

# Los jóvenes nuevos nativos digitales

POR ROSA MARÍA SÁINZ PEÑA

Editorial Colección Fundación Telefónica/Ariel. *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*  
340 p. ISBN: 978-84-08-08454-9  
Barcelona, 2008

*La generación interactiva en Iberoamérica* es un libro editado por Fundación Telefónica que nace de un proyecto que le da nombre, *Generaciones Interactivas en Iberoamérica*, iniciativa que surge en colaboración con EducaRed (programa de Fundación Telefónica) y la Universidad de Navarra.

La extensión y generalización del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en todos los ámbitos de la sociedad, así como su impacto, se pueden percibir claramente en todos los aspectos sociales, pero es en el mundo de los niños y de los jóvenes donde más claramente se advierte esta influencia. Asimismo, es este grupo de la población el que más fácilmente se ha familiarizado con las nuevas tecnologías y nuevos dispositivos; y es aquí donde surge una interrogante de profundo calado y que plantea un gran reto, que pasa por conocer cómo se está configurando esta generación interactiva.

## **Objetivos y estructura**

Este estudio tiene tres objetivos fundamentales: conocer el uso y valoración de pantallas entre los escolares en Iberoamérica, trasladar ese conocimiento hacia los distintos agentes que rodean al menor y que forman parte de su imaginario colectivo (como son los padres, los educadores y los agentes sociales) y promover diversas acciones prácticas en los ámbitos formativo, legislativo y empresarial.

El libro está estructurado en tres partes; en la primera de ellas se ofrecen los datos del estudio divididos en las cuatro pantallas que son objeto de estudio: Internet, móvil, videojuegos y televisión. En cada uno de los capítulos se analizan datos de posesión y acceso a las pantallas, usos y valoraciones, así como las pautas de mediación educativa existentes.

En la segunda parte, un experto de cada país en el que se realiza el estudio establece el contexto cultural, social, mediático y educativo que permite interpretar los datos obtenidos.

En la tercera y última parte del libro se ofrece una serie de conclusiones que permiten caracterizar a la generación interactiva iberoamericana.

En cuanto a la metodología utilizada para elaborar el informe, se han realizado más de 25.000 encuestas a escolares de entre seis y dieciocho años de más de trescientos centros educativos representativos del total de la población urbana escolarizada de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. Se trata de la más amplia investigación realizada en la región sobre el uso de pantallas que abarca Internet, móviles, videojuegos y televisión.

## ***Nativos digitales, cada vez más jóvenes y tecnológicamente más equipados***

En este libro se ofrece una reflexión sobre los rasgos definitorios de esta nueva generación. Entre las conclusiones que se pueden extraer destacan que estamos ante una generación claramente interactiva: el 95 por ciento de los adolescentes de entre 10 y 18 años accede de modo habitual a Internet, el 83 por ciento declara tener un teléfono móvil y el 67 por ciento afirma jugar a videojuegos; el 73 por ciento de los jóvenes navega en solitario; solamente el 13 por ciento de los menores declara haber aprendido a usar la Red con la ayuda de sus padres, que además, sólo en el 5 por ciento de los casos ejercen un control efectivo de los contenidos a los que acceden.

En cuanto a los lugares de acceso a la Red, los más habituales son el propio hogar y los cibercafés. El 49 por ciento de los menores de entre 6 y 9 años ve la televisión en su dormitorio, comportamiento que se incrementa con la edad.

Resulta relevante la edad de acceso a las TIC, que cada vez se acorta más; así, casi 6 de cada 10 niños obtienen su primer móvil a los 12 años, edad que marca el momento de entrada en la [ciberadolescencia].

En cuanto a los servicios, el 49 por ciento de los encuestados se decanta por aquéllos que tienen que ver con la comunicación: mensajería instantánea, chat, correo electrónico o mensajes de texto, entre otros. La música es el contenido que más se visita en Internet (78 por ciento), el 50 por ciento de los jóvenes accede a juegos *on line* y el 52 por ciento juega con su móvil.

La televisión sigue siendo la pantalla por excelencia, aunque Internet es el medio preferido

por todos. El 40 por ciento de los jóvenes de 10 a 18 años suele ver más de dos horas diarias de televisión a la semana; el 42 por ciento la enciende nada más llegar a casa y el 70 por ciento la ve mientras come o juega (22 por ciento).

Los datos extraídos del estudio permiten caracterizar a la nueva generación interactiva, que se presenta, entre otros aspectos, como una generación equipada y precoz en el acceso a las nuevas tecnologías. El 61 por ciento de los niños y el 65 por ciento de los adolescentes encuestados declararon poseer un ordenador en casa, con conexión a Internet en el 40 y el 46 por ciento de los casos respectivamente, movilizada, autónoma en gran parte del proceso de aprendizaje y uso, que utiliza las diferentes pantallas para múltiples funciones y puede prestarles atención al tiempo que realiza otras tareas, la que ha venido a denominarse [generación multitarea] y que usa las distintas pantallas, sobre todo para relacionarse, comunicarse y entretenerse.