



PREFERENCIAS EN EL USO DE INTERNET, TELEVISIÓN, VIDEOCONSOLAS Y TELÉFONOS MÓVILES ENTRE LOS MENORES DE LAS ISLAS BALEARES.

Tomeu Mut Amengual

tomeu.mut@uib.es

Mercé Morey López

merce.morey@uib.es

Universitat de les Illes Balears

RESUMEN

El artículo que se presenta a continuación se basa en un estudio desarrollado por parte del grupo de investigación "Educación y ciudadanía" de la Universidad de las Islas Baleares sobre equipamientos y uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación entre los menores de las Islas Baleares con edades comprendidas entre los 6 y los 14 años. En el presente documento presentamos resultados parciales de la investigación, centrados en la penetración y uso de Internet frente a otros medios de comunicación e información y/o dispositivos de ocio, concretamente: la televisión, el móvil y la videoconsola.

PALABRAS CLAVE:

TIC, Usos sociales de las TIC, Menores y TIC, Generación Red.

ABSTRACT:

The article that follows it is based on a study on equipment and use of Information Technologies and Communication among children of the Balearic Islands aged between 6 and 14 years developed by the research group "Education and Citizenship" adscript to the University of the Balearic Islands. In this paper we present partial results of a wider investigation, focuseed on the penetration and use of the Internet compared to other media and information and entertainment devices, including: television, mobile and video games.

KEYWORDS:

ICT, Social usage of ICT, Minors and ICT, Net generation.



ESTADO DE LA CUESTIÓN

El aumento de la presencia y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC de ahora en adelante) en la sociedad actual se da en todos los colectivos y sectores, especialmente, entre los menores. Son muchos los estudios a nivel internacional (PEW, Eurostat, OFCOM, Becta, ...) que han analizado la situación que viven los menores en el universo de las TIC, y especialmente su comportamiento, habilidades, riesgos, beneficios, etc. en relación a estas herramientas y recursos.

Según datos del ambicioso estudio realizado por el PEW Internet & American Life Project en el 2007, dónde se analiza el uso que hacen los menores norteamericanos de las TIC, el 93% de los jóvenes entre 12 y 17 años de EEUU utiliza Internet de manera frecuente (Lenhart, Madden, Rankin, & Smith, 2007). Si nos fijamos en las cifras de que disponemos referentes a la Unión Europea recopilados por la agencia Eurostat para el mismo año 2007, un 78% de los jóvenes de entre 16 y 24 años afirmaron haber utilizado Internet de manera habitual (Smihily, 2007). En este estudio se analiza la situación de los 27 países de la UE en relación al uso de Internet por parte de los jóvenes de 16 a 24 años. España, ocupa una posición intermedia por lo que se refiere al uso de Internet por parte de esta cohorte generacional, un punto por debajo de la media europea (el 78% referido anteriormente).

A nivel del Reino Unido, tomando como referencia un estudio de OFCOM (OFCOM, 2008), los datos sitúan en el 48% el porcentaje de los menores británicos de entre 8 y 11 años del Reino Unido que utiliza Internet desde casa; mientras que la cifra relativa a los menores de entre 12 y 15 años alcanza el 65% (OFCOM, 2008).

Por lo que se refiere a la situación concreta en España, algunos trabajos dan a conocer cifras ciertamente interesantes. Por ejemplo, según datos de UNICEF del 2007, el 70% de los menores españoles entre 10 y 14 años utiliza Internet habitualmente (Espinosa, García, García, & Lara, 2007). La cifra es un poco superior según datos del INE referentes al periodo 2007¹: el 76,8% de los menores entre 10 y 15 años afirma haber utilizado Internet en los últimos 3 meses (INE, 2007) .

Podemos destacar según datos del INE, que las Baleares es una de las Comunidades Autónomas dónde la penetración de Internet en los hogares es mayor, con un 48,2% (INE, 2007), casi cuatro puntos por encima de la media nacional que se situaba 44,6%. Otro dato significativo recogido en este informe, indica que un 77,5% de los menores de 10 y 15 años de las Baleares se conectan habitualmente a Internet. Esta cifra se encuentra un punto por encima de la media nacional que se sitúa en un 76,8% (INE, 2007) .

A nivel autonómico, los estudios llevados a cabo en las Islas Baleares son escasos. Podemos destacar el realizado por la Dirección General de Juventud en el año 2005 titulado *“Análisis de la realidad social de los jóvenes en las Baleares”*. En este trabajo se dan a conocer los resultados

¹ INE.es: Instituto Nacional de Estadística. Últimos resultados presentados por la agencia.



sobre diferentes aspectos de la realidad de los jóvenes de las islas. En uno de los apartados se analiza la situación de los menores de las Baleares en relación a las TIC. Según este estudio, el 55,2% de los menores de Baleares entre 15 y 29 años accede a Internet de manera frecuente (Sigma Dos, 2005).

En conjunto, estos datos muestran que Internet ocupa una posición importantísima en las actividades de los menores y ha penetrado de manera muy clara en sus vidas convirtiéndose en un recurso de primer orden a nivel socializador e identificador de nuestra juventud. Además, podemos apuntar que el alto nivel de penetración de este recurso tecnológico ha desplazado en la frecuencia e intensidad de uso algunos de los medios y posibilidades tecnológicas que hasta ahora ocupaban gran parte del tiempo libre de los jóvenes. Así lo anunciaba la agencia *European Interactive Advertising Association*: “Por primera vez, los jóvenes entre 16 y 24 años acceden más frecuentemente a Internet que ven la televisión”(European Interactive Advertising Association, 2008). Hay quienes, en este sentido, proponen que nos encontramos ante una generación de jóvenes que denominan “digital” que viene a sustituir a la generación “catódica” (Sureda & Comas, 2004). Aunque también cabe señalar que existen posturas disconformes con esta afirmación, como por ejemplo la OFCOM cuando señala que “A pesar del incremento de los medios tecnológicos en casa desde 2005, la televisión permanece como dominante” (OFCOM, 2008).

El aumento del uso y la presencia casi universal de estos medios entre los menores, ha conllevado un descenso de la utilización de dispositivos considerados “tradicionales” como puede ser la televisión.

También está cambiando la forma de interactuar de los jóvenes frente a los medios tecnológicos. Tal es el cambio, que algunos autores (Combes, 2006)(Williams & Rowlands, 2007)han definido a las diferentes generaciones de jóvenes en función de su relación con los recursos tecnológicos de que disponen. Por ejemplo, se habla de: Net Generation, Google Generation, Chip Generation, Generation Z, Generation @, Digital Natives, etc. De todas maneras, las que parecen tener un mayor consenso y aceptación entre la literatura revisada son:

1. **Generación Red**: hace referencia a la generación que ha crecido rodeada por las TIC. Barbara Combes fija esta generación como aquella nacida después de 1983 (citar Combes).
2. **Generación Google**, que surge a partir de la anterior, se utiliza para referirse a la generación de jóvenes nacidos después de 1993 en un mundo dominado por Internet (UCL & London’s Global University, 2008) .

En 1985, Donald Tapscott, fue el primer autor que hizo referencia al concepto de Generación Red en su libro *Growing up digital: The rise of the Net Generation*. Tapscott estableció que este grupo de jóvenes eran aquellos nacidos después del año 1985 y consideraba que su relación con las TIC marcaba de manera importante su desarrollo personal (Tapscott, 1985).



En términos parecidos se expresaba (Gill & Holloway, 2002), cuando afirmó que los jóvenes se comunican de otra forma gracias a las TIC. Este nuevo concepto de interacción fomenta un uso social de las relaciones virtuales de manera positiva, ya que, como comenta el autor, a través de las TIC, muchas personas pueden conocer gente nueva sin limitación del ámbito geográfico. Por ello, propone el principio del “mind to mind”, frente al “face to face” (Gill & Holloway, 2002). Este autor argumenta que los intereses, las motivaciones, los contenidos y factores en común son una prioridad para establecer nuevas amistades de una forma más fácil, dejando en segundo plano la limitación del ámbito geográfico o de cercanía. Con las facilidades que surgen a partir del uso y universalización de las TIC es más fácil emprender procesos socializadores con personas con las que se tiene mayor afinidad de intereses, que con aquellas que simplemente se comparte un lugar o espacio geográfico.

Si bien ésta es una característica importante de las TIC, no podemos decir que sirva como alternativa a las relaciones sociales de los jóvenes, más bien es complementaria. Tal y como argumenta Amanda Lenhart al afirmar que *“Todas estas comunicaciones basadas en métodos tecnológicos todavía no sustituyen al face to face (cara a cara)”*(Lenhart et al., 2007).

CARACTERÍSTICAS DE ESTA NUEVA GENERACIÓN.

Lippincott define la generación Red como: *“estudiantes que se han acostumbrado a los entornos multimedia: configurando las cosas por ellos mismos sin consultar manuales; trabajando en grupo; y de manera multitarea”* (Lippincott, 2006).

Por su parte Combes (Combes, 2006) enumera algunas características definitorias de estos jóvenes; siendo:

1. Son aprendices independientes
2. Tienen fuertes opiniones
3. Son aprendices en entornos digitales y visuales
4. Son aprendices experimentales y multitarea
5. Tienen habilidades de información sofisticadas
6. Son socialmente inclusivos

Otra clasificación de las características propias de la generación Red es la que hacen Oblinger & Oblinger (Oblinger & Oblinger, 2005), estableciendo diferentes rasgos definitorios como son:

1. Poseen gran habilidad para leer imágenes visuales.



2. Poseen grandes habilidades visuales y de espacio.
3. Se basan en el descubrimiento inductivo.
4. Desarrollan prácticas que requieren un despliegue de atención.
5. Poseen capacidad de respuesta rápida.

Algunas de las características que se atribuyen a la generación Google, según un estudio realizado por la universidad UCL (UCL & London's Global University, 2008) son:

1. Son expertos y competentes en el uso de las TIC.
2. Tienen unas expectativas muy elevadas sobre las TIC.
3. Prefieren sistemas dinámicos e interactivos, y se alejan de aquellos pasivos.
4. Son multitarea, son capaces de realizar diferentes tareas a la vez.
5. Prefieren información visual antes que información en formato texto.
6. Son afines a la cultura de la inmediatez.
7. Son la generación de copiar y pegar.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación² llevado a cabo se realizó a principios del curso 2007-08 (octubre) entre alumnos de todos los niveles primaria y primer ciclo de secundaria de diferentes centros escolares de las Islas Baleares. La muestra estaba compuesta por un total de 801 alumnos distribuidos entre 22 centros, 19 públicos y 3 concertados de Mallorca, Menorca e Ibiza.

- Universo: alumnado de educación primaria y primer ciclo de educación secundaria obligatoria (ESO), 76.636
- Afijación: proporcional.
- Herramienta: Cuestionario y entrevista. Los alumnos de primer ciclo de primaria (primero y segundo), fueron entrevistados. Mientras que el resto de la muestra contestaron a un cuestionario.
- El trabajo de campo fue realizado por un grupo de seis encuestadores previamente formados.
- El procesamiento de los datos se realizó mediante el paquete estadístico SPSS 14.

² El estudio desarrollado fue dirigido por Jaume Sureda y coordinado por Rubén Comas. Contó con la financiación de la Fundación IBIT de las Islas Baleares.



ÁMBITOS DE ANÁLISIS

Los ámbitos de análisis del trabajo de investigación fueron:

- Aspectos generales sobre equipamiento y uso del ordenador por parte de los menores de Baleares entre 6 y 14 años.
- Uso de Internet por parte de los menores de Baleares entre 6 y 14 años.
- Uso de Internet en casa
- Uso de Internet en la escuela
- Uso del teléfono móvil
- Usos Internet desde otros lugares que no sean desde casa o desde la escuela
- Uso de la televisión en casa
- Preferencia entre Internet, televisión, móvil y videoconsola.
- Uso de las videoconsolas.
- Valoración de los conocimientos de Internet

Sin embargo, como ya hemos apuntado, en este artículo sólo se hace hincapié en los resultados obtenidos en uno de dichos ámbitos, el referido a “preferencias de uso de los menores entre Internet, televisión, móvil y videoconsola”.

RESULTADOS

Los resultados que se muestran a continuación hacen referencia a las preferencias que tienen los jóvenes encuestados sobre 4 medios y recursos tecnológicos: Internet, televisión, videoconsola y móvil. En el cuestionario se planteaban una serie de cuestiones en las que los menores debían señalar sus preferencias a la hora de utilizar estos medios y dispositivos. Los resultados obtenidos son los siguientes:

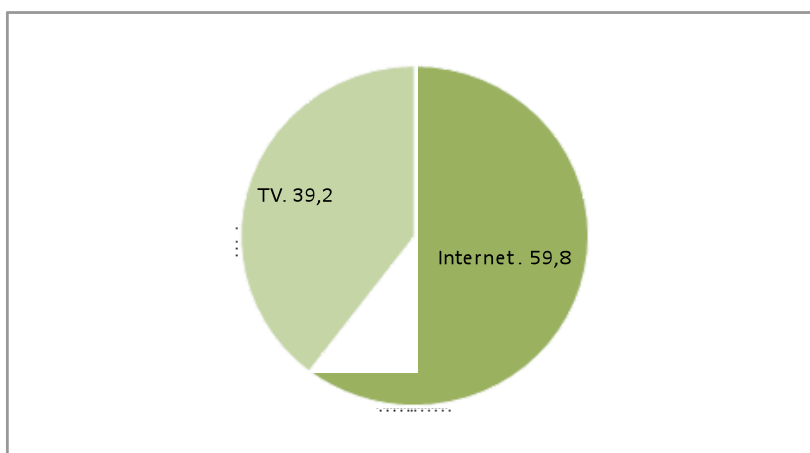
Internet y TV

El 39,2% de los menores encuestados afirman que prefieren la televisión, frente al 59,8% que prefiere Internet.

Gráfica 1: Preferencia en la elección de uso entre Internet y TV³.

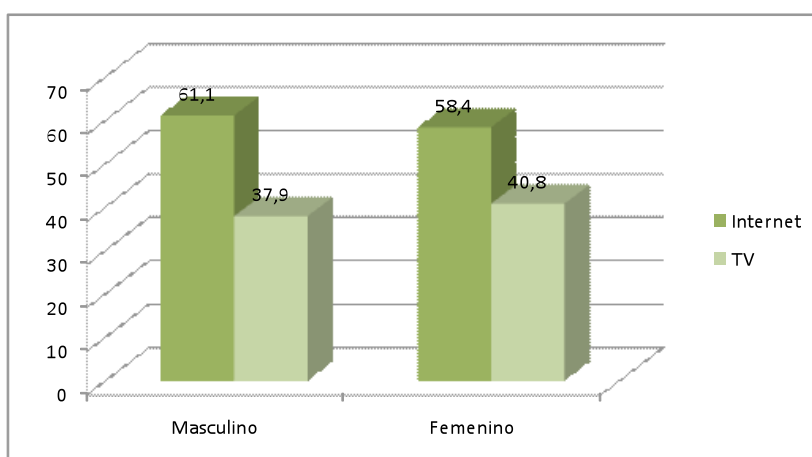
³ Los resultados presentados en cada una de las gráficas descriptivas enlacen referencia a porcentaje de respuesta.





Por lo que se refiere a la distribución por género, no cabe destacar ninguna diferencia importante entre niños y niñas. El porcentaje de los menores que prefieren Internet frente a los que prefieren la televisión permanece en unas cifras similares entre ambos géneros. La tendencias general entre los menores, es la de preferir Internet antes que la televisión.

Gráfica 2: Preferencia en la elección de uso entre Internet y TV, distribución por género.

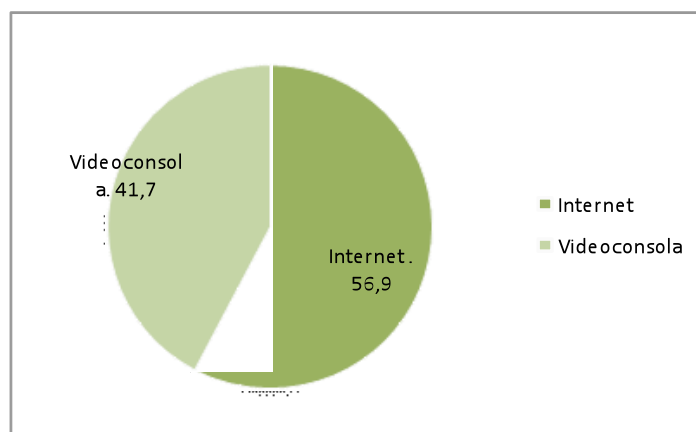


Internet y consola de videojuegos

Cuando se les plantea la posibilidad de elegir entre Internet y la consola de videojuegos, los menores encuestados afirman que prefieren Internet en un 56,9% de los casos, frente al 41,7% de los menores que afirman preferir la videoconsola de juegos.

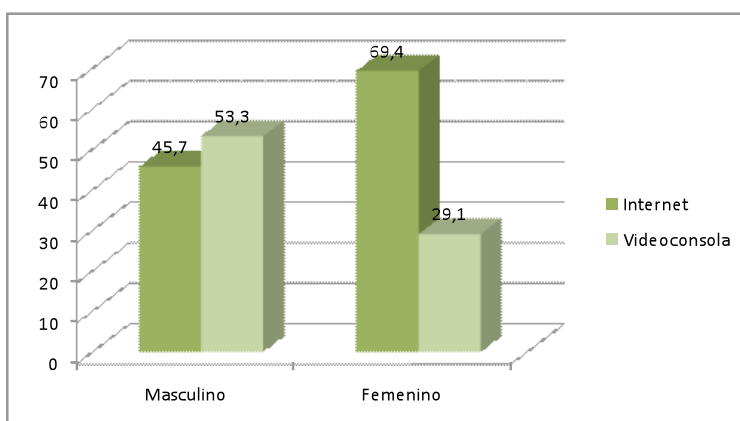
Gráfica 3: Preferencia en la elección de uso entre Internet y videoconsola.





En este caso sí que podemos ver una clara diferencia si analizamos los resultados en clave de género. Un 53,3% de los niños encuestados prefiere la consola de videojuegos frente a un 45,7%, que afirma preferir Internet. En cambio, si nos referimos a las preferencias de las niñas encuestadas, la opción que se presenta como la más elegida es Internet con un 69,4%, frente a un 29,1% de las menores que afirma preferir la videoconsola. Por tanto, las diferencias atendiendo al género son destacables.

Gráfica 4: Preferencia en la elección de uso entre Internet y videoconsola, distribución por género⁴.



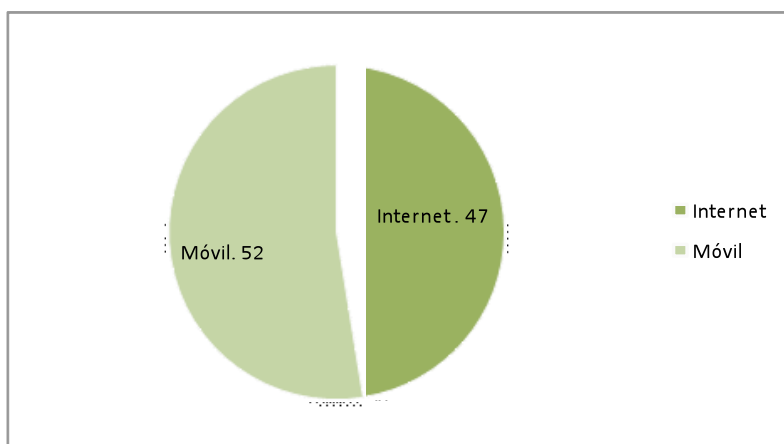
Internet y móvil

El 52% de los menores encuestados afirma preferir el móvil antes que Internet. El móvil es el único medio que supera a Internet en preferéncia de uso por parte de los menores preguntados.

Gráfica 5: Preferencia en la elección de uso entre Internet y móvil.

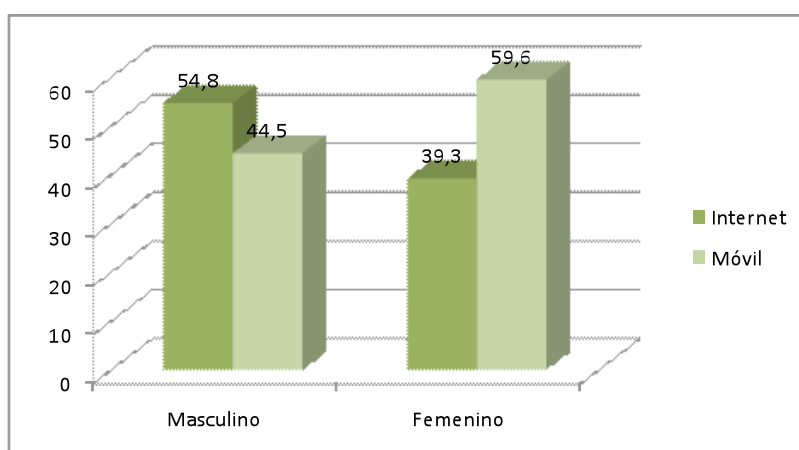
⁴ La relación de preferéncia de uso entre Internet y videoconsola por género es estadísticamente significativa según la prueba Chi-Cuadrado de Pearson.





Las diferencias entre género son destacables también en este caso. Por norma general, las menores afirman preferir el móvil antes que Internet en un 59,6% de los casos. En cambio, entre ellos, Internet es más popular. Los niños afirman preferir Internet antes que el móvil en un 54,8% de los casos.

Gráfica 6: Preferencia en la elección de uso entre Internet y móvil, distribución por género⁵.



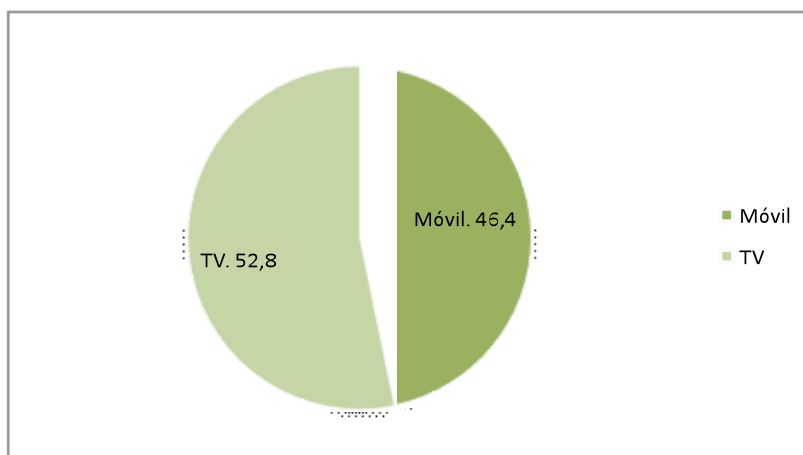
Móvil y TV

En cambio, el móvil, que es el único medio que supera a Internet, según afirman los menores, “pierde” en cuanto a preferència frente a la TV. El 52,8% de los menores afirma preferir la TV antes que el móvil.

Gráfica 7: Preferencia en la elección de uso entre Móvil y TV.

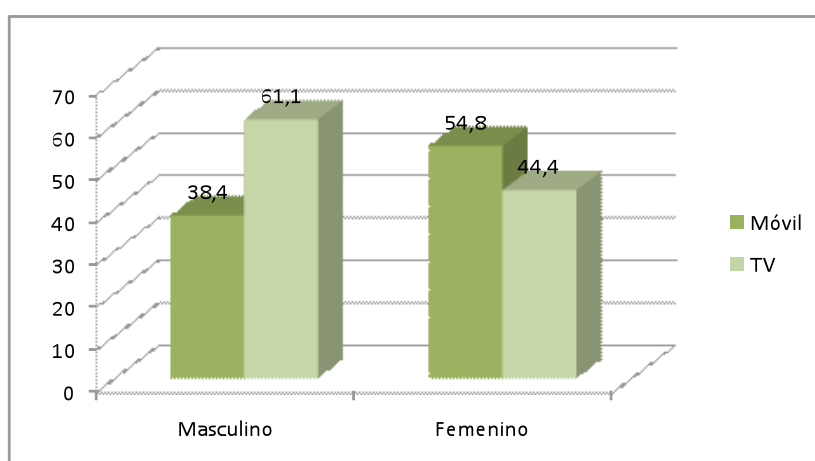
⁵ La relación de preferència de uso entre Internet y móvil por género es estadísticamente significativa según la prueba Chi-Cuadrado de Pearson.





En cuanto a las diferencias según el género, la mayoría de las niñas prefiere el móvil antes que la TV en un 54,8% de los casos. Mientras que los niños prefieren la TV antes que el móvil en un 61,1% de los casos.

Gráfica 8: Preferencia en la elección de uso entre Móvil y TV, distribución por género⁶.



CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Como se observa en los resultados presentados, Internet se alza con una clara ventaja en relación a la preferència de uso por parte de los menores frente a otros dispositivos; llegando a superar, en algunos casos, a un medio tan “tradicional” como la TV y otros no tan “tradicionales” como la consola de videojuegos.

Existe una clara preferència por Internet. Los menores, indistintamente del género, afirman que prefieren utilizar la Red antes que ver la TV. Sucede lo mismo con la videoconsola; Internet se sitúa por encima de la videoconsola en lo que se refiere a datos generales de los menores entre 6

⁶ La relación de preferència de uso entre móvil y TV por género es estadísticamente significativa según la prueba Chi-Cuadrado de Pearson



y 14 años. Pero, en este caso, si nos centramos en las diferencias por género, podemos observar como la mayoría de los menores encuestados afirma preferir la videoconsola por encima de Internet; mientras que entre ellas, la mayoría prefiere utilizar Internet.

El móvil es el único medio entre los menores que supera en adeptos a Internet. Cabe destacar que la diferencia entre género es significativa, ya que las menores prefieren el móvil. Todo lo contrario que ellos, que afirman tener en Internet su mayor preferencia.

Así pues, las diferencias entre género y sus preferencias son notables entre los menores encuestados. La mayoría de las jóvenes prefieren el móvil en primer lugar antes que cualquier otro elemento a elegir en la encuesta. En segundo lugar, la herramienta más elegida por este grupo es Internet, dejando en último plano a la televisión y la consola de videojuegos.

Por el contrario, el género masculino prefiere, en la mayoría de los casos dejar como última opción el móvil, decantándose como norma general por la videoconsola y la televisión e Internet.

En definitiva, la preferencia por un medio u otro puede estar definida parcialmente por el género. Aunque las diferencias no son abismales, sí podemos establecer un orden de preferencia entre los medios y género.

REFERENCIAS

- Combes, B. (2006). Techno savvy or techno oriented: Who are the net generation? C. Khoo, D. Singh & A.S. Chaudhry (Eds.), Conferencia Asia-Pacífico, Singapur, 3-6 abril 2006 (pp. 401-408). Singapur: Escuela de Comunicación y Información, Nanyang Technological University.
- Espinosa, M., García, A., García, L., & Lara, T. (2007). ¿Autorregulación?... y más. La protección y defensa de los derechos de la infancia en internet. Madrid: Unicef.
- European Interactive Advertising Association (2008). Internet ya rivaliza con la televisión en consumo de medios. Extraído 17 marzo 2008, de <http://www.eiaa.net>
- Gill, V., & Holloway, S. (2002). Ciberkids? Exploring children's identities and social networks in on-line and off-line worlds. (Association of American Geographers ed., pp. 302-319). Oxford, Reino Unido: Blackwell Publishing. Extraído de <http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/1467-8306.00292>
- Hayward, B., Alty, C., Pearson, S., & Martin, C. (2002). Young people and ICT 2002 (Becta ed.). Londres: Queen's printer. Extraído de <http://www.becta.org.uk/>
- INE (Instituto Nacional de Estadística). (2007). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Extraído 23 Enero 2008, de <http://www.ine.es>
- Lippincott, J. (2006). Net Generation Students and Libraries. Educase. Extraído de <http://www.educause.edu/NetGenerationStudentsandLibraries/6067>



- Lenhart, A., Madden, M., Rankin, A., & Smith, A. (2007). Teens and Social Media. The use of social media gains a greater foothold in teen life as they embrace the conversational nature of interactive online media. Pew Internet & American Life Project. Extraído de www.perinternet.org
- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). Educating the next generation. Educase. Extraído de <http://www.educase.edu/educatingyhenextgen>
- OFCOM (Office of Communications). (2008). Media literacy audit. Report on UK children's media literacy. Extraído 17 febrero 2008, de <http://www.ofcom.org.uk/>
- Sigma Dos. (2005). Anàlisi de la realitat social dels joves de les illes balears 2005 (Govern de les Illes Balears ed.). Illes Balears: Direcció general de joventut. Extraído de <http://infojove.caib.es/online.htm>
- Smihily, M. (2007). Internet usage in 2007. Households and individuals. Eurostat, ICT statistics.
- Sureda, J. & Comas, R. (2004): "The use of new technologies amongst minors in the Balearic islands." AARE - Australian Association for Research in Education 2004. Accesible desde <http://www.aare.edu.au/04pap/for04246.pdf> (12/09/08)
- Tapscott, D. (1985). Growing up digital: The rise of the next generation. Nueva York: McGraw-Hill.
- UCL (London's Global University). (2008). Information behavior of the researcher of the future. Londres: UCL. Extraído de: http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/gg_final_keynote_11012008.pdf
- Williams, P., & Rowlands, I. (2007). Information behavior of the researcher of the future. The literature on young people and their information behaviour. Extraído de <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/ggworkpackageii.pdf>

Para citar este artículo:

MUT, Tomeu; MOREY, Mercé (2008) «Preferencias en el uso de internet, televisión, videoconsolas y teléfonos móviles entre los menores de las islas balears» [artículo en línea]. EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 27/ Noviembre 2008. [Fecha de consulta: dd/mm/aa].

<http://edutec.rediris.es/revelec2/revelec27/>

ISSN 1135-9250.

