

Qué ven y cómo juegan los niños españoles

El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicacion

Garitaonandia Carmelo, Juaristi Patxi, y Oleaga Jose

UPV/EHU

Resumen: En este artículo presentamos las conclusiones más importantes de un estudio cuantitativo sobre el uso, consumo y actitudes de los niños y jóvenes españoles respecto de los distintos medios de comunicación y los equipamientos electrónicos. El artículo parte de los resultados obtenidos de 980 encuestas realizadas de forma aleatoria, en todo el país, a niños y jóvenes españoles de entre 6 y 16 años. Al mismo tiempo, también hemos tenido en cuenta las conclusiones del análisis cualitativo (del que publicamos un avance en el nº 4 de esta revista con el título de "Las relaciones de los niños y de los jóvenes con las nuevas y las viejas tecnologías de la información") a la hora de interpretar dichos resultados. Los niños españoles tienen un nivel elevado de equipamiento electrónico y de acceso a los medios de comunicacion. De todas formas, este uso y consumo no crea problemas en su desarrollo y relaciones personales ya que, en la mayoría de los casos, el uso de los aparatos tecnológicos se realiza en compañía de amigos y/o de familiares. El hecho de que muchos de los padres y profesores perciban la relación entre los niños y los jóvenes con los aparatos tecnológicos de esta manera, nos permite hablar de una actitud positiva de la sociedad hacia el uso que hacen éstos de las nuevas tecnologías y de los medios de comunicacion. Este artículo forma parte del proyecto internacional titulado "Children, Young People and the Changing Media Environment". En dicho proyecto participan investigadores de quince países europeos y está dirigido por los profesores Sonia Livingstone y George Gaskell, miembros del Media Research Group de la London School of Economics and Politics, y está financiado por la Broadcasting Standards Commission, the Youth of Europe Programme (EC-DGXXII) y la Fundación Europea de la Ciencia . Las conclusiones generales de este proyecto se publicarán en un libro editado por la editorial británica Lawrence Erlbaum en este año.

Abstract: In this article we present the most important conclusions from the quantitative analysis of the use and consumption of mass media and electronic equipment by Spanish children and young people, and their attitudes towards these things. The results that we show here have been obtained from 980 questionnaires answered by children and young people from 6 to 16 years old from around the whole country. We have also taken into account the conclusions of the former qualitative research (which we published in the 4th issue of this Journal entitled "Las relaciones de los niños y de los jóvenes con las nuevas y las viejas tecnologías de la información") in order to interpret the quantitative results. The main conclusion is that the use of electronic equipment and mass media by Spanish children and young people is high. However, we found out that this use does not create problems of a personal nature for Spanish youths or children as neither does it hinder the development of their relationships. In most cases, these appliances are used with friends

and members of the family. Therefore, we may conclude that Spanish society has a positive attitude towards the use which Spanish children and young people make of these appliances.

[Introducción](#)

[1. Equipamientos tecnológicos en el hogar](#)

[2. Equipamientos tecnológicos en el dormitorio de los niños](#)

[3. Consumo del tiempo de ocio y uso de los equipamientos](#)

[4. Control y reglas de los padres para el ocio de sus hijos y el uso de la "quincallería" electrónica](#)

[5. Creencias, valores y actitudes](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Introducción

El capítulo que presentamos es el resultado de un estudio cualitativo (entrevistas individuales en profundidad y grupos de discusión) y cuantitativo (988 encuestas individuales) realizados durante los años 1997 y 1998 sobre el uso, el consumo y las actitudes de los niños y de los jóvenes españoles (de 6 a 16 años) ante los distintos medios de comunicación y equipamientos electrónicos: televisión, video, ordenador, videojuegos, etc.

Para realizar el estudio cualitativo, dirigido a tres públicos objetivos, niños y jóvenes, padres-madres y educadores, hemos organizado durante el primer trimestre de 1997, en Barcelona, Bilbao, La Coruña, Madrid y Sevilla, cinco grupos de discusión (uno por ciudad), de ambos sexos, con ocho niños y jóvenes de edades 9-10, 12-13 y 15-16 años, hemos entrevistado en profundidad a diez niños de 6 y 7 años, a cinco padres y cinco madres (en cuyos hogares hubiera televisión, video y ordenador), y a diez profesores responsables de salas de ordenadores (la mitad con conexión a Internet) de otros tantos colegios e institutos.

Para el estudio cuantitativo hemos realizado en toda España cerca de mil encuestas (988, exactamente), con niños de 6 a 16 años, con un cuestionario autorrellenable en colegios y escuelas, públicos y privados, de ámbito urbano, semi-urbano y rural, durante el mes de marzo de 1998.

Esta investigación en España se enmarca en un proyecto internacional, que se ha llevado a cabo en diferentes países europeos (Gran Bretaña, Alemania, Francia, Italia, Holanda, Suiza, Finlandia, Flandria, Suecia, Dinamarca... e Israel), titulado "Children, Young People and the Changing Media Environment", dirigido por los profesores Sonia Livingstone y Georges Gaskell de la London School of Economics, con la financiación del Broadcasting

Standars Commission, the Youth for Europe Programme (EC-.DGXXII) y la Fundación Europea de la Ciencia.

Nuestra investigación ha sido posible gracias a la financiación de la Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea durante los años 1997 y 1998.

1. Equipamientos tecnológicos en el hogar

El nivel de equipamiento tecnológico en el hogar de los niños y jóvenes españoles es elevado y muy similar al del resto de los países de la Unión Europea, excepto en el número de hogares equipados con ordenador y acceso a Internet, que es algo menor. Haciendo un análisis pormenorizado de la presencia de los equipamientos tecnológicos en los hogares españoles, nos encontramos con las siguientes características generales :

- Televisión: todos los niños y jóvenes, de cualquier edad, tienen prácticamente un aparato de televisión de color en su casa (98.2%) y más de la mitad de los hogares disponen de dos o más televisores. La mitad de los hogares tienen también un servicio de teletexto. La ubicación de los receptores de tv suele ser la misma: el aparato más grande y de mejor calidad está en el salón de la casa, y el segundo, si lo hay, en la habitación de los padres, en la cocina, o en el dormitorio de alguno de los hijos, normalmente en el de mayor edad.
- Vídeo: prácticamente todos los hogares con niños tienen un video (86.6%)¹, y en algunos casos disponen de dos vídeos, cada uno conectado a un aparato de televisión.
- Antena parabólica para tv vía satélite y canales de pago: Aproximadamente el 21% de los hogares con niños y jóvenes tienen antena parabólica lo que les permite recibir un canal infantil durante todo el día hasta las 10 de la noche (Cartoon Network²) y aproximadamente un 10% de todos los hogares³ están abonados a uno de los dos paquetes digitales⁴ existentes en España entre los que se pueden encontrar diferentes canales infantiles: Disney Channel (premium), Cartoon Network (ya con el audio en castellano), MiniMax, Club Super 3 y Locomotion. Los adolescentes tienen canales musicales de gran atractivo para ellos (MTV, VH-1, 40TV, Sol Música), los chicos canales deportivos, que es su tema preferido (Sportmanía, Eurosport, Teledeporte y Futbol Mundial), y ellas teleseries, comedias y soap operas (Telenovelas, Todo Humor, etc).
- Teléfono: casi todos los hogares disponen de, al menos, un teléfono (normal) y es frecuente que tengan dos o más aparatos. El teléfono principal suele estar en el salón y el segundo está en el dormitorio de los padres o en la cocina. Es muy frecuente que el teléfono principal sea "inalámbrico"(cordless) lo que permite a los niños y jóvenes llamar y recibir llamadas en su dormitorio, sin que los padres puedan oír sus conversaciones.
- Ordenador: un tercio aproximadamente de los hogares con niños (35%, Fuente: Estudio General de Medios, Febrero-marzo 1998) tiene un ordenador, con impresora. El ordenador está normalmente en el dormitorio de uno de los hijos, siempre en el de mayor edad o en el de aquel que no tiene la videoconsola, o en una habitación que cumple las funciones de cuarto de estudio o despacho.

- Consola de videojuegos (Sega, Nintendo): el 35.5% de los hogares con niños tienen una videoconsola en casa, un porcentaje doblemente superior al resto de los hogares españoles. En nuestro estudio cuantitativo el nivel de equipamiento era del 53%. Lo normal es que la videoconsola esté en el cuarto de los hijos.
- Juegos Electrónicos (Gameboy, Gamegear): resultan menos habituales que las videoconsolas y entorno a un 39% hogares tienen este tipo de juego, según nuestro estudio cuantitativo. Es más frecuente en hogares en los que hay jóvenes de edad 12-13 años. Los aparatos de juegos están en los dormitorios de los propios jóvenes, aunque los utilizan casi siempre fuera de la casa.
- Cadena de Música y walkman: casi todos los hogares españoles disponen de un aparato de música, cadena HI-FI, con lector de compact disc (34,9%) o sin él (53.1%), radiocassette (70.9%) y walkman (72%), y es frecuente que haya más de uno en el hogar. En los hogares con adolescentes los porcentajes de equipamiento musical superan el 90%, tanto en chicos como en chicas.
- Radio: en todos los hogares prácticamente hay alguna radio (95.4%), ya sea de forma independiente, asociada a un walkman o integrada dentro de una cadena de sonido.
- Cámara de Vídeo: Aunque en el año 1997 el número de hogares con una cámara de video estaba en el 12.4% (Fuente: Estudio General de Medios), en nuestro estudio cuantitativo un 34% de los hogares con niños disponían de una.
- Teléfono Móvil: es un equipamiento minoritario en los hogares consultados y bastante excepcional entre los jóvenes. En nuestro estudio cuantitativo aparece un 38% de los hogares con niños que disponen de un teléfono móvil, pero intuimos que muchos de los encuestados confundieron el teléfono móvil (cellular or mobile phone) con el teléfono inalámbrico (cordless), por lo que en este porcentaje hace referencia a ambos tipos de aparatos.
- Internet⁵: este servicio tiene todavía una presencia escasa (3.1%) en los hogares con niños, pero su crecimiento se ha duplicado en el último año, y una media del 15% dice que lo usa personalmente. Porcentaje que se eleva al 25% y al 19% en los chicos y chicas de 15-16 años respectivamente.

Prácticamente todos los jóvenes usan la televisión, el vídeo y el teléfono, sean de la edad que sean. A partir de los 9-10 años es también muy frecuente el uso de la radio y de un aparato de sonido (cadena, radiocassette, walkman, etc). Por encima de esas edades, a partir de los 12 años (más o menos) es también común el uso del teletexto (con anterioridad a esa edad también se puede usar pero de forma muy puntual). Los niños y los jóvenes usan con frecuencia los ordenadores y/o consolas y juegos electrónicos, aunque su uso varía en función de la edad. La videoconsola y los juegos electrónicos los usan sobre todo los jóvenes de 12-13 años o menores, mientras que los ordenadores los emplean los niños y los jóvenes a partir de los 9 años.

Por el contrario, hay una serie de aparatos que los niños y jóvenes usan muy poco: el Fax, el Contestador Automático, la Cámara de Vídeo y el Teléfono Móvil.

El uso de los equipamientos tecnológicos en el hogar es básicamente lúdico, para entretenimiento y juego. El único equipo de uso escolar es el ordenador. Para algunos adolescentes, el ordenador se convierte en una herramienta importante de estudio: escritura y presentación de trabajos, documentación (cd-rom) y aprendizaje de inglés. La televisión, el video y el radiocasette sólo tienen uso educativo en algún caso absolutamente excepcional (por ejemplo: videos o cassettes para cursos de inglés o videos del National Geographic).

2. Equipamientos tecnológicos en el dormitorio de los niños

El equipamiento tecnológico de los niños y de los jóvenes en sus habitaciones es bastante alto, aunque todavía muy inferior al que pueden encontrar en el conjunto de su casa. Algunos estudios muestran que prefieren su propio equipamiento que compartir el familiar (Sherman, 1996).

El equipamiento más importante de las habitaciones de los niños y jóvenes son los aparatos de música (radio 63%, walkman 61% y HI-FI 38%), que llegan a unas proporciones verdaderamente impresionantes en los adolescentes de 15 y 16 años (83%, 85% y 57%, respectivamente).

En cualquier caso, los juegos electrónicos (Gameboy y Gamegear) son los aparatos tecnológicos que más probablemente están en la habitación de los niños: prácticamente el nivel de equipamiento de los hogares en juegos electrónicos (34%) y el de las habitaciones de los niños coincide (31%). Las videoconsolas suelen estar también en las habitaciones de los hijos (34%), aunque ya las diferencias son un poco mayores con la media de los hogares (53%).

Por otra parte, en las habitaciones de los niños españoles es difícil encontrar un vídeo (10%), una cámara de televisión (6%), televisión vía satélite (4%), teletexto (8%), modem (2%) o un teléfono (11%), aunque en el hogar es muy probable que algunos de ellos lo tengan (por ejemplo, vídeo, teléfono o teletexto).

La edad es un elemento clave en el equipamiento de sus habitaciones de los niños y la progresión se mantiene de los seis a los trece años en casi todos ellos: televisión (incremento del 52%), radio (65.8%), walkman (145%), cadena HI-FI (253%), videoconsolas (100%), juegos electrónicos (110%), ordenadores (125%), etc. Esta progresión prácticamente se estanca en la adolescencia, salvo en lo que se refiere a aparatos de música y ordenadores que continúa su ascenso. En el estudio cualitativo se notaba una tendencia en los adolescentes de 15-16 años a considerar los juegos electrónicos y las videoconsolas como algo "de más pequeños", y en el estudio cuantitativo el uso que hacían los adolescentes con videoconsola o juegos electrónicos era muy inferior a las edades precedentes.

No parece que haya grandes diferencias por razones de sexo, aunque en general las habitaciones de los chicos están un poco mejor equipadas que las de las chicas; constatándose algunas diferencias importantes en lo que se refiere a receptores de televisión (+8 puntos), juegos electrónicos (+12 puntos más arriba) y videoconsolas (+22 puntos). En cambio, las habitaciones de las chicas parece que tienen algún aparato más de música (+ 2 puntos) y más libros (+5 puntos).

Las diferencias por razones de hábitat son muy poco apreciables, y podríamos concluir que el equipamiento de la habitación de un chico o chica de medio urbano (>50.000 habitantes), semi-urbano (15.000-50.000 habitantes) y rural (>15.000 habitantes) es muy similar. Se nota algún leve mejor equipamiento de la habitación del chico/a semiurbano y rural en video, teletexto, videoconsola y teléfono. Por otra parte, el nivel de equipos informáticos es algo inferior en la habitación del chico/a de las zonas rurales y es más probable la conexión a Internet en la habitación del chico/a de la gran ciudad

3. Consumo del tiempo de ocio y uso de los media

3.1. La televisión y el video

Una constante en todos los niños y jóvenes es que ven la televisión casi todos los días de la semana (una media de 5.8 días por semana) y le dedican en torno a las dos horas y quince minutos, sin que haya diferencias apreciables de sexo (3 minutos más los chicos). En lo que respecta a la edad, se observa que los más mayores tienen unos niveles de consumo diario superior a los jóvenes. Concretamente, la diferencia es de 15 minutos. Por el contrario, el consumo medio de video al día es de 31 minutos (y la frecuencia también menor: 2.3 días a la semana), habiendo una pequeña disminución del tiempo de visionado de videos con la edad. Podríamos decir que la suma del consumo de televisión y de video es casi una constante en todas las edades e igual a 165 minutos aproximadamente.

Casi nunca está encendida la televisión en los hogares de los niños y jóvenes cuando se levantan por la mañana (García Muñoz,1997), algunas veces lo está cuando vuelven del colegio, y casi siempre cuando se van a acostar. En los más mayores, como van más tarde a la cama, la tendencia a que la televisión esté encendida es menor. No hay diferencias relevantes por razones de sexo o de edad, aunque si se constata que en los hogares de niños de medio rural la televisión está más tiempo encendida. En este sentido, en el medio rural es más probable que la televisión esté encendida cuando los niños se levantan de la cama, llegan del colegio o se van a la cama que en el medio urbano.

En cualquier caso, salvo para los más pequeños, la tendencia es ver la televisión cuando vuelven del colegio, y antes o después de cenar. Cuando terminan las clases por la tarde, en España, es normal acudir a algún tipo de actividad extraescolar (práctica de algún deporte, aprendizaje de inglés, clases complementarias, catequesis, etc). Una vez terminadas estas actividades, los jóvenes acuden a sus hogares y hacen los deberes escolares. Es entonces cuando comienza su verdadero ocio: el rato que va de terminar los deberes a la cena y después de ésta. Después de la cena prácticamente no se hace otra cosa que ver la televisión, ya no es tiempo de juegos. Antes de la cena es cuando hay más variedad de actividades.

Por géneros televisivos las preferencias de los niños y jóvenes son muy claras. Su programa favorito es muy probable que sea un dibujo animado (22%), show familiar (19%), teleserie (19%), comedia (15%) o, ya a una cierta distancia, el deporte (8%) y las soap operas (6%). Sin embargo, existen importantes diferencias marcadas por la edad y el sexo. A los más pequeños (6 y 7 años) (Muñoz J.J. & Pedrero L.M., 1996) les gustan abrumadoramente los dibujos animados, en especial a los niños (66%), y a las niñas también los shows familiares (29%). Sus programas favoritos son: El Súper, Marco, Heidi, La Banda, Los Pitufos, Songoku, Powers Rangers, Tom y Jerry, Concursos, películas de Walt Disney y de Tintín, Superbat, etc., con un predominio importante de los dibujos animados, con especial protagonismo de todo lo relacionado con el mundo de Walt Disney.

Los gustos de los niños y niñas de 9 y 10 años están bastante equilibrados entre los dibujos animados, los shows familiares y las comedias, aunque se aprecia una tendencia en las niñas a perder pronto el gusto por los dibujos animados. Les gustan los programas como el Club Megatrix, Minimax, Club Chavalín, El Súper, Los Vigilantes de la playa, etc. Entre los niños de 6 y 10 años, en nuestro estudio cualitativo, indicaban que son los programas de contenidos violentos los más denostados por los jóvenes, y no se refieren tanto a los dibujos animados (que puede haberlos muy violentos) sino a programas, series y películas que presenten mucha violencia explícita.

A los jóvenes adolescentes, chicos y chicas, les gustan sobre todo las teleseries y los show familiares, aunque ya hay algunas importantes diferencias. A los chicos todavía les gustan los dibujos animados (17%) y comienzan a apreciar el deporte (13%). Mientras que las chicas prefieren las comedias (23%) y las soap operas (9%) en proporciones doble o triple que los chicos. Citan entre sus preferidos a comedias y teleseries españolas como "Médico de Familia", "Querido Maestro", "Todos los hombres sois iguales", etc, programas de carácter familiar y de contenido muy sentimental.

En los adolescentes varones el programa favorito es el deporte (30%), mientras que las chicas apenas lo valoran (5%). Ellas prefieren las teleseries (37%) y las telenovelas (19%).

En cualquier caso, conviene remarcar que los niños y adolescentes prefieren abrumadoramente la programación de adultos (75%) antes que la programación infantil-juvenil (25%) (Alonso M y otros, 1995). Esta tendencia obviamente se acentúa con la edad, y ya en los adolescentes de 15 y 16 años su gusto por la programación de adultos se eleva al 92%. Existe una diferencia notable por razones de sexo también, ya que en las niñas las preferencias por los programas de adultos son elevadas incluso a la edad de 6 y 7 años (50% las niñas respecto al 27% los niños), y así se mantienen siempre por encima hasta los de mayor edad, aunque las diferencias son muy pequeñas a edades superiores (94% y 89%, respectivamente).

Respecto al comportamiento de los niños y de los jóvenes ante los anuncios no hay diferencias apreciables por sexos, pero sí por edad. En general, a los niños/as más pequeños les gustan un poco los anuncios, sobre todo a los de 6 y 7 años respecto a los más mayores, que no los ven casi nunca, y cambian bastante menos de canal cuando llegan los anuncios que los de 15 y 16 años, que lo hacen entre "algunas veces" y "normalmente". La tendencia de los adolescentes mayores a cambiar de programa se mantiene hasta en la programación ordinaria, pues cambian de canal "a veces", mientras que los niños pequeños no lo hacen "casi nunca".

Ver la televisión (o el vídeo) es sobre todo un acto social, y lo normal es que su programa favorito se vea en la compañía de la madre (39%) (Nikken, Van der Voort & Van Bochove 1996; Orozco Gomez G, 1996), el padre (28%), la hermana/s (24%), el hermano/s (30%) o un amigo o amiga/s (9%). Sólo una pequeña minoría (16%) de los niños y jóvenes la ven solos, con una diferencia apreciable entre los niños (21%) y las niñas (12%). Los niños y jóvenes que tienen televisión en su cuarto tienen una ligera tendencia a ver un poco más la televisión solos, pero es muy pequeña la diferencia.

La inmensa mayoría de los vídeos que ven los niños y adolescentes son comprados o alquilados en el videoclub (64%) y grabados de la televisión (26%), sin que haya diferencias apreciables por razones de sexo. El porcentaje de vídeos que les prestan los amigos o que toman prestados en la Biblioteca municipal no alcanza el 10%. Sin embargo, hay diferencias

muy notables en la forma de conseguir un video por razones de edad. Mientras que un niño/a de 6-7 años compra o alquila un video en un 81% de los casos, para un adolescente (15-16 años) este porcentaje cae al 49%. En el caso de las grabaciones de televisión la relación se invierte y pasa del 12% al 37% respectivamente.

El video tiene muy poco uso entre semana y su utilización se reserva prácticamente para el fin de semana. En ocasiones, los niños (o sus padres) graban las cintas durante la semana, si hay algo interesante, y lo ven el week-end. Lo normal es que entre los jóvenes de 6 y 7 años todavía no se sepa cómo programar aunque ya se sabe introducir la cinta ya grabada y verla en el momento. Es a partir de los 9 y 10 años cuando se empieza a saber cómo grabar. De todas formas, hasta los 12-13 años no todos saben programar el video a diferencia de lo que ocurre entre los de 15-16 años los cuales declaran no tener ningún problema al respecto.

Todos los receptores de televisión, salvo excepciones, tienen mando a distancia y más de la mitad, teletexto. El primero suele estar en manos de los padres a cualquier edad, aunque parece que la elección de los programas, sobre todo cuando hablamos de las edades inferiores, se consensúa con los hijos. El teletexto se suele usar a partir de los 9-10 años para hacer consultas sobre la programación de televisión del día, para conocer alguna noticia (resultados deportivos, por ejemplo) o consultar el horóscopo, en más raras ocasiones.

3.2. El ordenador y los videojuegos

El tiempo que pasan los niños y los jóvenes con el ordenador en casa es de una media de 41 minutos diarios, con una diferencia apreciable por razones de sexo, menos por razones de edad y prácticamente ninguna por razones de hábitat. El tiempo que emplean los chicos en el uso del ordenador (52.2 minutos diarios) es muy superior que el de las chicas (30.5). Los niños de 6 y 7 años usan mucho menos el ordenador y, de hecho, tampoco es frecuente de que dispongan de uno. Sin embargo, a partir de los 9 años parece que su necesidad es cada vez mayor. A medida que aumenta la edad se utiliza un poco más, pero las diferencias mayores se dan en el uso que se hace de él (menos juegos y más trabajo escolar) no en el tiempo de uso.

El uso fundamental del ordenador (ver cuadro N° 3) de los niños y jóvenes en el hogar es para jugar (83%) y escribir (63%), muy posiblemente trabajos escolares. Después, para dibujar (47%) y ya, a bastante distancia, para buscar información en enciclopedias en CD-ROM (28%). Las chicas superan a los chicos en el uso de procesadores de texto y de programas de dibujo, mientras que a los chicos les atraen mucho más los juegos. Resulta curioso constatar que los niños y niñas de 6 y 7 años hacen un uso menos diferenciado del ordenador, apareciendo las diferencias por sexos a partir de los 9-10 años. Hasta estas edades es frecuente que los niños no sepan manipular el ordenador (encenderlo, acceder al programa, o cargarlo o ejecutarlo) pero saben jugar perfectamente. Los padres (sobre todo el padre) o los hermanos mayores preparan el ordenador y ellos juegan. Suelen hacerlo solos, sobre todo, o en compañía de algún hermano mayor, o del padre, más probable que de la madre.

Con la edad se acrecienta el uso del ordenador para escribir trabajos escolares y mejorar su presentación, así como la búsqueda de información en CD-ROMs, e igualmente el acceso a Internet y el uso del correo electrónico (e-mail). Aunque los adolescentes de mayor edad todavía utilizan el ordenador para juegos, se aprecia una tendencia a la baja (del 87% al

79%), mucho menor en los chicos, ya que el ordenador empieza a ser también una herramienta para el trabajo escolar.

Como decíamos, una buena parte del tiempo que usan los niños y los jóvenes el ordenador es para jugar, aunque es significativo el tiempo que dedican a los deberes escolares. Son apreciables las diferencias por razones de sexo. Los chicos emplean más el ordenador que las chicas para jugar, por el contrario éstas tienen un sentido más práctico y lo usan más para hacer los deberes escolares. La diferencia de uso por razón de edad también es significativa. La tendencia a usar el ordenador para los trabajos del colegio crece con la edad, sin embargo, la tendencia a los juegos disminuye a partir de los 12-13 años, aunque se mantiene bastante alta. Por supuesto, el tipo de juegos también es diferente entre los que prefiere un niño y un adolescente.

Los juegos de ordenador favoritos para los niños y jóvenes son los de aventuras (30%), de deportes (21%), emuladores de conducción de coches, de motos o de aviones (13%) y los de luchas-guerras (12%) (ver gráfico N°2). Las diferencias de gustos son muy apreciables entre chicos y chicas. Los chicos siguen las tendencias apuntadas, aunque los deportivos son sus preferidos (31%). Entre las chicas, sin embargo, y con mucha diferencia, sus preferidos son los de aventuras (37%) y a distancia los de dibujo (13%). Los demás están a un nivel de preferencia muy similar: deportivos y didácticos (9%), emulación de pilotar, de cartas y de luchas-guerras (7%), de planificar cosas (6%). En los adolescentes parece que las diferencias son abismales, sobre todo en los juegos deportivos y en los de cartas, que gustan exclusivamente a chicos o a chicas.

Por razones de edad hay algunas diferencias; aunque en particular los gustos por los juegos deportivos y de luchas-guerras se mantienen bastante estables. En general, con la edad decae el gusto por los juegos de dibujo y los didácticos, y aumenta el interés por los juegos de cartas, especialmente en las chicas, y en los de organizar cosas.

El consumo de los juegos de ordenador y de los videojuegos se realiza en gran medida en compañía del padre, de la madre, de los hermanos y de los amigos; aunque un 25% también juega solo. La tendencia a jugar con un amigo es muy importante (54%) o un hermano (41%) -en menor medida la hermana-, y se acrecienta con la edad. La tendencia a jugar con un amigo casi se duplica en la adolescencia. El gusto a jugar con el padre o la madre desciende vertiginosamente con la edad, aunque hasta los diez años tiene una cierta importancia.

El ir a casa de un amigo no está movido por un interés especial, pero a un porcentaje de niños (36%) les mueve a hacerlo el jugar con el ordenador o a los videojuegos, más que cualquier otra cosa. Sin embargo a las chicas (60%) van a casa de sus amigas sin ninguna intención concreta de usar medios tecnológicos para el ocio.

El deseo de que en su cumpleaños les regalen un ordenador con CD-ROM es el primer deseo entre todos los grupos de edad de niños y adolescentes, salvo para los más pequeños que prefieren la videoconsola.

A la pregunta quien es el que más sabe de ordenadores en casa, los niños y jóvenes dan dos respuestas: mi padre (24%) o yo (21%). Con la edad, los chicos acentúan su conocimiento de la informática y un adolescente varón es muy probable que conteste que él es el que más sabe (49%). Si embargo, una chica adolescente respondería que su hermano (47%), ella (19%) o su padre (18%). Para los niños/as menores de 10 años quien más sabe de

ordenadores es su padre, rara vez su madre (por debajo del 10%), y con la edad empiezan a pensar que su hermano mayor.

3.3. Internet

El número de niños y jóvenes que han oído hablar de Internet son tres de cada cuatro, pero el número de usuarios es todavía pequeño (15%), aunque se viene manifestando un crecimiento exponencial en los últimos años. Los chicos usan más Internet (18%) que las chicas (12%), pero las diferencias más importantes se dan con la edad: un niño de 6-7 años apenas lo usa, pero con la edad se acrecienta su uso hasta llegar al 22% en los adolescentes de 15-16 años. Prácticamente todos los adolescentes han oído hablar de Internet (91% y 97% para los jóvenes de 12-13 y 15-16 años, respectivamente), mientras que en los niños más pequeños sólo una minoría sabe de su existencia (28%). También es escaso el número de minutos dedicados al día al uso de la Red, sólo 5 minutos, el menor con diferencia del dedicado a todas las otras actividades con viejos y nuevos media. Además, los chicos le dedican el doble el tiempo que las chicas.

Aunque el 41% dice no haber usado nunca Internet, el resto ha tenido algún contacto: o bien la usado el sólo (20%), ha visto usarlo (30%) o una mezcla de los dos (9%). Las diferencias de sexo y edad vuelven a ser importantes, estando en la escala superior los chicos y los adolescentes de mayor edad.

Los chicos y jóvenes que usan Internet lo hacen para (ver cuadro N°4): buscar información y websites (41%), chats groups (35%), surfing or browsing (34%), juegos (33%), y a una cierta distancia el e-mail (23%). Al igual que con el ordenador, el uso que hacen las chicas de Internet es más práctico, siendo su actividad preferente la búsqueda de información y de websites (48%), mientras que las de los chicos es el surfing (41%). Con la edad se acentúa el uso de Internet para buscar información (65%), el surfing (47%), la participación en chat groups (43) y el e-mail (29%); y prácticamente se pierde el uso de juegos que en las edades infantiles es la actividad principal (75% y 69%, respectivamente).

El conocimiento del correo electrónico (e-mail) es más limitado entre los niños y los jóvenes: solamente un 47% lo conocen. En este conocimiento vuelven a influir la edad y el sexo, pero para los adolescentes mayores prácticamente ya no se aprecian diferencias. Más de la mitad de los niños que dicen conocerlo no lo han usado nunca; si bien, del resto, un 12% lo ha usado, un 27% lo ha visto usar, y un 7% está en una situación intermedia.

4. Control y reglas de los padres para el ocio de los hijos y para el uso de la "quincallería" electrónica

La violencia y el sexo en la programación infantil de televisión ha sido y es una constante preocupación en la atención de investigadores, educadores y en las administraciones de todo el mundo. En USA en particular (Dubow & Miller, 1996; Kubey, 1996; Wartela, 1996) como refleja la aprobación de la "The children's Television Act" en 1990 y la implantación del V-chip en los televisores para el control de la programación violenta, pornográfica o soez que puede estar al alcance de los niños, a partir de la "Telecommunications Competition and deregulation Act" de 1996 (Potten & Warren, 1996; Makris, 1996).

El Parlamento español aprobó la Directiva del Consejo de Europa, la llamada "Televisión sin fronteras" (1989), y su modificación de 1997, introduciéndolas en la legislación nacional. Estas directivas contienen en su articulado una normativa dirigida a la protección del

menor y sobre la programación destinada al público infantil, para que las Instituciones velen porque los contenidos de los programas en sus respectivos países no vaya en contra del desarrollo mental, físico o moral de los niños. Particularmente, para que estos programas no contengan pornografía ni violencia.

Por otra parte, casi todas las leyes españolas concernientes a los derechos de emisión como el Estatuto Jurídico de RadioTelevisión Española (RTVE), la Ley de los Terceros Canales, y las Leyes de creación de las Televisiones de las Comunidades Autónomas (País Vasco, Cataluña, Galicia, Valencia, Andalucía y Madrid poseen canales propios de televisión), tienen artículos similares a los mencionados. Pero hay una importante laguna en la ley de televisiones privadas, donde no se hace referencia a la protección de los niños y jóvenes. A pesar de todo, estas leyes han tenido una escasa incidencia sobre la programación infantil. Por ello, el 26 de marzo de 1993, el Ministerio de Educación y Ciencia firmó un acuerdo de autorregulación de programas para niños y jóvenes, a modo de código ético, con TVE, Antena 3 TV, Tele 5 y Canal +, que tampoco ha tenido mejores resultados.

Por su parte, en la familia, también los padres llevan a cabo una actividad reguladora sobre la gran cantidad de aparatos que tienen sus hijos tanto en el hogar como en sus propias habitaciones, y tratan de influir en los consumos que de ellos hacen.

Las cuestiones en las que los padres tienen un mayor control sobre las actividades de sus hijos son: salir a la calle, ver la televisión-video y llamar por teléfono (esta cuestión, sin duda, se debe más a un problema de gasto familiar que a otra cosa) (ver cuadro N°5). No hay diferencias apreciables entre el control que ejerce la madre o el padre, aunque hay una ligera tendencia a que en todas las cuestiones planteadas sea la madre la que controle más las actividades. El control de los progenitores es mucho menor en lo que se refiere a escuchar música, leer libros o usar-jugar con el ordenador.

El control de los padres es diferente en función del sexo de sus hijos. Ambos progenitores (padre y madre) controlan más al hijo que a la hija para ver la televisión, pero mucho más a la hija a la hora de usar el teléfono, tanto la madre (+12 puntos respecto a su hijo) como el padre (+4 puntos). Sin embargo, aunque las diferencias son escasas, parece que hay una tendencia a que el padre controle más al hijo que a la hija y la madre más a ésta que al hijo.

Según los niños llegan a la adolescencia el control de los padres sobre sus actividades disminuye, pero tampoco de una manera considerable. En cuanto a ver la televisión el control de los padres cae mucho (-33 y -43 puntos) del grupo de 6-7 años al de 15-16 (para el padre y la madre, respectivamente). Pero, por ejemplo, el control sobre el uso del teléfono se acentúa hasta los 12-13 años, si bien, finalmente, los hijos/as de 15 y 16 años ganan una cierta libertad.

Televisión

En general parece que hay tres reglas sobre el uso de la televisión, prácticamente fijadas en todos los hogares españoles, que "los hijos aceptan y respetan" ⁶ y que, evidentemente, algunos padres niegan su existencia.

La primera es la hora de ir a la cama, que pone fin a la sesión nocturna para que los niños y jóvenes vean televisión. Dependiendo de las edades, la media se situaría a las 10.30 PM los días laborables y a las 11.45 PM los week-ends. En algunos casos los padres permiten una ampliación del horario habitual "para ver terminar un partido de fútbol, o un programa

especial". La hora de ir a la cama está marcada por razones de edad, y el sexo o el hábitat no tiene ninguna influencia. La escala oscila de las 9.45 PM para el niño de 6-7 años, cuando al día siguiente hay clase, hasta las 11.15 PM para el adolescente de 15-16 años. Si al día siguiente no hay escuela el horario de acostarse se prolonga de las 11 PM para los más pequeños hasta las 12.15 PM para los más grandes.

La segunda es el exceso de consumo de televisión. Una madre señala: "la tv no tiene que estar siempre puesta"; otra añade, "no puede estar encendida mientras se hacen deberes", etc.

Y la tercera es la de prohibición de programas violentos y los de sexo, de los que algún padre en las entrevistas personales llega a decir que son "verdadera pornografía".

Aunque no parece que hay una prohibición expresa, los padres no quieren que sus hijos vean determinados programas, como los "reality shows", por ejemplo. Por el contrario, les gusta que sus hijos vean documentales sobre Naturaleza.

Las cadenas mejor valoradas son las televisiones autonómicas en las respectivas autonomías⁷ y el segundo canal de RTVE (la televisión pública, TV2), porque tiene una programación cultural, de documentales y deportiva. La peor valorada es Tele 5 que, dirigida por el grupo Fininvest de Silvio Berlusconi, ha seguido una trayectoria excesivamente comercial hasta el año 1997, que ha pasado a ser dirigida por el grupo "El Correo", primer grupo español de prensa regional.

En cualquier caso, los padres parecen defender la vía de la persuasión sobre la imposición, ya que con esta se consigue menos.

Vídeo

Los padres tienen la impresión de que no hay reglas para el uso del vídeo, quizá porque se puede controlar mejor su contenido, pero las reglas, finalmente, son similares a las del uso de la televisión: el horario de ir a la cama y la prohibición de contenidos violentos y eróticos, tanto en la compra como en el alquiler de cintas. Como el uso del vídeo se realiza sobre todo el fin de semana, influye menos la obligación de ir a la cama.

Es frecuente que si los padres quieren que sus hijos vean un vídeo, lo pongan y estén con ellos viéndolo.

Ordenadores

El uso del ordenador, como en general está en el cuarto del niño y los padres no ven problemas en su contenido, es libre. Declara un padre de Barcelona: "Es un mueble más de la casa para uso familiar".

Quizá la única limitación que hay es si su uso se hace excesivo. Dice una madre: "si están jugando mucho les digo que apaguen". Otra añade: "no pueden jugar cuando no han hecho los deberes", etc.

En el caso de que los niños jueguen en el ordenador del padre "tienen que pedir permiso" y "usarlo cuando no lo usa el padre", o si es del hermano mayor sucede lo mismo. Dice una

madre de Madrid: "Incluso (el pequeño) pide permiso para entrar en la habitación de su hermano".

Videojuegos y juegos electrónicos

En general, la disposición de los padres es favorable a los videojuegos como a cualquier otro aparato electrónico, pero recalcan "todo en su justa medida puede ser bueno", "él (un padre) quiere que sus hijos jueguen con esos aparatos, si les gustan, pero que hagan otras cosas también". Por ello, prácticamente la única limitación que hay al uso de los videojuegos es el exceso de consumo. Estos son algunos comentarios de los padres entrevistados: "si veo que se pasan, lo corto", "sólo se pueden usar a determinadas horas", se "limita (su uso) al fin de semana y algun ratito después de la cena", etc.

En algún caso excepcional se prohíben los videojuegos "de tipo bélico o violento", pero los padres no suelen percibir la violencia en los juegos de ordenador o de videoconsola.

5. Creencias, valores y actitudes

Como hemos visto en los primeros apartados de este capítulo, el nivel de equipamiento tecnológico de los hogares de los niños y jóvenes españoles es alto, y hacen de ellos un consumo elevado: todos los niños y jóvenes ven la televisión casi todos los días de la semana (una media de 5,8 días), dedicándole 2 horas y 15 minutos de su tiempo diario. Estos datos nos muestran claramente la importancia tanto cuantitativa como cualitativa de la tecnología en la vida de la infancia y de la juventud españolas. Importancia que no se les escapa tampoco a sus padres y educadores.

En general los padres tienen una actitud positiva hacia los mismos. Los medios que disponen ahora los jóvenes, reconocen los padres, son muy superiores a los que tuvieron ellos. Son una herramienta extraordinaria y les ayudan mucho. "Es absurdo multiplicar si lo puede hacer una máquina".

Incluso algunos consideran que los aparatos electrónicos les ayudan a relacionarse: vienen los amigos, meriendan o cenar, juegan al ordenador, ven la televisión, etc. Los equipamientos tecnológicos, dice una madre, "son una opción más". También los que conocen Internet hablan de la Red como un medio de relacionarte a distancia. Dice una madre: "Si es un chico normal, una persona equilibrada, que sale, que juega,... utiliza el ordenador cuando lo necesita y luego lo apaga". Y la verdad es que los padres están en lo cierto ya que, como hemos visto anteriormente, ver la televisión es sobre todo un acto social entre los niños y jóvenes españoles. Baste recordar que solo una minoría (16%) ve la televisión solo.

Incluso cuando analizamos el uso de los juegos de ordenador y de los videojuegos se constata que en la mayoría de los casos se realiza en compañía de otras personas (únicamente un 25% juega solo). Es más, un porcentaje importante de niños y jóvenes (36%) van a casas de sus amigos/as para poder jugar con el ordenador o los videojuegos (Garitaonandia, 1998).

Si bien en general la actitud de los padres es positiva, son conscientes de que los beneficios que se obtienen de los medios tecnológicos depende del uso que se les da. Así señala un padre: "si te dedicas a matar marcianitos (videoconsola) y a jugar al fútbol (con el

ordenador) no te da nada". También les preocupa las consecuencias negativas de un consumo excesivo de los medios de comunicación (Fisher, 1994).

Otro aspecto muy importante, como señalábamos en un apartado, es la inquietud de los padres por los contenidos, sobre todo televisivos, de connotación sexual muy manifiesta, pornográfica, o violenta. Con todo, y aunque en general los padres opinen que en los medios de comunicación hay mucha violencia y sexo, muchos piensan que "lo fundamental es la educación en casa", "las creencias básicamente se transmiten de padres a hijos". Dice una madre de Sevilla: "No creo que los medios puedan influir y traer nuevos valores. Los valores los trae la sociedad en la que están los aparatos". No son violentos⁸, según aprecian la mayoría de padres y educadores. Dice otra madre: "a pesar de que ven mucha televisión y mucha violencia, los jóvenes se mantienen ajenos a ella".

Los padres constatan que sus hijos tienen una abundancia enorme de medios, y que quizá eso influya negativamente en su creatividad: Dice un padre: "antes tenías que salir a la calle, buscarte la vida". "No tienen imaginación para hacer cosas, para buscar alternativas nuevas de juego, está todo mucho más hecho". Sin embargo, otros muchos padres reconocen que los hijos son "tecnológicamente activos", que "crean con las máquinas"(Sefton-Green & Buckingham, 1996).

Algunos profesores se manifiestan más escépticos que los padres. Tal y como señala un profesor: "el hecho de dejar los niños abandonados a los juegos de ordenador origina problemas de falta de diálogo. En general, los programas de ordenador son muy individuales y poco interactivos. No ayudan a relacionarse con los demás". Es más, creen que pueden servir de refugio para algunos alumnos, sobre todo para los más inmaduros, introvertidos y con problemas psicológicos. Los medios pueden acrecentar estos problemas. Según señalan algunos profesores, en ocasiones quitan mucho tiempo, por lo que hay un gran riesgo de que los estudiantes dediquen demasiado tiempo al ordenador y pierdan la capacidad de relacionarse. De todas formas, es una realidad que la escuela española impulsa el uso y aprendizaje de los medios, siendo una parte importante del currículum del alumno.

Los medios de comunicación y los equipamientos tecnológicos forman parte de la vida de los niños y jóvenes españoles. Viven, juegan y crecen junto a ellos y con ellos sin ningún tipo de trauma o relación patológica. Dice un padre: "Están totalmente inmersos en los nuevos medios, los utilizan sin ningún tipo de problemas. Observan a los nuevos medios como algo natural. Los chavales los consideran herramientas de futuro y son los que menos miedo tienen a utilizarlas". Un profesor dice en una entrevista: "Sin explicaciones saben manejar los programas, lo intuyen. Muchas veces no hay que enseñar". "No distinguen entre nuevos y viejos medios. Ni se plantean que ha habido épocas en las que no había ordenadores. No hay conciencia de nuevos y viejos medios". En el estudio cuantitativo todos los niños y jóvenes, con alguna leve diferencia de edad, dicen que se sienten cómodos con los ordenadores y que usarlos es excitante. Aunque ya las chicas y los adolescentes mayores empezaban a mostrarse más escépticos con esta última afirmación.

Los niños y jóvenes españoles tienen un nivel de equipamiento elevado en el hogar y algo menor en la habitación, al mismo tiempo que hacen un uso elevado de los mismos. De todas formas, esto no es un problema en su desarrollo personal así como en sus relaciones sociales y familiares. La sociedad española tiene una actitud positiva hacia el uso que hacen sus jóvenes y niños de los medios de comunicación que son vistos como herramientas de futuro.

No quisieramos concluir este capítulo sin apuntar a algunos temores que manifiestan los propios niños y jóvenes ante el futuro de la sociedad de la información, extraídos de nuestro estudio cualitativo. Mientras que ven (o desean) su futuro hogar con toda clase de equipamientos tecnológicos y comodidades, en el mundo de las relaciones sociales y familiares retratan un mundo triste, frío y distante con sus semejantes: "habrá más violencia, con pistolas de rayos láser"; "la relación de padres e hijos será peor"; "la vida tendrá menos comunicación", "la comunicación será más superficial entre las personas"; "habrá más gente, más cosas, la vida estará más revolucionada, con más prisas, con más coches, con más máquinas, con más cables". Da la impresión que en su cabeza tienen un paisaje de entorno limpio y saludable donde ubican un hogar cómodo y tecnificado donde desarrollan su vida y sus relaciones, pero también donde acaban éstas. Asocian la idea de una mayor tecnificación y automatización de su entorno con un menor grado de relación, de comunicación y de compromiso con el resto de seres humanos, incluidos los más cercanos como pueden ser sus propios hijos.

Notas

1. Fuente: Estudio General de Medios, Febreo-Marzo 1998

2. Cartoon Network ofrece el audio en inglés en la programación analógica y en abierto; y el audio en castellano en el paquete digital de pago de "Canal Satélite Digital". En cualquier caso, el audio en inglés no supone una barrera lingüística en dibujos animados como "Tom & Jerry", "Road Runner", "Silvester & Tweety", ..., donde los diálogos son muy escasos.

3. En el verano de 1998, Canal Satélite Digital tenía 512.000 abonados y Vía Digital 350.000. Fuente: revista "Satélite TV", nº 128, Septiembre 1998.

4. Desde 1997 es posible contratar en España dos ofertas multicanal digitales: "Canal Satélite digital" (61 canales de TV y 31 de radio), promovida por Canal +, desde Enero de ese año, y "Vía Digital" (83 canales de TV y 39 de radio), promovida por la Compañía Telefónica, desde Septiembre.

5. Aunque se trata de un servicio, como necesita de un ordenador y de un módem, lo hemos incluido dentro de los equipamientos.

6. En cualquier caso, la respuesta habitual de los hijos a la indicación de sus padres de que es la hora de ir a la cama es con frecuencia: "No tengo sueño".

7. Desde la configuración del Estado Español como un Estado autonómico a raíz de la Constitución de 1978, España está formada por 17 Comunidades Autónomas o Regiones. Seis de ellas han creado sus propios organismos públicos de Radiotelevisión: Cataluña (2 canales), País Vasco (2 canales), Andalucía (2 canales), Valencia, Galicia y Madrid.

8. Incluso uno de los casos excepcionales en los que un padre dice que no entiende "que la única diversión de algunos jóvenes sea la de emborracharse y tomar drogas" dice expresamente que los jóvenes son "gente generosa", "más tolerantes", "no cree que sean más violentos que ellos" y "que tienen más confianza en sí mismos".

Referencias bibliográficas.

Alonso M.; Matilla L., Vazquez M. (1995): "Teleniños públicos. Teleniños privados", Madrid. Ediciones de la Torre.

Dubow E and Miller L.S. (1996): "Television violence viewing and aggressive behavior" pp. 117-147, en Macbeth T.M. Ed. "Tuning in to young viewers" California: Sage Publications.

Fisher, S. (1994) "Identifying video game addiction in children and adolescents", Addictive Behaviors, 19(5): pp. 545-553.

García Muñoz, Nuria (1997): "Los hábitos del niño frente al televisor en el hogar", en la revista ZER, N° 3, Bilbao, pp. 67-81.

Garitaonandia C., Juaristi P., Oleaga J.A. y Pastor F. (1998): "Las relaciones de los niños y de los jóvenes con las nuevas y viejas tecnologías de la información", en la revista ZER, N°4, mayo 1998, pp.131-161.

Kubey, R.W. (1996): "Television dependence, diagnosis and prevention: with commentary on video games, pronography, and media education", pp. 221-260, en Macbeth T.M. Ed. "Tuning in to young viewers", California: Sage Publications.

Muñoz J.J. & Pedrero L.M (1996): "La televisión y los niños", Salamanca, Ed. Librería Cervantes.

Makris, G (1996): "The myth of a technological solution to television violence: identifying problems with the V-chip".

Nikken P., Van der Voort T.H.A. & Van Bochove E (1996): "Maternal quality standars for children´s television programs", Journal of Educational Media 22 (1), Primavera 1996, pp.41-54.

Orozco Gomez G (1996): "Amigas y enemigas: madres mexicanas frente a la televisión", Signo y Pensamiento, 15 (28). Colombia, pp. 75-86.

Potten W.J. y Warren R. (1996): "Considering policies to protect children from TV violence", Journal of Communications, 46(4), pp. 116-138.

Sefton-Green, J. and Buckingham, D, (1996): "Digital visions´s "creative" uses of multimedia technologies" Convergence, 2(2), Otoño 1996.

Sherman, S (1996): "A set of one´s own: Tvsets in the chidren´s bedroom". Journal of Advertising Research 36(6): RC9-RC12, Nov-Dec. 1996.

Wartella, E. ed (1996): "National Violence study, volume 1", Thousand Oaks, California: Ed. Sage Publications.

Wartella, E. ed (1997): "National Violence study, volume 2", Thousand Oaks, California: Ed. Sage Publications.

