



## ¿Cómo son las generaciones interactivas?

### Descripción

En octubre de 2008 se publicó el informe: *La generación interactiva en Iberoamérica* (Ariel-Fundación Telefónica), hito que constituye el primer estudio internacional sobre el uso de diversas pantallas entre menores de Argentina, Chile, Colombia, Brasil, México, Perú y Venezuela.

Las respuestas y opiniones de 25.467 escolares -algunos en la infancia, otros en plena adolescencia y los más mayores superando esa etapa- permiten caracterizarlos como la primera generación interactiva latinoamericana, al mismo tiempo que constituyen una fuente de conocimiento de gran valor en la identificación de los problemas nucleares que serán el objetivo fundamental de este proyecto.

A continuación, nos referimos brevemente a los rasgos característicos de la generación interactiva.

**1. Una generación equipada.** Todas las previsiones indican cómo el sector del ocio y del entretenimiento va a ser uno de los campos con mayor crecimiento mundial en los próximos años. De forma quizá silenciosa una generación provoca parte de estas tendencias: el adolescente -en muchos casos niño todavía- está consiguiendo equiparse para responder a sus necesidades interactivas. Algunos datos de posesión son indicio de ello: el 61% de los niños encuestados (6-9 años) y el 65% de los adolescentes, 10-18 años, declararon poseer un ordenador en casa; el 40% de los más pequeños y el 46% entre los mayores afirmó disponer de una conexión a Internet en su hogar; el 42% de los pequeños y el 83% de los adolescentes, por último, poseen un teléfono móvil propio. Sin embargo la posesión, a veces dificultada por las condiciones económicas, no limita el acceso a estas tecnologías interactivas: el 63% de los encuestados de seis años navega por la red, porcentaje que alcanza el 96% a los 17 años, lo que confirma la afinidad de este grupo de edad con los dispositivos digitales.

**2. Uso multifuncional de las pantallas.** Desde una visión adulta cabe pensar que cada medio, cada pantalla tiene asignado un cometido bien definido: el televisor sirve principalmente para entretener o informar, el teléfono móvil para comunicarse, los videojuegos para satisfacer necesidades lúdicas, Internet para buscar información y apoyar la faceta más importante -en tiempo y por naturaleza- de los más pequeños: la escuela. Sin embargo, por encima de esta percepción la generación interactiva parece definir las pantallas de forma integrada y multifuncional. De algún modo son medios capaces de dar respuesta a fines muy definidos: por ejemplo, Internet les sirve en sus tareas escolares pero, sobretudo, les brinda la posibilidad de una conexión permanente con todo lo que les interesa, basta ver los usos más frecuentes relacionados con la descarga de música, películas, etc. Puede que el teléfono móvil se haya inventado para hablar pero también es posible comunicarse de otras maneras:

---

mensajes de texto, envío de fotos y vídeos. Parece que lo principal de un videojuego es jugar; sin embargo, si es en red mucho mejor, con posibilidad de chatear y navegar como parte de la actividad lúdica. En definitiva, la generación interactiva exprime y experimenta con las pantallas para servir a dos aspectos esenciales de su vida: el ocio y la relación social.

**3. Una generación multitarea.** A pesar de la profusión de pantallas en la vida de la generación interactiva se muestra capaz de prestarles atención al mismo tiempo que realiza otras tareas. Los datos han confirmado la simbiosis entre un público con dificultades para mantener la atención en una única tarea y unos medios que claramente ofrecen una lectura no lineal. El 70% de los mayores declara comer mientras la televisión está encendida, y en un 39% de los casos hacer la tarea. Incluso un 15% afirma navegar y ver la televisión simultáneamente. El teléfono móvil se mantiene encendido mientras están en clase para el 54% de los casos, mientras que acompaña a su tiempo de estudio en un 78% de las ocasiones.

**4. Una generación precoz.** La experiencia televisiva indica cómo este medio tardó varias décadas en ocupar gran parte de la vida y el tiempo de millones de espectadores. Sin embargo, en el ámbito interactivo el mismo fenómeno está adquiriendo una velocidad vertiginosa: los datos confirman cómo cada vez más se acorta la edad de acceso a las pantallas: por ejemplo, sobre la muestra reseñada casi seis de cada diez de los mayores afirman haber obtenido su móvil antes de los doce años.

**5. Ellas, relación; ellos, acción.** Una mirada a los datos en función del género permite establecer una diferencia básica entre chicos y chicas. Los primeros ven en las pantallas un medio para corresponder a lo que más les interesa: la necesidad de acción. La mayor penetración de los videojuegos, la preferencia sobre una oferta lúdica basada en la competición; el acceso a determinados servicios y contenidos en Internet así lo han confirmado. En el otro extremo se sitúan las féminas y su principal preferencia por un uso relacional de las pantallas: suelen chatear más, prefieren el teléfono móvil a otros medios que no permiten tanta interacción con sus iguales y son jugadoras preferiblemente de títulos que les permitan construirse en un entorno de relación social.

**6. De la ciberadolescencia a la cibermadurez.** La edad es una variable que permite tipificar rasgos esenciales en la generación interactiva. La frontera de los 12 años parece marcar -o más bien reflejar- la entrada en la ciberadolescencia: por ejemplo, los usos de Internet varían a favor de todo aquello que permita una conexión constante con el grupo de iguales; el móvil supera el 50% de penetración, y los videojuegos dejan de ser un juego para convertirse en una relación -competitiva o social- con amigos y desconocidos. Entre los que son dos o tres años mayores, parece producirse un cambio en los perfiles de uso y valoración de las diversas pantallas, entrando quizá en un estadio de cibermadurez. La novedad del videojuego se atenúa y gana peso la televisión, incluso frente a Internet. Los consumos se moderan y los medios parecen encontrar otros fines: por ejemplo, se utiliza mejor Internet para estudiar.

**7. Una generación movilizada.** Sin obviar el actual peso de la gran pantalla o el uso multifuncional que hacen de todas ellas, se perfila un futuro dominado por el teléfono móvil. Es la pantalla que les acompaña a todas partes y la que les sirve de nodo para gestionar todas sus actividades y cabe pensar que el ritmo actual de desarrollo e innovación de la tecnología móvil les facilitará pronto una herramienta de bolsillo capaz de integrar lo que ahora encuentran en las diversas pantallas: contenidos, ocio e interacción social.

**8. Una generación emancipada.** Dos son las cuestiones fundamentales que apoyan este principio: la

consolidación de la cultura del dormitorio o la realidad de unos adolescentes que viven en un hábitat propio, aislado de la vida familiar y en muchas ocasiones equipado para abrirse de forma global a un universo interactivo, y el acceso en solitario a las pantallas como la forma más habitual de uso y aprendizaje de los escolares encuestados. Sin embargo, pese a que en muchas ocasiones esta autonomía está fomentada por los adultos, un 27% de los adolescentes, por ejemplo, recibió el celular de manos de sus padres sin pedirlo, lo cierto es que su preferencia de consumo de medios y pantallas es claramente social: el 36% de los encuestados prefieren jugar acompañados que solos, y el 51% también opta por ver la televisión acompañado, aunque eso suponga no elegir el contenido.

**9. Aprendo en la escuela, navego en la calle.** Aunque las diferencias por países existen, lo cierto es que se aprecia una tendencia clara al acceso a Internet desde el hogar. Sin embargo, en el caso de la generación interactiva en Iberoamérica se da una situación de contraste que implica que al mismo tiempo que un porcentaje significativo de niños aprenden y utilizan Internet en la escuela -30% acceden desde ella y el 19% cita a un profesor como fuente de aprendizaje- el uso más habitual sea en un lugar público, ajeno al contexto educativo en el que se ha adquirido el conocimiento y a la realidad familiar en la que se vive. Los cibercafés aparecen como un lugar estratégico en el uso de Internet de estos menores para el 48% de los jóvenes entre 10 y 18 años.

**10. Mediación familiar.** Como hemos visto en lo largo de las páginas anteriores, el significativo acceso en solitario a las pantallas no impide demostrar la existencia de familias interactivas: son evidentes los beneficios que consiguen en su cotidiano empeño por acompañar a los menores en sus usos de las tecnologías. Sin embargo, a pesar de esta esperanza, queda mucho camino por recorrer. Son todavía pocos los progenitores implicados en esa mediación familiar, perdiendo la oportunidad de ser referente educativo también en este ámbito crucial. Junto a esto, también se observa cierta fractura digital entre padre y madre: En algunos casos, el primero es referencia educativa para la generación interactiva, opción muy minoritaria para las madres. Sin frivolarizar en los evidentes problemas que esto plantea también se abre una oportunidad: padres y madres pueden recuperar espacios y tiempos perdidos si transforman la generación interactiva en familias interactivas.

**11. La escuela: referencia actual y potencial.** Aunque queda mucho camino por recorrer, además de las evidentes carencias económicas y técnicas, el ámbito escolar iberoamericano está haciendo un gran esfuerzo para adaptar e integrar el uso de las tecnologías de la comunicación y la información como elemento clave para alcanzar sus objetivos educativos. Los equipos docentes muestran una gran flexibilidad para afrontar las dificultades que plantea equipar centros educativos, formar profesores o cambiar sistemas y formas de trabajo personal y colectivo muy arraigados.

La encuesta realizada indica algunas diferencias claras entre los escolares que navegan y aprenden el uso de la red en el colegio frente a los que no lo hacen. Los escolares con acceso a Internet desde sus aulas hacen un uso más intensivo -en tiempo, en servicios y contenidos-. Asimismo, manifiestan una mayor pericia como usuarios, le reconocen mayor utilidad y la consideran imprescindible en un porcentaje más alto; reconocen en un porcentaje mayor aspectos positivos como el ahorro de tiempo o el aumento de las posibilidades en la comunicación que les ofrece, pero también negativos como que el riesgo de generar cierto aislamiento o adicción. En definitiva, la escuela tiene mucho que decir en la formación de la generación interactiva y su voz comienza a escucharse con fuerza. «Aquel niño rodeado de ambiente de cariño y seguridad, con intereses y amigos correctos, y dedicado a actividades saludables en sus horas de ocio, tiene una pequeña posibilidad de que la televisión le provoque efectos no deseados». Esta cita, extraída de uno de los estudios pioneros sobre los efectos de la televisión en los menores, escrita en 1961, pone de manifiesto la oportunidad de replantear retos

educativos existentes. Dicho de otro modo, la llegada masiva de la tecnología interactiva abre un nuevo panorama de posibilidades al tiempo que suscita una oportunidad formativa a la que en su momento supuso la aparición del televisor. Y para afrontar esta nueva realidad, interconectada, global y cambiante, es preciso -tal como recordábamos al principio- el esfuerzo de todos los implicados en este nuevo escenario: menores, padres, educadores, empresas y agentes sociales.

*Nuevarevista.net*

*Nuevarevista.net*

## ¿QUÉ ES EL FORO GENERACIONES INTERACTIVAS?

El siglo XXI pasará a la historia -igual que ocurrió en el XVI con la imprenta- por marcar una revolución globalizada y la proliferación de pantallas cada vez más personalizadas. En el centro de este huracán tenemos a los menores como usuarios, los menores definidos como nativos digitales o la primera generación interactiva. A ellos, en esta dimensión quienes tienen la responsabilidad de tutela educativa sobre ellos, fundamentalmente, les afecta de modo amplio a agentes sociales, empresas y investigadores en su afán de mejorar, proteger y educar a la «generación interactiva».

Dicho de otro modo, la relación entre los menores y las pantallas plantea un escenario de retos y oportunidades ahora desconocidas y que, tanto en su origen como en su solución deben abordarse desde un punto de vista multidisciplinar. En este sentido, el pasado mes de diciembre se constituyó en Madrid el Foro Generaciones Interactivas. Sus fundadores son: Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Interamericana de Universidades.

La misión del Foro es promover la investigación, formación, divulgación y puesta en marcha de iniciativas legislativas y autorreguladoras en el ámbito del menor y la sociedad de la información que permita que todos los actores implicados (niños y adolescentes, padres, educadores, legisladores, administraciones públicas, empresas y asociaciones) puedan mejorar su trabajo respetando la naturaleza de sus fines (educativos, legislativos, comerciales, etc.)

Por otro lado, las actuaciones del Foro se estructuran en tres ejes:

- Investigación: desarrollo de proyectos de investigación interdisciplinares e internacionales.
- Formación y educación: desarrollo de planes formativos para profesores, padres, escolares, voluntarios y agentes sociales; elaboración de materiales didácticos para educar en el uso responsable de las TIC
- Sensibilización y divulgación: organización de conferencias y sesiones dirigidas a distintos públicos. Publicación de estudios científicos y monografías. Difusión a la opinión pública de noticias sobre el Foro en su ámbito de actuación.

Por último, el Foro cuenta con un comité directivo presidido por don Iñaki Urdangarín y un comité académico asesor dirigido desde la Universidad de Navarra y, en la actualidad, desarrolla el proyecto Generaciones Interactivas en: Argentina, Chile, Perú, Colombia, Brasil, México, Venezuela, Uruguay, Ecuador, Guatemala, y España.

**Fecha de creación**

28/09/2009

**Autor**

Xavier Bringué Sala

*Nuevarevista.net*