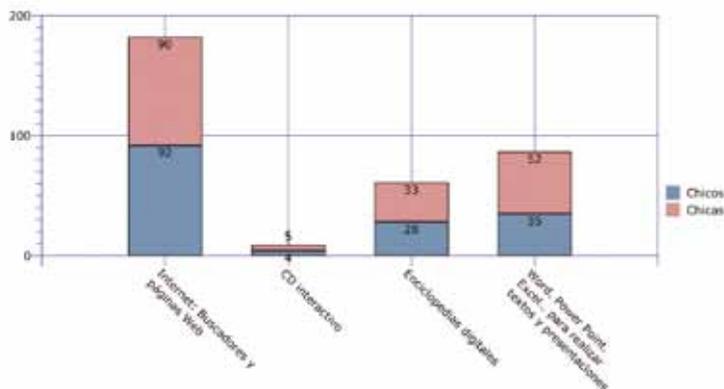
en Andalucía y en España, aunque, como se detalla a continuación, la variación porcentual llega a ser significativa en algunos casos.

Los recursos más utilizados como apoyo en el estudio o en las tareas escolares son Internet (92% nacional frente al 91,3% andaluces); programas informáticos de tipo Word, Excel, Power Point, etc. (50% de los españoles frente al 42,4% de los andaluces); enciclopedias digitales (31% de los españoles frente al 30,3% de los andaluces). En una medida mucho menor, los adolescentes también utilizan CD interactivos (5% de los nacionales frente al 4,5% de los andaluces).

También merece la pena destacar que la utilización de Internet es ampliamente reconocida tanto por chicos como por chicas. Coincidiendo con lo que sucedía en la muestra nacional, estas últimas parecen apoyarse más en programas de edición de textos, hojas de cálculo o presentaciones, siendo la diferencia porcentual abultada: 35,1% de los varones frente al 51,6% de las féminas. También el porcentaje de chicas que emplean enciclopedias digitales supera al de los chicos, aunque en este caso la diferencia es inferior a 5 puntos porcentuales.

Por último, tanto en Andalucía, como en el resto del Estado, el aumento de la edad correlaciona positivamente con el grado de uso de estas opciones, siendo esta relación especialmente significativa en el caso de los programas de edición de texto, hojas de cálculo y presentaciones. Si un 24,5% de los adolescentes de 10 años afirma usarlos, a los 13 años el 36% los emplean, y a los 18 años son el 56,9% los que afirman utilizarlos.

**Gráfico 28. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por sexo).**





### 4.7.2. El papel de los profesores

La educación y el aprendizaje se apoyan en numerosas ocasiones sobre la observación de modelos a seguir. 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 internautas. Las respuestas a la pregunta: ¿Alguno de tus profesores usa Internet para explicar su materia o lo recomienda para estudiar? vienen resumidas a continuación y nos pueden dar pistas sobre la realidad práctica de una posible prescripción docente.

Según los datos recogidos de la investigación realizada en Andalucía, la fuerza o influencia educativa de los docentes como usuarios de Internet es relativamente limitada. Según sus alumnos, el 55,9% de que los profesores no utiliza Internet para explicar su materia, porcentaje casi seis puntos superior al obtenido en el estudio realizado a nivel nacional donde el 50% de los encuestados suscribió esta afirmación. El 41% de los alumnos andaluces reconoce tener algunos maestros o maestras (menos de la mitad) que sí emplean Internet en sus asignaturas, afirmación respaldada por el 46% de la muestra nacional. Los porcentajes superan escasamente el 2% cuando los alumnos de la Comunidad de Andalucía suscriben que más de la mitad de los profesores usan la Red en clase (2,1%) y sólo un 0,9% afirma que todos lo hacen. En el caso de la muestra nacional es algo mayor tanto el número de adolescentes que afirman que más de la mitad de sus docentes usan la Red (3%), como el número que dicen que todos lo hacen, 1%.

En el estudio realizado en Andalucía, el porcentaje de chicas que afirman que ningún profesor usa Internet para impartir su materia (57,1%) está por encima en algo más de dos puntos al de las chicos (55%). Por el contrario, los varones superan a las féminas en el resto de opciones posibles por un escaso margen, salvo en el caso de quienes afirman que “todos los profesores usan Internet”, respuesta en la que el número de chicos duplica al de las chicas: 1,3% frente al 0,5%. En esta última respuesta el porcentaje de refrendo aumenta conforme los adolescentes cumplen años, siendo en incremento mayor en el caso de los varones. Si



el 0% de los niños de 10 años la suscriben, a los 14 años el porcentaje aumenta al 2,2%, llegando a alcanzar la cota máxima, 4,8%, a los 16 años.

### 4.7.3. 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, etc. 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, etc.

A continuación, describimos los resultados globales relativos a la cuestión ¿Qué hacen tus padres mientras navegas por Internet? En este sentido, es posible aglutinar las respuestas entorno a tres posibilidades:

**a. Ausencia de mediación.** Algo más de un tercio de la Generación Interactiva nacional y un 32% de la andaluza, declaran la ausencia de cualquier acción o interés por parte de sus progenitores, durante sus momentos de navegación por Internet. Si bien a nivel nacional dicha percepción es superior en el caso de las chicas: un 44% frente al 36% de los chicos, en Andalucía los porcentajes se invierten: el 34,9% de los chicos frente al 28,3% de las chicas. En el estudio realizado en Andalucía se constata también que, a mayor edad, mayor porcentaje de adolescentes afirman que sus padres no hacen nada mientras ellos navegan. Si el 21,5% suscribían esta afirmación con 10 años, el porcentaje a los 18 alcanza el 56,5%. En todos los tramos anuales de edad analizados, los porcentajes de adolescentes andaluzas que se adhieren a esta afirmación, siempre son inferiores a los de sus iguales varones.



**b. Mediación activa.** Implica cierto grado de intervención por parte de los progenitores durante los momentos de navegación de los menores. Las formas más extendidas y reconocidas entre la Generación Interactiva consisten en “Mis padres me preguntan qué hago mientras estoy navegando en Internet”, respuesta asumida por el 45% de los adolescentes españoles y el 46,2% de los andaluces; y “echan un vistazo” opción elegida por un 39% de la muestra nacional y un 42,2% de los andaluces. En el caso de Andalucía, ambas opciones son avalladas por un mayor porcentaje de chicas que de chicos: 49,6% frente al 43,4% en la opción “me preguntas qué hago”; y 47,8% ellas frente al 37,6% ellos en el caso de “echan un vistazo”.

A una distancia porcentual considerable, aparecen otros comportamientos más activos como “me ayudan” (9% de la muestra nacional y 10,4% de la andaluza) o “hacemos algo juntos” (13% de los españoles, 11,9% de los andaluces). Tampoco parece frecuente la presencia de los padres en la misma habitación mientras los menores navegan, siendo sólo el 14,6% de los adolescentes residentes en Andalucía los que suscriben esta afirmación.

Al contrario de lo que se deducía del estudio nacional, donde la variable sexo indicaba una mayor mediación activa hacia los varones, en Andalucía, el porcentaje de niñas que suscribe las afirmaciones: “Mis padres me preguntan qué hago mientras estoy navegando en Internet”, “echan un vistazo” o “hacemos algo juntos” supera al de los chicos. En Andalucía, al igual que sucedía en el estudio nacional, la edad sí correlaciona en las pautas de mediación parental, aumentando su probabilidad según decrece. Por último, el 12,7% de los adolescentes andaluces reconocen que sus padres les recomiendan sitios para navegar en Internet, porcentaje casi tres puntos por encima de la media nacional en esta cuestión.

**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. Un 7,8% de los menores andaluces sabe que sus padres revisan los lugares por los que han navegado, porcentaje ocho décimas superior a las respuestas dadas por los adolescentes españoles en esta cuestión. Un 3,5% declara el acceso a sus mensajes electrónicos por parte de sus progenitores, porcentaje que a nivel nacional alcanza el 4%.



Gráfico 29. “Mientras me conecto, mis padres...” (por sexo).

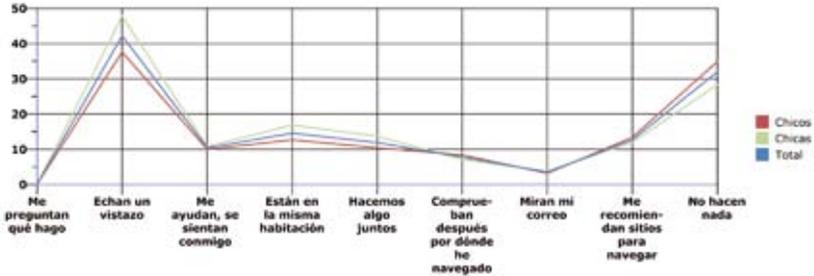
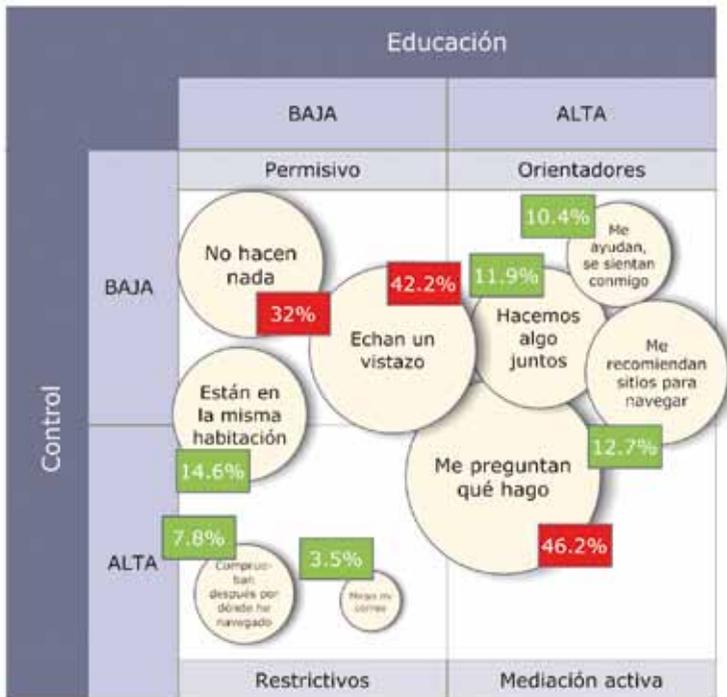


Gráfico 30. Mediación de los padres ante Internet (de 10 a 18 años).



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 de la muestra de indican que para 17,7% de los integrantes de la Generación Interactiva residente en esta Comunidad no



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

82

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

existe ningún tipo de restricción en el momento de acceder a Internet, porcentaje algo inferior al obtenido en la investigación nacional, donde dos de cada diez adolescentes suscribieron esta afirmación. Coincidiendo con lo que revelaban los datos nacionales, esta opción, en Andalucía, es más frecuente entre los chicos (20,2%) que entre las chicas (14,8%). Los datos nacionales mostraban además que el número de adolescentes que hacían suya esta afirmación aumentaba de forma progresiva según crecía la edad de los internautas hasta llegar a afectar al 41% de los que tienen 17 años. En el caso de Andalucía, también se reproduce esta misma pauta. Si entre los que tienen 10 años, sólo un 6% suscribe esta afirmación, a los 14 años son ya el 17,2%, alcanzando la cota máxima de respaldo a los 18 años, edad en la que el 51,1% asegura no tener prohibiciones paternas en la navegación por la Red.

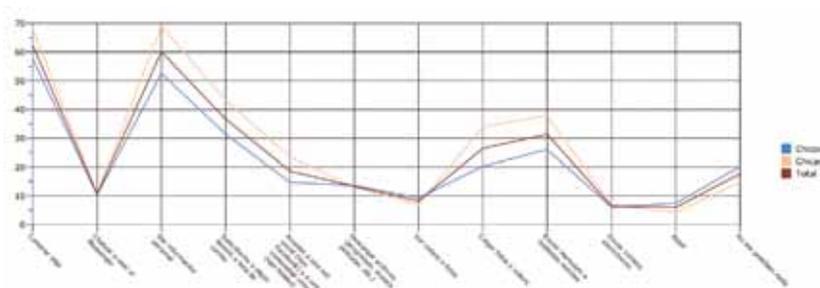
Entre los que declaran tener algún tipo de recomendación paterna sobre conductas a evitar mientras navegan por la Red, el punto más coincidente se encuentra en la posibilidad de adquirir productos y servicios, vetada para seis de cada diez menores españoles navegantes, porcentaje similar al 62,2% de los andaluces que suscriben esta prohibición. En segundo lugar, aparece la opción “dar información personal”: más de la mitad de los menores (55% de los nacionales y el 60% de los andaluces) conocen la inconveniencia de tal conducta, siendo las chicas más conscientes de ello, con una diferencia porcentual en el caso de las andaluzas de más de 15 puntos porcentuales: 69% de chicas, frente al 52,6% de chicos. 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 en el estudio nacional, porcentaje que en el caso de Andalucía, aumenta hasta el 36,7%. En este caso, el porcentaje de chicas conscientes de esta prohibición (43,2%), también supera al de los chicos (31,4%).

El resto de posibilidades ofrecidas desde el cuestionario oscilan en su mayoría entorno a porcentajes inferiores al 32%. En este sentido, para el 31,4% de los menores andaluces existe una prohibición expresa sobre la posibilidad de utilizar la Red como plataforma de envío de mensajes SMS, y un 26,5% son conscientes de que sus padres no les dejan colgar fotos y vídeos. Un 17% de los adolescentes españoles tiene restricciones a la hora de acceder a las redes sociales, porcentaje que asciende hasta el 18,6% entre los que residen en Andalucía. Además, algo más de uno



de cada diez menores sabe que no debe descargar archivos o películas, exactamente el 13,3% de los andaluces y el 10,6% reconoce que no puede “chatear o usar el Messenger”. Por último, con menor frecuencia aparecen restricciones sobre el visionado de vídeos y fotos (8,2%); el envío de correos electrónicos (6,4%); y el juego (6%). Como es lógico, la presencia de restricciones en el uso de Internet se atenúa con la edad. Por sexos, como puede apreciarse en el siguiente gráfico, hay una mayor percepción de las prohibiciones 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, o acceder a redes sociales.

**Gráfico 31. Prohibiciones en Internet (de 10 a 18 años, por sexo).**



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 el 73,7% de los adolescentes andaluces no exista motivo alguno de discusión familiar derivada de su dedicación intensa a la Red, porcentaje similar al obtenido en el estudio nacional en el que tres de cada cuatro adolescentes suscribieron esta afirmación. El número de adolescentes que reconocen discutir con sus progenitores mantiene cierta tendencia creciente conforme aumenta la edad, sobre todo hasta los 14 años, tal como puede verse en el siguiente



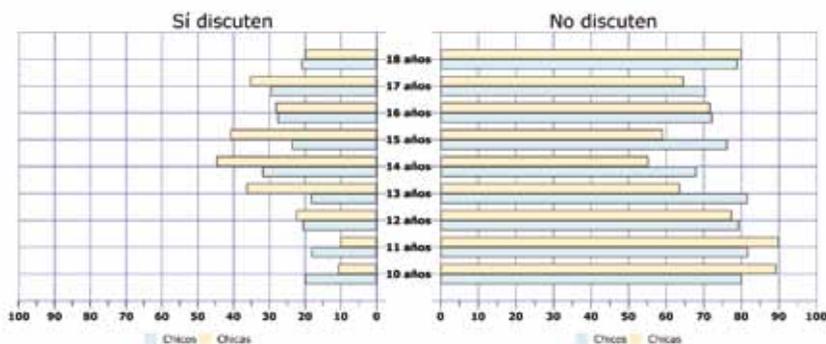
#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

84

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

gráfico. En términos globales, son quienes tienen 14, 15 y 17 años los que afirman una mayor conflictividad con los padres por esta cuestión, superando en todos los tramos anuales mencionados el 30% de suscripción a esta afirmación. Por sexos, la tendencia es similar, con un mayor grado de discusión para las chicas (29,5% de ellas afirman discutir, frente al 23,6% de ellos). Como puede apreciarse en los siguientes gráficos, los porcentajes de discusión se agudizan en ambos géneros al alcanzar los 14 años: 44,8% ellas y 32% ellos.

**Gráfico 32. “No discuto nunca con mis padres por el uso que hago de Internet” (por edad y sexo).**



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. En el estudio nacional, un 78% de los adolescentes que discuten con sus padres reconoció hacerlo por este motivo, porcentaje muy similar a la adhesión a esta afirmación manifestada por los andaluces: 77,1%. En el caso de Andalucía, el porcentaje crece conforme aumenta la edad al igual que sucedía en la muestra nacional. En el estudio regional, esta pauta se rompe a los 17 años. Si entre los que tienen 16 años un 84,1% reconoció como propio este motivo de discusión, aumentando el porcentaje hasta el 89,5% de los que tienen 18 años, sólo el 68,7% de los que tienen 17 años lo identificó. Por último, es interesante destacar que este motivo de discusión es más frecuente entre las chicas andaluzas (80,4%) que entre los chicos (73,6%).

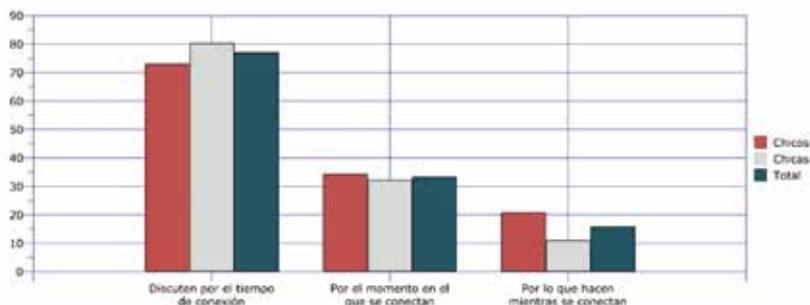
Lejos de este resultado se sitúa un segundo motivo de discusión: el momento del día en el uso de Internet, elección que genera tensiones fa-



miliars para un tercio de los menores nacionales y para un 33,4% de los andaluces. En este caso, son los chicos los que toman la delantera en este conflicto: así lo afirma un 34,4% frente al 32,4% de las chicas, porcentajes similares a los obtenidos sobre esta cuestión en la investigación nacional. Por último, es mucho menor el conflicto derivado de los contenidos o acciones desarrolladas en la Red: el dato global se sitúa en Andalucía en el 15,9%, casi dos puntos por encima de la media nacional situada en el 14%. Por último, es interesante destacar que, si bien este último motivo de conflicto tiene algo más de incidencia entre los chicos españoles, la diferencia porcentual en el caso de Andalucía es mucho más abultada que la nacional. Casi el doble de chicos, (20,8%) que de chicas (11,1%) afirman discutir con sus padres por este motivo.

Por último, es interesante afirmar que los de 18 años acumulan el mayor porcentaje de adolescentes que afirman discutir por tiempo que están conectados 89,5%. Por el contrario, son los más pequeños los que acumulan mayores porcentajes de refrendo a los otros dos motivos de discusión analizados. El 46,7% de los menores que tienen 11 años afirman discutir por el momento del día en el que se conectan; mientras que el 26,1% de los que tienen 10 años declaran tener desavenencias con sus padres por lo que hacen mientras están conectados. Ambos porcentajes son cota máxima en ambos motivos de discusión.

**Gráfico 33. Motivos de discusión con los padres sobre el uso de Internet (por sexo).**



Por último, también es interesante destacar que la investigación constata que la mayor parte de los padres de los adolescentes andaluces no utilizan Internet como un instrumento con el que premiar o castigar a



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

86

sus hijos. De hecho, el 79,1% de ellos afirmaron que sus padres ni les premian, ni les castigan con el uso de la Red.

El sexo no es una variable que introduzca diferencias significativas en esta cuestión. Un 20% de los chicos suscriben la afirmación de ser premiados o castigados con el uso de Internet, porcentaje que sólo aumenta en dos puntos, hasta el 22%, en el caso de las chicas.

Por edades, es a los 13 años para ellas y a los 11 para ellos, cuando los padres hacen un uso más frecuente de esta práctica. Un 31,5% de ellas y un 26,1% de ellos en los tramos anuales mencionados, suscribieron la afirmación de que sus padres les premian y castigan, siendo ambos porcentajes, cota máxima en los dos géneros.

### 4.7.4. Competencia entre pantallas

#### Competencia entre pantallas: Internet vs. Televisión

Ya se ha visto como el ocio mediado por la tecnología y el ocio interactivo, es preferido mayoritariamente por la generación interactiva. Y teniendo en cuenta que su nivel de posesión de distintos dispositivos es notable, resulta 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. Según datos obtenidos de la investigación nacional, no sólo está presente en la totalidad de los hogares, sino que además lo habitual es que haya al menos dos televisores por hogar (86,5% entre los que tienen entre 10 y 18 y 79,8% en los menores de 9). En lo que se refiere a los contenidos, la penetración de los servicios de televisión de pago también es relevante (43%)<sup>19</sup>.

Ahora bien, al plantear el binomio Televisión contra Internet, los adolescentes, en Andalucía, como sucedía en el resto del Estado, optan mayoritariamente por la Red frente a la Televisión, siendo algo superior el porcentaje de chicos que se inclinan por esta pantalla: 58,8% frente al 55,1%.

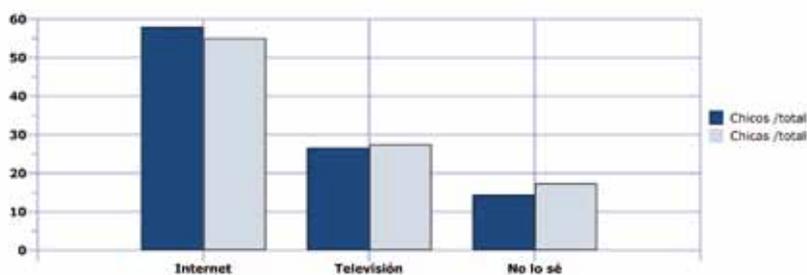
<sup>19</sup> Cfr, La Generación Interactiva en España. Niños adolescentes ante las pantallas, p. 126



Por edad también se identifican algunas diferencias. El porcentaje de adolescentes que prefieren Internet, es superior en todos los tramos anuales al de quienes seleccionan la Televisión, con una única excepción: a los 10 años. Entre los que tienen esta edad un 47,6% prefieren la tele, frente al 28,6% que priorizan la Red. El porcentaje a los 11 años de quienes prefieren la televisión, aunque ya inferior al de Internet, sigue siendo muy elevado, 37,9%. A partir de esa fecha, la preferencia por Internet gana terreno con respecto a la TV hasta alcanzar la cota máxima entre los adolescentes de 15 años (70,2%).

Estos datos corroboran que la preferencia de Internet es clara con respecto a la Televisión entre los adolescentes andaluces y españoles. Sin lugar a dudas, conforme aumenta su edad, 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 propia, de comunicación con iguales, tal y como se ha visto en páginas anteriores. El acceso a la Red se convierte, además de un vínculo entre los miembros de esta generación, en un rasgo de identidad.

**Gráfico 34. Preferencia entre pantallas: Internet vs. Televisión (por sexo).**



Ante la elección Internet-teléfono móvil, los menores de entre 10-18 años, son coherentes con su elección anterior y siguen optando mayoritariamente por Internet frente al móvil. Las chicas, al igual que sucedía en el estudio nacional, indican una mayor preferencia por el teléfono que los chicos que se va acentuando con la edad. Sin embargo, en el caso de Andalucía, el móvil no consigue un respaldo tan elevado como en el



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

88

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

conjunto del Estado donde a los 18 años, el 40% de las chicas optan por el móvil. En Andalucía, la cota máxima de preferencia por ese aparato se produce a los 17 años y alcanza un 25,4% de respaldo entre las féminas.

En el caso de los videojuegos sucede algo diferente. Aunque la tendencia general entre los menores de 10-18 años en términos globales es elegir Internet, en un porcentaje inferior a la media nacional situada en el 60% (54% optan en esta Comunidad por Internet, frente al 35,3% de los videojuegos), las diferencias entre chicos y chicas son aquí claras, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico.

Entre ellos, no se produce el empate que se daba a nivel nacional donde el 44% de los varones optaban por cada una de las pantallas, sino que son más los chicos que optan por los videojuegos: el 42,4% prefiere Internet frente al 46,6% que optan por los videojuegos. Por el contrario, para las féminas, el atractivo de Internet supera claramente al de los videojuegos (67,7% frente al 22%), porcentaje por debajo de la media nacional en la Red respaldada por el 76% de las españolas, y por encima de las que optan por los videojuegos en España, que son el 14%.

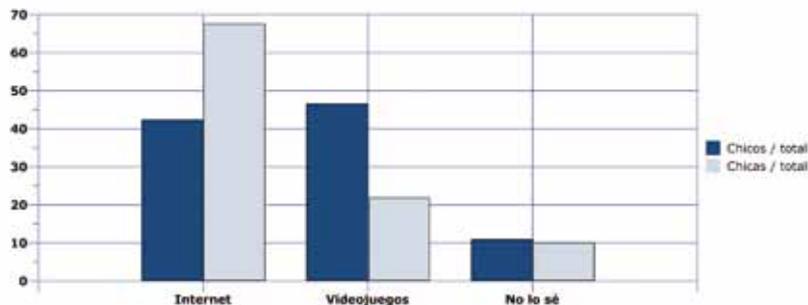
Por edades, como se aprecia en el siguiente gráfico, cabe señalar que son los chicos de menor edad los que prefieren los juegos y que las chicas muestran cierto interés por ellos sobre todo hasta los 13 años. A partir de esa edad, el porcentaje de interesadas por los videojuegos decrece año a año.

El mayor porcentaje de chicos que prefieren los videojuegos frente a la Red se concentran entre los 10 años (73,4%) y los 12 años (57,3%). Por el contrario los que otorgan una menor prioridad a los videojuegos tienen 17 años. Sólo el 21,6% de los chicos que tienen esa edad prefirió el videojuego frente a Internet.

Por su parte, las andaluzas de 17 años son las que han manifestado un mayor interés por la Red a la hora de elegir entre ambas opciones, adhiriéndose a esta opción el 88,1% de las que tienen esa edad.



Gráfico 35. Preferencia entre pantallas: Internet vs. Videojuegos (por sexo).



## 4.8. VALORACIONES Y ACTITUDES

### 4.8.1. Internet como opción de ocio

La llegada de un nuevo medio de comunicación tiene la virtualidad de provocar 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 y como se entiende de modo habitual. El uso que ellos hacen de las nuevas pantallas no ha implicado, como se describió en apartados anteriores, que hayan dejado de usar otras, sino que desde el inicio, cuando han conformado su dieta mediática, han formado parte del menú. Por tanto, su 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 consti-



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

90

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

tuyen 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 una red social, por ejemplo, es otra forma de estar con los amigos, como se explicó en las primeras páginas de este capítulo. Esto 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 (de 6 a 9 años), el ocio tecnológico, interactivo, es la opción mayoritaria de preferencia. El 51% de la muestra nacional y un porcentaje inferior de la muestra andaluza (43,8%), lo eligen como lo más apetecible para hacer “hoy después de cenar”. Sin embargo, en Andalucía, al igual que sucedía en la investigación realizada en España, estos menores se inclinan más por compartirlo con otros que por disfrutarlo en solitario. En concreto, en Andalucía el 24,7% afirma querer “navegar, jugar a la videoconsola, ver la tele, hablar por teléfono”, mientras que el porcentaje de quienes quieren realizar estas actividades en soledad, disminuye hasta el 19,1%, como se constata en el siguiente gráfico. Ambos porcentajes son inferiores a la media nacional, donde en el primer caso esta se ubica en el 31%, mientras que en el segundo alcanza el 20%.

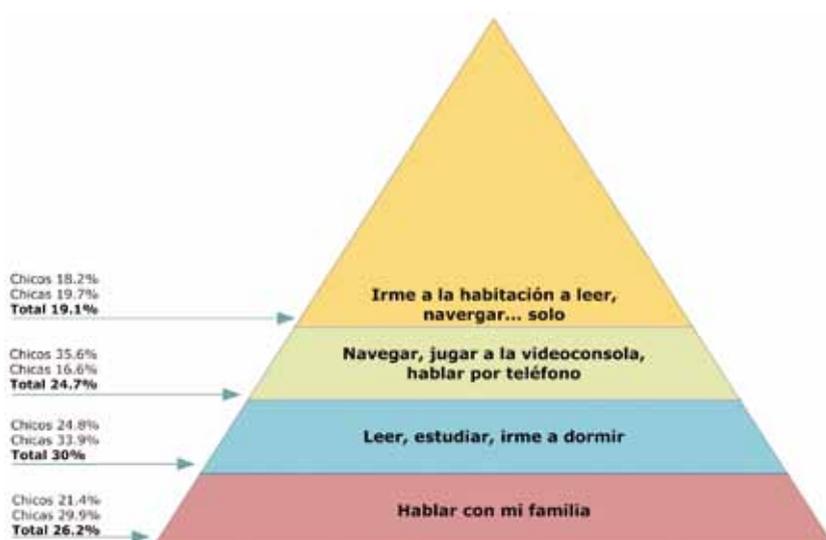
Otra diferencia significativa entre los datos obtenidos en la investigación nacional y la andaluza es que los niños que residen en esta Comunidad son más favorables a las formas tradicionales de ocio. Mientras que el 24% de la muestra de niños españoles opta por actividades como leer, ir a estudiar o dormir, un 30% de los andaluces selecciona esta opción. Algo similar sucede en el caso de la elección de hablar con la familia, seleccionado por el 24% de la muestra nacional, frente al 26,2% de los andaluces.

La variable sexo también introduce diferencias entre chicos y chicas a este respecto en la Comunidad andaluza. Ellas optan con una frecuencia mayor que los varones por el ocio tradicional, leer, ir a dormir (33,9% de chicas frente al 24,8% de los chicos) y, también, por la relación social con la familia (29,9% niñas frente al 21,4% de los niños). Sin embargo, es en



el uso del ocio tecnológico donde aparecen las diferencias más significativas al analizar los datos bajo el prisma género. Mientras tres de la cada diez niños (35,6%) prefieren el ocio tecnológico interactivo, el porcentaje de las chicas que elijen esta opción se reduce al 16,6%. Por el contrario, las niñas andaluzas que priorizan la práctica del ocio tecnológico en soledad (19,7%) superan a los varones (18,2%).

**Gráfico 36. Preferencias de actividades (de 6 a 9 años, por sexo).**



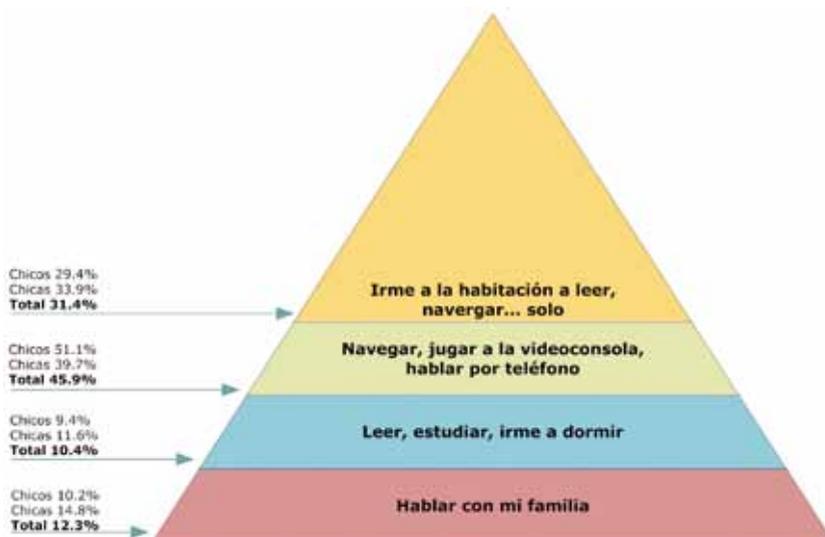
Para los adolescentes la pauta descrita se intensifica considerablemente. El ocio tecnológico constituye la opción preferida para 8 de cada diez menores españoles, con apenas diferencias entre chicos y chicas. En el caso de son el 77,3% de ellos los que priorizan este tipo de ocio. Al igual que sucedía en los más pequeños, se mantiene la diferencia a favor del ocio interactivo compartido con otros, aunque la diferencia entre ambos es considerablemente superior como puede verse en el gráfico aportado a continuación. Al igual que sucede en la muestra nacional, donde son las chicas las que optan más por un disfrute en solitario de las pantallas, también en Andalucía se cumple esta tendencia: 33,9%, frente al 29,4%.



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

92

Gráfico 37. Preferencias de actividades (de 10 a 18 años).



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 que detentan los más pequeños. Así, conforme crecen, el efecto desplazamiento en el tipo de ocio va dirigido fundamentalmente al ocio interactivo en detrimento del tradicional. Si entre los 6 y 9 años, un 26,2% opta por hablar con la familia, en el caso de los adolescentes, este porcentaje se reduce al 12,3%, datos de los que puede deducirse que el impacto en la importancia de las relaciones familiares existe, aunque no es exagerado.

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



### 4.8.2. 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 ciberbullying. 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.

### 4.8.3. 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 consigo una dependencia en muchos casos desmedida, de 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.



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

94

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

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, un 29% de los menores españoles y un 29,9% de los andaluces 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, en mayor grado las que residen en Andalucía, parecen llevar algo peor que los chicos esta situación. Si el 28% de los chicos y el 30% de las chicas españolas suscriben esta frase, el respaldo a la misma incrementa hasta el 30,5% de las chicas y el 29,4% de los chicos que residen en Andalucía. También es relevante destacar que la conducta que recoge esta frase se agrava en algunas edades en particular, y que existen diferencias reseñables en el caso de los menores nacionales y andaluces que apuntamos a continuación.

A pesar de que en términos generales la edad no marca grandes diferencias entre quienes suscriben esta frase, sí que hay edades en las que el uso más inmoderado se hace más evidente, siendo significativas las diferencias por géneros y por ubicación, como se detalla a continuación. En el caso de las niñas españolas, a los 15 años, el 36% de ellas hace suya esta afirmación y, en el caso de las de Andalucía, el 42,7% a una edad menor: a los 14 años. Los chicos alcanzan la cota máxima de respaldo a esta afirmación en Andalucía también a los 14 años: 39,8%. En el estudio español la cota máxima de respaldo a esta premisa por parte de los varones era del 33% y se alcanzaba a una edad menor, los 13 años.

Hay que decir, sin embargo, que en Andalucía, al llegar a los 18 años ambos sexos parecen moderar algo su uso y su dependencia con respecto a los tramos anuales precedentes, a pesar de que en el caso de ellas el porcentaje está por encima de la media: 20% frente al 14%. Los varones de esa edad, por el contrario, están unas décimas por debajo de la media nacional: 24,6% frente al 25%.

#### 4.8.4. 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, donde 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 en estos momentos. Y los menores, que son grandes usuarios de las redes sociales, están haciendo un uso intenso de éstas, a veces, sin tomar las cautelas 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. Sólo entorno al 15% de los menores de ambos sexos de entre 10 y 18 años, tanto en Andalucía, como en España, están de acuerdo con la frase “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet”. En esta región las féminas están algo más sensibilizadas que los varones a este respecto, ya que un 13,1% de ellas refrendan la afirmación porcentaje que entre ellos es el 17,4%. Curiosamente, además son las chicas de menor edad (de 10 a 12 años) las más reacias a suscribir esta afirmación. Sólo el 4,1% de las de 10 años, el 5,5% de las de 11 y el 7,3% de las de 12 respondieron positivamente a esta cuestión. Entre los varones de esas mismas edades los porcentajes de refrendo se duplican, e incluso se triplican: el 13,3% de los de 10 años, el 13,1% de los de 11 y el 17,8% de los de 12.

En referencia a la adhesión a esta frase por parte de los mayores es interesante destacar que las chicas andaluzas de 18 años están por encima de la media nacional: 13,1% frente al 12%. Por el contrario, los chicos andaluces están por debajo: 17,4% frente al 23%.

Si 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 nacionales y el 7,7% de los andaluces creen “que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet”, con una diferencia porcentual de algo menos de



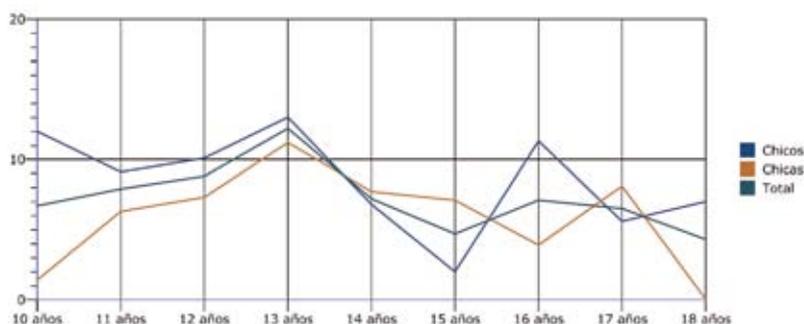
#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

96

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

dos puntos entre las chicas (6,7%) y los chicos (8,5%) andaluces. En un análisis por edades, son los andaluces de 13 años (13% de los chicos y 11,2% de las chicas) quienes se muestran más proclives a esta conducta. En el estudio español, son los chicos de 16 años, con el 12%, y las chicas de 13, con el 11%, los que obtienen la mayor cuota de respaldo en lo que a esta afirmación respecta.

**Gráfico 38. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet” (por edad y sexo).**



#### 4.8.5. Relaciones con desconocidos

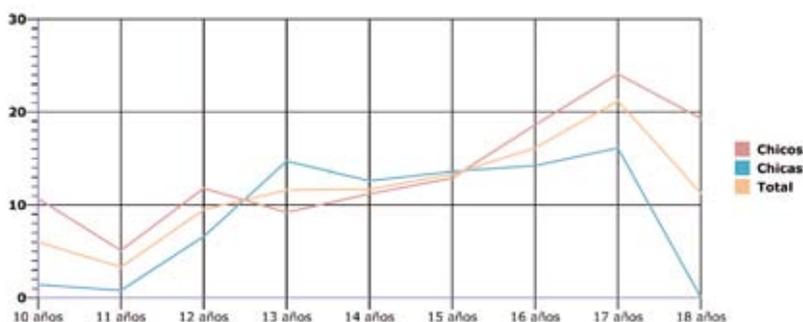
La posibilidad de contactar con desconocidos que pueden tener intenciones peligrosas es un riesgo que no escapa a las preocupaciones de los educadores, padres y profesores, ni tampoco a las autoridades. A este respecto, hemos solicitado a los menores su acuerdo con algunas frases que expresan hábitos o conductas de riesgo.

El 7% a nivel nacional y el 6,2% de los andaluces está de acuerdo en que “No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal”. A nivel nacional, 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 dobla el porcentaje de los que opinan esto: 14% frente al 6%. Sin embargo, en Andalucía, entre los chicos, son los más pequeños (el 14,7% de los de 10 años) y los más mayores (el 10,5% de los que tienen 18 años) quienes más suscriben esta afirmación. Entre las chicas, las de 14 años (8,4%) y las de 17 años (9,4%) son las que en mayor número creen que no existe ningún problema en el conocimiento por parte de desconocidos de estos datos.



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 españoles y el 11,3% de los andaluces afirman que “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger”. Esta conducta se incrementa en términos generales con la edad y es más frecuente entre los varones, pauta que también se daba en el conjunto del Estado. Destacamos algunas diferencias en ambos estudios. En el caso de las chicas, si se deducía de la investigación nacional que esta conducta se concentra entre los 11 y los 16 años y luego se modera; en Andalucía, las cotas más elevadas se dan entre los 13 y los 17 años, cayendo bruscamente a los 18 años, edad, en la que ninguna andaluza suscribió esta afirmación, como puede constatarse en el siguiente gráfico. Por último, es interesante mencionar que entre los varones andaluces el mayor refrendo a esta afirmación se da en el tramo anual de los 17 (24,1%) a los 18 años (19,3%).

**Gráfico 39. “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger” (por edad y sexo).**



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 nacionales y el 10,6% de los andaluces de entre 10 y 18 años “Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet”. Coincidiendo con las conclusiones obtenidas del estudio realizado en todo el país, en términos generales, los chicos son más partidarios de esta práctica. Un 13% de los varones españoles, frente al 10% de las chicas suscriben la afirmación porcentaje que en el estudio de andaluz,



es algo menor en ambos géneros: el 11,4% de los chicos y el 9,7% de las chicas.

### 4.8.6. 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, como se apuntó en páginas anteriores, más de tres de cada cuatro menores usuarios de Internet (77% de los españoles y el 73,7% de los andaluces) declara utilizar el Messenger. Sin embargo, el chat ha caído prácticamente en desuso entre este grupo: apenas un 2% de los nacionales y un 2,8% de los que residen en Andalucía 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.

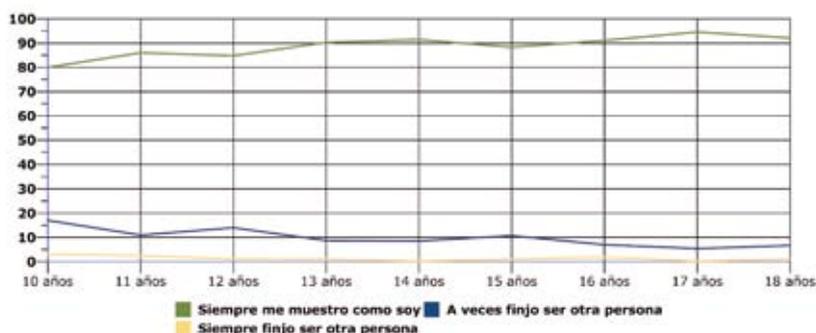
La mensajería instantánea es importante para estos jóvenes porque cubre una clara necesidad de comunicación continua con sus iguales. La tecnología pone a su disposición un modo sencillo y barato de mantener una conversación continua con los amigos. A diferencia de las redes sociales, donde los usuarios 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 situación, 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, 89%, porcentaje idéntico al obtenido sobre esta cuestión en el estudio andaluz. No obstante, a nivel nacional casi uno de cada diez y en Andalucía un 9,9% afirma que “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 lo tanto, el correspondiente desarrollo de la madurez, la mayor parte de los adolescentes adopta una postura más sincera en sus comunicaciones, como se aprecia en el siguiente gráfico.



Curiosamente, aunque esta es la tendencia general, en el caso andaluz hay diferencias al respecto si se analizan los datos teniendo en cuenta la variable género. De hecho, si ninguna chica entre los 13 y 15 años, a los 12, a los 17 y a los 18 años suscribiría la afirmación “siempre finjo ser otra persona”, en el caso de los chicos, el porcentaje de aval a esta respuesta sólo es 0, a los 14 y a los 17 años. En términos globales, más del triple de chicos, que de chicas suscriben esta afirmación: 1,7% frente al 0,5%. También es interesante destacar que si sólo el 8,3% de ellas afirman ser otra persona en algunas ocasiones, el porcentaje de respaldo a esa afirmación incrementa hasta el 11,3% en cuando son ellos los que responden.

**Gráfico 40. Actitudes en el chat o Messenger (por edad).**



El avance en el equipamiento tecnológico en el hogar facilita que la comunicación instantánea ya no se haga solo sobre texto, sino que se añade la potencialidad 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 españoles utiliza en ocasiones este dispositivo en sus sesiones de comunicación instantánea siendo el 47,8% de los andaluces los que la emplean. Casi la mitad, el 49,7% de los andaluces declara no usarla nunca para este fin, mientras que el 2,5% a nivel nacional y un porcentaje idéntico de los que residen en Andalucía dicen usarla siempre. Aunque a nivel nacional las diferencias por sexo apenas se aprecian en este punto, en Andalucía si se constatan diferencias. Si el



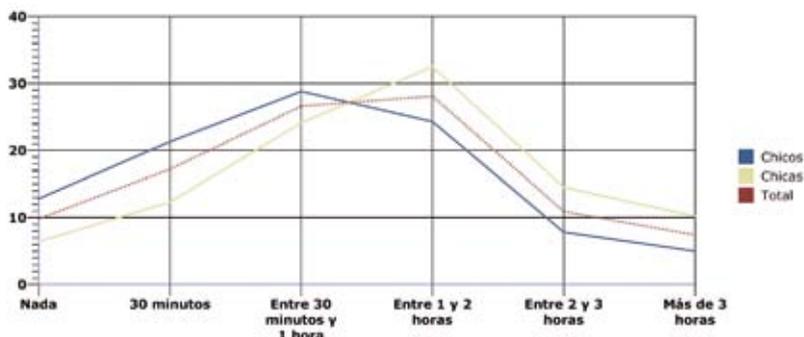
#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

100

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

50,2% de los niños afirman no usarla nunca, el porcentaje es un punto inferior en el caso de ellas, 49,2%. Por el contrario, si el 49,5% de ellas afirman usarlo a veces, sólo el 46,4% de ellos lo afirman. Entre quienes la usan siempre, el porcentaje de chicos duplica al de las chicas, 3,4% frente al 1,3%. Por último, tal y como se constata en el siguiente gráfico, en esta región, los que tienen 12 años son los más propensos a utilizar “a veces la webcam” (54,2%) y “siempre” (4,2%).

**Gráfico 41. Utilización de webcam en el uso de chat o Messenger (por edad).**

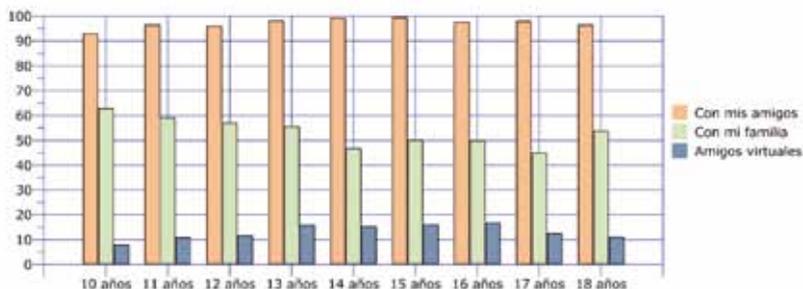


Que el principal motivo para usar los sistemas de mensajería instantánea es mantener los vínculos sociales preexistentes resulta evidente a la luz de los datos. Para el 97% de los menores españoles y para el 97,8% de los andaluces, sus amigos son los interlocutores habituales en este tipo de comunicación. En ambos estudios (nacional y regional), las chicas (57,6% de las andaluzas) se inclinan más que los chicos (49%) a introducir a la familia en estos circuitos de comunicación, aunque también son quienes más se comunican con sus amigos: 98,2% frente al 97,5%.

En Andalucía, al igual que sucedía en el estudio nacional, conforme crecen, el uso del Messenger va haciéndose claramente más social y menos familiar, aumentando de forma significativa, como puede apreciarse en la siguiente gráfica, los amigos habituales. A los 14 años, el 99,4% de los encuestados afirman hablar por el chat o el Messenger con sus amigos. En lo que a los amigos virtuales respecta, merece la pena destacar que son los adolescentes de entre 13 y 16 años los que afirman hablar con amigos virtuales con una frecuencia superior a la media, como se constata en el siguiente gráfico.



Gráfico 42. Interlocutores en el uso de chat o Messenger (por edad).



Que los menores entablen 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, pero sin embargo los datos no dejan de ser significativos. El 64% de los menores nacionales y el 64,7% de los andaluces que usan la red reconoce no tener ningún amigo virtual. El 15% de los nacionales y el 13,9% de los andaluces afirman que lo tiene, pero que no lo conoce. Y dos de cada diez (21% en el Estado, y el 21,4% en Andalucía), lo tienen y lo han conocido en persona.

En el estudio nacional, 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 lo han hecho.

Por sexos, en Andalucía, son los chicos los más partidarios de tener amigos virtuales (14,8% de ellos frente al 12,8% de ellas). Sin embargo, las féminas que reconocen conocerlos personalmente superan a los varones: 22,4% frente al 20,5%. En lo que a esta temática respecta, la edad es un factor que está correlacionado: a mayor edad (principalmente en el caso de los varones), más porcentaje afirman conocer a sus amigos virtuales. Entre los chicos, a los 18 años, un 45,5% de ellos afirman tener y conocer a sus amigos virtuales, mientras que en el caso de las féminas, la cota máxima de respaldo a esta afirmación se produce también a esa edad: 35,3%.



## 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

102

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

También es interesante destacar que, que al contrario de lo que sucede en el ámbito nacional, donde entre las chicas de menor edad, 10-11 años, lo más habitual es no tener ningún amigo de estas características, porcentaje que contrasta con el de los chicos de esa misma edad, que les superan entre 15 y 7 puntos, en Andalucía, las féminas son más partidarias de tener y bastantes incluso de conocer a sus amigos virtuales desde edades tempranas. De hecho si a los 10 años el 10,9% de los niños andaluces reconoce tener amigos virtuales, y el 13% tenerlos y conocerlos, el 13% de las andaluzas de esa edad suscribió la primera afirmación y el 7,4% la segunda.

### 4.8.7. 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 andaluza y, a través de su uso, los menores pueden establecer nuevas relaciones con personas desconocidas en el mundo real.

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 la probabilidad de tener amigos virtuales y de conocerlos en la vida real como paso posterior. De hecho, porcentajes que oscilan entre un 22,1% y un 50% de los chicos y entre un 25,6% y un 39,6% de las chicas que usan redes sociales afirman tener y conocer personalmente a amigos virtuales, como puede apreciarse en las siguientes gráficas. A pesar de ello, en todas las redes sociales analizadas, y en ambos sexos, el porcentaje de usuarios que afirma no tener ningún amigo virtual supera tanto al de quienes afirman tenerlos y no conocerlos, como al de quienes afirman tenerlos y conocerlos.

En el caso de los andaluces, los varones que participan en LinkedIn son quienes con mayor frecuencia tienen y conocen a alguno de sus amigos virtuales. Un 50% de los chicos que usan esa red suscribió dicha afirmación. En el polo inverso están los usuarios de Tuenti, red en la que sólo un 22,1% de los adolescentes masculinos que la utilizan afirmó conocer



físicamente a alguno de sus amigos virtuales. Como puede constatarse en el siguiente gráfico, en el resto de redes analizadas, entorno a 2 o 3 de cada 10 adolescentes que acceden a ellas hizo propia esta afirmación.

En el caso de las andaluzas son las que participan en MySpace las que suscriben tener más amigos virtuales y conocerlos, un 39,9% para ser exactos. Coincidiendo con lo que sucedía entre los varones residentes en esta Comunidad, Tuenti es la red que concentra también en el caso de ellas, una menor número de chicas que afirmen conocer en persona a sus amigos virtuales, siendo un 25,6% de ellas quienes lo refrendan, como puede comprobarse en la siguiente gráfica.

Gráfico 43. Amigos virtuales. Chicos.

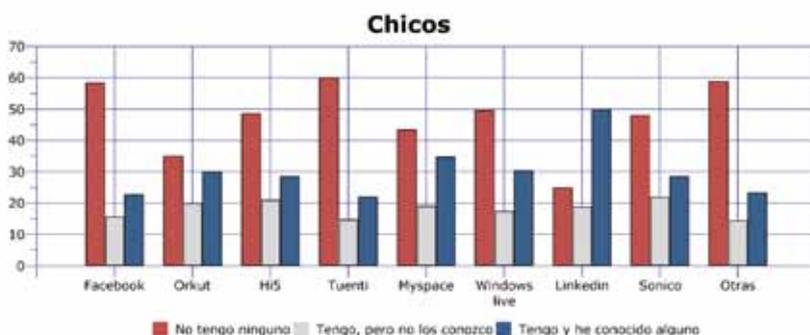
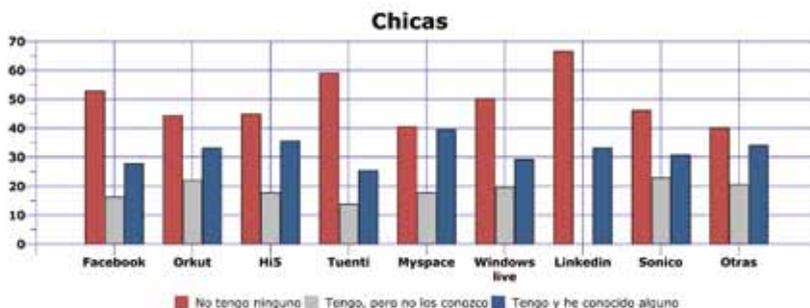


Gráfico 44. Amigos virtuales. Chicas.



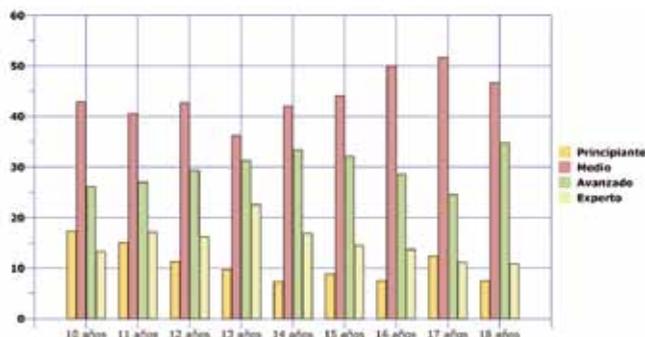


### 4.8.8. Autoevaluación en el conocimiento de la Red

Se ha podido ver cómo el uso de la red está muy generalizado entre este grupo. En el conjunto del Estado, prácticamente el 88% de los menores entre 10 y 18 años reconoce que lo hace, siendo este porcentaje inferior en Andalucía, 86,4%. 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 (47% de la muestra nacional y el 46,2% de la andaluza), se considera a sí mismo como usuario avanzado o experto con respecto a su familia, amigos y profesores. El 43% de los españoles reconoce que tiene un nivel medio, porcentaje que aumenta un par de décimas, 43,2, entre los andaluces.

Los chicos andaluces se sitúan unos puntos por delante en la categoría de expertos (17,7% de ellos frente al 14,3% de ellas), aunque la diferencia porcentual es inferior a la de la media nacional donde el 20% de los chicos, frente al 13% de chicas, se identifican como tales. Por último, es interesante destacar que solo uno de cada diez de los adolescentes españoles que utilizan Internet se consideran usuario “principiante”, porcentaje muy similar al obtenido al respecto en el estudio de Andalucía, 10,7%. Como puede apreciarse en el siguiente gráfico, en esta Comunidad, el porcentaje de varones y féminas es casi idéntico entre los que se catalogan como “principiantes” o “nivel medio”. Las chicas se consideran con mayor frecuencia que ellos en “nivel avanzado” y ellos se encasillan de forma más habitual a ellas, como “expertos”, tal y como puede constatar en el siguiente gráfico.

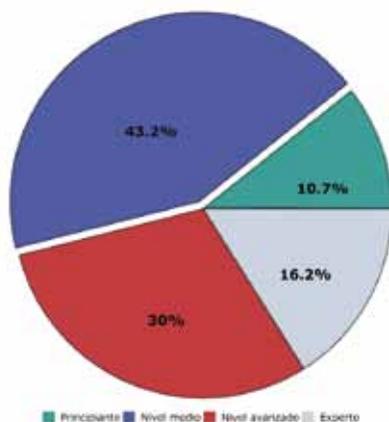
Gráfico 45. Valoración del nivel de usuario de Internet (por sexo).





El porcentaje de los que se consideran principiantes se concentra fundamentalmente en el tramo de los 10 a los 12 años. Sin embargo, al igual que sucedía a nivel nacional, es entre los 10 y los 14 años donde se concentran los mayores porcentajes de expertos, siendo significativo que en Andalucía, la cota máxima en esta respuesta la obtengan los de 13 años, con el 22,6%. También destaca, en el análisis por edad, que el 51,8% de los que tienen 17 años se consideren a sí mismos con un nivel medio o que el porcentaje de los que se consideren expertos sea mayor a los 10 años (13,4%) que a los 18 (10,9%), como se aprecia en la siguiente gráfica.

**Gráfico 46. Valoración del nivel de usuario de Internet (por edad).**



#### 4.8.9. 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 se arriesgan a desarrollar 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 adolescentes españoles de la Red otorga a Internet la consideración de bastante o muy útil porque facilita



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

106

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

la comunicación y ahorra tiempo, porcentaje que en el caso de los andaluces aumenta unas décimas hasta el 78,4% de la muestra. Un 5,8% de los andaluces y un 8% de los nacionales no están en absoluto de acuerdo con esta declaración, mientras que el 20,2% de los primeros, y el 19% lo está un poco.

Hay algunas diferencias en valorar Internet como “muy útil” en función del sexo, siendo similar la diferencia porcentual detectada en ambos estudios. Si el 35% de los chicos, frente al 26% de las chicas españolas suscriben esta frase, en el caso de Andalucía, la diferencia porcentual es algo menor: el 34,3% de ellos frente al 29,2% de ellas. Por edades, son los chicos de 18 años (42,1%) y las chicas de 14 años (39,2%) las que aprecian mucha utilidad, siendo los dos porcentajes cota máxima. Por el contrario, los que menos utilidad otorgan a la Internet en ambos sexos son los que tienen 10 años: 9,3% de los chicos y el 20,3% de las chicas.

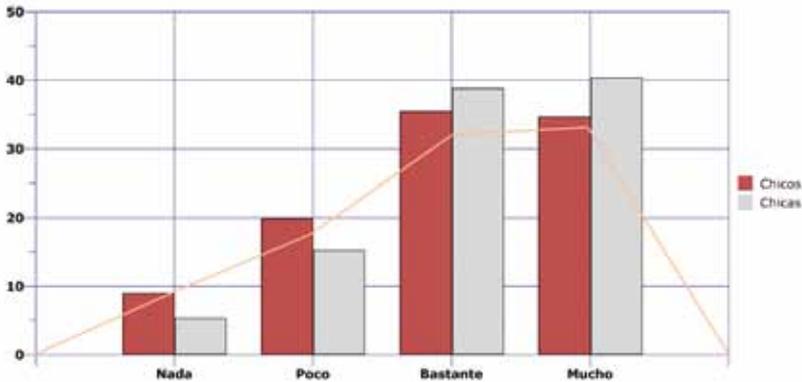
Respecto a dos de las consecuencias más peligrosas del abuso en el uso de Internet, desarrollar una adicción y ocasionar el aislamiento del grupo social y de referencia, los menores se muestran también bastante unánimes aunque, en cierto punto, pueden sonar contradictorios. En el conjunto del Estado, más de la mitad, 61%, están bastante o muy de acuerdo con la afirmación: “Internet puede provocar que alguien se enganche”, mientras que en una proporción similar, 63% manifiestan su desacuerdo con que “Internet puede hacer que me aisle de mis amigos y familiares”. En el estudio andaluz, el porcentaje de adolescentes que aprecian de forma genérica el riesgo de engancharse es muy superior a la media nacional (74,3%). Por el contrario, el porcentaje de los que no comparten que ellos pueden ser víctimas de este riesgo, desciende de forma significativa (40%), con respecto al porcentaje obtenido sobre esta misma cuestión en el estudio nacional.

Las diferencias que arroja el análisis de los datos por sexos también son evidentes, aunque más significativas en el estudio nacional. En éste, tres de cada cuatro chicas dice estar bastante o muy de acuerdo en que Internet puede provocar que alguien se enganche, frente al 68% de los varones que lo piensan. En Andalucía, la diferencia porcentual por sexos es inferior. El 79,3% de las féminas, frente al 70,2% de varones suscriben esta afirmación.

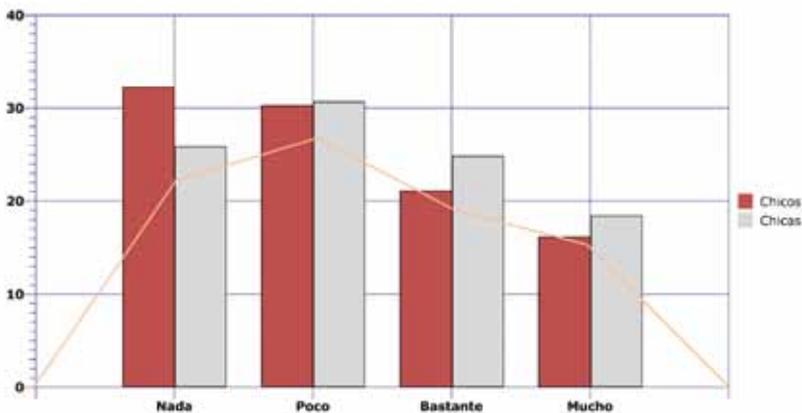


La valoración sobre el riesgo de aislamiento genera mayores valores de afinidad entre chicos y chicas tanto el estudio nacional, como en el estudio andaluz, como puede constatarse en el siguiente gráfico.

**Gráfico 47. “Internet puede provocar que alguien se enganche” (por sexo).**



**Gráfico 48. “Internet puede hacer que me aisle de mis familiares y amigos” (por sexo).**



También es interesante destacar que, en Andalucía, conforme aumenta la edad el porcentaje de adolescentes que están muy de acuerdo con la frase “Internet puede provocar que alguien se enganche” desciende de forma considerable. Si a los 10 años el 24,8% de los adolescentes afirmaban no estar nada de acuerdo con esa frase, a los 18 años, el porcentaje desciende al 12%. Por último, es interesante destacar que quienes más



#### 4 / Internet, la pantalla que lo envuelve todo

108

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

riegos detectan en el aislamiento que Internet puede generar en ellos son los chicos de 11 años (entre los que el 23,9% suscribió estar muy de acuerdo con esta afirmación) y las chicas de 12 años, entre las que un 28,5% la asumieron como propia.



## 5 / 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 vías de 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 vías de desarrollo y que la tasa de crecimiento más alta sea la de África, donde un 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.

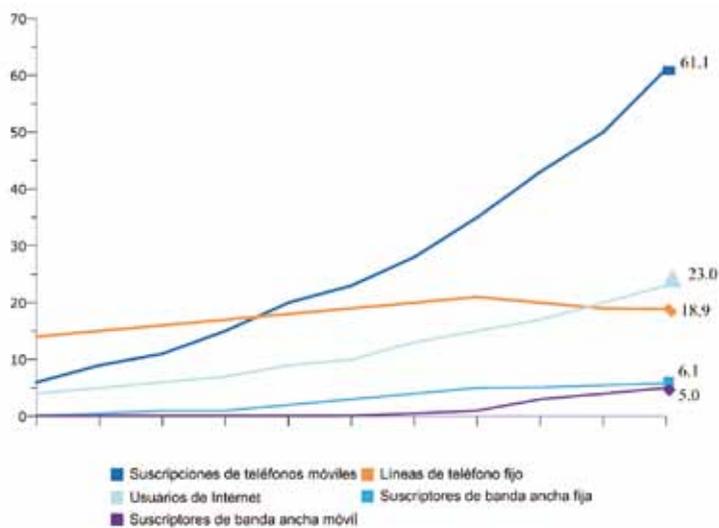


## 5 / Teléfono móvil

110

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

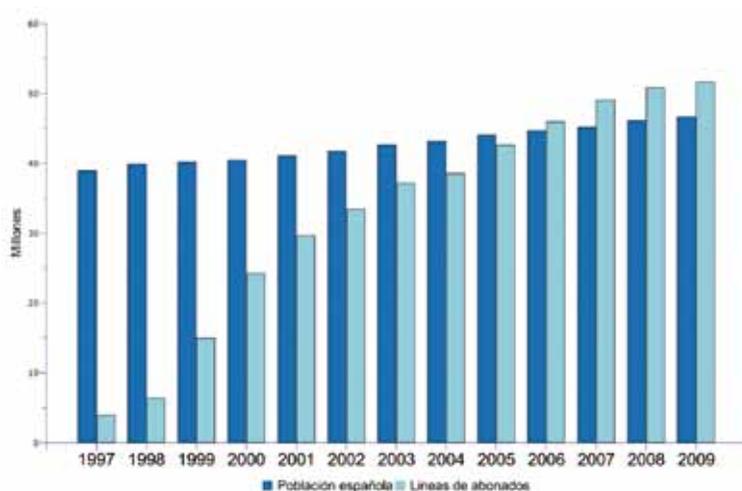
Gráfico 49. Expansión de las TIC entre 1998 y 2008.



Fuente: ITU World Telecommunication

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%.

Gráfico 50. Evolución del número de clientes de telefonía móvil en España.



Fuente: Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la SI (ONTSI) <http://www.ontsi.red.es>



## 5.1. PENETRACIÓN DE LA TELEFONÍA MÓVIL

### 5.1.1. 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 las encuestas realizadas tanto en el conjunto del Estado, como a nivel nacional, todavía hay diferencias significativas entre niños y adolescentes que permiten caracterizar al móvil como una pantalla más propia de los de más edad.

En Andalucía, el 77,2% los adolescentes de entre 10 y 18 declara usar un móvil propio, porcentaje que desciende al 25,8% en el caso del grupo de los más pequeños, 6-9 años. Entre estos últimos, sigue teniendo un gran impacto el uso de un teléfono que no sea de su propiedad (de sus padres o hermanos): sucede así en el 31,8% de los casos. Esta opción de móvil subsidiario muy poco habitual entre los adolescentes andaluces: tan sólo un 3,9% lo declara así.

Si comparamos estos datos con los obtenidos en el estudio nacional podemos concluir que, en lo que a posesión de móvil respecta, tanto los más pequeños, como los adolescentes residentes en Andalucía, están por debajo de la media nacional situada en el 29% para los primeros y en el 83% para los segundos.

En lo que respecta al uso del móvil de otras personas, los menores andaluces están por encima de la media del resto del Estado situada en el 30%; mientras que los adolescentes de esta Comunidad usan también de forma más frecuente el móvil subsidiario que sus iguales (el 3,5% de los nacionales admitió utilizarlo).

También es interesante destacar que entre los andaluces con edades comprendidas entre los 6 y 9 años, el porcentaje de los que tienen móvil el propiedad, (25,8%) es inferior a los que no lo tienen (42,8%), siendo un porcentaje intermedio entre estos dos, el de quienes, careciendo de dispositivo propio, afirman utilizar el de otras personas (31,4%).

Si analizamos esta temática teniendo presente la variable género se constata que los chicos que poseen móvil en propiedad superan por unos



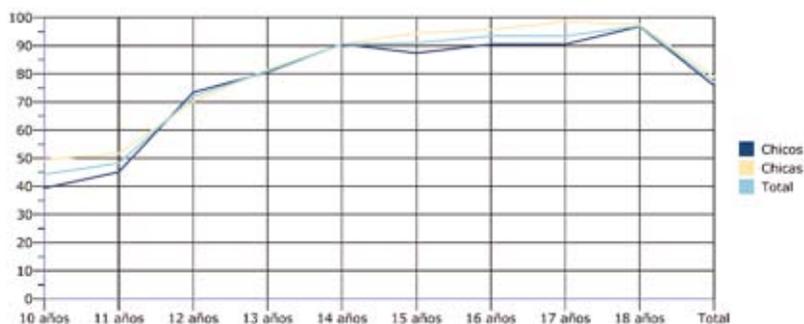
## 5 / Teléfono móvil

112

puntos a las chicas: 27,9% frente al 24,3%. Por el contrario, son más las féminas que, careciendo de móvil propio, afirman usar el de otras personas: el 33,4% de las niñas frente al 28,7% de los niños.

En el caso de los más mayores (de 10 a 18 años), si se desglosan los datos por edad resulta muy llamativo ver que la penetración del móvil entre los adolescentes andaluces crece hasta ser prácticamente generalizada su posesión a los 18 años, tendencia constatada también en la investigación nacional, donde tener móvil en propiedad es casi total a una edad más temprana, los 16 años.

### Grupo 51. Teléfono móvil propio (por edad y sexo).



El análisis de los datos por sexos entre el grupo de los adolescentes también aporta algunas diferencias reseñables. Aunque los chicos parecen acceder antes a este dispositivo a nivel nacional, no sucede lo mismo en Andalucía, donde el porcentaje de posesión de las féminas siempre es superior al de los varones, con la única excepción del tramo anual de 12 años, tal y como se constata en la gráfica anterior. En esta Comunidad, a los 16 años, coincidiendo con en el resto del Estado, entre las féminas se supera el 95% de penetración de este dispositivo, porcentaje que ellos alcanzan a los 18 años. De hecho, a partir de lo 16 años y hasta los 18, en Andalucía, porcentajes cercanos al 100% de las niñas encuestadas tienen en propiedad un móvil. Su afinidad por esta pantalla es clara desde edades tempranas, y su progresión más rápida y continua que en el caso de los chicos, como lo constatan los datos aportados.



### 5.1.2. Edad de adopción del móvil

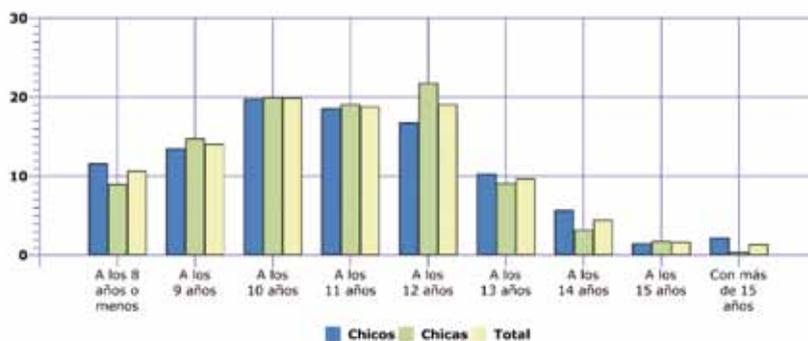
Respecto a la edad de entrada del dispositivo en las vidas de los menores andaluces, el 63,5% de los que poseen móvil declaran haberlo adquirido entre los 8 y 11 años, porcentaje que alcanza el 82,6% si se amplía la franja a los 12 años. El primer porcentaje es superior al obtenido sobre esta cuestión en el estudio nacional, en el que el 62% afirmó haber conseguido su móvil entre los 8 y los 11 años; siendo inferior el segundo ya que en el conjunto de España, el 84% afirmó haberlo obtenido entre los 8 y los 12.

Los datos constatan que, en Andalucía, son porcentualmente más las chicas que los chicos los que adquieren su primer móvil a edades tempranas, de 9 años a 12 (a excepción de los de ocho años o menos). Por el contrario, de los 13 hasta la mayores de 15 años, el número de chicos que adquieren a esas edades este dispositivo, supera al de las chicas que lo consiguen en ese tramo (con la excepción de los de 15 años, donde el predominio vuelve a ser femenino), siendo la diferencia amplia entre los mayores de 15 años: 0,4% de las chicas frente al 2,2% de los chicos. Por último, es interesante destacar que hay similitud en el porcentaje de varones y féminas que adquirieron su móvil a los 10 años, a los 11 y a los 15, como puede apreciarse en la siguiente gráfica.

Por último, merece la pena reseñar que el 61% de los menores españoles y el 57,8% de los andaluces con edades comprendidas entre los 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 de entrada habitual al uso y posesión de estos dispositivos, sin que el sexo sea una variable que marque diferencias abultadas al respecto. Los menores son, por tanto, precoces a la hora de acceder a esta pantalla.



Gráfico 52. Edad de adopción del teléfono móvil (de 8 a 18 años, por sexo).



### 5.1.3. Cómo conseguir el móvil

Ya se ha dicho que el teléfono móvil es uno de los identificadores de la Generación Interactiva: es digital, es personal y multifuncional. Es importante, por ello, conocer cómo han accedido estos niños y jóvenes a él.

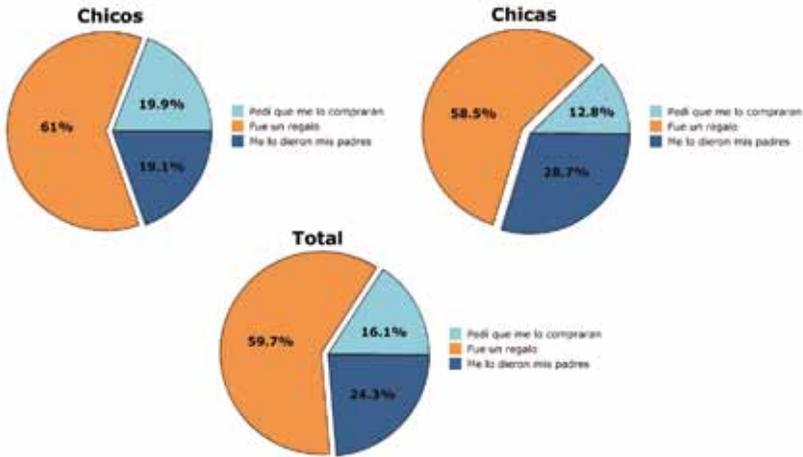
En el caso de los andaluces más pequeños, el grupo de 6 a 9 años, el regalo es la vía más habitual para conseguir el dispositivo móvil. Lo obtuvieron así en el 59,7% de los casos, porcentaje por encima de la media nacional a este respecto, situada en el 53%. La entrega por parte de los padres, coincidiendo con lo que sucedía en el resto del Estado, es la segunda vía para acceder a él. El 24,3% de los andaluces afirman haberlo obtenido de este modo, porcentaje significativamente inferior al 32% de estos niños que a nivel nacional dijeron haberlo conseguido porque sus padres se lo dieron. Sólo el 16,1% de los andaluces y el 15% de los españoles menores de 10 años tomaron la iniciativa y pidieron que se lo compraran.

La variable sexo marca diferencias significativas en lo que respecta al modo de acceder al móvil. Los chicos, el 61% de ellos, son los que más se han beneficiado de los regalos, siendo entre ellas el 58,5% las que han conseguido el móvil por esta vía. Por el contrario, a la luz de estos datos, se puede deducir que los padres residentes en Andalucía son bastante más partidarios de entregar móviles a sus hijas: 28,7% de chicas frente al 19,1% de chicos. También los niños suelen solicitar a sus progenitores que se lo compren con mayor frecuencia que ellas, aunque la diferencia



porcentual no es tan abultada como en el caso anterior: 19,9% frente al 12,8%.

**Gráfico 53. Cómo conseguí mi primer móvil (de 6 a 9 años, por sexo).**



El regalo también es la vía de entrada más habitual para los adolescentes de 10 a 18 años: un 35,9% de los andaluces y un 32% de los españoles 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 (19,7% de los andaluces y el 23% de los españoles), que los que lo recibieron de sus progenitores sin solicitarlo: 17% de los andaluces y el 19% de los españoles. En tercer lugar en el caso de los andaluces, siendo el cuarto lugar en el caso de los españoles, se sitúa la herencia de un móvil. Un 18,5% de los andaluces y un 18% de los españoles reconocen que accedieron a él por esta vía. Un porcentaje inferior de ellos, en Andalucía, afirma haberlo recibido de otros familiares (5,4%) o haberlo comprado él mismo (3,5%).

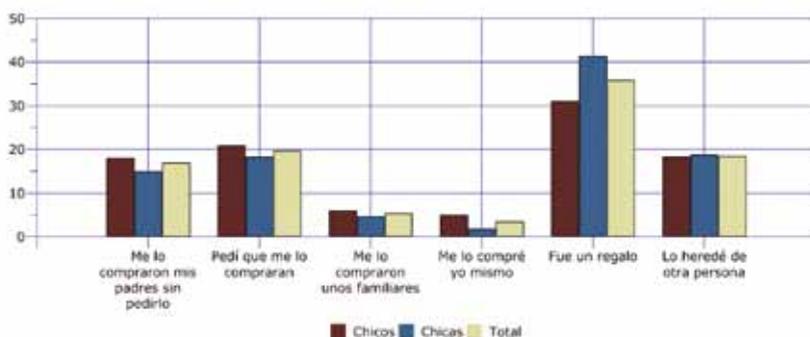
Si analizamos estos datos teniendo presente la variable sexo, constatamos, como se aprecia en el siguiente gráfico, que los chicos son significativamente más partidarios de adquirir ellos mismos su móvil (5% frente al 1,8%) y que también sus padres son más partidarios de comprárselo, sin que ellos lo soliciten: 18,7% varones frente al 15% féminas. Por el



contrario, es más frecuente que las chicas, a la inversa de lo que sucedía entre las menores de 10 años, obtengan este tipo de teléfonos a través de la modalidad regalo: 41,4% ellas frente al 31,1% ellos. Por último, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, es interesante destacar que el porcentaje de chicas y chicos que heredan es muy similar, siendo la diferencia algo mayor entre quienes lo solicitan directamente a sus progenitores.

Si analizamos estos datos considerando los tramos anuales de edad, observamos que, en términos generales, la compra de móviles por parte de los padres andaluces a demanda de los hijos se incrementa conforme aumenta de edad de estos últimos. Si a los 10 años, sólo un 12,9% lo obtuvo de este modo, el porcentaje asciende al 20,6% a los 14 años, alcanzando a los 18 años el 23,7%. Por el contrario, los progenitores son, en términos generales, más partidarios de comprarles por iniciativa propia móviles a sus hijos cuando estos tienen menor edad. Si a los 10 años el 17,2% de ellos afirmó recibir de sus padres un móvil sin demandarlo, este porcentaje se reduce al 14% a los 17 años, siendo esta la cota mínima. En lo que a la compra del móvil por iniciativa propia de los menores respecta, sorprende que los chicos son más partidarios de este modo de adquisición en todos los tramos anuales, con la única excepción a los 13 años, donde la diferencia porcentual es favorable a las féminas en sólo una décima.

Gráfico 54. Modos de conseguir el primer móvil (de 10 a 18 años, por sexo).





#### 5.1.4. 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 tanto en Andalucía (115,1%), como en el conjunto de España (15%).

Las chicas andaluzas, al igual que sucede en el resto del Estado, sí que parecen menos dispuestas a usar un móvil de otra persona y arrojan valores más bajos: 14,1% de ellas usan un móvil de segunda mano frente al 16% de ellos. Tal y como se constata en el siguiente gráfico, la edad es un factor favorece la posesión de teléfonos de segunda mano. Por lo tanto, es posible afirmar que, conforme aumentan sus años, es más probable que los adolescentes andaluces tengan un móvil usado previamente por otra persona, con una única excepción a esta tendencia: los de 10 años son, en ambos sexos, los que acumulan el máximo porcentaje de refrendo a esta afirmación, como puede constatarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 55. Teléfono móvil actual (de 10 a 18 años). Chicos.

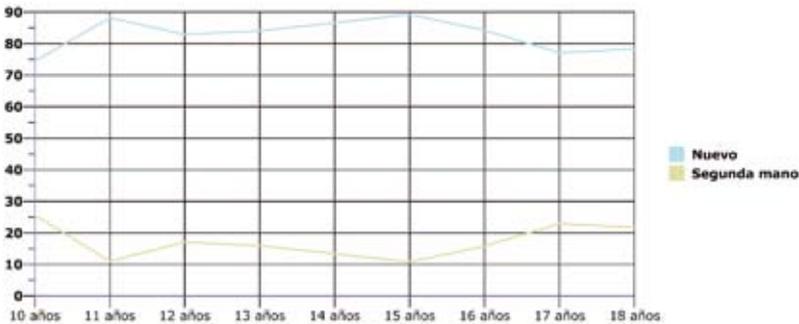
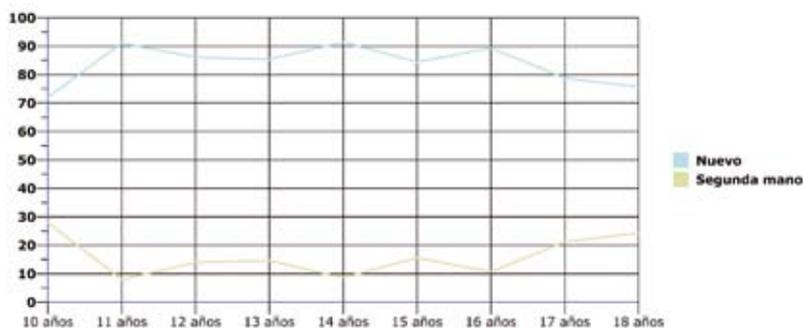




Gráfico 56. Teléfono móvil actual (de 10 a 18 años). Chicas.



## 5.2. 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 andaluza, objeto 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, de 6 a 9 años, que disponen de teléfono propio, indican cómo a través del teléfono móvil se comunican en primer lugar con sus padres. La pequeña pantalla es un instrumento de contacto permanente con la madre. El 68,5% de los andaluces y el 69% de los españoles afirmaron utilizarlo para ello. Para el 56,7% de los niños que residen en Andalucía y para el 58% de los españoles, el padre se convierte en el segundo interlocutor cuando hablan por este dispositivo.

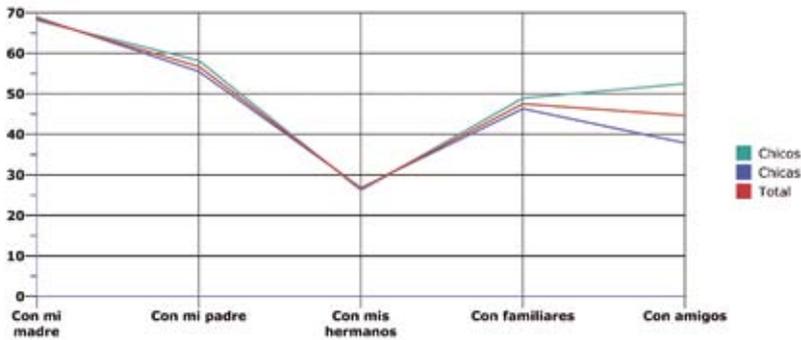
La coincidencia constatada en ambos estudios en lo que a los dos interlocutores principales respecta, se mantiene también al analizar quien ocupa la tercera y cuarta posición: otros familiares y los amigos. El 47,5% de los andaluces afirmó hablar con otros familiares por este dispositivo, siendo el 44,6% los que suscribieron hablar con sus amigos. En el estudio nacional, ambos porcentajes están unas décimas por debajo de las mencionadas: 47% y 44%, respectivamente. En ambos estudios, los hermanos ocupan el quinto puesto de relevancia para los menores. El 26,6%



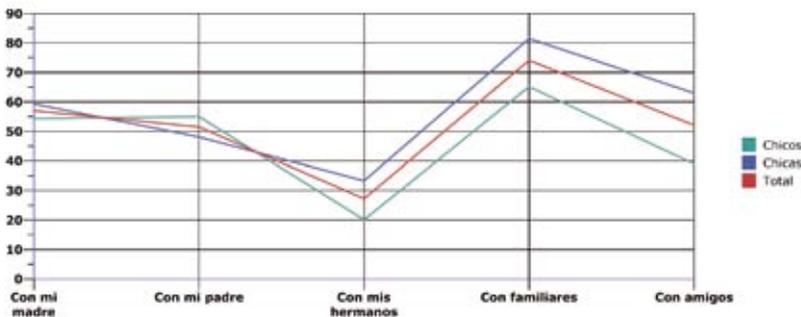
de los andaluces y el 26% de los españoles afirmaron usar el móvil para hablar con sus hermanos.

Poseer teléfono móvil o utilizar uno que no es propio aporta en el estudio andaluz diferencias sobre la intensidad de la comunicación con diversos interlocutores. Así, mientras que, como ya se ha visto, si el móvil propio supone hablar más con la madre (68,5%) y el padre (56,7%), si se utiliza el de otras personas, suele ser más frecuente emplearlo para comunicarse con otros familiares (64,7%) o con los amigos (55,3%), tal como puede verse en los siguientes gráficos.

**Gráfico 57. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (de 6 a 9 años con móvil propio, por sexo).**



**Gráfico 58. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (de 6 a 9 años sin móvil propio, por sexo).**



La segunda característica común de la Generación Interactiva andaluza sobre esta pantalla es el rasgo parcamente “femenino” en la preferencia



por dicha pantalla. Ya 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 que disponen de móvil propio hablan más que sus iguales varones con la madre y con los hermanos, mientras que ellos tienden a hablar más con el padre, con el resto de familiares y con los amigos, siendo la diferencia especialmente abultada en el caso de este último interlocutor: 52,5% de ellos frente al 37,8% de ellas.

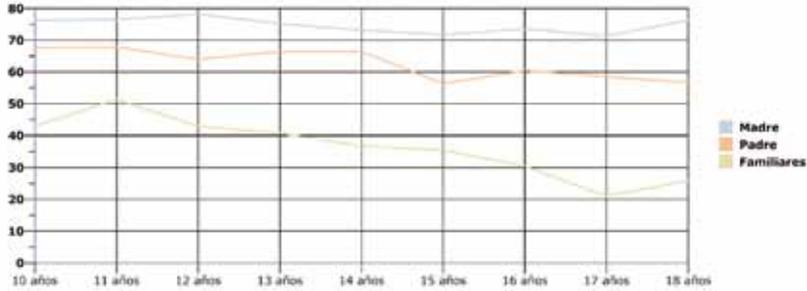
Estos datos varían si se analiza con quien hablan los menores de 9 años que no disponen de teléfono en propiedad. Entre estos, el porcentaje de varones que afirman hablar con su madre, padre, hermanos y hermanas supera al de las féminas, mientras que porcentualmente son más las niñas que afirman conversar con otros familiares y con sus amigos, tal y como se constata en el último gráfico aportado.

El uso del teléfono móvil cambia según crecen los menores ya que adquieren nuevos gustos, nuevas prioridades y más autonomía. Sobre esta pantalla, en Andalucía, al igual que sucede en el resto del Estado, 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 siguiente gráfico los amigos constituyen el primer grupo de interlocutores frecuentes (76%), e irrumpe también con fuerza una nueva categoría: el novio o la novia es objetivo habitual de llamadas o mensajes para casi un tercio de esta generación, porcentaje superior en este caso a la media nacional. Ambos interlocutores son más frecuentes, conforme aumenta la edad de los adolescentes entrevistados.

Por el contrario, en términos generales, se puede afirmar que a medida que estos jóvenes cumplen años, la frecuencia con la que hablan con sus progenitores y familiares sufre un descenso que afecta, en menor medida, a la madre, y en mayor grado a la comunicación con el padre y, sobre todo, con el resto de familiares, como puede apreciarse en el siguiente gráfico.



Gráfico 59. Interlocutores en el uso del teléfono móvil (por edad).



Al contrario de lo que sucedía en el estudio nacional, donde las chicas eran las que hablaban con mayor frecuencia con los seis interlocutores analizados en esta encuesta, en la investigación andaluza, el porcentaje de varones que habla con algunos interlocutores supera al de las féminas. Por ejemplo, son más los chicos que se comunican por el móvil con el padre, con los hermanos y con las novias, como puede constatarse en el siguiente gráfico.

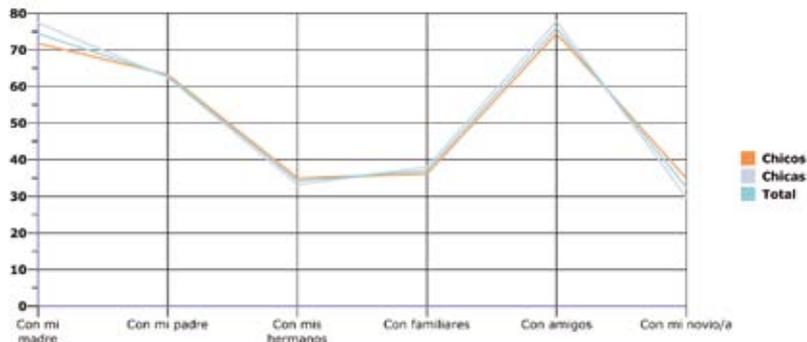
Por el contrario, el caso del grupo amigos el porcentaje de chicas, 77,8%, es mayor que el de los chicos que hablan con sus iguales, 74,5%. Ambos porcentajes están considerablemente por debajo de los obtenidos sobre esta misma cuestión en el estudio nacional, donde un 81% de las españolas, y un 77% de los españoles afirmaron hablar con sus amigos a través de este dispositivo. Los datos aportados en el siguiente gráfico permiten afirmar que, aunque la variable género introduce algunas diferencias en la prioridad otorgada a diversos interlocutores, la variación entre ambos sexos no es elevada en ningún caso, ya que la oscilación, no supera en ninguna de las opciones el 6%.



## 5 / Teléfono móvil

122

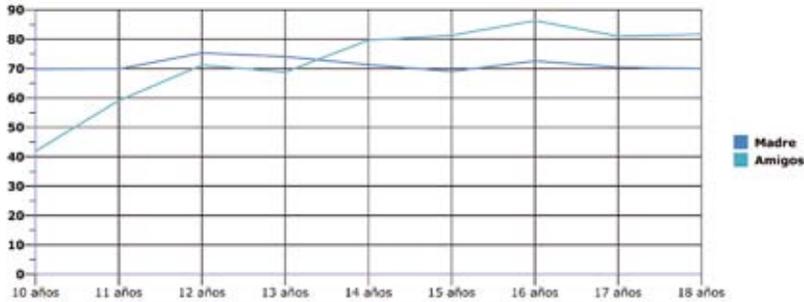
Gráfico 60. Interlocutores en el uso del teléfono móvil (de 10 a 18 años, por sexo).



Si bien, cuando son pequeñas, las andaluzas 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 siguiente gráfico muestra este fenómeno y permite situar, coincidiendo con la tendencia detectada en el estudio nacional, el punto de inflexión en los 13 años. A esa edad se produce el intercambio en la prioridad “comunicación familiar” y se sustituye por la “comunicación social”. La prioridad por hablar con los amigos se mantiene hasta los 18 años, alcanzado la cota máxima de diferencia a los 16 años. A esa edad, el 86,3% de las entrevistadas afirmó hablar con sus amigos por el móvil, porcentaje que entre las que dicen hablar con su madre desciende al 72,6%. En el estudio nacional, a los 18 años, hay una coincidencia en el número de chicas que afirman hablar con su madre y con sus amigos. Esto, como se aprecia en la siguiente gráfica, no sucede en Andalucía, donde sigue siendo superior el porcentaje de chicas que hablan con sus amigos por el móvil a esa edad.



**Gráfico 61. Comparativa de comunicación con la madre y los amigos (chicos, por edad).**



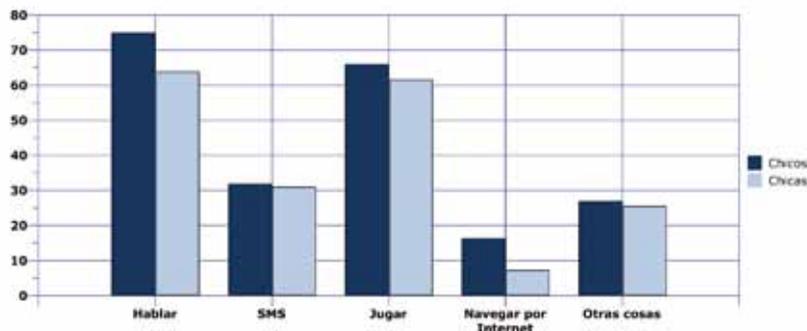
### 5.3. USOS DEL MÓVIL

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 andaluces de 6 a 9 años. Para ellos el teléfono móvil se configura, de forma principal (69,5%), como una herramienta para hablar, porcentaje por debajo de la media nacional situada, en esta cuestión, en un 72,5%. La segunda utilidad que estos niños que disponen de un móvil propio otorgan al móvil es la plataforma de juego. Un 63,6% de los menores andaluces y un 61% de los españoles suscribieron que lo emplean con una finalidad lúdica. Si en el estudio nacional el porcentaje de chicos que lo usan para jugar es significativamente superior a la de las niñas, en Andalucía, la diferencia es menor. Si a nivel nacional el 65% de niños, frente al 57% de niñas utilizan el móvil con esta finalidad, en Andalucía, lo emplean el 66% de los varones y sólo el 61,6% de las féminas.

Por el contrario, en la tercera utilidad que los niños andaluces otorgan al móvil, instrumento para enviar SMS, el porcentaje de niñas es casi idéntico al de niños: 31,1% frente al 31,9%. Por último, es interesante destacar que la navegación a través de móvil entre los menores andaluces es una práctica significativamente más habitual entre los varones, entre quienes tiene más del doble de penetración que entre las féminas: 16,3% frente al 7,3%.



Gráfico 62. Usos del teléfono móvil (de 6 a 9 años con móvil propio).



El crecimiento en edad de la Generación Interactiva andaluza, al igual que sucedía con la española, 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:

- **Comunicación.** Es la función principal para la mayoría de los adolescentes entrevistados. Un 93,2% de los andaluces y un 94% de los españoles reconoce utilizarlo para llamar o recibir llamadas. Un 79,1% de los residentes en Andalucía y un 80% de los que viven en el resto del Estado, suele enviar mensajes de texto, siendo considerablemente inferior el porcentaje de quienes afirman usar el móvil para chatear: 5,9% de los primeros y un 6% de los segundos.
- Al igual que sucedía en el resto de España, salvo en el uso de chat, las chicas realizan un uso más intensivo de este aparato. Sin diferencia de género, el aumento de la edad de los adolescentes conlleva una frecuencia mayor en el uso del móvil para enviar SMS. Si a los 10 años el 44,2% de los varones afirmaban darle esta utilidad, son el 81,9% de los que tienen 18 años quienes lo suscriben. Entre las chicas, más precoces en otorgar al móvil esta finalidad, a los 10 años ya son el 60% las que afirman emplear la pantalla con este objetivo, siendo a los 18 años el 94,6%.
- **Contenidos.** En este punto el teléfono móvil se define como soporte de contenidos y no como herramienta comunicativa. Un 68,7% de los



menores andaluces que tienen móvil en propiedad lo utilizan para escuchar música, porcentaje superior a la media nacional situada para esta cuestión en el 64%. Al contrario de lo que sucedía en el resto de España, donde el género no marcaba diferencias en esta cuestión en Andalucía, el porcentaje de chicas que lo usa con esta finalidad (73,3%) supera en casi 10 puntos al de los chicos (64,7%). Además, entorno al 50% de los jóvenes andaluces y españoles también aprovechan el móvil para ver fotos y vídeos. En menor medida, un 8% de los menores encuestados en ambas investigaciones lo usa para navegar por Internet y entorno a un 7% lo aprovecha para ver la televisión, 6,4% en el caso de los andaluces para ser exactos. Por último, el 12% de los españoles y el 10,6% de los andaluces lo aprovecha para realizar descargas de fotos, juegos, fondos, tonos, etc.

- Si se analizan estos datos bajo el prisma género, es interesante destacar que el doble de chicos (10,4%) que de chicas (5,5%) lo emplean para navegar por la Red y para ver televisión: 8,5% de varones, frente al 4,1% de las féminas. En lo que a descargas de juegos, tonos y fotos respecta, también es más habitual este uso del móvil entre ellos, aunque la diferencia porcentual es inferior: 12,5% frente al 8,5%. En el resto de usos recogidos bajo la dimensión “contenidos”, el número de féminas supera al de los varones. Por último, si analizamos los diferentes tramos anuales de los adolescentes, se constata una correlación inversa entre la edad de los menores y el uso que hacen del móvil para descargarse tonos: a mayor edad, menor uso. Si entre los que tiene 10 años el 20,4% afirmaba usarlo con esa finalidad, sólo un 4,1% de los que tienen 18 años lo respalda.
- **Ocio.** Siguiendo una actividad incoada ya desde temprana edad, el 44,6% de los andaluces y el 44% de los españoles sigue aprovechando su teléfono móvil para jugar. En este sentido, dicha actividad es más frecuente entre los chicos (47,2%) que entre las chicas (41,6%) y pierde peso en ambos géneros conforme se incrementa la edad, siendo más abultado el descenso entre las chicas. Si a los 11 años, el 51,6% de los encuestados afirman utilizarlos para jugar, el porcentaje de suscripción decae hasta el 30,9% entre los que tienen 18 años.
- **Creación.** La constante innovación tecnológica permite dotar a los teléfonos móviles de un mayor número de accesorios. De entre todas las



## 5 / Teléfono móvil

126

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

novedades, la que más aprovechamiento tiene entre la Generación Interactiva es la posibilidad de realizar fotos (73,7% de los andaluces y el 71% de los españoles) o grabar vídeos (58,9% de los primeros frente al 57% de los segundos). En términos generales en la Comunidad andaluza, las chicas (79%) tienen mayor tendencia a tomar instantáneas con el teléfono móvil que los chicos (68,9%), mientras que en el caso de la realización de vídeos la diferencia porcentual en función del sexo, supera por unas décimas los 4 puntos. Por edades, los que tienen 14 y 15 años son los que con mayor frecuencia usan su móvil para hacer fotos (78,5% en ambos tramos anuales), mientras que son los que tienen 15 años los más partidarios de usarlo para grabar vídeos (65,3%).

- **Organización.** Por último, el teléfono móvil sirve como reloj o despertador para seis de cada diez menores españoles y para el 60,9% de los andaluces. Un 45,4% de este último grupo afirma utilizarlo como agenda electrónica, porcentaje unas décimas por encima del 45% marcado por la media nacional al respecto. Un 45,1% afirma usarlo como calculadora en la Comunidad andaluza. En todos los usos encuadrados bajo la función “organización”, las chicas aparecen a la cabeza, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico, dándose la diferencia más abultada en el uso del móvil como despertador: el 65,4% de las féminas, frente al 56,9% de los varones. Por último, es interesante destacar que el uso del móvil como reloj y como agenda gana frecuencia de uso conforme los adolescentes crecen. Si un 49,5% y un 38,7% de los que tienen 10 años afirmaron darles ambas utilidades respectivamente, entre los que tiene 18 años, un 61,9% afirma utilizarlo como reloj y un 47,4% como agenda.

Gráfico 63. Usos del teléfono móvil (de 10 a 18 años).





Gráfico 64. Usos del teléfono móvil (de 10 a 18 años, por sexo).



#### 5.4. 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 provoca que sea una pantalla difícil de apagar. En este sentido, la investigación realizada ha interrogado a los adolescentes andaluces sobre esta posibilidad, ofreciendo diversas situaciones en las cuales es posible que el teléfono móvil permanezca apagado. El siguiente gráfico nos muestra los porcentajes de respuesta a cada una de ellas y su comparativa con los datos obtenidos en el estudio realizado a nivel nacional.

De forma global, la escuela se define como el lugar más prohibitivo en el uso del teléfono móvil en ambos estudios, siendo unas décimas inferior el porcentaje de adolescentes españoles que lo apaga (51%), frente al de los andaluces que adopta esta práctica (51,3%). Aún así, un 49% de los primeros y el 48,7% de los segundos mantienen la pantalla encendida durante la jornada escolar. Un 27,4% de los andaluces afirma apagar el teléfono móvil cuando está estudiando, siendo una dinámica habitual en una cuarta parte de los menores nacionales. Al mismo tiempo, tan sólo un 30% de los españoles duerme con la pequeña pantalla apagada, porcentaje superior en el caso de los andaluces, entre los que un 32,4% de ellos lo apaga cuando se va a dormir. Por último, ambos estudios constatan también que los momentos familiares no son impedimento para utilizar el teléfono móvil. Sólo un 10% de los nacionales y un 12,9% de los andaluces afirman apagarlo cuando están en familia. Estos datos,



## 5 / Teléfono móvil

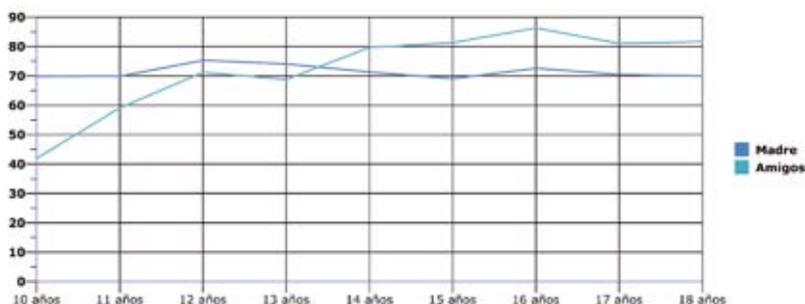
128

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

comparados con los que aludían al uso del móvil en los centros escolares parecen indicar 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.

En definitiva, todos los datos aportados hasta el momento corroboran que los adolescentes andaluces son más partidarios que los españoles a la hora de apagar sus dispositivos móviles en todas las situaciones analizadas. Por último, en relación a sus colegas iberoamericanos, los menores residentes en esta región de España apagan el dispositivo móvil también con mayor frecuencia en todos los supuestos analizados, tal como puede verse en el siguiente gráfico.

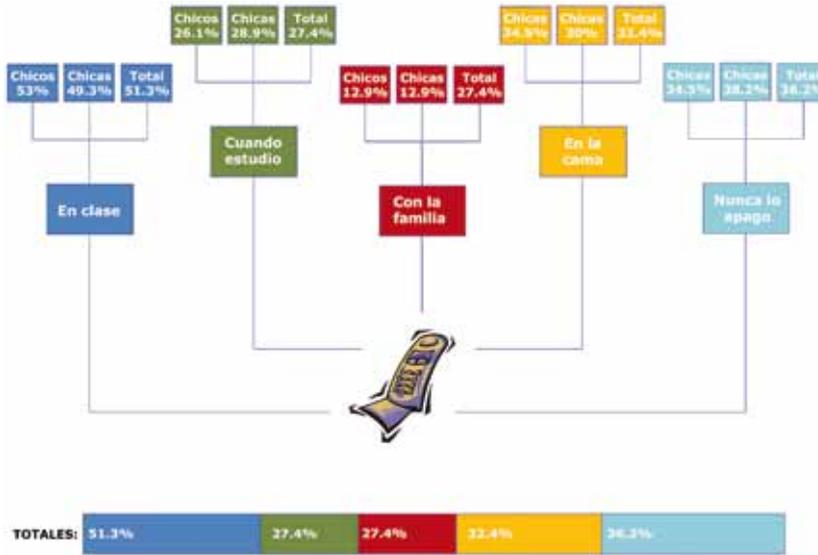
**Gráfico 65. Comparativa de comunicación con la madre y los amigos (de 10 a 18 años, por edad).**



El criterio sobre la utilización o disponibilidad del teléfono móvil entre los adolescentes andaluces también ofrece algunas diferencias según sea el sexo de los usuarios. Si en el estudio nacional los chicos manifestaron apagar con mayor frecuencia el móvil cuando están en clase, en los momentos familiares, cuando estudian o cuando están durmiendo, en el caso de Andalucía el porcentaje de chicos que lo desconectan supera a las chicas sólo en las clases y cuando duermen. En familia, el porcentaje de quienes los apagan es idéntico en ambos sexos: 12,9%. Ellas son más partidarias que ellos de desconectar esta pantalla cuando están durmiendo, aunque tal y como se constata en el siguiente gráfico, la diferencia no es abultada.



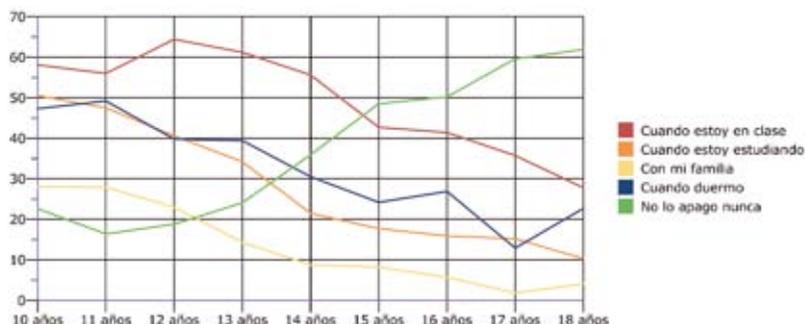
Gráfico 66. Momentos en que el móvil está apagado (de 10 a 18 años, por sexo).



Junto a esto, la edad también se correlaciona de forma directa con la frecuencia con la que los adolescentes apagan sus aparatos móviles. En todos los casos analizados, a medida que pasan los años, sobre todo a partir de que cumplen 13, el porcentaje de adolescentes que afirma apagarlo, en términos generales, desciende en todas las situaciones, tal y como se constata en el siguiente gráfico. En dos de los cuatro posibles supuestos analizados en los que pueden apagar estos dispositivos “cuando duermo” y “cuando estoy en familia”, se produce un repunte porcentual abultado cuando cumplen los 18 años, en comparación con los datos aportados por los adolescentes de 17 años, como queda patente en la gráfica. De hecho, el 59,6% de los adolescentes andaluces que tienen 17 suscribió la afirmación “no lo apago nunca”, consiguiendo con este porcentaje la cota máxima en esta opción.



Gráfico 67. “Apago el móvil cuando...” (por edad).



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, un 39,7% de los andaluces y un 38% de los españoles responden 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”. El 45,2% de los andaluces y el 48% de los españoles suscribieron esta afirmación.

Por sexos, podemos concluir que este tipo de comunicación permanente durante las 24 del día, al igual que sucedía a nivel nacional es más propensa entre las chicas. Si el 41,7% de los chicos afirmaron que nunca reciben SMS o llamadas cuando están en la cama, el 37,4% de las chicas suscribió dicha frase. Por el contrario, el porcentaje de chicas que afirma recibir comunicaciones durante la noche “algunos días” (45,3%) y “casi toso los días” (11,3%) supera al de los chicos, 45% y 7,7% respectivamente.

En lo relativo a la edad, la “comunicación nocturna” vía teléfono móvil entre los andaluces que afirman recibir mensajes o llamadas “algunos días” se intensifica de manera proporcional a la edad en ambos sexos, siendo el crecimiento más abultado entre las féminas. Si un 16% de las chicas suscribía esta afirmación a los 10 años, el porcentaje de quienes la respaldan a los 18 asciende al 59,5%. En el caso de los chicos el 37,2% de los de 10 años hacía suya esta afirmación, siendo casi 20 puntos porcentuales más quienes la suscribían a los 18 años, el 56,7%. Por último, es interesante destacar que más de un 10% de los chicos andaluces de



15 años, y de las chicas de 14 años afirman recibir mensajes o llamadas nocturnas todos los días.

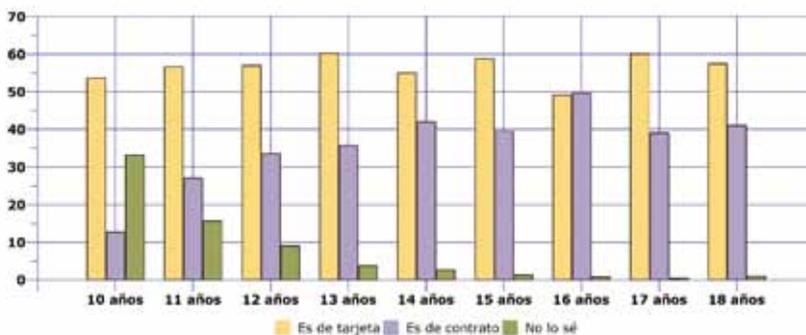
### 5.5. EL GASTO EN TELÉFONO MÓVIL

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 sobre el tipo de pago –contrato o tarjeta– que tienen aquellos menores que disponen de teléfono móvil.

Salvo para un 5,7% de los andaluces y para un 5% de los españoles que dicen desconocer el medio de pago instalado en su móvil –lógicamente son los usuarios de corta edad los que predominan entre quienes dieron esta respuesta como se aprecia en el siguiente gráfico– la situación más frecuente entre la Generación Interactiva española y andaluza es disponer de una tarjeta prepago. El 56,7% de los andaluces y el 59% de los españoles dicen tener este sistema de pago instalado en sus dispositivos móviles. En la Comunidad andaluza, el porcentaje de chicos que utilizan este sistema de pago supera en unas décimas al de las chicas: 57,1% frente al 56,4%.

La edad sí que aporta matices y, como es lógico, en Andalucía, al igual que sucedía en el conjunto de España, pasar de tarjeta a contrato es cuestión de tiempo, tal como puede verse en el siguiente gráfico.

**Gráfico 68. Medio de pago del teléfono móvil (por edad).**

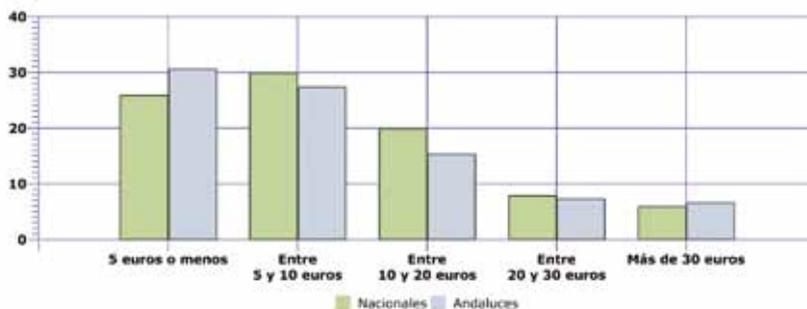




La encuesta realizada interroga sobre el gasto mensual en cinco intervalos, tal como se muestra a continuación. En términos generales, la Generación Interactiva utiliza el teléfono móvil de forma intensiva con independencia del conocimiento sobre el coste de tal actividad. Una primera cuestión interesante es averiguar si existe conciencia sobre el gasto mensual. En este sentido, el resultado global para esta cuestión, tanto en Andalucía, como en el conjunto de Estado, es bajo y sólo un 10% en el primer caso y uno de cada nueve menores en el segundo, afirma no conocer cuanto gasta mensualmente por el uso de su móvil. Recordemos que esta cifra ascendía al 32% en el caso de Iberoamérica.

En Andalucía, como puede apreciarse en el siguiente gráfico, al igual que sucede en el resto de España, la respuesta afirmativa a los diversos intervalos de gasto propuestos en la encuesta es mayoritaria en situaciones de consumo muy bajo o bajo. Un 15,4% de los andaluces y un 20% de los nacionales se sitúan en un intervalo medio y un 14,4% de los andaluces sobrepasa el gasto medio y se sitúa en valores altos, o muy altos, unas décimas por encima del estudio nacional donde un 14% de los encuestados se ubicó en estos tramos de gasto máximo.

**Gráfico 69. Gasto en el telefonía móvil.**



Al igual que sucedía a nivel nacional, donde tanto las chicas, como los chicos, mantienen la misma percepción sobre si saben o no la cuantía mensual de gasto, en el caso andaluz tampoco se detectan diferencias significativas sobre esta cuestión: 6,3% de varones frente al 7,2% de féminas, no lo tienen identificado.

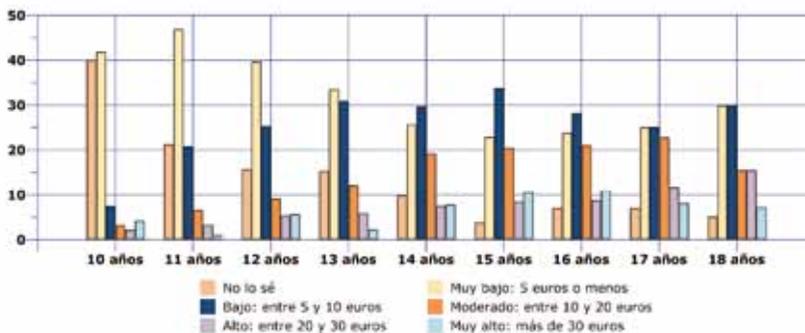


A continuación, describimos otras peculiaridades que se aprecian en función del sexo. Al igual que sucedía en el resto de España, en Andalucía, los chicos predominan en el intervalo “muy bajo” (33,3% chicos frente al 27,8% chicas), superando a las chicas en un gasto mensual por debajo de los 5 €. En el intervalo siguiente –entre 5 y 10 €– encontramos casi paridad de gasto en ambos estudios con sólo una décima de diferencia entre ambos sexos. A partir de esta cantidad, son las chicas las que más gastan a nivel nacional y en Andalucía, hasta alcanzar otra vez una cifra similar de gasto en ambos sexos en el intervalo más extremo –más de 30 €. En esta región el 6,3% de los chicos y el 7,2% de las chicas se incluyeron en esta categoría.

En función de la edad, crece la conciencia del gasto que conlleva disfrutar de un móvil. Si el porcentaje de quienes no saben cuánto gastan en el uso de este aparato supera el 15% siempre hasta los 13 años, llegando incluso a suponer el 40,9% entre los que tienen 10 años, a partir de los 14 años, desciende, alcanzando a los 15 años la cota mínima de refrendo a esta opción: 3,8%.

Según la edad, en Andalucía, la percepción del gasto mensual se manifiesta decreciente en el caso de que sea muy bajo, y aumenta en todas las otras posibilidades, principalmente en las que el gasto es superior a 10 euros. En definitiva, a la luz de este resultado, la Generación Interactiva adopta el móvil de forma precoz y su gasto también lo hace según pasa el tiempo, tal como podemos ver en el siguiente gráfico.

**Gráfico 70. Gasto mensual en telefonía móvil (por edad).**





### 5.5.1. Fuentes 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 disociado 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 73,3% de los menores andaluces y en el 74% de los nacionales. Aquí es interesante la comparación con sus colegas iberoamericanos ya que, en este caso, se manifiestan más autónomos en las consecuencias económicas que se derivan del uso del teléfono móvil ya que sólo el 63% afirmó que sus padres financiaban el consumo de su móvil.

Asumir el gasto derivado del teléfono móvil es un asunto claramente relacionado con la edad, tal y como se constata de los datos obtenidos de los dos estudios realizados. En Andalucía, el porcentaje de adolescentes que afirman financiarse su propio móvil crece de forma constante, con una única excepción, desde los 13 años, edad a la que un 19,5% de los menores afirman cubrir ellos mismo ese gasto, hasta alcanzar el 50,5% de los que tienen 18. Sorprende que el 24,7% de los que tienen 10 años suscriba esta afirmación. En coherencia con los descrito hasta el momento, la cobertura de este gasto por parte de los padres desciende en términos generales conforme los adolescentes van cumpliendo años: el 75,4% de los que tienen 11 años; el 72,4% de los que tienen 15; el 74,3% de los que tiene 16; hasta llegar al 48,5% de los que tienen 18 años. Con una única excepción: a los 10 años un 67,7% de los que tienen esa edad afirmó que eran sus progenitores los que le costeaban el gasto.

Por otro lado, coincidiendo con la tendencia detectada a nivel nacional, 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. Si el 27,3% de los varones andaluces afirma costearse él mismo este dispositivo, el porcentaje de niñas que suscriben esta afirmación se reduce al 19,8%. A nivel nacional la diferencia porcentual por sexos existe, pero es algo menos abultada: 26% de chicos frente al 20% de chicas. Un ejemplo que refrenda la autonomía masculina más temprana en este aspecto es que a los 12 años, sólo el 13,3% de las féminas andaluzas afirmó costearse su móvil, porcentaje que se duplica en el caso de los chicos: 26,9%.



## 5.6. MEDIACIÓN EDUCATIVA

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.

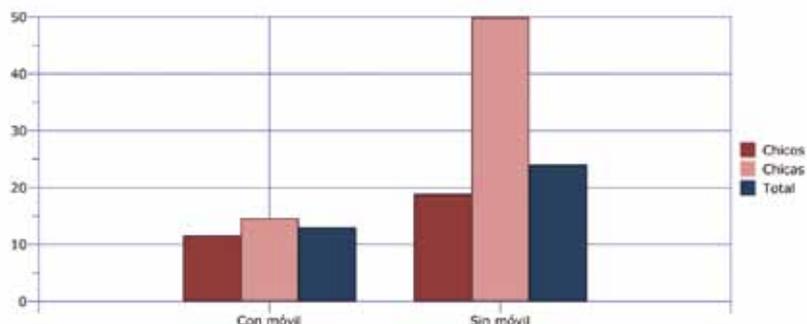
En el primer caso, a la luz de los resultados, podemos afirmar que existe muy poca correspondencia entre el uso intensivo del teléfono móvil y la existencia de conflictos familiares. De entre todos los menores que poseen en propiedad esta pantalla, tan solo el 13% de los andaluces y el 14% de los españoles reconocen la existencia de conflictos con sus padres derivados de esta actividad.

En función de la edad, el estudio nacional constata que los conflictos entre padres e hijos se acentúan entre los 12 y los 17 años siendo algo más intensos en el caso de las chicas. En el caso de Andalucía, entre quienes cuentan con móvil propio, el 16,4% de los que tienen 14 años y el 18,1% de los que tienen 15 son quienes aglutinan un mayor porcentaje de menores que afirman discutir por esta cuestión con sus progenitores.

Por último, es interesante destacar que son más las chicas que los chicos las que, a partir de los trece años en todos los tramos anuales analizados quienes discuten con sus padres con mayor frecuencia.



Gráfico 71. Discusiones por el uso del teléfono móvil (de 10 a 18 años, por sexo).



En caso de que exista, el principal motivo de discusión se centra en gasto que implica el teléfono móvil. Así lo reconoce el 66,7% de los adolescentes andaluces que poseen móvil en propiedad, porcentaje inferior al obtenido en el estudio nacional, donde un 63% de los menores afirmó discutir por esta causa. 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 en ambos estudios el tiempo de uso del móvil. Un 45,7% admitieron discutir con sus padres por esta razón. En tercer lugar, el momento del día para su uso es causa de disputa para el 20,9% de los andaluces.

Al igual que sucedía en el conjunto de España, las chicas andaluzas mantienen una mayor frecuencia de discusión por el gasto, pero no coinciden con las españolas en ser también las que más discuten con sus progenitores por los otros dos motivos analizados, como sucedía en el conjunto del Estado. La diferencia por géneros entre quienes se enfrentan con sus padres por el tiempo de uso (46,7% ellos frente al 44,9% ellas) y por el momento del uso (23,8% ellos frente al 18,4% ellas) no es elevada, siendo más abultada entre quienes reconocen discutir por el gasto que generan con esta pantalla: 62,3% ellos frente al 70,6% ellas.

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 13 años, alcanzando cota máxima a esta edad y a los 17 años, donde el 81% de los adolescentes andaluces afirmó discutir con sus progenitores por ello. Analizando estos mismo datos bajo la variable sexo,



sorprende que el gasto del móvil sea razón reconocida de conflicto para el 100% de las chicas, de 10 y 11 años, mientras que menos de un 43% de los chicos de ese tramo anual, lo afirman. Es interesante también destacar que, sin embargo, a los 18 años, el doble casi el doble de varones, (100%) que de féminas (57,1%) afirman tener disputas por este motivo. El momento de emplearlo sigue una pauta contraria y es el centro de conflicto más habitual en usuarios de corta edad. El 33,3% de los que tienen 10 años afirmó discutir por el momento de uso convirtiéndose este porcentaje en la cota de refrendo máximo en esta causa. En lo que al tiempo de uso respecta, la evolución con respecto a la edad varía según el género. Mientras que este motivo de discusión tiende a descender con el paso de los años entre las chicas, entre los chicos, en términos generales, aumenta.

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 se escapa de convertirse en moneda de cambio al afirmar el 89,4% de los andaluces con móvil propio que nunca sus padres les premian o castigan en relación al teléfono móvil, porcentaje algo por debajo de la media nacional donde nueve de cada diez menores suscribieron esta afirmación.

Cuando el móvil es utilizado como moneda de cambio con los adolescentes que poseen uno en propiedad, es más frecuente el uso de esta táctica durante el tramo comprendido entre los 13 y los 15 años y algo más marcada entre las chicas que entre los chicos: 11,5%, frente al 9,8%, entre los andaluces. En coherencia con esta tendencia, encontramos que el 18,4% de las chicas andaluzas de 14 años afirman que sus padres sí les castigan o les premian con él móvil.

## 5.7. VALORACIONES Y ACTITUDES

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.

Tal y como se constató el hablar de la preferencia de los adolescentes por el móvil o Internet, el 58,8% de los chicos y el 55,1% de las chicas anda-



luzas se decantan por Internet, mientras que el 26,6% de los varones y el 27,5% de las féminas prefieren el móvil.

### 5.7.1. Móvil Y Televisión

Cuando se enfrenta el móvil con la televisión, un 60,1% de los andaluces y un 50,6% de las andaluzas prefieren la televisión, en contra de lo que afirman el 28,5% de los varones y el 36,8% de las féminas que, del binomio, eligen el móvil. Como se constata con los datos aportados en este caso, al igual que sucedía en la pareja anterior, el móvil sigue siendo preferente con mayor frecuencia también entre las chicas. Sin desglosar los datos por géneros, un 55,7% de los andaluces prefieren Internet, mientras que el 32,3% eligen el móvil.

La edad marca una correlación clara en la prioridad manifestada por los adolescentes: cuando mayor es la edad, mayor es la preferencia por el móvil y menor el porcentaje de los que optan por la televisión. En el caso de las chicas andaluzas, la elección por móvil supera a la televisión a los 14 años (un 52,4% móvil frente al 43,5% televisión), mientras que entre los chicos, esto no sucede en ninguno de los tramos anuales analizados.

### 5.7.2. Móviles y mp3/mp4/iPod

Ante el par móvil-mp3/mp4/iPod, las preferencias de los adolescentes andaluces se inclinan de nuevo a favor de los dispositivos musicales: un 51,3% frente al 38,9%. La diferencia porcentual entre ambos aparatos es mayor que la manifestada por los adolescentes en el conjunto del Estado, donde el 49% de ellos afirma preferir mp3/mp4/iPod, frente al 40,5% que opta por el móvil.

Las diferencias por sexo, al igual que sucedía en el estudio nacional se repiten aquí. Mientras que los chicos están claramente a favor del mp3: 52,6% de los andaluces y el 52% de los españoles, las chicas muestran valores algo más ajustados: 49,9% de las andaluzas y el 44% entre las españolas. En ambos estudios las chicas prefieren el móvil, siendo la preferencia por esta pantalla menor entre las andaluzas: 41% frente al 46% de las españolas.



La variable edad añade sensibilidad al fenómeno móvil. En el estudio nacional, a partir de los 16 años, los chicos prefieren este aparato, cosa que entre las chicas sucede desde los 14. La prioridad por esta pantalla entre los adolescentes andaluces se produce exactamente a esa misma edad en ambos géneros. El porcentaje de chicos que la eligen supera al de quienes apuestan por el mp3 a los 16 años (52,4% móvil, frente al 41,9% mp3). En el caso de las chicas, este fenómeno se produce a los 14 años, edad a la que el 56% se queda con el móvil y el 39,9% con el dispositivo musical.

### 5.7.3. Móviles-videojuegos

El binomio móviles-videojuegos arroja en el estudio nacional un resultado muy ajustado: el 45% prefieren el móvil, frente al 44,5% que opta por los videojuegos. En la investigación realizada en Andalucía la diferencia porcentual es superior: 42,2% eligen el móvil, frente al 47,5% que optan por los videojuegos.

En este caso, en ambos estudios, es la variable sexo, la que define las diferencias más significativas por la preferencia, tal y como se constata en los siguientes gráficos. En Andalucía, el 61,9% de los varones se inclinan por los videojuegos, mientras que algo menos de la mitad, el 30,7% de las féminas los prefieren frente al móvil. Los chicos de esta Comunidad, al igual que sucedía con los españoles, prefieren, en todos los tramos anuales, los videojuegos frente al móvil. Las chicas de 10 a 13 años también lo hacen, pero a partir de los 14 la opción por el móvil es masiva entre ellas, alcanzado a los 17 años el 98,6%, frente al 4,5% que apuesta por los videojuegos.



## 5 / Teléfono móvil

140

Gráfico 72. Videojuegos vs. Móvil (chicos, por edad).

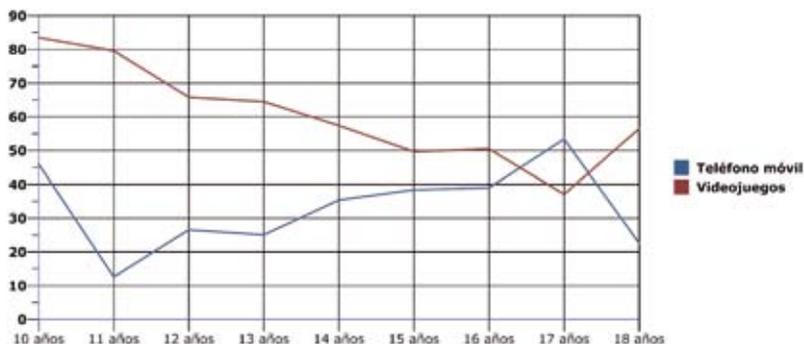
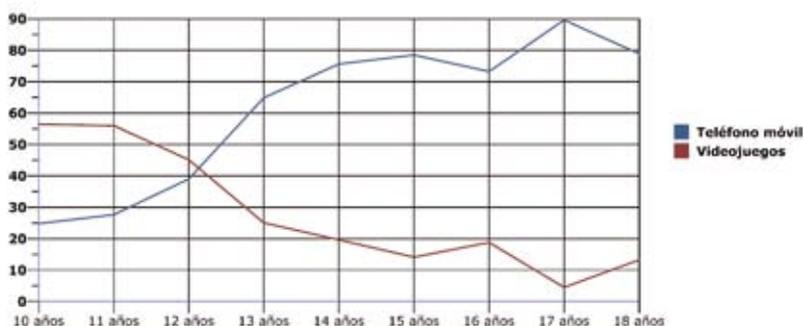


Gráfico 73. Videojuegos vs. Móvil (chicas, por edad).



Para finalizar este apartado, es interesante mencionar que las preferencias de los jóvenes andaluces, y de los españoles por cada uno de estos binomios analizados se diferencian de las manifestadas por los menores iberoamericanos en la encuesta realizada entre 2007 y 2008. En el caso de los iberoamericanos, el móvil es la pantalla elegida en todas las parejas, manteniendo el pulso con la televisión.

### 5.7.4. 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.

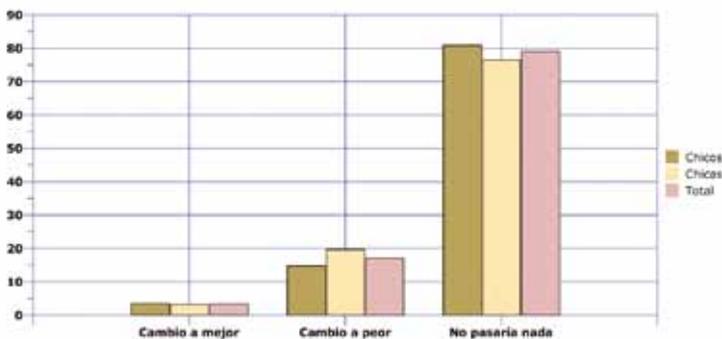


Al hacerles valorar a los adolescentes que tienen un dispositivo en propiedad, qué pasaría si se quedaran dos semanas sin móvil, el 79,3% de los andaluces y el 79% de los españoles creen que no pasaría nada. El 17,2% de los andaluces considera que su vida cambiaría a peor, porcentaje inferior a la media nacional situada en esta cuestión en el 18%. Sólo un porcentaje mínimo de ellos, el 3,5% de los andaluces y el 3% de los españoles, opina que su vida mejoraría. Esta última respuesta puede guardar relación con que este grupo de edad no tiene una referencia propia de que significa vivir sin móvil, por que les puede resultar muy difícil imaginar una vida sin él.

Que más de 3 menores de cada 4 opine que no cambiaría nada, permite pensar también 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.

El análisis de las respuestas por sexo muestra algunas diferencias interesantes en ambos estudios, coherentes con el mayor uso y preferencia femenina de esta pantalla. Las chicas parecen más preocupadas por los posibles efectos perniciosos que puede tener en su vida prescindir del móvil dos semanas, tal y como se constata en el siguiente gráfico. Los chicos se muestran más despegados de esta pantalla. De hecho si el 19,8% de las féminas cree que dos semanas sin móvil cambiaría su vida a peor, el porcentaje de varones que respalda esta afirmación desciende al 14,9%.

**Gráfico 74. “Si me quedara dos semanas sin móvil...” (por sexo y con móvil propio).**





Junto con el sexo, la edad parece otra variable determinante. En el caso de las chicas andaluzas propietarias de un móvil, más del 20% de ellas consideran, a partir de los 13 años, que dos semanas sin móvil cambiaría su vida a peor, alcanzando esta afirmación la cota máxima de respaldo entre las féminas de 15 años, edad a la que un 30,5% suscribió esta afirmación. A partir de esa edad, los porcentajes de respaldo a esta afirmación vuelven a descender, volviendo a ser inferiores al 20% sólo entre las de 18 años. En el caso de los chicos, la dependencia, como ya se ha dicho es mucho menor y alcanza su cota máxima a los 14 años, aunque en un porcentaje significativamente inferior: 22,3% de los que tiene esa edad afirmó que dos semanas sin la pantalla cambiaría su vida a peor.

### 5.7.5. 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 activos y pasivos.

**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 jugado un papel fundamental, ya que dado su carácter personal, es la pantalla que siempre les acompaña y se constituye en parte fundamental en este tipo de conductas.

**Acoso:** el 6,4% de los adolescentes andaluces de 10 a 18 años que poseen un móvil declara que “alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o video a través del móvil”, porcentaje similar al de sus iguales nacionales, entre los que un 7% suscribió esta afirmación. Al igual que sucedía en el conjunto del estado, el porcentaje es mayor en el caso de los chicos (6,6%) que de las chicas (6,3%), siendo la diferencia entre ambos géneros considerablemente inferior en esta Comunidad que en el resto de España donde el 8% de los varones y el 6% de las féminas admitieron haber sido víctimas de este comportamiento.

Sobre esta cuestión, también se han detectado algunas leves diferencias en función de la edad. En el estudio de Andalucía, 7,5% de los adoles-

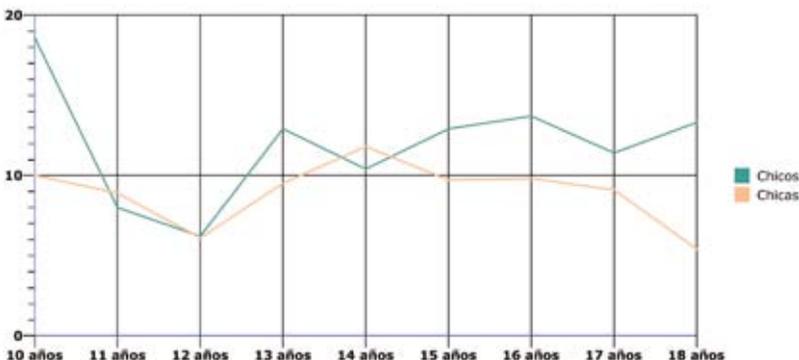


centes de 10 años y un 6,8% de los de 14 afirma haber sufrido este tipo de conducta, porcentaje similar al grupo de chicos de 18 años, entre los que un 7,2% reconoció este tipo de acciones. Sin embargo, siendo los tres casos preocupantes, parece claro que los más pequeños pueden tener menos recursos para defenderse ante estas situaciones y no salir perjudicados de ellas.

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 10,4% de los menores andaluces y el 11% de los españoles declaran haber recibido “mensajes obscenos o de personas desconocidas”. De nuevo aquí, el valor se inclina hacia el lado de los chicos (11,3% frente al 9,3%) y, en este caso, la edad sí que marca diferencias significativas, por sexos, tal y como puede constatare en el siguiente gráfico. Sirva de ejemplo el hecho de que a los 18 años, el porcentaje de chicos que suscriben haber recibido este tipo de mensajes, duplica al número de chicas; mientras que a los 10 años, si un 10% de las ellas reconoce haber sido víctima de este tipo de acciones, entre los chicos, el porcentaje asciende al 18,6%, como se constata en la siguiente gráfica.

**Gráfico 75. “Si me quedara dos semanas sin móvil...” (por sexo y sin móvil propio).**





**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 casi duplica al de los que denuncian haberlo sufrido: el 11,3% de los adolescentes andaluces afirma haber enviado mensajes, fotos o videos ofensivos contra alguien.

En el estudio nacional los chicos casi doblan a las chicas: 15% contra el 8%, mientras que la diferencia por sexos en el caso de Andalucía es todavía más abultada: 15,1% de varones, frente al 7% de féminas. En esta práctica, la edad marca una correlación descendente en ambos sexos, produciéndose antes en el caso de las chicas. Si a los 10 años el 23,3% de los chicos y el 14% de las chicas, reconocían haber utilizado el móvil para enviar fotos o mensaje ofensivos contra alguien, a los 18 años, sólo el 5,4% de las féminas admiten esta práctica, mientras que entre los varones el porcentaje a esa edad se eleva al 16,7%.

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 solo 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.

**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 ofrecen puedan originar cierta dependencia excesiva. Más de un 30% de los jóvenes reconoce “conocer a alguien que está enganchado al móvil”: 30,8% de los andaluces y el 28% de los españoles. En este caso, esta realidad también es más frecuente entre los chicos andaluces (32,6%), que entre las chicas de esta Comunidad (28,7%), siendo ambos porcentajes superiores a la media nacional, situada en esta cuestión en el 30% para los varones frente al 26% de las féminas. Es interesante remarcar que aquí no están juzgándose a sí mismos, sino pensando en su círculo próximo, en otras personas.



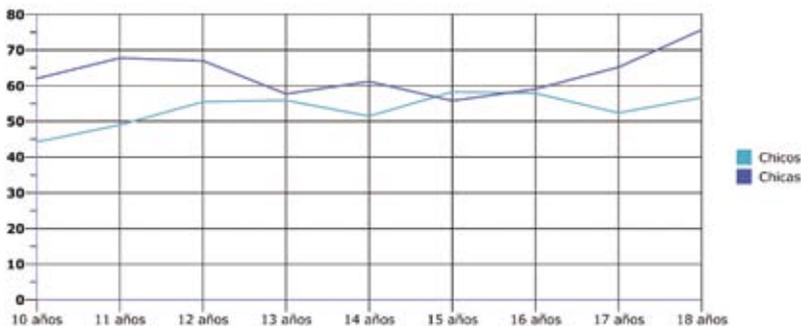
Los chicos parecen más sensibles a la hora de detectar una posible dependencia excesiva del móvil, lo que puede guardar relación con su mayor distancia respecto a esta pantalla.

### ***Ausencia de percepción de riesgo***

Tanto en el estudio nacional, como en el estudio de Andalucía, el 57,7% de los adolescentes, 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 54,1% de los chicos no ve ninguna pega a su uso, el porcentaje entre las chicas alcanza el 61,7%, datos similares a los obtenidos del estudio nacional, donde el 54% de los varones y el 63% de las féminas, no detectaban ningún handicap en el uso de esta pantalla. Como puede apreciarse en el siguiente gráfico, las chicas juzgan con más benevolencia esta pantalla y es llamativa la brecha que aparece a los 18 años: casi 20 puntos separan la valoración que chicos y chicas hacen del móvil a esta edad.

Por último, es interesante destacar que 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 negativas.

**Gráfico 76. “No estoy de acuerdo con ninguno de los posibles riesgos del móvil” (por edad y sexo).**







## 6 / Videojuegos: diversión y ocio

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 Pransky (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. 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, Nintendo 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.



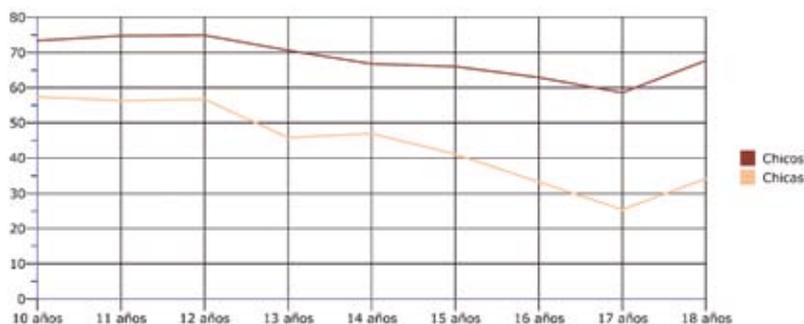
## 6.1. POSESIÓN Y USO

### 6.1.1. ¿Videojuegas?

Los videojuegos se han consolidado como una opción de entretenimiento para los menores. El hecho de que entre los niños de 6 y 9 años, el 90,5% de los andaluces y el 90% de los españoles manifiesten jugar habitualmente con videojuegos o juegos de ordenador corrobora esta afirmación. Sin embargo, el porcentaje de adolescentes (de 10, a 18 años) que afirma utilizar los videojuegos desciende de forma significativa en ambos estudios: 58,7% de los andaluces y el 61% de los nacionales.

Hay diferencias significativas en función del sexo y la edad. Entre los menores andaluces, la situación de partida, al igual que sucedía en el estudio nacional, revela que el porcentaje de chicos (93,5%) que juega es superior al de chicas (88,3%). Esta misma preferencia masculina por los videojuegos se detecta también entre los adolescentes andaluces, entre quienes un 69,2% juega con ellos, porcentaje que, al igual que sucedía en el estudio nacional, supera de forma significativa al de las féminas (46,4%). A pesar de que en ambos sexos, el aumento de edad va en detrimento de la afición por este tipo de actividad, este descenso es significativamente superior en el caso de las chicas, como se constata en el siguiente gráfico.

Gráfico 77. Jugadores de videojuegos o juegos de ordenador (por edad y sexo).



En el caso de la generación interactiva en Iberoamérica los datos difieren considerablemente, sobre todo, en el grupo de edad de 6 a 9 años,



en el que el 73% se declaró videojugador a través de alguna plataforma. Por el contrario, el porcentaje entre los adolescentes de 10 a 18 años rondaba el 67%, superando la media española y la andaluza. 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, pero conforme aumenta la edad, no sólo los porcentajes se igualan, sino que los españoles y andaluces son superados.

### 6.1.2. ¿Con qué juegos?

A esta pregunta 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.

Hay una coincidencia entre niños y adolescentes andaluces en lo que a posesión de videoconsola respecta: el 9,4% de los de 6 a 9 años y el 4,9% de los de 10 a 18 años manifiestan no disponer de ninguna. En el caso de los más pequeños, el porcentaje de los que carece de este dispositivo es menor que la media nacional situada para esta cuestión en el 10%. También es inferior el número de adolescentes andaluces que no disponen en propiedad de esta pantalla con respecto a la media nacional, situada en el 6%. Estos datos evidencian que la mayoría de los menores andaluces y españoles, tienen 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.

Si a nivel nacional, el porcentaje de niños, en la franja de edad de 6 a 9 años, que carecen de videoconsola (9%), es inferior al de las chicas que afirman no tenerla (10,5%), en Andalucía, sucede lo contrario. En esta región española el número de chicos que no disponen de ella (9,7%) está unas décimas por encima de las niñas que no tienen una en propiedad (9,2%). Sucede exactamente lo contrario en el caso de los adolescentes



## 6 / Videojuegos: diversión y ocio

150

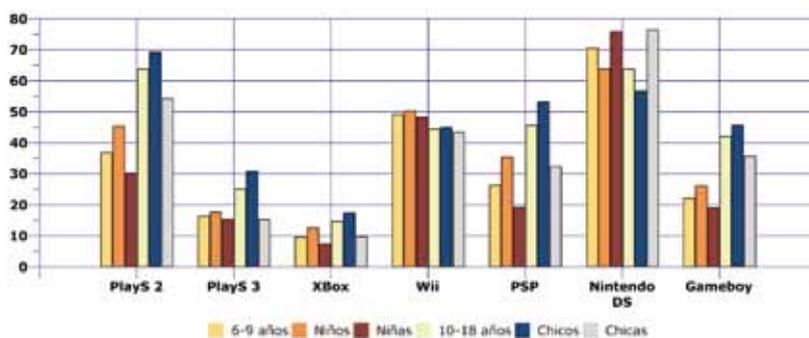
de esta Comunidad, donde el porcentaje de féminas que carecen de esta pantalla (6,6%) está más de dos puntos por encima de los menores que no la tienen: 4%.

### 6.1.3. 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 la plataforma que poseen en función de la edad. Coincidiendo con las tendencias detectadas en el estudio nacional, mientras que los más pequeños (6-9) optan por la a Nintendo DS y la Wii, los adolescentes que poseen un dispositivo prefieren la Play Station 2, la Nintendo DS y la PSP, como se constata en el siguiente gráfico. Los mayores, por su parte, disponen de más dispositivos de juego que los pequeños en todas las opciones analizadas salvo en dos excepciones: la Nintendo DS y la Wii, videojuegos ambos más habituales entre los niños, como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 78. Plataformas de juego (por grupo de edad y sexo).



El sexo es una variable que condiciona de forma significativa la elección de una u otra consola. Tal y como se evidencia en el gráfico anterior, entre los adolescentes el porcentaje de chicos que tienen en propiedad las consolas analizadas supera siempre al de las chicas, salvo en el caso de

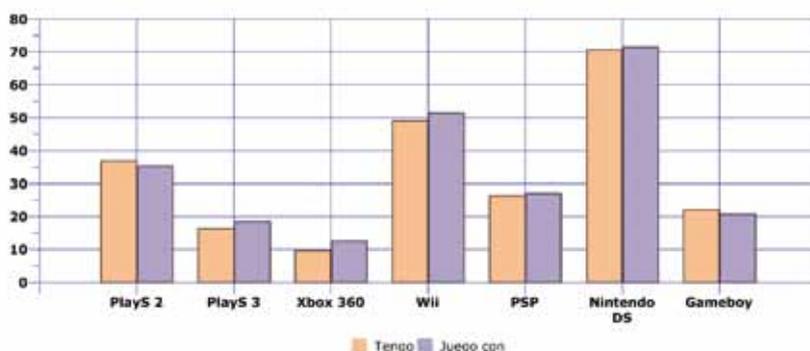


la Nintendo DS. Entre los menores de 9 años, las chicas que optan por esta consola también superan en número a los chicos que la tienen, siendo en el resto de plataformas siempre mayor el porcentaje de varones, como puede comprobarse en gráfica anterior.

Entre los videojugadores andaluces (la suma de los que tienen plataforma propia y de quienes carecen de ella y por tanto utilizan los dispositivos de amigos y familiares si quieren acceder a un dispositivo específico de juego), el ordenador, al igual que sucedía en el estudio nacional, emerge como el principal modo de videojugar, tanto entre los niños (65%) como entre los adolescentes 90,5%.

El análisis de los datos obtenidos con la pregunta “con qué plataforma juegas”, comparado con los obtenidos de “qué videoconsola tienes” evidencian que el no contar con videoconsola propia no impide el juego con ellas ya que, tal y como se consta en el siguiente gráfico, el porcentaje de niños que afirman jugar con cada una de ellas, es superior al número de niños que la tienen en propiedad, salvo en los casos de la Play2 y la Gameboy donde, por algo más de un punto porcentual, son más quienes las tienen, que quienes juegan con ellas.

**Gráfico 79. Posesión de plataformas y juego (niños, de 6 a 9 años).**



Sobre el total de jugadores andaluces, tal y como se ha mencionado antes, destaca el elevado porcentaje de los que optan por utilizar el ordenador como plataforma de juego (90,5%) marcando el sexo una leve diferencia, algo mayor a 3 puntos porcentuales entre las

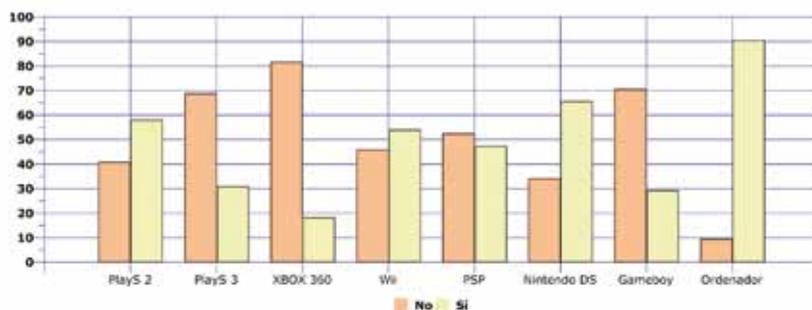


## 6 / Videjuegos: diversión y ocio

152

chicas. La Nintendo DS es la siguiente plataforma prioritaria con la que afirma jugar el 65,7% de los videojugadores de esta región, tal y como se constata en el siguiente gráfico. En este caso, el porcentaje de féminas supera de manera abultada al de varones: 82,3% frente al 56,2%. La tercera plataforma más habitual de juego entre los videojugadores andaluces es la Playstation2, que aglutina al 58,1% de los adolescentes que juegan. El porcentaje de chicos (62,3%) que usan este dispositivo es significativamente superior al de chicas (50,9%). Del conjunto de videoconsolas analizadas en esta investigación, la XBOX 360 es la menos extendida entre los adolescentes andaluces, siendo sólo el 18,3% los que afirman jugar con ella. Esta consola tiene un perfil más masculino de seguidores: 20,8% de varones frente al 14,1% de féminas.

Gráfico 80. “Consolas con las que juego”.



La variable edad es también relevante en este caso y parece indicar que, en la mayoría de las consolas, conforme se acercan a la edad adulta, los chicos y las chicas aficionadas a esta actividad lúdica dejan de jugar. Entre las chicas andaluzas, al igual que sucedía en el estudio nacional, son especialmente relevantes los casos de la Nintendo DS y de la Wii. Si a los 10 años el 94,8% de las adolescentes afirmaba jugar con la primera plataforma y el 69% con la segunda, a los 18 años, sólo el 61,5% de ellas afirman jugar con la Nintendo Ds y el 46,2% con la Wii.

En el estudio andaluz hay dos consolas que rompen la tendencia descrita. El porcentaje de adolescentes que juegan con la PlayStation 3 es mayor a los 18 años (45,5%) que a los 10 años (25,4%). Lo mismo sucede con la Xbox 360, consola con la que juegan el 16,4% de los que tienen 18 años



y el 14,5% de los que tienen 10 años. Los motivos que expliquen este fenómeno pueden ser diversos: o bien hay plataformas más asociadas a edades concretas, más infantiles, como la Nintendo DS, o más adultas, como la Play 3 o la Xbox 360. También puede ser debido a que los tipos de juegos son más individuales y, por lo tanto, convierte a la plataforma en menos “prestable”.

## 6.2. 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 con quién suelen compartir los momentos de uso de los videojuegos.

En el caso de los más pequeños andaluces, un 60,7% afirmó jugar en soledad, porcentaje inferior a los casi dos tercios –65%– de sus iguales españoles que se reconocen en situaciones de juego individual. Si bien en el estudio nacional no se detectaron diferencias por sexos en esta cuestión, en Andalucía, el porcentaje de féminas (62,7%) que juegan solas, supera al de los varones (59,1%). Por otro lado, en ambos estudios, los momentos de ocio compartido definen a los iguales como principales acompañantes. En Andalucía, los hermanos (47%) –seguramente más mayores– constituyen el principal grupo de jugadores acompañantes, seguidos de los amigos, 38%. 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 españoles, práctica algo menos habitual entre los niños andaluces, ya que el 25,3% afirmó jugar con su padre y el 25,5% con la madre.

A la luz de estos resultados podemos concluir que, tanto en Andalucía, como en el conjunto del Estado, 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.

En Andalucía, a partir de los 10 años, coincidiendo con la tendencia nacional, se producen algunos cambios en el uso de videojuegos como actividad individual y social. En primer lugar, el juego solitario adquiere una fuerza mayor pasando de ser 60,7% entre los menores, a alcanzar al 74,6% de los adolescentes. Además, como puede apreciarse en el siguién-



## 6 / Videjuegos: diversión y ocio

154

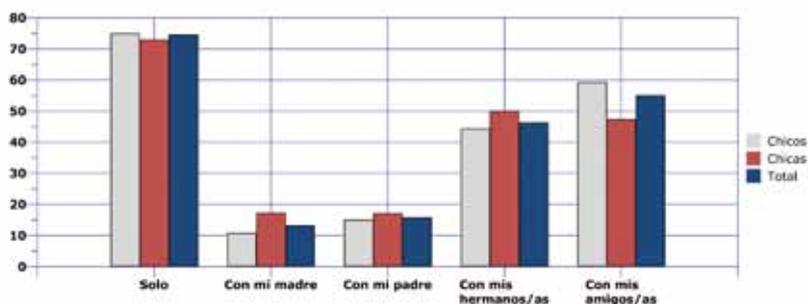
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

te gráfico, el juego en solitario adquiere una ligera tendencia masculina a nivel estatal, que también se produce en Andalucía: el 75,6% de los chicos afirman jugar en soledad frente al 73% de las chicas.

Como experiencia social, en ambos estudios, crece el protagonismo de los iguales –hermanos y amigos– y disminuye el recurso a los progenitores. Los chicos andaluces y españoles se muestran más dispuestos a compartir momentos de ocio con amigos: 59,5% de ellos frente al 47,4% de ellas afirman jugar en Andalucía con sus compañeros. Por el contrario, las chicas se apoyan más en sus hermanos: 50% de las andaluzas frente al 44,4% de los andaluces suscribieron jugar contando con esa compañía. Por último, los progenitores pierden opciones y porcentajes cercanos al 90% no los tiene como compañeros habituales en el uso de los videojuegos. En concreto, y como puede apreciarse en el siguiente gráfico, entre los andaluces, el 15,8% afirmó jugar con el padre y el 13,2% con la madre. El juego con los progenitores en Andalucía tiene una clara tendencia femenina. Si el 17,2% de ellas suscribió jugar a los videojuegos con su padre, un 15,1% de ellos lo afirmó. La diferencia es mayor en la frecuencia de la compañía materna: 17,3% de ellas frente al 10,8%.

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 cumplen años. Sirva de ejemplo a esta última afirmación que si el 21% de los que tienen 10 años afirman jugar con sus madre, entre los que tienen 18 esta práctica sólo se da en un 3,6% de los casos.

Gráfico 81. Compañía en el juego (de 10 a 18 años, por sexo).





### 6.3. 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 el 20,1% de la Generación Interactiva andaluza declara no utilizar en ningún momento videojuegos, bien sea con el ordenador o la videoconsola, porcentaje superior a la media nacional, donde tan solo 15% suscribe esta afirmación. En Andalucía también son más (36,4%) los adolescentes que declaran una dedicación diaria inferior a una hora, porcentaje que en el estudio nacional no alcanza el 25%. Por el contrario, son algunos más los españoles que afirman consumir entre una y dos horas de videojuegos diarios (23% frente al 22,1%) y los que forman parte del grupo de “heavy users” que reconocen dedicar más de dos horas diarias a esta actividad: 17% frente al 13,5%. Por último, 7,9% de los andaluces encuestados se declara incapaz a la hora de cuantificar este dato, siendo en el conjunto de España casi uno de cada quienes se encuentran en esta situación.

El fin de semana, en Andalucía, al igual que sucede en el conjunto de España disminuye de forma significativa el número de adolescentes que no juegan (del 20,1% entre semana al 7,5% el fin de semana) o juegan menos de una hora (del 36,4% al 27,8%). Por el contrario, y coincidiendo también con la tendencia nacional, en Andalucía aumentan los casos de consumo medio, definido en el intervalo de “entre una y dos horas” (del 22,1% al 29,9%) y se produce un crecimiento muy significativo de “heavy users” con consumos diarios superiores a las dos horas: del 13,5%, al 25,3%.

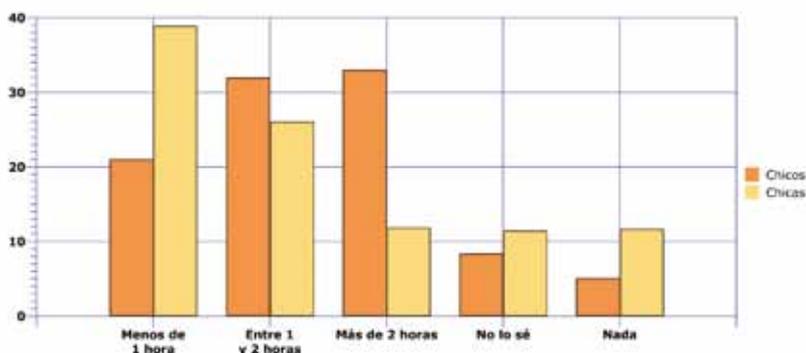
También es interesante destacar que, tanto en España como en Andalucía, los chicos y chicas se comportan de forma desigual en el momento de invertir tiempo personal al ocio digital. Tal y como puede constatarse en los siguientes gráficos, tanto entre semana, como los fines de semana, el porcentaje de chicas que no juegan, o que juegan menos de una hora diaria, supera al de los chicos; mientras que el número de varones predomina de forma muy significativa frente al de las féminas, cuando el consumo cruza la frontera de los sesenta minutos diarios de dedicación.



Gráfico 82. Tiempo de juego diario entre semana (por sexo).



Gráfico 83. Tiempo de juego diario los fines de semana (por sexo).



Por edades y durante los días laborables, los adolescentes de 14 y 16 años son los dos tramos anuales que más afirman jugar menos de una hora diaria: 42,1% y 44,6% respectivamente. Son los de 18 años quienes alcanzan la cota máxima de refrendo a la afirmación “juego entre 1 y dos horas” entre semana, siendo el grupo de los que tienen 14 años quienes aglutinan el mayor porcentaje de “heavy users” los días laborables: el 18% de los que tienen esa edad. Durante los fines de semana son los más pequeños, los de 10 años (35,5%) el grupo más numeroso de los que juegan menos de una hora; los de 10 años (34,8%) y los de 16 años (34,8%) quienes más suscriben la afirmación “juego entre una y dos horas diarias” y los de 15 y 18 años los dos tramos anuales que más “heavy users” aglutinan: 28,5% y 30,9% de los que tienen esas edades se incluyeron en esta categoría.



También aparecen ciertas diferencias si se considera esta variable en función del sexo. Aunque las chicas andaluzas invierten menos tiempo en jugar que los chicos en todos los intervalos superiores a una hora propuestos, el crecimiento en edad de las féminas significa un incremento del tiempo destinado a esta actividad, siendo especialmente abultado dicho crecimiento en las “heavy users” durante los fines de semana. Si sólo el 1,7% de las andaluzas de 10 años se incluía en este grupo, a los 18 años son el 38,5% de ellas las que afirman destinar durante los días festivos más de dos horas diarias a esta actividad. Entre los varones, el grupo de “heavy users” también aumenta conforme la edad de los adolescentes es mayor, siendo esta pauta más exagerada durante los fines de semana. Si el 18,8% de los que tienen 10 años afirmó jugar más de dos horas durante los días festivos, a los 18 años, el 28,6% respaldaron esta afirmación.

#### 6.4. CORSARIOS DIGITALES

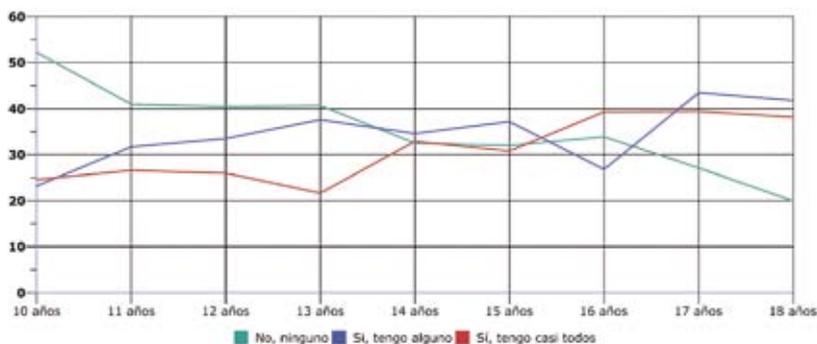
La descripción realizada hasta aquí nos define a la Generación Interactiva como un grupo situado en vanguardia de uso y aprovechamiento de “nuevas y viejas” pantallas. Lógicamente, los menores interactivos son un grupo heterogéneo y, en sí mismo, contiene otros subgrupos con mayor o menor grado en el 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, etc. Dicha capacidad, combinada con el fuerte componente de relación social y búsqueda de ocio en el uso de las pantallas, explica que 62,3% de los adolescentes andaluces reconozca tener juegos no originales y, dentro de este colectivo, un 28,5% declare que casi todos sus juegos tienen esa procedencia. Ambos porcentajes están por encima de la media nacional situada en el 61%, y el 27% respectivamente.

En términos generales, a partir de los 11 años aumenta la frecuencia en la posesión de copias de juegos no originales. Si a los 10 años, un 47,8% de los adolescentes andaluces afirmaba tener alguno, o casi todos, los juegos pirateados, a los 14 años el porcentaje se sitúa ya en el 67,5% como puede constarse en el siguiente gráfico. De hecho, si a los 10 años un 24,6% de los andaluces encuestados afirmaba tener casi todos los jue-



gos pirateados, entre los de 18 años, el 38,2% suscribieron esta misma afirmación.

**Gráfico 84. Posesión de juegos pirateados (por edad).**



Al igual de lo que se deducía del estudio nacional, en Andalucía, en función del sexo, la preferencia hacia la copia original es más frecuente entre las chicas, entre las que el 41,6% afirmó “no tener ninguna copia pirateada”, frente al 35,3% de los varones que suscribieron esa misma afirmación. Esta tendencia también se manifiesta en el caso más agudo recogido bajo la posibilidad “casi todos mis videojuegos son pirateados” donde, si el 30,2% de los varones suscribieron esta afirmación, el porcentaje de féminas se reduce al 25,5%. Coincidiendo con lo que sucedía en el estudio nacional, al afirmar que “sí tengo alguno” en esta Comunidad, el porcentaje de chicas (32,8%) también es inferior al de chicos (34,4%), aunque la diferencia porcentual es menor a la de las respuestas anteriores.

Las fuentes de procedencia de copias ilegales pueden ser muy variadas. En nuestro caso, se ha interrogado sobre ellas reduciendo 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 para la obtención de copias no originales. Así lo suscribieron el 71,2% de los jugadores andaluces y el 73% de los españoles que afirman poseer alguna copia pirata de videojuegos. Como segunda opción, en ambos estudios aparece el recurso a los amigos, algo frecuente entre el 44,8% de los andaluces. Por último, es menos habitual la compra de estos productos en alguna tienda o en la



propia calle, siendo los adolescentes residentes en esta Comunidad algo más propensos a esta práctica que los españoles: 15,1% frente al 12%.

En relación al sexo, al contrario de lo que sucedía en el estudio nacional, en Andalucía, sí que hay algunas diferencias significativas en lo que a la fuente de copias no originales respecta. En esta Comunidad, el porcentaje de chicos que las obtiene por las tres vías supera al de chicas, aunque la diferencia porcentual no es abultada en ninguno de los canales de obtención posibles. El 72,3% de los chicos se los descargan de Internet, frente al 69,1% de las chicas que los consiguen de este modo. El 15,9% de ellos los compran, mientras que el 13,4% de ellas suelen hacerlo. La diferencia porcentual es menor en la grabación por parte de amigos, donde el 44,9% de los varones lo refrendan, frente al 44,7% de las féminas.

Según la edad, sorprende que la preferencia por Internet como herramienta para este tipo de conductas es más habitual entre los andaluces que tienen 10 años, grupo en el que un 75,8% de ellos afirmó obtener sus juegos “piratas” bajándolos de la Red. El segundo tramo anual de adolescentes más habituados a esta práctica tiene 18 años; un 75% refrendó esta opción. En el caso de los amigos, existe una correlación más clara entre esta variable y la posesión de copias ilegales: a mayor edad, mayor es el porcentaje de adolescentes que afirman obtenerlas de esta manera. Si el 31,8% de los adolescentes de 10 años afirmaba haberlas grabado de un amigo, entre los que tienen 18 el porcentaje aumenta hasta el 63,6%. La tendencia contraria aparece cuando analizamos bajo el prisma edad cómo evoluciona la compra de copias piratas en las tiendas o en la calle. De los 10 a los 13 años el porcentaje de adquisiciones por esta vía desciende en correlación al incremento de edad, mientras que a partir de los 14 años vuelve a aumentar, para volver a descender a los 18 años. Aportamos algunos datos que evidencian la evolución descrita. El 19,7% de los andaluces de 10 años los adquieren por esta vía, el 9% de los 13 años, el 17,1% de los 15 años, el 19,4 de los 17 años y 11,4% a los 18 años.

## 6.5. 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 los 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.

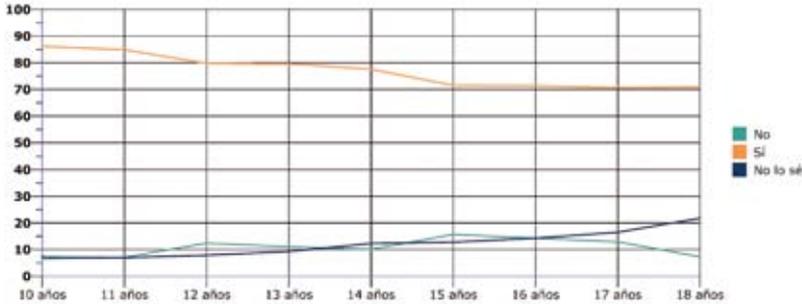
En el caso de los videojuegos, varias preguntas del cuestionario “generaciones Interactivas en Andalucía” exploran la existencia de esa referencia educativa. En primer lugar, se trata de averiguar el grado de conocimiento de los padres sobre el tipo de juegos preferidos por sus hijos; en segundo, se dibujan las consecuencias de la actividad lúdica de los pequeños en forma de discusiones o conflictos familiares; por último, se describe la posibilidad de que el acceso a los videojuegos pueda convertirse en un premio o un castigo por parte de los padres.

Según los datos obtenidos, casi el 80% de los adolescentes jugadores españoles y exactamente el 78,5% de los andaluces aseguran que sus padres son conocedores de los juegos interactivos con los que se entretienen. Esta opinión, en ambos estudios está más arraigada entre las chicas, aunque sean menos “videojugadoras”. En Andalucía, el 82,7% de ellas suscribió esta afirmación, frente al 76,1% de los chicos. También es relevante destacar que son más los varones que desconocen si sus progenitores están al corriente de los juegos que utilizan: 11,2% frente al 9,9%. Por último, es interesante destacar que en el conjunto de la muestra, un 10,8% de los encuestados manifiestan que sus padres desconocen el tipo de juegos que utilizan, siendo mayor el porcentaje de chicos (12,7%,) que el de chicas (7,5%).

Por edades, y según la opinión de sus hijos, en Andalucía, coincidiendo con la tendencia nacional, el conocimiento de los padres tiende a decrecer conforme los adolescentes crecen, con alguna excepción aislada, como se constata en el siguiente gráfico. Si a los 10 años el 86,2% decían que sus padres conocían con qué videojuegos jugaban, entre los que tienen 18 años el porcentaje se reduce al 70,9%. La dinámica contraria se constata entre quienes afirman desconocer lo que sus padres saben al respecto, como se aprecia en el siguiente gráfico. Si a los 10 años el 7,2% desconocía si sus padres sabían, o no, con qué juegos se divertían, a los 18 años, son el 21,8% de quienes tienen esa edad quienes suscriben esa afirmación.



**Gráfico 85. Conocimiento de los videojuegos que usan los adolescentes por parte de sus padres (por edad).**



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 que 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 tanto en el caso de los españoles como de los andaluces, ya que tres cuartas partes de los primeros y el 77,9% de los segundos creen que no habría problema ante un escenario de completo conocimiento de los padres. Un 19% de los andaluces y un 20% de los españoles afirma que, en caso de darse este conocimiento paterno, sufrirían restricciones en algunos casos y, sólo un 3,1%, porcentaje minoritario, se sitúa en la situación más radical.

El análisis de las distintas opciones en función del sexo de los menores evidencia, que al igual que se deducía del estudio nacional, en el caso de la primera opción, en términos globales, las chicas mantienen un mayor nivel de confianza sobre la ausencia de efectos negativos como consecuencia de la hipótesis planteada: un 83,8% de ellas frente al 74,5% de ellos afirma que les permitirán jugar con todos. También es interesante destacar que, en Andalucía, esta ausencia de consecuencias negativas se aumenta de forma significativa entre ellas a medida que tienen más años. Si el 69% de las que tienen 10 años suscriben esta afirmación, el porcentaje aumenta hasta el 84,8% entre las que tienen 14 años y el 92,3% de las que tienen 18 años la refrenda. La tendencia descrita tam-



bién se produce entre los varones, aunque el incremento porcentual de suscripción es algo menor: del 67,5% de los que tienen 10 años al 85,7% de los que tienen 18 años.

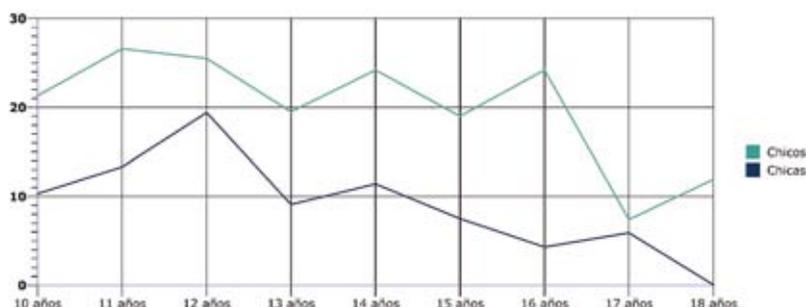
El escenario de hipotética restricción media presenta una situación inversa a la anterior en ambos estudios. En este caso, los chicos (el 22,6% de los andaluces) adelantan a las chicas (el 12,8% de las andaluzas) al admitir esta posibilidad. Por edades, los adolescentes más convencidos de la afirmación “No me dejarían jugar con casi ninguno” son los varones de 13 y 14 años (4%) y las féminas de 12 años (6,5%), siendo ambos porcentajes los que obtiene la cota máxima de refrendo en ambos sexos.

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 17,7% de los andaluces, porcentaje por debajo de la media nacional, situada para esta cuestión en el 20% de los jugadores. También es interesante destacar que casi el doble de varones (21,5%) que de féminas (11,1%) afirmó discutir con sus padres por esta causa.

Según la edad y el sexo, los 11 años para los chicos y los 12 años para las chicas son los tramos anuales más críticos para esta cuestión en la Comunidad de Andalucía. El 26,6% de los varones de esa edad afirma discutir con sus progenitores por esta cuestión y el 19,4% de las féminas que tienen un año más que ellos suscriben esta misma afirmación, siendo ambos porcentajes cota máxima en este tema. A partir de esas edades, en términos generales el porcentaje de adolescentes que afirman discutir se reduce de forma significativa en ambos sexos, tal y como se constata en el siguiente gráfico.



**Gráfico 86. “Discuto con mis padres por el uso de los videojuegos” (por edad y sexo).**



Descrita la probabilidad de que surjan discusiones familiares, queda ver alguno de los motivos que las suscitan. El tiempo de juego es, tanto en Andalucía, como en el conjunto del Estado, la principal causa de conflicto. Así lo reconoce el 71,3% de los adolescentes andaluces y el 76% de los españoles. En el conjunto de España, el número de chicos que afirman discutir con sus padres por este motivo supera al de las chicas, alcanzando el 80%, mientras que en Andalucía el porcentaje de féminas que discuten por esta razón es mayor que el de los varones: 75,4% frente al 70%.

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 españoles, número que aumenta, media décima, hasta el 32,5%, en el caso de los andaluces. En esta Comunidad, son menos las féminas (31,3%) que los varones (32,9%) los que discuten con sus progenitores por esta causa. Por último, el contenido de algunos de los juegos populares entre los menores es motivo de discrepancia parental para el 25% de los adolescentes que residen en Andalucía, porcentaje que desciende al 23% de los casos a nivel nacional. Por último, es interesante destacar que el número de chicos que afirman discutir por este tema en Andalucía casi duplica al de las chicas: 28% frente a 14,8%

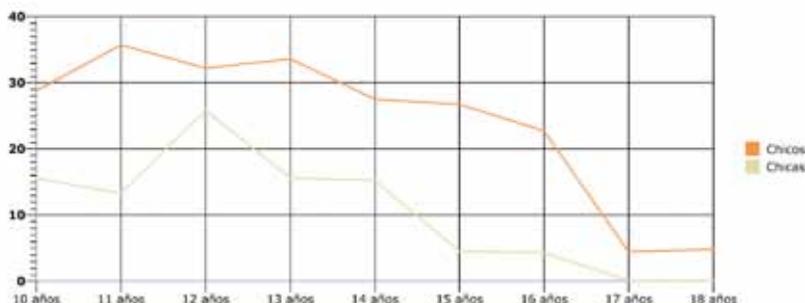
Las diferencias en Andalucía por edad y sexo sobre los motivos de discusión son bastante significativas en el caso del tiempo dedicado al juego. El número de chicos que discuten por este factor tiende a aumentar hasta que cumplen 14 años, siendo a esa edad el 86,1% de ellos los que



admiten tensiones por esta causa. A partir de los 15 años el porcentaje se reduce hasta suponer el 40% de los que tienen 18 años. En el caso de las féminas, no hay una tendencia tan clara. El 100% de las que tienen 14 y 16 años discuten por este motivo. Sin embargo, ninguna de las que tienen 17 años o 18 lo suscribe como causa de disputa con sus progenitores. También es interesante destacar que entre los chicos, en el caso de enfrentarse con sus padres por el tipo de juegos, se evidencia una correlación clara: en términos generales, el porcentaje de chicos que lo suscriben tiende a aumentar con el edad: 19,5% a los 11 años; 27,8% a los 14 años y el 80% a los 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 nacional y concretamente por el 22,5% de los adolescentes andaluces. Al igual que se deducía en el estudio estatal, los chicos claramente son los más proclives a ser premiados o castigados en este sentido, siendo en Andalucía el doble de varones los que reconocen este comportamiento por parte de sus padres: 27,5% de chicos frente al 13,4% de las chicas. Si en el estudio nacional, para ambos sexos, las edades de mayor frecuencia en esta estrategia educativa paterna son los 12 y los 13 años, en Andalucía, se detectan diferencias al respecto entre géneros. Tal y como se constata en la siguiente gráfica, entre los varones, el uso de los videojuegos como premio o como castigo es más frecuente a los 11 años. Mientras que en las féminas la cota máxima se alcanza a los 12. En el caso de las chicas, además, esta táctica desaparece a los 17 y 18 años.

**Gráfico 87. “Me premian o castigan con el uso de los videojuegos” (por edad y sexo).**





## 6.6. VALORACIONES Y ACTITUDES

### 6.6.1. Desplazamiento de actividades

Una de las primeras maneras de valorar una pantalla es saber cuánto de prescindible o imprescindible le resulta a sus usuarios. El grado de interés que suscitan los videojuegos entre los menores provoca, 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, etc.

Sin embargo, el dato más relevante que arroja esta pregunta es que el 44% de los adolescentes andaluces afirman que no le han robado tiempo a ninguna otra actividad por el uso de los videojuegos, dato que no significa que no los usen, sino que como se apuntaba en el análisis de otras pantallas, esta generación, a diferencia de los nómadas digitales, ha estructurado su tiempo teniendo presente esta actividad, motivo por el cual, al usar videojuegos no tienen la percepción de estar desplazando otras tareas.

A pesar de esta realidad, que es mucho más frecuente entre las chicas andaluzas (54,4%) que entre los chicos (38%), sí que hay un porcentaje significativo de adolescentes que son conscientes de este desplazamiento. De hecho, las actividades peor paradas ante el uso de los videojuegos son, al igual que sucedía en el estudio nacional, la televisión, la lectura o el estudio, siendo en todas ellas superior el porcentaje de chicos que el de chicas que afirman haberlas desplazado para jugar a los videojuegos, tal y como se constata en la siguiente gráfica.

En el extremo opuesto, como actividades más “blindadas”, y también coincidiendo con lo detectado en el estudio estatal, 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 tal y como se constata en el siguiente gráfico. Cuando éste se da, la lectura es la actividad más vulnerable (21,9% de ellas afirman dejar de leer para videojugar) y los amigos la de menor probabilidad (sólo

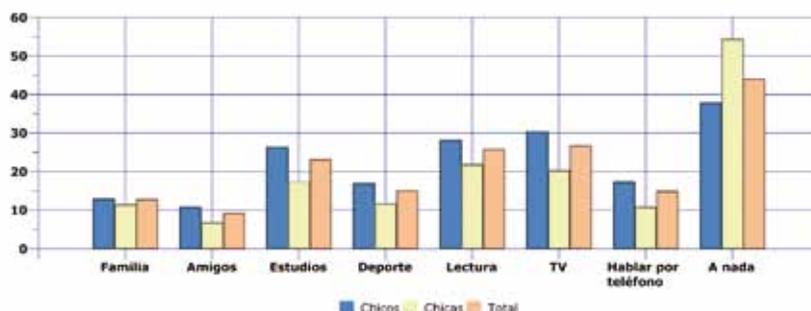


## 6 / Videojuegos: diversión y ocio

166

un 6,8% de ellas dicen dejar de estar con ellos para dedicar tiempo a los videojuegos). Los chicos, sin embargo, admiten en mucho mayor grado este fenómeno y lo hacen con mayor intensidad en todas las opciones, tal como puede verse en el siguiente gráfico.

**Gráfico 88. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (de 10 a 18 años, por sexo).**



Por último, es interesante destacar que, en el estudio nacional, tomando en cuenta los datos obtenidos bajo la variable edad, se detectaba que el desplazamiento de otras actividades se mantenía constante y, en caso de darse, aumentaba de forma directa a los años de los jugadores. Entre los andaluces se puede afirmar que en términos generales sucede lo contrario: a mayor edad, menor es el desplazamiento, siendo especialmente llamativo el descenso del de éste en el caso de la familia (el 16,7% de los que tienen 10 años lo admiten y, sólo, el 5,5% de los que tienen 18 años) y el de los amigos (el 10,1% de los que tienen 10 años y el 5,5% de los que tienen 18 años).

### 6.6.2. 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.



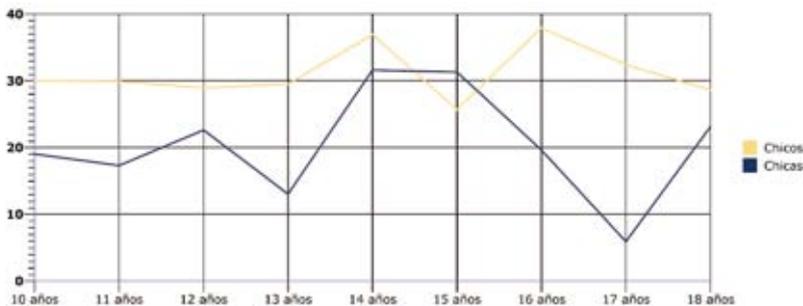
## Violencia

Tan solo el 18,4% de los adolescentes andaluces y el 18% de los españoles reconocen que los videojuegos pueden volverles violento. Este porcentaje, al igual de lo que sucedía en el estudio nacional, es algo mayor entre los chicos andaluces (18,7%) que entre las chicas (17,9%), siendo la diferencia por género menos abultada en este caso, ya que en el conjunto de España un 20% de ellos, y un 14% de ellas suscribieron esta afirmación. Son los chicos entre los 10 y los 13 años quienes entre ellos más perciben esta posibilidad, siendo en ese tramo de edad más de un 24% los que lo afirman. Aunque en términos generales las chicas parecen ser más inmunes a este riesgo, en el tramo de 11 a 12 años parecen percibirlo con mayor nitidez, ya que más de un 24% de las que tienen esa edad lo suscribe.

## Adicción y dependencia

El riesgo de engancharse a los videojuegos es, sin embargo, más real para los menores que el de la violencia. El 27,5% de los adolescentes andaluces y el 28% de los españoles 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”. En ambos estudios, de nuevo, son los chicos, principales usuarios de esta pantalla, los que elevan la media, sin que la edad marque grandes diferencias, como se constata en el siguiente gráfico. En Andalucía, el 31% de varones lo admiten frente al 21,5% de chicas. En el caso de las chicas, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico, hay un pico de percepción de este riesgo a los 14-15 años, donde más de un 31% de las que tienen esa edad lo suscriben.

**Gráfico 89. “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguien que no para de jugar” (por edad y sexo).**



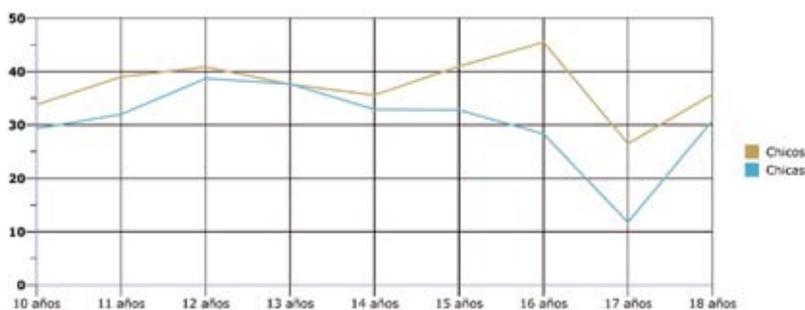


### Acceso a un mundo virtual

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 convenciones sociales y culturales de la sociedad donde vivimos. Que “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% de los andaluces y un porcentaje algo superior de españoles, 36,5%, manifiestan su acuerdo con esta frase. De nuevo son más los chicos andaluces (37,7%) que las chicas (33%) quienes suscriben esta afirmación, siendo la diferencia por géneros inferior a la España, donde la distancia por sexos es de casi 10 puntos.

Si se analizan estos datos bajo la variable edad, en caso de los varones, tal y como se constata en el siguiente gráfico, alcanza la cota máxima a los 16 años, mientras que en el caso de las chicas, la cota se alcanza a una edad más precoz: los 12 años.

**Gráfico 90. “Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” (por edad y sexo).**



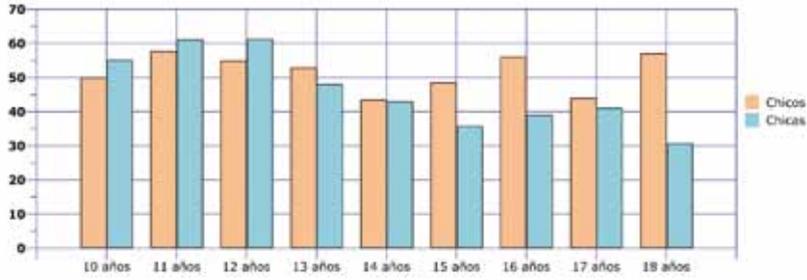
### Compañía en el juego

La posibilidad de jugar con otros es altamente valorada por los menores: un 51% de los andaluces y un 45% de los españoles dice que es mucho más divertido jugar con otros que solo. En el caso de de Andalucía, más de la mitad de los chicos que tienen 10, 11, 12, 13, 16 y 18 años suscriben esta afirmación, siendo también más del 50% de las féminas de 10 a 12 años las que la refrenda. Por último, es interesante destacar que este



atractivo se enfatiza alcanzando su cota máxima entre los chicos a los 11 años y entre las chicas a los 12 años, como puede el siguiente gráfico.

**Gráfico 91. Es mucho más divertido jugar acompañado que sólo (por edad y sexo).**







## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

### 7.1. POSESIÓN Y UBICACIÓN

Que la televisión es una pantalla omnipresente no sorprende a nadie. Sólo un 1,4% de los adolescentes andaluces encuestados en esta investigación afirman que en su casa no hay televisión, porcentaje por debajo de la media nacional situada para ambos géneros en este tema en el 2%. En Andalucía, el número de chicos (1,7%) que refrenda esta afirmación es unas décimas superior al de las chicas (1,1%).

Coincidiendo con lo detectado en el estudio nacional, en Andalucía tener 3 o más televisores es la pauta mayoritaria en el caso de los adolescentes, siendo el 29,5% de ellos quienes suscribieron esta afirmación: un 28,8% de los chicos, y un 30,2% de las chicas. En el caso de los más pequeños encuestados (de 6 a 9 años) lo más habitual es tener dos televisores (31,8%), siendo inferior a este porcentaje el de los niños que dijo tener 3 de estas pantallas o una en su hogar: el 26,6% y el 20,5% respectivamente.

La diferencia por sexos, tal y como se constata en el siguiente gráfico no es abultada en el caso de los más pequeños. La comparativa con el es-



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

172

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

tudio nacional revela que en Andalucía el porcentaje de niñas que tiene tres televisores en casa (27,1%) supera al de los niños (25,9%), al contrario de lo que sucedía a nivel estatal donde los niños declaran en mayor medida tener más de 3 televisores en su vivienda: un 24% frente a un 18% de las niñas. En el caso de los andaluces que afirmaron tener dos de estas pantallas en sus casas, la diferencia porcentual entre ambos sexos es superior y favorable a los varones: 34,5% niños frente al 29,9% de las niñas. En el caso de los más mayores (de 10 a 18 años), se reproduce la misma pauta por sexos marcada en ambos estudios, aunque la diferencia porcentual es dos décimas superior. En Andalucía, el 30,2% de las féminas afirman tener 3 de estas pantallas en sus casas, porcentaje que en caso de los varones se reduce al 28,8%, ambos datos por encima de la media nacional situada para esta cuestión en el 28% ellos, y 25% ellas.

Gráfico 92. Posesión de televisión en el hogar (de 6 a 9 años).

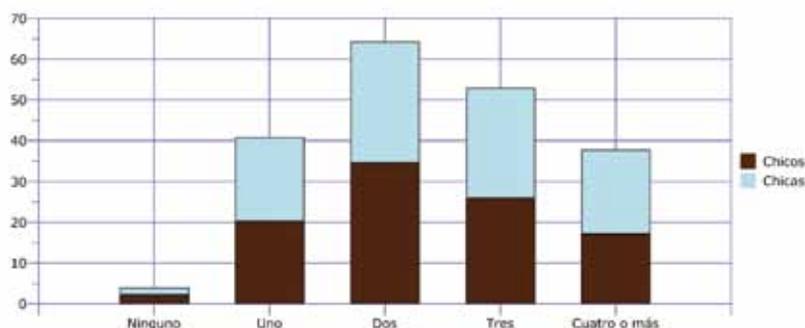
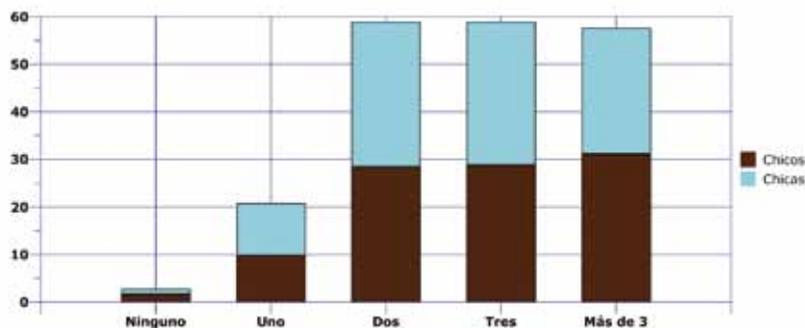


Gráfico 93. Posesión de televisión en el hogar (de 10 a 18 años).





### 7.1.1. Acceso habitual del televisor

#### Ubicación

El hecho de que en los hogares de esta generación interactiva haya más de un televisor multiplica los puntos de acceso. Del esquema del pasado basado en 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, el salón, los dormitorios, la cocina, las salas de trabajo o las de juego, lo que permite un consumo individualizado de esta pantalla.

El lugar que ocupan estos múltiples televisores es importante en la caracterización de la generación interactiva. Es llamativo como ya desde pequeños el propio dormitorio se convierte en un lugar habitual de consumo de televisión suscribiendo esta afirmación el 38,3% de los niños andaluces encuestados y el 39% de los españoles. Aunque su propia habitación es una ubicación frecuente, es la segunda en prioridad según los datos obtenidos la investigación andaluza, ocupando este espacio el tercer lugar prioritario en el estudio nacional. El salón, o cuarto de estar, sigue siendo el lugar preferente para colocar esta pantalla según lo reconoce un 73,2% de los niños andaluces y un 78% de los españoles. El dormitorio de los padres es el tercer lugar más habitual según el estudio regional para situar este aparato, suscrito por el 34,7% de los andaluces y el 38% de los españoles. Tal y como lo constatan los datos aportados hasta el momento, los porcentajes obtenidos en Andalucía están, en todos los casos, por debajo de la media nacional.

Entre los más pequeños, la variable sexo revela que, en lo que a la ubicación de esta pantalla se refiere, el porcentaje de niñas supera entorno a 10 puntos al de los niños en el caso de situarla el salón y el cuarto de los padres, siendo la diferencia porcentual inferior en el caso de la cocina, aunque también favorable a las féminas. En el resto de opciones, tal y como se constata en el siguiente gráfico, el porcentaje de varones es superior, aunque la diferencia sólo es relevante en “mi habitación”, donde un 45,7% de ellos frente a un 32,7% de ellas afirmó disponer de esta pantalla en su propio cuarto.

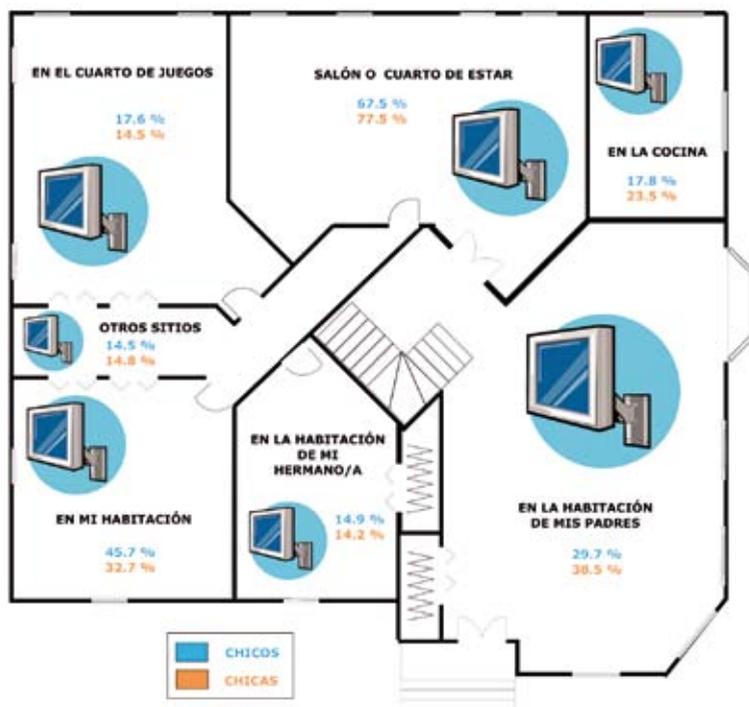


## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

174

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Gráfico 94. Ubicación de la televisión en el hogar (de 6 a 9 años, por sexo).



Sin embargo, con la edad la pauta descrita en los párrafos anteriores se acentúa. El 42,1% de los encuestados de 10 a 18 años (46,9% de los chicos andaluces y el 36,6% de las chicas) declaran tener un televisor en su cuarto, estando el porcentaje global por debajo de la media nacional, situada para esta cuestión en el 45%. A pesar de que casi la mitad de ellos cuentan con una de estas pantallas en su dormitorio, en esta franja de edad, el salón, al igual que sucedía con los menores de 9 años, es claramente la opción más declarada, como se constata en el siguiente gráfico. El 94,5% de los andaluces (91,5% de los varones y 95,5% de las féminas) sitúan en la sala uno de los televisores que hay en su hogar, superando en este caso la media del 93% obtenida sobre esta cuestión en el estudio nacional.

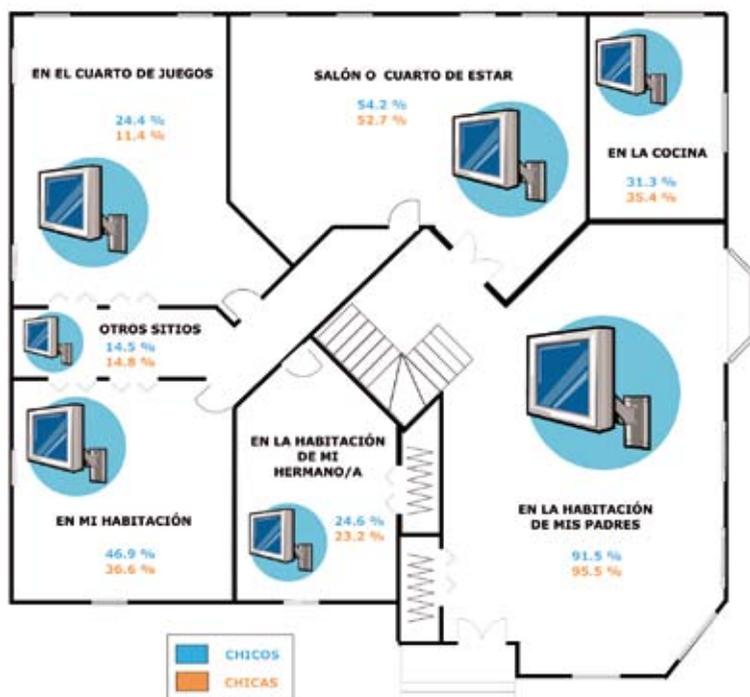
Entre los adolescentes, el dormitorio de los padres se consolida como segundo emplazamiento común más frecuente con un 50,8% de respaldo. Un 52,7% de las andaluzas y un 54,2% de sus iguales varones afirmaron



que sus padres disponen de un televisor en su habitación, porcentajes una vez más superiores a la media nacional, que en esta cuestión desciende hasta el 49%.

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, en un tercio de los casos, como se puede ver en el siguiente gráfico, los adolescentes de 10 a 18 años, afirman tener una tele en la cocina.

**Gráfico 95. Ubicación de la televisión en el hogar (de 10 a 18 años, por sexo).**



La presencia de una televisión en el propio dormitorio está directamente relacionada con la edad y con el sexo, tal y como se constata en el siguiente gráfico. Son los chicos los que con más frecuencia tienen una en su habitación. Desde los 14 años, tanto en el caso de los andaluces como de los españoles, al menos uno de cada dos tiene un televisor propio. Entre las chicas, en ninguno de los tramos anuales analizados se alcanza el 50% de refrendo a la opción de “disponer en el dormitorio de esta



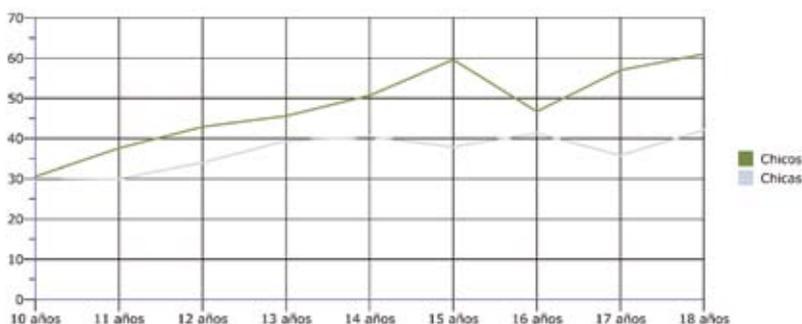
## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

176

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

pantalla”. Sin embargo, como puede comprobarse en el siguiente gráfico, si que es posible afirmar que, al igual que sucedía entre los chicos, la edad es una variable que se correlaciona con la posesión de televisión en el propio cuarto: a mayor edad, mayor porcentaje de adolescentes disponen de este dispositivo. De hecho, si a los 10 años un 30,6% de los varones afirman tener una ubicada en su dormitorio, a los 18 años el doble suscribe esa afirmación: 61%

**Gráfico 96. Evolución por edad de la posesión de un televisión en el dormitorio (por edad y sexo).**



### 7.1.2. ¿El mejor lugar para ver la tele?

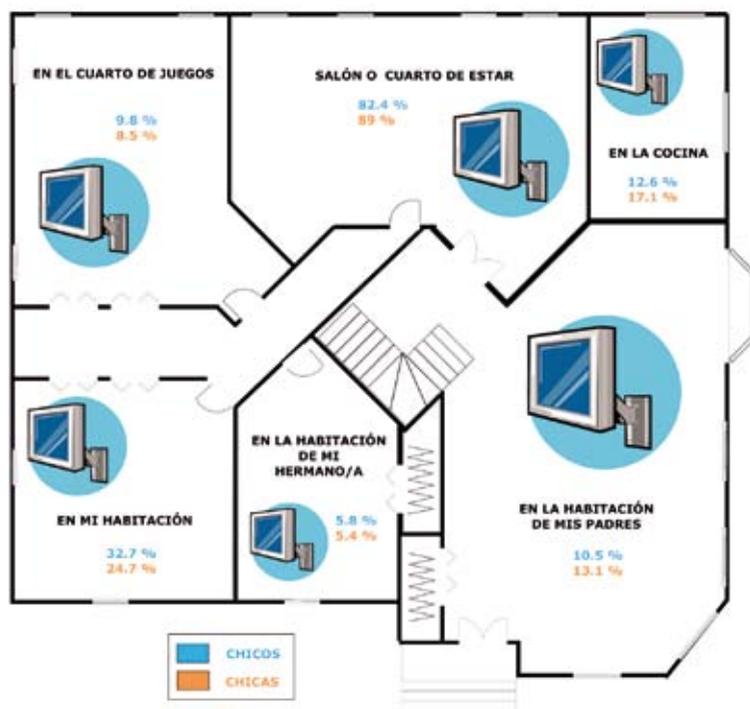
Como ya hemos visto, Internet se caracteriza por permitir un acceso “multi-lugar”, ya sea en casa, en la escuela, en cibercafés, utilizando el teléfono celular. Lo mismo ocurre con los videojuegos en el caso del espectacular éxito de los dispositivos portátiles entre los menores. Frente al resto de pantallas, 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 “multi-lugar”, cuestión que se analizará en este apartado.

Los datos globales de la investigación realizada definen la sala de estar como lugar dónde más habitualmente ven el televisor, suscribiendo esta afirmación el 85,4% de los andaluces y el 84% de los españoles de entre 10 y 18 años. Como segunda opción, un 29% de los andaluces y un 32% de los nacionales afirma ver la televisión en su propio cuarto, dato nos



indica un matiz que complementa el estereotipo generado durante décadas del televisor como centro de reunión familiar: casi un tercio de la Generación Interactiva andaluza y nacional prefiere hacerlo en su propio cuarto y, como veremos más adelante, en solitario. Dos de cada diez adolescentes españoles ven la televisión en la cocina, donde afirman verla un 14,7% de los andaluces. El 11,7% de los que residen en Andalucía, y el 12% de los que viven en el resto de España, lo hacen en la habitación de los padres. Por último, en mucha menor medida, aparecen opciones como un cuarto de juegos o la habitación de algún hermano, como se constata en el siguiente gráfico.

**Gráfico 97. Lugar de visionado habitual de la televisión (de 10 a 18 años, por sexo).**



La edad y el sexo de los menores añaden matices a las pautas globales de comportamiento. En Andalucía, al igual de lo que sucedía a nivel nacional, el número de varones que afirman visionar la televisión en el propio cuarto es superior al de las chicas. El 24,7% de ellas afirman verla en su habitación, mientras que esta práctica es admitida por el 32,7% de



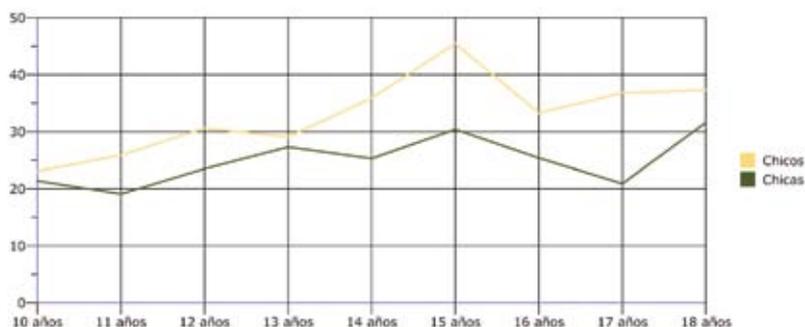
## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

178

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

ellos. En el caso de los varones, coincidiendo con lo que se recogía en el estudio nacional, la tendencia de esta práctica aumenta según crecen, como puede verse en el siguiente gráfico. En el caso de las féminas, la edad no marca una tendencia tan constate. Es interesante destacar que las que más suscriben ver esta pantalla en su cuarto, son las más mayores (31,6%) y las de 15 años (30,4%), como se puede comprobar en el siguiente gráfico.

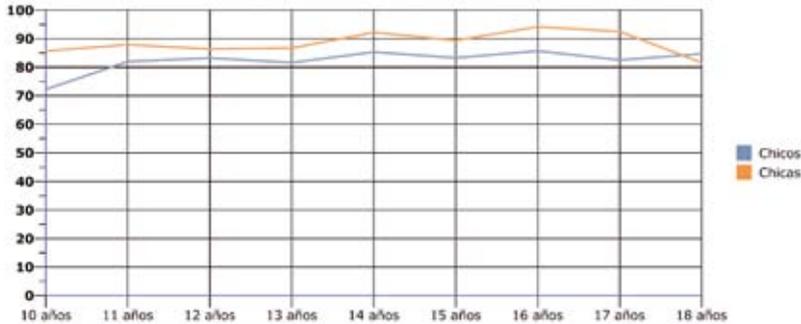
**Gráfico 98. Evolución por edad del visionado de la televisión en el dormitorio (por edad y sexo).**



También es interesante destacar que el visionado en la sala de estar, en términos generales, no experimenta un descenso conforme aumenta la edad de los adolescentes andaluces, como sucedía en el estudio nacional. Al contrario, en esta región, con la edad, el número de andaluces que suscriben visionar esta pantalla en la sala de estar, o se mantiene, o crece, tendencia presente en ambos sexos, tal y como se refleja en el siguiente gráfico. Si a los 10 años, el 72,2% de los chicos y el 85,7% de las chicas afirmaban ver la televisión en este espacio, a los 17 años, ambos porcentajes crecen hasta el 82,5%, y el 92,5% respectivamente. Por último, es interesante destacar que entre las féminas, a los 18 años, se produce un descenso abultado del visionado de televisión en esta ubicación, obteniendo a esa edad la cota mínima de respaldo, el 81,6%.



**Gráfico 99. Evolución por edad del visionado de la televisión en la sala de estar (por edad y sexo).**



Al comparar estos datos con el comportamiento de la Generación Interactiva en Iberoamérica encontramos diferencias realmente significativas. La más destacable es que los menores andaluces y el conjunto de los españoles señalan la sala de estar como el lugar más frecuente para ver televisión. En Iberoamérica, la primera opción es el propio cuarto. También es relevante 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 y andaluza.

## 7.2. 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, los adolescentes se reparten del siguiente modo entre los tres intervalos horarios propuestos, sin que haya grandes diferencias porcentuales entre los datos recogidos en el estudio nacional y regional. Un 30,3% de los andaluces y un 24% de los españoles afirman dedicarle menos de una hora diaria. Un 31,3% de los primeros y un 33% de los segundos lo hace entre una y dos horas, siendo



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

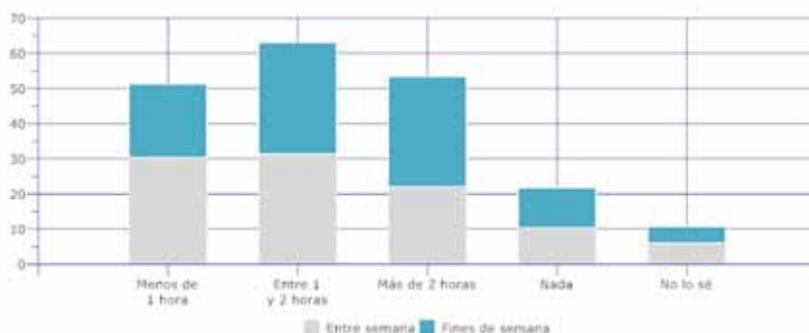
180

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

el 22,1% de los que residen en Andalucía y el 27% de los que viven en el resto de España, quienes reconocen ver la televisión más de dos horas diarias durante los días laborables.

La pauta sobre el fin de semana varía y según aumenta la disponibilidad de tiempo libre se produce, en el caso de Andalucía, un desplazamiento del grupo de consumo ligero (menos de una hora), hacia el consumo elevado (más de dos horas), como puede apreciarse en el siguiente gráfico, manteniéndose en un porcentaje casi idéntico el de quienes afirman visionar esta pantalla entre una y dos horas. Si comparamos estos datos con los obtenidos en el estudio nacional, podemos afirmar que también existe este mismo desplazamiento. En ambas investigaciones, tanto entre semana, como los fines de semana, se mantienen en porcentajes similares los adolescentes que afirman no ver nada la televisión o no saben cuánta ven.

**Gráfico 100. Tiempo de visionado: de lunes a viernes y fines de semana.**



Entre chicos y chicas no hay diferencias abultadas en la dedicación semanal a la televisión, siendo más las féminas que suscriben la opción de visionar televisión entre una y dos horas diarias (32,4%, frente al 30,4%) y las que afirman ver menos de una hora (30,6%, frente al 30,1%).

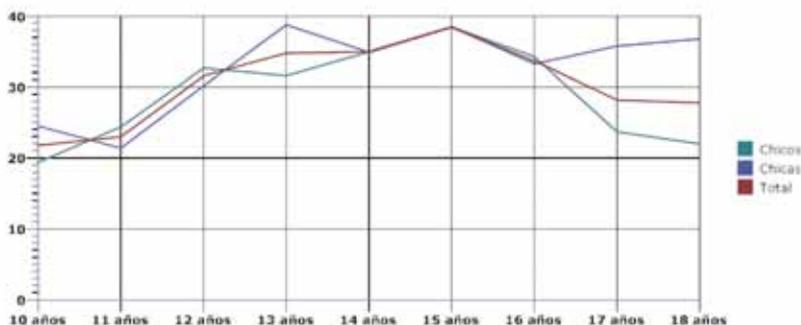
Por edades y para todos los días de la semana, el valor máximo en el caso del consumo ligero lo alcanzan las chicas de 12 años (47,4%) y los chicos de 10 años (45,4%) quienes dijeron destinar diariamente menos de una hora. El consumo intermedio (entre una y dos horas) es más frecuente, como ya se ha mencionado, entre el público femenino, sobre todo entre



las que tienen 16 años, de las que un 42,9% suscribió esta afirmación. La cota máxima en esta respuesta se alcanza a los 13 años en el caso de los varones, edad en la que un 38,3% de ellos la respalda. Por último, es interesante destacar que el 31,6% de las chicas que tienen 18 años y el 31,8% de los chicos que tienen 15 años, afirman ver la televisión más de dos horas diarias durante los días laborales.

En lo que respecta al consumo televisivo durante los fines de semana es interesante destacar que el porcentaje de los *heavy user* televisivos (más de dos horas) tiende a crecer en Andalucía hasta que los adolescentes cumplen 15 años, edad en la que se alcanza la cota máxima de este grupo (38,5%). A partir de esa edad, el porcentaje de *heavy user* desciende. La tendencia descrita para el conjunto, es aplicable a los varones de esta Comunidad, mientras que en el caso de las féminas, la oscilación porcentual no sigue una pauta tan evidente, como puede comprobarse en el siguiente gráfico.

**Gráfico 101. Adolescentes que ven la televisión más de dos horas diarias durante los fines de semana (por edad y sexo).**



### 7.3. 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



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

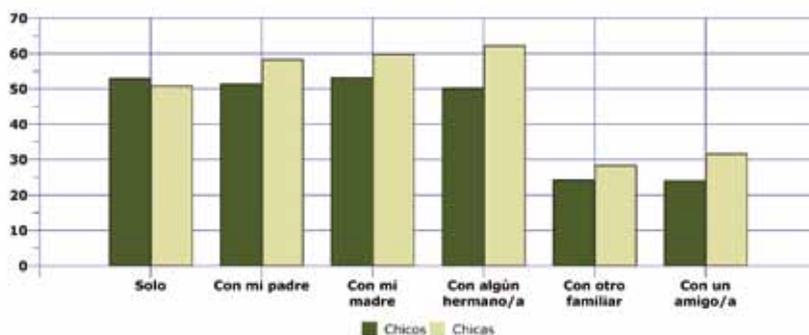
182

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

en el consumo de televisión. Entre los más pequeños (de 6 a 9 años) “ver la tele” conlleva una mayor probabilidad de desarrollar esa actividad junto a otros miembros de la familia: el padre, la madre o los hermanos son los principales acompañantes, como puede comprobarse en el siguiente gráfico. Ver la televisión en solitario se sitúa en cuarto lugar como posibilidad habitual y, en menor medida, suelen hacerlo acompañados de otros familiares o sus amigos. Dentro de este grupo de precoces telespectadores, en Andalucía las chicas mantienen una mayor tendencia hacia el consumo social o acompañado en todas las opciones planteadas, al igual que sucedía en el estudio nacional. Sin embargo, no hay coincidencia en los datos obtenidos en los dos estudio obre el consumo en soledad. En el Andalucía, al contrario de lo que sucedía en el conjunto del Estado, son los niños los que se sitúan por encima de las féminas en el caso del consumo en solitario: 53,5% frente al 51%.

Por último, frente a Iberoamérica, la pauta de compañía entre los más pequeños tiene diferencias importantes: los menores españoles y andaluces suelen ver la televisión solos con más frecuencia pero, al mismo tiempo, mantienen un mayor grado de visión conjunta con otras personas, sobretodo en el ámbito familiar.

**Gráfico 102. Compañía frente al televisor (de 6 a 9 años, por sexo).**



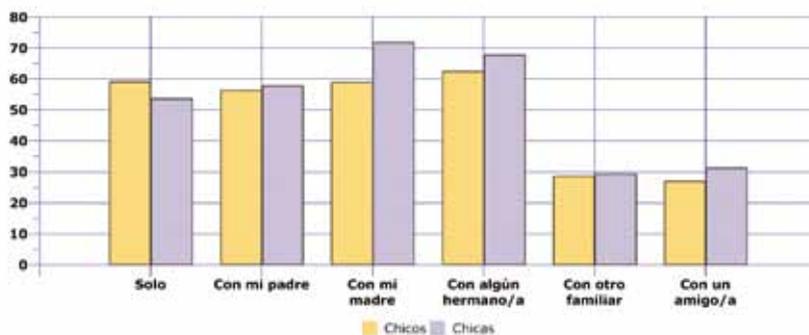
Como hemos dicho, según avanza la edad, ver la televisión tiende a convertirse en una actividad solitaria, sin perder por ello la dimensión social de esta acción. Si a nivel nacional la opción “veo la tele solo” alcanza el segundo lugar entre las opciones de compañía posibles, en el caso de



Andalucía, es la cuarta en prioridad, respaldada por un 56,7% de los adolescentes, por detrás de de la madre y los hermanos (ambos con un 65% de respaldo) y a poca distancia del padre (57,1%). A nivel nacional, también la madre es la compañía más frecuente, siendo reconocida también por seis de cada diez menores. Por último, es interesante destacar que el 29,1% de los andaluces y, también, un porcentaje cercano al 30% de los españoles, afirman ver la televisión con “otros familiares”, siendo también los amigos la compañía más frecuente para el mismo porcentaje, 29,1% andaluces.

Estas tendencias, combinadas con las variables de edad y sexo, adquieren algunos matices. El porcentaje de chicas que seleccionan las diversas compañías posibles supera siempre al número de chicos, como puede constatarse en el siguiente gráfico, siendo la diferencia especialmente significativa en la presencia materna. Por el contrario, el visionado en solitario, es opción más habitual entre los varones, como también sucedía entre los andaluces menores de 10 años. En el estudio realizado en el conjunto de España, las pautas y tendencias obtenidas coinciden con las destacadas hasta el momento.

**Gráfico 103. Compañía frente al televisor (de 10 a 18 años, por sexo).**



Otra de las diferencias significativas entre el estudio nacional y regional se detecta al analizar la evolución que experimenta el visionado en soledad conforme aumenta la edad de los adolescentes. Si en el conjunto de España, el porcentaje de adolescentes que afirman ver la televisión solos aumenta de forma proporcional a la edad en ambos géneros, esta



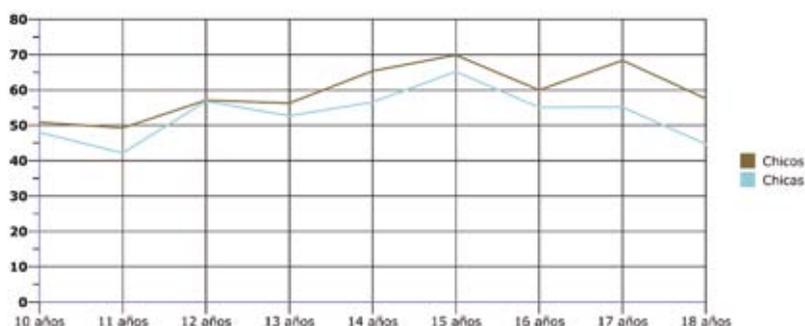
## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

184

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

pauta sólo es aplicable en Andalucía al grupo de los chicos, con la única excepción de los 18 años, tal y como puede constatarse en el siguiente gráfico. En el caso de las chicas, la tendencia descrita se rompe en el grupo de las que tienen 15 años, edad a partir de la cual el porcentaje de visionado en soledad decrece, hasta situarse a los 18 años en el 44,7%.

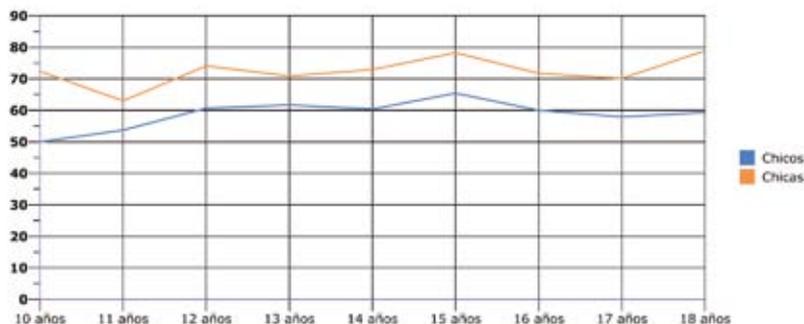
**Gráfico 104. Adolescentes que ven la televisión solos (por edad y sexo).**



También es interesante destacar que la compañía más frecuente, la madre, experimenta algunos cambios en función de la edad y del sexo de los adolescentes, tal y como puede contrastarse en el siguiente gráfico. En términos generales se puede afirmar que, curiosamente, entre los varones andaluces el porcentaje de chicos que afirman ver la televisión con su madre crece de forma gradual, alcanzando la cota máxima a los 15 años, en la que un 65,4% de ellos suscriben su compañía. Entre las chicas no existe una correlación clara y continua entre la edad y la compañía, como se evidencia en el siguiente gráfico. La cota máxima de refrendo a esta opción se produce entre las de 18 años (78,9%), obteniendo las de 15 años un porcentaje muy cercano (78,3%). Por último, también es interesante destacar que los 11 años para ellas (63%) y los 10 para ellos (50%) son los dos tramos anuales en los que el visionado en compañía de la madre es menos habitual.



Gráfico 105. Adolescentes que ven la televisión con su madre (por edad y sexo).



#### 7.4. PREFERENCIAS DE CONTENIDO

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, tanto en el estudio nacional, como en el de la Comunidad andaluza, las películas de ficción son el principal lugar común de preferencia para ocho de cada diez menores, sin que apenas existan diferencias sobre este criterio en función del sexo. Por edades, es una tendencia que se consolida según crecen los telespectadores. Si un 75,7% de los que tienen 10 años seleccionan las películas como contenidos preferentes, el porcentaje se eleva al 84,2% de los que tienen 15 años, y el del 79,4% entre los de 18 años.

En segundo lugar en ambos estudios aparecen las series, donde el porcentaje de chicas que las eligen es significativamente superior al de los chicos: 80,9% frente al 66,8% en Andalucía, como se constata en el siguiente gráfico. También es interesante destacar que es entre las de 14 y 15 años cuando la preferencia por este tipo de contenidos supera el 90% de ellas, siendo el refrendo menor a partir de esas edades.

Los deportes son un contenido muy atractivo para el 42,6% de los adolescentes andaluces y para el 40% de los españoles. La variable género marca grandes diferencia en lo que a preferencia por este tipo de programas respecta. En el estudio realizado en Andalucía, el 66,3% de los chicos eligieron este contenido frente al 18,3% de las chicas. La diferencia por sexos en esta Comunidad es idéntica a media nacional, ya que en el conjunto de España, un 63% de varones frente al 18% de las féminas



los seleccionaron como preferente. Las cotas máximas de respaldo hacia este tipo de contenidos se alcanzan a los 16 años, en el caso de los chicos, edad en la que un 67,6% lo eligió; y a los 12 años entre las chicas, grupo entre las que un 25,3% de ellas afirmaron estar interesadas en programas deportivos

Los dibujos animados obtienen en la Comunidad andaluza un índice de preferencia una décima por encima de los deportes (42,7%), siendo bastante más aficionadas a estos contenidos las chicas (48,5%) que los chicos (37,7%), tal y como puede observarse en el siguiente gráfico. Quizá, la característica más destacable, coincidiendo con la tendencia detectada en el estudio nacional, es que dicho interés decrece con la edad y es sustituido por el atractivo de películas y series, tal y como lo confirma el siguiente gráfico. De hecho si a los 10 años, un 70,4% de los andaluces afirmó ver dibujos animados, a los 18 años son menos de la mitad los que suscriben esta afirmación (28,9%). En el caso de las chicas, el descenso es más abultado, pasando del 76,5% a los 10 años al 18,4% entre las que tienen 18 años.

Casi un tercio de los menores españoles y un 35,2% de los andaluces tienen entre sus programas favoritos aquellos que se basan en concursos y competiciones. Éste es un género con un interés superior entre las chicas andaluzas (39,1% frente al 31,9%), siendo la diferencia por sexos inferior en el estudio nacional (33,7% frente al 30,5%). También un 35,4% de los adolescentes andaluces y un 33% de los españoles reconocen su preferencia sobre el género “reality show”, siendo una vez más superior el número de féminas que seleccionan este tipo de contenidos. Tal y como se constata en el siguiente gráfico, la diferencia porcentual por sexos en Andalucía, al igual que sucedía en el estudio nacional, supera los 20.

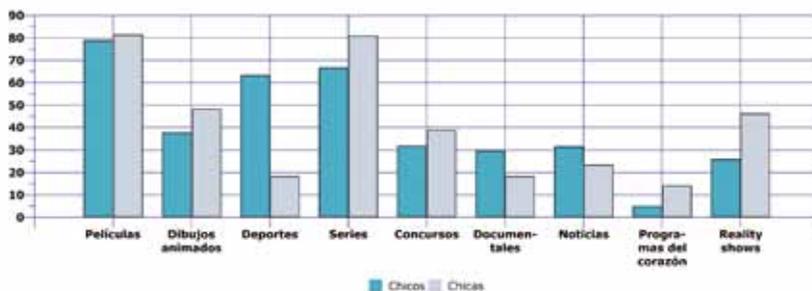
Entorno a una cuarta parte de los menores andaluces y españoles tienen afición por documentales o programas de noticias. Dicha preferencia es básicamente masculina, como se puede comprobar en el siguiente gráfico. Coincidiendo con el estudio nacional la preferencia por estos dos contenidos en Andalucía también es más frecuente en edades avanzadas.

Por último, un 9,3% de los andaluces y un 8% de los españoles reconocen sentir atractivo por los programas del corazón. En Andalucía, el número

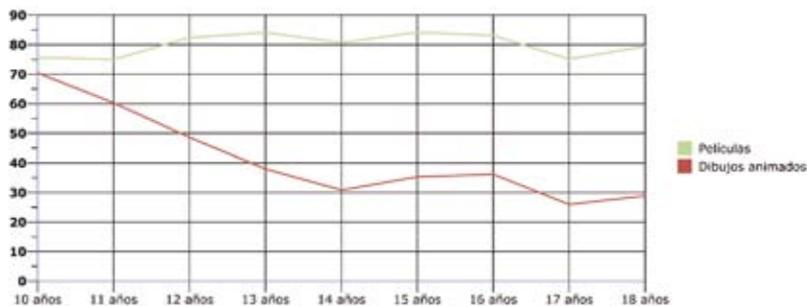


de féminas que afirman ser aficionadas a este tipo de contenidos (14,2%) casi triplica del de los varones (5,1%). Las cotas máximas de adhesión a este tipo de programas se dan entre las andaluzas que tienen 15 años, grupo entre las que el 26,7% afirmó ver este tipo de contenidos con afición. En el estudio nacional, las chicas de 16 años lideran esta tendencia.

**Gráfico 106. Programas de televisión preferidos (de 10 a 18 años, por sexo).**



**Gráfico 107. Programas de televisión preferidos: Películas vs. Dibujos animados (de 10 a 18 años).**



## 7.5. MULTITAREA FRENTE AL TELEVISOR

El análisis realizado sobre pantallas como Internet, los videojuegos o 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.



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

188

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

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 o las conversaciones telefónicas, como justificaremos con datos a continuación. También, parece no impedir los ratos de juego, la dedicación de tiempo a la navegación por Internet o incluso la realización de tareas y estudio escolar. 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 siguiente gráfico, y coincidiendo con la pauta obtenida en el estudio nacional, la audiencia femenina reconoce con más intensidad ver la tele mientras realiza otras actividades, salvo en las opciones “jugar”, “navegar por Internet” o “dormir”.

Gráfico 108. Multitarea frente al televisor (por sexo).



Combinando esta tendencia con la variable edad es posible trazar algunos perfiles multitarea en los que hay coincidencia, entre los adolescentes andaluces y españoles, pero también diferencias significativas que pasamos a detallar a continuación.

- “Como mientras veo la tele”. Es la actividad más frecuente, en ambos estudios y, si bien, entre los adolescentes españoles aumenta considerablemente con la edad, sobretodo en el caso de las chicas, entre los andaluces se puede afirmar que, en términos generales, se produce una tendencia similar en el caso de los varones, siendo la variación



porcentual entre las féminas más aleatoria, como puede constatarse en el gráfico aportado a continuación.

- “Hago la tarea escolar delante del televisor”. Posibilidad reconocida por el 18,1% de los adolescentes andaluces y por casi dos de cada diez menores españoles, se da con mayor frecuencia entre las chicas de 14 y de 17 años residentes en esta Comunidad, como puede constatarse en el siguiente gráfico. Sin embargo, en el conjunto del Estado, es a partir de que las féminas cumplen 16 años cuando esta práctica es más frecuente entre ellas.
- “Hablo con mi familia mientras vemos la tele”. De forma global, afecta al 44% de los adolescentes andaluces y a más del 42% de los españoles, convirtiéndose en la segunda tarea que con mayor frecuencia los menores compaginan con el visionado de televisión. Al igual que sucedía en el conjunto de España, es una actividad mucho más reconocida por las chicas andaluza (48,7%, frente al 39,9%). La posibilidad de que se dé disminuye considerablemente a los 11 y a los 18 años en Andalucía, mientras que bajo esta variable, en el conjunto del Estado, tiende a aumentar.
- “Duermo mientras veo la tele”. Es habitual para el 17,5% de los andaluces, siendo en esta región algo menor el porcentaje de chicas (17,4%) que de chicos (17,6%) quienes lo afirman, al igual que en el conjunto del Estado, donde la diferencia por sexos es mínima, sólo de 0,7 puntos porcentuales.
- “Juego”. Actividad compatible con la televisión, reconocida por algo menos del 26% de los adolescentes andaluces, y algo más del 25% de los españoles. Es una combinación de actividades con sesgo masculino (29,7% de varones, frente al 20,3% de las féminas), entre quienes admiten compaginarlas en Andalucía. Al igual que sucedía en el estudio nacional, en esta Comunidad se realizan a la vez ambas funciones con mayor intensidad en edades tempranas, siendo ejemplo claro de ello el hecho de que, a los 10 años, un 36,1% de los varones, y un 33,7% de las féminas afirman realizarlas simultáneamente, siendo ambos porcentajes cota máxima.
- “Navego por Internet”. Un 21,3% de los adolescentes andaluces y un 20% de los españoles reconocen esta posibilidad. Es un comporta-



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

190

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

miento que, en términos generales, crece con la edad entre los varones y las féminas residentes en Andalucía, con la excepción de las que tienen 17 y 18 años, edades a las que se produce un pequeño descenso, como se constata en el gráfico a continuación. Si en el estudio nacional la realización de ambas tareas simultáneamente era algo que afectaba de forma paritaria a ambos sexos (22,1% chicos frente al 21,1% chicas), en Andalucía la diferencia entre géneros es superior (22,4% ellas frente al 19,9% ellos).

- “Hablar por teléfono”. Esta actividad es la tercera prioritaria que los adolescentes afirman realizar mientras ven la televisión. El visionado de esta pantalla se acompaña de las conversaciones telefónicas de los menores andaluces en un 29,6% de los casos, porcentaje por debajo de la media nacional situada en esta cuestión en un tercio de los casos. Ambos estudios constatan que este fenómeno tiene un marcado carácter femenino, sobretodo a los 15 años, edad en la cual más de la mitad de las andaluzas lo reconocen como propio.

Gráfico 109. Veo la tele mientras como (por edad y sexo).

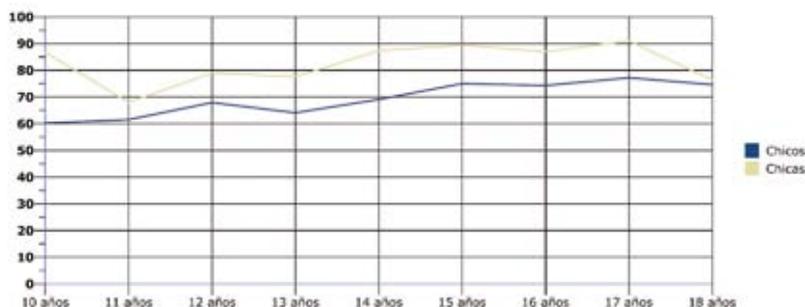


Gráfico 110. Estudio o hago la tarea mientras veo la tele (por edad y sexo).

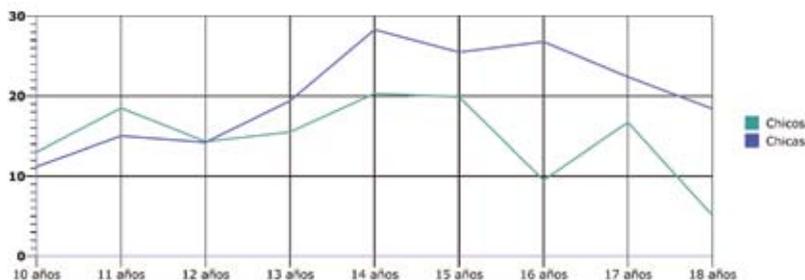
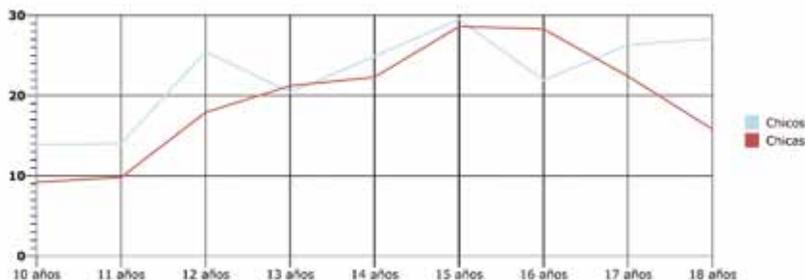




Gráfico 111. Navego por Internet mientras veo la tele (por edad y sexo).



## 7.6. 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, navegando por Internet, dedicando tiempo de ocio a los videojuegos, etc. 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.

### 7.6.1. Decisiones sobre contenidos

Los datos expuestos anteriormente 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 sobre los



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

192

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

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?” ofreciendo como respuestas posibles: “yo mismo”, “mi padre”, “mi madre”, “mis hermanos o “entre todos, lo negociamos juntos”. En términos globales, la opción más reconocida entre los menores es la última, refrendada por un 49,6% de los andaluces. Este dato evidencia que, 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 Andalucía, al igual que se detectaba en el estudio nacional, son las chicas las que se muestran más negociadoras (54,6% frente al 45,4%), superando ellas el 50% en todos los intervalos de edad analizados.

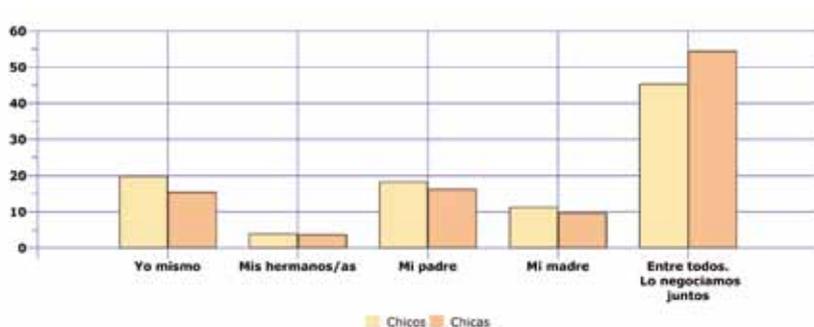
Como segunda opción aparece la respuesta “yo mismo”, reconocida por un 18,4% de los andaluces, porcentaje por debajo de media nacional situada para esta cuestión en el 20%. Al igual que sucede en el conjunto de España, en Andalucía el porcentaje de chicos que afirman decidir ellos en exclusiva los programas que veían con su familia es superior al de las chicas: 20,9% frente al 15,5%, como se constata en el siguiente gráfico. Lógicamente, la libertad de elección aumenta con la edad en ambos estudios, pero lo hace de forma muy suave y sin llegar a superar la cifra del 25%, en ninguno de los géneros y tramos de edad analizados.

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, sólo un 17,4% de los andaluces y un 17% de los españoles reconocen que impera la autoridad paterna. Llama la atención que las cifras más elevadas para esta opción provengan de chicas de 17 años (el 20,9% seleccionó esta opción) y de los chicos de 13 años, entre los que un 23,3% de ellos afirman que es el padre quien decide qué ver cuando están todos reunidos frente al televisor. En lo que respecta a las posibilidades que tiene la madre de decidir qué ver, un 10,6% de los andaluces, y menos de un 10% de los españoles, afirman que el criterio de la madre



sobre la programación es el que prima. Las chicas y los chicos de 10 años son los más fieles a la elección de sus madres, afirmando que son ellas quienes deciden un 15,3% de las féminas y un 18,5% de los varones residentes en esta Comunidad. Por último, el criterio de los hermanos tiene un peso muy residual, situándose en Andalucía en el 3,9%.

**Gráfico 112. ¿Quién decide qué programa ver? (de 10 a 18 años, por sexo).**



### 7.6.2. 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 48,8% de los adolescentes andaluces y el 57% de los españoles afirmaron que, en casa, les dejan ver todos los programas de televisión. Algo más de la mitad de los residentes en Andalucía, un 51,2% para ser exactos, reconoce que “hay programas que no me dejan ver”, porcentaje considerablemente por encima de la media nacional, donde sólo un el 43% de los menores españoles suscribió esta afirmación.

Por otro lado, al igual que sucedía en el conjunto de España, donde los varones cuentan con una ligera mayor autonomía, en términos generales, frente a la parrilla televisiva o, dicho de otro modo, las chicas españolas parecen ser más conscientes de que, según sus padres, hay programas que no deben ver, en Andalucía sucede lo mismo. Son ellos los que ostentan más libertad en esta cuestión. Si en el conjunto del Estado un 59% de varones y un 57% de féminas afirmaron “mis padres me dejan ver todos los programas”, en Andalucía, el porcentaje de chi-



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

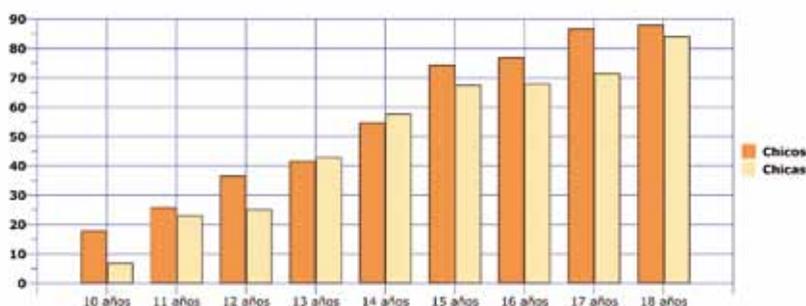
194

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

cos que suscribieron esta frase es del 51,1%, y el de chicas desciende al 46,1% del conjunto de las encuestas realizadas.

También hay coincidencia en ambos estudios en el hecho de que, la posibilidad de ver todos los programas, aumenta con la edad, pero sin llegar a alcanzar en ningún tramo anual un resultado del 90%, como se constata en el siguiente gráfico. De hecho, para casi dos de cada diez varones y féminas andaluces y para uno de cada diez chicos españoles, alcanzar la mayoría de edad no supone una libertad de elección absoluta frente a los contenidos televisivos.

**Gráfico 113. “Me dejan ver todos los programas” (por edad y sexo).**



Al comparar estos datos con los obtenidos en Iberoamérica se detecta que existe una mayor libertad en el acceso a los contenidos televisivos por parte de los menores andaluces y españoles. En el primer caso, sólo un 34% reconoció no tener ningún tipo de restricción, dato que aparece entre catorce y veinticinco puntos por debajo de los obtenidos sobre esta cuestión en los estudios de la Comunidad andaluza y de la Península.

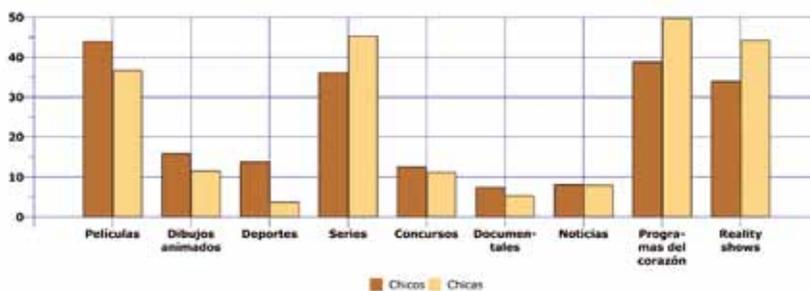
Como hemos visto, algo más de la mitad de los andaluces admiten la existencia de cierta restricción parental sobre el uso de la televisión. Esta pauta familiar se distribuye sobre los distintos géneros televisivos del siguiente modo. Los “programas del corazón” ocupan el primer puesto en el ranking de contenidos “prohibidos” por los padres según la opinión del 44,2% de los adolescentes andaluces y del 41% de los españoles. En segundo lugar, en ambos estudios, aparecen las películas, contenidos que afirman tener prohibidos un 40,8% de los andaluces. El tercer puesto en este ranking en Andalucía lo ocupan las series, a una décima de



distancia de las películas, ya que un 40,7% de los andaluces suscribió que sus padres les prohibían verlas. Sin embargo, en el estudio nacional, el tercer puesto es compartido por las series y los “reality show”. En cuarto lugar se sitúan los *reality shows* en Andalucía, respaldados por un 39% de los adolescentes encuestados. Los dibujos animados, los deportes, los concursos, los documentales y las noticias también son censurados por algunos padres, pero el porcentaje de andaluces o españoles que lo afirman no supera en ninguno de los casos valores por encima del 14%.

En función del sexo, sí que se detectan diferencias significativas en ambos estudios. En Andalucía el porcentaje de varones que respaldan prohibiciones en todos los contenidos analizados es siempre superior al porcentaje de chicas, con tres salvedades, los “programas del corazón”, “las series” y “los *reality shows*” tal y como puede verse en la siguiente gráfica. En el estudio nacional las chicas también reconocen tener mayores restricciones en el visionado de series, programas del corazón y “reality shows” que los varones, y ellos están más condicionados por sus padres en el caso de las películas, los dibujos animados o los deportes.

Gráfico 114. “¿Qué programas no te dejan ver? (por sexo).”



### 7.6.3. 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 éstos últimos hacen del televisor, y en este sentido, hemos interrogado a los menores andaluces.



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

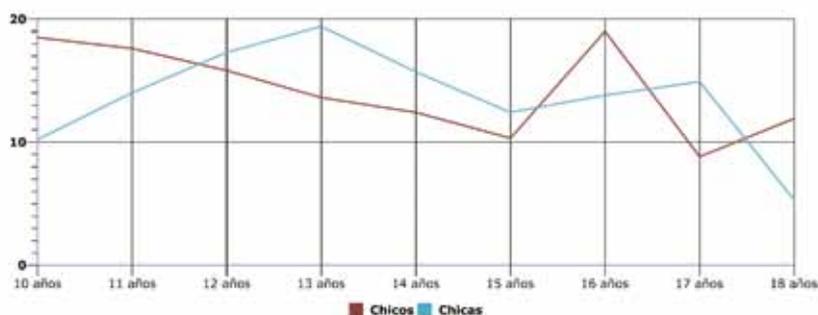
196

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Ponerse frente al televisor no supone conflicto alguno con sus padres para la mayoría de los integrantes de la Generación Interactiva andaluza, superando ligeramente las chicas que sí reconocen el conflicto (14,7%) a los varones (14,3%) en esta cuestión, pauta que coincide con la obtenida en el estudio nacional. Por edades, tanto en Andalucía como en España, se reproduce una pauta que parece lógica: son los más mayores los que menos discuten. La problemática se intensifica entre las féminas andaluzas de los 11 a 14 los años. En el caso de los varones, la cota máxima de refrendo a la existencia de discrepancias con los padres por esta cuestión se produce a los 16 años, edad en la que un 19% de ellos lo suscriben, como puede verse en el siguiente gráfico.

También se puede observar en el siguiente gráfico, que según la edad y el sexo de los telespectadores, en Andalucía, el porcentaje de chicos que afirman discutir con sus padres por esta cuestión supera al de las féminas en todas las edades salvo en el tramo de 12 a 15 años y a los 17, edades en las que ellas afirman discutir por esta temática con mayor frecuencia. En España, también los chicos discuten con sus padres en mayor medida que las chicas, salvo en el caso de los 14 años. Además, en el conjunto del Estado se observa un descenso abrupto de las discusiones y en función de la edad entre las chicas: a partir de los 15 años parece que se inicia un descenso de los conflictos familiares con motivo del uso del televisor.

**Gráfico 115. “Discuto con mis padres por el uso que hago de la televisión” (por edad y sexo).**

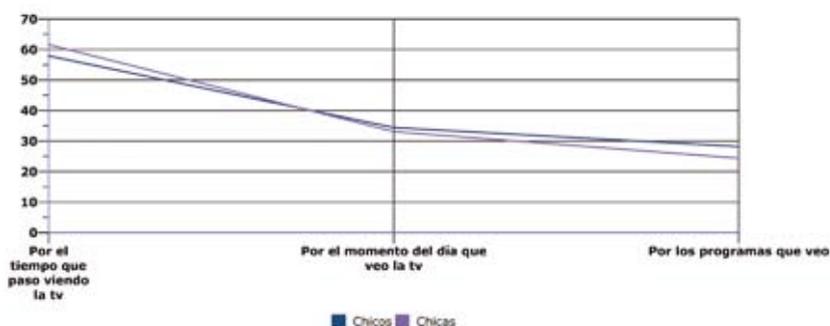




Una vez localizada y descrita la existencia de cierta mediación familiar desde su expresión como conflictos o discusiones entre padres e hijos es posible tipificar los motivos principales de discusión. Así, para los que discuten, lo hacen de forma mayoritaria a causa del tiempo que pasan frente al televisor, en concreto, un 59,7% de los adolescentes andaluces suscribió esta afirmación. Tal como puede verse en el siguiente gráfico el 33,8% de ellos son recriminados por ver la televisión en momentos inadecuados, causa que también es respalda por algo más de un tercio de los adolescentes españoles. Por último, y con mucha menor frecuencia, el conflicto entre padres e hijos tiene su origen en los contenidos vistos por los menores, 26,4% en el caso de los andaluces.

En dos de los motivos posibles de discusión (“momento del visionado” y “tipo de programa visto”), el porcentaje varones andaluces que los suscriben, supera al de las féminas, aunque como puede constatarse en el siguiente gráfico, las diferencias por sexos no son abultadas en ninguno de los dos supuestos. También, en el estudio nacional, se cumple la pauta descrita en el caso de los chicos y la que detallamos a continuación entre las chicas andaluzas. Ellas, al igual que sucedía con las españolas discuten más por “el tiempo de consumo”: 61,6%, frente al 57,9%.

**Gráfico 116. Motivos de discusión por la televisión (por sexo).**



Si consideramos también las distintas edades de los telespectadores, la posibilidad de conflicto “por el tiempo de visionado” esta causa es reconocida por el 80% de las féminas que tienen 10 años y por el 80,6% de los varones de 11 años. La cota mínima de discusión por esta razón la tienen féminas de 18 años residentes en esta Comunidad, entre las que



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

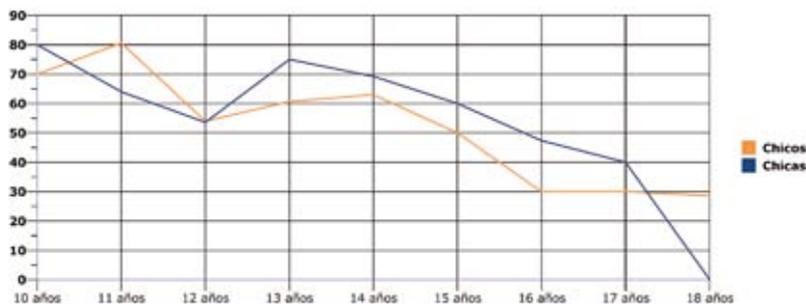
198

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

ninguna de ellas se siente identificada con esta respuesta. De hecho, entre los varones, se detecta una clara correlación: a mayor edad, menor porcentaje de adolescentes afirman discutir por este tema con sus padres, como puede verse en el siguiente gráfico. Entre las chicas también se cumple esta pauta, aunque a los 13 años se produce un repunte de conflictividad que vuelve a disminuir a partir de esa edad.

En el resto de España, la tendencia detectada evidencia que la discusión por esta cuestión es intensa entre las chicas hasta los 16 años y parece repuntar a partir de los 18. Los chicos, sin embargo, al igual que sucede en Andalucía, muestran una pauta descendente en función de la edad, con alguna excepción puntual.

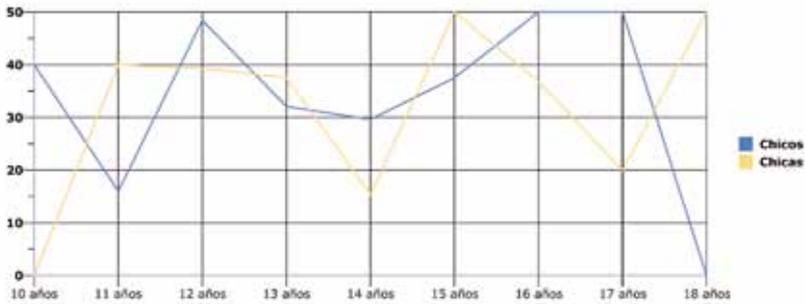
**Gráfico 117. “Discuto con mis padres por el tiempo que paso viendo la televisión” (por edad y sexo).**



Discutir por la elección de los momentos para ver programas televisivos ofrece, según la edad y el sexo, una pauta distinta al caso anterior, completamente dispar en cada tramo anual, tal y como pueden comprobarse en el siguiente gráfico. Es destacable que ningún varón de 18 años y ninguna fémina de 10 años, lo identifique como propio. Sin embargo, el 50% de los chicos que tienen 16 y 17 años, y también la mitad de las chicas que tienen 18 años lo suscriben.



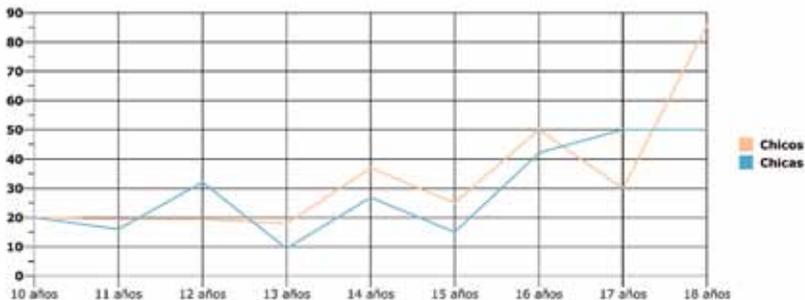
**Gráfico 118. “Discuto con mis padres por el momento en que veo la televisión” (por edad y sexo).**



Por último, la discusión basada en el tipo de programas vistos es intensa entre el 85,7% de los chicos de 18 años y entre el 50% de las chicas de 17 y de 18 años, tal y como puede verse en el siguiente gráfico, siendo dichos porcentajes cota máxima en cada uno de los géneros.

En el caso de los chicos, la conflictividad por esta causa desciende hasta los 13 años. A partir de los 14 alcanza porcentaje muy superiores a los obtenidos hasta esa edad. Entre las chicas, los porcentajes suben y bajan hasta los 15 años, edad a partir de la cual ya sólo aumentan en correlación a la edad.

**Gráfico 119. “Discuto con mis padres por el el tipo de programas que veo en televisión” (por edad y sexo).**



También es interesante destacar que es muy poco frecuente que los padres basen sus premios o castigos en la posibilidad de acceso a la tele-



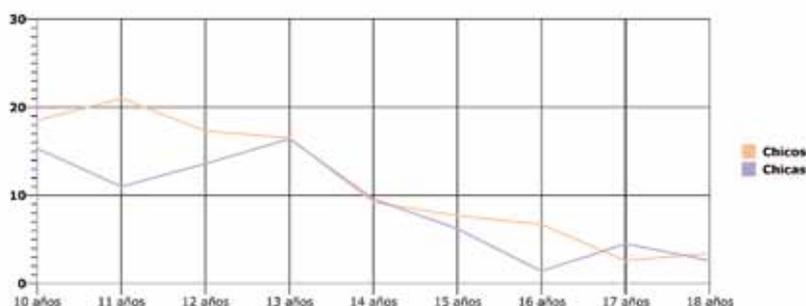
## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

200

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

visión por parte de sus hijos ya que, al respecto, tan sólo un 11,4% de los andaluces y un 12% de los españoles reconocen esta posibilidad. En España, en el caso de darse esta estrategia, es más frecuente entre las chicas y lógicamente desciende con la edad en ambos sexos. Sin embargo, en la Comunidad andaluza, aunque hay una coincidencia con el estudio nacional en que la edad es una variable que influye en el uso de esta estrategia, como puede constatarse en el siguiente gráfico, son los chicos, al contrario de lo que sucedía en el conjunto de España, quienes más suscriben que sus padres les premian o les castigan con la televisión. De hecho el 12,8% de varones frente al 9,6% de féminas lo afirmaron.

Gráfico 120. “Me premian o castigan con el uso de la televisión” (por edad y sexo).



### 7.6.4. Hábitos de riesgo

A la luz de los datos, es posible afirmar que los menores se muestran prudentes y moderados cuando se refieren a su consumo de televisión. De hecho, sólo un 21,2% de los andaluces, porcentaje similar a la media situada en uno de cada cinco, declara que “ve más televisión de la que debería”. En Andalucía, coincidiendo con la tendencia nacional al respecto, la diferencia por género en este caso no es muy amplia: 22,5% de los chicos frente al 19,7% de las chicas. Un porcentaje pequeño, 14,2% de los andaluces y un 15% de los españoles declaran que “nada más llegar a casa encienden la televisión”. En este caso el porcentaje de féminas (17,4%) que suscriben esta dinámica como propia, es mayor que el de varones (11,4%), pauta que también se cumplía entre los adolescentes españoles. Por último, es interesante destacar que el número de menores andaluces y españoles que reconocen esta práctica como suya está



muy por debajo de los datos obtenidos en Iberoamérica, donde el 42% de los encuestados declaraban encender la tele nada más llegar a casa.

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 solo un 14,9% de los andaluces y uno de cada diez españoles manifiesta haberlo hecho. El porcentaje de chicos residentes en Andalucía que suscriben haber visionado este tipo de programas prohibidos por sus progenitores es superior al de las chicas: 15,8% frente al 13,9%, diferencia por géneros que también se detectó en el estudio estatal. 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 a la mediación parental y que la norma no es realmente eficaz. Por último, y coincidiendo con lo que sucedía en el conjunto del España, se puede apreciar una intensificación de esta práctica entre los 13 y los 15 años, que luego se modera de nuevo.

**Gráfico 121. Hábitos de riesgo en el consumo de televisión (de 10 a 18 años, por sexo).**



### 7.6.5. Situaciones de consumo de la televisión

El 38% de los adolescentes andaluces y el 35% de los españoles afirmaron que les gustaba más ver la televisión acompañados que solos. Si en el conjunto de España era superior el porcentaje de chicas que suscribían esta afirmación (35% frente al 34%), en Andalucía también son más las féminas con una diferencia más abultada: 41% frente al 35,4%. En esta Comunidad, el interés por el visionado de televisión en compañía



## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

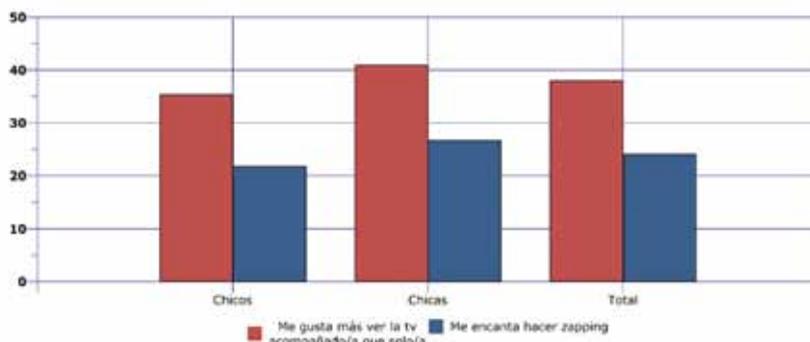
202

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

decrece conforme aumenta la edad de los adolescentes. De los 10 a los 13 años, más del 40% de los encuestados en esta región suscribió la afirmación, descendiendo ya en ese tramo anual y de forma mucho más abultada a partir de entonces y hasta los 18 años, edad, en la que sólo un 24,7% la asumió como propia. Aunque el descenso en correlación a la edad se da en ambos sexos, es más acentuado entre los varones.

Una vez delante de la pantalla, el 24,1% de los adolescentes andaluces y también casi uno de cada cuatro españoles optan por hacer *zapping*, actividad que además les gusta de un modo especial. Las chicas andaluzas son más partidarias de esta práctica: 26,7% frente al 21,8%. Son las féminas de 16 años las que obtienen la cota máxima en la práctica del *zapping*, ya que el 37,7% de las que tienen esa edad suscribieron la afirmación. Entre los chicos, la cota máxima se alcanza un año más tarde, a los 17, pero el porcentaje de refrendo es inferior: 31,4%.

Gráfico122. Situaciones de consumo de televisión (por sexo).



### 7.7. VALORACIONES Y ACTITUDES

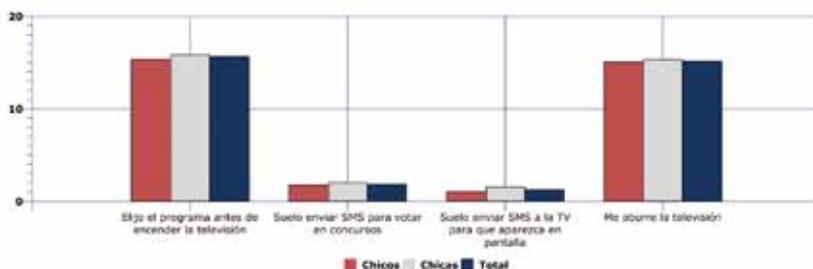
Si el *zapping* es una práctica que afecta a casi uno de cada cuatro menores andaluces, no es de extrañar que sólo 15,7% de los que residen en esta Comunidad y un 15% de los españoles enciendan la televisión para ver un programa que ya han elegido y esperan ver. La improvisación en el consumo parece ser la pauta habitual, aunque los más pequeños parecen más orientados a un consumo específico. En España de los 10 y 11 años el 20% declara elegir antes de encender la tele, mientras que



Andalucía, de los 10 a los 13 años, más de un 16% de los menores, suscriben esta afirmación. Aunque la diferencia porcentual no es significativa, es algo mayor el porcentaje de chicas (15,9%) que el de chicos (15,4%) el que identifica como propia esta práctica.

El envío de mensajes de texto a programas televisivos, bien sea para participar en votaciones, bien para enviar mensajes que aparezcan en pantalla, no parece ser en absoluto una práctica común entre los menores, ya que sólo un 1,9% de los andaluces y un 2% de los españoles en el primer supuesto, y 1,3% y un 2% respectivamente en el segundo supuesto, reconocieron hacerlo, tal y como puede corroborarse en el siguiente gráfico. Esta realidad puede guardar alguna relación con el coste de envío de estos mensajes. Por último, es interesante destacar que la variable sexo no aporta grandes diferencias al respecto.

**Gráfico 123. Valoraciones sobre el contenido de la televisión (por sexo).**



En términos generales, la televisión aburre a un 15,2% de los adolescentes andaluces, porcentaje dos décimas por encima de la media nacional, situada para esta cuestión en el 15% de los menores de 10 a 18 años. Al igual que sucedía en el conjunto de España apenas hay diferencia porcentual entre sexos. Sin embargo, es interesante observar la diferencia que la edad, aporta a esta consideración: a mayor edad, más aburrimiento, como puede apreciarse en la siguiente gráfica, siendo esta pauta más marcada y coherente en entre los varones. Esta tendencia también se producía en el estudio nacional.

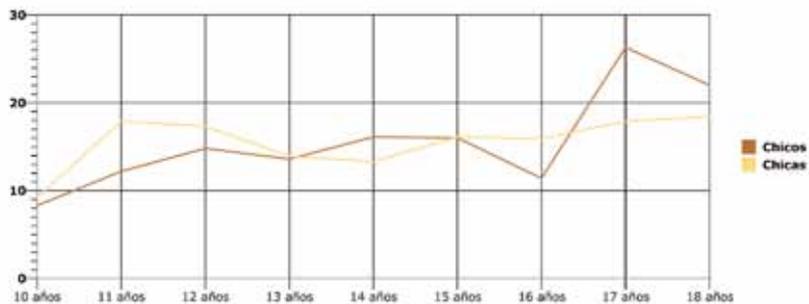


## 7 / La televisión en Andalucía: la pantalla reina

204

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN ANDALUCÍA

Gráfico 124. “Me aburre la tele” (por edad y sexo).





## 8 / Conclusiones

Como se ha podido apreciar a lo largo de las páginas anteriores, los menores andaluces se perfilan como claros exponentes de la Generación Interactiva española. Podría decirse, por tanto, que los rasgos configuradores de la Generación Interactiva, identificados en el trabajo de 2009, tienen una vigencia plena entre ellos.

Son varias las conclusiones que se pueden destacar tras la exposición exhaustiva de los datos:

1. Estamos ante una generación especialmente **equipada** desde el punto de vista tecnológico, y con una clara preeminencia de Internet: los datos muestran que el 81,7% de los más pequeños afirman tener conexión a Internet en casa, porcentaje que se eleva al 91,3% entre los más mayores. Ambos porcentajes son significativamente superiores (entre nueve y diez puntos porcentuales) a los obtenidos en este mismo estudio realizado a nivel nacional, donde el 71% de los niños y el 82% de los adolescentes afirmaron tener conexión a Internet en casa. Llama la atención, sin embargo, que la penetración del móvil sea menor en comparación con el resto de menores españoles: en Andalucía, el 77,2% los adolescentes de entre 10 y 18 declara usar un móvil propio, porcentaje que desciende al 25,8% en el caso del grupo de los más pequeños, 6-9 años: la media nacional está en el 83% y el 29% respectivamente.



## 8 / Conclusiones

206

2. Es, al igual que la española, una generación **autónoma** por el uso mayoritariamente en solitario que hace de la Red y porque se reconoce como autodidacta: el 69% de los internautas andaluces contestan afirmativamente a la posibilidad “He aprendido solo a utilizar Internet”, porcentaje ligeramente inferior a la media nacional situada en el 70%. Esta autonomía queda matizada además por el carácter precoz en el uso de las pantallas.

3. La dimensión **social** como motor de uso de la tecnología queda patente en la penetración de las redes sociales entre este grupo: frente al 71% de los adolescentes encuestados en la muestra nacional que declaran tener al menos un perfil en una red social, el 73,6% de los andaluces las utiliza, con un predominio de los chicos, frente a las chicas. Tuenti es la red social más popular, con un 68,2% de los casos.

4. La **multifuncionalidad** de las pantallas es un reclamo evidente para esta generación. Además de un uso intensivo con variedad de interlocutores, la generación Interactiva se caracteriza por el aprovechamiento multifuncional del teléfono móvil o de Internet. Las pantallas les sirven para comunicarse, pero también para consumir y crear contenidos para jugar y para organizarse.

5. Al mismo tiempo, este uso especialmente intensivo también les hace más propensos a enfrentar y a resolver determinados **riesgos** que la tecnología plantea: su posición es bastante racional, por ejemplo, a la hora de publicar de información personal, y especialmente de terceras personas. Los chicos mayores, 17 y 18 años, parecen más propensos a agregar desconocidos a sus herramientas sociales. Además, las diferencias entre chicos y chicas a la hora de molestar o acosar a otros a través de la tecnología se polarizan mucho más en el caso andaluz que sobre la media nacional: sólo el 7% de las chicas afirman haber realizado estas prácticas frente al 15,1% de los chicos.

6. Destaca en el caso de los resultado de Andalucía que, de acuerdo con la percepción y la declaración de los propios menores, sus **docentes** parecen no seguirles en el interés y en el uso de la tecnología. De acuerdo con sus respuestas, el 55,9% de los profesores no utilizaría Internet para explicar su materia, porcentaje significativamente superior al obtenido en el estudio realizado a nivel nacional donde el 50% de los encuestados



suscribió esta afirmación. Independientemente del dato concreto, está claro que surge aquí una magnífica oportunidad para crecer en un mejor acompañamiento en el aprendizaje de las TIC.

7. No sólo los profesores parecen alejados de la tecnología. Especialmente los **padres** y **madres** mantienen, siempre de acuerdo con las declaraciones de sus hijos, una posición fundamentalmente pasiva sobre el uso que sus hijos hacen de las pantallas. Sin embargo en este punto los padres y madres andaluces parecen estar por ligeramente por encima de los demás en la mayor parte de las posibilidades de mediación, aunque es especialmente significativo que el 32% de los menores afirman que sus padres “no hacen nada”. Otro dato que llama la atención es que el porcentaje de adolescentes andaluces que afirman haber aprendido a usar la Red de su padre (13,6%) está por encima de la media nacional situada en el 11%. De nuevo aquí, una mediación parental activa parece una buena solución que habría que estudiar e implementar en la medida de lo posible.

8. La Generación Interactiva andaluza se encuentra en una posición privilegiada en el uso de la tecnología. Esta ventaja debe ser aprovechada por las instituciones públicas y privadas de la Comunidad Autónoma con el fin de que realmente sirva para aumentar las competencias personales y tecnológicas de los menores.

El concurso de los docentes y de los padres y madres es indispensable para lograr este fin, lo que exigirá a las autoridades públicas y a las instituciones privadas, el esfuerzo necesario para dotarles de los recursos de conocimiento y tecnológicos precisos para llevar a cabo esta tarea vital para el futuro de la sociedad.





# 9 / Anexos

## 9.1. CUESTIONARIOS

### Cuestionario de 1º a 4º de primaria (6-9 años)

#### 1. ¿A qué curso vas?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1º de Primaria | <input type="checkbox"/> 3º de Primaria |
| <input type="checkbox"/> 2º de Primaria | <input type="checkbox"/> 4º de Primaria |

#### 2. ¿Cuántos años tienes?

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 6 años o menos | <input type="checkbox"/> 8 años       |
| <input type="checkbox"/> 7 años         | <input type="checkbox"/> 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 “ciber café”
- 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 mi madre
- Con amigos y/o amigas
- Con otros familiares (primos, tíos, etc.)
- Con hermanos y/o hermanas
- Con un profesor o profesora
- Con mi padre

### 13. ¿Utilizas algún teléfono móvil?

- No (pasa a la pregunta 17)
- Sí, el mío
- Sí, el de otras personas (mis padres, hermanos, etc.)

### 14. ¿Cómo conseguiste el teléfono móvil?

- Pedí que me lo compraran
- Me lo dieron mis padres
- Fue un regalo



**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, etc.)
- 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)       Tres  
 Uno       Cuatro o más  
 Dos

**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       Otro familiar  
 Mi padre       Un amigo/a  
 Mi madre       Otras personas  
 Algún hermano/a

**24. De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:**

- Ordenador portátil  
 Impresora  
 Escáner (copia fotos en papel, libros, etc. al ordenador)  
 Web cam  
 MP3/MP4/iPod  
 Cámara de fotos digital  
 Cámara de vídeo digital  
 Televisión de pago (digital o por cable: Digital Plus, ONO, Imagenio...)  
 Equipo de música  
 Teléfono fijo  
 DVD



- Disco duro Multimedia (para bajar películas de Internet y verlas en la televisión)
- Ninguna de estas, tengo otras

**25. ¿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

**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 que te quedarías?**

- Internet
- Televisión
- No lo sé

**28. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Internet
- Teléfono móvil
- No lo sé

**29. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Videojuegos
- Televisión
- No lo sé

**30. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Teléfono móvil
- Televisión
- No lo sé

**31. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Teléfono móvil
- Videojuegos
- No lo sé



## Cuestionario de 5º de primaria en adelante (10-18 años)

### 1. ¿En qué curso estás?

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 5º Primaria | <input type="checkbox"/> 4º ESO                               |
| <input type="checkbox"/> 6º Primaria | <input type="checkbox"/> 1º Bachillerato                      |
| <input type="checkbox"/> 1º ESO      | <input type="checkbox"/> 2º Bachillerato                      |
| <input type="checkbox"/> 2º ESO      | <input type="checkbox"/> 1º Formación Profesional Grado Medio |
| <input type="checkbox"/> 3º ESO      | <input type="checkbox"/> 2º Formación Profesional Grado Medio |

### 2. ¿Cuántos años tienes?

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 11 años | <input type="checkbox"/> 15 años       |
| <input type="checkbox"/> 12 años | <input type="checkbox"/> 16 años       |
| <input type="checkbox"/> 13 años | <input type="checkbox"/> 17 años       |
| <input type="checkbox"/> 14 años | <input type="checkbox"/> 18 años o más |

### 3. Sexo

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Masculino | <input type="checkbox"/> Femenino |
|------------------------------------|-----------------------------------|

### 4. Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Mi padre      | <input type="checkbox"/> 4 hermanos/as  |
| <input type="checkbox"/> Mi madre      | <input type="checkbox"/> 5 hermanos/as o más                                  |
| <input type="checkbox"/> 2 hermanos/as | <input type="checkbox"/> Mi abuelo/a  |
| <input type="checkbox"/> 3 hermanos/as | <input type="checkbox"/> Otras personas <input type="checkbox"/> Un hermano/a |

### 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, etc.)
- Realiza un trabajo técnico (maestro, ingeniero técnico, bancario...)
- Realiza un trabajo de nivel universitario (médico, abogado, arquitecto, ingeniero, dentista...)
- 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, albañil, carpintera, agricultora, mecánica, personal de seguridad, etc.)
- Realiza un trabajo técnico (técnico en computación, secretaria, diseñadora, fotógrafa, cheff de cocina, cajera de banco, enfermera, comercial, militar, etc.)
- Realiza un trabajo de nivel universitario (abogada, arquitecta, ingeniera, dentista, farmacéutica, profesora, psicóloga, médico, etc.)
- 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 estudias o haces la tarea al día 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 estudias o haces la tarea al día 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  Me ayuda mi padre  
 Tengo un profesor particular  Me ayuda mi madre  
 Me ayudan mis hermanos/as

**13. Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente?**

- En mi habitación  En la sala de estar  
 En la habitación de un hermano/a  En la cocina  
 En una sala de estudio

**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... 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...)  
 Otra



**17. ¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?**

- No, ninguno  Sí, casi todos (más de la mitad)  
 Sí, algunos (menos 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 (pasar 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  Sí, tengo un antivirus  
 No lo sé  Sí, pero no sé lo que es  
 Sí, tengo un filtro

**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  Nada  
 Entre una y dos horas  Más de dos horas

**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...)  
 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 mi madre  
 Con amigos                                       Con mi novio/a  
 Con hermanos                                       Con un profesor/a  
 Con mi padre

**27. ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta)**

- Nadie, he aprendido yo solo                       Mi padre  
 Algún hermano/a                                       Mi madre  
 Mi novio/a     Algún profesor/a del colegio  
 Algún amigo

**28. ¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? (Es posible más de una respuesta)**

- Familia                                       Televisión                                       Amigos/as  
 Videojuegos                                       Estudios                                       Hablar por teléfono  
 Deporte                                       A nada                                       Lectura

**29. ¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)**

- Para visitar páginas web  
 Envío de SMS  
 Compartir vídeos, fotos, presentaciones... (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, etc.)
- 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)**

- |   |                                    |
|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Deportes                   | <input type="checkbox"/> Juegos    |
| <input type="checkbox"/> Software e informática     | <input type="checkbox"/> Música    |
| <input type="checkbox"/> Programación de televisión | <input type="checkbox"/> Humor     |
| <input type="checkbox"/> Noticias                   | <input type="checkbox"/> Concursos |
| <input type="checkbox"/> Educativos                 | <input type="checkbox"/> Adultos   |
| <input type="checkbox"/> Culturales                 |                                    |

**31. Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Con Chat  | <input type="checkbox"/> Con Messenger |
| <input type="checkbox"/> Con las dos anteriores                                |  |
| <input type="checkbox"/> 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 una webcam?**

- |                                |                                  |                                  |
|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nunca | <input type="checkbox"/> A veces | <input type="checkbox"/> 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...)  
 Juegos de carreras (Need for Speed, Death Race, Shangay Street Racer...)  
 Juegos de estrategia y batalla (Teeken, Counter Strike...)  
 Juegos de deportes (FIFA 2008...)  
 Juegos de mesa y cartas (Poker, Parchís, Trivial, Pictionary...)  
 Casinos (Casino Mónaco, Casino Tropez...)  
 Juegos de rol (Virtual Galaxy, Guild Wars, Solaris...)  
 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, etc.)?**

- No (pasa a la pregunta 41)       Sí



**40. ¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar? (es posible más de una respuesta)**

- |                                   |   |                                  |
|-----------------------------------|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> WindowsLiveSpaces    | <input type="checkbox"/> Orkut   |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn | <input type="checkbox"/> Hi5                  | <input type="checkbox"/> Sonico  |
| <input type="checkbox"/> Tuenti   | <input type="checkbox"/> Otras Redes Sociales | <input type="checkbox"/> MySpace |

**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)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Deportes                   | <input type="checkbox"/> Juegos            |
| <input type="checkbox"/> Software e informática     | <input type="checkbox"/> Música            |
| <input type="checkbox"/> Programación de televisión | <input type="checkbox"/> Humor             |
| <input type="checkbox"/> Noticias                   | <input type="checkbox"/> Concursos         |
| <input type="checkbox"/> Educativos                 | <input type="checkbox"/> Adultos           |
| <input type="checkbox"/> Culturales                 | <input type="checkbox"/> 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 porque 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...)
- Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios...)
- 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...
- 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, etc.)
- 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 la siguiente frase: “Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación”**

- Nada
- Poco
- Bastante
- Mucho

**52. Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: “Internet puede provocar 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)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Hablar               | <input type="checkbox"/> Enviar mensajes                             |
| <input type="checkbox"/> Chatear              | <input type="checkbox"/> Navegar por Internet                        |
| <input type="checkbox"/> Jugar                | <input type="checkbox"/> Como reloj o como despertador               |
| <input type="checkbox"/> Ver fotos y/o videos | <input type="checkbox"/> Hacer fotos                                 |
| <input type="checkbox"/> Grabar vídeos        | <input type="checkbox"/> Como agenda                                 |
| <input type="checkbox"/> Como calculadora     | <input type="checkbox"/> Escuchar música o la radio                  |
| <input type="checkbox"/> Ver la televisión    | <input type="checkbox"/> Descargas (fotos, juegos, fondos, tonos...) |

**62. ¿Con qué personas sueles comunicarte más con el móvil? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Con mi madre        | <input type="checkbox"/> Con mi padre         |
| <input type="checkbox"/> Con mis hermanos/as | <input type="checkbox"/> Con otros familiares |
| <input type="checkbox"/> Con los amigos/as   | <input type="checkbox"/> Con mi novio/a       |

**63. Si me quedara dos semanas sin móvil...**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Mi vida cambiaría a mejor | <input type="checkbox"/> Mi vida cambiaría a peor |
| <input type="checkbox"/> No pasaría nada           |   |

**64. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces del móvil?**

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No (pasa a la pregunta 66) | <input type="checkbox"/> 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?**

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> 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, etc.–
- Cuando estoy durmiendo
- No lo apago nunca

**68. ¿Sueles recibir mensajes o llamadas de noche cuando ya estás en la cama?**

- Nunca
- Casi todos los días
- Algunos días
- Todos los días

**69. ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)**

- He utilizado el móvil para enviar mensajes, fotos o vídeos 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
- Xbox 360
- PSP
- Game Boy
- PlayStation 3
- Wii
- Nintendo DS
- 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
- Need of speed: pro street
- Pro Evolution Soccer 2009
- Grand Theft Auto: San Andreas Platinum
- Los Simpson: el videojuego
- Ninguno
- Fifa 08
- WWE Smackdown! Vs Raw 2008
- Fifa 09
- God of War II Platinum
- Singstar: canciones Disney

**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
- Beijing 2008: juegos olímpicos
- Assasins Creed
- Principe of Persia
- Pro Evolution Soccer 2008
- Fifa 08
- Call of Duty: Modern Warfare
- FIFA 09
- Grand turismo 5 prologue
- Metal gear solid 4: guns of the patriots
- Grand Theft Auto IV
- 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
- Hallo 3
- FIFA 08
- Assasin's creed
- Soul calibur IV
- Ninguno
- Gears of War Classics
- Pro Evolution Soccer 2009
- Call of duty: modern warfare
- Lost Odyssey
- Ninja Gaiden II



### 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 Olimpicos  Big Brain academy  
 Triiviial  Link's crossbow trainin + 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
- Brain Training del Dr. Kawashima
- Mario y Sonic en los Juegos Olímpicos
- Mario Kart DS
- Guitar Hero: On Tour
- Ninguno
- 42 juegos de siempre
- Más Brain Training
- Imagina ser mamá

**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
- Pokémon Yellow
- Legend of Zelda: DX
- Dragon Ball Z
- Los Sims toman la calle
- Ninguno
- Boktai: The Sun Is In Your Hand
- Final Fantasy Tactics Advance
- Mario Tennis
- Asterix y Obelix
- Pokémon Esmeralda

**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
- World of Warcraft
- Los Sims: cocina y baña - accesorio
- Activa tu mente
- Brain Trainer 2
- Ninguno
- Los Sims megaluxe
- World of Warcraft - The Burning Crusade
- Call of Duty: Modern Warfare
- Sacred 2: Fallen Angel
- World of Warcraft- Battle Chest

**88. De lunes a viernes ¿cuanto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?**

- Menos de una hora
- Más de dos horas
- Entre una y dos horas
- No lo sé
- Nada



**89. El sábado o el domingo ¿cuanto 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)**

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Familia             | <input type="checkbox"/> Amigos/as  |
| <input type="checkbox"/> Estudios            | <input type="checkbox"/> Deporte    |
| <input type="checkbox"/> Lectura             | <input type="checkbox"/> Televisión |
| <input type="checkbox"/> Hablar por teléfono | <input type="checkbox"/> 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)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> En mi habitación               | <input type="checkbox"/> En la habitación de un hermano/a |
| <input type="checkbox"/> En la habitación de mis padres | <input type="checkbox"/> En la sala de estar              |
| <input type="checkbox"/> En la cocina                   | <input type="checkbox"/> En un cuarto de juegos           |

**102. De lunes a viernes ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de una hora | <input type="checkbox"/> Entre una y dos horas |
| <input type="checkbox"/> Más de dos horas  | <input type="checkbox"/> No lo sé              |
| <input type="checkbox"/> Nada              |  |





**110. Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?**

- Yo mismo
- Mi padre
- Entre todos, lo negociamos juntos
- Mis hermanos/as
- Mi madre

**111. ¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta).**

- Películas
- Deportes
- Concursos
- Noticias
- Reality Shows (Gran Hermano, Supervivientes, Operación Triunfo...)
- Dibujos animados
- Series
- Documentales
- Programas del corazón

**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
- Deportes
- Concursos
- Noticias
- Reality Shows
- Dibujos animados
- Series
- Documentales
- Programas del corazón

**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
- Escáner
- USB o disco duro externo
- Cámara de fotos digital
- Televisión de pago (digital o por cable: Digital Plus, ONO, Imaginio...)
- Equipo de música
- Teléfono fijo
- DVD
- Disco duro Multimedia (para bajar películas y verlas en la televisión)
- Ninguna de estas, tengo otras
- Impresora
- Web cam
- MP3/MP4/iPod
- Cámara de vídeo digital

**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





## 9.2. ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	
Ubicación del ordenador en el hogar (por sexo, de 6 a 9 años).....	28
Gráfico 2.	
Ubicación del ordenador en el hogar (por sexo, de 10 a 18 años)...	29
Gráfico 3.	
Conexión a Internet desde casa (por sexo) .....	31
Gráfico 4.	
Uso de Internet (por sexo, de 10 a 18 años) .....	37
Gráfico 5.	
Uso de Internet (por sexo, de 6 a 9 años).....	38
Gráfico 6.	
Tiempo de conexión entre semana en Andalucía.....	41
Gráfico 7.	
Tiempo de conexión entre semana en España.....	42
Gráfico 8.	
Tiempo de conexión el fin de semana en Andalucía .....	42
Gráfico 9.	
Tiempo de conexión el fin de semana en España .....	42
Gráfico 10.	
Evolución por edad del desplazamiento del estudio por Internet (por edad y sexo).....	47
Gráfico 11.	
Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades .....	48
Gráfico 12.	
Desplazamiento de actividades para navegar por Internet (por sexo) .....	48



Gráfico 13. Compañía de los menores (por sexo, de 6 a 9 años).....	50
Gráfico 14. Compañía en la navegación de los adolescentes (por sexo, de 10 a 18 años).....	52
Gráfico 15. “He aprendido a navegar solo” (por sexo y edad).....	54
Gráfico 16. Importancia de las principales actividades en Internet.....	56
Gráfico 17. Uso de redes entre adolescentes (por sexo) .....	60
Gráfico 18. Usuarios de Tuenti y Facebook (por sexo y edad).....	61
Gráfico 19. Motivos para jugar en red (por sexo).....	63
Gráfico 20. Contenidos visitados por los adolescentes (por sexo) .....	66
Gráfico 21. Menores de 10-18 que han creado su web, fotolog o blog (por sexo).....	68
Gráfico 22. Contenidos de las páginas creadas por los adolescentes (por sexo, de 10 a 18 años).....	69
Gráfico 23. Utilidad de tener una página web o blog propio (por sexo, de 10 a 18 años) .....	70
Gráfico 24. Horas de estudio personal y de realización de tareas escolares entre semana (por sexo) .....	73



Gráfico 25. Horas de estudio personal y realización de tareas escolares el fin de semana (por sexo).....	73
Gráfico 26. Tipo de ayuda en el estudio o realización de tareas escolares (por sexo).....	76
Gráfico 27. Utilización del ordenador o Internet en el estudio personal o la realización de tareas escolares (por sexo y edad).....	76
Gráfico 28. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por sexo).....	77
Gráfico 29. “Mientras me conecto, mis padres...” (por sexo) .....	81
Gráfico 30. Mediación de los padres ante Internet (de 10 a 18 años) .....	81
Gráfico 31. Prohibiciones en Internet (10-18 años por sexo) .....	83
Gráfico 32. “No discuto nunca con mis padres por el uso que hago de Internet” (por sexo y edad) .....	84
Gráfico 33. Motivos de discusión con los padres sobre el uso de Internet (por sexo).....	85
Gráfico 34. Preferencia entre pantallas: Internet vs. Televisión (por sexo) .....	87
Gráfico 35. Preferencia entre pantallas: Internet vs. Videojuegos (por sexo) ...	89
Gráfico 36. Preferencias de actividades (por sexo, de 6 a 9 años).....	91



Gráfico 37. Preferencias de actividades (10-18 años).....	92
Gráfico 38. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet” (por sexo y edad) .....	96
Gráfico 39. “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger” (por sexo y edad) .....	97
Gráfico 40. Actitudes en el chat o Messenger (por edad).....	99
Gráfico 41. Utilización de webcam en el uso de chat o Messenger (por edad) ...	100
Gráfico 42. Interlocutores en el uso de chat o Messenger (por edad) .....	101
Gráfico 43. Amigos virtuales. Chicos .....	103
Gráfico 44. Amigos virtuales. Chicas. ....	103
Gráfico 45. Valoración del nivel de usuario de Internet (por sexo) .....	104
Gráfico 46. Valoración del nivel de usuario de Internet (por edad) .....	105
Gráfico 47. “Internet puede provocar que alguien se enganche” (por sexo).....	107
Gráfico 48. “Internet puede hacer que me aisle de mis familiares y amigos” (por sexo) .....	107
Gráfico 49. Expansión de las TIC entre 1998 y 2008.....	110



Gráfico 50. Evolución del número de clientes de telefonía móvil en España ....	110
Grupo 51. Teléfono móvil propio (por sexo y edad) .....	112
Gráfico 52. Edad de adopción del teléfono móvil (por sexo, 8-18 años) .....	114
Gráfico 53. Cómo conseguí mi primer móvil (por sexo, de 6 a 9 años) .....	115
Gráfico 54. Modos de conseguir el primer móvil (por sexo, de 10 a 18 años) ...	116
Gráfico 55. Teléfono móvil actual (10-18 años). Chicos.....	117
Gráfico 56. Teléfono móvil actual (10-18 años). Chicas.....	118
Gráfico 57. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (por sexo, de 6 a 9 años con móvil propio) .....	119
Gráfico 58. Interlocutores más frecuentes en el uso del teléfono móvil (por sexo, de 6 a 9 años sin móvil propio) .....	119
Gráfico 59. Interlocutores en el uso del teléfono móvil (por edad) .....	121
Gráfico 60. Interlocutores en el uso del teléfono móvil (por sexo, de 10 a 18 años) .....	122
Gráfico 61. Comparativa de comunicación con la madre y los amigos (chicos, por edad) .....	123
Gráfico 62. Usos del teléfono móvil (de 6 a 9 años con móvil propio).....	124



Gráfico 63. Usos del teléfono móvil (de 10 a 18 años) .....	126
Gráfico 64. Usos del teléfono móvil (por sexo, de 10 a 18 años) .....	127
Gráfico 65. Comparativa de comunicación con la madre y los amigos (10-18 años, por edad) .....	128
Gráfico 66. Momentos en que el móvil está apagado (por sexo, de 10 a 18 años) .....	129
Gráfico 67. “Apago el móvil cuando...” (por edad).....	130
Gráfico 68. Medio de pago del teléfono móvil ( por edad) .....	131
Gráfico 69. Gasto en el telefonía móvil.....	134
Gráfico 70. Gasto mensual en telefonía móvil (por edad).....	133
Gráfico 71. Discusiones por el uso del teléfono móvil (por sexo, de 10 a 18 años) .....	136
Gráfico 72. Videojuegos vs. Móvil (chicos, por edad) .....	140
Gráfico 73. Videojuegos vs. Móvil (chicas, por edad) .....	140
Gráfico 74. “Si me quedara dos semanas sin móvil...” (por sexo y con móvil propio) .....	141
Gráfico 75. “Si me quedara dos semanas sin móvil...” (por sexo y sin móvil propio) .....	143



Gráfico 76. “No estoy de acuerdo con ninguno de los posibles riesgos del móvil” (por sexo y edad).....	145
Gráfico 77. Jugadores de videojuegos o juegos de ordenador (sexo y edad) .....	148
Gráfico 78. Plataformas de juego (por sexo y grupo de edad).....	150
Gráfico 79. Posesión de plataformas y juego (niños, de 6 a 9 años).....	151
Gráfico 80. “Consolas con las que juego” .....	152
Gráfico 81. Compañía en el juego (por sexo, de 10 a 18 años).....	154
Gráfico 82. Tiempo de juego diario entre semana (por sexo).....	156
Gráfico 83. Tiempo de juego diario los fines de semana (por sexo) .....	156
Gráfico 84. Posesión de juegos pirateados (por edad) .....	158
Gráfico 85. Conocimiento de los videojuegos que usan los adolescentes por parte de sus padres (por edad) .....	161
Gráfico 86. “Discuto con mis padres por el uso de los videojuegos” (por sexo y edad) .....	163
Gráfico 87. “Me premian o castigan con el uso de los videojuegos” (por sexo y edad) .....	164
Gráfico 88. Desplamamiento de actividades por el uso de videojuegos (por sexo, de 10 a 18 años).....	166



Gráfico 89. “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguien que no para de jugar” (por sexo y edad) .....	167
Gráfico 90. “Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” (por sexo y edad).....	168
Gráfico 91. Es mucho más divertido jugar acompañado que sólo (por sexo y edad) .....	169
Gráfico 92. Posesión de televisión en el hogar (de 6 a 9 años).....	172
Gráfico 93. Posesión de televisión en el hogar (de 10 a 18 años) .....	172
Gráfico 94. Ubicación de la televisión en el hogar (por sexo, de 6 a 9 años).....	174
Gráfico 95. Ubicación de la televisión en el hogar (por sexo, de 10 a 18 años)....	175
Gráfico 96. Evolución por edad de la posesión de un televisión en el dormitorio (por sexo y edad).....	176
Gráfico 97. Lugar de visionado habitual de la televisión (por sexo, de 10 a 18 años) .....	177
Gráfico 98. Evolución por edad del visionado de la televisión en el dormitorio (por sexo y edad) .....	178
Gráfico 99. Evolución por edad del visionado de la televisión en la sala de estar (por sexo y edad) .....	179
Gráfico 100. Tiempo de visionado:de lunes a viernes y fines de semana .....	180



Gráfico 101.	
Adolescentes que ven la televisión más de dos horas diarias durante los fines de semana (por sexo y edad).....	181
Gráfico 102.	
Compañía frente al televisor (por sexo, 6-9 años).....	182
Gráfico 103.	
Compañía frente al televisor (por sexo, 10-18 años) .....	183
Gráfico 104.	
Adolescentes que ven la televisión solos (por sexo y edad) .....	184
Gráfico 105.	
Adolescentes que ven la televisión con su madre (por sexo y edad).	185
Gráfico 106.	
Programas de televisión preferidos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	187
Gráfico 107.	
Programas de televisión preferidos: Películas vs. Dibujos animados (10-18 años) .....	187
Gráfico 108.	
Multitarea frente al televisor (por sexo).....	188
Gráfico 109.	
Veo la tele mientras como (por sexo y edad).....	190
Gráfico 110.	
Estudio o hago la tarea mientras veo la tele(por sexo y edad) .....	190
Gráfico 111.	
Navego por Internet mientras veo la tele (por sexo y edad).....	191
Gráfico 112.	
¿Quién decide qué programa ver? (por sexo, de 10 a 18 años) .....	193
Gráfico 113.	
“Me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad).....	194



Gráfico 114. “¿Qué programas no te dejan ver? (por sexo).....	195
Gráfico 115. “Discuto con mis padres por el uso que hago de la televisión” (por sexo y edad) .....	196
Gráfico 116. Motivos de discusión por la televisión (por sexo).....	197
Gráfico 117. “Discuto con mis padres por el tiempo que paso viendo la televisión” (por sexo y edad) .....	198
Gráfico 118. “Discuto con mis padres por el momento en que veo la televisión” (por sexo y edad) .....	199
Gráfico 119. “Discuto con mis padres por el tipo de programas que veo en televisión” (por sexo y edad) .....	199
Gráfico 120. “Me premian o castigan con el uso de la televisión” (por sexo y edad) .....	200
Gráfico 121. Hábitos de riesgo en el consumo de televisión (por sexo, de 10 a 18 años) .....	201
Gráfico 122. Situaciones de consumo de televisión (por sexo).....	202
Gráfico 123. Valoraciones sobre el contenido de la televisión (por sexo) .....	203
Gráfico 124. “Me aburre la tele” (por sexo y edad).....	204



Foro  
generaciones  
interactivas

*Telefonica*

Fundación Telefónica

[www.generacionesinteractivas.org](http://www.generacionesinteractivas.org)

Socios fundadores:

*Telefonica*



Universidad  
de Navarra



Socios y colaboradores:

**UNIR**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE IRUN

**IBERIA**

**IBM**

Con el apoyo institucional:



plan  
avanza2.0