

# LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN LA ARGENTINA



## Niños y jóvenes ante las pantallas



# **LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN LA ARGENTINA**

## **Niños y jóvenes ante las pantallas**

### **Editado por:**

Colección Fundación Telefónica

Primera edición: Abril 2010

Páginas: 112

ISBN en trámite

### **COORDINADORES**

Xavier Bringué Sala

Universidad de Navarra-Foro Generaciones Interactivas

Charo Sádaba Chalezquer.

Universidad de Navarra-Foro Generaciones Interactivas

### **COLABORADORES**

Martin Zemborain

CIMEL (IAE Business School y Facultad de Comunicación, Universidad Austral)

Celina Cantú

CIMEL (IAE Business School y Facultad de Comunicación, Universidad Austral)

Paula Bunge

CIMEL (IAE Business School y Facultad de Comunicación, Universidad Austral)

### **ENTIDADES COLABORADORAS**

Fundación Telefónica

Educared

Foro Generaciones Interactivas

Este informe ha sido desarrollado sobre la base de la obra *La generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, editada en noviembre de 2008.



Universidad  
de Navarra



CIMEL Centro de Investigación  
para la industria de Medios  
y Entretenimiento para  
Latinoamérica.

**LA GENERACIÓN INTERACTIVA  
EN LA ARGENTINA**

**Niños y jóvenes  
ante las pantallas**



# ÍNDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
--------------------------	----------

## PRIMERA PARTE

1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.2 METODOLOGÍA.....	13
1.3 CONSIDERACIONES.....	15

## SEGUNDA PARTE

<b>2. ACCESO Y HÁBITOS DE USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS.....</b>	<b>19</b>
2.1 CONTEXTO GENERAL.....	19
2.1.1 Intereses y actividades de ocio preferidas.....	19
2.1.1.1 Interés por la lectura.....	22
2.1.2 Disponibilidad de las nuevas tecnologías.....	23
2.1.3 Preferencia entre las pantallas.....	24
2.2 INTERNET. FAVORITA DE LOS VARONES.....	28
2.2.1 Uso de Internet.....	28
2.2.1.1 Actividades al navegar en Internet.....	28
2.2.1.2 Penetración de Internet entre los niños y lugar de acceso a Internet.....	29
2.2.1.3 Lugar de acceso y uso.....	30
2.2.1.4 Navegar en el hogar.....	31
2.2.1.4.1 Tiempo de uso de Internet.....	31
2.2.1.4.1.1 Tiempo de uso por actividad.....	32
2.2.1.4.1.2 Tiempo extraído a otras actividades.....	33
2.2.1.5 Consumo y generación de contenidos en Internet.....	34
2.2.1.6 Pericia en el uso.....	37
2.2.2 Compañía al navegar por Internet.....	38
2.2.3 Valoración de Internet.....	39
2.3 TV. LA PANTALLA HEGEMÓNICA.....	40
2.3.1 Aparatos en el hogar.....	40
2.3.2 Ubicación de la TV en el hogar.....	41
2.3.3 Lugar de uso de la TV.....	42
2.3.4 Tiempo de exposición a la TV.....	43

2.3.5 Relación con otras pantallas.....	43
2.3.6 Compañía al mirar televisión .....	45
2.3.7 Relación entre equipamiento del hogar y tipo de consumo .....	46
2.3.8 Formas de ver televisión.....	47
<b>2.4 EL CELULAR. FAVORITO DE LAS MUJERES .....</b>	<b>48</b>
2.4.1 Alta penetración del celular .....	48
2.4.2 Dispositivo multifunción y multiuso .....	50
2.4.3 Gasto de celular .....	52
2.4.4 Valoración del celular.....	53
<b>2.5 VIDEOJUEGOS. LA EXPERIENCIA LÚDICA POR EXCELENCIA.....</b>	<b>54</b>
2.5.1 Posesión de plataforma de juego y su uso .....	55
2.5.2 Uso de videojuegos .....	55
2.5.3 Compañía en el juego .....	56
2.5.4 Tiempo invertido por día .....	58
2.5.5 Origen de los juegos .....	59

## **TERCERA PARTE**

<b>3. NUEVAS FORMAS DE SOCIALIZACIÓN .....</b>	<b>63</b>
3.1 INTERNET .....	63
3.2 TV .....	65
3.3 CELULAR.....	66
3.4 VIDEOJUEGOS .....	67
3.5 TECNOLOGÍAS AL SERVICIO DE LAS RELACIONES .....	69

## **CUARTA PARTE**

<b>4. ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES .....</b>	<b>75</b>
4.1 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE A INTERNET .....	76
4.1.1 Tipos de participación .....	77
4.1.2 Restricciones .....	79
4.1.2.1 Controles tecnológicos.....	81

4.2 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE A LA TV.....	82
4.2.1 Elección de los programas.....	82
4.2.2 Restricciones a los programas.....	83
4.3 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE A LOS VIDEOJUEGOS .....	85
4.3.1 Impacto del comportamiento paterno.....	86
4.4 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE AL CELULAR .....	88

## **QUINTA PARTE**

<b>5. ROL E INFLUENCIA DE LA ESCUELA .....</b>	<b>93</b>
5.1 USO DE INTERNET EN LA FORMACIÓN EDUCATIVA.....	93
5.2 INFLUENCIA DE LA ESCUELA EN EL USO DE INTERNET.....	94

## **SEXTA PARTE**

<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>103</b>
6.1 ACCESO Y HÁBITOS DE USO DE CADA PLATAFORMA.....	103
6.1.1 Una generación equipada.....	103
6.1.2 Primacía del entretenimiento.....	104
6.1.3 Generación de contenidos.....	105
6.1.4 Valoración pragmática de las nuevas herramientas.....	105
6.2 IMPACTO EN LAS RELACIONES Y CÍRCULOS SOCIALES.....	106
6.2.1 Expansión de lo social.....	106
6.2.2 Sociabilidad mediada.....	106
6.3 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES .....	107
6.3.1 Mediación más formal que de fondo.....	107
6.4 ROL E INFLUENCIA DE LA ESCUELA.....	108





## INTRODUCCIÓN

Que los niños son el futuro de la sociedad es una asunción ya generalizada. Sin embargo cuando hablamos de la Sociedad de la Información, los niños, los menores, no sólo son el futuro, sino esencialmente el presente.

La especial afinidad que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) establecen con este grupo de edad, guarda relación, sin duda, con la juventud que ambas comparten. Además, las pantallas que configuran el universo TIC –celulares, Internet, videojuegos, televisión– consiguen atraer el favor de los más pequeños por muchos otros motivos.

En primer lugar, son medios para el entretenimiento, lo que constituye un acicate para impulsar su uso entre un público ávido de divertirse, de llenar su tiempo de actividades de ocio. Además, son herramientas especialmente hábiles para la socialización, una de las necesidades básicas de estos menores sobre todo a partir de la adolescencia. Los celulares, Internet, los juegos en red, son vías para mantener y desarrollar el contacto entre los iguales, ese grupo de referencia que es vital en esta etapa de la vida. Por otro lado, la interactividad de estas pantallas presenta, de antemano, un escenario donde los mensajes no son lineales, sino que pueden ser contestados, e incluso facilita ser iniciador de los flujos comunicativos: dada su edad, donde lo común es el rechazo de discursos únicos y sin posibilidad de respuesta, es fácil entender porqué se sienten atraídos por estas tecnologías. Y podría añadirse también el carácter personal de muchas de estas pantallas, lo que permite que se conviertan en vías de expresión individual, *self-media*, algo especialmente relevante cuando se trata de menores que buscan su propia identidad.

Por supuesto no se pueden obviar las razones contextuales, ajenas a la propia relación menores-tecnología: padres y madres especialmente preocupados por la formación de sus hijos, o su futuro, que hacen esfuerzos económicos notables para que estos dispongan del acceso a los dispositivos más avanzados; la vida contemporánea que origina que muchas veces las familias requieran de estos nuevos medios para comunicarse en grandes ciudades o en vidas con horarios dispersos; las administraciones públicas, especialmente de índole educativa, tampoco quieren que sus alumnos estén alejados de la vanguardia tecnológica, lo que facilita cada vez más la llegada de estas pantallas a las aulas de los centros educativos; y por supuesto, tampoco la presión del mercado y de la sociedad, sobre todo cuando la opinión pública establece que no formar parte de la Sociedad de la Información equivale a quedar fuera del juego hoy y, sobre todo, en el futuro próximo.

Y que esta Sociedad de la Información está alcanzado cotas de gran desarrollo en los países occidentales y es responsable de muchas transformaciones. Nuevas posibilidades de comunicación, de trabajo, de negocio, fronteras que se disipan y oportunidades que aparecen, acceso a ingentes cantidades de información y a millones de personas en cualquier parte del mundo... Está claro que las TIC abren un nuevo mundo lleno de oportunidades y que los educadores, padres, profesores, están dispuestos a hacer grandes esfuerzos para que los menores no queden fuera de este escenario. Pero también es ya evidente que esta relación entre menores y tecnologías puede tener sus costes: nuevos riesgos y peligros que pueden ser difícilmente localizables; acceso a contenidos inapropiados; usos de la tecnología que exponen la privacidad, la intimidad de los

menores, a los ojos de amigos y también extraños. Y, en general, una experiencia vital de la que poco pueden decir los adultos, que en muchos casos están aprendiendo después de ellos, lo que limita el impacto de la acción educativa.

Todas estas razones nos llevaron a poner en marcha el proyecto Generaciones Interactivas en verano de 2007. El objetivo era entender, desde la realidad, cuál era la relación de los menores con las TIC con el fin de poder ofrecer un diagnóstico que permitiera la puesta en marcha de soluciones concretas aplicables.

Entre septiembre de 2007 y mayo de 2008 casi 100.000 menores entre 6 y 18 años de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela tomaron parte en este proyecto. La información que nos facilitaron fue devuelta, en primer lugar y de modo casi inmediato, a los propios centros educativos participantes. Los informes personalizados que cada colegio recibió les presentaban, con datos, los niveles de penetración de todas las pantallas entre su alumnado, sus valoraciones acerca de la tecnología, sus riesgos y sus oportunidades. Después, en noviembre de 2008 se presentó el informe *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*, con los principales datos de todos los países participantes.

Este proyecto, que había sido impulsado por Telefónica Internacional S.A., culminó en diciembre de ese mismo año con la constitución del Foro Generaciones Interactivas, una entidad sin ánimo de lucro, que tiene como misión ayudar a que la tecnología haga mejores a las personas. Fundado por Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Interuniversitaria Americana, el Foro busca la ayuda y la participación en sus fines y objetivos de otras empresas, instituciones públicas y privadas, centros educativos y organizaciones sin ánimo de lucro. La investigación propia y diferenciada, la formación, la divulgación, la protección de los menores en este contexto, y el reconocimiento de la labor de terceros, son los ámbitos de acción propios del Foro Generaciones Interactivas.

Sin embargo, quedaba pendiente hacer un último esfuerzo con la información generada en cada país, difícilmente asumible desde un libro con carácter general: profundizar en los datos propios para ofrecer una imagen más definida de los menores, pudiendo así atender, y entender, cuestiones de carácter cultural y social asociadas a los diferentes países participantes.

La labor del Centro de Investigaciones para la Industria de Medios y Entretenimiento en Latinoamérica (CIMEL) ha sido clave en este punto. Su equipo ha trabajado con rigor y profesionalidad los datos de Argentina combinando el análisis ya realizado con el conocimiento de una realidad nacional propia y diferenciada. El presente informe, por tanto, aporta luces sobre las particularidades de la Generación Interactiva en Argentina que, de acuerdo con los indicadores que analizamos en 2008, estaba a la vanguardia, junto con Chile, del resto de los países participantes.

El apoyo de Eduardo Caride, Presidente de Telefónica Argentina y de José Luis Rodríguez Zarco, Director General de Relaciones Institucionales, fue vital para desplegar el proyecto en el país. Fundación Telefónica, dirigida por Carmen Grillo, ha sido el instrumento imprescindible para, con su prestigio y su conocimiento, lograr la involucración de numerosos centros educativos.



El estudio no hubiera sido posible sin la dedicación de Jorge Leiva, Mabel Campanelli y Melania Ottaviano, que pusieron todo su entusiasmo y su trabajo para lograr que miles de niños argentinos participaran en esta investigación. Con su impulso, el Foro Generaciones Interactivas ha puesto en marcha, en marzo de 2010, la segunda fase del proyecto.

Por supuesto que es preciso agradecer también la implicación de los centros educativos participantes, de decenas de maestros que animaron a sus alumnos a participar movidos por el interés que les genera este nuevo entorno: su afán por mejorar la formación, y la vida, de sus alumnos es clara muestra de su vocación docente.

Y por último, es imprescindible agradecer a los niños y niñas argentinos participantes en el estudio su participación. Ellos han hecho posible todo lo que ha venido después.

*Xavier Bringué y Charo Sádaba*



**PRIMERA PARTE**  
**OBJETIVOS DE LA**  
**INVESTIGACIÓN**





## 1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como se mencionó anteriormente, el estudio indaga sobre las prácticas cotidianas y valoración de la PC, Internet, la TV, el celular y los videojuegos de la llamada ‘Generación Interactiva’, es decir, los niños escolares de entre 6 y 18 años de la Argentina.

Esta generación ubica a las nuevas tecnologías en un lugar central de sus vidas, estableciendo un vínculo con ellas cuya comprensión resulta clave para quienes deben orientar y tutelar la formación y sano desarrollo de niños y jóvenes. Este informe tiene por objeto colaborar con la tarea de padres y docentes en el nuevo entorno digital.

Para lograr este objetivo, la investigación busca entender al segmento de la población argentina más afín a estas plataformas y dispositivos, y a su entorno familiar y educativo en relación con las nuevas tecnologías. Los cuatro ejes que sustentan las conclusiones más relevantes sobre la Generación Interactiva en la Argentina son:

- Acceso y hábitos de uso de cada plataforma.
- Impacto en las relaciones y círculos sociales.
- Actitud y conducta de los padres.
- Rol e influencia de la escuela.

## 1.2 METODOLOGÍA

Para describir los hábitos y usos y dimensionar las categorías correspondientes al uso de las diversas pantallas por el universo de niños y adolescentes escolares argentinos, se aplicó una metodología cuantitativa, por medio de una encuesta estructurada.

El universo de estudio es la población escolarizada comprendida entre los 6 y los 18 años, en centros educativos urbanos del país.

Se diseñaron dos cuestionarios, atendiendo las diferencias de edad de la población bajo estudio: uno para niños de 6 a 9 años y otro para el grupo de 10 a 18 años. El segundo segmento respondió un cuestionario más extenso de 60 preguntas, compartiendo con el primero, de 20 preguntas, las variables comunes.

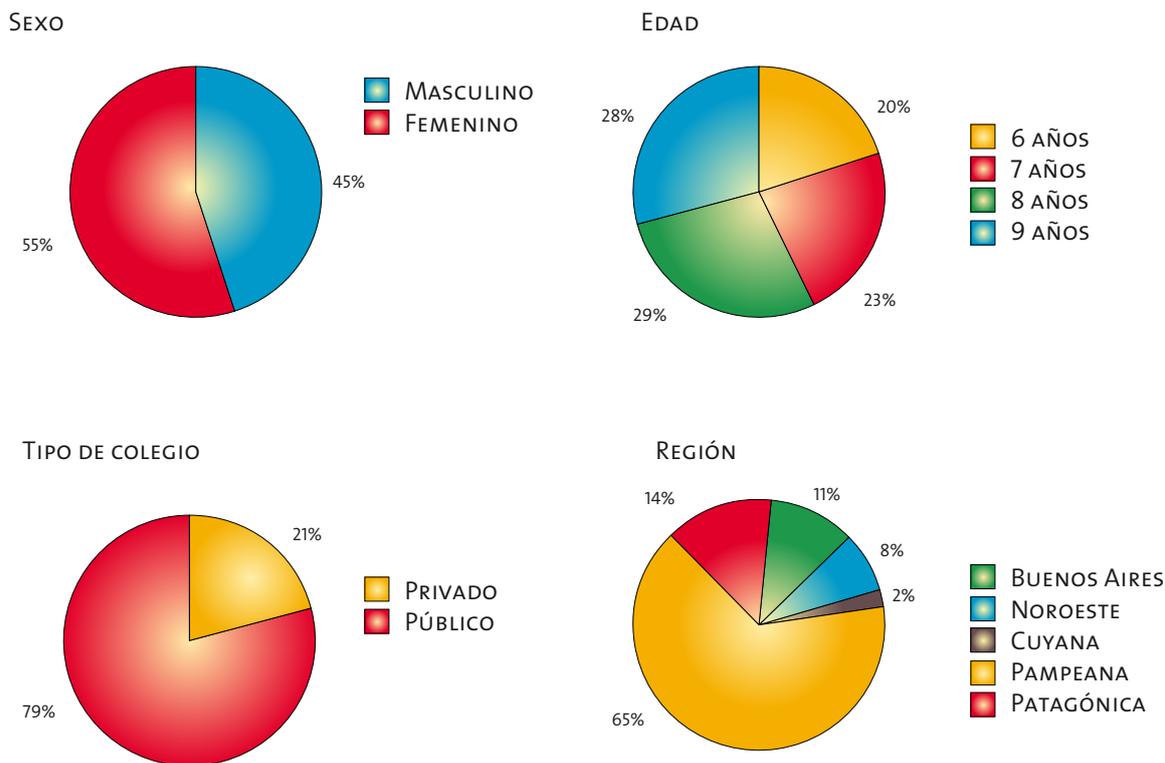
La herramienta de recolección se aplicó en forma autoadministrada y online, en las aulas de informática de los centros educativos participantes, controlando el acceso, protegiendo la identidad de los participantes y testeando la repetición de respuestas. Además se limitó el tiempo para responder el cuestionario y un adulto estuvo presente en el aula durante la recolección, para evitar la contaminación de las respuestas por comentarios de otros encuestados. En aquellos casos donde las escuelas no contaban con un aula informatizada, los alumnos fueron conducidos a algún lugar con características similares (aulas municipales, por ejemplo).

Ante la imposibilidad de aplicar un muestreo aleatorio por inexistencia de marcos muestrales apropiados (listas de alumnos o listas de colegios), y teniendo en cuenta la necesidad de un tamaño muestral suficiente para el tipo de análisis que esta investigación requiere, se optó por un muestreo de conveniencia.

Sobre el total de la muestra relevada, teniendo en cuenta el alto número de colegios participantes, se realizó a su vez un muestreo controlando la representatividad por sexo, edad, tipo de colegio, localización geográfica, diluyendo de ese modo el efecto de la concentración de respondentes de un mismo colegio.

El tamaño de la muestra seleccionada en el caso de Argentina es de 374 casos para el segmento de 6 a 9 años y 1970 casos para el segmento etario de 10 a 18. La distribución de la muestra por las variables de control muestral es la siguiente:

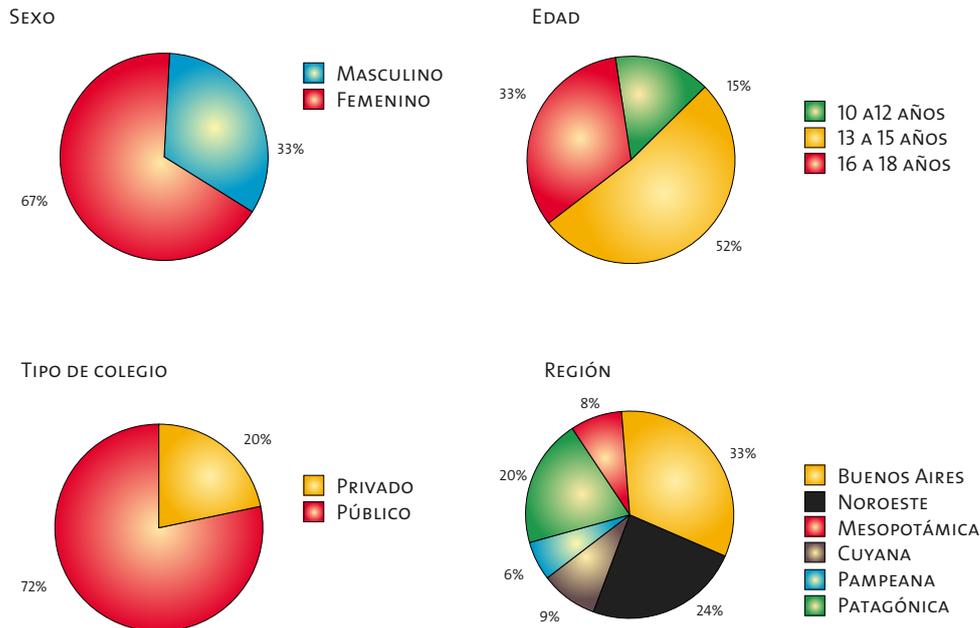
Gráfico 1.1 Perfil muestral: niños de 6 a 9 años



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. N= 374 escolares de 6 a 9 años.



Gráfico 1.2 Perfil muestral: adolescentes de 10 a 18 años



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

Tabla 1.1 Población escolarizada en la Argentina

Primaria	Secundaria	Total escolarizados
4.714.763	3.381.215	8.095.978

Fuente: Dirección nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa. Relevamiento Anual 2006.

### 1.3 CONSIDERACIONES

Al tratarse de una investigación cuantitativa las conclusiones son primordialmente descriptivas y sirven como una radiografía de la Generación interactiva en la Argentina.

Como ya hemos mencionado, dada la diferencia de edad de los encuestados, se ha utilizado un cuestionario distinto, más acotado, para los niños de 6 a 9 años. Por este motivo, las conclusiones de las secciones 3 y 4, vinculadas a la percepción de los chicos y adolescentes frente al rol de padres y docentes, sólo refieren a los mayores de 10 años.

Asimismo, a la hora de analizar el contenido de este informe habrá que tener en cuenta las particularidades de la población objeto de este estudio. El matiz más relevante a considerar es que los datos corresponden a niños y jóvenes escolares, de escuelas públicas y privadas de centros urbanos.



**SEGUNDA PARTE**  
**ACCESO Y HÁBITOS DE USO DE**  
**LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**





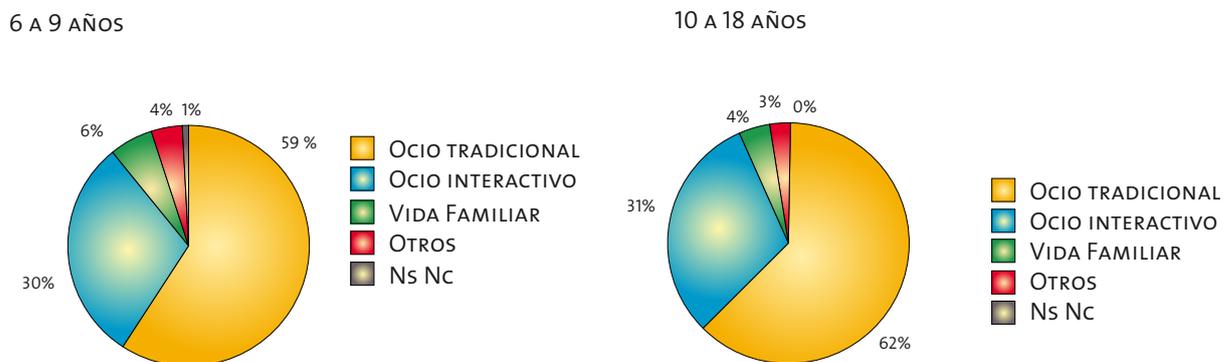
## 2. ACCESO Y HÁBITOS DE USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

### 2.1 CONTEXTO GENERAL

#### 2.1.1 Intereses y actividades de ocio preferidas

Si bien las nuevas tecnologías ocupan hoy un lugar cada vez más preponderante en la vida de niños y jóvenes en la Argentina, las prácticas que se han ido introduciendo con la expansión de nuevos dispositivos y plataformas no han desplazado por completo el interés en actividades recreativas más tradicionales.

Gráfico 2.1.1 Preferencia por tipo de ocio



*Nota: Ocio tradicional: amigos, deportes, leer, TV, música. Ocio interactivo: messenger/chat, videojuego, Internet, teléfono.*

*Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas a la pregunta N°5: ¿Qué es lo que más te gustaría hacer ahora? N° 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N° 6: ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar? N° 1970 escolares de 10 a 18 años.*

#### Videjuegos y amigos, favoritos de los menores

Los niños de entre 6 y 9 años mencionan una gran variedad de intereses a la hora de disfrutar del tiempo libre: videojuegos, amigos, deporte, música y televisión, entre otros.

Los videojuegos y jugar con amigos son las actividades de ocio más mencionadas, seguidas por mirar televisión. Sin embargo, y contrario al imaginario colectivo, en este segmento la lectura aún recibe más menciones como actividad favorita que navegar en Internet o conectarse al Messenger. Asimismo, 'estar con padres y hermanos' es valorado en igual forma que estas dos actividades tan populares en este grupo etario.

Por otro lado, los resultados referidos a intereses y actividades de ocio ponen de manifiesto algunas diferencias originadas en el género de los niños y en el tipo de escuela al que concurren. Comentamos estas diferencias a continuación.

### **Jugar con amigos es la opción preferida por las mujeres**

Las mujeres aparecen como mucho más afines a jugar con amigos que a hacer cualquier otra actividad en su tiempo libre, con un 20% de preferencia. En cambio, los varones prefieren los videojuegos ante todo, eligiendo esta actividad un 29% de los encuestados, vs. un 6% de las mujeres.

### **El deporte es valorado distinto según el tipo de escuela**

También es considerable la diferencia en la valoración del deporte entre los niños de escuelas públicas y privadas. Los alumnos de escuelas privadas lo consideran entre sus dos actividades preferidas, mientras que para los alumnos de escuelas públicas, el deporte ocupa el quinto lugar entre sus actividades de ocio favoritas.

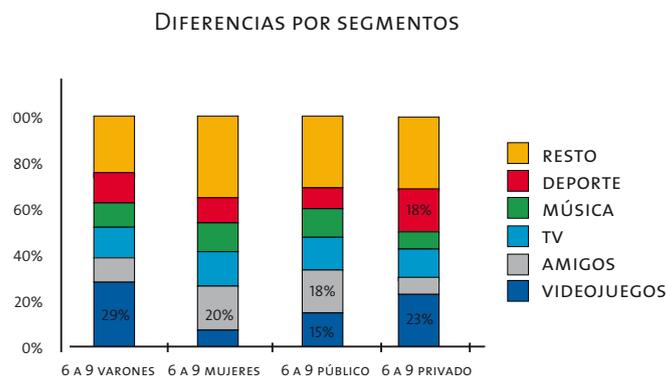
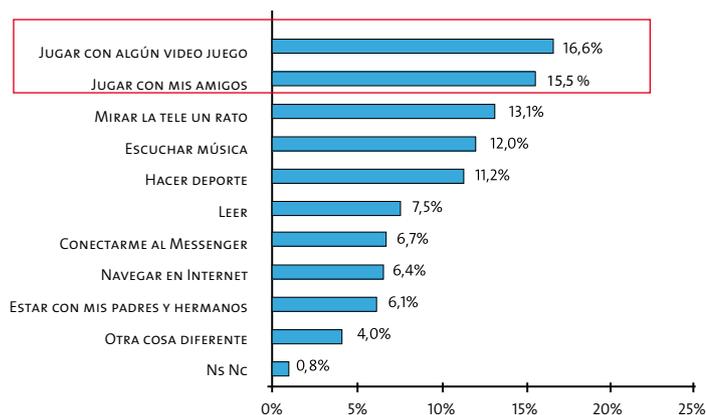
Si consideramos el tipo de escuela como un indicador aproximado de nivel socioeconómico, estos resultados son consistentes con los publicados en el informe 'Condiciones de vida de la niñez' de 2006 que ponen de manifiesto que en la Argentina 'los niños y niñas en hogares pobres presentan 14 puntos porcentuales menos de probabilidad de realizar actividad física o deportiva fuera de la escuela que los niños en hogares no pobres'<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Fuente: EDSA, Observatorio de la Deuda Social. UCA..



Gráfico 2.1.2 ¿Qué es lo que más te gustaría hacer ahora? (6 a 9 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas a la pregunta N°5: ¿Qué es lo que más te gustaría hacer ahora? N° 374 escolares de 6 a 9 años.

### La TV sigue siendo la favorita de los jóvenes después de cenar

Aún cuando estamos frente a unos de los segmentos de edad más interactivos, para los chicos de entre 10 y 18 años la TV sigue siendo la actividad preferida después de cenar.

Es destacable el segundo lugar que ocupa el Messenger bien por encima de otras varias actividades como: escuchar música, estar con amigos o familia, dormir y navegar por Internet. En este segmento etario, la Argentina comparte este favoritismo por el Chat con Chile, y se diferencia del resto de los países de Latinoamérica participantes de este estudio. Esta característica tiene relación directa con una mayor inclinación relativa de los jóvenes argentinos por estar con amigos. El Chat aparece así como una herramienta de socialización preponderante.

Gráfico 2.1.3 ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°6: ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar? (Es posible más de una respuesta) N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

### 2.1.1.1 Interés por la lectura

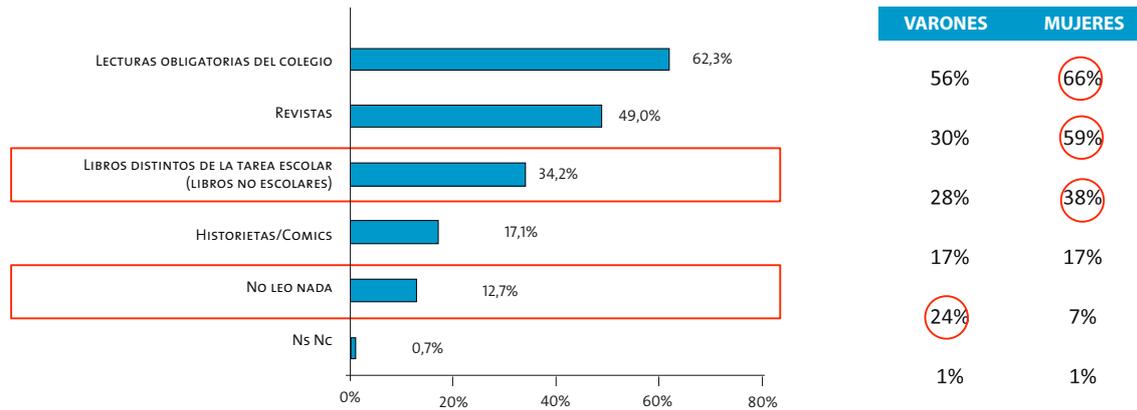
#### 1 de cada 4 varones no lee

La opinión general es que la lectura de libros es la práctica cultural que más ha sufrido con la introducción de las nuevas tecnologías de comunicación e información. Por ese motivo, el estudio indaga especialmente sobre este aspecto, desde el punto de vista del interés que despierta hoy en los alumnos argentinos de entre 10 y 18 años.

Los resultados más relevantes aparecen al comparar las prácticas de lectura de varones y mujeres. De ahí surge que las mujeres son significativamente más lectoras que los varones y se destacan por el consumo de Revistas. Es también llamativo que 24% de los varones dice no leer nada, ni siquiera las lecturas obligatorias de la escuela, que, a su vez, sólo son leídas por 62,3% de los alumnos encuestados.



Gráfico 2.1.4 ¿Qué lees habitualmente? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°7: ¿Qué lees habitualmente? (Es posible más de una respuesta) N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

## 2.1.2 Disponibilidad de las nuevas tecnologías

### La Argentina, líder en la Región en equipos y conectividad

Antes de analizar los resultados de la investigación con respecto a la penetración de PCs y de conexiones a Internet en el hogar, debemos aclarar que este estudio pone el foco en hogares de centros urbanos con niños y jóvenes escolares, que, como hemos mencionado, son los más afines a adquirir nuevas tecnologías. Por este motivo, los datos aquí presentados muestran un cierto sesgo hacia el aumento de estos valores. Para ejemplificar lo expuesto, basta con mencionar que si tomamos la base total de hogares de la Argentina, la penetración de conexiones a Internet es poco más del 28%<sup>2</sup>. Por otro lado, teniendo en cuenta que la base muestral utilizada es la misma para todos los países de la región, los resultados comparativos que mostramos a continuación son perfectamente válidos.

Hecha la aclaración, pasamos a detallar los principales hallazgos de la investigación.

Junto con Chile (82%), la Argentina (79%) lidera en América Latina, en la cantidad de hogares con computadoras entre los mayores de 10 años. La Argentina tiene, a su vez, la mayor penetración de Internet entre los adolescentes (57%), junto con Brasil.

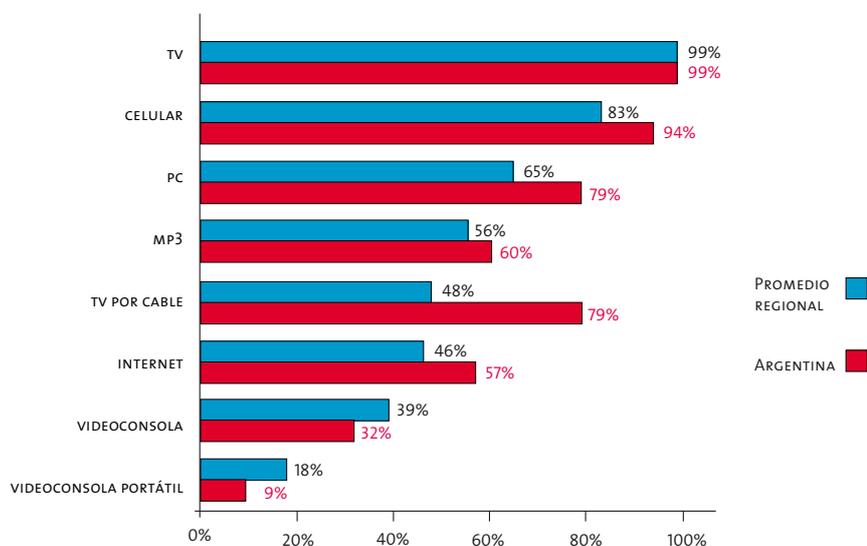
Asimismo, la Argentina se destaca del resto de los países de la Región por la altísima penetración de celulares y TV por Cable, no sólo en los hogares de los adolescentes sino en la población en general.

<sup>2</sup> MediaMapArgentina09, Brand Connection.

Los videojuegos, en cambio, no están tan difundidos en la Argentina (39%) como en Brasil, Chile y México, donde casi la mitad de los jóvenes tiene una videoconsola fija.

Por último, encontramos que la televisión tiene una presencia hegemónica en los hogares de los niños y adolescentes argentinos.

Gráfico 2.1.5 Presencia de pantallas en el hogar (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°8: De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa. N° 1970 escolares de 10 a 18 años (Argentina). N° 20.941 escolares de 10 a 18 años (muestra regional).

### 2.1.3 Preferencia entre las pantallas

#### La TV destronada frente a los nuevos medios

A pesar de estar presente en todos los hogares y de estar entre las primeras opciones a la hora de disfrutar del tiempo libre, al enfrentar la televisión con otras opciones de ocio mediado por la tecnología, la pantalla tradicional pierde su posición de privilegio en las preferencias de los niños y adolescentes argentinos.

Cuando deben elegir únicamente entre la TV e Internet para disfrutar su tiempo libre, las Generaciones Interactivas se inclinan por la Red: el 49% de los niños elige Internet, mientras solo el 34% prefiere la televisión. Esta diferencia es más marcada aún entre los mayores de 10 años, que prefieren Internet en un 55% vs. el 34% que se inclina por la TV. Estos resultados coinciden



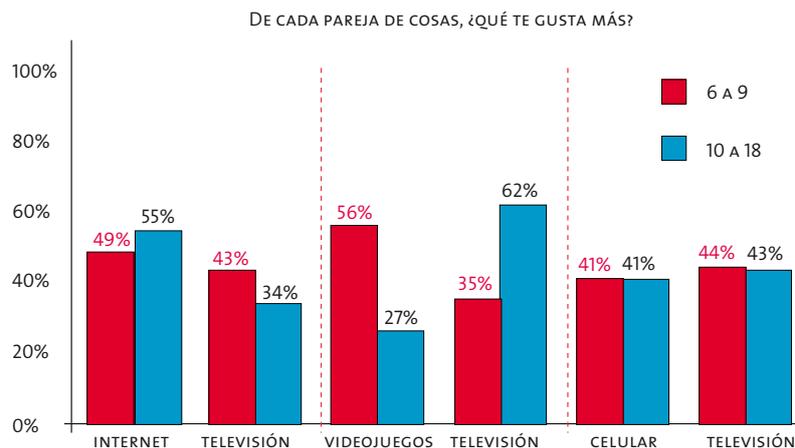
con los de Brasil y Chile, dos países que, al igual que la Argentina, presentan una penetración de Internet en el hogar superior a la media.

El contraste con los otros países participantes del estudio –con excepción de Perú- hace pensar que la disponibilidad de la tecnología en el hogar incide en esta preferencia, tal como demostró otro estudio enfocado en el mismo segmento de la población argentina. Esta investigación, realizada en el marco del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación, puso de manifiesto que ‘contar con la tecnología en el hogar permite un tipo de uso diferente. Tener computadora en la casa se asocia a una utilización más fluida e intensiva del recurso’<sup>3</sup>. Un uso más rico resulta más atractivo y ubica a la Red como la plataforma favorita.

Cuando se la pone como opción vs. los videojuegos, la televisión tampoco es la opción elegida entre los menores: 56% de los niños encuestados de entre 6 y 9 años prefiere jugar y sólo un 35% ver televisión. Este resultado se invierte cuando se les hace la misma pregunta a los niños mayores de 10 años, quienes se inclinan en un 62% por la pantalla tradicional y solo en un 27% por los videojuegos.

Por último, cuando son consultados respecto a sus preferencias entre la TV y el teléfono celular, tanto niños como adolescentes mostraron una preferencia similar entre ambas opciones.

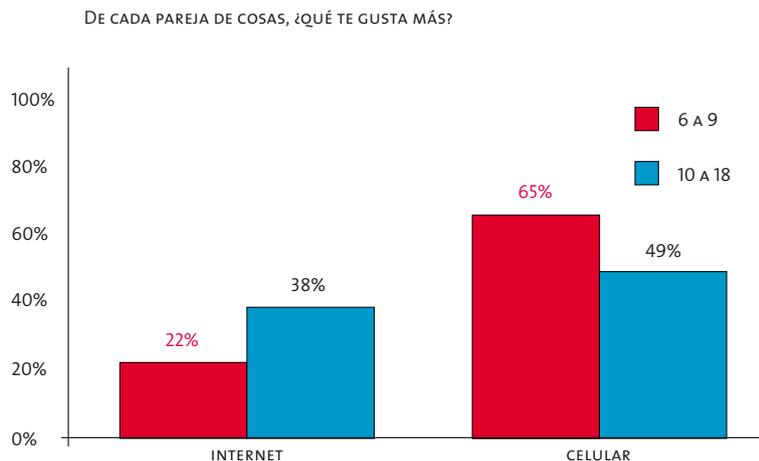
Gráfico 2.1.6 Preferencia entre las pantallas (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas a la pregunta N°21: De cada alternativa de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? Elije una cosa de cada pareja. N= 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N°60: De cada alternativa de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? Elije una cosa de cada pareja N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

<sup>3</sup> La Generación Multimedia, Roxana Morduchowicz. Investigación 2006 en el marco del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación.

Gráfico 2.1.7 Preferencia entre las pantallas (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas a la pregunta N°21: De cada alternativa de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? Elige una cosa de cada pareja. N= 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N°60: De cada alternativa de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? Elige una cosa de cada pareja N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

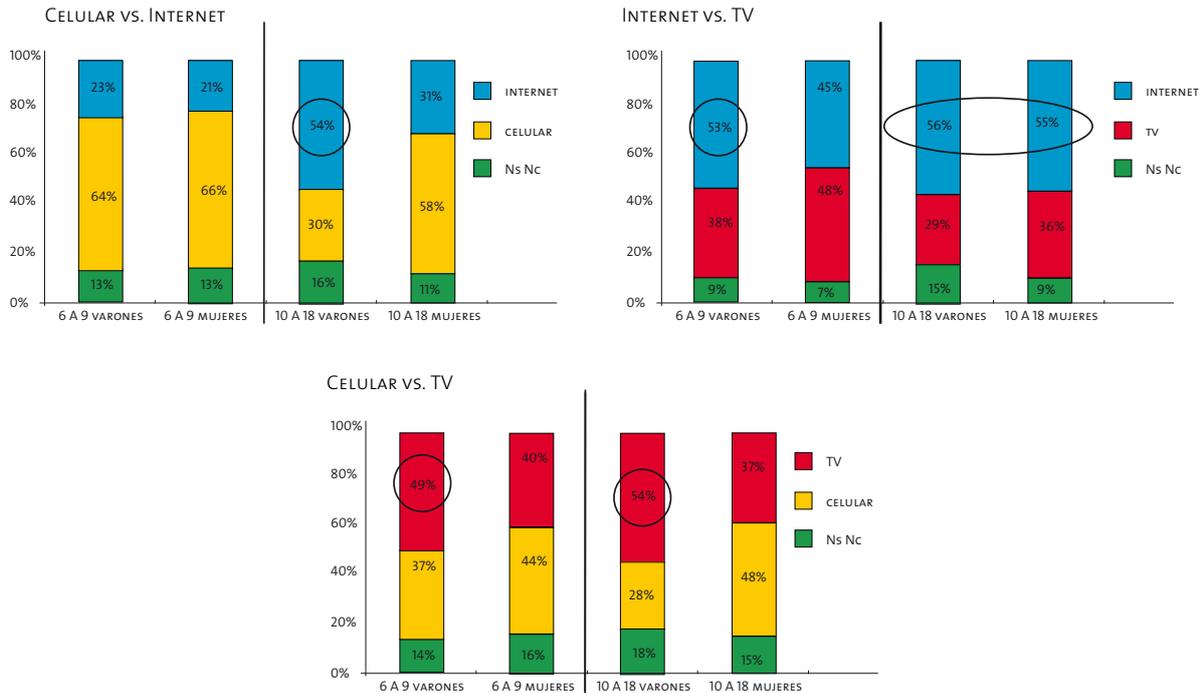
### Gran atracción de las mujeres por el celular

A pesar del atractivo de la Red para este segmento, frente al binomio Internet vs Celular tanto niños como jóvenes se inclinan en mayor medida por el celular: 65% y 49% en cada grupo, frente al 22% de los encuestados de entre 6 y 9 años y al 38% de los jóvenes de 10 a 18 años que prefieren Internet.

Sin embargo, estas preferencias se ven influenciadas por el género de los encuestados. Mientras los varones prefieren la Red, las mujeres se inclinan por el celular para disfrutar de sus ratos de ocio.



Gráfico 2.1.8 Preferencia de pantallas por segmentos de edad y género (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas a la pregunta N°21: De cada alternativa de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? Elije una cosa de cada pareja. N= 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N°60: De cada alternativa de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más? Elije una cosa de cada pareja N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

Esta preferencia de los varones por Internet se manifiesta de manera más evidente entre los jóvenes de 10 a 18 años, quienes eligen Internet en un 54%, comparado con un 30% que muestra una mayor afinidad por el celular.

Cuando deben elegir entre la televisión y el celular, los varones de todos los grupos de edad prefieren ampliamente a la TV: 54% vs. 28% en los mayores y 49% vs. 37% en los niños de entre 6 y 9 años. El resultado es inverso cuando analizamos a las mujeres, quienes optan por el dispositivo móvil en todos los segmentos etarios.

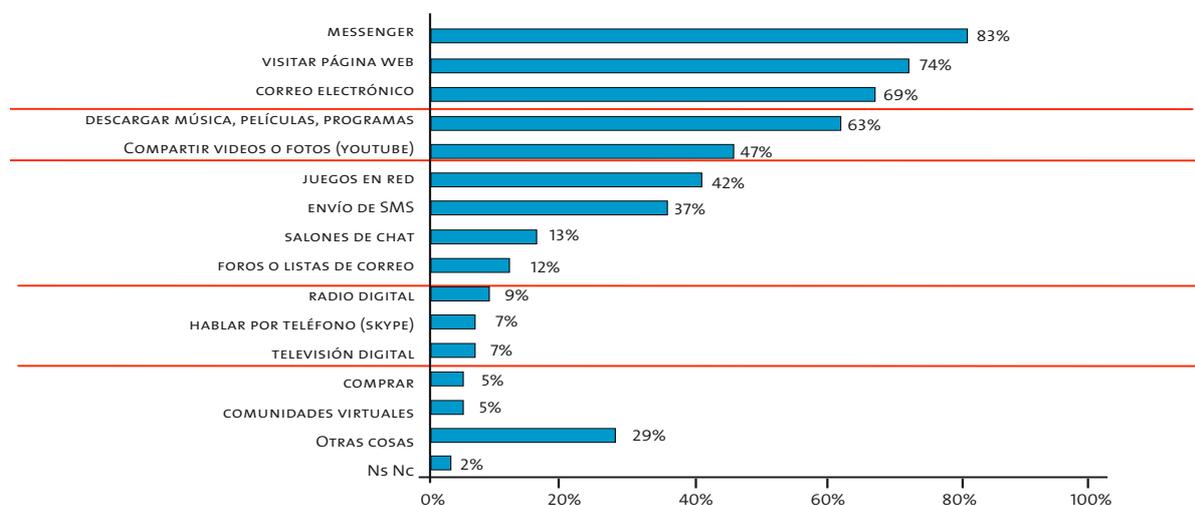
## 2.2 INTERNET. FAVORITA DE LOS VARONES

### 2.2.1 Uso de Internet

#### 2.2.1.1 Actividades al navegar en Internet

#### Gran popularidad del Messenger entre los jóvenes

Gráfico 2.2.1 Servicios usados al navegar (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°15: ¿Cuál de los siguientes servicios utilizas cuando navegas por Internet? N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

El uso de Internet por parte de los jóvenes argentinos es muy diverso. Entre los usos más populares encontramos: chatear, visitar páginas web, usar el correo electrónico, y descargar música, películas y programas.

#### Internet como medio de intercambio social

Al analizar cada una de estas actividades puede observarse que en la variedad de usos de Internet que realizan los jóvenes argentinos aparece una tendencia clara a utilizar las múltiples opciones que ofrece la Red para el intercambio con otros. Ésto se ve reflejado en el hecho de que más de la mitad de las actividades mencionadas por los jóvenes encuestados implica el intercambio con otros, ya sea de palabras (Chat, correo electrónico, envío de SMS, salones de Chat, Skype), videos



(You tube), fotos, opiniones (foros o listas de correo) o contactos (comunidades virtuales). La cantidad y afinidad con estas actividades de carácter relacional se corresponde con la importancia que tienen los pares para este segmento de edad.

Priman las conversaciones por escrito, con total preponderancia del Chat a través del Messenger (mencionado por 83% de los encuestados) pero también se destaca el uso para la comunicación asincrónica en forma de emails (69%) o SMS (37%).

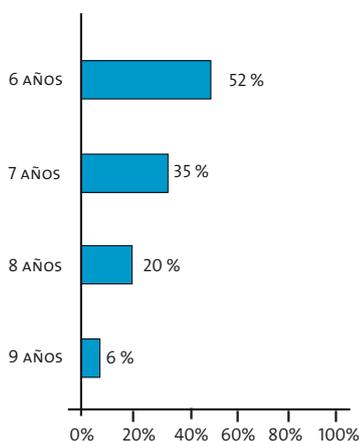
El acceso a contenidos también es primordial en el uso de Internet, tanto para su consumo online (74%) como para la descarga en sus computadoras (63%).

Es importante aclarar que al momento de realizarse la investigación las redes sociales en Argentina eran muy insipientes y no habían logrado el crecimiento explosivo que tuvieron en el año 2009.

#### 2.2.1.2 Penetración de Internet entre los niños y lugar de acceso a Internet

En promedio, un cuarto de los niños menores de 9 años dice no utilizar Internet. Sin embargo, al analizar las diferencias en el uso de la Red por edad encontramos un paulatino aumento de la penetración de esta alternativa a medida que los niños crecen, comenzando en un 48% de uso entre los de 6 años, pasando por un 65% en los de 7 años y por un 80% en los de 8, para llegar a un máximo del 94% de uso de Internet entre los niños de 9 años de edad.

Gráfico 2.2.2 No uso de Internet por edad (6 a 9 años)

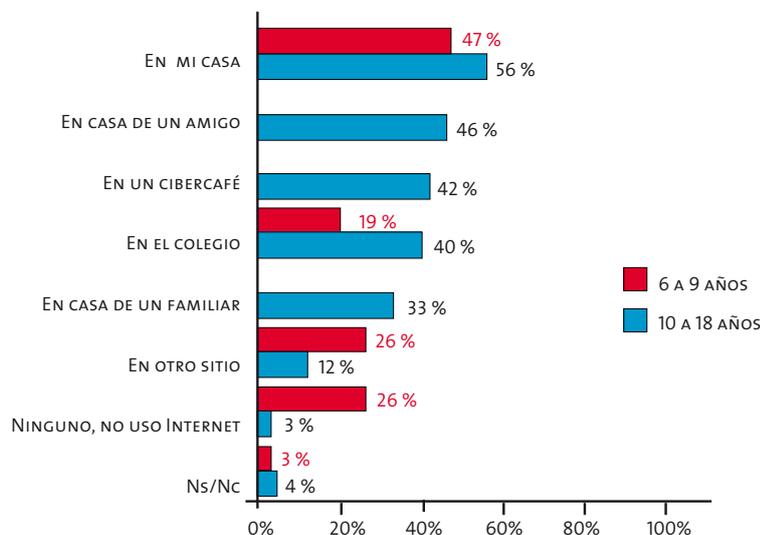


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas 'Ninguno, no uso Internet' a la pregunta N°8: ¿En cuál de estos sitios sueles usar Internet? N= 374 escolares de 6 a 9 años.

Los puntos de acceso a Internet de los niños de este segmento etario se restringen al propio hogar (47%) y a la escuela (19%).

Los mayores de 10 años, en cambio, acceden a Internet desde una amplia variedad de lugares y sólo el 3% dice no utilizar la Red. El hogar es el lugar de acceso preponderante (56%), seguido por la casa de algún amigo (46%) y el cibercafé (40%). En el uso de este último punto de acceso, la Argentina se sitúa por encima de la media regional, junto a Brasil y Venezuela.

Gráfico 2.2.3 Lugar de acceso a Internet (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°8: ¿En cuál de estos sitios sueles usar Internet? N° 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N°14: ¿En qué lugar sueles usar Internet (navegar, chat, email)? N° 1970 escolares de 10 a 18 años.

### 2.2.1.3 Lugar de acceso y uso de Internet

#### Marcada afinidad entre el cibercafé y los Salones de Chat

Al analizar las actividades que los jóvenes realizan en Internet en cada lugar de conexión, aparece una clara afinidad entre estar en el cibercafé y acceder a Salones de Chat. El 67% de los que acceden a estos espacios de conversación virtual lo hacen desde el ciber, frente al 55% y 51% que entran a estos salones cuando se conectan a Internet desde lo de un amigo o desde su propio hogar, que son los otros lugares más populares para acceder a estos espacios virtuales. Esta situación puede estar relacionada con el hecho de que 1 de 4 alumnos que chatea confiesa que suele fingir ser otra persona al chatear y el ciber podría facilitar esta conducta.

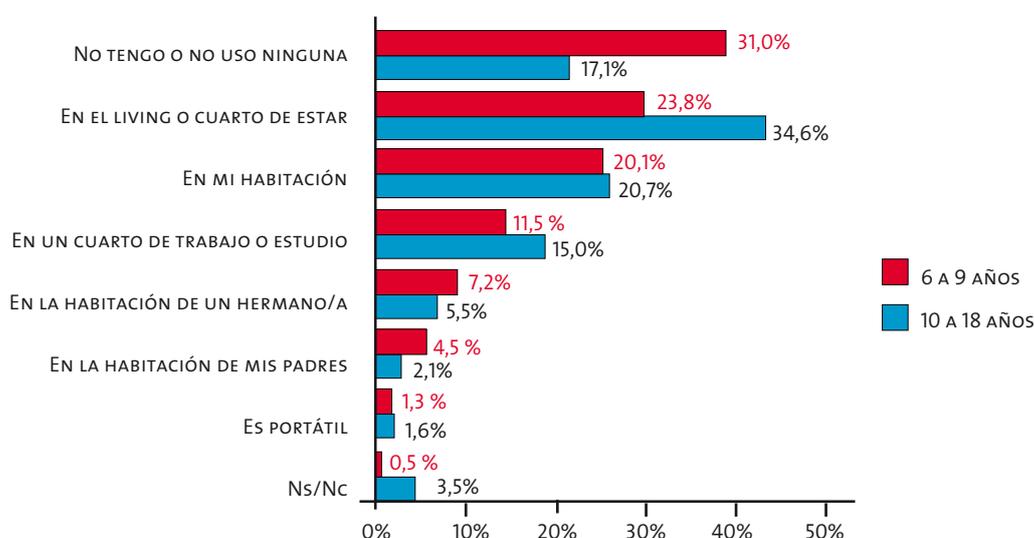


La casa propia parecería ser el lugar favorito para: comprar, hacer descarga de contenidos (música, videos, películas) y hablar por teléfono (Skype o similares).

#### 2.2.1.4 Navegar en el hogar

La edad no parece influenciar en el lugar del hogar donde los niños y jóvenes argentinos usan sus computadoras. Para la Generación Interactiva el cuarto de estar es el lugar más común para usar la PC, seguido por la propia habitación como segunda ubicación más popular.

Gráfico 2.2.4 Lugar de la computadora (6 a 9 y 10 a 18 años)

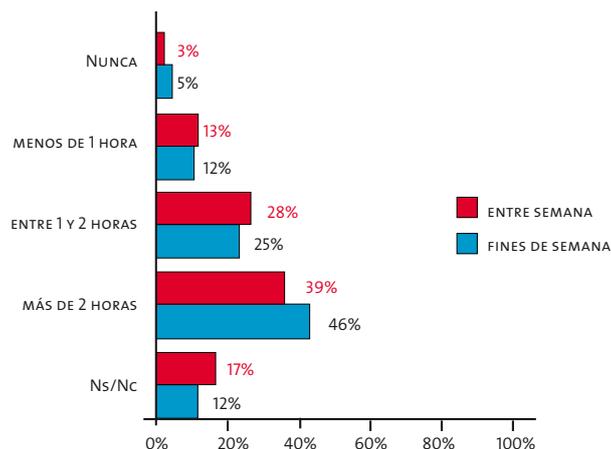


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°6: ¿Dónde está la computadora que sueles usar en tu casa? N= 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N°9: ¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa? N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

#### 2.2.1.4.1 Tiempo de uso de Internet

El promedio del tiempo de uso de Internet en el hogar entre los encuestados mayores de 10 años es de 2 horas diarias tanto en varones como en mujeres y sólo uno de cada diez jóvenes dedica menos de 1 hora por día a actividades en la Red. El uso de Internet en casa se intensifica los fines de semana, días en que el 46% de los jóvenes dice pasar conectado más de dos horas diarias. En este aspecto, la Argentina se ubica cerca del promedio de la región.

Gráfico 2.2.5 Tiempo diario de uso de Internet en el hogar (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°12: en una semana normal. ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet en casa? N° 1166 escolares de 10 a 18 años que tienen Internet en su hogar.

#### 2.2.1.4.1.1 Tiempo de uso por actividad

##### Mayor porcentaje de *heavy users* en contenidos y redes sociales

Antes de detallar los resultados de esta sección debemos aclarar que, en el contexto de esta investigación, entendemos por *heavy users* o ‘usuarios intensivos’ a aquellos usuarios de Internet que dedican más de dos horas diarias al uso de la Red.

Al analizar el tiempo promedio dedicado a Internet –tanto en la semana como en los fines de semana– por parte de los jóvenes interactivos, surge que las comunidades virtuales (insipientes al momento del campo de esta investigación), la TV digital, los Foros y la radio digital tienen el mayor porcentaje de *heavy users* de Internet. Mientras el porcentaje total de usuarios intensivos de Internet es de 38%, más de la mitad de quienes usan estos servicios dicen estar más de dos horas usando Internet.

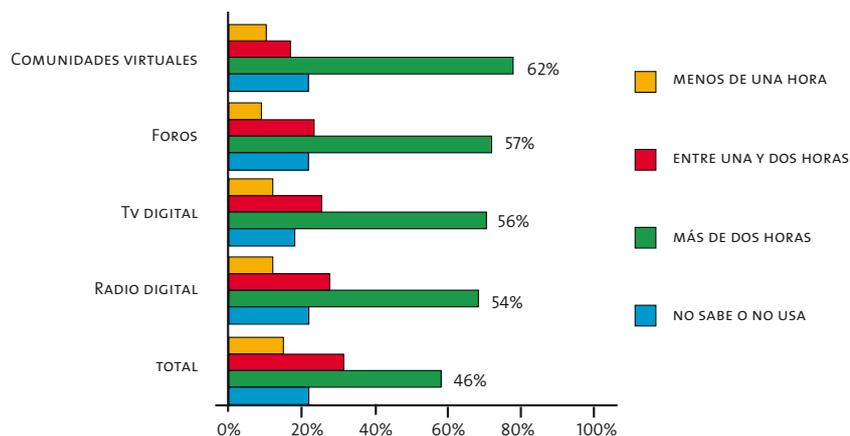
Aunque estas actividades son, a su vez, las menos populares –tal vez por ser muy recientes al momento de realizar las encuestas– los resultados manifiestan la importancia de los contenidos y las relaciones sociales para este segmento de jóvenes interactivos. Este dato, es además indicativo de la tendencia posterior del auge de las redes sociales en la Argentina en 2009. Para ese año, ya eran cerca de siete millones los argentinos interactuando en Facebook, cifra que ubica al país en el puesto 11 entre las naciones con mayor participación en esta red social <sup>4</sup>.

<sup>4</sup> <http://www.checkfacebook.com/>



Otras actividades en Internet, como el Messenger, correo electrónico y juegos en red tienen un porcentaje de usuarios intensivos similar al promedio.

Gráfico 2.2.6 Tiempo diario de uso de Internet por actividad (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°15: ¿Cuál de los siguientes servicios utilizas cuando navegas por Internet? Y a la pregunta N°12: En una semana normal, ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet en casa? N= escolares de 10 a 18 años que utilizan cada servicio de Internet mencionados (comunidades virtuales N° 96; foros N° 235; TV digital N° 131; radio digital N° 174).

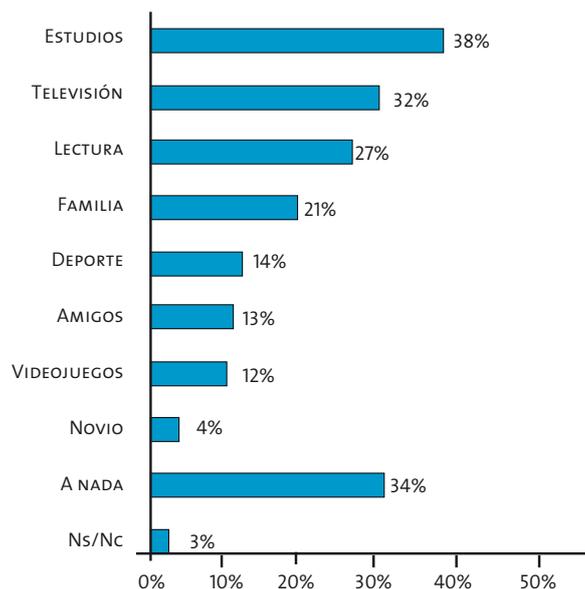
#### 2.2.1.4.1.2 Tiempo extraído a otras actividades

A pesar del altísimo porcentaje de alumnos que usan Internet más de 1 hora por día (cerca del 60%), no hay una percepción general de que el tiempo dedicado a Internet es tiempo que le hayan sacado a otra actividad.

Uno de cada tres alumnos dice no haberle quitado tiempo “a nada” por el uso de Internet. Y en general el porcentaje de quienes perciben haber desplazado otras actividades por el uso de Internet, no supera el 30%.

En este contexto, es significativo que el 38% de los mayores de 10 años mencione que el uso de Internet le ha sacado tiempo al estudio. La televisión y la lectura son los otros ámbitos más mencionados con un 32% y 27%. Y en estos tres aspectos, la Argentina registra los valores más elevados de América Latina.

Gráfico 2.2.7 Tiempo extraído a otras actividades (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°24: ¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet? N° 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

### 2.2.1.5 Consumo y generación de contenidos en Internet

Al indagar específicamente sobre el consumo de contenidos que ofrece Internet, la Generación Interactiva manifiesta tener múltiples intereses. La música se destaca muy por encima del resto de los contenidos elegidos, en total concordancia con el segmento de edad que estamos analizando. 'La música es el consumo más valorado por los jóvenes. Es la principal marca de identidad y el principal indicador del paso de la infancia a la adolescencia'<sup>5</sup>.

Aunque entre las opciones favoritas prevalecen los contenidos de entretenimiento, 1 de cada 4 jóvenes dice consultar noticias en Internet, y un 18% menciona navegar en busca de contenidos educativos.

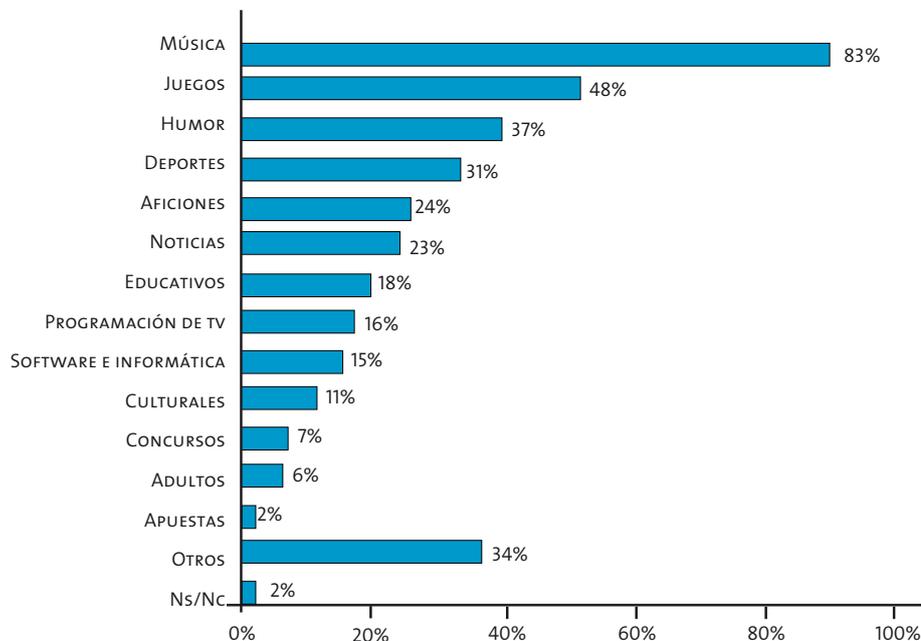
En línea con los intereses generales de los jóvenes, el Deporte aparece como un tema de consulta en Internet y nuevamente encontramos diferencias significativas entre los jóvenes de escuelas públicas y escuelas privadas. Entre estos últimos encontramos sólo un 26% de interesados en temas deportivos vs. un 44% entre los estudiantes de escuelas privadas.

<sup>5</sup> La Generación Multimedia, Roxana Morduchowicz.



No aparecen diferencias significativas entre los jóvenes argentinos y los del resto de los países de la Región en cuanto a los hábitos de consumo de contenidos de entretenimiento en Internet. En lo que la Generación Interactiva argentina se destaca de las del resto de América Latina es en poseer un perfil más orientado a la generación de contenidos a través del uso de las nuevas tecnologías.

Gráfico 2.2.8 Contenidos consultados en Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°16: Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

En un próximo capítulo analizaremos si existe algún tipo de relación entre el tipo de contenidos consultados y la capacidad de generar contenidos propios con la conducta de la familia y la escuela frente a este nuevo entorno mediático-tecnológico.

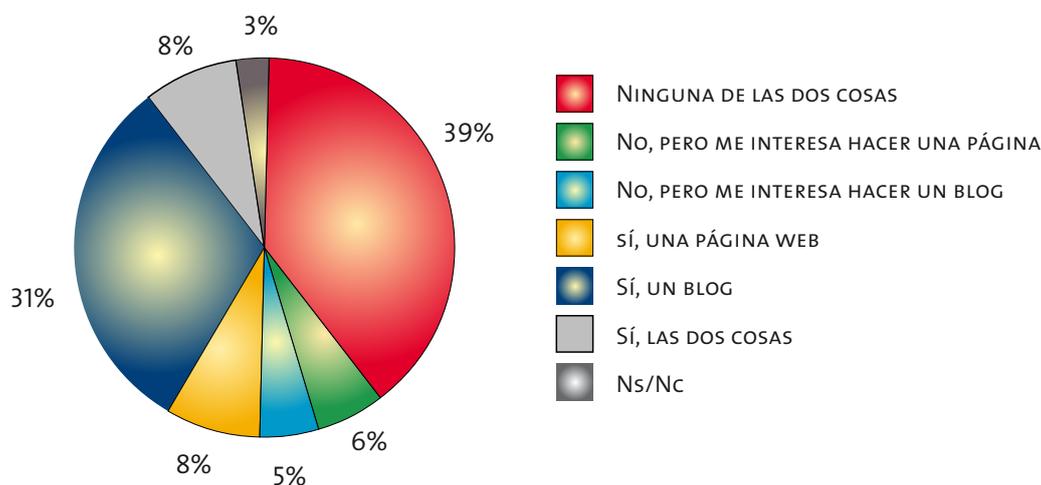
### La mitad de los mayores de 10 años ha generado un blog o una página web

Si hay algo que atrae a los jóvenes de las nuevas tecnologías de comunicación es la flexibilidad y multiplicidad de opciones que éstas ofrecen. Los nuevos medios, servicios y dispositivos pueden combinarse para la creación e intercambio de información, opiniones, imágenes, videos y todo tipo de contenidos de entretenimiento. Internet ofrece a los adolescentes un medio donde expresarse e ir desarrollando su identidad en permanente contacto con sus pares.

Y es justamente esta capacidad de generar contenidos a través de la interacción y uso de las múltiples herramientas lo que ha llevado a identificar a estos segmentos de la población como 'Generación Interactiva'. Un término que hemos adoptado en nuestro estudio de niños y jóvenes, urbanos y escolares, porque refleja la conducta frente a las nuevas tecnologías de un modo más directo que el ya popular concepto de 'Nativos digitales', que sólo hace referencia al entorno mediático-tecnológico en el que estas generaciones han nacido.

El 47% de los jóvenes argentinos encuestados dice haber creado un blog o una página web. El perfil blogger es más marcado entre las mujeres y entre los alumnos de escuelas públicas: 35% de las mujeres ha hecho un blog o fotolog frente a un 22% de los varones, mientras que el 33% de los alumnos de escuelas públicas ha hecho un blog vs. el 24% de los estudiantes de escuelas privadas. Asimismo, contar con PC e Internet en el hogar parece favorecer el perfil de 'creador de contenidos': los porcentajes más altos de creación son de quienes tienen computadora y acceso a la Red en su propia casa.

Gráfico 2.2.9 ¿Has hecho alguna página web o algún blog? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°17: ¿Has hecho alguna página web o algún blog? N°1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

### Una generación autodidacta

El perfil autodidacta en el manejo de las nuevas tecnologías es otro de los rasgos distintivos de la Generación Interactiva. Y, también en este aspecto, los jóvenes argentinos se destacan del resto de América Latina. La Argentina está segunda, detrás de Chile, con la mayor cantidad de internautas

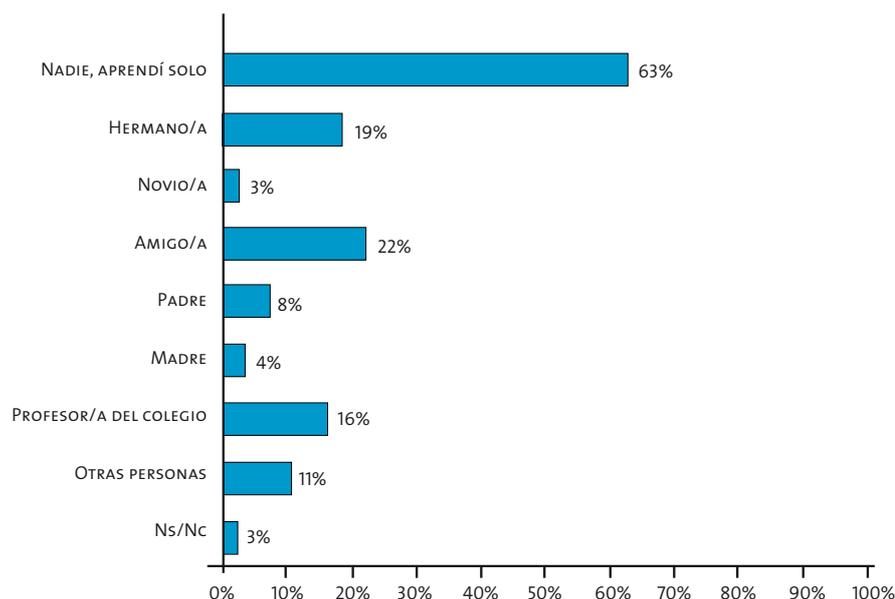


autodidactas en el segmento de 10 a 18 años, con un 63%. Los varones lo son incluso en mayor medida que las mujeres con un 71% de ellos indicando que aprendieron a manejar Internet por sí mismos vs. un 59% de las mujeres que respondieron de esta manera. Este aprendizaje de 'prueba y error' es también más frecuente entre los jóvenes de 12 a 18 años.

En línea con la importancia de los amigos para los jóvenes argentinos, la Argentina está por encima de la media (22% vs.19%) en la mención a amigos como fuentes de conocimiento para el manejo de Internet. Este porcentaje es aún más significativo entre aquellos que no tienen Internet en el hogar, quienes aprenden a navegar en un 30% de los casos gracias a la ayuda de algún amigo.

Los padres, y en especial las madres, apenas son mencionados por estos jóvenes como fuentes de saber interactivo. Analizaremos más adelante la actitud y conducta de los progenitores frente a la barrera cultural y de lenguaje que supone el uso de las nuevas tecnologías por parte de sus hijos.

Gráfico 2.2.10 ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°23: ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (Es posible más de una respuesta) N° 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

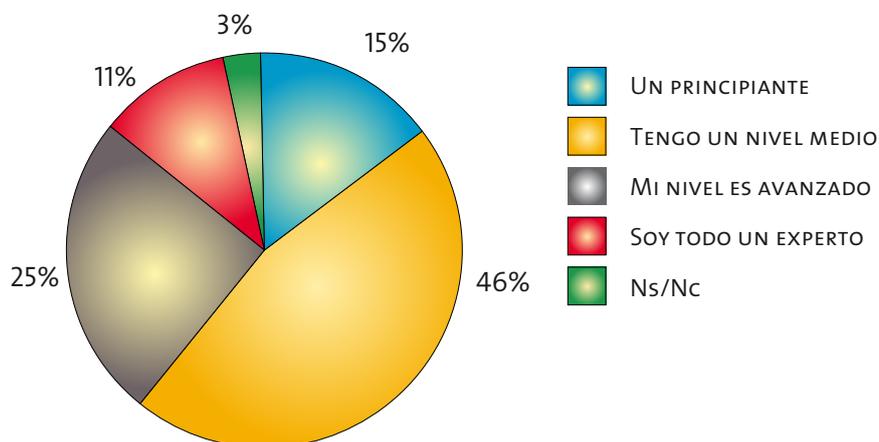
### 2.2.1.6 Pericia en el uso

#### La mitad de los jóvenes se considera un usuario de nivel medio

La afinidad de las generaciones interactivas con la tecnología es tal que, sin instrucción formal –como recién mencionamos–, los jóvenes no sólo aprenden a usar todos los servicios y opciones

que ofrece la web por su cuenta, sino que suma más del 80% los encuestados que se ubican como usuarios de nivel medio, avanzado y experto.

Gráfico 2.2.11 Autodefinición en el uso de Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°29: Cuando utilizas Internet, ¿cómo te consideras? N° 1970 escolares de 10 a 18 años.

El nivel de pericia es mayor en los varones que en las mujeres y en los alumnos de colegios privados que en los de escuelas públicas.

### 2.2.2 Compañía al navegar por Internet

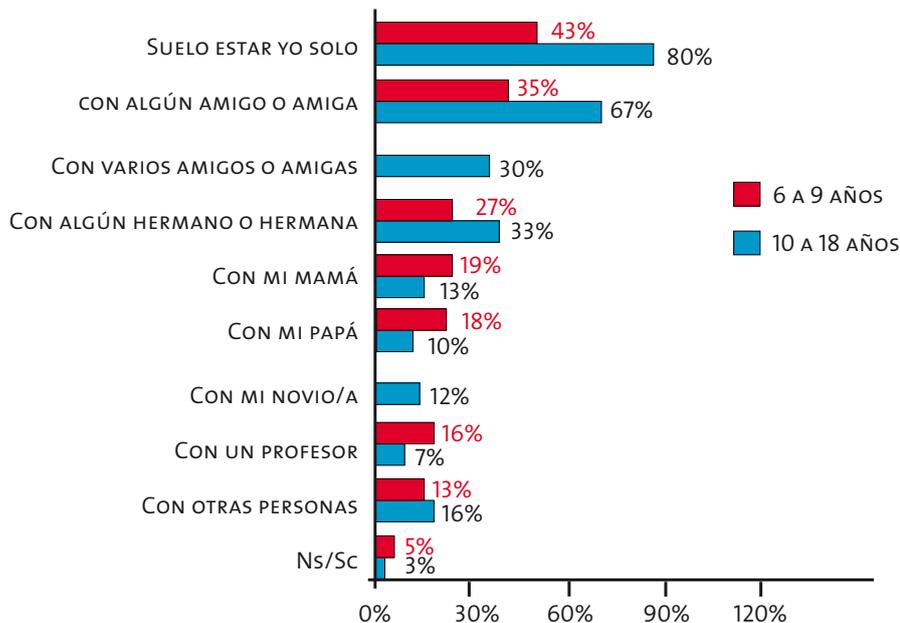
En línea con el perfil autodidacta de la Generación Interactiva, entre los menores el 43% reconoce que navega solo, porcentaje que asciende al 80% entre los adolescentes.

Entre las opciones de navegación conjunta, la más frecuente para los dos segmentos es la que comprende a otros amigos.

Los familiares, en especial el padre y la madre, son apenas mencionados.



Gráfico 2.2.12 Compañía al navegar por Internet (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°9: ¿Con quién estás cuando usas Internet? N=277 escolares de 6 a 9 años que usan Internet y a la pregunta N°22: La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

### 2.2.3 Valoración de Internet

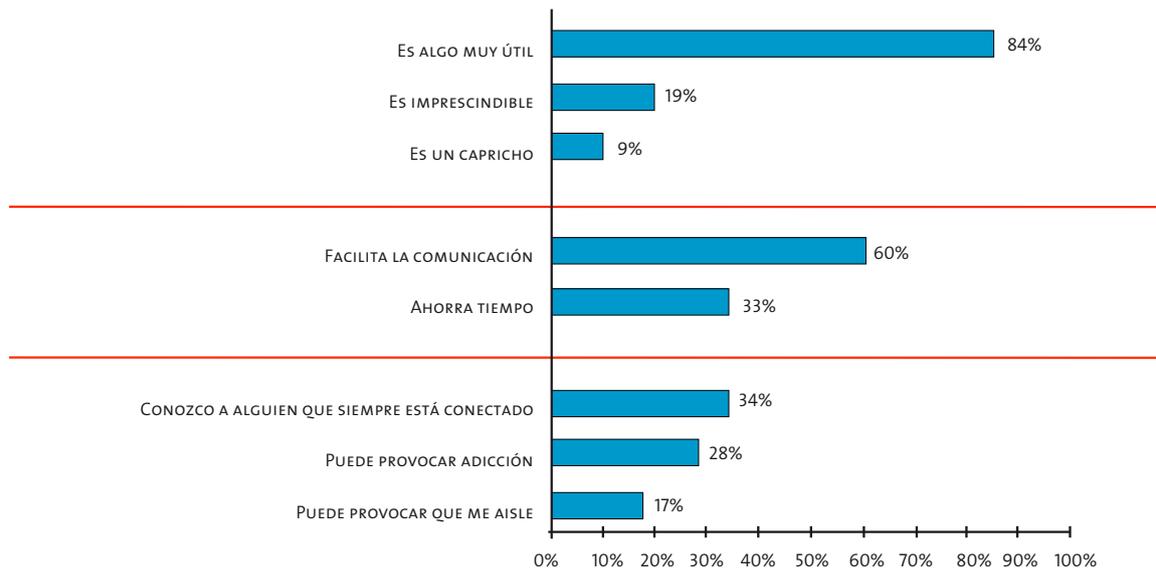
A pesar del altísimo atractivo que tiene Internet para los jóvenes, lejos de generar una fascinación irracional, el valor que le otorga la mayoría tiene que ver con sus funcionalidades y utilidad. Esta visión pragmática se manifiesta al indagar sobre el sentido que le dan a Internet.

El 84% de los mayores de 10 años considera que Internet es algo muy útil y entre las ventajas más mencionadas aparecen que facilita la comunicación (60%) y que ahorra tiempo (19%).

Contrario a la opinión general de que estas generaciones son tecnológico-dependientes, sólo el 19% considera que Internet es imprescindible.

Un tercio de los encuestados vincula a Internet con el riesgo de adicción. Y en una menor medida se percibe como potencial causa de aislamiento social.

Gráfico 2.2.13 Para mí Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la Pregunta N° 30, para mí Internet... N=1970 escolares de 10 a 18 años.

## 2.3 TV. LA PANTALLA HEGEMÓNICA

### 2.3.1 Aparatos de televisión en el hogar

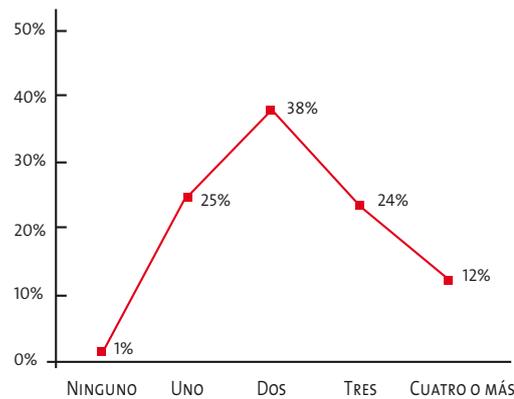
#### Presencia hegemónica y múltiple de la TV en el hogar

Como hemos mencionado, la TV tiene una presencia hegemónica en los hogares de los niños y jóvenes argentinos.

La media de aparatos de televisión en los hogares de niños de 6 a 9 años es de 2,2 y sólo el 1% declara no tener TV. Un tercio de los hogares tiene 3 aparatos o más y el 38% cuenta con dos aparatos.



Gráfico 2.3.1 Aparatos de TV en el hogar (6 a 9 años)



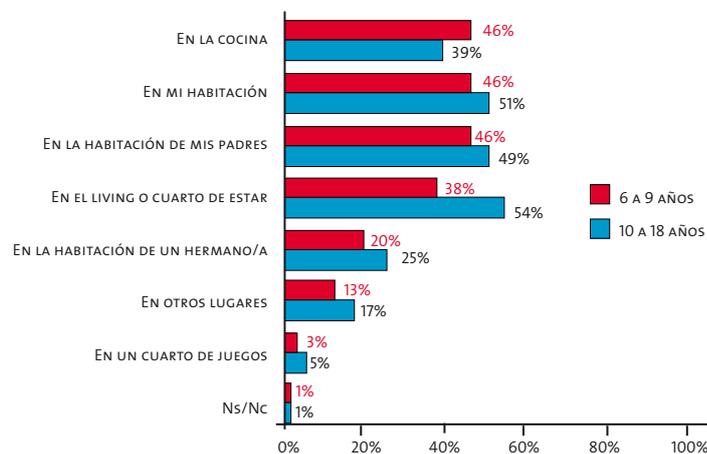
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°18: ¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa? N=374 escolares de 6 a 9 años..

### 2.3.2 Ubicación de la TV en el hogar

Es significativa la cantidad de niños y jóvenes que tiene un aparato de televisión en su habitación: 46% de los estudiantes de 6 a 9 años y 50% de los mayores de 10 años.

Entre los menores de 9 años y con la misma frecuencia que la habitación, también se menciona a la cocina como lugar en el hogar en donde se instala el aparato de TV. En cambio, entre los mayores de 10 años el lugar más mencionado es el cuarto de estar.

Gráfico 2.3.2 Ubicación de la TV en el hogar (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°19: ¿Dónde están los televisores? N= 369 escolares de 6 a 9 años con TV que funcionen y a la pregunta N°51: ¿Dónde están los televisores que funcionen en tu casa? (Es posible más de una respuesta) N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV que funcionen.

La ubicación de la TV en el hogar de los mayores de 10 años presenta diferencias entre los jóvenes de mayores y menores recursos. Entre los de mayores recursos, la televisión está presente en la habitación del 50% de los jóvenes (de 11 a 17 años), mientras que este porcentaje cae al 30% entre los jóvenes de menores recursos<sup>6</sup>.

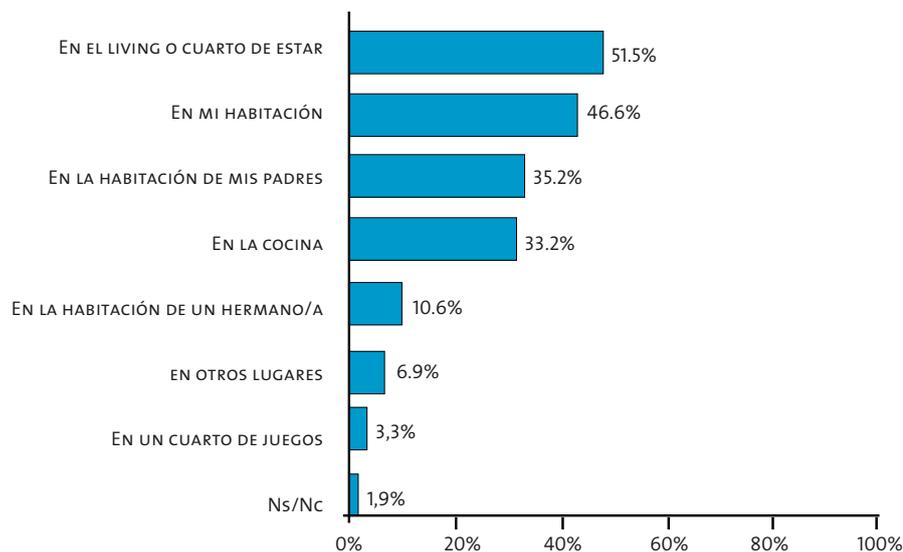
### 2.3.3 Lugar de uso de la TV

Los adolescentes argentinos están por encima del promedio regional con respecto al uso de la televisión en el área de estar común de la familia (52% en la Argentina vs. 45% en el promedio de la región). Este porcentaje, aunque inferior al de Brasil, es similar al de Chile y Perú.

Los adolescentes argentinos también mencionan a la habitación como lugar más frecuente para ver TV. En este aspecto, la Argentina se ubica por debajo del promedio regional en porcentaje de menciones (47% en el país vs. 51% en el promedio de la región), y es superado por Venezuela, Chile y México, que presentan alrededor de un 60% de respuestas indicando ese lugar.

También notamos que el lugar en donde los jóvenes argentinos miran la televisión va cambiando a medida que los niños crecen, pasando a tomar más preponderancia el área de estar compartida por la familia (del 47% en niños de 10 a 12 años al 56% en adolescentes de 16 a 18 años).

Gráfico 2.3.3 ¿Dónde sueles mirar TV? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°53: Cuando miras TV sueles hacerlo en... N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV que funcionen.

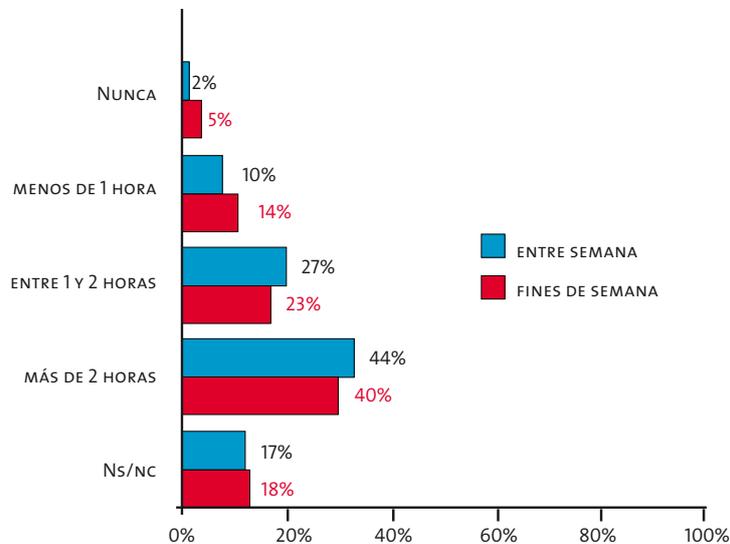
<sup>6</sup> La Generación Multimedia, Roxana Morduchowicz. Investigación 2006 en el marco del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación.



### 2.3.4 Tiempo de exposición a la TV

A pesar del enorme abanico de medios al que acceden los jóvenes actualmente y de su altísima afinidad por los medios digitales, el tiempo de consumo de TV de los adolescentes argentinos es similar al de Internet, con una media de 2 horas diarias durante la semana. A diferencia de Internet, los fines de semana baja el consumo de los usuarios más intensivos o heavy users (aquellos que usan la TV más de 2 horas por día).

Gráfico 2.3.4 Tiempo dedicado a la TV (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°52: En una semana normal, ¿cuánto tiempo mirás la TV en casa? N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV que funcionen.

En el segmento de los mayores de 10 años, quienes más tiempo dedican a la TV son los varones de 15 años y las mujeres de entre 13 y 14 años.

### 2.3.5 Relación con otras pantallas

#### Convivencia y desplazamiento entre medios

Contrario a la visión tradicional de que cada medio es un universo aislado, consumido de forma cerrada y unívoca, la historia de las innovaciones mediáticas y el actual uso de los medios por esta Generación Interactiva dejan en evidencia que los medios conviven y dialogan en el uso interactivo que hacen los usuarios de ellos; y que lejos de canibalizarse muchas veces se potencian. Clara muestra de ello, es la evolución del consumo mediático en Estados Unidos, donde las nuevas tecnologías han alcanzado un nivel de difusión mayor al de América Latina.

Los resultados del 'Nielsen Three screen Report', ponen de manifiesto que la proliferación de nuevos medios no ha disminuido la avidez de los norteamericanos por la TV tradicional, con un promedio nacional de 4 horas diarias. Asimismo, en los hogares con acceso a Internet, quienes usan Internet consumen más medios, durante más tiempo (cuando se considera el uso para trabajo) que quienes no navegan en la Red. Existe, además, una correlación entre el uso intensivo de Internet y el de televisión: el 20% de los heavy users de Internet (84 minutos por día) consume, además, 4 horas y 15 minutos diarios de TV (por encima de la media nacional).

Los segmentos más jóvenes de la población americana consumen menos TV que la población general. Así y todo, los que más tiempo diario dedican a Internet dedican también más tiempo a la TV. Los norteamericanos heavy users de Internet de entre 12 y 17 años, consumen 121 minutos de TV por día, frente a los 100 minutos promedio en ese segmento de edad<sup>7</sup>.

En línea con estos resultados, y contrario a las opiniones que sugieren un desplazamiento de los medios tradicionales por los nuevos medios; los resultados de esta investigación ponen de manifiesto que no existen diferencias significativas en el tiempo de consumo de TV entre los jóvenes argentinos que tienen PC e Internet en su hogar y los que no poseen las nuevas tecnologías.

### Internet no parece quitarle tiempo a la TV

Tabla 2.3.1 Tiempo dedicado a la TV según presencia de Internet en el hogar (10 a 18 años)

	TOTAL	PC EN EL HOGAR		INTERNET EN EL HOGAR	
		SI	NO	SI	NO
NUNCA	1,8		2,1	1,8	1,8
MENOS DE 1 HORA	10,4	10,7	9,1	11,5	8,9
ENTRE 1 Y 2 HORAS	26,9	26,4	29,1	26,7	27,2
MÁS DE 2 HORAS	44,4	45,3	40,8	45,1	43,3
Ns Nc	16,5	15,9	18,9	14,9	18,8
	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia con las respuestas a la pregunta N°52: En una semana normal, ¿cuánto tiempo mirás TV en casa?, N°11: ¿Tienes Internet en tu hogar? Y N° 8: De las siguiente lista de cosas selecciona aquellas que tengas en tu casa. N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

<sup>7</sup> Admap magazine, February 2009. Three Screen Viewing Behavior Complements Traditional TV.

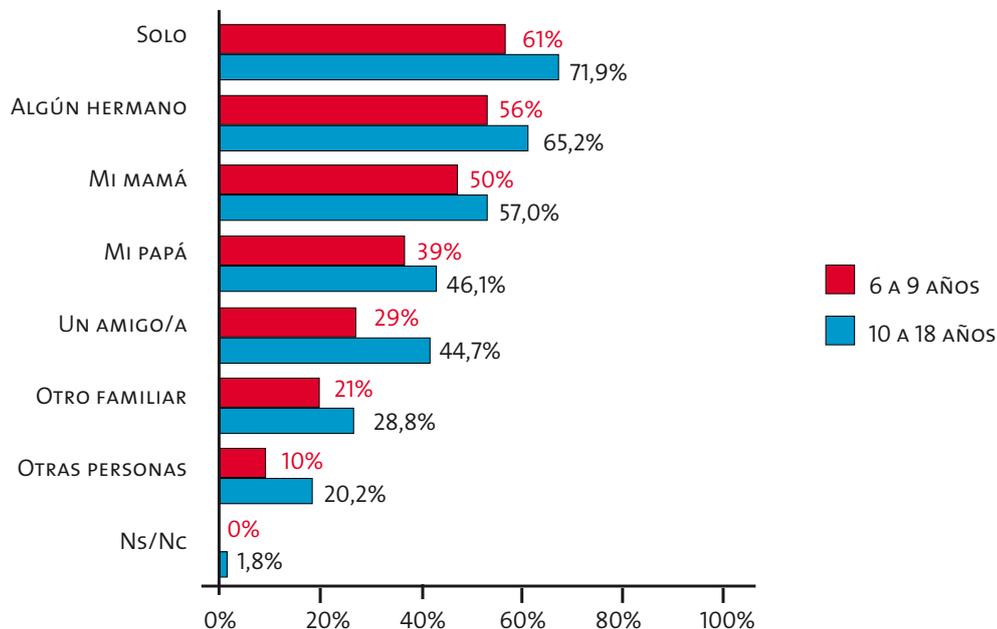


### 2.3.6 Compañía al mirar televisión

Al igual que en Brasil y en Chile, la mayoría de los niños argentinos tiene oportunidad de ver televisión en forma solitaria desde edad temprana. Sin embargo, también notamos que existe un alto porcentaje de niños y jóvenes que disfrutan de ver televisión en compañía, siendo los hermanos de los encuestados los compañeros más mencionados a la hora de ver la tele en casa.

Los niños y jóvenes varones tienen una mayor inclinación que las mujeres a ver TV solos y en compañía de sus padres. En tanto, entre las mujeres, se acentúa el visionado con la madre o hermanos.

Gráfico 2.3.5 Compañía al mirar TV (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°20: Cuándo miras TV, sueles hacerlo con... (Es posible más de una respuesta) N= 369 escolares de 6 a 9 años con TV que funcionen y a la pregunta N°54: Cuándo miras TV, sueles hacerlo con... (Es posible más de una respuesta) N=1950 escolares de 10 a 18 años con TV que funcionen.

### 2.3.7 Relación entre el equipamiento del hogar y el tipo de consumo

La multiplicidad de aparatos y la presencia de la TV en varios ambientes del hogar tienen relación directa con dos aspectos clave del consumo que hacen niños y jóvenes de este medio: el tiempo y la experiencia de consumo –individual o compartida.

**Los hogares con más aparatos tienen mayor porcentaje de *heavy users***

Tabla 2.3.2 Relación entre cantidad de aparatos y tiempo de consumo (10 a 18 años)

Más de 2 horas diarias	Cantidad de ambientes del hogar en los que hay televisión			
	1	2	3	4
Entre semana	36,2	47,1	48,3	51,9
Fin de semana	36,2	40,3	45,2	42,5

Fuente: La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a las preguntas N°51: ¿Dónde están los televisores que funcionen en tu casa? (Es posible más de una respuesta) y a la pregunta N°52: En una semana normal, ¿cuánto tiempo mirás la TV en casa? N= 866 escolares de 10 a 18 años que miran más de 2 horas de TV en casa entre semana; N = 788 los fines de semana.

Asimismo, los hogares con mayor cantidad de aparatos parecen promover un consumo más individual del medio. El 71% de los jóvenes que ve televisión reconoce que suele ver televisión solo y este porcentaje asciende de forma directa con la cantidad de televisores en el hogar.

Tabla 2.3.3 Relación entre cantidad de aparatos y experiencia de consumo (10 a 18 años)

	Cantidad de ambientes del hogar en los que hay televisión							
	total	1	2	3	4	5	6	7
Solo	71,9	58,1	72,7	77,8	85,4	82	92	100

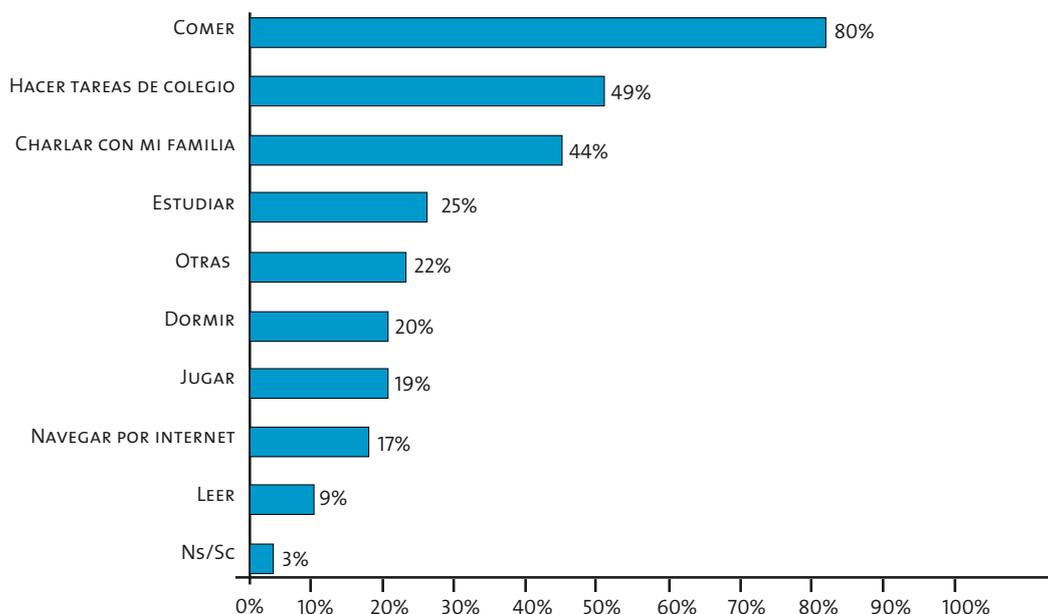
Fuente: La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a las preguntas N°51: ¿Dónde están los televisores que funcionen en tu casa? (Es posible más de una respuesta) y a la pregunta N°54: Cuando miras TV, sueles hacerlo con... (Es posible más de una respuesta) N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV que funcionan.



### 2.3.8 Formas de ver televisión

A diferencia de otras pantallas que ofrecen la posibilidad de realizar múltiples tareas dentro del mismo entorno o dispositivo, la TV aparece como el medio más unidireccional y menos interactivo. Sin embargo, posee el atractivo de poder ser combinado y acompañar múltiples tareas, sean éstas mediáticas o no. Comer, por ejemplo, es la actividad más popular entre los jóvenes a la hora de ver tele (80%), seguido por hacer las tareas del colegio (49%) y charlar en familia (44%). Los jóvenes argentinos comparten con los de Brasil y Chile este perfil que podríamos llamar de ‘multitarea intensa’.

Gráfico 2.3.6 Actividades simultáneas con la TV (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°55: ¿Realizas alguna de estas actividades mientras miras la tele? N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV que funcionen.

#### Consumo del medio más que de los contenidos

Estos usos y el hecho de que 46% de los mayores encuestados diga que siempre prende la tele cuando llega a su casa, hacen suponer que gran parte del consumo de TV está motivado más por la necesidad de estar acompañado, que por la búsqueda de un contenido puntual, aunque paradójicamente, aún hoy, es el medio de contenidos de entretenimiento por excelencia.

La TV 'a la carta' probablemente introduzca nuevas pautas de conducta e incremente la selección y el consumo del contenido puntual, más que del medio.

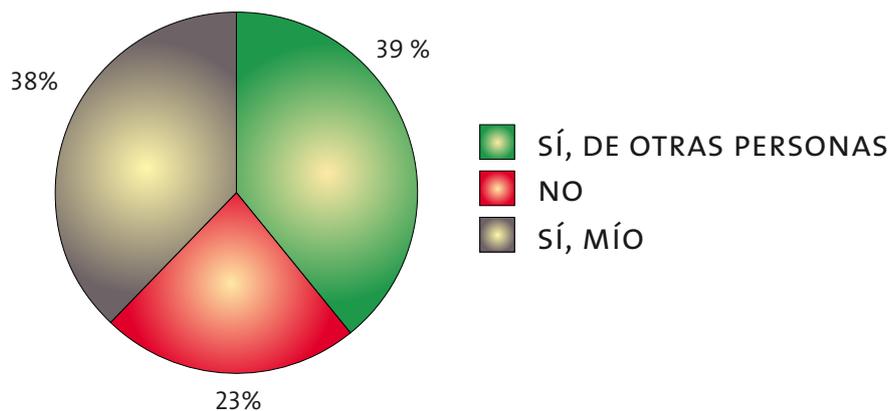
## 2.4 EL CELULAR. FAVORITO DE LAS MUJERES

### 2.4.1 Alta penetración del celular

La diversidad de medios y dispositivos al alcance de la Generación Interactiva se manifiesta, entre otras cosas, en la alta penetración de celulares entre los jóvenes y niños a partir de los 9 años de edad. Junto a la televisión, es la tecnología más difundida entre los menores, configurándose como un elemento básico de identidad para niños y adolescentes.

En la Argentina, la mitad de los niños de 9 años posee su propio celular y este número aumenta al 89% entre los jóvenes de 10 a 18 años, superando a los demás países estudiados para este segmento etario. El 54% de los encuestados obtuvo su teléfono móvil antes de los 12 años.

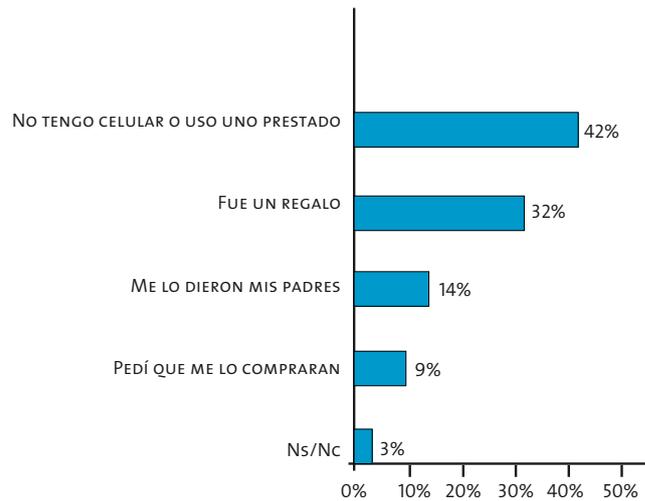
Gráfico 2.4.1 ¿Utilizas algún teléfono celular? (6 a 9 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°10: ¿Utilizas algún teléfono celular? N= 374 escolares de 6 a 9 años.

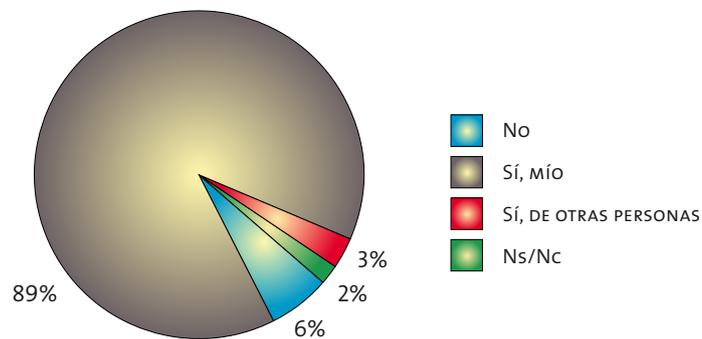


Gráfico 2.4.2 Acceso al teléfono celular (6 a 9 años)



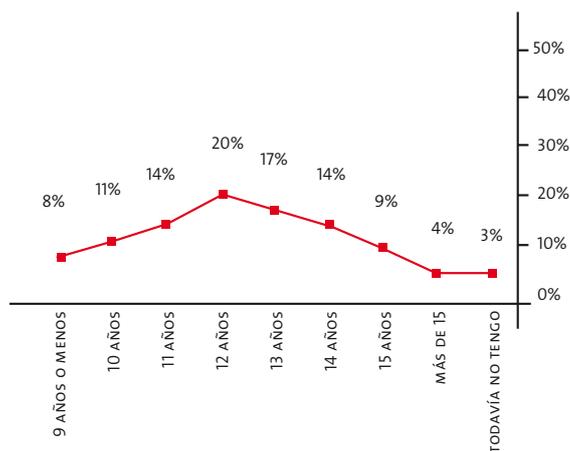
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°13: Si tienes teléfono celular, ¿cómo lo conseguiste? N= 288 escolares de 6 a 9 años que utilizan algún teléfono celular.

Gráfico 2.4.3 Acceso al teléfono celular (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de la pregunta N°31: ¿Quién paga el gasto de tu celular? N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

Gráfico 2.4.4 ¿A qué edad tuviste el primer celular? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°35: ¿A qué edad tuviste tu primer celular? N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

## 2.4.2 Dispositivo multifunción y multiuso

### Uso preponderantemente lúdico del celular entre los menores

Es significativo que el uso más popular del celular entre los menores de 9 años de la Argentina sea jugar. En este aspecto, la Argentina supera ampliamente a la media de los países de América Latina con un 74% vs. un 53% de promedio en la región. Es de destacar que este resultado se alinea con la tendencia mundial de la expansión del celular desde las funcionalidades de comunicación hacia el ámbito del entretenimiento y el ocio interactivo.

Por ser personal, portátil y multifunción, el celular es la pantalla que mejor se adapta a los deseos de libertad, identidad, inmediatez y conectividad propios de los adolescentes. De ahí, la preferencia de los mayores de 10 años por el teléfono celular, incluso frente a Internet, como mencionamos en capítulos anteriores.

Más allá de este segmento de estudio, hay un masivo y creciente aprecio de la población argentina general por este dispositivo. La Argentina ya tiene una penetración promedio de telefonía móvil del 100%; hay una línea por habitante, tomando el total de la población e incluyendo a bebés y niños. Sólo Venezuela y Chile están en similar situación en América Latina<sup>8</sup>.

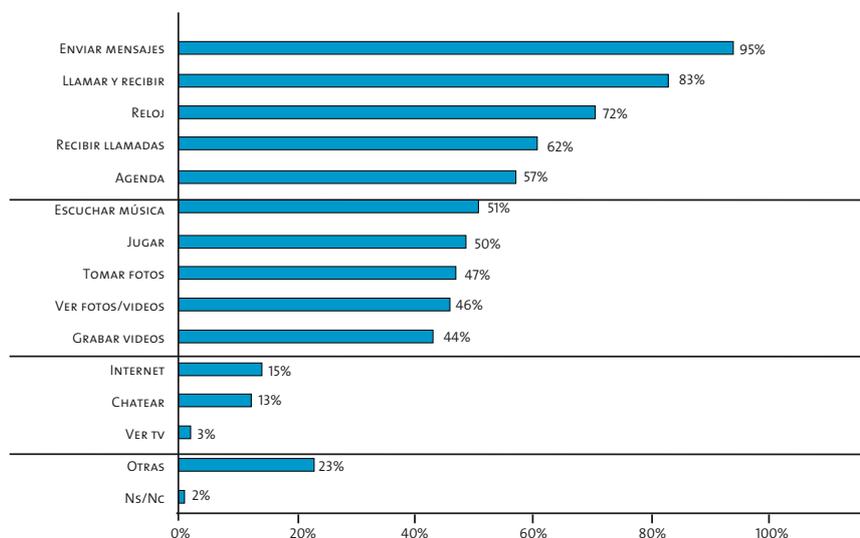
<sup>8</sup> Lanacion.com 'EL SMS fue el Rey en estas Fiestas', 19 de enero de 2010.



El envío de mensajes de texto es la actividad más popular entre los jóvenes argentinos con un 95% de menciones (muy por encima de la media regional del 77%). Cabe destacar que el fervor de este grupo etario por esta actividad coincide con el de la población argentina general. La altísima valoración y uso creciente del envío de SMS es una particularidad local<sup>9</sup>. Como ejemplo, podemos destacar que en los segmentos medio bajos de la población (que representan al 44% del total) el celular es el medio de entretenimiento que mayor adhesión genera y el envío de SMS la actividad de entretenimiento mediado favorita<sup>10</sup>.

Gran parte de las múltiples actividades que los jóvenes argentinos realizan con el celular tiene relación con la creación y el consumo de contenidos de entretenimiento: la mitad menciona la música, las fotos y ver y grabar videos como actividades primordiales en su celular. Al igual que en los menores, jugar aparece entre los jóvenes con gran preponderancia.

Gráfico 2.4.5 Uso del celular (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°33: El celular te sirve para... (Es posible más de una respuesta) N= 1850 escolares de 10 a 18 años que usan celular.

La Generación Interactiva argentina, se alinea con la media regional en cuanto al acceso a Internet desde el móvil, con muy baja mención si comparamos con el uso de Internet desde una PC: 15% vs.

<sup>9</sup> Lanacion.com 'EL SMS fue el Rey en estas Fiestas', 19 de enero de 2010.

<sup>10</sup> Contenidos y Tecnologías de Entretenimiento en la Base de la Pirámide, Argentina – Brasil, 2007 y 2008. CIMEL (Centro de Investigación para la Industria de Medios y Entretenimiento en Latinoamérica del IAE Business School).

74% para la visita de páginas web por ejemplo. Al analizar esta actividad, hay que tener en cuenta que los últimos datos publicados por la GSM Association, indican que existen hoy sólo 3 millones de latinoamericanos que usan servicios móviles 3G. Brasil, Argentina, Chile y México son quienes poseen mayor número de suscriptores, en ese orden.

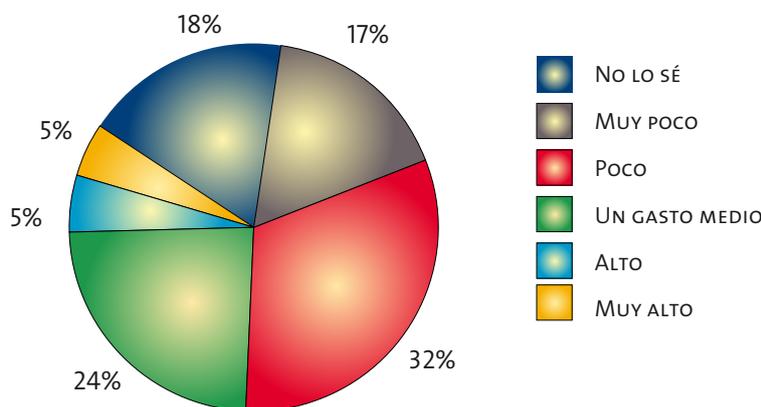
La principal barrera para la difusión de conexiones móviles en América Latina es que el acceso a Internet desde el celular aún no termina de ser económico. La consultora Signals Telecom Consulting calculó que las conexiones de banda ancha cuestan, en la región, un promedio de 41 dólares<sup>11</sup>. A este elevado precio se suma en muchos países la inexistencia de una tarifa plana que permita a los usuarios navegar por Internet de manera ilimitada pagando un abono fijo, una modalidad muy utilizada en el uso de Internet a través de una PC.

La Argentina como dijimos, no es ajena a este contexto y aún cuando la mayoría de suscripciones o servicios pre-pagos de telefonía celular no incluye la conexión móvil de Internet, el 35% de los jóvenes considera que su gasto de celular es de medio a muy alto, y es financiado por sus padres en un 79% de los casos.

### 2.4.3 Gasto de celular

El conocimiento sobre el nivel de gasto por el uso del celular es dispar entre los mayores de 10 años. Pero la Argentina destaca en la Región por tener el mayor número de chicos a quienes sus padres le pagan el celular, con un 80%.

Gráfico 2.4.6 Gasto del celular (10 a 18 años)

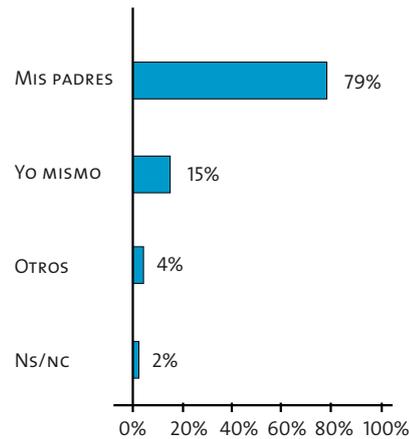


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°32: ¿Sabés cuánto gastas mensualmente en el celular? N= 1850 escolares de 10 a 18 años que usan celular.

<sup>11</sup> <http://www.movilsur.com/index.php/2009/07/14/banda-ancha-movil-en-america-latina/#more-3760>



Gráfico 2.4.7 Si tenés celular propio, ¿quién lo paga? (10 a 18 años)

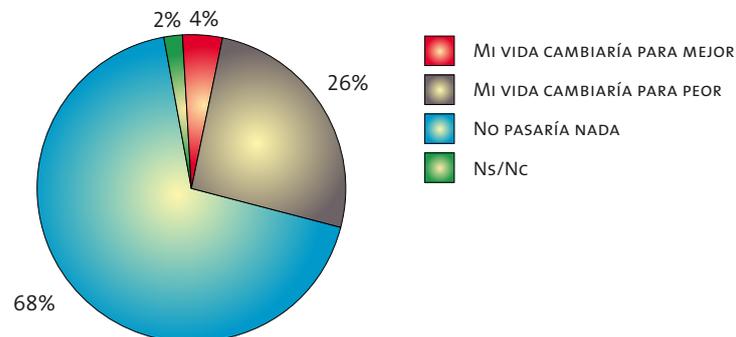


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N31: ¿Quién paga el gasto de tu celular? N= 1791 escolares de 10 a 18 años que tienen celular propio.

#### 2.4.4 Valoración del celular

Como en el caso de Internet, los jóvenes manifiestan una actitud moderada frente a la importancia del celular en sus vidas. A pesar de la afinidad y uso frecuente del teléfono móvil, al 68% no parece preocuparle si se quedara dos semanas sin poder usarlo. Las mujeres y los mayores del grupo perciben en mayor medida un impacto negativo ante la potencial ausencia del celular.

Gráfico 2.4.8 Si me quedara dos semanas sin celular... (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°37: Si me quedara dos semanas sin celular... N= 1850 escolares de 10 a 18 años que usan celular.

## 2.5 VIDEOJUEGOS. LA EXPERIENCIA LÚDICA POR EXCELENCIA

Como hemos visto hasta aquí, la búsqueda de entretenimiento es una de las motivaciones clave en el vínculo y uso que la Generación Interactiva hace de las nuevas tecnologías. De ahí que los videojuegos sean una parte importante del entorno mediático de niños y jóvenes.

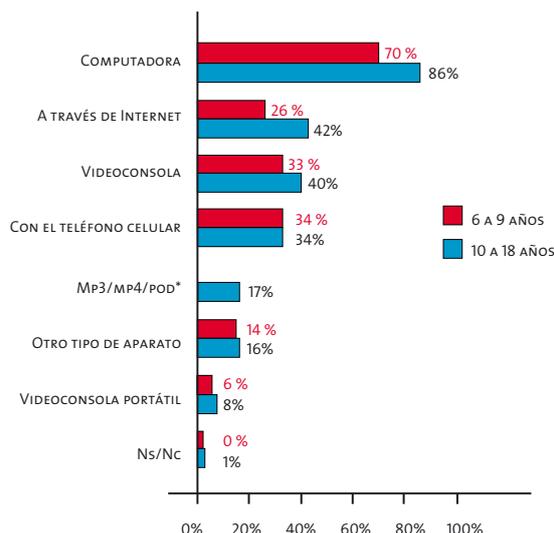
En el caso de los menores de 9 años, que construyen su percepción del mundo a partir de los juegos, los videojuegos ofrecen a los niños de la Generación interactiva una experiencia lúdica por excelencia y son los favoritos a la hora de elegir qué hacer. Como ya hemos mencionado, es la opción más popular de los niños de 6 a 9 años para pasar el tiempo libre, seguido por jugar con los amigos.

A continuación, detallamos los resultados de esta investigación con respecto al acceso a dispositivos y plataformas, a los tiempos de uso, y a la compañía a la hora de jugar.

### La PC es el dispositivo más popular para los juegos

A pesar de la existencia de todo tipo de videoconsolas, fijas y móviles, como la Xbox, Playstation, Wii, Gameboy, PSP y Nintendo DS; en la Argentina la PC se erige como el dispositivo más elegido por los mayores de 10 años para los videojuegos, seguido por el celular.

Gráfico 2.5.1 ¿Con qué aparatos juegas? (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°16: ¿Con qué aparatos juegas? (Es posible más de una respuesta) N= 263 escolares de 6 a 9 años que juegan con videojuegos y a la pregunta N°42: ¿Con qué aparatos juegas? (Es posible más de una respuesta) N= 1293 escolares de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.

\*Nota: no incluído en la muestra de menores

Estos datos son consistentes con la relativamente baja penetración de las diversas plataformas en los hogares argentinos.



## 2.5.1 Posesión de plataforma de juego y su uso

La penetración de consolas de videojuegos en la Argentina es un poco menor a la de la media regional: con 31% de videoconsolas fijas frente a 39% de la media regional, y 9% de consolas portátiles frente a 18% en la región.

Tabla 2.5.1 Relación entre posesión de dispositivos y usos (10 a 18 años)

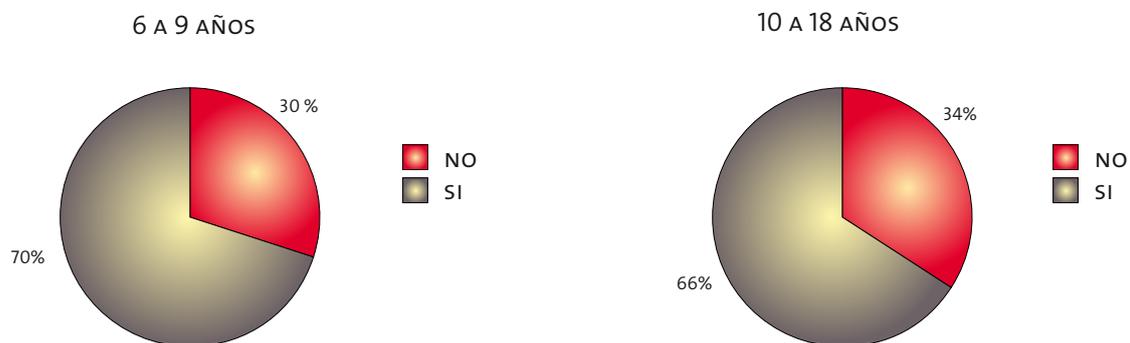
	Videoconsola	Videoconsola Portátil	PC	Móvil	Internet
Tener	31%	9%	79%	94%	57%
Usar	40%	8%	87%	62%	42%

Fuente: La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°8: De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa. N= 1970 escolares de 10 a 18 años y a la pregunta N°42: ¿Con qué aparatos juegas? (Es posible más de una respuesta) N= 1293 escolares de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.

## 2.5.2 Uso de videojuegos

El uso de videojuegos está altamente difundido tanto entre los menores como entre los adolescentes argentinos, con un 70% y un 66% de usuarios respectivamente.

Gráfico 2.5.2 ¿Juegas con videojuegos? (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°15: ¿Juegas con videojuegos? N= 374 escolares de 6 a 9 años y a la pregunta N°43: Habitualmente, ¿juegas con videojuegos? N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

Las diferencias más relevantes surgen de las variables de género, edad y posesión de dispositivos, las que combinadas determinan diversas experiencias de juego.

Al observar el grupo de los menores según estas variables, surge que el uso de videojuegos es predominante entre los varones. El promedio asciende en este grupo a 84% y desciende a 59%, en el caso de las mujeres.

Los niños varones se presentan como auténticos profesionales del juego: juegan más, desde más pequeños y mantienen altos niveles de juego a lo largo de los años. Además, prefieren las plataformas específicas, de más calidad de juego. Prefieren las videoconsolas en un 40% vs. un 26% de preferencia entre las mujeres.

Las mujeres juegan menos desde el inicio y a partir de los 12 años su interés por esta opción de ocio decae de un modo más acusado. Sus preferencias a la hora de elegir plataformas parecen más funcionales que específicas. En contraste con los varones, ellas usan más la computadora (73% vs. 66%), Internet (28% vs. 24%) y celulares (43% vs. 24%), tal vez porque son las que más tienen a su disposición y también porque les permiten un uso multifuncional.

En los mayores de 10 años, las videoconsolas son utilizadas en mayor medida entre alumnos de colegios privados (51% vs 35%) y, al igual que en los menores, entre varones (56% vs 28% de mujeres).

Está también algo más extendido el uso de consolas portátiles en estos segmentos masculinos y de establecimientos privados.

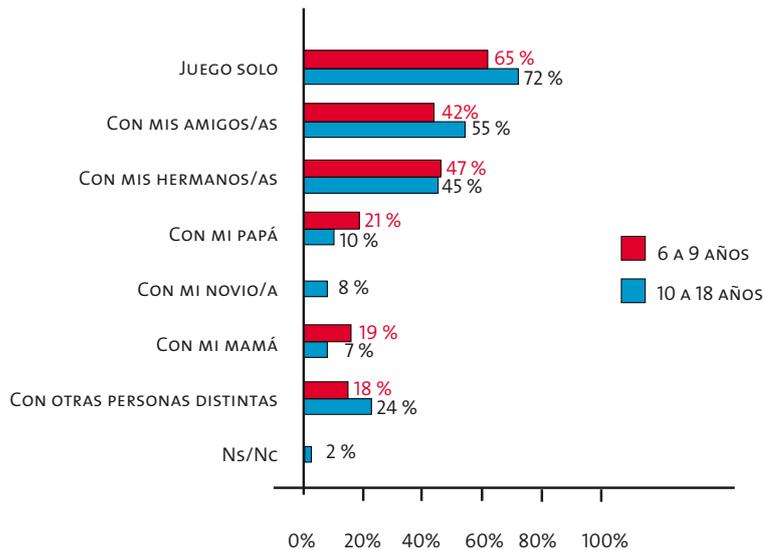
En línea con lo que sucede con los menores, es más frecuente entre las mujeres el juego en el celular (69% vs. 53% los varones), pero no de forma tan marcada.

### 2.5.3 Compañía en el juego

Al igual que en la TV, el uso individual se combina con momentos compartidos y, nuevamente, se observa una conducta diferente en varones y mujeres. Los varones tienden a jugar solos (66% vs 57% las mujeres), mientras que las mujeres hacen un uso más social y superan proporcionalmente a los varones en todas las categorías de juegos compartidos, ya sea con familiares o amigos.

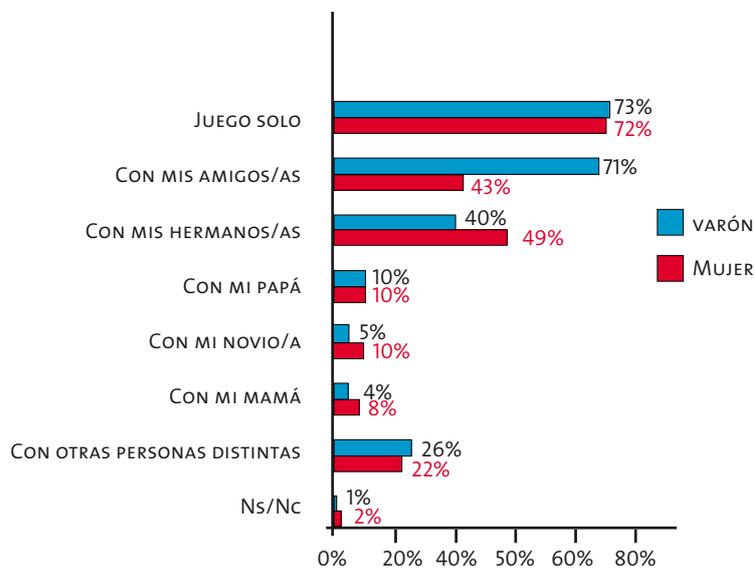


Gráfico 2.5.3 ¿Con quién sueles jugar? (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°17: ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta) = 263 escolares de 6 a 9 años que juegan con videojuegos y a la pregunta N°48: ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta) N= 1293 escolares de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.

Gráfico 2.5.4 Compañía en el juego por género (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°48: ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta) N= 1293 de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.

### 2.5.4 Tiempo invertido por día

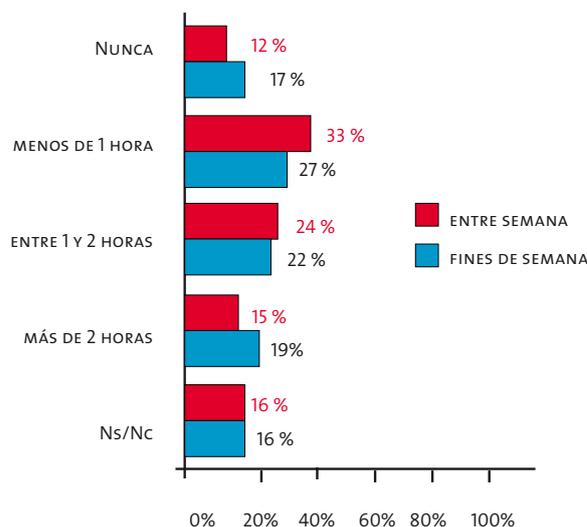
La media de uso de videojuegos de los mayores de 10 años es de 1 hora y 10 minutos por día. Y de forma coherente con la afinidad con esta plataforma, los varones superan la media con 1 hora y 35 minutos de uso diario, frente un promedio de 50 minutos entre las mujeres.

Asimismo, el porcentaje de *heavy users* es mayor en los varones y es más frecuente entre los menores de 15 años. Esta diferencia entre los usuarios intensivos de ambos sexos se ve reflejada en que el 32% de los varones juega más de dos horas por día, tiempo de uso que solo se ve en el 10% de las mujeres.

La Argentina se posiciona de manera similar a la media regional en el uso entre semana, con un 60% de *medium users* o usuarios medios (1 hora y entre 1 y 2 horas diarias), con un 15% que supera esa barrera; y el resto, o bien no juega o no es capaz de calcular el tiempo invertido en esta actividad.

Durante el fin de semana aumentan los casos de no utilización de videojuegos o de una utilización inferior a los sesenta minutos diarios. Frente al promedio global, también notamos una disminución del grupo con un consumo superior a las dos horas.

Gráfico 2.5.5 Tiempo diario de juego (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°46: En una semana normal, ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos? N= 1293 de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.



### 2.5.5 Origen de los juegos

Ya hemos visto como la facilidad para crear, obtener y combinar contenidos digitales, está en el ADN de la Generación Interactiva. Las oportunidades creativas son ilimitadas para estos jóvenes y el 'compartir' y relacionarse atraviesa cada una de las actividades que realizan a través de las nuevas tecnologías. Muy probablemente este sea el motivo por el cual más de la mitad de los jóvenes en América Latina usa copias ilegales o "piratas" de los videojuegos. Conseguir copias de un amigo o bajarlas de la Red aparece como un comportamiento natural. Los jóvenes argentinos siguen este mismo patrón, en un porcentaje apenas por encima de la media regional: 54% tiene alguno o casi todos sus juegos 'piratas'.



**TERCERA PARTE**  
**NUEVAS FORMAS**  
**DE SOCIALIZACIÓN**





### 3. NUEVAS FORMAS DE SOCIALIZACIÓN

*'Para los nativos digitales, las nuevas tecnologías digitales –celulares, computadoras, etc. – son mediadores primordiales de las conexiones humano- humano. Ellos han creado una red permanente que mezcla lo humano con lo tecnológico en un grado que no hemos experimentado antes y que está transformando las relaciones humanas de un modo fundamental.'*

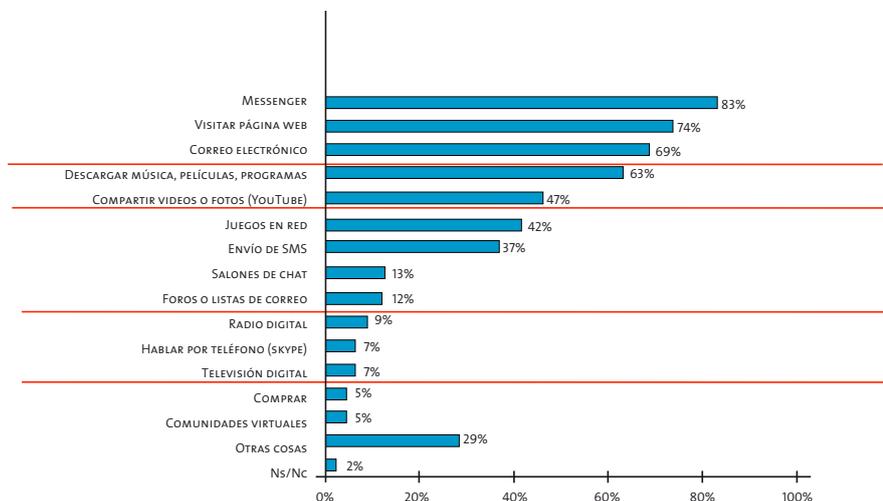
*John Palfrey y Urs Gasser<sup>12</sup>*

#### 3.1 INTERNET

Ya hemos mencionado como la Argentina se destaca por el uso de Internet como una experiencia tanto autónoma como social. Ésta última primordialmente en compañía de amigos. Sin embargo, aún cuando el uso de la Red sea a veces en solitario, al analizar las actividades que realizan los argentinos mayores de 10 años en Internet se observa, como hemos mencionado, que más de la mitad de los servicios usados son para la relación con sus pares.

El intercambio de palabras (Chat, correo electrónico, envío de SMS, salones de Chat, Skype), videos (You tube), fotos, opiniones (foros o listas de correo) o contactos (comunidades virtuales) está en el corazón de los servicios más populares de la Red, entre los chicos y adolescentes. Y la percepción que los encuestados tienen es que estos servicios son clave para la socialización.

Gráfico 3.1 Servicios usados al navegar (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°15: ¿Cuál de los siguientes servicios utilizas cuando navegas por Internet? N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

<sup>12</sup> Autores de 'Born Digital'. Basic Books (2008).

Este aspecto se manifiesta al indagar sobre el sentido de Internet para los mayores de 10 años. La primera mención (84.2%) hace referencia a la utilidad de Internet y la siguiente frase más mencionada es: 'facilita la comunicación' (60%). Hay muy baja percepción de que el uso de Internet puede implicar un mayor aislamiento, 82% de los alumnos niega que Internet pueda provocar que se aislen de sus amigos.

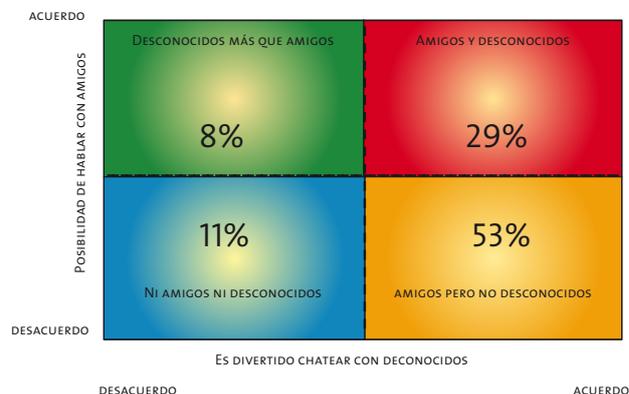
Gráfico 3.2 Para mí Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°30: Para mí Internet... N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

Asimismo, la altísima valoración del Messenger, actividad por excelencia para el grupo de 10 a 18 años, está basada en que brinda a los chicos la posibilidad de hablar con sus amigos (82%) y hasta con desconocidos. Analizaremos en breve la implicancia de poder chatear con desconocidos y la percepción de los jóvenes en relación con esta práctica.

Gráfico 3.3 Me gusta el chat porque... (10 a 18 años)

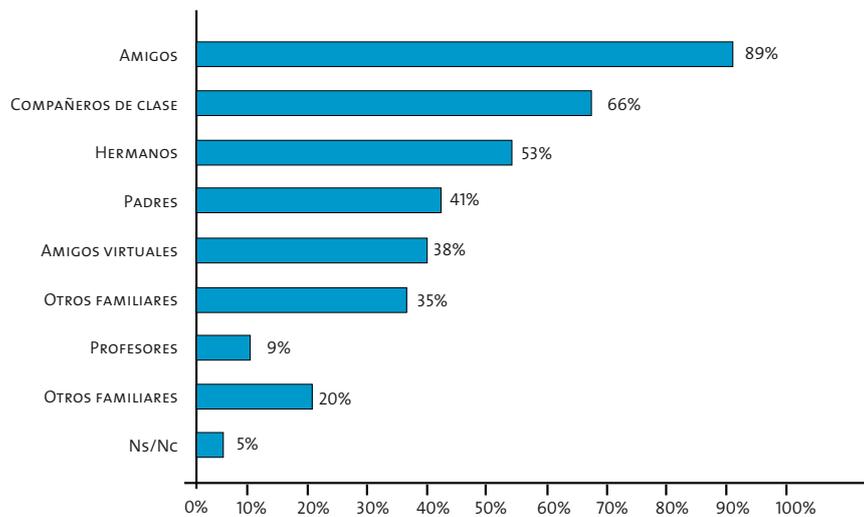


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°21: Si chateas o usas el Messenger, ¿estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.



Es también significativo que aquellos alumnos de perfil más creativo que han hecho o van a hacer un blog o una página web dicen comentarle a sus amigos (89%), padres (41%) y hermanos (52%) cuando han hecho uno o vayan a hacer uno. Lo que parecería indicar que lo importante no es sólo expresar o dejar plasmada su identidad y punto de vista en el espacio virtual, sino hacerla llegar a quienes ellos consideran relevantes, la opinión de amigos y pares prima en el desarrollo personal de los adolescentes.

Gráfico 3.4 A quién le dicen si han hecho una web o un blog (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°18: Si has hecho alguna web o un blog, ¿a quién vas a decirle que lo has hecho? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

### 3.2 TV

Incluso la televisión, que es un medio aún unidireccional en la mayoría de los hogares de la Argentina, ofrece oportunidades de mediar en las relaciones sociales de los adolescentes.

Por un lado, cabe destacar que a pesar de la combinación de consumo solitario y en grupo que hacen niños y jóvenes de la TV y de la alta presencia de aparatos en las habitaciones de este segmento de edad, 55% de los mayores de 10 años, dice preferir ver televisión acompañado.

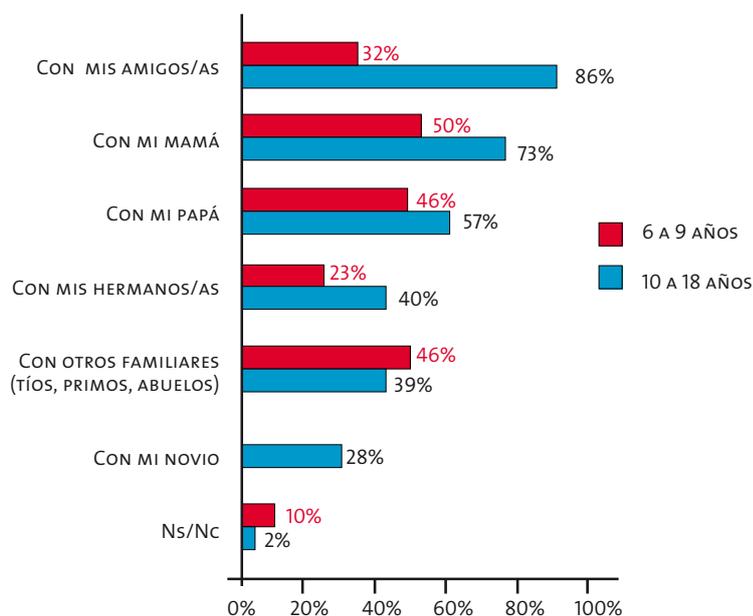
Por otro lado, es fundamental entender la mediación de la TV en las relaciones sociales de los jóvenes, no sólo desde las posibilidades técnicas de intercambio que pueda ofrecer, sino desde su rol destacado de brindarles tema de conversación.

El 85% de los chicos de entre 11 y 17 años asegura hablar de lo que ve en televisión. Y no es la TV el único medio que establece temas y es motivo de encuentro entre los jóvenes. El 90% de estos chicos dice hablar de los medios y las tecnologías con sus amigos<sup>13</sup>.

### 3.3 CELULAR

En línea con sus funcionalidades básicas, el celular es para los chicos argentinos una tecnología eminentemente de comunicación con sus pares a través de los servicios de voz (83%) y SMS (95%).

Gráfico 3.5 Con quiénes hablan por el celular (6 a 9 y 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°12: ¿Con quién sueles comunicarte más por el teléfono celular? (Es posible más de una respuesta) N= 288 escolares de 6 a 9 años que usan el celular y a la pregunta N°34: ¿Con qué personas sueles comunicarte más por el celular? N= 1850 escolares de 10 a 18 años que usan el celular.

<sup>13</sup> La Generación Multimedia, Roxana Morduchowicz. Investigación 2006 en el marco del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación.



El 64,2% de los chicos dice tener siempre el celular encendido para poder comunicarse con sus amigos. Como hemos visto, en el segmento de los menores de 9 años, prevalece el uso del celular para jugar y, si hablan, lo más común es que sea con sus padres.

También es alto entre los mayores de 10 años el porcentaje de quienes consumen y crean contenidos en el celular: 50% escucha música, juega, saca fotos y graba videos con sus dispositivos móviles. Sin embargo, el intercambio de estos contenidos aún es bajo (sólo 15% de menciones) en directa relación con la escasa cantidad de conexiones móviles de Internet en la Argentina. Probablemente el celular se erija como el medio para el intercambio social por excelencia cuando se sorteen las barreras de precio de equipos y conexiones.

Sin embargo, este escenario es aún incierto y lejano. Entre otras cosas, el reciente lanzamiento del Ipad de Apple podría indicar que el futuro del celular puede no ser el que se augura. Los *smartphones*, como hoy los conocemos, podrían ser desplazados por esta gran pantalla móvil, híbrido entre una computadora, el celular iPhone y el Mp3 iPod que busca posicionarse como la plataforma ideal para acceder a libros, música, contenidos en general y redes sociales<sup>14</sup>. Todo lo que atrae y desean los jóvenes de la Generación Interactiva.

### 3.4 VIDEOJUEGOS

*'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.'*

Prensky<sup>15</sup>

Los jóvenes argentinos hacen un uso individual y compartido de los videojuegos, pero más allá de estar solos jugando, su experiencia puede ser social.

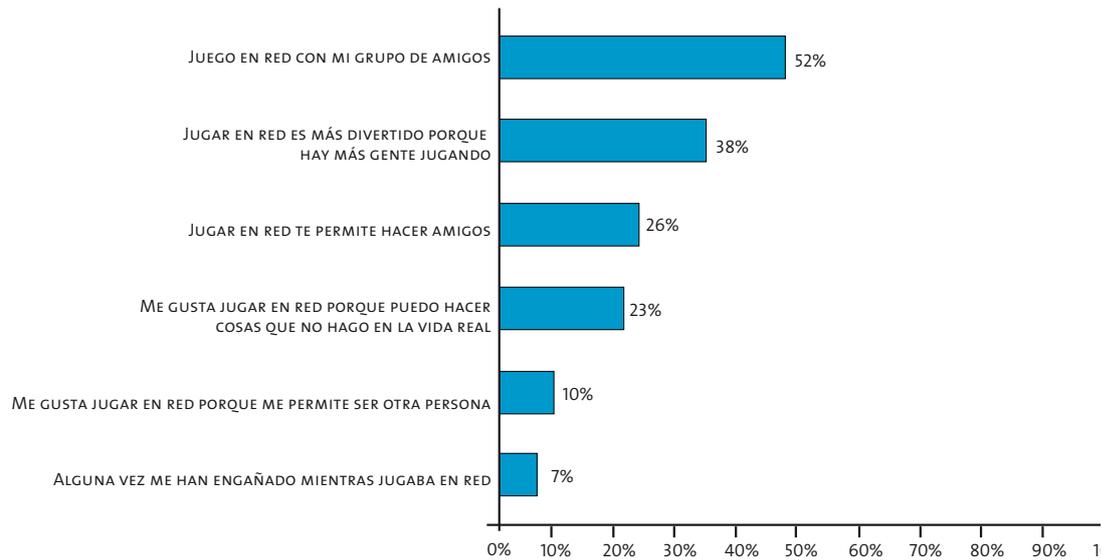
El 65% de los mayores de 10 años participa, por ejemplo, de juegos en red y la mayor motivación tiene que ver con jugar con amigos (52%) u otros (37.9%) y la posibilidad de hacer amigos jugando (25%).

---

<sup>14</sup> El Cronista, 28 de enero de 2010. Pagina 24.

<sup>15</sup> Prensky. 2001

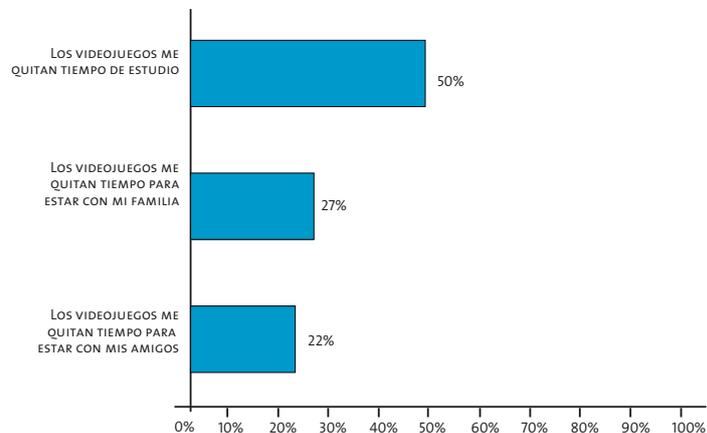
Gráfico 3.6 Juegos en red (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°44: Si utilizas juegos en red, ¿estás de acuerdo con las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta) N= 1293 de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.

Paradójicamente, los jóvenes perciben que el uso de videojuegos les quita tiempo para estar con sus amigos y familia, en un 26% y 22% respectivamente.

Gráfico 3.7 Tiempo extraído a otras actividades por los videojuegos (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°50: ¿Estás de acuerdo con las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta) N= 1293 de 10 a 18 años que juegan con videojuegos.



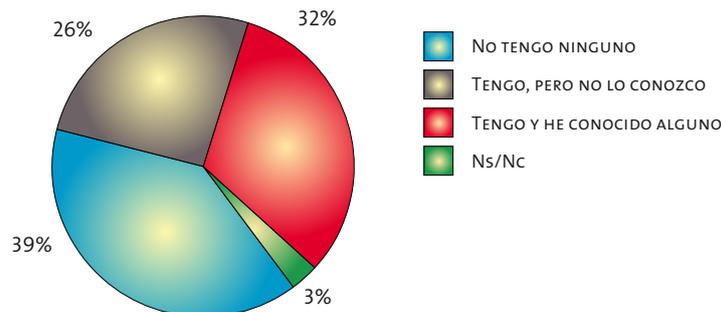
### 3.5 TECNOLOGÍAS AL SERVICIO DE LAS RELACIONES

Estos resultados podrían indicar que, lejos de ser adicta a las nuevas tecnologías, la Generación Interactiva es dependiente de la comunicación y del intercambio con sus pares, y encuentra en ellas la manera más fácil y entretenida de ampliar y estrechar sus vínculos sociales. La opinión general de que las tecnologías están creando generaciones de jóvenes aislados y alienados parecería errónea.

#### Multiplican los círculos sociales

Las nuevas tecnologías multiplican exponencialmente los círculos sociales a los que los jóvenes pueden acceder: 57% de los argentinos mayores de 10 años tiene algún amigo virtual, del cual un 31% dice haber conocido a alguno de ellos personalmente.

Gráfico 3.8 Amigos virtuales (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°20: ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? N= 1918 de 10 a 18 años que usan Internet.

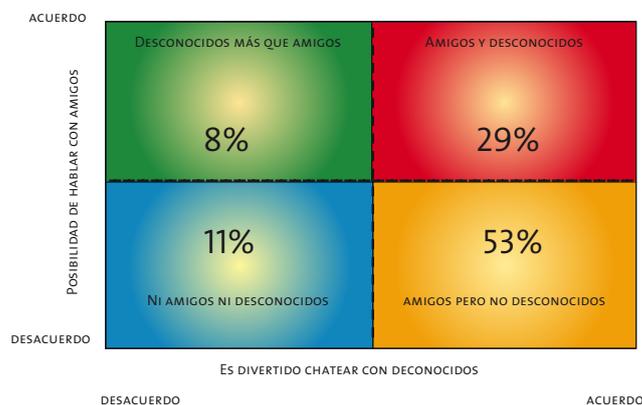
Las redes sociales, muy insipientes en la Argentina al momento de la investigación, son sin duda la principal evidencia de ello. No sólo abren puertas a la sociabilidad sino que modifican, en primer lugar, el concepto mismo de 'amistad'.

'Las relaciones virtuales se basan en muchas cosas similares a los amigos tradicionales –intereses compartidos, interacción frecuente- pero sin embargo, tienen un tenor bien diferente. Son con frecuencia cambiantes: son fáciles de entrar y fáciles de salir, sin más que un adiós; y tal vez pueden ser duraderas de un modo que aún nos queda por comprender'<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Born Digital. Basic Books (2008).

Entre las motivaciones a usar el Chat, surge que 37% considera divertido chatear con desconocidos y 8% de este grupo prefiere, incluso, los desconocidos a los amigos para chatear. Aunque en porcentajes mínimos, algunos jóvenes han admitido haber perjudicado a alguien a través de Messenger (5,8%) y haber sido perjudicados (7,1%).

Gráfico 3.9 Me gusta el chat porque... (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°21: Si chateas o usas el Messenger, ¿estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

Asimismo, es significativo el porcentaje de alumnos adolescentes que encuentra atractivo los juegos en red porque permiten hacer amigos, como ya hemos mencionado.

Las nuevas tecnologías están modificando el entorno social del hogar. De ser el ámbito propio y exclusivo de la familia, se ha convertido en el espacio de los amigos, virtuales y físicos.

Sin dudas, las formas de relacionarse de los jóvenes están cambiando y la conducta de padres y docentes difícilmente podrá responder con conceptos de antiguos paradigmas.





**CUARTA PARTE**  
**ACTITUD**  
**Y CONDUCTA DE LOS PADRES**





## 4. ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES

El impacto de las nuevas tecnologías en la Generación interactiva representa para los padres y maestros un desafío sin precedentes: ¿cómo involucrarse en un ámbito cada vez más influyente en la vida de sus hijos del que son prácticamente ajenos?

A diferencia de sus progenitores, los jóvenes no han tenido que incorporar la tecnología a sus vidas. Los nuevos medios y plataformas fueron siempre parte de su entorno mediático y no hay distinción para ellos entre el mundo digital y el real. De ahí el término más comúnmente usado de ‘Nativos Digitales’ para estos chicos que combinan naturalmente prácticas mediadas por la tecnología con actividades tradicionales sin establecer diferencias.

El presente estudio indaga sobre la conducta de los padres de los jóvenes argentinos mayores de 10 años, como mediadores en el uso que hacen sus hijos de las nuevas tecnologías y de la TV; siempre desde la mirada y percepción de los jóvenes objetos de este estudio.

El cuestionario se ha enfocado en dos aspectos clave de esta mediación: la participación activa de los padres en las actividades digitales de sus hijos (tales como: la navegación conjunta, el interés por las actividades desarrolladas en la Red, la comprobación posterior de las rutas de navegación) y el grado de restricción en algunas cuestiones vinculadas al uso de las diferentes pantallas.

Los resultados de Argentina ponen de manifiesto un sinfín de actitudes y conductas de los padres frente a las diversas tecnologías. Sin embargo, cabe destacar que, en general, la Argentina está entre los países donde mayor porcentaje de jóvenes dice no discutir con sus progenitores en relación con el uso que hacen de las diversas pantallas. Internet, en particular, es el medio con mayor reconocimiento de autonomía por parte de los adolescentes en comparación con el resto de la región. Un 48% de los jóvenes dice que sus padres ‘no hacen nada cuando ellos navegan’ vs. un promedio regional del 36%. Este porcentaje alcanza el 57% en edades superiores a los 14 años.

### Marcada autonomía de los jóvenes al navegar

Tabla 4.1 Mediación familiar al navegar: Argentina vs. Región (10 a 18 años)

	Preguntan qué hago	Echan un vistazo	Me ayudan	Hacemos algo juntos	Se sientan conmigo	Están en el mismo ambiente	Comprueban por dónde he navegado	Miran mi email	No hacen nada
Argentina	36,6%	31%	5,8%	10,2%	4,5%	8%	4,1%	2,7%	48,3%
Media Regional	46,1%	26,9%	9,3%	8,9%	7,6%	6,1%	5,1%	5,1%	36%

Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°27: ¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado a Internet? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet (Argentina). N= 20.941 escolares de 10 a 18 años (muestra regional).

A pesar de que la mitad de los chicos dice gozar de autonomía al navegar por Internet, esta plataforma es, relativamente, la que más motivos de discusión genera entre padres e hijos en la Argentina. Tanto el celular, como los videojuegos y la TV tienen un porcentaje mayor al 60% con respecto a jóvenes que dicen no discutir nunca con sus padres por el uso que hacen de esos dispositivos, mientras que sólo el 48% de los encuestados aceptó no tener ninguna discusión con sus padres por temas relacionados con el uso de Internet.

El tiempo de uso es el tema más común de discusión entre padres e hijos en todas las pantallas. En el celular, este aspecto se traduce en un conflicto frecuente por el dinero que se gasta. El momento del día en que se hace uso de la tecnología aparece como el segundo punto de discusión entre padres e hijos.

Es llamativa la escasa mención a los contenidos y actividades realizadas por los chicos en las diversas pantallas como tema de discusión con sus padres. Este aspecto es mencionado por apenas el 7% de los jóvenes como motivo de conflicto.

Tabla 4.2 Mediación de los padres según cada plataforma (10 a 18 años)

	INTERNET	CELULAR	VIDEOJUEGOS	TV
Discusiones por el tiempo de uso	32%	15%	29%	25%
Discusiones por el momento del día	13%	12%	11%	11%
Discusiones por lo que hago/visito/juego/veo	4%		7%	6%
Discusiones por el dinero que gasto		25%		
Castigo por el que me impiden/limitan el tiempo	7%			5%
Premio por el cual me permiten/amplian el tiempo	6%			2%
No discutimos por este tema	48%	60%	66%	64%
Ns/Nc	12%		2%	3%
Base	1918	1850	1293	1950

Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°26: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de Internet, ¿podrías indicarnos cuáles de estas situaciones se dan?, N°38: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces del celular, ¿podrías indicarnos el motivo?, N°49: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de los videojuegos o juegos de computadora, ¿podrías indicarnos el motivo? Y a la pregunta N°56: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de la televisión, ¿podrías indicarnos cuáles de estas situaciones se dan? N= escolares de 10 a 18 años que utilizan cada plataforma.

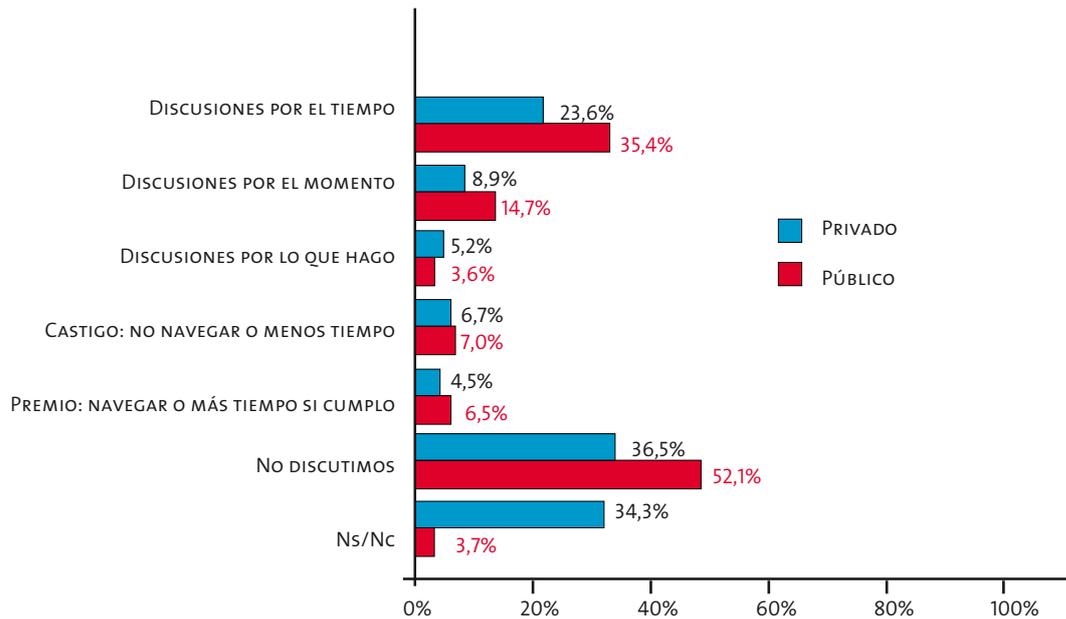
## 4.1 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE A INTERNET

El tipo de escuela parece influenciar el nivel de conflicto con los padres por el tiempo de uso y el momento del día en que los jóvenes utilizan Internet. Entre los alumnos de escuelas públicas, un 35% manifiesta discutir con sus padres por estos motivos, mientras que sólo un 24% de quienes asisten a escuelas privadas admite tener este tipo de conflictos con sus padres.

Por otro lado, el 37% de los adolescentes de instituciones privadas dice no tener discusiones con sus padres sobre Internet, pero también debemos destacar que el 34% de los encuestados no respondió sobre este tema.



Gráfico 4.1 Motivos de discusión con los padres por Internet (10 a 18 años)

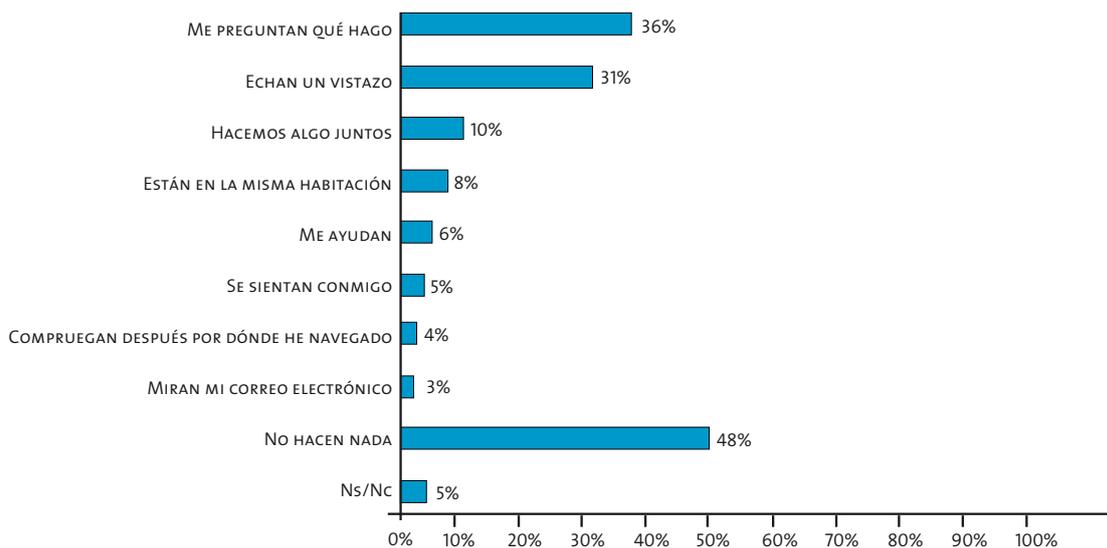


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°26: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de Internet, ¿podrías indicarnos cuáles de estas situaciones se dan? N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

#### 4.1.1 Tipos de participación

Los resultados de la encuesta indican que el control más frecuente de los padres argentinos sobre el uso que hacen sus hijos de Internet se concentra en ‘preguntar qué hacen’ o en ‘echar un vistazo’, con 1 de cada 3 chicos percibiendo esta conducta en sus progenitores. Esta actitud más bien pasiva de los padres se ve también reflejada en que sólo un 10% de los jóvenes dice navegar con ellos.

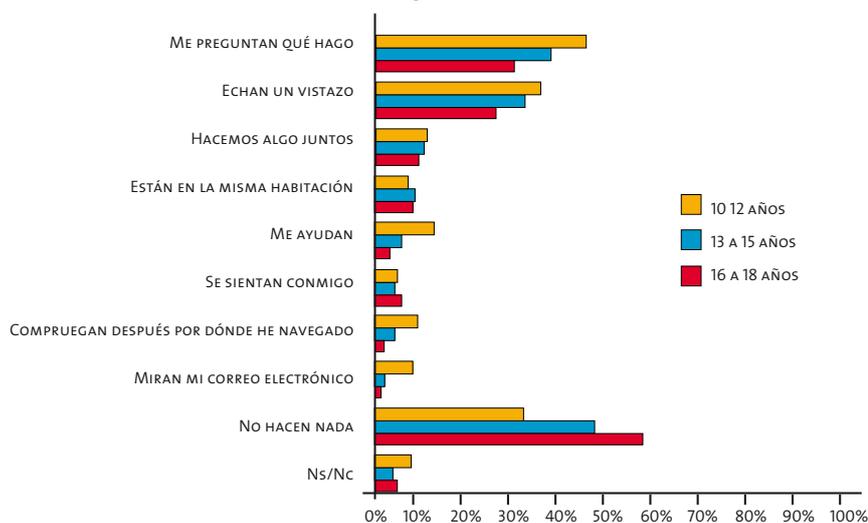
Gráfico 4.2 ¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°27: ¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado a Internet? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

Al mirar las respuestas por grupos de edad, lógicamente surge que la participación de los padres en el uso de Internet es mayor entre los menores y va disminuyendo a medida que aumenta la edad de los hijos.

Gráfico 4.3 Actitud de los padres por segmento de edad (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°27: ¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado a Internet? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

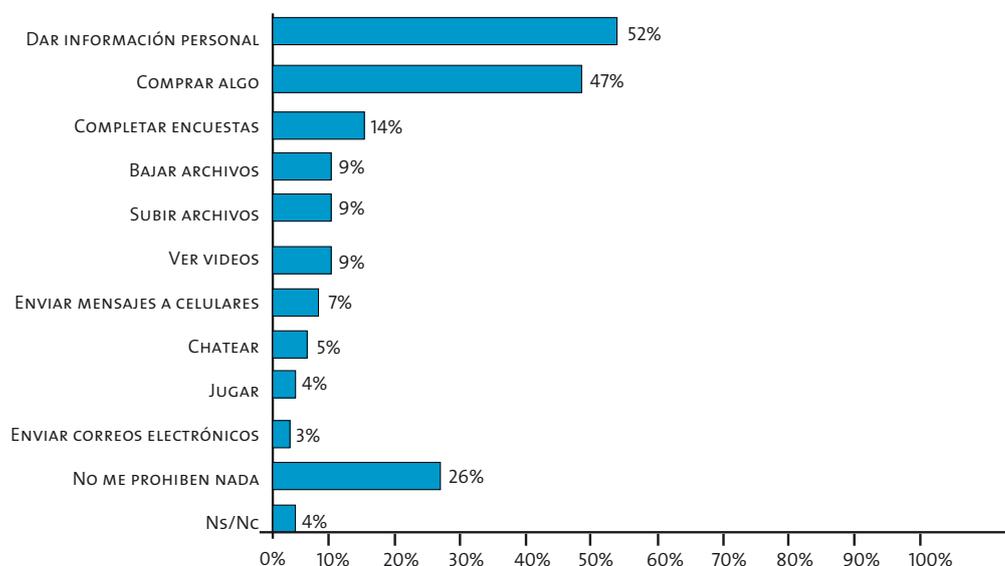


### 4.1.2 Restricciones

Uno de cuatro jóvenes reconoce que los padres no establecen prohibiciones al momento de navegar.

Los límites más frecuentes se refieren a brindar información personal o a comprar algo por Internet. Nuevamente se destaca la escasa mención de límites impuestos por los padres en relación a los contenidos de entretenimiento a los que los jóvenes pueden acceder al navegar por Internet. Resulta interesante analizar este comportamiento a la luz de lo que sucede con los contenidos de la TV. Apenas el 9% de los chicos menciona tener prohibido ver videos en Internet, mientras este número asciende a 34% de chicos que dice tener prohibido ver cualquier programa de TV.

Gráfico 4.4 Prohibiciones al navegar por Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°28: Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

Curiosamente, hay mayor mención de las restricciones ejercidas por sus padres para cada una de las actividades realizadas en Internet en los mayores de 10 años que usan la PC en el ámbito escolar. Este dato podría indicar que hay una positiva influencia de la escuela en este ámbito y una mayor conciencia de estos alumnos de los potenciales riesgos de las actividades que pueden realizar en Internet.

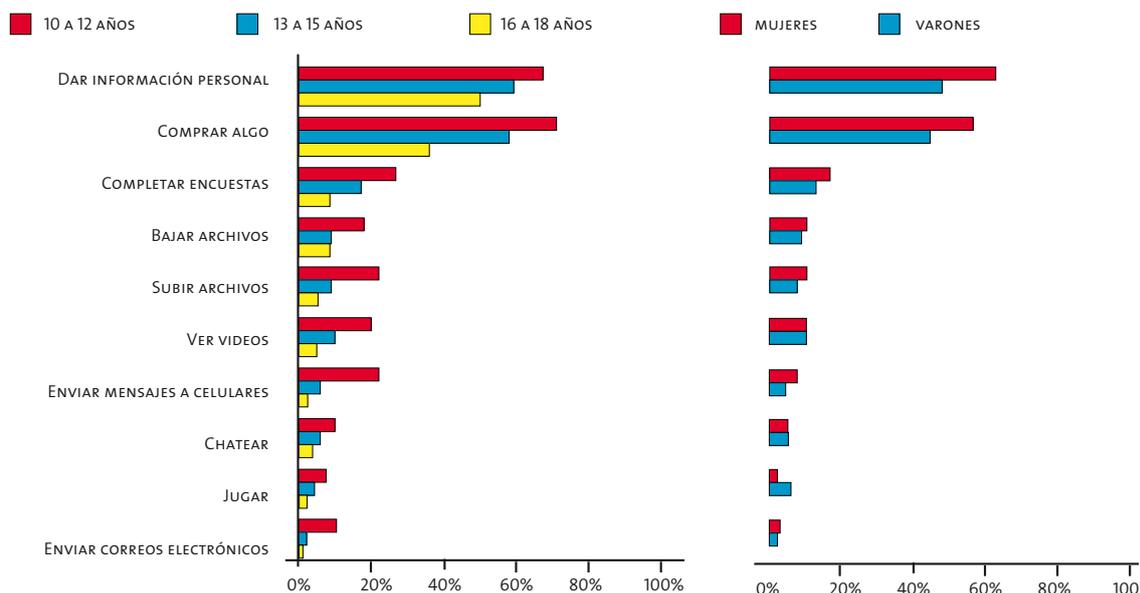
Tabla 4.3 Actividades en Internet restringidas por los padres (10 a 18 años)

	Comprar	Chatear	Dar info personal	Completar encuestas	Bajar archivos	Ver videos	Subir archivos	Enviar mensajes a celulares	Enviar emails	Jugar	No me prohíben nada	NS/NC
Usa PC en la escuela	52,5%	5,1%	57,5%	16,4%	9,4%	9,6%	10,3%	7,1%	3,3%	3,3%	23,1%	3,6%
Media	47,1%	5,2%	51,6%	14,1%	9%	8,8%	8,9%	6,5%	3%	3,8%	25,5%	3,8%

Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°28: Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet y a la pregunta pregunta N° 14: ¿En qué lugar sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta) N= 785 escolares que suelen usar Internet en el colegio.

Las mujeres reconocen en mayor medida las restricciones impuestas por los padres a sus actividades en Internet. Y, una vez más, la actitud paterna cambia según la edad de los chicos. Se manifiestan mayores límites en los chicos de entre 10 y 12 años, porcentaje que va disminuyendo a medida que los hijos son más grandes.

Gráfico 4.5 Prohibiciones de los padres por edad y género (10 a 18 años)



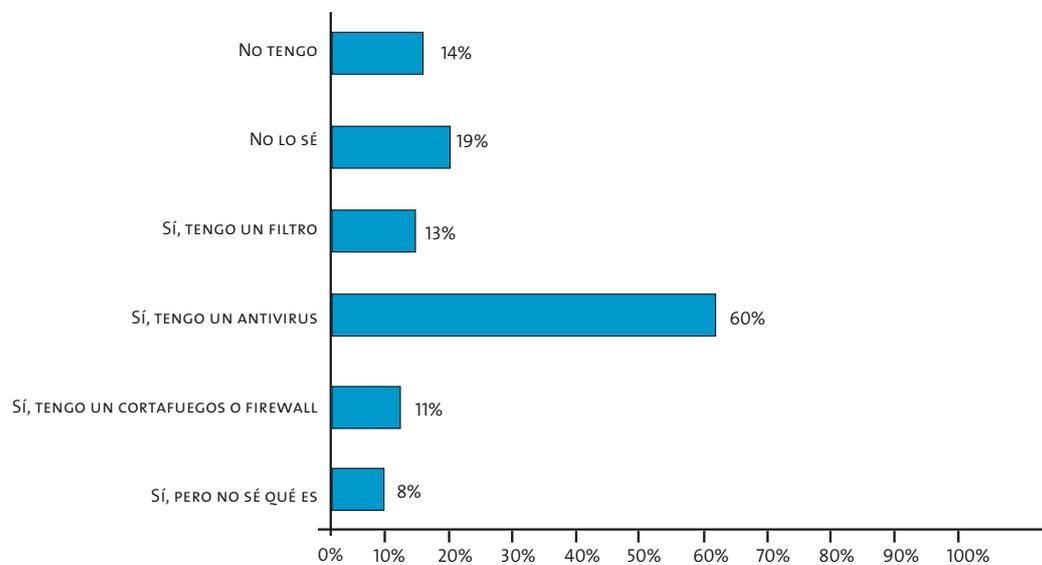
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°28. Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer? (Es posible más de una respuesta) N=1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.



#### 4.1.2.1 Controles tecnológicos

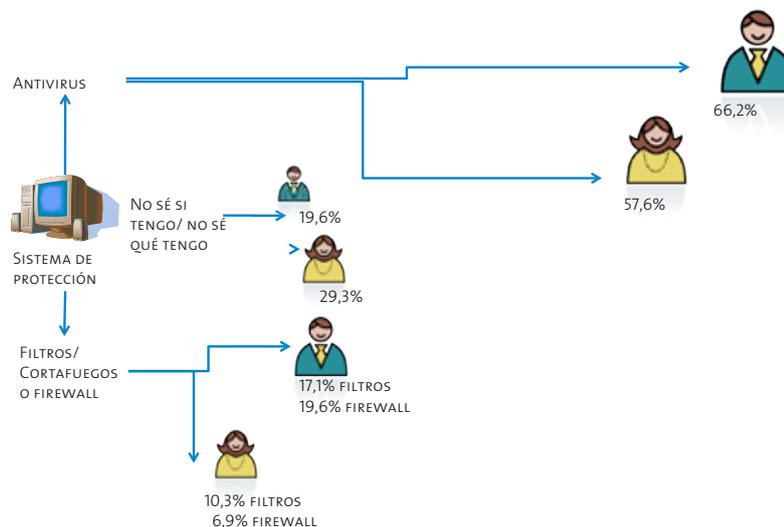
En concordancia con la autonomía de los jóvenes frente a sus padres en relación con los contenidos a los que pueden acceder en la Red, es muy bajo el porcentaje que reconoce que tiene un filtro de contenidos (13%). Un 8% adicional sabe que tiene algo, pero no sabe con exactitud de qué se trata. El 14% afirma que no lo tiene y un 19% desconoce si tiene algún tipo de filtro o no. Por otro lado, el 60% de los encuestados es consciente de la presencia de un antivirus en su computadora.

Gráfico 4.6 Sistemas de protección tecnológicos (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°25: Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet (antivirus, filtro de contenidos...)? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

Gráfico 4.7 Sistemas de protección tecnológicos por género (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°25: Tiene instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet (antivirus, filtro de contenidos...)? (Es posible más de una respuesta) N= 1918 escolares de 10 a 18 años que usan Internet.

### Hardware vs software

El desconocimiento de los hijos con respecto a la existencia de filtros de contenido y la clara conciencia de la presencia del antivirus podría ser reflejo de una paradójica actitud paterna. Parecería haber mayor conciencia de los padres de los potenciales daños al equipo, ya sea en cuanto al *software* o al *hardware*, por el mal uso de Internet que de los posibles perjuicios en sus hijos por acceder a contenidos nocivos o no acordes con su edad.

## 4.2 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE A LA TV

### 4.2.1 Elección de los programas

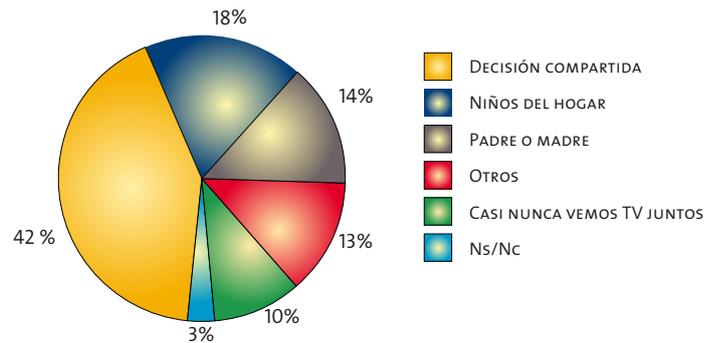
Ya hemos mencionado, en el capítulo de TV, que el 54% de los jóvenes dice ver tele en compañía de otras personas y que sólo el 10% reconoce que casi nunca ve televisión en familia. Pero independientemente de estar solos o acompañados el poder de decisión de la Generación Interactiva sobre qué contenidos mirar en televisión es relativamente alto.

Al mirar TV en familia, la decisión es de ellos o sus padres en un 42% y de los niños o jóvenes del hogar en un 18%.

Asimismo, el 34% de los chicos dice no tener ningún tipo de restricción de sus padres sobre los contenidos y programas que ve en televisión.



Gráfico 4.8 ¿Quién elige qué ver en TV? (10 a 18 años)

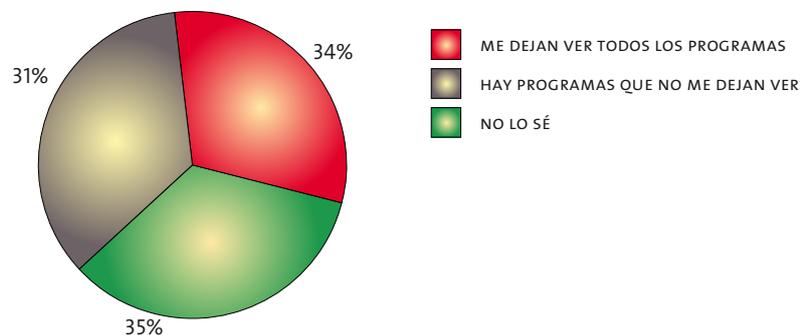


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°57: Cuando miras TV en familia, ¿quién elige qué programa mirar? (Es posible más de una respuesta) N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV en el hogar.

#### 4.2.2 Restricciones a los programas

Un porcentaje similar reconoce algunas restricciones y otro tercio no tiene claro cuál es la actitud o criterio de sus padres frente a los programas de TV.

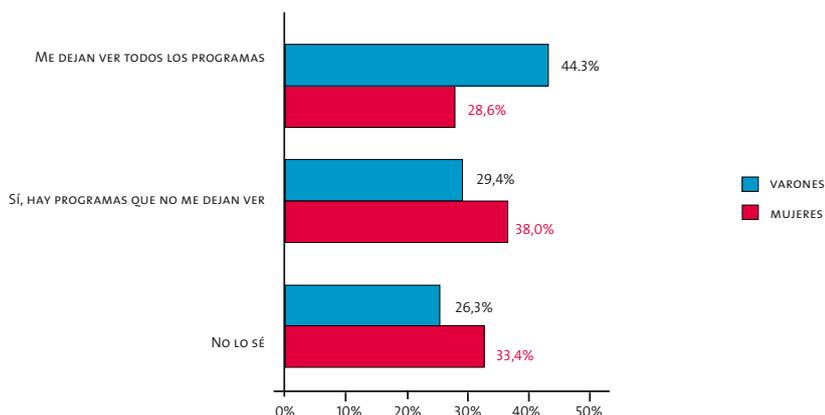
Gráfico 4.9 ¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°58: ¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver? N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV en el hogar.

Al igual, que con el uso de Internet, los varones expresan tener más libertad sobre la elección de contenidos que las mujeres: 44% dice poder ver todos los programas vs. 29% de las mujeres.

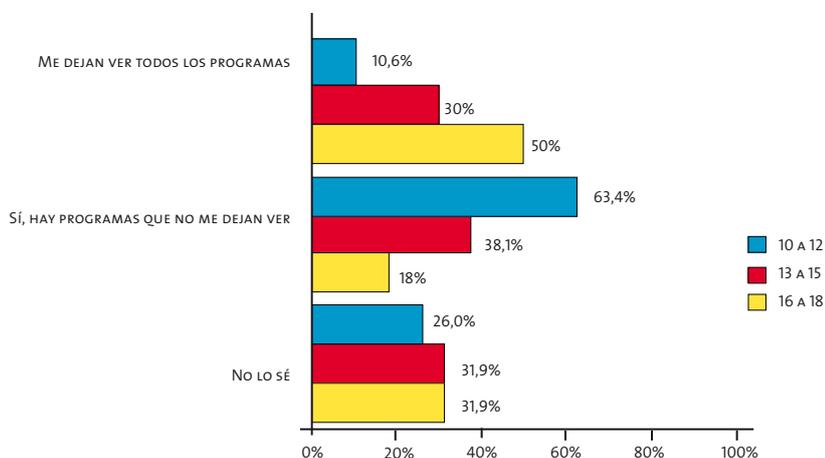
Gráfico 4.10 Restricciones a la TV por género (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°58: ¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver? N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV en el hogar.

Asimismo, a mayor edad, mayor es también la autonomía frente a los padres: sólo el 10% de los niños de 10 a 12 años dice poder ver todos los programas de TV, porcentaje que aumenta al 30% entre los adolescentes de 13 a 15 años, y al 50 % entre los jóvenes de 16 a 18 años.

Gráfico 4.11 Restricciones a la TV por segmento de edad (10 a 18 años)



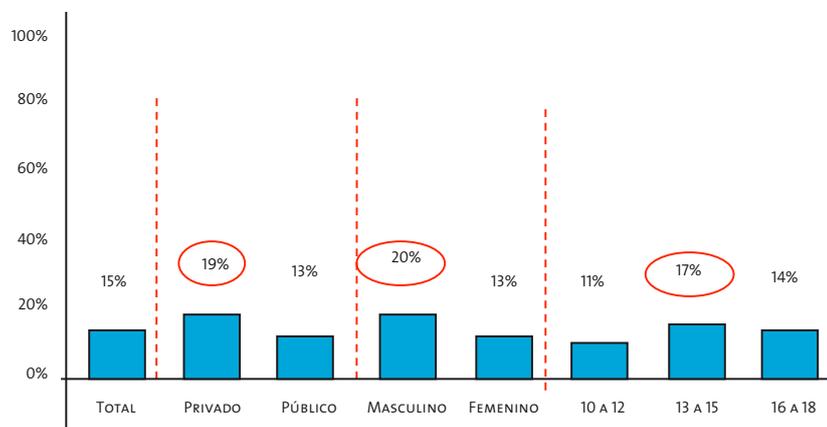
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°58: ¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver? N= 1950 escolares de 10 a 18 años con TV en el hogar.



### El control no siempre es efectivo

A pesar de reconocer la restricción paterna frente a los contenidos que elijen mirar, el 20% de los varones y el 13% de las mujeres afirma haber visto alguna vez programas que sus padres le han prohibido.

Gráfico 4.12 Alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver (10 a 18 años)



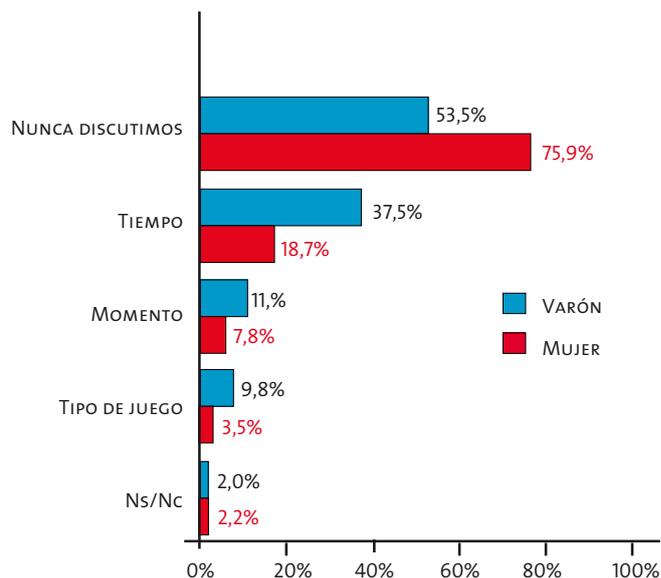
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de respuestas a la pregunta N°59: ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? N= 1950 escolares de 10 a 18 años que tienen TV en el hogar.

### 4.3 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE A LOS VIDEOJUEGOS

Los videojuegos son el ámbito de entretenimiento en el hogar que menor conflicto genera entre padres y jóvenes en la Argentina. Como hemos mencionado, un 67% dice no discutir nunca por este tema, porcentaje que es aún mayor entre las mujeres, llegando a un 75,9%.

El conflicto más frecuente entre quienes sí tienen discusiones en relación con el uso de videojuegos, se da por el tiempo que los jóvenes pasan jugando. Una vez más y al igual que en Internet, los temas o contenidos de los videojuegos no parecen ser ámbitos de conflicto entre padres e hijos.

Gráfico 4.13 Motivos de discusión con los padres por el uso de videojuegos por género (10 a 18 años)



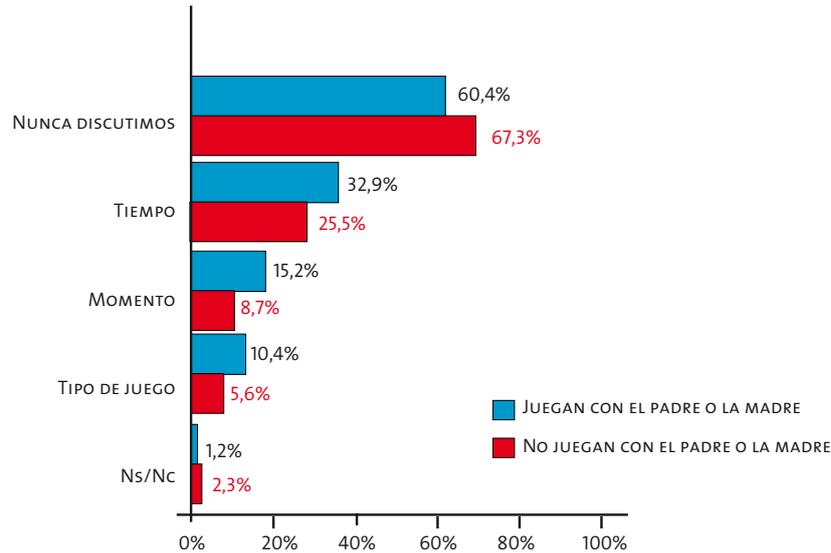
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°49: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de los videojuegos o juegos de computadora, ¿podrías indicarnos el motivo? N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

### 4.3.1 Impacto del comportamiento paterno

Es muy bajo el porcentaje de jóvenes que juega videojuegos con sus padres (12.68%), pero el hecho de jugar juntos parece tener relación directa con una mayor mediación de los padres en todos los aspectos de la relación de los jóvenes con los videojuegos. Estos chicos son los que en mayor medida dicen discutir con sus progenitores por el tiempo, el momento y el tipo de juegos que juegan. Asimismo, son más concientes que el resto sobre los aspectos tanto negativos como positivos que implica jugar con videojuegos.



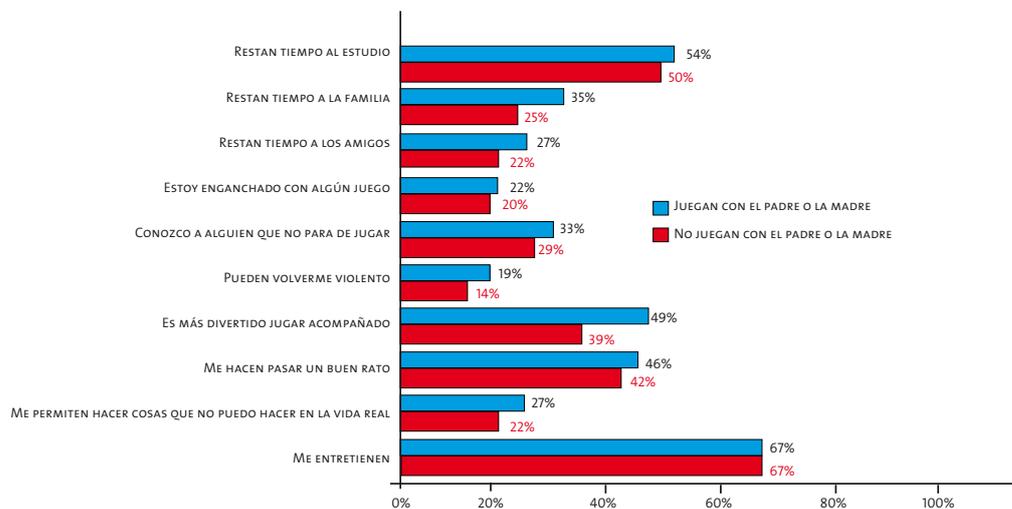
Gráfico 4.14 Motivos de discusión con los padres por el uso de videojuegos según mediación paterna (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°49: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de los videojuegos o juegos de computadora, ¿podrías indicarnos el motivo? y N°48: ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta) N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

### Mayor conciencia de los efectos del juego

Gráfico 4.15 Percepción de los videojuegos según mediación paterna (10 a 18 años)

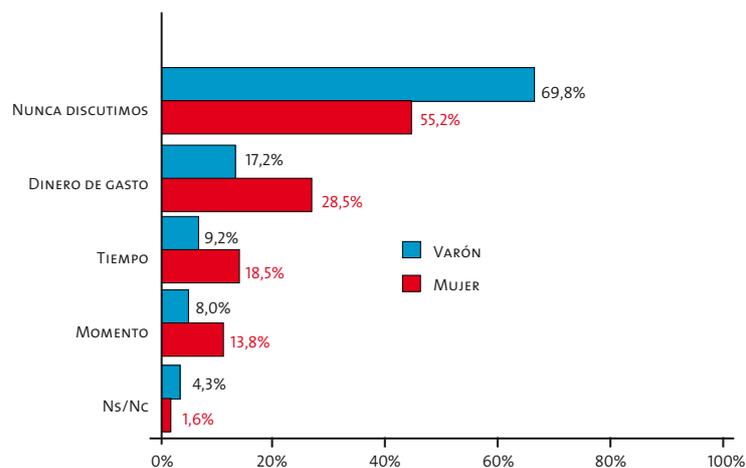


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°50: ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? y N°48: ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta) N= 164 escolares de 10 a 18 años que juegan con el padre y N= 1129 escolares que no juegan con sus padres.

#### 4.4 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES FRENTE AL CELULAR

En línea con la altísima afinidad entre las mujeres y el celular, se evidencian más discusiones entre las mujeres y sus padres por el tiempo, el momento y el gasto del uso de este dispositivo. El 70% de los varones, en cambio, no discute con sus padres por motivos relacionados con el uso del teléfono celular.

Gráfico 4.16 Motivos de discusión con los padres por el uso del celular por género (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°38: A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces del celular, ¿podrías indicarnos el motivo? N= 1970 escolares de 10 a 18 años.







**QUINTA PARTE**  
**ROL E INFLUENCIA**  
**DE LA ESCUELA**





## 5. ROL E INFLUENCIA DE LA ESCUELA

En la responsabilidad por tutelar el sano desarrollo de niños y jóvenes hacia su vida adulta, la escuela ocupa detrás de los padres un rol fundamental. Y al igual que los progenitores, los docentes se ven sobrepasados a diario por la velocidad y el impacto de los cambios que impone la revolución digital y temen, entre otras cosas, perder autoridad y relevancia en la formación de los alumnos si no logran adaptarse al nuevo contexto.

Por ese motivo, la investigación sobre la Generación Interactiva ha hecho especial hincapié en comprender la situación de docentes y escuelas frente a las nuevas tecnologías, y sus limitaciones y oportunidades como guías en el buen uso que los niños y adolescentes hacen de ellas.

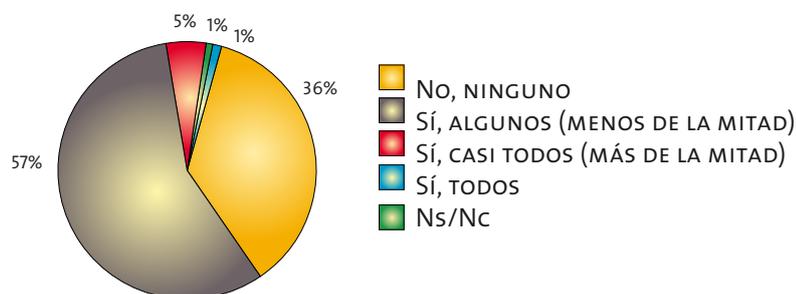
Dado el peso de Internet en la configuración del entorno mediático, social y cultural de los jóvenes de la Generación Interactiva el cuestionario ahonda, en particular, en el uso que los docentes hacen de esta herramienta en la formación y orientación de los alumnos y su influencia en las prácticas digitales de los jóvenes.

### 5.1 USO DE INTERNET EN LA FORMACIÓN EDUCATIVA

Los resultados de América Latina demuestran que Internet ha entrado, por ahora tímidamente, en la escuela y de la mano de unos pocos docentes. Los alumnos de entre 10 y 18 años de los países participantes afirman que el 44% de sus docentes no usa ni recomienda el uso de Internet como algo útil para el estudio.

En la Argentina, este porcentaje es un tanto menor (35%), pero aún así sólo el 5% dice que más de la mitad de sus docentes usa y recomienda el uso de Internet para estudiar. Lo más frecuente (57%) es encontrar unos pocos docentes que utilizan Internet e incentivan a sus alumnos a usarla. Esta situación aumenta a medida que aumenta la edad de los alumnos.

Gráfico 5.1 ¿Algún profesor usa Internet para explicar su materia o la recomienda para estudiar? (10 a 18 años)

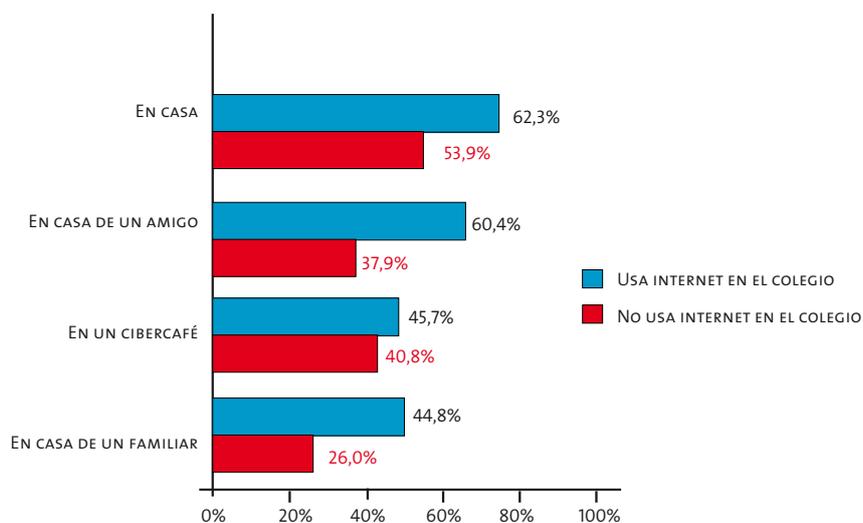


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°10: ¿Tienes algún profesor que utiliza Internet para explicar su materia o te recomienda que uses Internet para estudiar o practicar su materia (por ejemplo, dándote direcciones interesantes...?) N= 1970 escolares de 10 a 18 años.

## 5.2 INFLUENCIA DE LA ESCUELA EN EL USO DE INTERNET

A pesar del limitado uso de Internet por parte de los docentes, y dado este contexto, resulta altamente significativo -al analizar la percepción y las prácticas concretas de los adolescentes argentinos en Internet- la evidente y positiva influencia de la escuela en este ámbito. Una primera conclusión indica que el uso de Internet en la escuela favorece su utilización en otros ámbitos.

Gráfico 5.2 Lugar de navegación según acceso escolar a Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta N°14: ¿En qué lugar sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta) N= 785 escolares de 10 a 18 años que usan Internet en el colegio y N= 1185 escolares de 10 a 18 años que no usan Internet en el colegio.

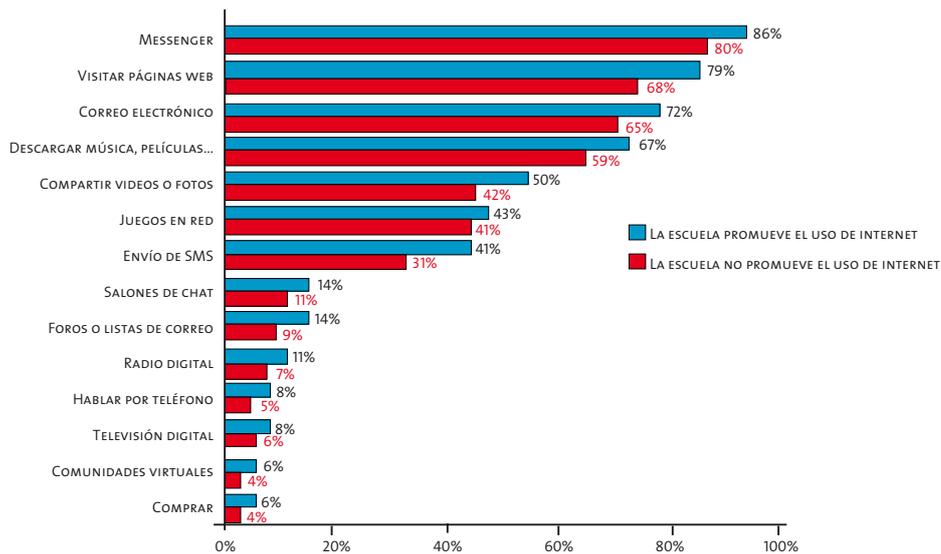
Asimismo, los escolares con acceso a la Red desde sus aulas hacen un uso más intensivo –en tiempo, en servicios y contenidos- que aquellos jóvenes que no acceden a Internet en la escuela. A continuación veremos en qué medida.

### Mayor variedad de uso entre quienes tienen incentivo escolar

Los alumnos que tienen algún profesor que utiliza Internet para su materia y recomienda su uso para estudiar, utilizan los servicios y actividades de Internet, en mayor medida que quienes no reconocen ningún incentivo docente.



Gráfico 5.3 Variedad de uso en Internet según mediación escolar (10 a 18 años)



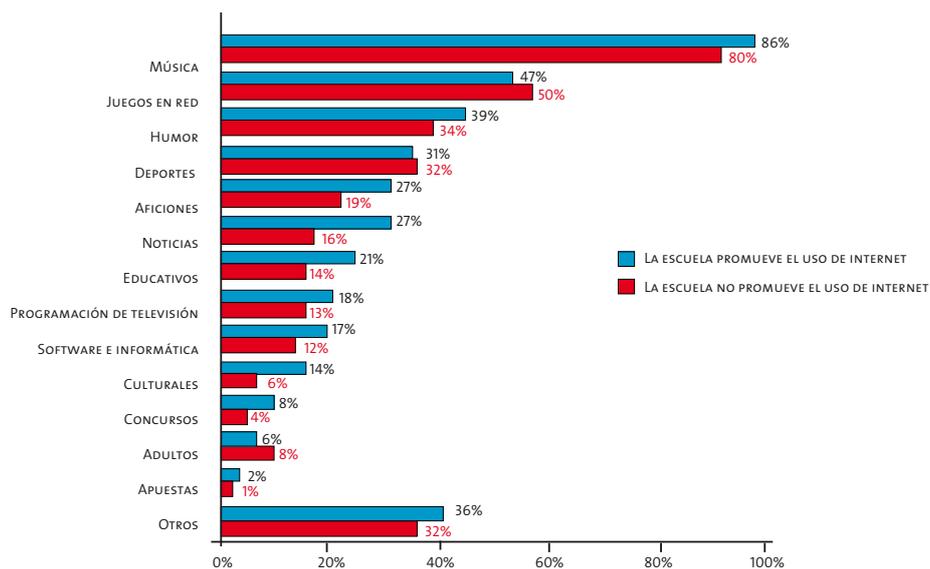
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Respuestas a la Pregunta N°15: Indica cuál de los siguientes servicios utilizas cuando navegas por Internet (Es posible más de una respuesta). N= según pregunta N°10: ¿Tienes algún profesor que utiliza Internet para explicar su materia o te recomienda que uses Internet para estudiar o practicar su materia (por ejemplo, dándote direcciones interesantes...?) N= 1233 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes promueven el uso de internet y N= 711 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes no promueven el uso de Internet.

### Mayor consulta a contenidos educativos y culturales

Asimismo, estos alumnos son quienes más visitan páginas web de noticias y de contenidos educativos y culturales. En particular, es en estos últimos contenidos en donde superan por la mayor diferencia porcentual a aquellos alumnos cuyos docentes no usan Internet.

De todas maneras, debemos resaltar que este tipo de contenidos dista de ser el más popular entre los jóvenes de la Generación Interactiva, quienes, como hemos mencionado anteriormente, se inclina en su mayoría por los contenidos y actividades vinculadas al entretenimiento cuando navegan por Internet.

Gráfico 5.4 Contenidos consultados en Internet según mediación escolar (10 a 18 años)



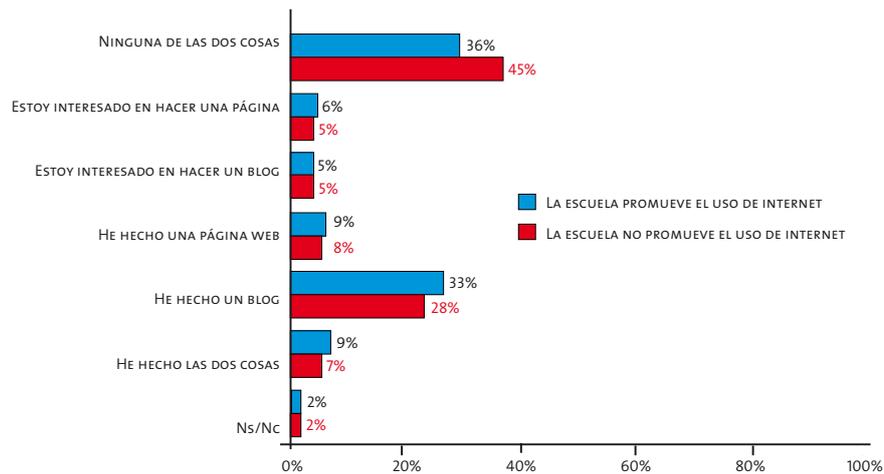
Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Pregunta N°16: Cuando visitas páginas Web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras visitar? (Es posible más de una respuesta). N= según pregunta N°10: ¿Tienes algún profesor que utiliza Internet para explicar su materia o te recomienda que uses Internet para estudiar o practicar su materia (por ejemplo, dándote direcciones interesantes...?) N= 1233 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes promueven el uso de internet y N= 711 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes no promueven el uso de Internet.

### Mayor creatividad en el uso

Los alumnos argentinos que trabajan con docentes que utilizan la Red o que los incentivan a usarla representan el mayor porcentaje de jóvenes que han creado un blog o fotolog, con un 32,7%.



Gráfico 5.5 Creatividad en Internet según mediación escolar (10 a 18 años)

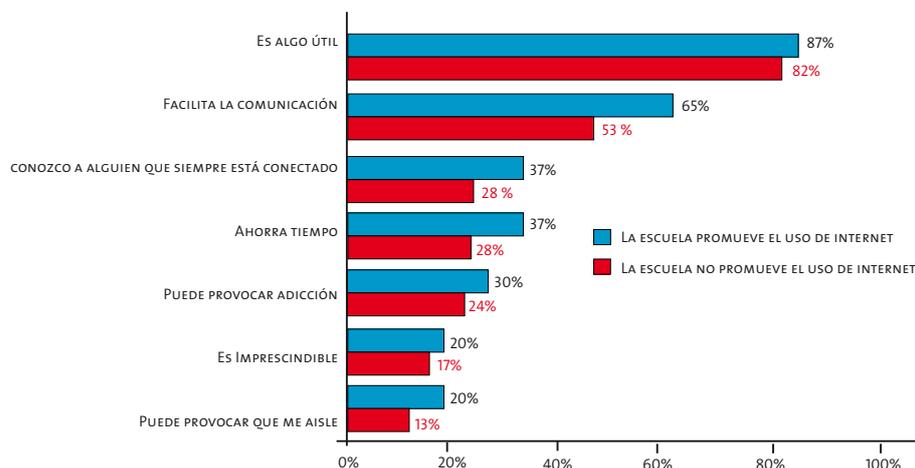


Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Pregunta N°17: ¿Has hecho alguna página Web o algún blog? N: según pregunta N°10: ¿Tienes algún profesor que utiliza Internet para explicar su materia o te recomienda que uses Internet para estudiar o practicar su materia (por ejemplo, dándote direcciones interesantes...?) N= 1233 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes promueven el uso de Internet y N= 711 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes no promueven el uso de Internet.

### Valoración racional y pragmática de Internet

Asimismo, este grupo de alumnos es más consciente que el resto sobre los aspectos tanto negativos como positivos de Internet. Tiene una opinión formada al respecto del uso de Internet, que se caracteriza por ser más pragmática que de una fascinación irracional.

Gráfico 5.6 Valoración de Internet según rol de la escuela (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Pregunta N°30: Para mí Internet... N= según pregunta N°10: ¿Tienes algún profesor que utiliza Internet para explicar su materia o te recomienda que uses Internet para estudiar o practicar su materia (por ejemplo, dándote direcciones interesantes...?) N= 1233 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes promueven el uso de Internet y N= 711 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes no promueven el uso de Internet.

**Ninguna incidencia de la escuela en la pericia técnica**

Es curioso, pero coherente con el marcado perfil autodidacta de los jóvenes argentinos, que no parecería haber relación directa entre el uso de Internet en la escuela y el nivel de pericia percibido por los alumnos. De hecho, hay más alumnos que se consideran expertos entre aquellos que no usan Internet en la escuela, que entre los que sí lo hacen.

Tabla 5.1 ¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia o la recomienda para estudiar? vs. Pericia al navegar (10 a 18 años)

Incentivo escolar	Soy un principiante	Tengo un nivel medio	Mi nivel es avanzado	Soy todo un experto	NS/NC
Si	14,2	48,5	25,1	10,9	1,3
No	16	43,5	26,2	11,4	2,9

Fuente: Encuesta La Generación Interactiva en Iberoamérica. Elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta N°29: Cuando utilizas Internet, ¿cómo te consideras? N= 1970 escolares de 10 a 18 años y a la pregunta N°10: ¿Tienes algún profesor que utiliza Internet para explicar su materia o te recomienda que uses Internet para estudiar o practicar su materia (por ejemplo, dándote direcciones interesantes...?) N= 1233 escolares de 10 a 18 años cuyos docentes promueven el uso de Internet.

A la luz de estos resultados, parece ineludible que quienes deben definir las políticas educativas, comprendan la importancia de que la escuela no sólo no sea ajena al nuevo entorno mediático, sino que sirva de guía a padres y alumnos para transitar los cambios acelerados que la revolución digital genera en todos los órdenes de la vida.

Es por otro lado evidente que en el proceso de transformación, las instituciones educativas no deben poner tanto el foco en los aspectos y usos técnicos de las tecnologías –en los cuales los alumnos ya son expertos- como en la formación de criterios y valores en relación con los nuevos medios y tecnologías. Como sostienen los autores del libro ‘Born Digital’, los valores tradicionales y el sentido común que ha servido en la formación de los menores desde siempre, aún son relevantes en este nuevo mundo atravesado por la tecnología digital. Y mantener un diálogo abierto con la Generación Interactiva va a ser la clave de éxito de cualquier proceso de adaptación <sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Born Digital, 2008. Basic Books. Página 10.





**SEXTA PARTE**  
**CONCLUSIONES**





## 6. CONCLUSIONES

Hasta aquí hemos analizado la relación de los escolares argentinos de 6 a 18 años, o la llamada Generación Interactiva, con la TV, el celular, Internet y los videojuegos, desde cuatro aspectos clave:

- Acceso y hábitos de uso de cada plataforma.
- Impacto en las relaciones y círculos sociales.
- Actitud y conducta de los padres.
- Rol e influencia de la escuela.

En el presente capítulo analizaremos los resultados más significativos del estudio siguiendo los mismos ejes temáticos.

### 6.1 ACCESO Y HÁBITOS DE USO DE CADA PLATAFORMA

La Generación Interactiva argentina está bien equipada y conectada a la Red, y se caracteriza, más que ningún otro país participante del estudio, por poseer un perfil creador de contenidos y por aprender a usar las nuevas tecnologías de forma intuitiva, sobre la base de prueba y error. Además, cuando se les da a elegir entre todas las pantallas, notamos que el sexo de los alumnos escolares argentinos influye en sus preferencias: los varones prefieren la Internet, mientras que las mujeres se inclinan por el teléfono celular.

Los resultados más significativos de la investigación revelan que la visión y las prácticas de la Generación Interactiva difieren, en varios aspectos, de la creencia y opinión de quienes no forman parte de este segmento etario.

#### 6.1.1 Una generación equipada

La Generación Interactiva argentina representa el segmento mejor equipado y conectado de la población, estando en mejor posición que sus pares de los otros países analizados. Junto con Chile (82%), la Argentina (79%) lidera en la cantidad de hogares con computadoras entre los mayores de 10 años y tiene la mayor penetración de Internet (57%), junto con Brasil. Asimismo, la Argentina se destaca por la altísima penetración de celulares y TV por Cable, no sólo en los hogares de los adolescentes sino en la población en general. Los jóvenes argentinos acceden a Internet primordialmente desde el hogar, y se caracterizan por un alto porcentaje que accede desde la casa de algún amigo (46%) y desde el cibercafé (40%), superando a la media regional en estos aspectos<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Gráficos 2.1.5 y 2.2.3. ver pág. 24 y 30.

## 6.1.2 Primacía del entretenimiento

Como ya hemos visto, el punto de partida para comprender el vínculo de la Generación Interactiva con las nuevas tecnologías es entender el rol central que ocupa el entretenimiento en la vida de niños y jóvenes.

La búsqueda de entretenimiento es una de las motivaciones clave de la generación Interactiva para el uso de las nuevas tecnologías. El ocio digital reúne los atributos más valorados por estos segmentos de edad (interactividad, rapidez, variedad, flexibilidad) y se adapta a la perfección a sus necesidades de expresión, diversión, libertad y sociabilidad. Debido a que en general todas las pantallas disponibles pueden utilizarse para este fin, la búsqueda de entretenimiento, sumada a una evidente restricción del tiempo disponible para el ocio, genera una verdadera competencia entre las pantallas para captar la atención de los niños y adolescentes argentinos.

### Competencia entre pantallas

Al compararlas con los medios tradicionales, las nuevas plataformas se han convertido en las favoritas de la Generación Interactiva, aún frente a la televisión. En este contexto, es significativo el alto porcentaje de argentinos mayores de 10 años que reconoce haberle quitado tiempo al estudio (38%), la televisión (32%) y la lectura (27%) por el uso de Internet. Y en estos tres aspectos, la Argentina registra los valores más elevados de América Latina<sup>19</sup>.

Así y todo, los resultados del estudio también revelan que, a pesar de la altísima afinidad de la Generación Interactiva con las nuevas tecnologías, estas no han desplazado por completo el interés en actividades recreativas más tradicionales. Al indagar sobre la actividad favorita para pasar el tiempo libre entre los niños de 6 a 9 años de edad, éstos mencionan una gran variedad de intereses: videojuegos, amigos, deporte, música y televisión, entre otros. Asimismo, para los chicos de entre 10 y 18 años la TV sigue siendo la actividad preferida después de cenar. Y, entre otros indicadores, no existen diferencias significativas en el tiempo de consumo de TV entre los jóvenes argentinos que tienen PC e Internet en su hogar y los que no poseen las nuevas tecnologías<sup>20</sup>.

En otras palabras, lo que este estudio pone de manifiesto es que la Generación Interactiva no distingue entre medios digitales y tradicionales, o prácticas nuevas y viejas, moviéndose naturalmente por todas las pantallas.

Clara muestra de ello es que la TV, un medio tradicional (unidireccional y lineal) para quienes no formamos parte del segmento de estudio, es para la Generación Interactiva un medio de gran atractivo porque permite combinar y acompañar múltiples tareas, sean éstas mediáticas o no: comer (80%), hacer las tareas del colegio (49%) y charlar en familia (44%) son las más mencionadas por los argentinos encuestados<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Gráfico 2.2.7. ver pág. 34.

<sup>20</sup> Gráficos 2.1.1 y 2.1.3. ver pág. 19 y 22.

<sup>21</sup> Gráfico 2.3.6. ver pág. 47.



Es también significativo que el 46% de los argentinos mayores de 10 años diga que siempre prende la televisión cuando llega a su casa. La multitarea intensa y esta práctica habitual, permiten suponer que el consumo de TV no siempre está motivado por la programación, a pesar de ser, aún hoy, el medio de contenidos de entretenimiento por excelencia.

### 6.1.3 Generación de Contenidos

La Generación Interactiva argentina posee un perfil más orientado a la utilización de las nuevas tecnologías para la generación de contenidos que sus pares de la región. Un dato que sirve para ejemplificar esta tendencia es que la mitad de los argentinos mayores de 10 años ha generado un blog o una página web<sup>22</sup>.

La misma actitud se observa en el uso del celular. Gran parte de las múltiples actividades que los jóvenes argentinos realizan con el celular tiene relación con la creación y el consumo de contenidos de entretenimiento: la mitad menciona la música, las fotos y ver y grabar videos como actividades primordiales realizadas con su teléfono móvil<sup>23</sup>.

#### Aprendizaje intuitivo y efectivo

Los jóvenes argentinos también se destacan del resto de América Latina por su marcado perfil autodidacta. La Argentina está segunda, detrás de Chile, con la mayor cantidad de internautas en el segmento de 10 a 18 años que dicen aprender a usar Internet intuitivamente (63%). Varones y mujeres difieren en este aspecto: ellos tienen mayor porcentaje de autodidactas que las mujeres (71% vs. 59%)<sup>24</sup>.

Este aprendizaje ‘a prueba y error’ es altamente efectivo para la Generación Interactiva argentina si consideramos que suman más del 80% de los encuestados los que se consideran ser usuarios de Internet de niveles medio, avanzado y experto. El estudio reveló también ciertas diferencias en la pericia de los jóvenes de acuerdo al sexo y al tipo de escuela al que concurren: el nivel de pericia resulta ser mayor entre los varones y los alumnos de colegios privados<sup>25</sup>.

### 6.1.4 Valoración pragmática de las nuevas herramientas

A pesar del altísimo atractivo que tiene Internet para los jóvenes argentinos, el valor que le otorga la mayoría está lejos de generar una fascinación irracional, estando éste íntimamente relacionado con sus funcionalidades y utilidad. Facilitar la comunicación (60%) y ahorrar tiempo (33%) son las ventajas más mencionadas con respecto a este medio. Sólo el 19% considera que Internet es imprescindible<sup>26</sup>.

---

<sup>22</sup> Gráfico 2.2.9. ver pág. 36.

<sup>23</sup> Gráfico 2.4.5. ver pág. 51.

<sup>24</sup> Gráfico 2.2.10. ver pág. 37.

<sup>25</sup> Gráfico 2.2.11. ver pág. 38.

<sup>26</sup> Gráfico 2.2.13. ver pág. 40.

Una actitud similar se aprecia al indagar sobre el valor del celular para los jóvenes de la Generación Interactiva. A pesar de la afinidad y uso frecuente del teléfono móvil, al 68% de los adolescentes argentinos no parece preocuparle si se quedara dos semanas sin poder usarlo. Sin embargo, el sexo de los encuestados influye en esta actitud frente a la falta del teléfono celular: las mujeres perciben en mayor medida que los varones un impacto negativo ante la potencial ausencia de este dispositivo<sup>27</sup>.

## 6.2 IMPACTO EN LAS RELACIONES Y CÍRCULOS SOCIALES

### 6.2.1 Expansión de lo social

La Generación Interactiva argentina presenta una mayor inclinación a estar con amigos que la del resto de los países del estudio, y este perfil gregario atraviesa el uso que hacen niños y jóvenes de cada plataforma.

Como ya hemos mencionado, las nuevas tecnologías están modificando el entorno social del hogar. De ser el ámbito propio y exclusivo de la familia, la casa se ha convertido en el espacio de los amigos, virtuales y físicos.

Las nuevas tecnologías multiplican exponencialmente los círculos sociales a los que los jóvenes pueden acceder y los argentinos no son ajenos a este nuevo escenario. El 57% de los mayores de 10 años tiene algún amigo virtual, y un tercio incluso lo ha conocido personalmente<sup>28</sup>.

### 6.2.2 Sociabilidad mediada

Al analizar las actividades de la Generación Interactiva argentina al navegar en Internet, surge una clara tendencia a utilizar las múltiples opciones que ofrece la Red para el intercambio con otros: Chat (MSM), SMS, Skype, y You Tube, entre otros. Priman las conversaciones por escrito, con total preponderancia del Chat a través del Messenger (mencionado por 83% de los encuestados) pero también se destaca el uso de la comunicación asincrónica en forma de emails (69%) o SMS (37%). Este comportamiento es totalmente consistente con la valoración que hacen los jóvenes argentinos de Internet como una herramienta que facilita la comunicación<sup>29</sup>.

La posibilidad de hablar con sus amigos (82%) y hasta con desconocidos es el mayor atractivo del Messenger para la Generación Interactiva argentina<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> Gráfico 2.4.8. ver pág. 53.

<sup>28</sup> Gráfico 3.8. ver pág. 69.

<sup>29</sup> Gráfico 2.2.1. ver pág. 28.

<sup>30</sup> Gráfico 3.9. ver pág. 70.



Asimismo, los amigos son, para los jóvenes argentinos, fuente de conocimiento para el manejo de Internet con más frecuencia que para sus pares de la Región. Este porcentaje es aún más significativo entre aquellos que no tienen Internet en el hogar, quienes aprenden a navegar, en un 30% de los casos, gracias a la ayuda de algún amigo.

Como hemos mencionado, el carácter social de los jóvenes argentinos impacta en el uso de todas las pantallas. El envío de mensajes de texto es la actividad más popular en el celular, con un 95% de menciones (muy por encima de la media regional del 77%). Y los videojuegos, son altamente valorados porque, entre otras cosas, permiten jugar con amigos (52%) y otros (37,9%), y hasta hacer amigos jugando (25%)<sup>31</sup>.

Por último, al indagar sobre el consumo de TV, el 55% de los argentinos mayores de 10 años dice preferir ver televisión acompañado.

### 6.3 ACTITUD Y CONDUCTA DE LOS PADRES

Son muchos y de gran relevancia los resultados de la investigación referidos a la conducta mediadora de los padres argentinos en la relación de sus hijos con las nuevas tecnologías.

A continuación desarrollaremos los aspectos más significativos de esta mediación, con la ilusión de facilitar el diálogo entre padres e hijos y colaborar con la tarea formativa que los padres deben ejercer en el desafiante entorno digital.

Como rasgo general, el estudio revela que la Argentina está entre los países donde mayor porcentaje de jóvenes dice no discutir con sus progenitores acerca del uso que hacen de las diversas pantallas. Internet, en particular, es el medio con mayor reconocimiento de autonomía por parte de los adolescentes argentinos en comparación con el resto de la región<sup>32</sup>.

Veremos de qué manera esta actitud se ve reflejada en la participación de los padres en las actividades digitales de sus hijos y en las restricciones que promueven.

#### 6.3.1 Mediación más formal que de fondo

En la Argentina, el tiempo de uso es el tema más común de discusión entre padres e hijos en todas las pantallas, seguido por el momento del día en que se hace uso de la tecnología.

El estudio pone de manifiesto que el uso de videojuegos es el que menos conflicto genera. Sin embargo, si miramos entre los encuestados que sí discuten acerca del uso de estos dispositivos, se repite como tema de conflicto el tiempo que los jóvenes pasan jugando con estos dispositivos.

---

<sup>31</sup> Gráfico 2.4.5. ver pág. 51.

<sup>32</sup> Tabla 4.2. ver pág. 76.

La investigación revela la estrecha relación que existe en la Argentina entre el equipamiento del hogar y el tipo de uso que hacen los niños y jóvenes de las distintas pantallas. En el caso de la TV, la multiplicidad de aparatos y su presencia en varios ambientes del hogar influye directamente en el tiempo y la experiencia de uso de la Generación Interactiva. Los hogares con más aparatos de TV tienen mayor porcentaje de heavy users y parecen promover un uso más individual de esta pantalla<sup>33</sup>.

Uno de los datos más reveladores acerca de la baja mediación de los padres en el uso de las nuevas tecnologías por parte de sus hijos, es la escasa mención a los contenidos y actividades realizadas en las diversas pantallas como tema de discusión entre los jóvenes y sus padres. Con respecto a Internet, sólo un 7% de los jóvenes argentinos reconoce que los contenidos visitados al navegar son motivo de conflicto con sus padres y apenas un 9% tiene prohibido ver videos al navegar. Paradójicamente, esta situación cambia cuando se trata de la TV: 34% de los chicos argentinos dice tener prohibido ver algún programa<sup>34</sup>.

La baja mediación de los padres en cuanto a los contenidos a los que acceden sus hijos cuando utilizan la Internet se ve también reflejada en el bajo porcentaje de adolescentes argentinos que reconoce tener un filtro de contenidos al navegar (13%). En contraposición, pareciera ser que los padres sí se preocupan por proteger sus computadoras de posibles amenazas que puedan surgir a partir del uso de Internet por parte de sus hijos. Ésto se ve reflejado en el hecho de que el 60% de los encuestados es consciente de la presencia de un antivirus en su computadora<sup>35</sup>.

Este escenario pone de manifiesto la importancia de que los padres puedan adaptar sus prácticas formativas al nuevo entorno digital. Es probable que la pasividad frente a las nuevas pantallas se deba más al desconocimiento de los progenitores sobre cómo mediar en el uso que sus hijos hacen de ellas, que a criterios divergentes según los distintos medios. En este sentido, son muy relevantes los resultados vinculados al uso de videojuegos. Si bien es muy bajo el porcentaje de jóvenes argentinos que juega videojuegos con sus padres (12.68%), del estudio surge que hay una directa relación entre esta práctica y una mayor conciencia de los jóvenes sobre los aspectos positivos y negativos de estos dispositivos<sup>36</sup>.

## 6.4 ROL E INFLUENCIA DE LA ESCUELA

La Generación Interactiva argentina no identifica, en general, a la escuela y los docentes como promotores y guías en el uso de las nuevas tecnologías.

---

<sup>33</sup> Tabla 2.3.2. ver pág. 46.

<sup>34</sup> Gráfico 4.4. ver pág. 79.

<sup>35</sup> Gráfico 4.6. ver pág. 81.

<sup>36</sup> Gráfico 4.15. ver pág. 87.



Si bien en la Argentina parecería estar más difundido el uso de la PC e Internet en la escuela que en el resto de los países del estudio, sólo el 5% de los jóvenes encuestados dice que más de la mitad de sus docentes usa y recomienda el uso de Internet para estudiar. La situación escolar más frecuente (57%) consiste en unos pocos docentes que utilizan Internet e incentivan a sus alumnos a hacer uso de esta herramienta para estudiar; práctica que aumenta a medida que aumenta la edad de los alumnos<sup>37</sup>.

Más allá de este contexto, el mayor valor de la investigación en relación al rol de la escuela en la alfabetización de la Generación Interactiva en las nuevas tecnologías y plataformas radica en confirmar el peso e influencia de la escuela en la actitud y conducta de los alumnos.

Como mencionamos en el capítulo de mediación escolar, el estudio se centra primordialmente en el uso de la PC e Internet por parte de los docentes. Desde esta perspectiva, las conclusiones más significativas se refieren al tipo de actividad, de los contenidos visitados, de la conducta creativa y del valor asignado por los jóvenes argentinos a esta plataforma.

La investigación pone de manifiesto que aquellos alumnos mayores de 10 años cuyos docentes utilizan Internet y recomiendan su uso para estudiar, utilizan los servicios y actividades de Internet en mayor medida que quienes no reconocen ningún incentivo escolar. Más aún, este grupo de alumnos representa el mayor porcentaje de jóvenes que ha creado un blog<sup>38</sup>.

Asimismo, y consistente con la actitud de sus docentes, son estos alumnos quienes más consultan contenidos educativos y culturales al navegar en Internet<sup>39</sup>.

Por último, es sumamente relevante para padres y docentes, entender la incidencia de la escuela en la valoración que los alumnos hacen de las nuevas plataformas. La investigación revela que aquellos alumnos cuyos docentes utilizan Internet en sus clases, son más concientes de los beneficios y de los aspectos negativos del uso de esta herramienta.

---

<sup>37</sup> Gráfico 5.1. ver pág. 93.

<sup>38</sup> Gráficos 5.3 y 5.5. ver pág. 95 y 97.

<sup>39</sup> Gráficos 5.4. ver pág. 96.

**LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN LA ARGENTINA**  
**Niños y jóvenes ante las pantallas**

Abril 2010

**COORDINADORES**

**Xavier Bringué Sala**

Universidad de Navarra-Foro Generaciones Interactivas

**Charo Sádaba Chalezquer**

Universidad de Navarra-Foro Generaciones Interactivas

Este informe está disponible en formato digital en:

[www.generacionesinteractivas.org](http://www.generacionesinteractivas.org)

[www.iae.edu.ar](http://www.iae.edu.ar)

Fundación  
*Telefonica*



Universidad  
de Navarra



UNIVERSIDAD  
AUSTRAL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN



CIMEL Centro de Investigación  
para la industria de Medios  
y Entretenimiento para  
Latinoamérica.

UNIVERSIDAD AUSTRAL

